

2025-2030年中国连锁药店行业市场前瞻与投资战略规划分析报告

目 录

CONTENTS

第1章：中国连锁药店行业发展模式与环境分析**1.1 连锁药店行业定义**

- 1.1.1 连锁药店行业定义
 - (1) 连锁药店行业定义
 - (2) 连锁药店行业分类
 - (3) 连锁药店行业价值链分析
- 1.1.2 连锁药店行业发展阶段
 - (1) 国内连锁药店行业发展阶段分析
 - (2) 国内外连锁药店行业发展阶段对比

1.2 连锁药店行业连锁模式分析

- 1.2.1 行业主要连锁模式
 - (1) 直营连锁模式
 - (2) 加盟连锁模式
- 1.2.2 行业连锁模式对比分析

1.3 连锁药店行业盈利模式分析

- 1.3.1 行业盈利点分析
- 1.3.2 行业盈利模式分析
 - (1) “集中采购+药店销售”盈利模式
 - (2) “药企直接供货+药店销售”盈利模式
- 1.3.3 盈利模式创新分析
 - (1) 多元化经营，扩大客户需求，增加赢利点
 - (2) 加入药事服务，巩固客户，向顾客要利润
 - (3) 增强议价能力，从产业链获取利润

1.4 连锁药店行业市场环境分析

- 1.4.1 连锁药店行业政策环境分析
 - (1) 行业管理体制
 - (2) 行业政策环境
 - (3) 最新政策解读
- 1.4.2 连锁药店行业经济环境分析
 - (1) 国内生产总值增长分析
 - (2) 固定资产投资增长分析
 - (3) 工业增加值增长分析
 - (4) 宏观经济形势预测
 - (5) 行业发展与经济走势的关系
- 1.4.3 连锁药店行业社会环境分析
- 1.4.4 连锁药店行业需求环境分析
 - (1) 居民支付能力分析
 - (2) 人口及疾病因素分析
 - (3) 药品消费结构的变化
- 1.4.5 连锁药店行业市场环境综合判断

第2章：国际连锁药店行业发展现状及经验借鉴**2.1 美国连锁药店行业发展分析**

- 2.1.1 美国连锁药店行业发展现状
- 2.1.2 美国连锁药店企业经营管理特点
- 2.1.3 美国连锁药店企业发展趋势
 - (1) “第三方保险”
 - (2) 互联网平台
 - (3) 欲占领中国医药连锁渠道
 - (4) 家庭护理蕴藏商机
- 2.1.4 美国连锁药店带给我国的启示
 - (1) 医药分开，成熟经营

- (2) 注重经营健康产品和自有品牌产品
- (3) 配备药师和实行专业化服务
- (4) 充分发挥联盟组织的作用
- (5) 规模经营和现代信息技术运用
- (6) 每天低价 (EDLP) 战略

2.2 日本连锁药店行业发展分析

2.2.1 日本连锁药店行业发展现状

- (1) 行业规模增速恢复
- (2) 行业集中度高，呈寡头垄断格局
- (3) 三强企业领先优势明显

2.2.2 日本连锁药店行业经营管理特点

- (1) 日本连锁药店企业经营模式
- (2) 日本连锁药店企业商品构成

2.2.3 日本连锁药店行业发展趋势

2.2.4 日本连锁药店带给我国的启示

- (1) 便利化经营
- (2) 活性的维护
- (3) 确定发展趋势
- (4) 培养专业型人才

2.3 中国与美日连锁药店的差异对比

2.3.1 规模差距

- (1) 美日连锁药店行业集中度高，中国较低
- (2) 我国连锁药店经营水平低，数量供过于求

2.3.2 经营模式的不同

- (1) 美日连锁药店的新颖经营模式
- (2) 我国连锁药店“连而不锁”

2.3.3 商品种类和数量的差异

- (1) 美日连锁药店的多元化
- (2) 我国连锁药店多元化基础差

2.4 国际连锁药店巨头经营分析

2.4.1 美国CVS公司经营分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营业务分析
- (3) 企业经营情况分析
- (4) 企业经营策略分析
- (5) 企业门店选址分析
- (6) 企业经营优劣势分析
- (7) 企业经营启示分析

