|  |
| --- |
| [2024-2030年中国药店市场现状深度调研与发展趋势预测报告](https://www.20087.com/3/58/YaoDianHangYeFaZhanQuShi.html) |



#### [中国市场调研网](https://www.20087.com/)

[www.20087.com](https://www.20087.com/)

一、基本信息

|  |  |
| --- | --- |
| 名称： | [2024-2030年中国药店市场现状深度调研与发展趋势预测报告](https://www.20087.com/3/58/YaoDianHangYeFaZhanQuShi.html) |
| 报告编号： | 2582583　　←电话咨询时，请说明该编号。 |
| 市场价： | 电子版：9000 元　　纸介＋电子版：9200 元 |
| 优惠价： | 电子版：8000 元　　纸介＋电子版：8300 元　　可提供增值税专用发票 |
| 咨询电话： | 400 612 8668、010-66181099、010-66182099、010-66183099 |
| Email： | Kf@20087.com |
| 在线阅读： | [<https://www.20087.com/3/58/YaoDianHangYeFaZhanQuShi.html>](https://www.20087.com/2/95/ZhiNengXiWanJiShiChangQianJingYuCe.html) |
| 温馨提示： | 订购英文、日文等版本报告，请拨打订购咨询电话或发邮件咨询。 |

二、内容简介

　　药店是医药零售的主要渠道，随着互联网医疗的兴起，线上药店和O2O模式逐渐成为行业的新趋势。现代药店除了销售药品，还提供健康咨询、慢病管理和处方药配送等增值服务。新冠疫情加速了医药电商的发展，促使传统药店加快数字化转型，以适应消费者对便捷购药体验的需求。  
　　未来，药店将更加注重健康管理服务和数字化转型。随着人口老龄化的加剧，药店将提供更加专业的健康咨询服务，包括药学服务和疾病预防教育。同时，药店将利用大数据和AI技术，优化库存管理，提供个性化的健康解决方案。此外，线上线下融合将成为常态，药店将构建全渠道销售网络，满足不同消费者的购物习惯。  
　　《[2024-2030年中国药店市场现状深度调研与发展趋势预测报告](https://www.20087.com/3/58/YaoDianHangYeFaZhanQuShi.html)》全面分析了我国药店行业的现状、市场需求、市场规模以及价格动态，探讨了药店产业链的结构与发展。药店报告对药店细分市场进行了剖析，同时基于科学数据，对药店市场前景及发展趋势进行了预测。报告还聚焦药店重点企业，并对其品牌影响力、市场竞争力以及行业集中度进行了评估。药店报告为投资者、产业链相关企业及政府决策部门提供了专业、客观的参考，是了解和把握药店行业发展动向的重要工具。  
  
第一章 2019-2024年世界药店经营与借鉴  
　　第一节 日本的连锁药店  
　　　　一、日本连锁药店的业态特征  
　　　　二、日本连锁药店的成功经营模式  
　　　　三、日本现代连锁药店发展概况  
　　　　四、日本现代药店的经营特征  
　　　　五、日本现代药店企业转型方向  
　　第二节 美国成熟的医药连锁经营方式  
　　　　一、医药分开成熟经营  
　　　　二、“药味”淡化  
　　　　三、竞争激烈  
　　　　四、2024年美国医药连锁行业的机遇和挑战  
　　第四节 其它典型的医药连锁经营方式  
　　　　一、德国模式  
　　　　二、瑞典模式  
  
第二章 2019-2024年中国医药流通运行态势分析  
　　第一节 2019-2024年中国医药流通市场分析  
　　　　一、中国医药流通市场发展特点  
　　　　二、中国医药流通市场格局分析  
　　　　三、中国中药材流通市场将会进一步转型  
　　　　四、我国医药流通市场发展格局走向分析  
　　第二节 近几年中国医药流通企业分析  
　　　　一、中国医药流通业成长力较好企业分析  
　　　　二、我国医药流通百强企业发展分析  
　　第三节 2019-2024年中国医药流通渠道分析  
　　　　一、中国医药流通渠道模式的比较与选择  
　　　　二、中国药品流通渠道快速整合的原因分析  
　　　　三、中国医药流通渠道存在的不足  
　　　　四、中国医药商贸渠道存在的难题  
　　　　五、我国医药流通渠道的品牌化发展浅析  
  
