

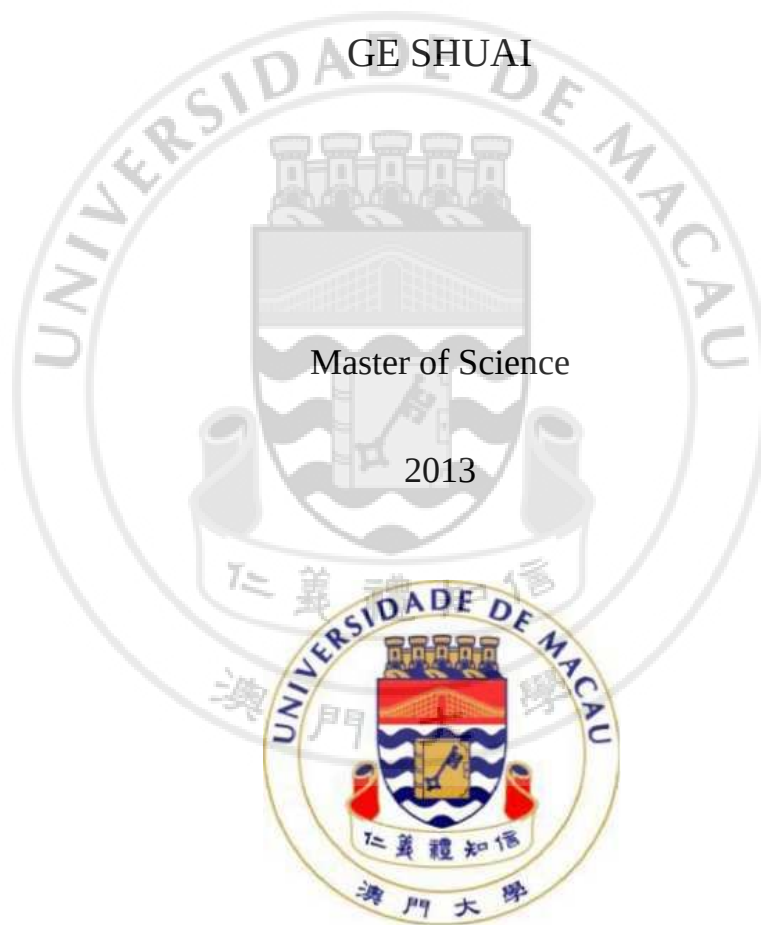
Retail Pharmacy Market Analysis of Proprietary Chinese
Medicine in China

by

GE SHUAI

Master of Science

2013



Institute of Chinese Medical Sciences

University of Macau

Retail Pharmacy Market Analysis of Proprietary Chinese Medicine in China

By

GE SHUAI

A thesis submitted in partial fulfillment of the
requirements for the degree of

Master of Science

Institute of Chinese Medical Sciences

University of Macau

2013

Approved by

Supervisor

Date

硕士学位论文

中国中成药的零售药店市场分析

研究生姓名：葛 帅

导师：王一涛 教授

专业：医药管理

日期：2013 年 7 月



澳门大学中华医药研究院

原创性声明

本人声明：所呈交的学位论文，是本人在导师的指导下，独立进行研究所取得的成果。除文中已经注明引用的内容外，本论文不包含任何其他个人或团体已经发表或撰写过的科研成果。对本文的研究做出重要贡献的个人和集体，均已在文中以明确方式标明。本人完全意识到本声明的法律责任由本人承担。

论文作者签名：_____ 日期：_____

关于学位论文用户许可证的声明

本人完全了解澳门大学有关保留、使用学位论文的规定，同意学校保留或向政府有关部门或机构送交论文的复印件和电子版，允许论文被查阅和借阅；本人授权澳门大学可以将本学位论文的全部或部分内容编入有关数据库进行检索，可以采用影印、缩印或其他复制手段保存论文和汇编本学位论文。