2.4.2 美国Walgreens公司经营分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营业务分析
- (3) 企业经营情况分析
- (4) 企业经营策略分析
- (5) 企业门店选址分析
- (6) 企业经营优劣势分析
- (7) 企业经营启示分析

2.4.3 美国Rite Aid公司经营分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营业务分析
- (3) 企业经营情况分析
- (4) 企业经营策略分析
- (5) 企业经营优劣势分析
- (6) 企业经营启示分析

2.4.4 日本Matsumoto Kiyoshi经营分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营业务分析
- (3) 企业经营情况分析
- (4) 企业经营策略分析
- (5) 企业经营优劣势分析

(6) 企业经营启示分析

第3章：中国连锁药店行业发展现状分析

3.1 连锁药店行业发展现状分析

- 3.1.1 中国药品零售市场总体发展分析
 - (1) 中国药品零售市场规模分析
 - (2) 中国零售药店市场规模分析
 - (3) 中国零售药店数量分析
- 3.1.2 连锁药店行业发展现状分析
 - (1) 连锁药店企业数量增长情况
 - (2) 连锁药店门店数量增长情况
 - (3) 连锁药店区域分布情况
- 3.1.3 连锁药店行业发展存在的问题分析
 - (1) 跨地域连锁扩张受到限制
 - (2) 对连锁加盟店缺乏有效控制
 - (3) 企业规模相对较小，基础建设尚需完善
 - (4) 连锁药店大同小异，经营缺乏特色
 - (5) 多元化经营定位的困惑和失误
 - (6) 人才缺乏，高端人才更少
 - (7) 竞争手段粗劣

3.2 连锁药店行业盈利水平及影响因素分析

- 3.2.1 连锁药店行业盈利状况分析
 - (1) 单店日均销售额
 - (2) 行业毛利率情况
 - (3) 行业净利润率情况
- 3.2.2 行业盈利水平影响因素分析
 - (1) 政策对行业盈利水平的影响
 - (2) 行业内部竞争对盈利水平的影响
 - (3) 行业发展阶段对盈利水平的影响
- 3.2.3 连锁药店行业提升盈利水平的方法
 - (1) 连锁药店应形成规模经营
 - (2) 提高连锁药店的竞争力

3.3 连锁药店行业百强企业经营分析

- 3.3.1 连锁药店行业百强销售收入变化情况
- 3.3.2 连锁药店行业重点企业变化情况
- 3.3.3 连锁药店行业重点门店变化情况
 - (1) 连锁药店百强企业门店数量分析
 - (2) 直营店数量十强企业分析
 - (3) 分店数量十强企业分析
- 3.3.4 连锁药店行业百强企业品规市场分析
 - (1) 连锁药店行业百强企业品规数量分析
 - (2) 连锁药店行业百强企业单一品规日均贡献分析
- 3.3.5 连锁药店行业百强企业主要品类市场分析
 - (1) 连锁药店行业百强企业不同类别产品市场分析
 - (2) 连锁药店行业百强企业处方药类产品市场分析
 - (3) 连锁药店行业百强企业非处方药类产品市场分析
 - (4) 连锁药店行业百强企业中药饮片类产品市场分析
 - (5) 连锁药店行业百强企业医疗器械类产品市场分析
 - (6) 连锁药店行业百强企业食品/保健品类产品市场分析
 - (7) 连锁药店行业百强企业其他类产品市场分析
 - (8) 连锁药店行业自有品牌或高毛利产品市场分析
 - (9) 连锁药店行业负毛利产品市场分析
- 3.3.6 连锁药店行业百强企业运营效率分析
 - (1) 连锁药店行业百强企业客单价分析
 - (2) 连锁药店行业百强企业会员消费分析
 - (3) 连锁药店行业百强企业日均坪效分析
 - (4) 连锁药店行业百强企业日均人效分析
- 3.3.7 连锁药店行业百强企业人力资源分析
 - (1) 连锁药店行业百强企业员工流失率分析
 - (2) 连锁药店行业百强企业薪资总额分析

