

短报告_2023年零售药店行业专题报告： 边际拐点已现，长期价值不变

2023 China Retail Pharmacy Industry

2023年中国リテールファーマシー産業

报告标签：零售药店、连锁化、新零售

主笔人：曾铿淞

报告提供的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等）均系头豹研究院独有的高度机密性文件（在报告中另行标明出处者除外）。未经头豹研究院事先书面许可，任何人不得以任何方式擅自复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编本报告内容，若有违反上述约定的行为发生，头豹研究院保留采取法律措施、追究相关人员责任的权利。头豹研究院开展的所有商业活动均使用“头豹研究院”或“头豹”的商号、商标，头豹研究院无任何前述名称之外的其他分支机构，也未授权或聘用其他任何第三方代表头豹研究院开展商业活动。

摘要

2021年中国医药零售市场销售额达到17,747亿人民币，行业整体增速约8.0%，其中零售药店销售额4,774亿人民币，同比增长10.3%，零售渠道增速快，高于行业整体增速，发展空间大

政策推动零售药店行业持续健康发展。“十四五规划”提出到2025年，中国零售药店连锁率增至70.0%，推动行业连锁化发展；而在线上线下售药监管协同背景下，推动零售药店加速迈入“新零售时代”

报告提供的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等）均系头豹研究院独有的高度机密性文件（在报告中另行标明出处者除外）。未经头豹研究院事先书面许可，任何人不得以任何方式擅自复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编本报告内容，若有违反上述约定的行为发生，头豹研究院保留采取法律措施、追究相关人员责任的权利。头豹研究院开展的所有商业活动均使用“头豹研究院”或“头豹”的商号、商标，头豹研究院无任何前述名称之外的其他分支机构，也未授权或聘用其他任何第三方代表头豹研究院开展商业活动

■ 零售药店位于医药产业链条的中游，承接医药研发、生产制造环节及药品分销与批发环节，是医药流通不可或缺的重要环节

中国医药产业链主要包括医药制造、医药流通和医药消费环节。其中，医药流通环节可分为医药批发市场、医药零售市场两个部分，医药零售包括公立医院、公立基层医疗机构和零售药店，其中零售药店又可分为连锁药店和个体药店

■ “连锁化率提升+新零售”是零售药店发展的主流趋势

在自上而下的政策引导药店连锁化率提升的背景下，连锁零售药店大有可为；2017-2021年线上药店销售额的年复合增速为50.2%，药店加速迈入“新零售时代”，线上渠道增长强劲

■ 经营效率、品牌以及盈利竞争力是零售药店最终胜出的关键因素

对于零售药店来讲，过硬的营销能力、专业的服务团队是提升经营效率的关键，短时间内难以被复制；品牌竞争力是吸引客流的重要因素，会员制下，顾客忠诚度高，后进入市场的零售药店分客流难度大；而连续多年维持较高盈利能力是连锁企业最终胜出的又一重要因素

目录

- ◆ 中国零售药店行业综述
 - 定义
 - 药店及销售额分布
 - 销售渠道
- ◆ 中国零售药房行业分析
 - 发展趋势
 - 行业壁垒
 - 竞争力
 - 明星企业指南
- ◆ 中国零售药店行业企业图谱
 - 大参林
 - 健之佳
 - 益丰药房
- ◆ 方法论
- ◆ 法律声明

Contents

- ◆ **Overview of China's Retail Pharmacy Industry**
 - Definition
 - Pharmacy and Sales Distribution
 - Sales Funnel
- ◆ **Analysis of China's Retail Pharmacy Industry**
 - Development Trends
 - Industry Barriers
 - Competitiveness
 - Star Business Guide
- ◆ **Map of Enterprises in China's Retail Pharmacy Industry**
 - Dashenlin Pharmaceutical Group Co., Ltd.
 - Yunnan Jianzhijia Health-chain Co., Ltd.
 - Yifeng Pharmacy Chain Co., Ltd.
- ◆ **Methodology**
- ◆ **Legal Statement**

