

|  |
| --- |
|  |

（2022年第9期） 2022年9月25日

**1.重磅发布！全面解读药品流通领域！**

**2. 重磅！湖北牵头全国中成药联盟集采来了！**

**3. 六大上市连锁2022半年业绩比拼**

**4.漱玉平民大药房的新业态、新布局、新战略**

**5.【重磅】O2O成零售药店增长源动力，2030年将占整体市场规模32.1%**

**目录**

**（9月第9期）**

2022.9 .25

**总 编 朱卫东副总编 杨亚南 责任编辑车成刚**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **信息01** | **重磅发布！全面解读药品流通领域！** | | |
| **发布时间** | 2022-9-12 | **信息来源** | 药闻康策 |
| **信息提供** | 运营管理部 | **信息确认** | 车成刚 |
| **确认结果** | 来源：药闻康策 | | |
| **关键词** | 药品流通、销售规模、药店、医药电商。 | | |
| **内容概要** | 近日，商务部发布《2021年药品流通行业运行统计分析报告》。总体来看，全国药品流通市场销售规模稳步增长，增速逐渐恢复至疫情前水平。  1、药店数量创新高；  2、连锁药店集中度稳步提升；  3、医药流通龙头迈入5000亿俱乐部；  4、医药电商发展迅速。 附件1: 重磅发布！全面解读药品流通领域！ | | |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **信息02** | **重磅！湖北牵头全国中成药联盟集采来了！** | | | | |
| **发布时间** | 2022-9-10 | | **信息来源** | 药闻康策 | |
| **信息提供** | 运营管理部 | | **信息确认** | 车成刚 | |
| **确认结果** | 来源：药闻康策 | | | | |
| **关键词** | 中成药，联盟采购，采购目录。 | | | | |
| **内容概要** | 9月9日，湖北省医药价格和招标采购管理服务网发布《全国中成药联盟采购公告 （2022年第1号）》，29个省市代表组成全国中成药联合采购办公室，在国家医疗保障局指导下，代表上述地区相关医药机构开展中成药及相关药品集中带量采购。  据悉，此次全国中成药集采联盟延续了首批中成药集采理念，按照“临床使用量大、采购金额高”的原则，形成了包含42个药品的16个采购组，预估涉及市场金额超过100亿元。（附采购目录）  附件2：重磅！湖北牵头全国中成药联盟集采来了！ | | | | |
| **信息03** | **六大上市连锁2022半年业绩比拼** | | | | |
| **发布时间** | 2022-8-31 | **信息来源** | | 谷丰观点 | |
| **信息提供** | 运营管理部 | **信息确认** | | 车成刚 | |
| **确认结果** | 来源：谷丰观点 | | | | |
| **关键词** | 上市连锁，营收增长，门店，会员，线上，品牌。 | | | | |
| **内容概要** | 六大民营上市连锁半年报披露完毕，从财务数据看，营收持续增长，线下渠道坚挺，线上渠道增速持续拔高。   1. 营收：漱玉平民营收同比增长最快； 2. 门店数：老百姓破万，益丰、一心堂破万可期； 3. 会员数量：6000万俱乐部又有新成员； 4. 线上渠道：益丰营收、增长均最多； 5. 自有品牌：中药板块齐发力。   附件3：六大上市连锁2022半年业绩比拼 | | | | |
| **信息04** | **漱玉平民大药房的新业态、新布局、新战略** | | | |
| **发布时间** | 2022-9-27 | **信息来源** | | 中国药店 |
| **信息提供** | 运营管理部 | **信息确认** | | 车成刚 |
| **确认结果** | 来源：中国药店 | | | |
| **关键词 药政重点 二票制** | 零售行业、漱玉平民、创新。 | | | |
| **内容概要** | 近年来，全国药品零售行业的各家企业都在持续不断地扩展规模、改进经营、完善流程、提高效率、进阶管理。创新的战略、创新的模式、创新的打法、创新的合作、创新的服务等层出不穷地涌现，既提升了相关企业的竞争力，也抬高了行业发展水平的基准线。漱玉平民大药房连锁股份有限公司探索“新业态、新布局、新战略”的脚步从未停止。  1、精细化管理和稳步扩张；  2、多触点营销；  3、聚焦DTP专业药房；  4、开启全新品牌IP形象；  5、完善物流园和物流体系。  附件4：漱玉平民大药房的新业态、新布局、新战略 | | | |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **信息05** | 【重磅】O2O成零售药店增长源动力，2030年将占整体市场规模32.1% | | |
| **发布时间** | 2022-9-8 | **信息来源** | 米内网 |
| **信息提供** | 运营管理部 | **信息确认** | 车成刚 |
| **确认结果** | 来源：米内网 | | |
| **关键词** | 数字化、零售、O2O、规模。 | | |
| **内容概要** | 在数字化大潮下，全渠道布局成为众多零售药店的共识，较早布局O2O的上市企业，近两年O2O的销售额增长翻倍。米内网认为，零售药店O2O主要以药品为主，与网上药店的品类结构差异较大，预计2030年零售药店O2O药品规模将追平或赶超B2C网上药店药品规模。  1、O2O成药店线上化的主流方式，预计2030年占整体市场规模32.1% ；   1. O2O业态更加服务实体，预计2030年赶超B2C药品规模； 2. O2O成零售药店增长源动力，近三年部分上市公司O2O销售额翻倍；   4、数字化成零售药店竞争关键，第三方平台助力药店O2O业务升级。  附件5: 【重磅】O2O成零售药店增长源动力，2030年将占整体市场规模32.1% | | |

**附件1**

# 重磅发布！全面解读药品流通领域！

[药闻康策](javascript:void(0);) 2022-09-12 00:00 发表于福建

近日，商务部发布《2021年药品流通行业运行统计分析报告》。总体来看，全国药品流通市场销售规模稳步增长，增速逐渐恢复至疫情前水平。

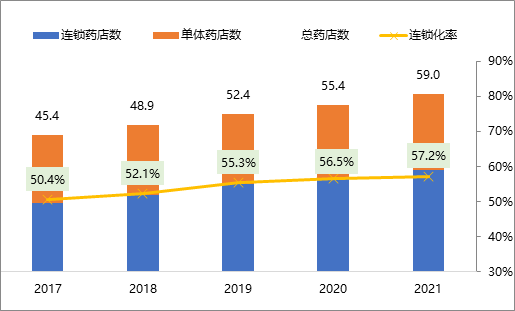
统计显示，全国七大类医药商品销售总额26,064亿元，扣除不可比因素同比增长8.5%。其中，药品零售市场销售额为5,449亿元，扣除不可比因素同比增长7.4%。药品批发市场销售额为20,615 亿元，扣除不可比因素同比增长8.65%

**01**

**药店数量创新高**

**连锁化率提升至57.2%**

截至2021 年底，全国零售药店共59万家，**连锁化率提升至57.2%。**其中，零售连锁总部6,596家、下辖门店33.74万家，零售单体药店25.23 万家。值得注意的是，**连锁药店从2017年的22.9万家增加到2021年的33.7万家，年复合增长率达10.2%，同期单体药店年复合增长率仅为2.9%。**

图1：2017-2021年全国药店总数（万家）及连锁化率

数据来源：商务部、药监局、中康产业研究中心整理

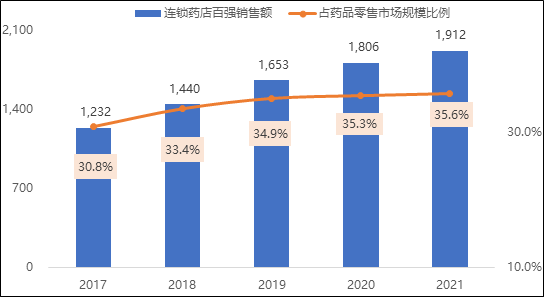
**02**

**连锁药店集中度稳步提升**

**十强市场份额超20%**

从市场占有率来看，2021年百强药店销售总额为1,912亿元，扣除不可比因素占全国零售市场总额的35.6%，同比上升0.3 个百分点。其中，**TOP10占全国零售市场总额的21.1%，与上年持平；TOP20占全国零售市场总额的25.5%，TOP50销售总额1729 亿元，占全国零售市场总额的31.7%。**