- (3) 连锁药店行业百强企业员工薪酬总额占比分析
- (4) 连锁药店行业百强企业员工培训投入分析

3.4 连锁药店行业单店百强经营分析

- 3.4.1 连锁药店行业单店百强总体分析
- 3.4.2 连锁药店行业单店百强销售额分析
 - (1) 央企巨头独领风骚
 - (2) 二八效应明显
 - (3) 新特药房精准定位用户需求
- 3.4.3 连锁药店行业百强单店坪效分析
- 3.4.4 连锁药店行业百强单店人效分析
- 3.4.5 连锁药店行业百强单店细分产品市场分析
 - (1) 连锁药店行业百强单店非处方药市场分析
 - (2) 连锁药店行业百强单店处方药市场分析
 - (3) 连锁药店行业百强单店中药饮片市场分析
 - (4) 连锁药店行业百强单店医疗器械市场分析

第4章：中国连锁药店行业竞争分析

4.1 连锁药店行业内部竞争分析

- 4.1.1 连锁药店行业市场集中度分析
- 4.1.2 连锁药店行业供应商议价能力分析
- 4.1.3 连锁药店行业消费者议价能力分析
- 4.1.4 连锁药店行业替代者威胁分析
- 4.1.5 连锁药店行业新进入者威胁分析
- 4.1.6 连锁药店行业竞争格局分析
 - (1) 全国性连锁药店的划分
 - (2) 国内连锁药店竞争格局

4.2 连锁药店VS单体药店竞争分析

- 4.2.1 连锁药店VS单体药店竞争优势分析
- 4.2.2 连锁药店VS单体药店竞争劣势分析

4.3 连锁药店企业重组整合分析

- 4.3.1 连锁药店企业重组整合推动因素
 - (1) 政策因素
 - (2) 行业发展因素
 - (3) 企业战略因素
- 4.3.2 连锁药店企业重组整合现状分析
- 4.3.3 连锁药店行业重组整合中存在的问题
 - (1) 对并购整合重视程度不够
 - (2) 并购整合存在盲目性和随意性
 - (3) 并购整合存在片面性
 - (4) 并购整合不彻底、不到位
 - (5) 并购整合能力认识不足
- 4.3.4 连锁药店行业重组整合战略方法
 - (1) 分析影响并购整合的难点与障碍是前提
 - (2) 创造并购整合氛围
 - (3) 重视两家药店界面处理
 - (4) 建立相关机制保证整合有效进行

第5章：“互联网+”背景下中国连锁药店行业发展分析

5.1 “互联网+”连锁药店发展背景分析

- 5.1.1 “互联网+”连锁药店关联产业发展背景
 - (1) 中国电子商务发展状况分析
 - (2) 中国大数据产业发展状况分析
 - (3) 中国互联网产业发展状况分析
 - (4) 关联产业发展对行业的影响
- 5.1.2 “互联网+”连锁药店行业技术背景分析
 - (1) 云计算技术发展现状及未来趋势分析
 - (2) 物联网技术发展现状及未来趋势分析
 - (3) 技术环境对行业的影响分析

5.2 “互联网+”连锁药店发展现状分析

- 5.2.1 “互联网+”连锁药店政策环境分析
- 5.2.2 中国“互联网+”连锁药店行业发展特点

- (1) 互联网+连锁药店获客成本差异大
 - (2) 线上流量主要来自搜索引擎
 - (3) 移动端被看好
 - (4) 大型第三方电商平台地位突显
- 5.2.3 中国“互联网+”连锁药店行业发展现状
- (1) 互联网+连锁药店行业主要运营模式
 - (2) 医药B2B：在沉默中爆发
 - (3) 医药B2C：去中心化进程加速
 - (4) 医药O2O：在沸点下沸腾

5.3 中国“互联网+”连锁药店行业投资布局分析

- 5.3.1 中国“互联网+”连锁药店行业投资切入方式
- 5.3.2 中国“互联网+”连锁药店行业投资规模分析
- 5.3.3 中国“互联网+”连锁药店行业投资业务布局