第三章 2019-2024年中国医药流通运作模式分析  
　　第一节 医药批发  
　　　　一、医药批发商在渠道中的重要作用  
　　　　二、医药批发商是流通渠道的关键环节  
　　　　三、医药批发商应找准定位  
　　　　四、中国医药批发企业的三个市场层次  
　　　　五、医药批发企业建“终端”的几个措施  
　　　　六、医药批发企业做好物流管理的途径  
　　　　七、基层药品批发企业发展状况分析  
　　　　八、我国医药商业批发联盟发展状况探析  
　　第二节 医药代理  
　　　　一、中国医药代理制发展的四个阶段  
　　　　二、中国医药代理商区域分布不均  
　　　　三、中国医药代理商步入“微利时代”  
　　　　四、我国医药代理制存在的问题  
　　　　五、新医改政策下医药代理模式未来发展探析  
　　第三节 医药零售  
　　　　一、新医改推动医药零售业迈入洗牌期  
　　　　二、医药零售经营的市场创新发展  
　　　　三、零售连锁药店经营模式加速转型  
　　　　四、我国连锁药店直营与加盟模式发展分析  
　　　　五、新医改下医药零售业直供模式发展分析  
　　　　六、中国医药零售连锁经营发展方向  
  
第四章 2019-2024年中国药店产业运行态势分析  
　　第一节 2019-2024年中国药店运行总况  
　　　　一、收购扩张  
　　　　二、平价模式转型  
　　　　三、联盟采购  
　　　　四、强强联合  
　　　　五、抢占第三终端  
　　第二节 近年来中国药店连锁行业发展分析  
　　　　一、两种经营模式的比较分析  
　　　　二、药店的整合趋势  
　　　　三、连锁药店限距的影响分析  
　　　　四、深圳新增中医坐堂医诊所  
　　　　五、“中医坐堂”试点影响分析  
　　　　六、新医改对医药连锁企业的影响  
　　　　七、新医改下连锁药店的应对策略  
　　第三节 药店贸易联盟（PTO）发展状况分析  
　　第四节 2019-2024年中国平价药房的全方位分析  
　　　　一、平价超市时代的结束  
　　　　二、“平价”对中国药品零售市场的意义  
　　　　三、平价药品超市转型难题  
　　　　四、平价药店的转型方向  
  
第五章 2019-2024年中国医药零售消费市场分析  
　　第一节 2019-2024年中国药店品类发展指数分析  
　　　　一、CDI指数分析  
　　　　二、中国药店品类结构变化分析  
　　第二节 2019-2024年中国医药连锁市场发展趋势  
　　　　一、消费结构发展趋势  
　　　　二、药品价格趋势  
　　　　三、竞争趋势  
　　第三节 2019-2024年中国OTC市场分析  
　　　　一、OTC药品消费热的动因分析  
　　　　二、OTC药品消费的特征  
　　　　三、外资药企正进军中国OTC市场  
　　第四节 2019-2024年中国保健品深入渗透药店  
  
第六章 2019-2024年中国药店连锁企业经济运行分析  
　　第一节 2019-2024年中国百强药店运行指标分析  
　　　　一、总量指标分析  
　　　　二、销售前十强企业分析  
　　　　三、销售增量前十强企业分析  
　　　　四、直营门店前二十强排行榜  
　　　　五、总体盈利能力分析  
　　第二节 2019-2024年中国百强药店运行特点分析  
　　　　一、国有企业与民营企业的对比  
　　　　二、国际资本的注入  
　　　　三、药店数量增长  
　　　　四、经营模式的变化  
　　　　五、行业集中度的提升  
　　　　六、中国连锁药店的南北差别  
  