图2：2017-2021年药店零售行业百强企业规模&市场集中度



数据来源：商务部、中康产业研究中心整理

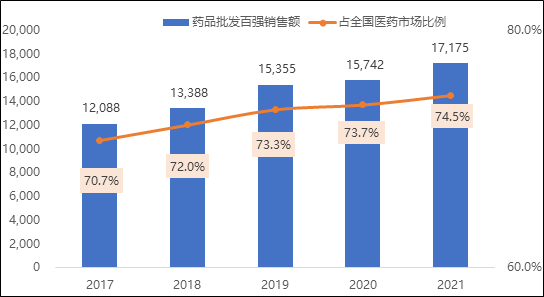
**03**

**医药流通龙头**

**迈入5000亿俱乐部**

**2021年4家全国医药流通龙头企业营收均超千亿元，合计收入占同期全国医药市场总规模的44.2%，同比提高1.6 %；**药品批发企业百强占同期全国医药市场总规模的74.5%，占同期全国药品批发市场总规模的94.1%。其中，**排名第一位的中国医药集团有限公司收入5390 亿元，是第一家收入超5000 亿元的大型数字化、综合性药品流通企业。**

图3：2017-2021年药品批发行业百强企业规模&市场集中度



数据来源：商务部、中康产业研究中心整理

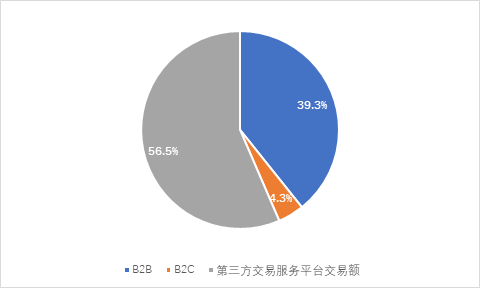
**04**

**医药电商发展迅速**

**2021年市场规模增超2000亿元**

据不完全统计，2021年医药电商直报企业销售总额达2,162亿元，占同期全国医药市场总规模的8.3%，比2020年提升0.9%。其中，**第三方交易服务平台交易额849亿元，占医药电商销售总额的39.3%；**B2B销售额1,221亿元，占医药电商销售总额的56.4%；B2C销售额92亿元，占医药电商销售总额的4.3%。

图4：2021年医药电商各类型占比情况



数据来源：商务部、中康产业研究中心整理

从销售结构来看，B2B与B2C销售结构差异较为明显，**B2B业务主要集中在西药类（占比77.9%），其次是中成药（10.5%）；而B2C业务主要集中在西药类（44.6%）、医疗器材类（24.3%），其次是其他类，中成药占比8.2%。**

从电商费用率来看，**B2B电商业务费用率7.5%，与去年大致持平；B2C电商业务费用率17.1%，比去年的16.3%高出8个百分点，行业平均费用率呈上升趋势。**

随着线上问诊购药业务的不断发展和线上医保支付渠道的打通、医院处方外流逐步放开，实体药店将不断深化线上布局，通过线上商城、入驻第三方医药电商平台和O2O 服务平台扩大服务半径；互联网企业也会持续加深与实体药店的合作或布局线下实体药店，为患者提供更优质的服务体验，药品流通行业线上线下融合成大势所趋。

## **附件2**

# 重磅！湖北牵头全国中成药联盟集采来了！

点击关注 [药闻康策](javascript:void(0);) 2022-09-10 00:00 发表于福建

9月9日，湖北省医药价格和招标采购管理服务网发布《全国中成药联盟采购公告 （2022年第1号）》，《公告》为深入推进药品集中带量采购制度改革，根据《国务院办公厅关于推动药品集中带量采购工作常态化制度化开展的意见》（国办发〔2021〕2号）精神，由**湖北省、北京市、天津市、河北省、山西省、内蒙古自治区、辽宁省、吉林省、黑龙江省、上海市、江苏省、浙江省、安徽省、江西省、山东省、河南省、广东省、广西壮族自治区、海南省、重庆市、四川省、贵州省、云南省、西藏自治区、陕西省、甘肃省、青海省、宁夏回族自治区、新疆维吾尔自治区、新疆生产建设兵团**等联盟地区委派代表组成全国中成药联合采购办公室（以下简称联合采购办公室），在国家医疗保障局指导下，代表上述地区相关医药机构开展中成药及相关药品集中带量采购。湖北省医疗保障局承担联合采购办公室日常工作并负责具体实施，相关公告由联合采购办公室发布。

### 此次集采由湖北牵头，共有29个省市参与，福建和湖南没有参与。

此前，在国家医保局的指导下，湖北省医疗保障局向全国各省份发出邀约，继2021年19省中成药省际联盟集采之后，牵头成立全国中成药联合采购办公室，建立全国中成药联盟采购机制。

2021年下半年，湖北牵头19省（区、市）组建中成药省际联盟，开展了为期半年的中成药集采。157家企业的182个产品参与报价，采购规模近100亿元，97家企业、111个产品中选，中选率达62%，中选价格平均降幅42.27%，最大降幅82.63%，预计每年可节约药品费用超过30亿元。通过合并通用名采购、采用综合评分入围、品内竞争和品间竞争相结合破除围标、引入医疗机构认可度指标、日均治疗费用最低可中选等五大创新，此次集采系统解决了中成药质量难以评价、中成药独家产品多等集采难点。总体而言，中选价格结果达到了预期，总体上符合量价挂钩的原则，且绝大多数产品特别是采购量大的产品都达到了相当降幅。

湖北中成药集采的破冰之举，破除了业内“中成药是集采禁区”的观念，标志着集中带量采购改革拓展到了中成药领域，对于全方位推进集中带量采购改革具有重大意义。其社会认可度高，突破进展大，集采过程和结果得到了国家局领导和广大业内同行的充分肯定。

在此背景下，国家医保局要求湖北再次开展中成药联盟集采工作，充分彰显出国家医保局对湖北医保工作的信任与重托。湖北在首批19省省际联盟的基础上，对全国各省进行了邀约，建立全国中成药联盟采购机制。继上海化药、生物药全国集采联盟、天津耗材全国集采联盟之后，湖北有望成为国家中成药集采中心。

据悉，此次全国中成药集采联盟延续了首批中成药集采理念，按照“临床使用量大、采购金额高”的原则，形成了包含42个药品的16个采购组，预估涉及市场金额超过100亿元。针对中成药质量评价难、独家产品多、市场集中度高等特点，以及首批集采中出现的个别产品组内不同中选产品价格、降幅差异大等争议，此次集采将如何从规则层面继续优化和完善，需要整个中成药行业拭目以待。