5.4 中国“互联网+”连锁药店行业竞争格局分析

- 5.4.1 中国“互联网+”连锁药店行业参与者结构
- 5.4.2 中国“互联网+”连锁药店行业竞争者类型

5.5 中国“互联网+”连锁药店行业发展前景分析

- 5.5.1 中国“互联网+”连锁药店行业市场增长动力分析
- 5.5.2 中国“互联网+”连锁药店行业市场发展瓶颈剖析
- 5.5.3 中国“互联网+”连锁药店行业市场发展趋势分析
 - (1) 老年人的慢性病用药渠道仍以线下门店为主
 - (2) 与医药电商（线上渠道）差异化明显
 - (3) DTP药房高速发展
 - (4) 更加注重数字化及患者专业化教育服务
 - (5) 在医保属地化监管的背景下，连锁药店优势明显

第6章：中国连锁药店行业消费者行为与营销策略分析

6.1 药店消费者行为分析

- 6.1.1 药店消费者的消费行为解析
 - (1) 影响药品消费行为的因素
 - (2) 药店消费者的消费行为特征
 - (3) 药店应针对消费特点，改进营销
- 6.1.2 消费者购药行为模式研究
 - (1) 顺从型模式的表现形式与对策
 - (2) 自主型模式的表现形式与对策
 - (3) 遵医型模式的表现形式与对策
- 6.1.3 药店会员消费画像
 - (1) 男性会员销售贡献值略高
 - (2) 46-55岁中老年人作为药店消费主力人群

6.2 连锁药店行业口碑营销分析

- 6.2.1 连锁药店的口碑营销特点
- 6.2.2 连锁药店行业口碑营销优势
- 6.2.3 连锁药店实施的口碑营销策略
 - (1) 体验营销
 - (2) 购药环境
 - (3) 建立会员制度
 - (4) 权威第三方
 - (5) 利用网络资源
 - (6) 注重细节，营造学习型的企业文化

6.3 连锁药店行业价格策略分析

- 6.3.1 连锁药店定价策略
 - (1) 合理、灵活的定价策略
 - (2) 连锁药店应采取灵活的会员制
 - (3) 自有品牌产品的低价格策略或高形象定价策略
 - (4) 注重发展第三终端、谋求市场占有率的低价格策略
- 6.3.2 连锁药店应对药品价格竞争的策略
 - (1) 连锁药店应确定合理的药品价格
 - (2) 连锁药店要锁定自己的目标顾客和市场
 - (3) 连锁药店应随时了解竞争对手的一举一动
 - (4) 连锁药店应不断发掘市场空白点

第7章：重点地区连锁药店行业发展分析

7.1 广东省连锁药店行业发展分析

- 7.1.1 广东省连锁药店行业发展环境
 - (1) 广东省连锁药店行业政策环境
 - (2) 广东省连锁药店行业需求环境
- 7.1.2 广东省连锁药店行业发展现状
- 7.1.3 广东省连锁药店行业发展前景

7.2 上海市连锁药店行业发展分析

- 7.2.1 上海市连锁药店行业发展环境
 - (1) 上海市连锁药店行业政策环境
 - (2) 上海市连锁药店行业需求环境
- 7.2.2 上海市连锁药店行业发展现状
- 7.2.3 上海市连锁药店行业发展前景

7.3 北京市连锁药店行业发展分析

- 7.3.1 北京市连锁药店行业发展环境
 - (1) 北京市连锁药店行业政策环境
 - (2) 北京市连锁药店行业需求环境
- 7.3.2 北京市连锁药店行业发展现状
- 7.3.3 北京市连锁药店行业发展前景

7.4 湖南省连锁药店行业发展分析

- 7.4.1 湖南省连锁药店行业发展环境
 - (1) 湖南省连锁药店行业政策环境
 - (2) 湖南省连锁药店行业需求环境
- 7.4.2 湖南省连锁药店行业发展现状
 - (1) 湖南省连锁药店行业发展总体特征
 - (2) 湖南省连锁药店行业地位
 - (3) 湖南省各地区连锁药店行业发展现状
- 7.4.3 湖南省连锁药店行业发展前景

7.5 山东省连锁药店行业发展分析

- 7.5.1 山东省连锁药店行业发展环境
 - (1) 山东省连锁药店行业政策环境
 - (2) 山东省连锁药店行业需求环境
- 7.5.2 山东省连锁药店行业发展现状
- 7.5.3 山东省连锁药店行业发展前景