第七章 2019-2024年中国药店连锁重点市场区域探析  
　　第一节 2019-2024年北京药店连锁市场竞争现状  
　　　　一、医药市场扩张难  
　　　　二、社区医院与药店的价格竞争  
　　第二节 2019-2024年上海药店连锁市场概况  
　　　　一、上海医药零售市场饱和  
　　　　二、上海五大医药连锁价格承诺  
　　　　三、美信医药连锁上海发力  
　　第三节 2019-2024年广东药店连锁市场竞争现状  
　　　　一、广东药品零售市场现状  
　　　　二、广东零售药店GSP认证  
　　　　三、深圳控制药店无序扩张  
　　第四节 2019-2024年江苏药店连锁市场本土优势明显  
　　第五节 2019-2024年湖南药店连锁市场竞争现状  
　　　　一、湖南医药市场争概况  
　　　　二、药店距离不设限  
　　　　三、长沙试行零售药店三级管理  
　　第六节 2019-2024年辽宁药店连锁市场竞争现状  
　　　　一、辽宁药店连锁市场场概况  
　　　　二、2024年沈阳零售药店发展概况  
　　　　三、大连启用零售药店“诚信档案管理系统”  
　　第七节 2019-2024年中国其它药店连锁市场竞争现状  
　　　　一、云南医药连锁业欲上市  
　　　　二、武汉零售药店发展概况  
　　　　三、杭州零售药店发展概况  
　　　　四、重庆零售药店发展概况  
　　第八节 2019-2024年药店连锁企业的跨区域发展  
　　　　一、药店连锁企业跨区域发展的风险  
　　　　二、药店连锁企业跨区发展的策略  
  
第八章 2019-2024年中国品牌连锁药店企业竞争力及关键性财务数据分析  
　　第一节 北京同仁堂股份有限公司  
　　　　一、企业发展简况分析  
　　　　二、企业经营情况分析  
　　　　三、企业经营优劣势分析  
　　第二节 老百姓大药房  
　　　　一、企业发展简况分析  
　　　　二、企业经营情况分析  
　　　　三、企业经营优劣势分析  
　　第三节 贵州同济堂制药股份有限公司  
　　　　一、企业发展简况分析  
　　　　二、企业经营情况分析  
　　　　三、企业经营优劣势分析  
　　第四节 中国海王星辰连锁药店有限公司  
　　　　一、企业发展简况分析  
　　　　二、企业经营情况分析  
　　　　三、企业经营优劣势分析  
　　第五节 重庆桐君阁大药房连锁有限责任公司  
　　　　一、企业发展简况分析  
　　　　二、企业经营情况分析  
　　　　三、企业经营优劣势分析  
  