**一、采购目录**



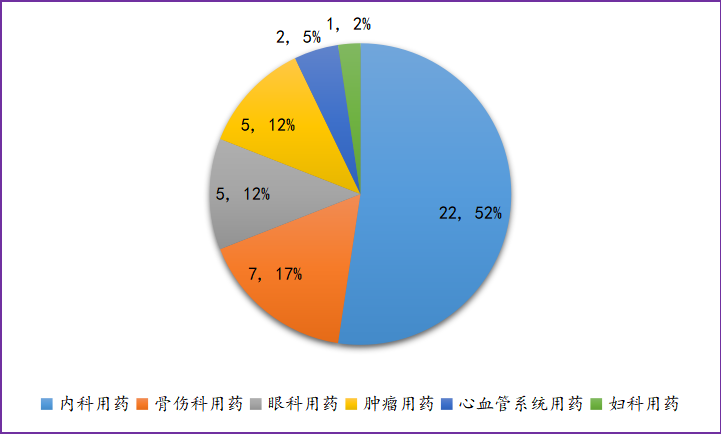
**本次集采涉及的产品组及其对应厂家信息**

（信息来源：药融云/ IMS/米内等  风云药谈整理）

**二、执行范围**联盟地区所有公立医疗机构（含军队医疗机构）均应参加，鼓励医保定点社会办医疗机构和定点药店按所在联盟地区相关规定参加。**三、申报资格**提供药品及伴随服务的国内药品生产企业、药品上市许可持有人、境外药品上市许可持有人境内代理人，在质量标准、生产能力、供应稳定性、信用评价等方面达到本次集中采购要求的均可参加。**四、医药机构报量**医药机构依据采购目录，如实填报2021年实际使用每个产品的历史采购量、采购价格及采购金额；结合历史使用情况、临床用药需求等因素，准确填报未来一年每个产品的采购需求量。同时，医药机构应按要求填报承诺函，由院长（或法定代表人）签字并加盖本单位公章后，扫描上传至填报系统。联盟地区省级医保部门组织审核医药机构填报的采购数据并指导修正。**五、采购周期**本次集中带量采购周期为2年，视情况可延长。如需延长采购周期，联合采购办公室在采购周期结束前另行公告。采购周期内采购协议每年一签，采购周期内若提前完成当年协议采购量，超出部分中选企业仍按中选价格进行供应，直至采购周期届满。**六、执行说明**（一）采购周期内，未中选产品纳入联盟地区监控管理，医疗机构采购未中选产品不得超过同采购组实际采购量的10%。（二）存在纳入国家和联盟地区省级重点监控合理用药药品目录或因公共卫生事件等因素导致临床需求发生重大变化等情形的药品，协议采购量完成情况可按同采购组中选产品使用占比进行考核。

2021年9月25日，湖北牵头19省开展中成药集采，目前，湖北第一批中成药联盟集采已进入采购阶段。此前，湖北省医保局发布《关于邀请参加中成药联盟集中带量采购的函》，明确探索构建跨省联盟采购机制，推进中成药第二批联盟集采工作，争创国家中成药集采中心。

湖北本次公布的拟采购品种目录中，共有16个产品组、42个通用名产品包含在内。每个分组包含个数不等的通用名产品，最少1个，最多5个。

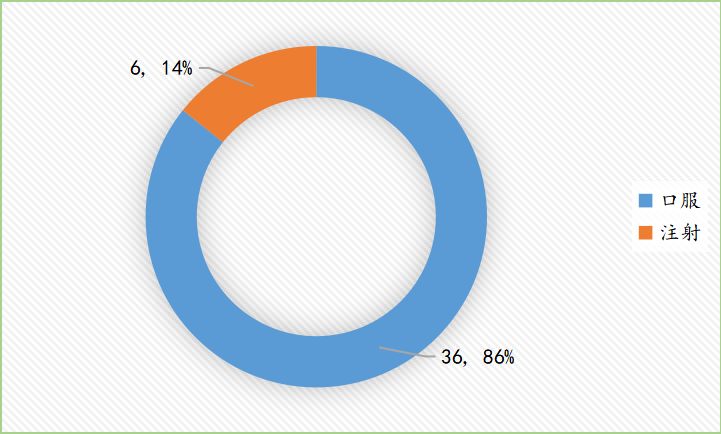


**图 1 治疗领域（按通用名）**

从此次公布的拟采购目录治疗领域来看，共涉及内科用药、骨伤科用药、眼科用药、肿瘤用药、心血管系统用药以及妇科用药六个治疗领域。其中，内科用药基本上仍以心血管疾病等慢病治疗药品为主，占比最大，有7个产品组，占比超五成。从药品分类来看，祛瘀剂数量最多，达到19种，占比近半。

**剂型占比：口服制剂多达36个，占比超八成**

湖北公布的拟采购目录，从剂型方面来看，口服制剂居多达10个产品组，占比超八成，其余6个为注射剂产品组。

 **图 2 剂型占比（按通用名）**

**涵盖省份众多，福建和湖南未参与**



与第一批集采规则相同，本次集中带量采购周期为2年，视情况可延长。值得注意的是，第二批集采规则对医疗机构采购未中选产品作出了明确规定。采购公告中提到，采购周期内，未中选产品纳入联盟地区监控管理，**医疗机构采购未中选产品不得超过同采购组实际采购量的10%**。

此前，湖北牵头19省组建中成药联盟采购，共涉及17个产品组76个品种。2021年12月27日，该联盟集采中选结果公布，共有157家企业、182个产品参与报价，采购规模近100亿元。最终97家企业、111个产品中选，中选率达62%，平均降幅42.27%，最大降幅82.63%。从结果来看，**中选产品剂型规格齐全，目前临床使用的主流产品大多中选，可有效满足临床和常态化疫情防控用药需求**。

此外，采购公告还规定，存在纳入国家和联盟地区省级重点监控合理用药药品目录或因公共卫生事件等因素导致临床需求发生重大变化等情形的药品，协议采购量完成情况可按同采购组中选产品使用占比进行考核。

湖北中成药联盟作为目前最大的中成药联盟，已涵盖全国大半省份。除福建和湖南外，其余30个省（自治区、直辖市）均参与第二批中成药集采。新一批中成药集采的开展表明湖北争创国家中成药集采中心的决心，预示着中成药国家集采步伐在逐渐靠近。

(来源:湖北省医药价格和招标采购管理服务网/易联招采）

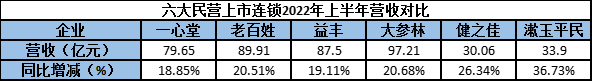
## **附件3**

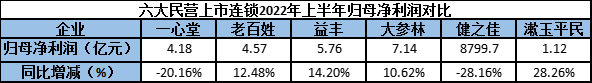
# **六大上市连锁2022半年业绩比拼**

[谷丰观点](javascript:void(0);) 2022-08-31 19:04 发表于吉林

六大民营上市连锁半年报披露完毕，从财务数据看，营收持续增长，线下渠道坚挺，线上渠道增速持续拔高*。*  
 **01 营收：漱玉平民营收同比增长最快**

2022年上半年，六大民营上市连锁药店（下称“六大连锁”）营收稳中向好，增速同比均有所回升，主要得益于已有门店的内生增长及新开、行业并购而新增门店的业绩贡献。特别是Q2疫情稳定控制后，六大连锁的业绩增长环比有所改善。

其中，上半年，大参林营收接近百亿，稳居六大上市连锁药店之首。老百姓、益丰营收接近90亿元。从增速来看，漱玉平民的营收增长最快，同比增长达到36.73%，远高于同行可比公司。  
数据来源：上市连锁财报；制表：《第一药店财智》  
**归母净利润：健之佳、一心堂同比下滑**  
 在归母净利润方面，各家连锁同比增幅涨跌不一，且受疫情影响“四类药”销售承压明显，其中一心堂受新冠疫情影响，同期归母净利润为4.18亿元，同比下降20.16%。健之佳归属于上市公司股东的净利润8799.7万元，同比下降28.16%。