（保密论文在解密后应遵守此规定）

论文作者签名：_____ 导师签名：_____ 日期：_____

致 谢

时光冉冉，岁月如梭，转眼间在澳门大学的两年研究生生活即将结束，时间过的很快，而我的收获也很多。这两年的研究时光是快乐的，珍贵的，也是难忘的。

感谢我的导师王一涛教授，他是我非常尊敬的人。我十分感激他对我关心和照顾。本研究，从选题、资料收集，到论文的撰写，导师一直都十分关注，并给予悉心的指导，花费了导师很多的精力和时间，每一次谈话我都受益匪浅，也正是由于这样耐心的教育使得我成长了许多，不仅懂得了如何进行学术研究，更学会了许多做人做事的道理。导师的学术素养和人格魅力都将影响我的一生。再次感谢我的导师，致以最真诚的敬意和祝福！

感谢卞鹰博士、胡豪博士、郑力仁博士、梁少伟博士、胡元佳博士、陈修平博士、郑颖博士等学院诸位老师给予我的关心、帮助和指导，正是各位老师的谆谆教诲使得我能够顺利完成在澳门大学的学业。

感谢马志桥、石韵臻、于小文、陈莹、郭杨、郭庆华、符永钰、张修茜、朱双、朱红梅、张乐祈、林萧竹、劳耀光、丁仁博、黄艳娟、雷海鹏等同学；还有各位师兄师姐和师弟师妹们；感谢高亮、高萌、金威、周夏等朋友，感谢他们在本次论文创作中支持我研究工作的开展，给予我许多鼓励和帮助。

同时还要非常感谢给予我帮助和关心的家人和朋友们，特别是我的爸爸妈妈，感谢他们对我的无限支持和鼓励，正是他们的支持和鼓励让我能够一直努力向前，始终坚持自己的理想！

葛帅

二零一三年七月

ABSTRACT

Chinese medicine is one of China's national treasures, traditional Chinese medicine is playing an important role in saving people's lives and protecting people's health in the past several thousand years, especially for the proprietary Chinese medicine, which was an integral part of modern pharmaceutical market in China, and it has a unique advantage in the treatment of many diseases. In recent years, the Chinese government pays attention to the traditional Chinese medicine industry as a major strategic industry to develop, but the development of the industry is not clear and the research of the retail terminal market of the Proprietary Chinese medicine is rare at present. So it is necessary and interesting to analysis the situation of the retail terminal market, especially the size of the market, the sale and use condition. Through the study, we hope to give some advises to the development of Proprietary Chinese medicine retail terminal market.

In the research, we find out that the structure of the retail industry of the traditional Chinese medicine need to improve. Moreover, according to the results of the questionnaire and data analysis, one the one hand, in medical institutions, the best selling kind of proprietary Chinese medicine are drugs of cardiovascular and cerebrovascular diseases, neoplastic disease, and respiratory system diseases, and the main form of sales are prescription drugs. In addition, all of these diseases are serious diseases, and it is very difficult to cure. On the other hand, the cold medication, respiratory system drugs, digestive system drugs, gynecological drugs, “*Bu Yi Yang Sheng*” drugs, “*Qing Re JieDu*” drugs are best sold in retail pharmacy market in Shanghai and Guangzhou, Which are most used to treat mild disease or health care, and the best selling variables are famous brand. In the result, consumers are more care

about the basic properties of the medicine itself than the commercial properties, especially the safety, efficacy and expiry date are second. It is not obviously that they are focus the price and brand of medicine.

Finally, the research puts forward some suggestions which mainly around the safety of the medicine, new research, cost control and strengthen the propaganda for the development of traditional Chinese medicine retail industry. For proprietary Chinese medicine retail pharmacies, it is important to strengthen the connection with the production enterprise, improve the efficiency of management and service quality to make the new product portfolio to cater consumers' tastes.