第8章：中国连锁药店行业领先企业经营分析

8.1 中国连锁药店企业总体发展状况分析

8.2 中国连锁药店行业领先企业经营分析

- 8.2.1 国药控股国大药房有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业经营产品结构
 - (4) 企业门店数量与分布
 - (5) 企业市场拓展分析
 - (6) 企业定位与服务对象
 - (7) 企业经营优劣势分析
- 8.2.2 云南鸿翔一心堂药业（集团）股份有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业经营产品结构
 - (4) 企业门店数量与分布
 - (5) 企业市场拓展分析
 - (6) 企业定位与服务对象
 - (7) 企业供应商与采购
 - (8) 企业经营优劣势分析
- 8.2.3 老百姓大药房连锁股份有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业经营产品结构
 - (4) 企业门店数量与分布

- (5) 企业市场拓展分析
- (6) 企业定位与服务对象
- (7) 企业经营优劣势分析
- 8.2.4 大参林医药集团股份有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业经营产品结构
 - (4) 企业门店数量与分布
 - (5) 企业市场拓展分析
 - (6) 企业定位与服务对象
 - (7) 企业供应商与采购
 - (8) 企业经营优劣势分析
- 8.2.5 益丰大药房连锁股份有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业经营产品结构
 - (4) 企业门店数量与分布
 - (5) 企业市场拓展分析
 - (6) 企业定位与服务对象
 - (7) 企业经营优劣势分析
- 8.2.6 甘肃众友健康医药股份有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业经营产品结构
 - (4) 企业门店数量与分布
 - (5) 企业市场拓展分析
 - (6) 企业供应商与采购
 - (7) 企业经营优劣势分析
- 8.2.7 上海华氏大药房有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业经营产品结构
 - (4) 企业门店数量与分布
 - (5) 企业市场拓展分析
 - (6) 企业定位与服务对象
 - (7) 企业供应商与采购
 - (8) 企业经营优劣势分析
- 8.2.8 北京同仁堂股份有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业经营产品结构
 - (4) 企业供应商与采购
 - (5) 企业经营优劣势分析
 - (6) 下属北京同仁堂商业投资集团有限公司分析
- 8.2.9 漱玉平民大药房连锁股份有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业经营产品结构
 - (4) 企业门店数量与分布
 - (5) 企业市场拓展分析
 - (6) 企业定位与服务对象
 - (7) 企业供应商与采购
 - (8) 企业经营优劣势分析
- 8.2.10 云南健之佳健康连锁店股份有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业经营产品结构
 - (4) 企业门店数量与分布
 - (5) 企业市场拓展分析

- (6) 企业定位与服务对象
- (7) 企业供应商与采购
- (8) 企业经营优劣势分析

第9章：中国连锁药店行业发展前景与策略分析

9.1 连锁药店行业发展趋势与前景展望

9.1.1 连锁药店行业发展趋势

- (1) 区域分布趋势
- (2) 经营模式趋势
- (3) 市场竞争趋势

9.1.2 连锁药店行业发展前景展望

- (1) 连锁药店行业发展机遇
- (2) 连锁药店行业发展前景展望

9.2 连锁药店行业发展策略分析

9.2.1 以效益为前提扩大连锁企业的规模

- (1) 药品生产、批发、零售企业之间的兼并
- (2) 中、小型药品零售连锁企业相互结成同盟军
- (3) 药店连锁企业与其他商业企业或外资进行合作开店
- (4) 在农村开设连锁药店

9.2.2 多元化经营需要慎重评估、定位与开发

- (1) 影响多元化经营的因素
- (2) 多元化经营的定位
- (3) 药店多元化经营的方式

9.2.3 提高药师从业地位，扩展和深入药师工作职责

- (1) 培养消费者主动向药师咨询安全购药、用药意识
- (2) 突出药师的专业化形象
- (3) 增强药师的服务意识和能力
- (4) 发挥专业特长，开展知识讲座和培训
- (5) 保证用药安全性和有效性，反馈药品不良反应