数据来源：上市连锁财报；制表：《第一药店财智》

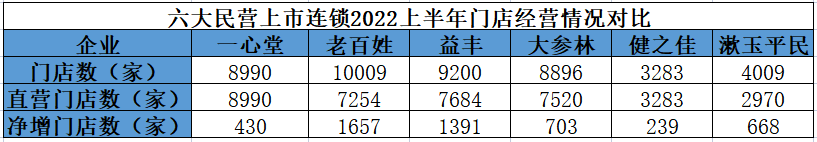
面对净利润下滑，健之佳表示，面对不确定性显著上升的客观环境，公司前期门店自建规模持续、快速扩张导致新店、次新店占比高，培育期内短期业绩压力增加，带动期间费用刚性增长，且期间费用增幅36.64%，远高于营收26.34%增幅，导致扣非净利润较去年同期下降。

一心堂指出，2022年第一季度，在配合精准防控的背景下，不定期对退烧、止咳、抗病毒、抗生素四类药品下架管控，导致第一季度阶段性停业的门店近500家，被隔离员工630人，涉及相关药品下架的门店数为2146家。种种情况，对一心堂2022年第一季度业绩、门店人流、经营品种造成影响。不过，由于第二季度末疫情反扑的有效控制，一心堂停业门店在2季度绝大部分得以恢复。截至2022年第二季度，一心堂因疫情影响未能恢复营业的门店6家，仅占门店总数0.07%，涉及一退两抗下架暂未恢复的门店有37家，仅占门店总数的0.41%。

不过，随着疫情管控更为科学精准，全国大部分地区已经恢复“四类药”在药店渠道销售，上市公司经营情况下半年恢复将更为明显。

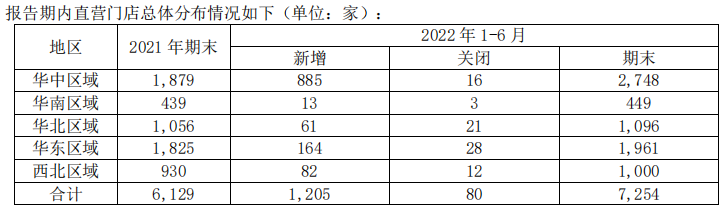
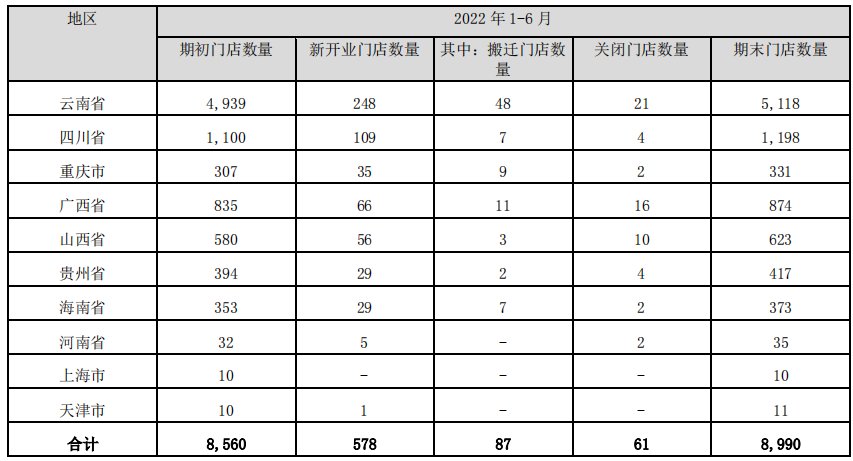
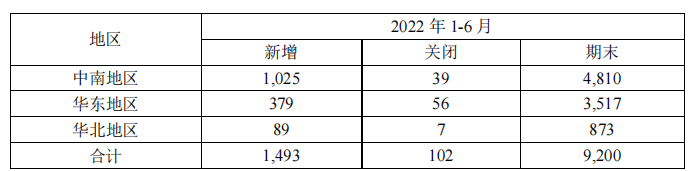
 **02 门店数：老百姓破万，益丰、一心堂破万可期**  
 为了在承压日重的大环境下提升自身综合竞争力，六大连锁在门店布局上，无一不继续保持扩张态势。

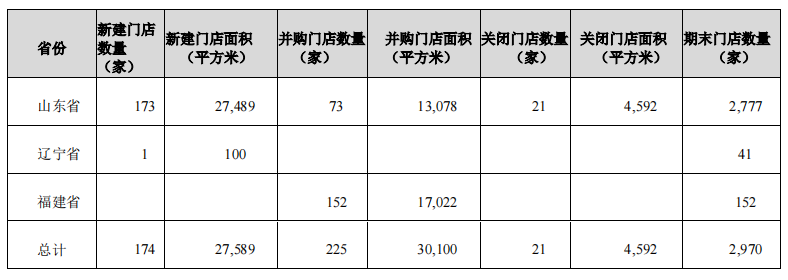
截至2022年上半年，老百姓门店数率先破万，达10009家。一心堂、益丰不遑多让，门店总数分别为8990家、9200家，按照两家企业上半年各自净增430家、1391家门店的扩张速度来看，破万指日可待。

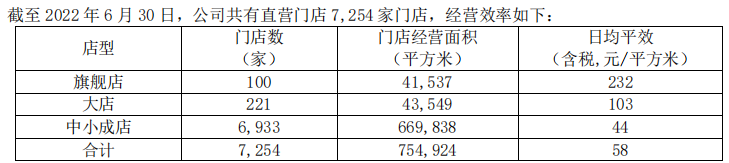
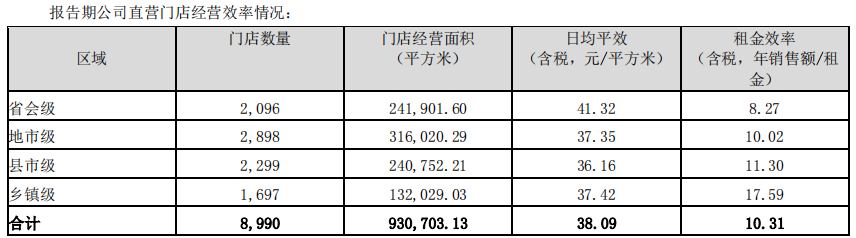
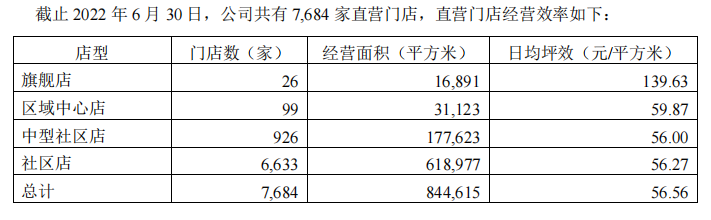


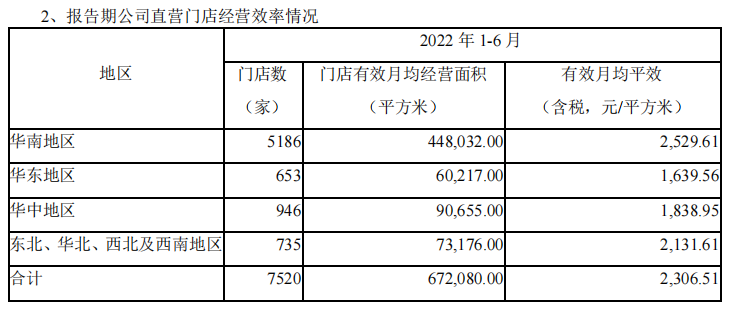
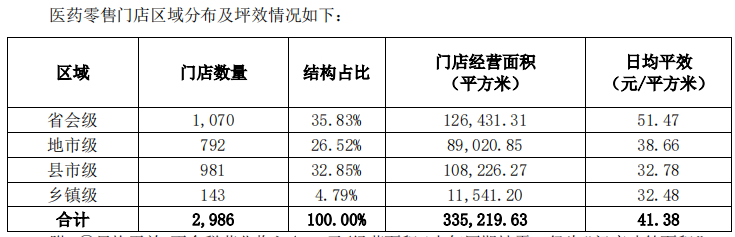
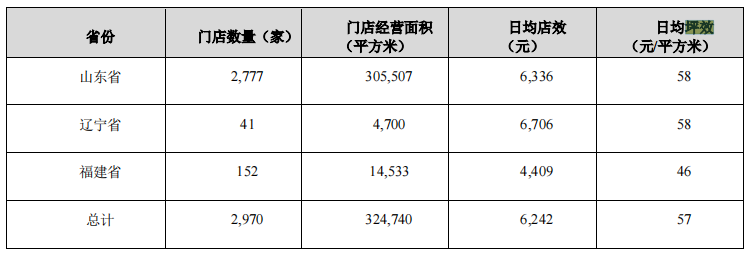
数据来源：上市连锁财报；制表：《第一药店财智》