Key words: Proprietary Chinese Medicine; Retail Pharmacy Market; Data Analysis; Questionnaire



摘 要

中医药是中国的“国粹”与“瑰宝”，中成药更是现代药品市场上不可或缺的重要组成部分，在许多疾病的治疗领域都具有独特的优势。近年来中国政府也十分重视发展中医药产业，并将中医药产业作为重大战略产业来发展。而中成药疗程长、见效慢等特性又决定了其将来要偏向零售市场(零售药店)发展的趋势，因此，零售药店作为中成药进入市场的最主要环节更应当受到重视。但目前对于中成药零售药店市场的研究还不多见，该产业发展的现状还不明确。如果对中国成药的零售市场现状认识不清，那么无论是对于零售药店还是医药厂商而言，都很难做到有的放矢，进而会影响到中成药零售市场的未来发展。因此，十分有必要对中成药零售药店市场的发展现状进行研究。本研究将关注的重点定位于中成药的零售药店市场，并通过数据分析和问卷调查相结合的方法，探究药品零售市场的市场规模和发展现状、零售药店市场中成药的主要销售品类以及消费者在零售药店选购中成药的主要关注因素等，最终可以为中成药零售市场的发展提供建议。

本研究发现中国药品零售行业发展状况不容乐观，急需改善目前的产业结构。通过分析发现，无论是中成药销售的零售药店市场还是医疗机构市场，其市场规模都是十分巨大的，而且销售规模还在逐年扩大。另外，研究还发现，医疗机构市场销售的中成药的主要类别为心脑血管疾病用药、肿瘤疾病用药以及呼吸系统疾病用药等重大疾病和难治性疾病的用药，并且这些类别中成药的主要销售品种也以处方药为主；而在零售药店市场中，销售的中成药的主要类别为感冒用药、呼吸系统用药、消化系统用药、妇科用药、补益养生类药和清热解毒药等轻症和养生保健等方面的药品，其中比较畅销的品种多为知名品牌的非处方药(OTC)。在对消费者购买中成药时的关注因素的调查结果中发现，消费者对药品本身的基本属性的关注程度非常高，其中对药品安全性的关注程度最高，其次是药品的疗效和有效期等；相对应的，消费者对药品的商业属性的关注程度相对较低，其中

消费者比较关注药品价格和药品品牌，但关注程度没有预想的高。

最后本研究为药品（中成药）零售企业以及中成药的生产企业分别提出了几点发展建议，希望能对中成药零售市场的发展有所帮助和促进。对中成药生产企业的发展建议主要是围绕着药品的安全性、新药研发、成本控制以及加强宣传等方面进行的；对中成药零售药店而言，最重要的是加强与生产企业的联系，突破原有的经营模式，加强营销模式、经营模式以及服务方式等多个方面的创新能力。另外，消费者逐渐倾向于购买健康产品、保健品和药妆等药品以外的其他商品，对中成药产业而言，积极开发迎合消费者口味的多元化的新产品（产品组合等）也是必不可少的。

关键词： 中成药；零售药店市场；数据分析；问卷调查



目录

第一章	导言	1
1.1	研究背景	1
1.1.1	中医药（中成药）的特色及其优势	1
1.1.2	中成药产业发展现状	2
1.1.3	药品零售市场的主要组成	4
1.1.4	中国药品零售市场 SCP 范式分析	6
1.2	提出研究问题	16
第二章	中成药零售市场的数据分析	18
2.1	中成药销售的医疗机构市场分析	18
2.1.1	中国药品医疗机构市场概况	18
2.1.2	医疗机构市场分析的研究方法	19
2.1.3	医疗机构市场分析的主要发现	20
2.1.4	医疗机构市场中成药和化学药的销售情况对比	30
2.2	中成药销售的零售药店市场分析	31
2.2.1	中国药品零售药店市场概况	31
2.2.2	零售药店市场分析的研究方法	31
2.2.3	零售药店市场分析的主要发现	33
2.2.4	零售药店市场中成药和化学药的销售情况对比	49
2.3	中成药零售市场的数据分析总结	50
第三章	中成药零售药店市场的问卷调查分析	51
3.1	问卷调查背景分析	51
3.2	文献回顾	51
3.2.1	零售药店开展的中医药销售活动及其影响因素	51
3.2.2	消费者购药行为分析	53
3.3	研究方法	56
3.3.1	研究目的	56
3.3.2	调查对象	56
3.3.3	调查问卷设计	57
3.4	问卷调查结果	58

