医疗行业：
医药流通研究——“两票制”进一步落实，行业稳中有序腾飞

行业走势图



医疗研究团队

王英娥 分析师

黄婉儀 分析师

邮箱 :cs@leadleo.com

相关热点报告

- 医疗健康系列行业概览——2019 年中国医用高分子材料行业概览
- 医疗健康系列研究报告——2019 年中国体外诊断试剂原料行业概览
- 医疗健康系列行业概览——2020 年中国医美共享行业概览

报告摘要

医药流通是指主要流通商品为药品及医疗器材的批量销售业务。医药流通企业通过提供充足的仓储空间、专业的医药管理人员、覆盖广泛的物流和医药销售渠道，在与上下游的买卖交易中获取利润差，以此支付在医药产品流通环节所产生的仓储费、管理费、物流费、销售费，并获得适量的利润。
随着“两票制”改革逐步落实，市场格局转变逐渐完善，中国医药流通行业市场规模增速有望恢复至正常水平，在 2019 年至 2022 年间保持 9.8%的增速，并于 2022 年超过 30,000 亿元的市场规模。

热点一：医药流通处为行业提供调动和组织便利

医药流通是医药产业流通中的重要环节，目前医药流通主要有两种模式：直接销售和代理销售。通过直接销售，大型医药生产企业利用自己的销售团队，整合销售渠道，将医药产品直接销售到医院等终端。由此，医药流通处于间接流通的医药销售产业链的中间环节，起到了组织和调动不同地区之间医药商品流通的重要作用。

热点二：民营企业更注重效用、财务管理

中国的医药流通企业按照企业性质可分为民营企业和国有企业，按照覆盖范围可分为地区性企业和全国性企业。由于历史上的计划经济管制，中国医药流通行业中民营企业要晚于国有企业进入市场，面临着比国有企业更大的渠道压力和更高的财务成本，因此更为注重效用管理，逐渐在成本控制以及激励体制上形成了一定的优势。

热点三：医保改革促进医药流通行业转型发展

医保改革、国家卫生投入不断增加，医药行业的稳步发展促进医药流通行业快速发展。2017 年，中国医药流通行业市场规模增速为 8.8%，较上年 10.7%的增速有较大的回落。其主要原因是“两票制”下，医药流通行业受到较大冲击，相关企业需要转型时间以适应新的业态。

目录

1 方法论 5

1.1 研究方法 5

1.2 名词解释 6

2 中国医药流通市场综述 7

2.1 医药流通定义及分类 7

2.2 中国医药流通行业的发展历程 9

2.3 中国医药流通行业的市场规模 11

2.4 医药流通行业产业链分析 14

2.4.1 上游分析 14

2.4.2 下游分析 15

3 中国医药流通行业驱动因素分析 18

3.1 监管与支持政策并行，行业稳中有序腾飞 18

3.2 零售药店发展态势向好，拉动医药流通行业进步 19

4 中国医药流通行业制约因素分析 20

4.1 人才资源匮乏，培养机制落后 20

4.2 法律法规不完善，监管体系不健全 21

4.3 行业集中度低，企业缺乏竞争力 22

5 医药流通行业发展趋势 23

5.1 “两票制”进一步落实，行业集中度稳步提升 23

5.2 医药流通市场结构调整加快 23

5.3 医疗资源下沉，对基层医疗的依赖性增强 24

➢ 中国医药流通行业市场竞争格局 25

5.4 中国医药流通行业市场竞争现状 25

5.5 中国医药流通行业的主要参与者 26

5.5.1 上海医药 26

5.5.2 九州通 28

图表目录

图 2-1 医药流通业务范围 8
图 2-2 医药流通产业示意图 8
图 2-3 中国医药流通企业分类 9
图 2-4 中国医药流通行业发展历程 11
图 2-5 中国医药流通行业市场规模，2013-2022 预测 12
图 2-6 中国医药流通市场规模前十地区，2017 13
图 2-7 中国医药流通行业销售品类结构，2017 13
图 2-8 中国医药流通产业链 14
图 2-9 中国医药零售行业市场分布 15
图 3-1 医药流通行业利好政策 19
图 3-2 中国零售药店市场规模，2013-2022 预测 20
图 6-1 中国医药流通主营业务收入前十企业，2017 26