01

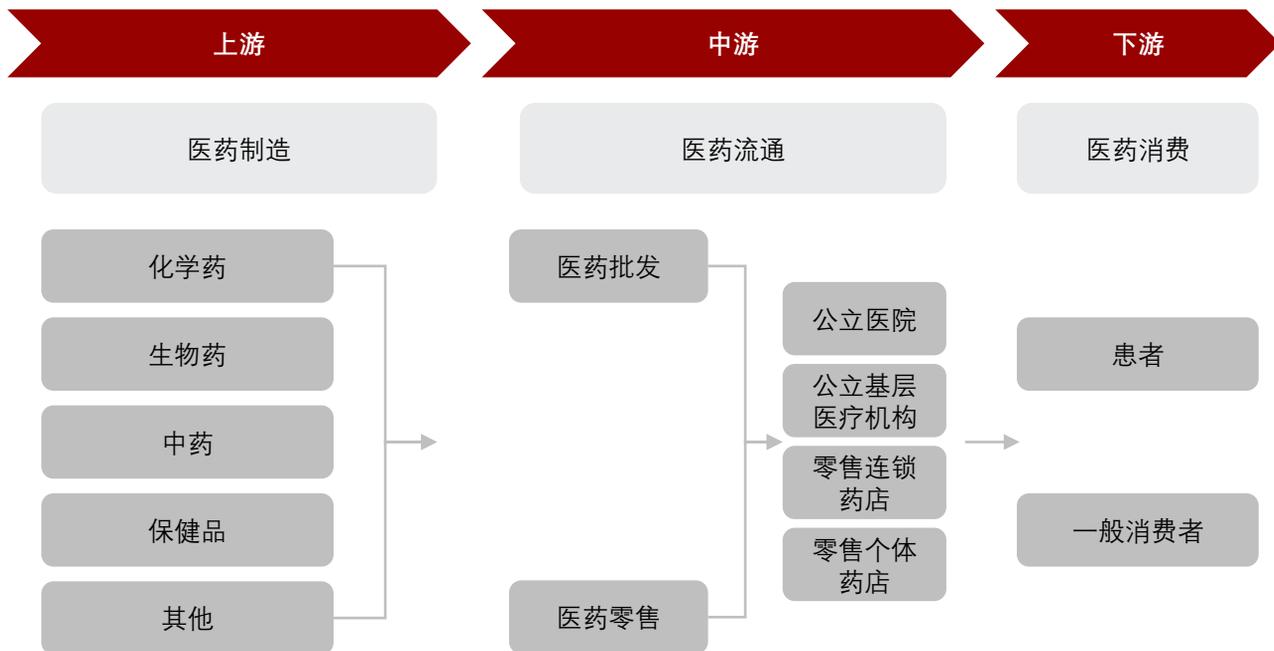
中国零售药店行业综述

- 定义
- 药店及销售额分布
- 销售渠道

中国零售药店行业综述——定义

零售药店位于医药产业链条的中游，承接医药研发、生产制造环节及药品分销与批发环节，是医药流通不可或缺的重要环节

医药产业链



零售药店行业是医药消费市场的重要场景

中国医药产业链主要包括医药制造、医药流通和医药消费环节。其中，医药流通环节可分为医药批发市场、医药零售市场两个部分，医药零售包括公立医院、公立基层医疗机构和零售药店，其中零售药店又可分为连锁药店和个体药店

上游医药制造商方面，中国药品制造企业数量众多，竞争较为充分，药品整体价格水平持续下降，生物、化学制药行业对技术水平要求较高，已经到了加速转型的关键节点。零售药店位于医药产业链条的中游，承接医药研发、生产制造环节及药品分销与批发环节，通过直销、医药电商及智慧药房等方式，向消费者销售药品及提供其他医药相关服务。医药零售行业的下游是广大的消费者，居民消费水平的提高、健康意识的增强以及老龄化的加深有利于医药流通行业的发展

零售药店具有不可替代性

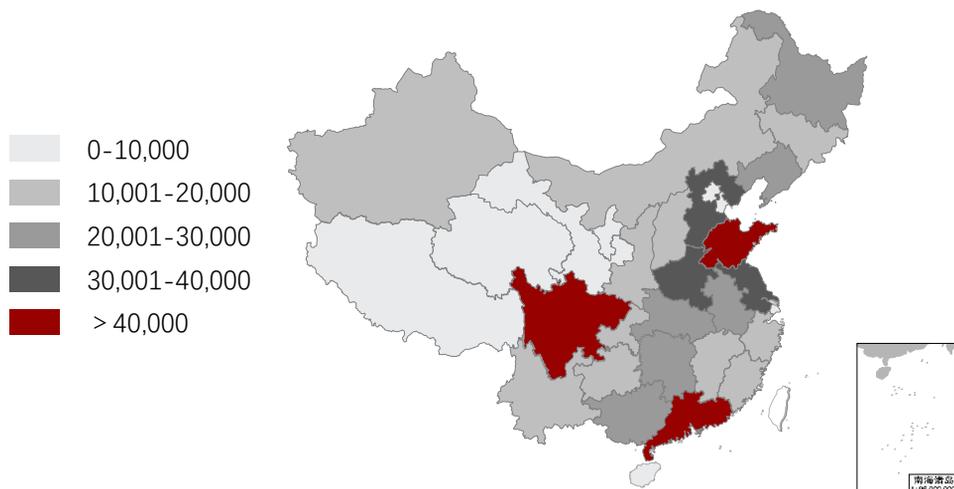
由于中国线下医保壁垒，医保属地化限制较难打通。此外，患者购药具有时效性，经调研有15.0%的患者是等候忍耐度较高，会选择在网上B2C平台进行囤货。另外85.0%的客户则需要及时用药，等待容忍度较低。因此，零售药店具有较大的不可替代性

来源：健之佳招股书，头豹研究院

中国零售药店行业综述——药店及销售额分布

全国零售连锁药店主要分布在广东、四川和山东等人口大省，其中在经济相对发达地区销售额占比较高

中国零售药店数量分布情况，2021年

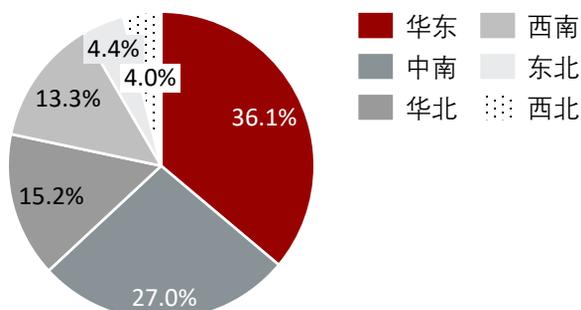


全国零售连锁药店主要分布在广东、四川和山东等人口大省

药店密度呈阶梯状分布，主要分布在广东、四川和山东等省份。2021年三省的零售要药店数目分别为55,283、47,821、44,962家。四川零售药店数目众多，连锁率89.3%，位居全国第二，但零售连锁药店平均门店的执业药师配置率为68.7%，远小于全国的99.6%；四川零售连锁药店平均服务人数为1,743人低于全国的2,408人，可以看出，四川省内零售药店竞争较为激烈

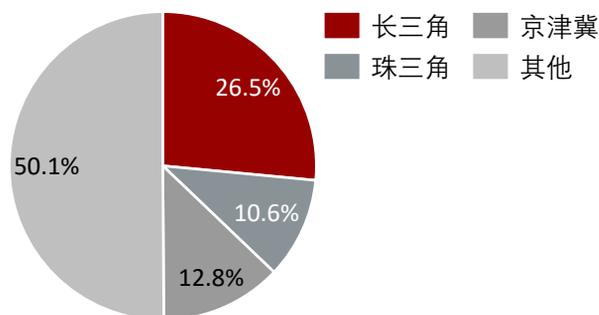
全国六大区域销售额占比情况，2020年

单位：[%]