第九章 2019-2024年中国药店连锁的经营与管理研究  
　　第一节 2019-2024年中国药店连锁经营物流成本控制的途径  
　　　　一、完善成本管理的基础工作  
　　　　二、努力降低企业运营成本  
　　　　三、落实目标  
　　　　四、调动员工积极性  
　　　　五、借鉴国外JIT模式  
　　第二节 2019-2024年中国药店连锁经营快配模式与物流成本分析  
　　　　一、配模式  
　　　　二、物流成本分析  
　　　　三、流程优化控制成本  
　　　　四、外包模式降低运输成本  
　　第三节 2019-2024年中国连锁药店的定位分析  
　　　　一、经营定位的紊乱  
　　　　二、连锁药店的经营定位分析  
　　　　三、连锁药店经营定位的误区  
　　第四节 2019-2024年中国连锁药店经营管理的标准化  
　　　　一、连锁药店管理标准化的出现  
　　　　二、连锁药店管理标准化的步骤  
　　　　三、管理标准化的方面  
　　第五节 2019-2024年中国如何提高连锁药店的竞争力  
　　　　一、加强信息化管理  
　　　　二、全面提升服务水平  
　　　　三、培育品牌价值  
　　第六节 2019-2024年中国网上药店发展的对策分析  
　　　　一、网上药店消费信任度影响因素分析  
　　　　二、推进网上药店发展的因素分析  
　　　　三、对网上药店监管问题的思考  
　　第七节 2019-2024年中国对我国药店连锁品牌的战略思考  
　　　　一、保护药店品牌  
　　　　二、药店品牌的事前保护  
　　　　三、药店品牌的周期性  
　　　　四、药店品牌的再造途径  
　　　　五、连锁药店的品牌营销  
　　　　六、药店文化品牌营销模式  
　　第八节 2019-2024年中国药店连锁的品类管理研究  
　　　　一、品类管理的沿革  
　　　　二、品类管理的分析方法  
　　　　三、药店品类管理战术  
　　第九节 2019-2024年中国药店连锁的农村模式分析  
　　　　一、资本运营  
　　　　二、邮政物流  
　　　　三、药品连锁专柜  
　　　　四、城市包围农村  
　　第十节 2019-2024年中国零售药店提升市场竞争力  
　　　　一、药店顾客细分策略  
　　　　二、药店讲座的步骤和内容  
　　　　三、中国药店连锁经营框架的构建思路  
  
第十章 2019-2024年中国网上药店运行形势透析  
　　第一节 2019-2024年中国网上药店运行动态分析  
　　　　一、沪上第三家网上药店开通  
　　　　二、同仁堂计划网上开店卖药  
　　　　三、西部首家网上药开通  
　　第二节 2019-2024年中国网上药店运行综述  
　　　　一、网上药店短期内不会进入快速发展阶段  
　　　　二、中国网上药店发展提速  
　　　　三、中外网上药店发展规制的比较刍议  
　　　　四、中国网上药店数量及区域分布  
　　　　四、中国网上药店经验借鉴（德国）  
　　　　五、网上药店发展思路—具体方案  
　　　　六、中国网上药店热点问题探讨与策略应对  
　　第三节 网上药店主体分析  
　　　　一、开店资质分析  
　　　　二、网上药店的成本分析  
　　　　三、网上药店的赢利分析  
　　　　四、网上药店物流配送分析  
　　　　五、网路技术性分析  
　　　　六、网上支付分析  
　　　　七、网上药店服务水准分析  
　　第四节 2019-2024年中国网上药店竞争分析  
　　　　一、网上药店加剧市场的竞争  
　　　　二、网上药店异军突起  
　　　　三、零售药企暗战网络药店  
　　　　四、中国网上药店竞争策略分析  
　　第五节 2019-2024年网上药店品牌企业分析  
　　　　一、金象大药房网上商城  
　　　　二、导药网  
　　　　三、惠好连锁网  
　　　　四、药品零售网  
　　第六节 2024-2030年中国网上药店前景预测分析  
  
第十一章 2019-2024年中国药店市场投资行环境解析  
　　第一节 2019-2024年中国经济环境分析  
　　　　一、中国GDP分析  
　　　　二、中国CPI指数分析  
　　　　三、中国汇率调整分析  
　　　　四、中国城镇居民家庭人均可支配收入分析  
　　　　五、存贷款利率变化  
　　　　六、财政收支状况  
　　　　七、新冠疫情对中国经济的影响  
　　第二节 2019-2024年中国新医改方案的公布和实施分析  
　　　　一、《新药注册特殊审批管理规定》鼓励行业创新  
　　　　二、药品集中采购政策影响  
　　　　三、出口退税政策的影响  
　　　　四、中医药行业的政策影响分析  
　　　　五、出口许可证管理制度对原料药市场的影响  
　　　　六、财政完善医药卫生投入支持行业发展  
　　　　七、药品安全整治工作为行业创造良好发展环境  
　　　　八、促进政策为生物医药产业提供发展机遇  
　　第三节 2019-2024年中国医药行业发展的动力因素分析  
　　　　一、经济的增长  
　　　　二、人口老龄化程度  
　　　　三、城市化进程  
　　　　四、新医改的推动  
　　　　五、居民医疗保健意识  
　　　　六、医药行业技术的进步  
  