9.2.4 建立连锁经营信息管理系统，实现管理方式信息化

- (1) 连锁企业外部的信息管理系统
- (2) 连锁企业内部的信息管理系统

9.2.5 深入差异化经营，形成经营特色

- (1) 选择合适的经营业态形成差异化
- (2) 努力实现经营品种的差异
- (3) 目标市场差异化

9.3 连锁药店行业关键成功因素总结

9.3.1 强有力的总部优势

9.3.2 强有力的整合营销能力

9.3.3 强有力的单店管理能力

9.3.4 占有优势地理资源

第10章：中国连锁药店行业投资前景分析

10.1 连锁药店行业资本市场现状分析

10.1.1 连锁药店行业融资分析

- (1) 行业融资主要途径分析
- (2) 连锁药店行业融资现状
- (3) 连锁药店并购现状

10.1.2 连锁药店行业资本市场趋势

- (1) 医药连锁企业投资会持续
- (2) 连锁药店上市会持续
- (3) 连锁药店的并购将减速

10.1.3 资本涌入对连锁药店行业的影响

- (1) 实现规模的快速增长
- (2) 为企业的内部建设提供资金支持

10.2 连锁药店行业投资前景分析

10.2.1 连锁药店行业投资壁垒分析

- (1) 政策壁垒
- (2) 资金壁垒
- (3) 渠道壁垒

10.2.2 连锁药店行业投资前景判断

- (1) 基于市场容量的投资前景判断
 - (2) 基于市场竞争的投资前景判断
- 10.2.3 前瞻连锁药店行业投资建议
- (1) 加大基于“互联网+”的投资力度
 - (2) 加大基于“大健康产业”投资力度
 - (3) 加大基于“智慧药店”的投资力度

图表目录

- 图表1: 连锁药店分类
- 图表2: 医药产业价值链分析图
- 图表3: 连锁药店行业发展阶段
- 图表4: 国内外连锁药店行业发展阶段对比
- 图表5: 连锁药店行业各模式优点比较分析
- 图表6: 连锁药店行业各模式缺点比较分析
- 图表7: 连锁药店行业盈利点
- 图表8: 我国连锁药店行业主管部门
- 图表9: 连锁药店行业相关政策解读
- 图表10: 《关于开展第二批国家组织药品集中采购和使用工作的通知》主要内容
- 图表11: 《国务院组织药品集中采购和使用试点方案的通知》具体措施
- 图表12: 《国务院组织药品集中采购和使用试点方案的通知》主要内容
- 图表13: 2013-2024年中国GDP增长走势图(单位: 万亿元, %)
- 图表14: 2015-2024年中国固定资产投资(不含农户)增长速度(单位: 万亿元, %)
- 图表15: 2024年三次产业投资占固定资产投资(不含农户)比重(单位: %)
- 图表16: 2016-2024年中国规模以上工业增加值及增长率走势图(单位: 万亿元, %)
- 图表17: 部分国际机构对2022年中国经济增长的预测(单位: %)
- 图表18: 2024年中国宏观经济核心指标预测(单位: %)
- 图表19: 2018-2024年零售药店市场与GDP增速分析(单位: %)
- 图表20: 2014-2024年中国人均GDP增长趋势分析(单位: 元, %)
- 图表21: 2016-2024年中国居民人均可支配收入变动情况(单位: 元, %)
- 图表22: 2015-2024年中国医疗机构卫生总费用统计(单位: 亿元, %)
- 图表23: 2024年中国卫生总费用结构(单位: %)
- 图表24: 2013-2024年中国总人口变动情况(单位: 万人, %)
- 图表25: 2013-2024年中国城镇化水平变化(单位: 万人, %)
- 图表26: 2014-2024年中国65周岁及以上人口数量(单位: 万人, %)
- 图表27: 2011-2024年次调查地区居民两周就诊率(单位: %)
- 图表28: 调查地区居民两周就诊率(分区域)(单位: %)
- 图表29: 2011-2024年次调查地区不同年龄段居民两周就诊率(单位: %)
- 图表30: 2011-2024年次调查地区不同年龄段居民慢性病患病率(单位: ‰)
- 图表31: 2011-2024年次调查地区不同疾病居民慢性病患病率(单位: ‰)
- 图表32: 2024年中国医药流通行业销售品类结构(单位: %)
- 图表33: 2024年美国药店市场集中度情况(单位: %)
- 图表34: 美国连锁药店向健康综合服务提供商转型
- 图表35: 美国连锁药店共性
- 图表36: 2014-2024年日本连锁药店店铺数量及增长情况(单位: 家, %)
- 图表37: 2014-2024年日本连锁药店销售额及增长情况(单位: 亿日元, %)
- 图表38: 2020-2024年日本连锁药店前十名销售额(单位: 亿日元)
- 图表39: 2020-2024年日本连锁药店CR10变化情况(单位: %)
- 图表40: 2020-2024年日本连锁药店前十名店铺数量变化情况(单位: 家, %)
- 图表41: 2024年日本连锁药店Top3市场份额(单位: %)
- 图表42: 日本流通体系开发中心对药妆店行业的产品分类基准
- 图表43: 2024年中美日三国零售药店集中度对比分析(单位: %)
- 图表44: 2019-2024年美国CVS公司营收能力分析(单位: 亿美元)
- 图表45: 美国CVS公司市场拓展进程
- 图表46: 2015-2024年美国CVS公司利润率水平(单位: %)
- 图表47: 美国CVS公司优劣势分析