全国三大经济区销售额占比情况，2020年

单位：[%]



华东和中南地区销售额占比较高，三大经济区销售额占比突出

从全国六大区域销售额占比看，2020年华东、中南、华北三大区域销售额占到全国销售总额的78.3%，同比上升0.1个百分点。其中，全国六大区域销售额占全国销售总额的比重分别为华东36.1%，中南27.0%，华北15.2%，西南13.3%，东北4.4%及西北4.0%。从全国三大经济区销售额占比看，2020年三大经济区药品销售额总计占全国销售总额的50%。其中，长江三角洲经济区26.5%，同比下降0.2个百分点；珠江三角洲经济区10.6%，同比上升0.4个百分点；京津冀经济区12.8%，同比下降0.7个百分点

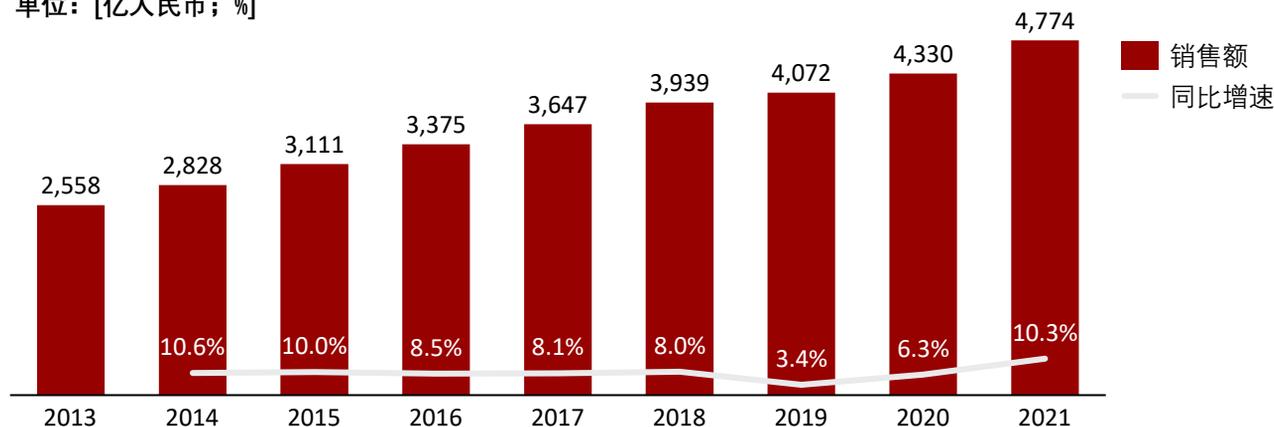
来源：中航证券，方正证券，头豹研究院

中国零售药店行业综述——销售渠道

2021年中国零售药店药品销售额同比增长10.3%至4,774亿人民币；在处方药外流加速推进的趋势下，药品零售渠道占比有望持续提升，零售药店发展空间可期

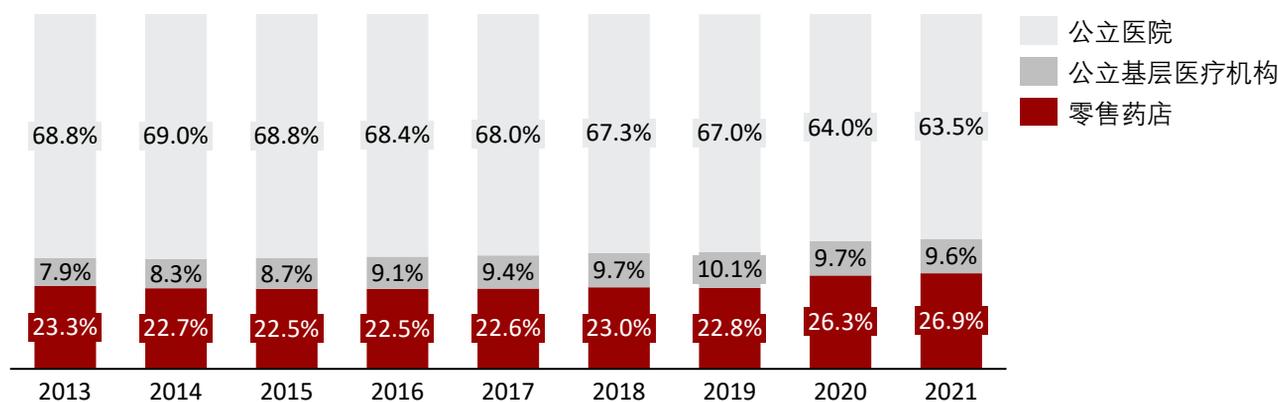
中国零售渠道药品销售额及同比增速，2013-2021年

单位：[亿人民币；%]



中国药品销售渠道占比情况，2013-2021年

单位：[%]



从药品终端渠道看，零售渠道增速高于整体增速

2021年，全国药品销售额为17,747亿人民币，行业整体增速为8.0%。分渠道看，零售药店药品终端销售额为4,774亿人民币，同比增长10.3%；公立医院药品终端销售额为11,278亿人民币，同比增长7.3%；公立基层医疗药品终端销售额为1,695亿人民币，同比增长6.3%

零售渠道终端占比持续提升，上行空间大

2021年药品零售渠道占比上升至26.9%，公立医院药品渠道占比下降至63.5%。受限制药占比、取消药品加成、控制辅助用药等一系列医改政策影响，在处方药外流加速推进的趋势下，药品零售渠道占比有望持续提升，有利于零售药店发展