具体来看，截至2022上半年，老百姓新增门店1814家，包括1205家直营门店和609家加盟门店，总数为10009家，其中自营门店7254家。

  
 一心堂持续开展市县乡一体化垂直渗透拓展，将区域市场做深做透。上半年净增门店430家，总数达8990家且均为直营门店。  
  
 益丰则立足于中南华东华北市场，通过密集开店，形成旗舰店、区域中心店、中型社区店和小型社区店的多层次门店网络布局。截至上半年，益丰净增门店1391 家，总数达9200家，其中直营门店7684家。  


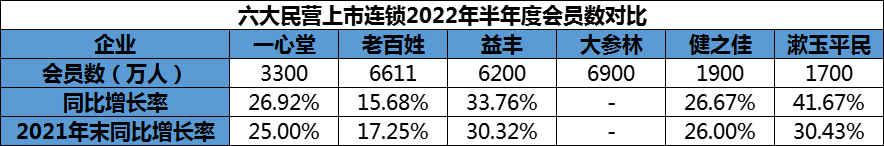
大参林在上半年新增自建门店194家，加盟门店441家，收购门店172家，门店覆盖全国15个省（含直辖市、自治区），总数已达8896家，其中加盟店数量为1376家。  
  
 健之佳上半年自建门店202家，收购51家，调整关闭14家，净增门店239家，门店总数达到3283家。尤其在完成对唐人的收购后，将持续推进、深化西南地区拓展进度。  
  
 漱玉平民2022上半年新建直营门店174家，并购门店225家，目前在山东、辽宁、福建等地区共拥有门店4009家，其中直营门店数量2970家。  


在市场布局上，与门店数紧密相关的一个数据是门店坪效。  
 老百姓指出，由于新开门店注重下沉市场，新增门店中地级市及以下门店占比89%，导致坪效有所下降，日均坪效为58元/平方米。不过旗舰店的坪效亮眼，为232元/平方米。  
  
 在坪效上，一心堂所有直营门店日均坪效为38.09元/平方米，省会级区域的日均坪效最高，为41.32元/平方米。  
  
 益丰所有直营门店的日均坪效为56.56元/平方米，而26家旗舰店的日均坪效为139.63元/平方米。  


大参林采用月均坪效的方式统计直营门店的效率，数据显示，其所有直营门店月均坪效2306.51元/平方米，华南地区的月均坪效最高，为2529.61元/平方米。  
  
 健之佳门店日均坪效为41.38元/平方米，其中省会级门店的日均坪效为51.47元/平方米。  
  
 漱玉平民直营门店的日均坪效为57元/平方米，具体到地区，其在山东和辽宁两地的直营门店日均坪效均为58元/平方米。  


 **03 会员数量：6000万俱乐部又有新成员**

根据财报，在会员数量方面，各家连锁依旧保持着不错的增长率。

数据来源：上市连锁财报；制表：《第一药店财智》

具体来看，截止2022年6月30日，一心堂拥有有效会员人数达到3300万人，会员人数同比增长26.92%。一心堂表示会员销售及会员客单价较为稳定，会员客单价是非会员客单价的2.73倍。会员也是一心堂发展的基础，未来将继续挖掘会员价值。

老百姓会员总数则达到6611万，活跃会员数1418万，会员销售占比同比提升6.3个百分点，动销会员数同比增长6.5%，会员来客占比同比提升1.9个百分点。不过由于其会员基数大，虽然其2022年上半年新增会员数数量并不低，但增长率却是六大连锁中最低的。

益丰药房是6000万俱乐部的新成员。自2021年以来，其保持半年平均增长超600万人，使得益丰药房在2022年中期录得建档会员总量超6200万，会员整体销售占比73.03%的成绩。

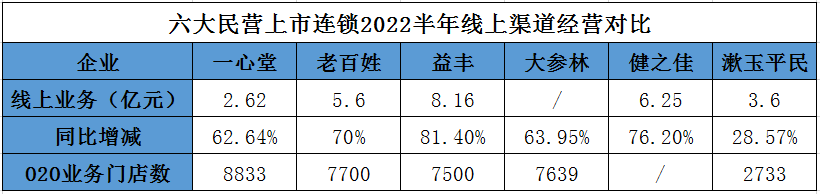
大参林方面，截至止到报告期末，会员人数超过6900万，而其上半年新增会员数达到700万人。这一数据也使其从2021年末位列第二的排名，上升至总数第一。其称，公司实现会员复购率和消费占比的持续提升。

健之佳方面，其有效会员人数超过1900万人，较2021年同期增长26%，会员消费占比超70%。其表示，通过以会员为核心的全渠道营销平台，满足顾客一站式需求。

如果说大基数让老百姓增长率较低，那么小基数则是漱玉平民夺下增长率最高的重要因素之一。截至报告期末，漱玉平民拥有的会员人数超过1700万人。与此同时，“漱玉平民+”小程序累计注册用户数量超过220万，人均消费金额超过320元。  
 **04线上渠道：益丰营收、增长均最多**

线上业务不受时间和空间的限制，可配合连锁众多直营门店的分布，为门店为驻点大大增强了门店服务半径，为连锁提供高效的服务能力创造了更多可能。

六大民营上市连锁2022年上半年线上渠道经营数据可见，连锁药店均进行全渠道布局，大力提升自身线上渠道市场占有率。财报数据显示，一心堂、老百姓、益丰、健之佳、漱玉平民线上总营收分别为2.62亿元、5.6亿元、8.16亿元、6.25亿元、3.6亿元。



数据来源：上市连锁财报；制表：《第一药店财智》

财报显示，六大民营上市连锁，有5家线上业务同比增速超60%，其中益丰同比增速最高，达81.4%，健之佳次之，达76.2%。

从2022年半年报告的基本面看，无论是营收，还是同比增速，益丰都继续保持着六大民营上市连锁在线上业务最佳势头的行业地位。

益丰半年报显示，益丰持续推进基于会员、大数据、互联网医疗、健康管理等生态化的医药新零售体系建设。其中O2O实现销售收入6.51亿元，同比增长 115.05%；B2C实现销售收入1.66亿元，同比增长12.97%。截至报告期末，益丰药房O2O多渠道多平台上线门店超过7500家，覆盖公司线下所有主要城市，并在核心城市均处于行业领先地位。

在O2O门店分布数上，截至2022年6月末，前四大民营上市连锁带有O2O业务的门店，数量均超过7500家，保持着较高的O2O业务门店覆盖率。其中，一心堂O2O业务门店数高达8833家，涉足的10个省份及直辖市O2O业务实现全覆盖。一心堂线上渠道经营称之为电商业务，2022年上半年，一心堂O2O业务门店共计增加542家，O2O业务门店数覆盖率达到门店总数的98.25%，O2O业务门店数覆盖率进一步增加，经过近几年电商业务的发展，一心堂O2O 业务已实现与线下门店同步融合。