- 图表48: 2021财年美国Walgreens公司业务结构(单位: %)
- 图表49: 2020-2024年财年美国Walgreens公司营收能力分析(单位: 亿美元)
- 图表50: 美国Walgreens公司优劣势分析
- 图表51: 2021财年RITE AID美国公司业务产品结构(单位: %)
- 图表52: 2020-2024年财年美国RITE AID公司营收能力分析(单位: 亿美元)
- 图表53: 美国Rite Aid公司优劣势分析
- 图表54: 2019-2024年财年Matsumoto Kiyoshi公司营业收入情况(单位: 百万日元)
- 图表55: 日本Matsumoto Kiyoshi优劣势分析
- 图表56: 2017-2024年中国药品三大终端销售总额及零售药店占比份额情况(单位: 亿元, %)
- 图表57: 2017-2024年中国零售药店市场规模及其增长情况(单位: 亿元, %)
- 图表58: 2014-2024年中国零售药店总数及其增长(单位: 万家, %)
- 图表59: 2014-2024年中国连锁药店企业数量及增长情况(单位: 家, %)
- 图表60: 2014-2024年中国连锁药店门店数量及增长情况(单位: 家, %)
- 图表61: 2024年全国各省级行政区连锁店数情况(单位: 家)
- 图表62: 2011-2024年全国药店单店日均销售变化情况(单位: 元)
- 图表63: 2020-2024年中国药店企业毛利率平均水平变化情况(单位: %)
- 图表64: 2020-2024年中国药店企业净利润率变化情况(单位: %)
- 图表65: 截至2024年我国药品价格调控相关政策
- 图表66: 2020-2024年中国连锁药店行业百强销售收入及其变化情况(单位: 亿元, %)
- 图表67: 2020-2024年中国连锁药店销售额排行榜不同位次入围门槛变化情况(单位: 万元)
- 图表68: 2020-2024年连锁药店直营百强门店总数(单位: 家)
- 图表69: 2020-2024年度中国药店直营店数量前十强企业(单位: 家)
- 图表70: 2020-2024年中国药店分店数量前十强企业(单位: 家)
- 图表71: 2015-2024年连锁药店品规总数变化(单位: 种)
- 图表72: 2024年连锁药店均品规数变化情况(按品类分)(单位: %)
- 图表73: 2017-2024年单一品规日均销售贡献变化情况(单位: 元/件)
- 图表74: 2024年连锁药店各主要类别销售总额贡献率分布情况(单位: %)
- 图表75: 2024年连锁药店各主要类别利润贡献率分布情况(单位: %)
- 图表76: 2015-2024年处方药类销售总额贡献率变化情况(单位: %)
- 图表77: 2015-2024年处方药类利润贡献率变化情况(单位: %)
- 图表78: 2015-2024年非处方药类销售总额贡献率变化情况(单位: %)
- 图表79: 2015-2024年非处方药类利润贡献率变化情况(单位: %)
- 图表80: 2015-2024年中药饮片类销售总额贡献率变化情况(单位: %)
- 图表81: 2015-2024年中药饮片类利润贡献率变化情况(单位: %)
- 图表82: 2015-2024年医疗器械类销售总额贡献率变化情况(单位: %)
- 图表83: 2015-2024年医疗器械类利润贡献率变化情况(单位: %)
- 图表84: 2015-2024年食品/保健品类销售总额贡献率变化情况(单位: %)
- 图表85: 2015-2024年食品/保健品类利润贡献率变化情况(单位: %)
- 图表86: 2015-2024年其他类销售总额贡献率变化情况(单位: %)
- 图表87: 2015-2024年其他药类利润贡献率变化情况(单位: %)
- 图表88: 2016-2024年连锁药店自有品牌或高毛利商品品规总数(单位: 种)
- 图表89: 2018-2024年连锁药店负毛利商品占所有品规比例变化情况(单位: %)
- 图表90: 2017-2024年连锁药店客单价变化情况(单位: 元)
- 图表91: 2015-2024年连锁药店会员消费平均占比情况(单位: %)
- 图表92: 2016-2024年连锁药店行业日均坪效(单位: 元/平方米)
- 图表93: 2020-2024年连锁药店日均坪效分布占比(单位: 元/平方米)
- 图表94: 2016-2024年连锁药店日均人效变化情况(单位: 元/人)
- 图表95: 2018-2024年连锁药店员工流失率变化(单位: %)
- 图表96: 2024年连锁药店员工流失率占比(单位: %)
- 图表97: 2018-2024年连锁药店行业薪酬总额增幅情况(单位: %)
- 图表98: 2020-2024年连锁药店行业员工薪酬总额占销售额比重(单位: %)
- 图表99: 2020-2024年连锁药店行业员工薪酬总额占销售额比重区间分布(单位: %)
- 图表100: 2018-2024年连锁药店行业员工人均培训投入变化情况(单位: 元)
- 图表101: 2020-2024年中国连锁药店单店十强名单(单位: 平方米, 万元)
- 图表102: 2024年连锁药店行业单店销售额集中度(单位: %)
- 图表103: 2024年单一品规年产出十强企业(单位: 万元, 个, 万元)
- 图表104: 2024年连锁药店行业单店日均坪效十强(单位: 平米, 万元, 元/平方米)
- 图表105: 2024年连锁药店行业单店日均人效十强(单位: 万元, 人, 元/人)
- 图表106: 2024年连锁药店行业单店非处方药销售占比前五强(单位: %)