来源：米内网，西南证券，头豹研究院

02

中国零售药房行业分析

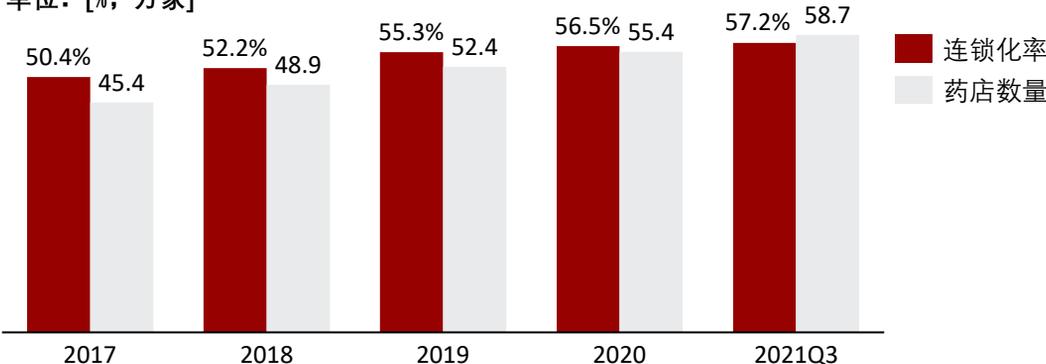
- 发展趋势
- 行业壁垒
- 竞争力
- 明星企业指南

中国零售药店行业分析——发展趋势（1/2）

相比于发达国家，中国零售药店连锁化低；在自上而下的政策引导药店连锁化背景下，连锁零售药店大有可为

中国零售药店连锁化率及数量，2017-2021Q3

单位：[%；万家]



中国零售药店连锁率提升空间大

截至2021Q3，全国共有零售药房58.7万家，连锁率约57.2%。总体来看，与发达国家相比，中国零售药店连锁率较低，2021年美国零售药店连锁率达到71.1%；而随着大型连锁药店的持续“内生增长+外延并购”，“十四五规划”提出到2025年，中国零售药店连锁率增至70.0%，且培育形成5-10家超500亿元的专业化、多元化药品零售连锁企业，中国零售药店连锁率提升空间大

中国零售药店行业连锁化相关政策，2021年

政策名称	颁发时间	颁布主体	主要内容
《关于优化医保领域便民服务的意见》	2021.07	医保局	优化医疗服务，参保群众可自主选择使用社保卡（含电子社保卡）、医保电子凭证就医购药。依托全国一体化政务服务平台，推动医保经办服务网上办理，实现“掌上办”“网上办”。积极推进“互联网+医疗服务”，按照线上线下公平的原则和医保支付政策，根据服务特点完善协议管理、结算流程，积极探索信息共享，实现处方流转、在线支付结算、送药上门一体化服务
《长期处方管理规范（试行）》	2021.08	医保局、卫健委	医师开具长期处方后，患者可以自主选择在医疗机构或者社会零售药店进行调剂取药。药师对长期处方进行审核，并对患者进行用药指导和用药教育，发放用药教育材料。基层医疗卫生机构不具备条件的，应当由医联体内上级医院的药师通过互联网远程进行处方审核或提供用药指导服务

处方外流政策促进零售药店连锁化

自上而下的政策都在引导药店连锁化，将来药品互联网销售、自助售药机的设置，有可能仅对连锁药店开放，单体药店不具备进入门槛。目前医保体系在医院和药店相对分离，导致处方流转在患者一极出现阻力，未来随着二者的统一管理以及医保与商保的互动，零售药店连锁化将迎来一波政策红利

来源：医保局、卫健委，西南证券，头豹研究院

中国零售药店行业分析——发展趋势 (2/2)

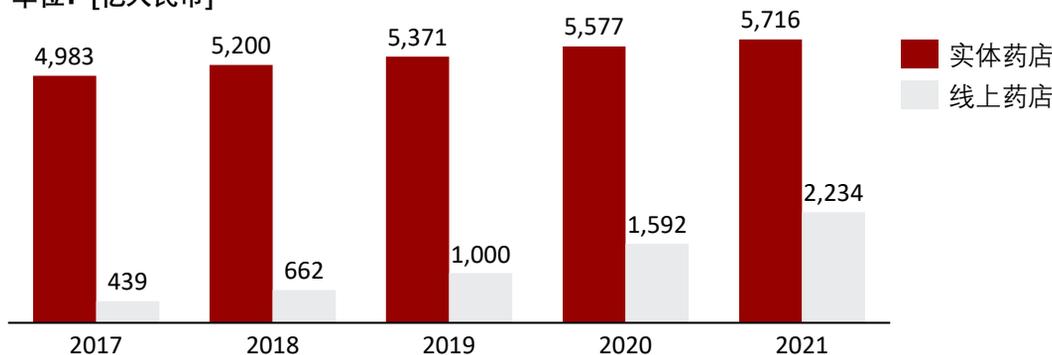
“互联网+”政策促使医药零售行业创新发展，药店迈入“新零售时代”，2017-2021年线上药店销售额复合增速为50.2%，线上渠道增长强劲

中国零售药店行业互联网+相关政策，2018-2022年

政策名称	颁发时间	颁布主体	主要内容
《关于促进“互联网+医疗健康”发展的意见》	2018.04	国务院	提出发展“互联网+”医疗服务，允许依托医疗机构发展互联网医院，允许在线开展部分常见病、慢性病复诊；探索医疗卫生机构处方信息与药品零售消费信息互联互通、实时共享，促进药品网络销售和医疗物流配送等规范发展
《关于推进新冠肺炎疫情防控期间开展“互联网+”医保服务的指导意见》	2020.02	医保局、卫健委	提出将符合条件的“互联网+”医疗服务费用纳入医保支付范围，经卫生健康行政部门批准设置互联网医院或批准开展互联网诊疗活动的医疗保障定点医疗机构，其为参保人员提供的常见病、慢性病“互联网+”复诊服务可纳入医保基金支付范围
《药品网络销售监督管理办法》	2022.08	市场监管总局	明确处方药网络销售管理。对处方药网络销售实行实名制，并按规定进行处方审核调配；规定处方药与非处方药应当区分展示，并明确在处方药销售主页面、首页面不得直接公开展示包装、标签等信息；通过处方审核前，不得展示说明书等信息