数据显示，一心堂2022上半年电商总销售额为2.62亿元，同比增长62.64%。其中，O2O业务同比增长77.59%；B2C业务同比增长8.61%。从占比上来看，O2O业务销售占电商业务总销售额的85.53%，B2C业务占电商总销售比重为14.47%。值得一提的是，一心堂自营O2O业务客单价是第三方O2O业务客单价的4.17倍。

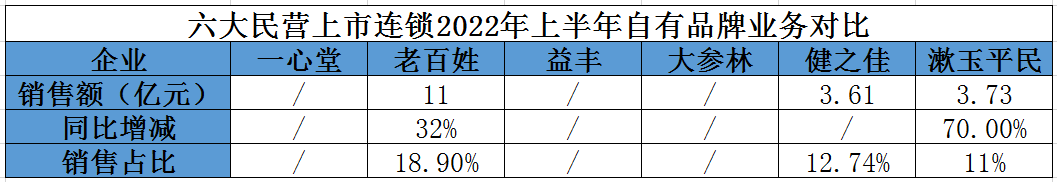
**05 自有品牌：中药板块齐发力**

2022年，各大上市连锁企业均着力发展自有品牌业务，部分连锁也“晒”出了具体成绩单。

报告期内，老百姓大药房自有品牌销售额达到11亿元，同比增长32%，销售占比超过18.9%，较去年同期增加3.9个百分点。

漱玉平民大药房自有商品数达到900个SKU，销售额同比增长70%，占零售业务总销售额比例超11%。按照上半年营收33.89亿元来看，漱玉平民自有品牌销售额约为3.73亿元。公告显示，其中中西成药自有品牌商品占比42.15%，中药饮片20.84%，保健食品占比13.85%，健康器械11.82%，其他占11.34%。

健之佳在今年上半年坚持品牌塑造，加大贴牌商品引进，公司自有品牌商品品类主要为药品、中药材、保健品、生活便利品等，销售额占主营业务收入的12.74%。



数据来源：上市连锁财报；制表：《第一药店财智》

与此同时，迎接中医药产业勃发，六大民营上市连锁药店也均向中药业务倾斜，亮点颇多。一心堂全资子公司鸿翔中药旗下多个中药自有品牌开拓创新，其中鸿翔、卉品、膳尚、本典等品牌1000余个产品在门店销售，优化和丰富了门店品类。

益丰则推进精品战略，打造自有品牌、独家品种、厂商共建品种在内的商品精品群，形成商品竞争壁垒，实现差异化竞争。

大参林作为中药自有品牌先行者，创新思路做大参茸，通过包装、剂型等方面开发精品中药概念，营销模式也趋于年轻化，开创了电商/产地直播、社群营销等产品推广，特别受年轻一代养生消费对象喜爱。

同样在营销方面颇有亮点的还有漱玉平民，在养生中药、养生零食、养生五谷等系列发力，取得亮眼成绩。

老百姓中药业务蓄势待发，旗下药圣堂科技主要从事中药饮片和中成药发展，公司还在门店端开展“中药传承人”计划，为消费者提供更专业、更有温度的中药服务。

“多元化新星”健之佳在中药经营方面仍创新不断，开设中药材专营电商店，跨境业务上线保健食品，形成差异化经营。在线下门店，健之佳向消费者提供保健食品、医疗器械、中药材等健康品类产品和服务，通过专业解决方案和有吸引力的营销政策，相关品类销售收入同比增长5.69%、21.66%和23.03%，实现正向、可观增长。

# **附件4**

# 漱玉平民大药房的新业态、新布局、新战略

原创 钟园园 [中国药店](javascript:void(0);) 2022-09-27 07:20 发表于云南

近年来，全国药品零售行业的各家企业都在持续不断地扩展规模、改进经营、完善流程、提高效率、进阶管理。在此过程中，创新的战略、创新的模式、创新的打法、创新的合作、创新的服务等层出不穷地涌现，既提升了相关企业的竞争力，也抬高了行业发展水平的基准线。

为了系统挖掘这一过程中的精彩案例，中国药店杂志社与华润三九携手，发起“2022年中国药店‘经营创新奖’案例征集及研访活动”。

**本期我们研访的企业是——漱玉平民大药房连锁股份有限公司。**

漱玉平民大药房连锁股份有限公司（以下简称漱玉平民大药房）探索“新业态、新布局、新战略”的脚步从未停止。

截至2022年6月30日，漱玉平民大药房在山东省、辽宁省、福建省等地区共拥有门店4009 家，上半年新增门店668家，其中，直营门店数量2970家（已取得“医疗保险定点药店”资格的药店达到2446家，占总门店数量比例 82.36%），新建直营门店174家，并购门店225家。2022年上半年，漱玉平民累计实现营业收入33.9亿元。着力于打造集“高质量、高性价比、高颜值”于一体的自有商品体系，满足顾客的保健养生、健康生活等需求，重点深耕自有商品的品牌力打造。



**精细化管理和稳步扩张**

漱玉平民大药房一直秉承着“标准化复制，连锁统一管理”的发展战略，通过制订标准化的运营体系，保障不同区域门店的统一发展，形成复制效应，加快门店扩张。

漱玉平民大药房通过特色的项目制管理，不断提升门店的精细化运营管理水平，强化 DTP 新特药房、慢病管理、中医坐堂医诊所等项目的精细化运营。

坚持“连锁经营、规模发展”的经营思路，采取深耕省内市场，稳健扩张省外市场的策略，以山东市场为核心，聚焦长江以北的区域扩张，继续夯实优势市场的网络布局及品牌优势，以覆盖城市消费需求的城市中心店为核心，打造包括商业中心店、社区店、医院店等店群集的终端网络布局。

**多触点营销**

**全方位服务顾客**

**顾客维护：**覆盖了售前、售中、售后三个阶段：售前拉新客，通过联合微信、APP等多媒体进行数字化营销，引流到官网、微信、线下实体店等。售中服务客户，通过门店数字化、微信服务号专属客服、呼叫中心等多种方式提升客户购买体验。售后留老客，建立不同客群，提供产品推荐、促销活动等服务 。

**渠道运营：**漱玉平民大药房丰富了线上触点，顾客能够通过第三方平台、微信、APP等多种线上触点接触到企业，购买产品和服务。增强线下触点，顾客能够通过体验店接触到企业，通过实体门店购买产品和服务。通过店内电子屏，播放视频、广告等增加客户进店率。增强体验，通过顾客微信及APP，顾客能够自助下单、查询信息等，提升顾客体验。

**商品运营：**线上线下一盘货，漱玉平民大药房建立了全局订单和库存管理平台,线上线下订单和库存互通，提升库存周转率。扩展品类，与周边企业一起开发新的商品及服务，扩充现用品类。引入合作伙伴，引入其他供应商，入驻电子商务平台开店，为顾客提供更丰富的品类。

**聚焦DTP专业药房**

**启用全福智慧健康综合体**

面对人口老龄化和疾病谱变化以及人民健康意识增强的趋势，在政策和市场的双驱动下，漱玉平民大药房积极提升服务能力，建立专业药房，提供健康咨询等特色药学服务。借助数字信息和智能化手段，为患者提供B2C、O2O以及“互联网+”等多业态的线上线下药学服务。

漱玉平民大药房在山东省内开设57家大病定点特药药房、270余家院边店（距离二甲以上医院≤500 米）、达标药房8家。

全福智慧健康综合体是漱玉平民大药房旗下医疗康养板块，主营板块为医疗共创、互联网医疗（智慧医疗）、医养康养。医疗共创、医联体单位为山东大学第二医院、河南洛阳正骨医院、山东健康集团战略合作。医疗项目：漱玉集团9大慢病医疗服务项目、中医科以及名医工作室。互联网医疗包括绿通、三级转诊等医疗服务。