- 图表107: 2024年连锁药店行业单店处方药销售占比前五强 (单位: %)
- 图表108: 2024年连锁药店行业单店中药饮片销售占比前五强 (单位: %)
- 图表109: 2024年连锁药店行业单店医疗器械销售占比前五强 (单位: %)
- 图表110: 2024年我国药品零售企业集中度 (按销售收入分) (单位: %)
- 图表111: 2012-2024年我国连锁药店行业连锁率 (单位: %)
- 图表112: 2024年我国连锁药店行业全国性连锁药店竞争格局
- 图表113: 连锁药店VS单体药店的比较优势
- 图表114: 连锁药店VS单体药店的比较劣势
- 图表115: 老百姓大药房连锁股份有限公司门店分布情况
- 图表116: 2015-2024年我国电子商务市场交易规模及其增长率 (单位: 万亿元, %)
- 图表117: 2015-2024年我国网络零售市场交易规模 (单位: 亿元)
- 图表118: 2020-2024年中国大数据产业规模及增长情况 (单位: 亿元, %)
- 图表119: 2013-2024年中国网民规模与普及率增长情况 (单位: 亿人, %)
- 图表120: 2020-2024年中国云计算市场规模增长情况 (单位: 亿元, %)
- 略 . . . 完整目录请咨询客服

如需了解报告详细内容, 请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线: 400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件: service@qianzhan.com

或登录网站: <https://bg.qianzhan.com/>

我们会竭诚为您服务!