中国实体及线上药店销售额，2017-2021年

单位：[亿人民币]



“互联网+”政策促使医药零售行业创新发展

“互联网+药品流通”、“互联网+医保服务”等相关政策，将符合条件的“互联网+”医疗服务费用纳入医保支付范围，鼓励定点医疗机构提供“不见面”购药服务，网络售药医保支付问题开始进入探索实施阶段。在“互联网+”行动的推动下，医药零售行业进入转型升级的创新发展阶段

药店迈入“新零售时代”，线上渠道增长强劲

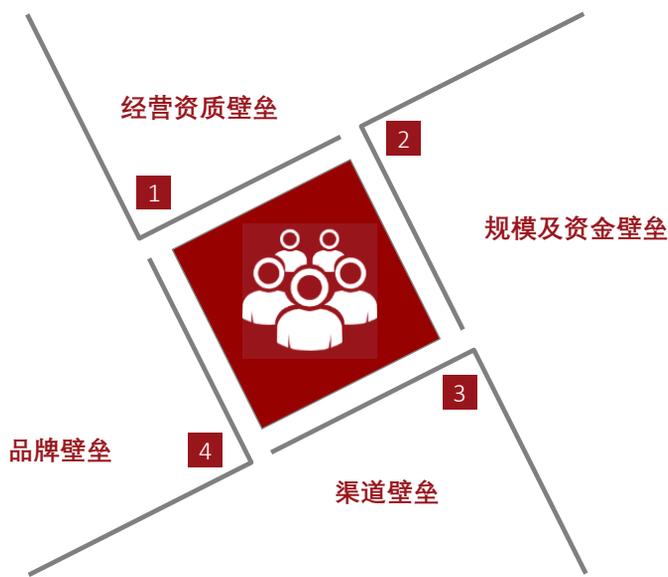
相较而言，2021年实体药店销售额增加2.5%，2017-2021年实体药店销售额CAGR为3.5%；而2017-2021年线上药店销售额CAGR为50.2%，其中2021年线上药店销售额为2,234亿人民币，同比增长40.4%，线上药店增长强劲

来源：国务院，医保局、卫健委，国家市场监督管理总局，西南证券，头豹研究院

中国零售药店行业分析——行业壁垒

经营资质、规模及资金、渠道以及品牌壁垒是中国零售药店市场进入者面临的主要壁垒

中国零售药店行业壁垒分析



经营资质、规模及资金、渠道以及品牌壁垒共同构建零售药店行业竞争壁垒

经营资质壁垒：由于医药产品密切关系到消费者的健康安全，中国采取药品经营准入制度，药品经营企业必须取得《药品经营许可证》和《药品经营质量管理规范认证证书》，因申请经营资质需满足诸多条件，获取相关经营资质已经成为进入医药零售行业的重要壁垒之一。此外，医保定点资格对零售药店的经营会产生一定的影响，拥有医保资格的门店一般更能吸引顾客

规模及资金壁垒：规模优势较强的零售连锁药店往往拥有较强的采购议价能力，有利于降低采购成本，提升盈利能力。而规模化的经营需要企业有强大的资金实力作支撑，连锁药店的统一管理对门店装修、布局有严格的统一标准，需要比一般单体药店投入更多的成本；连锁药店同时开业的门店数量众多，要占用庞大的资金规模

渠道壁垒：采购成本是影响零售药店连锁企业市场竞争力的关键。零售连锁药店与供应商保持长期稳定的合作关系，才能获得较好的合同条款并保障商品的正常供应

品牌壁垒：品牌是零售药店产品质量、服务质量、门店形象以及企业文化等综合因素形成的一种消费者认知。需要投入较大的人力、财力、物力才能与消费者建立长期信任，从而形成品牌认知

来源：漱玉平民招股书，头豹研究院

中国零售药店行业分析——竞争力

从经营效率、品牌以及盈利竞争力三个维度综合比较，大参林综合竞争力更为强劲

中国零售药店企业竞争力分析

	经营效率竞争力	品牌竞争力	盈利竞争力
大参林	深红色	深红色	深红色
益丰药房	浅红色	深红色	深红色
老百姓	浅红色	深红色	浅红色
一心堂	浅红色	浅红色	浅红色
健之佳	浅红色	浅红色	深红色
漱玉平民	浅红色	浅红色	浅红色

竞争力弱 竞争力强

备注：

- (1) 选取2022H1综合日坪效（元/平方米）作为药房直营门店经营竞争力比较指标；
- (2) 选取2022H1单店平均会员数量（人/店）作为药房品牌竞争力比较指标；
- (3) 选取2022H1毛利率（%）作为药房盈利竞争力比较指标

■ 从经营效率、品牌以及盈利竞争力三个维度分析，大参林综合竞争力更为强劲

从经营效率竞争力来看，截至2022H1，大参林综合日坪效约77元/m²，稍微领先于同行业其他连锁零售药店。大参林通过不断增强营销能力和优化门店结构，不断提升服务团队的专业性，其过硬的营销能力、专业的服务团队是提升经营效率的关键，短时间内难以被复制

从品牌竞争力来看，大参林的单店平均会员数量9,176人/店，位居首位（益丰药房8,069人/店、老百姓9,114人/店、一心堂3,671人/店、健之佳5,787人/店及漱玉平民5,724人/店）。对于零售药店来讲，品牌竞争力是吸引客流的重要因素，实行会员制，顾客粘性强。尽管六大零售药店均实行了会员制度，但大参林、老百姓的品牌竞争力明显高于业内参与者。而且会员制下，顾客忠诚度高，后进入市场的零售药店分客流难度大

从盈利竞争力来看，大参林、益丰药房盈利竞争力表现更为强劲。大参林和益丰药房的2022H1毛利率分别为39.5%、40.9%，高于同业竞争对手老百姓32.7%、一心堂34.7%、健之佳36.0%、漱玉平民29.6%。未来随着连锁化率的提升以及产品结构的优化等，头部零售药店盈利竞争力有望强者恒强