**开启全新品牌IP形象**

2022年上半年，为了更好的实现品牌赋能，带动品牌文化价值的快速增长，漱玉平民大药房通过“具象化、内涵、延展力”三位一体的IP课题研究，创造了全新品牌IP形象“漱小玉”，助力 “漱玉平民”品牌打破圈层，走向年轻化、全民化。同时，继续推行以“专业、温暖”为主题的“小桔灯”服务品牌。

随着国家中医药发展战略规划的出台，漱玉平民大药房重视中药品类的发展，与各中药原产地主管政府部门合作，打造道地原产中药系列，目前已经合作的产品包括中宁枸杞、文登西洋参、黄山贡菊、陇西黄芪、陇西党参等。

**完善物流园和物流体系**

漱玉平民大药房现代物流包括现代物流仓储中心及自动分拣设备、质量检验中心、综合楼，以及中药饮品加工车间、增建物流仓库、中药研发中心和科研设备配备。整个物流项目能够支撑公司100亿以上的销售规模。

物流中心整体分为五层楼自动化输送线库+自动化立体仓库，采用中央空调恒温控、全程无缝冷链作业、全仓温湿度实时监控、全仓视频实时监控、全仓无线网络覆盖等符合GSP要求的库房控制软件硬件布局。物流技术方面，采用自动化立体仓库、箱式输送出库线、箱式出库补货线、内复核高速分拣线、外复核高速分拣线、条码复核系统、自动升降装卸平台、无线智能拣选系统、无线移动收货系统、工业服务器、RF手持终端等行业领先物流作业装备。

仓库整体布局严格按照GSP相关规定实施，结合漱玉平民大药房自身业务发展情况，制定仓储分库、分区作业，岗位组织结构精细化，专人专岗。库内实现精细化货位管理，货位从收货环节至出库装车环节全程货位管理，可完成货物出入库的全过程追溯，降低仓储作业差错率。

漱玉平民大药房还建立了以济南为中心向周边辐射、地市级配送中心直达门店高效配送网络。截至2022年6月末，漱玉平民大药房共拥有济南、东营等 9 个物流配送中心，总建筑面积超过 5.3 万平方米，保障了公司山东省内 15 个地级市、沈阳市、福建省两个地市所有直营及加盟门店的商品配送和保障服务，平均每天作业超过 13万条。

**附件5**

# 【重磅】O2O成零售药店增长源动力，2030年将占整体市场规模32.1%

原创 米内发布 [米内网](javascript:void(0);) 2022-09-08 17:24 发表于广东

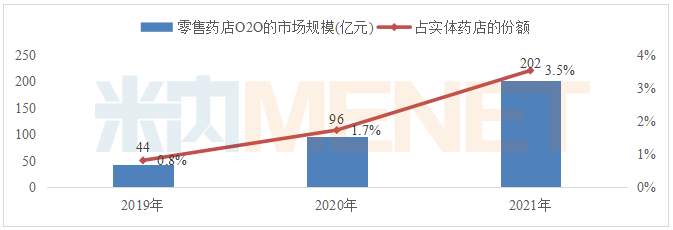
**精彩内容**

2020年以来，新冠疫情的爆发并转变为常态化，消费者购药习惯的改变及心智的培养，O2O成为消费者购药的主要购药方式之一，O2O在助力疫情防控、保障公众健康、促进全渠道经营与服务方面发挥了积极作用，成为零售药店不容忽视的增长点。  
 近日，中国医药健康行业专业数据咨询机构米内网正式发布《中国零售药店O2O发展报告》（以下简称报告），报告数据显示，截至2021年底，约有20万家药店加入O2O，占全国零售药店总数的1/3，米内网预计，到2030年零售药店O2O的规模占实体药店整体市场的份额将升至19.2%，市场规模将达1444亿元，如果线上医保全面开放，份额将升至32.1%。

报告显示，在数字化大潮下，全渠道布局成为众多零售药店的共识，较早布局O2O的上市企业，近两年O2O的销售额增长翻倍。米内网认为，零售药店O2O主要以药品为主，与网上药店的品类结构差异较大，预计2030年零售药店O2O药品规模将追平或赶超B2C网上药店药品规模。

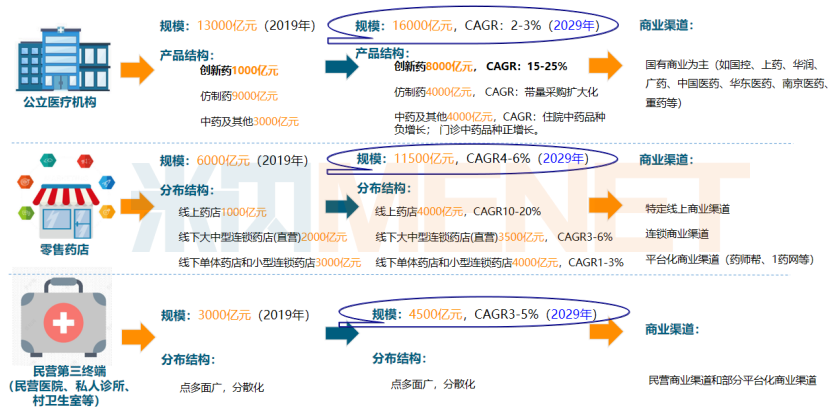
**O2O成药店线上化的主流方式，预计2030年占整体市场规模32.1%**

受新冠疫情及网售处方药等政策的影响，“网上购药”模式得到蓬勃发展，O2O成为当前零售药店线上化的主流方式。[米内网数据](https://mp.weixin.qq.com/s?__biz=MjM5NzQ4MTg2MQ==&mid=2650402397&idx=2&sn=2257d19b23ac45578574ee42e3969b36&chksm=bed412b789a39ba1f11cfffed28754733afa68c553a824fd12ab2ee79253aa9f064031b2117a&mpshare=1&scene=1&srcid=09246681FBdpRvazbxRLgSYj&sharer_sharetime=1664322330281&sharer_shareid=2d33e8ee59cc2ca7bfb2557cff7d52c1&key=59d5a3b9c96f5609d7e21c73970a605ead4fd694af1d97736d56ebc2838b3c06ae54bfc26189a18665f8bc97f0e39db70e513e288fa2901b210c7afbbbe2f18ef6719c426127e911225d01d22cdd6e3e2d265abbdfb1567539c9252b34af141cd5ccd1dbde66c68c99001935cd71365f70cc25a937b0ade5d7deaa8bf32de7ae&ascene=1&uin=MjMwNTExODczOA==&devicetype=Windows+7+x64&version=6307062c&lang=zh_CN&exportkey=A0AuIZXLXfaCUJh6N0h7JFc=&acctmode=0&pass_ticket=SutsenLsyHjhygbjZLAmzNXvVpa9E0OUnw+MVmTyLzxfNfuqQ05DT1hHI6J7ubu7&wx_header=0&fontgear=2)显示，截至2021年底，约有20万家药店加入O2O，占全国零售药店总数的1/3。2021年零售药店O2O的销售额达202亿元，2019年以来，其占实体药店整体市场的份额从0.8%上升至3.5%，近3年的复合增长率高达115.3%，而零售实体药店同期复合增长率仅为3.2%。