第十二章 2024-2030年中国药店产业前景预测分析  
　　第一节 2024-2030年中国医药产业前景预测  
　　　　一、医药市场需求大  
　　　　二、医药行业并购重组热潮  
　　　　三、制药业子行业市场  
　　　　四、医疗器械市场前景广阔  
　　　　五、医药流通业  
　　　　六、专业化分工  
　　第二节 2024-2030年中国药店的业态革命  
　　　　一、药食同源新业态  
　　　　二、网上药店发展前景广阔  
　　第三节 2024-2030年中国农村药店前景分析  
　　　　一、农村药店经营环境  
　　　　二、本土药店发展前景分析  
　　　　三、农村市场的消费力  
  
第十三章 2024-2030年中国药店连锁业新趋势探析  
　　第一节 2024年中国医药行业发展趋势  
　　　　一、药品消费需求潜力大  
　　　　二、新医改的利好效应  
　　第二节 2024-2030年中国药店发展趋势分析  
　　　　一、利润率下降  
　　　　二、精细化管理  
　　　　三、药店管理输出发展  
　　　　四、联盟趋势加速  
　　　　五、并购热潮  
　　　　六、盈利模式的改变  
　　　　七、赢利模式的强化  
　　　　八、自有品牌的崛起  
　　　　九、直营店发展的趋势  
  
第十四章 2024-2030年中国药店连锁行业投资建议  
　　第一节 2024年中国药店行业投资特性体质  
　　第二节 2024-2030年中国药店连锁投资热点领域  
　　　　一、OTC药品市场  
　　　　二、医保药品  
　　　　三、药妆店  
　　　　四、保健品  
　　第三节 2024-2030年中国农村连锁药店投资建议  
　　　　一、农村药品零售市场潜力巨大  
　　　　二、药店连锁农村市场的建立  
　　　　三、各地鼓励连锁药店进入农村  
　　第四节 2024-2030年中国药店零售企业选址建议  
　　　　一、选址可行性分析  
　　　　二、位置与面积的确定  
　　　　三、销售额和利润的预测  
　　　　四、开店营业与定期评估  
　　第五节 中^智林^：2024-2030年中国连锁药店经营建议  
　　　　一、多元化经营分析  
　　　　二、便利化服务  
　　　　三、汽车药店  
　　　　四、专科药药店  
　　　　五、网上药店经营方案  
  
图表目录  
　　图表 中国医药行业产业链示意图  
　　图表 中国医改历程一览  
　　图表 新医改方案总体框架  
　　图表 2024-2030年中国政府医疗投入支付方向  
　　图表 2024年中国促进和扶持中医药行业政策一览  
　　图表 2024年中央财政医药卫生投入情况一览  
　　图表 全球药品市场规模统计  
　　图表 全球药品市场销售额及增长趋势图  
　　图表 全球各地区制药市场规模与增长情况  
　　图表 排名前位的全球医药产品市场规模统计  
　　图表 全球排名前位治疗类别市场规模统计  
　　图表 2024年排名前位全球性跨国医药公司市场规模统计  
略……

了解《[2024-2030年中国药店市场现状深度调研与发展趋势预测报告](https://www.20087.com/3/58/YaoDianHangYeFaZhanQuShi.html)》，报告编号：2582583，

请致电：400-612-8668、010-66181099、66182099、66183099，

Email邮箱：[Kf@20087.com](mailto:Kf@20087.com)

详细介绍：<https://www.20087.com/3/58/YaoDianHangYeFaZhanQuShi.html>

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！