来源：头豹研究院

【头豹行企指南】中国零售药店行业明星企业

扩张速度是中国零售药店的增加核心动力，商业模式创新可为其提供新增量

中国零售药店明星企业指南及企业亮点提炼，2023年



企业名称

企业亮点

大参林

立足华南，布局全国，扩张节奏加快

益丰药房

精细化管理水平突出的药房龙头

老百姓

开启万店时代，深耕下沉市场

一心堂

新模式的探索者、践行者

健之佳

多元化布局的连锁药店新锐

漱玉平民

山东地区头部零售药店，区域深耕持续发力

■ 大参林——立足华南，布局全国，扩张节奏加快

截至2022H1，大参林总门店数达8,896家，其中华南地区三省收入占比高达73.4%。2020年大参林净增加1,264家门店、2021年净增加2,173家门店、2022H1净增加703家门店，大参林扩张节奏加快

■ 益丰药房——精细化管理水平突出的药房龙头

益丰药房引进了国际先进的信息管理系统(SAP/ERP)、物流管理系统(WMS)及仓库控制系统(WCS)，实现了业务、财务、人力资源一体化管理。自2017年以来毛利率在同业中处于优秀水平

■ 老百姓——开启万店时代，深耕下沉市场

截至2022H1，老百姓门店达10,009家，成为上市零售药店首家万店企业，且2022H1新开门店中地级市及以下门店占比89.0%

■ 一心堂——新模式的探索者、践行者

一心堂积极尝试商业保险、个护美妆、体彩等多创新业务，提升药店引流能力，颇有成效，2022H1商业保险业务及个护美妆业务收入均破亿

■ 健之佳——多元化布局的连锁药店新锐

健之佳构建了以药品销售为主、健康护理和便利品销售为辅，直营连锁药品门店实体零售为核心多元化生态圈，增长动力充沛

■ 漱玉平民——山东地区头部零售药店，区域深耕持续发力

漱玉平民是山东省第一家平价药房，其利用丰富的门店拓展经验和精细化运营管理优势实现山东省内市场的合理化布局

来源：各公司官网，头豹研究院

03

中国零售药店行业企业图谱

- 大参林
- 健之佳
- 益丰药房

中国零售药店行业企业图谱——大参林

大参林是华南地区连锁药店龙头，通过“自建+并购+加盟”三轮驱动方式进行全国化扩张

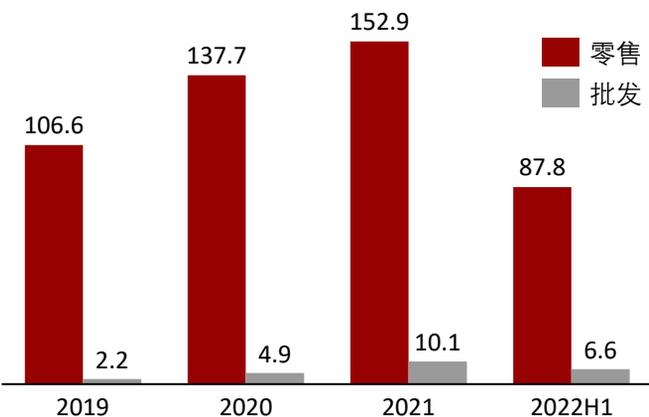


网址：www.dslyy.com

大参林是全国规模领先的大型医药零售企业，一直专注于中西成药、参茸滋补药材及中药饮片、保健品、医疗器械及其他商品的直营连锁零售业务，致力于为消费者提供优质实惠的健康产品和专业周到的服务，尤其在参茸滋补药材领域形成了自主品牌为主、覆盖高中低各档次产品、满足不同消费人群需求的业务特色。大参林旗下直营或参股门店遍布广东、广西、河南、江西、福建等国内多个省份，总销售全国排名前列

大参林业务收入情况，2019-2022H1

单位：[亿人民币]



医药零售是大参林的强势业务板块

从行业来看，大参林主要业务为医药零售业务，零售业务占比达93.1%，是大参林的强势业务板块。一方面大参林将通过持续新开门店、并购和新拓展加盟等方式，继续下沉已布局区域的二、三线市场，同步开拓重要区域的新市场；不断扩大零售渠道品牌规模以提升竞争力，以继续保持规模优势；另一方面，大参林也一直深化在批发行业中的发展，开发药品行业各层级领域的客户，重点分销总代理与自有品牌品种，配合流通品种的业务满足客户经营需求，深入布局大健康产业为经营层面的主营战略

大参林竞争优势

全国化战略，规模化优势

- 大参林已实现覆盖全国15个省份，以区域规模化和精细化的经营方针，持续下沉渗透华南地区，聚焦拓展长三角、东北地区及中部地区，巩固连锁品牌的区域壁垒优势，实现各区域连锁规模的经营效率稳步提升

完善的供应链体系

- 大参林制定严格的供应商管理体系，经过长期合作与评估，淘汰不合格供应商，供应链持续优化，截至2022年H1与近8,000家供应商建立稳定、共赢的合作关系，总SKU超过10万个

较高的品牌知名度及影响力

- 大参林深耕细作品牌形象，以优质平价商品、专业服务和承担社会责任融合并行，彰显品牌内涵和价值，“大参林”已成为“中国驰名商标”和“广东省著名商标”。截至2022年H1，大参林获得16个社会责任类及品牌价值类奖项