3.4.1 药店基本情况.....	58
3.4.2 中成药销售概况.....	59
3.4.3 消费者选购中成药的关注因素.....	65
3.5 问卷调查总结	69
第四章 总结	71
4.1 研究总结	71
4.2 对中国药品（中成药）零售行业发展的建议	74
4.3 研究缺陷与未来研究方向	76
参考文献.....	77
攻读学位期间发表文章.....	85



文中图示

图 1-1	2002-2011 年中成药工业总产值及增幅	3
图 1-2	中国零售药店总数及增长率	8
图 1-3	中国连锁门店数（家）及增长率	8
图 1-4	中国单体药店与连锁药店占比	9
图 2-1	2006-2011 年中国药品医疗机构市场规模	23
图 2-2	2006-2011 年医疗机构市场中成药的销售额	24
图 2-3	2001-2011 年中国药品零售药店市场规模	33
图 2-4	2006-2011 年药品零售药店市场中成药的销售额	35
图 2-5	中国药品零售市场品类结构变化	49
图 3-1	药店营业面积分布比例	58
图 3-2	药房平均每日购药人次分布比例	59
图 3-3	中成药销售额占药品收入的比例分布	61
图 3-4	零售药店销售中成药的主要类别	63
图 3-5	消费者选购中成药的关注因素分布比例（药品基本属性）	67
图 3-6	消费者选购中成药的关注因素分布比例（药品商业属性）	68

文中列表

表 1-1	2002-2011 年中成药工业总产值及增幅	3
表 1-2	2007-2011 年中国药品零售市场情况	4
表 1-3	2011 年中国连锁药店销售额前 10 位排行榜	10
表 2-1	中国卫生机构及床位数	21
表 2-2	2006-2011 年中国药品医疗机构市场规模	22
表 2-3	2006-2011 年医疗机构市场中成药的销售额	23
表 2-4	2005-2011 年中国医疗机构市场中成药各大类药品市场份额	25
表 2-5	2011 年医疗机构市场心脑血管中成药销售额 TOP10 品种份额	26
表 2-6	2011 年医疗机构市场肿瘤中成药销售额 TOP10 品种份额	27
表 2-7	2011 年医疗机构市场呼吸系统中成药销售额 TOP10 品种份额	28
表 2-8	2011 年医疗机构市场骨骼肌肉系统中成药销售额 TOP10 品种份额	29
表 2-9	2011 年医疗机构市场消化系统中成药销售额 TOP10 品种份额	30
表 2-10	医疗机构市场中成药和化学药的销售额对比	30
表 2-11	2001-2011 年中国药品零售药店市场规模	33
表 2-12	2006-2011 年药品零售药店市场中成药的销售额	34
表 2-13	2011 年零售药店市场感冒用药前 10 品牌排名	36
表 2-14	2011 年零售药店市场抗生素前 10 品牌排名	36
表 2-15	2011 年零售药店市场维生素前 10 品牌排名	37
表 2-16	2011 年零售药店市场胃肠用药前 10 品牌排名	38
表 2-17	2011 年零售药店市场心脑血管用药前 10 品牌排名	39
表 2-18	2011 年零售药店市场止咳化痰用药前 10 品牌排名	40
表 2-19	2011 年零售药店市场皮肤用药前 10 品牌排名	40
表 2-20	2011 年零售药店市场降压用药前 10 品牌排名	41

表 2-21	2011 年零售药店市场妇科用药前 10 品牌排名	42
表 2-22	2011 年零售药店市场咽喉用药前 10 品牌排名	43
表 2-23	零售药店市场中成药主要类别月度排名（2011.7-2012.7）	44
表 3-1	访谈数量统计表	57
表 3-2	各药品类别销售收入占比情况	60
表 3-3	零售药店销售中成药的主要类别	62
表 3-4	六个主要类别的中成药的畅销品种	63
表 3-5	感冒药畅销品种概况	65
表 3-6	消费者选购中成药的关注因素的分布比例	66