**零售药店O2O的市场规模与成长性**数据来源：米内网

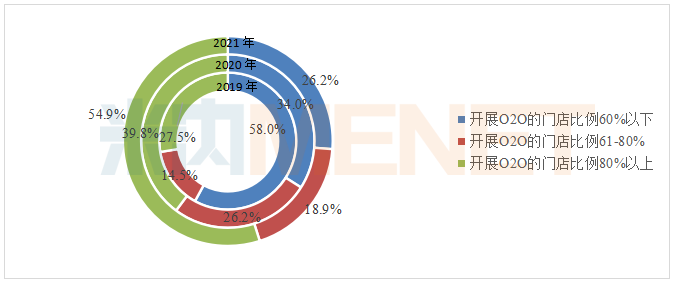
随着各方对O2O的不断重视、消费者线上购买习惯的形成、零售药店参与度的提高、线上医保支付的逐步放开，未来零售药店O2O规模将持续增长。米内网预测，2029年零售药店终端的规模将上涨至11500亿元，在三大终端六大市场中的份额明显提升，其中实体药店整体市场的规模达7500亿元，其规模增长势必带动O2O规模的上涨。

米内网预计，到2030年零售药店O2O的规模占实体药店的份额将升至19.2%，市场规模将达1444亿元。如果线上医保全面开放，米内网预计2030年零售药店O2O的规模占实体药店的份额将升至32.1%，市场规模将达2407亿元。

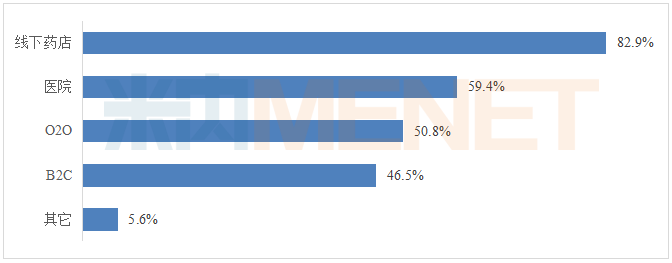
数据来源：米内网《中国零售药店O2O发展报告》

**O2O业态更加服务实体，预计2030年赶超B2C药品规模**

当下，O2O正成为线下门店的一个补充，与零售实体药店相辅相成。在此背景下，“完善销售渠道”成为药店开展O2O的共识，药店在O2O的投入度越来越高。根据米内网数据，开展O2O门店数量在80%以上的连锁药店占比从2019年的27.5%上涨至2021年的54.9%。

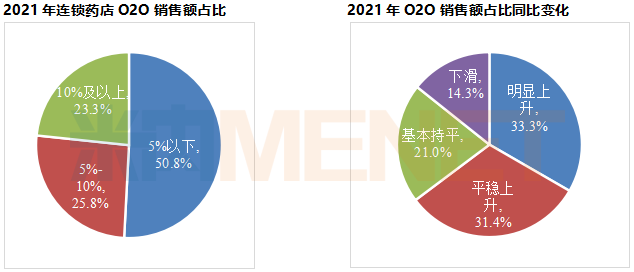
**2019-2021年零售药店开展O2O的门店数量占比变化**  
  
数据来源：米内网零售药店O2O问卷调研（2022年5月）

人们对时效性和便捷性的不懈追求，也推动了线上购药渠道的持续渗透和蓬勃发展。据米内网的消费者调研显示，目前O2O购药渗透率达到50.8%，高于医药B2C的渗透率（46.5%），这也进一步说明零售药店O2O拥有更加广阔的发展前景。在规模方面，目前零售药店O2O的品类主要以满足常见病需求为主，大部分是药品，与网上药店的销售品类有较大不同。米内网《中国网上药店终端用药格局》数据显示，2021年网上药店药品的规模为368亿元，占网上药店份额的16.5%。随着O2O的高速发展，药品的规模也会随之上升，米内网预计，到2030年，零售药店O2O的药品规模将追平或赶超B2C网上药店的药品规模。

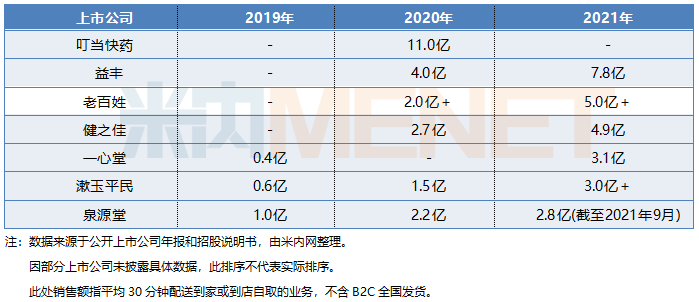
**近一年内消费者在各购药渠道的渗透率**  
数据来源：米内网零售药店O2O消费者随机问卷调研（2022年5月）

**O2O成零售药店增长源动力，近三年部分上市公司O2O销售额翻倍**

随着模式的逐渐成熟，O2O已成为零售药店增长的源动力。大部分零售药店认为O2O是行业发展的必然趋势，既能迎合消费者的习惯，也能够增加营业收入。米内网调研显示，2021年，O2O销售额占比在5%以下的连锁药店达50.8%，占比在10%及以上的则有23.3%。但与2020年相比，有64.7%的连锁药店表示其O2O销售额占比是上升的，“明显上升”的药店也多达33.3%。

数据来源：米内网零售药店O2O问卷调研（2022年5月）

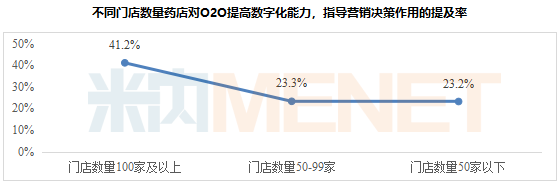
上市公司O2O行动较早，布局广，而且持续投入，近两年O2O的销售额亦有翻倍的增长。据米内网数据显示，与2020年的销售额相比，2021年益丰、老百姓、健之佳等上市公司增长均超2亿元，其中益丰的销售额增长高达3.8亿元。

上市公司近三年O2O销售额（单位：元）  


**数字化成零售药店竞争关键，第三方平台助力药店O2O业务升级**

经过几十年的发展，零售药店完成了从单体药店向连锁药店的转变，经营管理也逐渐从粗放向精细、规范、程序、标准化转变，高毛利时代已然过去，竞争也越来越激烈，因此数字化成为零售药店提升竞争力和营销能力的关键。

零售药店在O2O的数字化体现在商品上线、用户画像、运营管理等方面。报告指出，在零售药店O2O运营中，数字化在提升人效、分析功能和助力营销决策上有明显的作用。但不同连锁对于数字化的认知不同，据米内网数据显示，门店数量在100家及以上的连锁药店对O2O提高数字化能力会有更大的感触。

  
数据来源：米内网零售药店O2O问卷调研（2022年5月）

在助力零售药店进行数字化升级的过程中，第三方平台的作用不可或缺，其凭借更多便捷性的工具，让更多药店上线O2O成为可能。以美团为例，近年来美团加大与线下药店合作，不仅推出了扶持24小时药店的“小黄灯”计划，对24小时营业的线下药店给予流量倾斜、运费补贴等扶持政策，让消费者夜间买药更容易，还推出涵盖商家经营补贴、经营分析系统升级、商家学习中心、私域会员经营和新手商家帮扶五项举措的“腾飞计划”，帮助商家提升数字化经营能力。

零售药店O2O的健康良性发展有赖于各参与方携手共建，共同维持并推进行业良好生态发展，更好地服务于广大人民的健康需求。米内网认为，平台、零售药店、工业企业三者的协作密不可分，必须联合做好患者教育和用药咨询服务，给消费者带来便利和满足，同时加强下沉市场的布局和开发，让低线城市的需求得到更好的满足与释放。

数据来源：米内网数据库  
注：米内网《中国三大终端6大市场竞争格局》，统计范围是：城市公立医院和县级公立医院、城市社区中心和乡镇卫生院、城市实体药店和网上药店，不含民营医院、私人诊所、村卫生室，不含县乡村药店；上述销售额以产品在终端的平均零售价计算。