来源：公司官网，大参林2022半年报，头豹研究院

中国零售药店行业企业图谱——健之佳

健之佳的经营差异化，业态多元化助力其在零售连锁药店市场中可持续发展

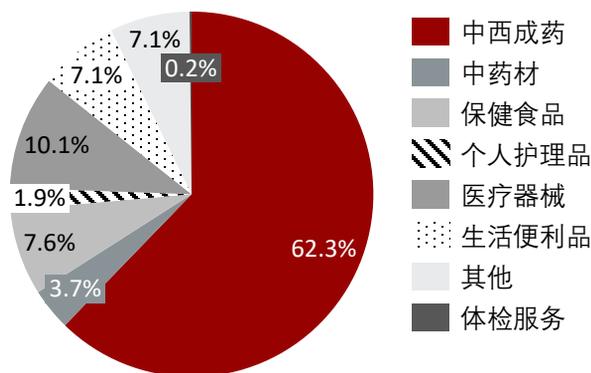


网址：www.jzj.cn

健之佳主要从事药品、保健食品、个人护理品、家庭健康用品、便利食品、日用消耗品等健康产品的连锁零售业务，并提供相关专业服务。健之佳专注扎根西南，依托较为完善的连锁零售网络和专业医药服务实力，构筑核心竞争优势，形成稳步走向全国的发展战略趋势，构建了以药品销售为主、健康护理和便利品销售为辅，直营连锁药品门店实体零售为核心，与电商经营有机结合的商业模式和多元化社区健康服务生态圈，成为具有较强区域竞争实力的全国性知名健康连锁零售企业

健之佳业务结构情况，2022H1

单位：[%]



健之佳业态多元化，经营差异化

从健之佳业务结构上看，中西成药是健之佳的最大收入来源，2022H1营业收入占比为62.3%，且中西成药毛利率一直维持在30%左右，较为稳定。健之佳差异化营销，深度挖掘年轻顾客群体对于健康美丽的需求，个人护理品及医疗器械品类中，综合毛利较高的功效性护肤产品的销售收入持续增长

健之佳竞争优势

多元化的店型和业务结构

- 健之佳开立了便利店、中医诊所、社区诊所、体检中心等店型，逐步探索“药店+便利店”和“药店+诊所”的模式。健之佳定位于“品质+时尚+快捷”，是其长期关注学习美日同行模式，区别于多数零售药店的重要经营特点

全渠道的营销平台

- 健之佳坚持打造自有团队开展线上业务运营，线下线上相互学习借鉴、优势互补，线下实体店强大的商品力、服务力、专业力优势成为线上业务的有力后盾，佳E购、O2O等线上渠道为门店服务赋能，全渠道服务快速发展

完善的人才培养体系

- 健之佳不断完善人才梯队建设、人才结构化培训体系，旨在建立管理团队职责明确、管理经验丰富的团队。健之佳中、高层管理者已积累了丰富的经营管理经验，可有效确保公司的经营方针和发展战略符合国家、市场和公司情况

来源：公司官网，健之佳2022半年报，头豹研究院

中国零售药店行业企业图谱——益丰药房

益丰药房聚焦区域，稳健扩张，数字化精细化管理水平为益丰药房实现降本增效

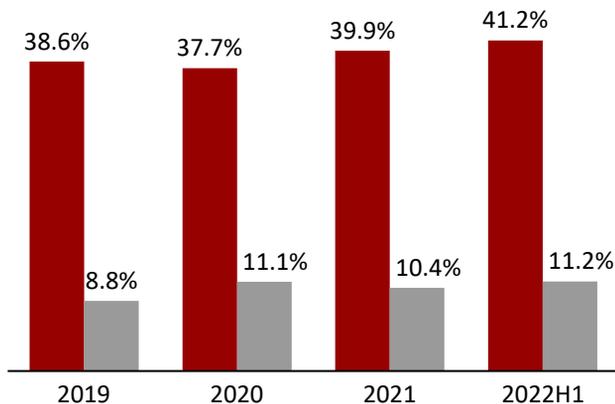


网址：www.yfdyf.cn

益丰药房是国内区域领先的大型医药零售连锁企业，其引进了国际先进的信息管理系统(SAP/ERP)、物流管理系统(WMS)、仓库控制系统(WCS)，实现了业务、财务、人力资源一体化管理，并建成了行业内自动化、信息化程度数一数二的大型现代医药物流中心。益丰药房积极开拓多元化经营大健康药房新业态，从药品向保健品、健康食品、个人护理、母婴产品等健康关联的商品延伸

益丰药房业务毛利率情况，2019-2022H1

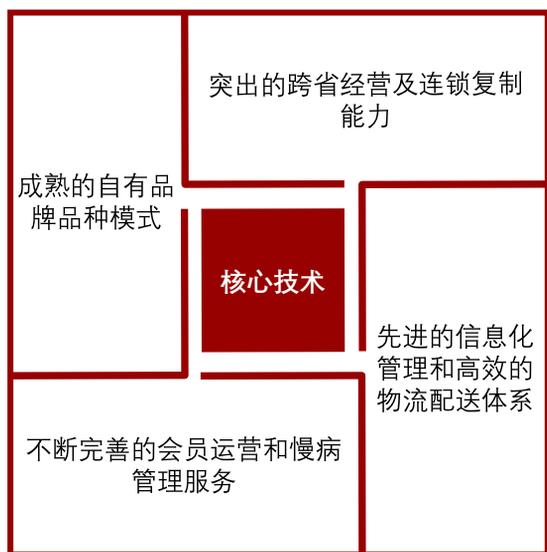
单位：[%]



■ 零售 ■ 供应链优势和数字化精细化运营体系为益丰药房实现降本增效

益丰药房以药品零售业务为主，2022H1药品零售业务收入79.7人民币，占比达87.8%，零售业务毛利率为41.2%，较去年同期提升1.0%，主要原因是益丰药房建立了六大核心运营系统，包括新店拓展、门店营运、商品管理、信息服务、顾客满意、绩效考核等，实现降本增效

益丰药房竞争优势



■ 突出的跨省经营及连锁复制能力

益丰药房快速高效的连锁复制和行业整合能力，使公司门店网络日益成熟，行业竞争优势持续提升

■ 先进的信息化管理和高效的物流配送体系

益丰药房以数据透明化指导仓库明确改善节点，完善物流线数字化框架体系，提高仓库运营效率

■ 不断完善的会员运营和慢病管理服务

益丰药房以会员生命周期为主线，迭代精细化会员标签、成长值等级等方式进行会员管理，打造会员个性化的服务体系

■ 成熟的自有品牌品种模式

通过为顾客提供质量可靠、疗效确切、性价比高且渠道可控的商品精品，与同行形成商品竞争壁垒，实现差异化竞争

来源：公司官网，益丰药房2022半年报，头豹研究院

方法论

- ◆ 头豹研究院布局中国市场，深入研究19大行业，持续跟踪532个垂直行业的市场变化，已沉淀超过100万行业研究价值数据元素，完成超过1万个独立的研究咨询项目。
- ◆ 头豹研究院依托中国活跃的经济环境，研究内容覆盖整个行业发展周期，伴随着行业内企业的创立，发展，扩张，到企业上市及上市后的成熟期，头豹各行业研究员积极探索和评估行业中多变的产业模式，企业的商业模式和运营模式，以专业视野解读行业的沿革。
- ◆ 头豹研究院融合传统与新型的研究方法论，采用自主研发算法，结合行业交叉大数据，通过多元化调研方法，挖掘定量数据背后根因，剖析定性内容背后的逻辑，客观真实地阐述行业现状，前瞻性地预测行业未来发展趋势，在研究院的每一份研究报告中，完整地呈现行业的过去，现在和未来。
- ◆ 头豹研究院密切关注行业发展最新动向，报告内容及数据会随着行业发展、技术革新、竞争格局变化、政策法规颁布、市场调研深入，保持不断更新与优化。
- ◆ 头豹研究院秉承匠心研究，砥砺前行的宗旨，以战略发展的视角分析行业，从执行落地的层面阐述观点，为每一位读者提供有深度有价值的研究报告。

法律声明

- ◆ 本报告著作权归头豹所有，未经书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复刻、发表或引用。若征得头豹同意进行引用、刊发的，需在允许的范围内使用，并注明出处为“头豹研究院”，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节或修改。
- ◆ 本报告分析师具有专业研究能力，保证报告数据均来自合法合规渠道，观点产出及数据分析基于分析师对行业的客观理解，本报告不受任何第三方授意或影响。
- ◆ 本报告所涉及的观点或信息仅供参考，不构成任何证券或基金投资建议。本报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发放，概不构成任何广告或证券研究报告。在法律许可的情况下，头豹可能会为报告中提及的企业提供或争取提供投融资或咨询等相关服务。
- ◆ 本报告的部分信息来源于公开资料，头豹对该等信息的准确性、完整性或可靠性不做任何保证。本报告所载的资料、意见及推测仅反映头豹于发布本报告当日的判断，过往报告中的描述不应作为日后的表现依据。在不同时期，头豹可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告或文章。头豹均不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，头豹对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，读者应当自行关注相应的更新或修改。任何机构或个人应对其利用本报告的数据、分析、研究、部分或者全部内容所进行的一切活动负责并承担该等活动所导致的任何损失或伤害。

更多精彩研报 正在进行中

若您期待看到完整版报告或报告课题有独到见解，头豹欢迎您加入到此篇报告的研究中。相关咨询，欢迎联系头豹研究院医疗行业研究团队。

邮箱：

lamber.hao@frostchina.com

欲了解更多医疗领域系列课题，登陆头豹研究院官网 www.leadleo.com 搜索查阅：



2022年中国中成药行业概览未来五十年展望：
肿瘤及罕见病治疗的发展策略



医美产业链系列之2022年中国玻尿酸行业概览：
掘金赛道，市场潜力无限



行业概览：2022年中美IVD(体外诊断)行业对比，
国产替代路在何方？



2022年中国再生医学行业概览：中国再生医学、
正海生物、诺普医学搭乘上“永生”行驶船舶



2022年中国减重药行业概览：从强效降糖药到
神奇减重药



医美产业链系列之2022年中国肉毒素行业概览：
爱美客，四环生物，兰州生物纷纷布局与玻尿酸
并驾齐驱的掘金赛道

头豹研究院简介

- ◆ 头豹是中国领先的原创行企研究内容平台和新型企业服务提供商。围绕“协助企业加速资本价值的挖掘、提升、传播”这一核心目标，头豹打造了一系列产品及解决方案，包括：**报告/数据库服务、行企研报定制服务、微估值及微尽调自动化产品、财务顾问服务、PR及IR服务**，以及其他以企业为基础，利用大数据、区块链和人工智能等技术，围绕产业焦点、热点问题，基于丰富案例和海量数据，通过开放合作的增长咨询服务等
- ◆ 头豹致力于以优质商业资源共享研究平台，汇集各界智慧，推动产业健康、有序、可持续发展



备注：数据截止2022.6

四大核心服务

企业服务

为企业提供定制化报告服务、管理咨询、战略调整等服务

云研究院服务

提供行业分析师外派驻场服务，平台数据库、报告库及内部研究团队提供技术支持服务

行业排名、展会宣传

行业峰会策划、奖项评选、行业白皮书等服务

园区规划、产业规划

地方产业规划，园区企业孵化服务

报告阅读渠道

头豹官网 —— www.leadleo.com 阅读更多报告

头豹APP/小程序 —— 搜索“头豹”手机可便捷阅读研报

头豹交流群 —— 可添加企业微信13080197867，身份认证后邀您进群

详情咨询



客服电话

400-072-5588



上海

王先生：13611634866

李女士：13061967127



深圳

李先生：13080197867

李女士：18049912451



南京

杨先生：13120628075

唐先生：18014813521

侠说

让读报
成为一种习惯

培养格局 增大视野

报告来了



《侠说》公众号



《方案鸭》公众号



太侠微信号

报告来了：www.guotaixiacom

方案鸭：www.duckppt.com