1 方法论

1.1 研究方法

头豹研究院布局中国市场，深入研究 10 大行业，54 个垂直行业的市场变化，已经积累了近 50 万行业研究样本，完成近 10,000 多个独立的研究咨询项目。

- ✓ 研究院依托中国活跃的经济环境，从医疗行业，信息科技行业，新能源行业等领域着手，研究内容覆盖整个行业的发展周期，伴随着行业中企业的创立，发展，扩张，到企业走向上市及上市后的成熟期，研究院的各行业研究员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，以专业的视野解读行业的沿革。

- ✓ 研究院融合传统与新型的研究方法，采用自主研发的算法，结合行业交叉的大数据，以多元化的调研方法，挖掘定量数据背后的逻辑，分析定性内容背后的观点，客观和真实地阐述行业的现状，前瞻性地预测行业未来的发展趋势，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。

- ✓ 研究院秉承匠心研究，砥砺前行的宗旨，从战略的角度分析行业，从执行的层面阅读行业，为每一个行业的报告阅读者提供值得品鉴的研究报告。

- ✓ 弗若斯特头豹本次研究于 2019 年 2 月完成。

1.2 名词解释

- GSP 认证：即 Good Supply Practice 认证，是在《药品经营质量管理规范》约束下的医药产品供应规范认证，是国家药品监督管理局发布的，控制医药商品流通环节所有可能发生质量事故的因素从而防止质量事故发生的一整套管理程序。
- 专科药房 DTP：专科药房 Direct to Patient，即药品生产厂商直接把药品放在药店面向患者的销售模式。
- 医药流通：指主要流通商品为药品及医疗器材的批量销售业务。
- “两票制”：2017 年 1 月，国务院医改办会同国家卫生计生委等 8 部门联合下发的一份通知，要求药品从药厂卖到一级经销商开一次发票，经销商卖到医院再开一次发票，以“两票”替代目前常见的七票、八票，减少流通环节的层层盘剥。
- “药品加成”：发改委在 2006 年《关于进一步整顿药品和医疗服务市场价格秩序的意见》规定：县及县以上医疗机构销售药品，以实际购进价为基础，顺加不超过 15%的加价率作价，在加价率基础上的加成收入为药品加成。
- “分级诊疗“：指国务院办公厅 2015 年 9 月 8 日发布的《关于推进分级诊疗制度建设的指导意见》中提到的分级诊疗制度，即按照疾病的轻重缓急及治疗的难易程度进行分级，不同级别的医疗机构承担不同疾病的治疗，逐步实现从全科到专业化的医疗过程。
- O2O：即 Online to Offline，从线上到线下，指将线下的商务机会与互联网结合，让互联网成为线下交易的平台。
- OTC：为 over the counter 的缩写，即非处方药，是指那些不需要医生处方，消费者可直接在药房或药店中即可购取的药物。



2 中国医药流通市场综述

2.1 医药流通定义及分类

医药流通是指主要流通商品为药品及医疗器材的批量销售业务。医药流通企业通过提供充足的仓储空间、专业的医药管理人员、覆盖广泛的物流和医药销售渠道，在与上下游的买卖交易中获取利润差，以此支付在医药产品流通环节所产生的仓储费、管理费、物流费、销售费，并获得适量的利润。广义上来说，医药流通是指介于医药行业上游生产与下游销售之间的中间环节，具有一定的中介性质，其业务范围可延伸至包括专科药房 DTP 以及第三方物流、供应链金融等的上下游增值服务（见图 2-1）。

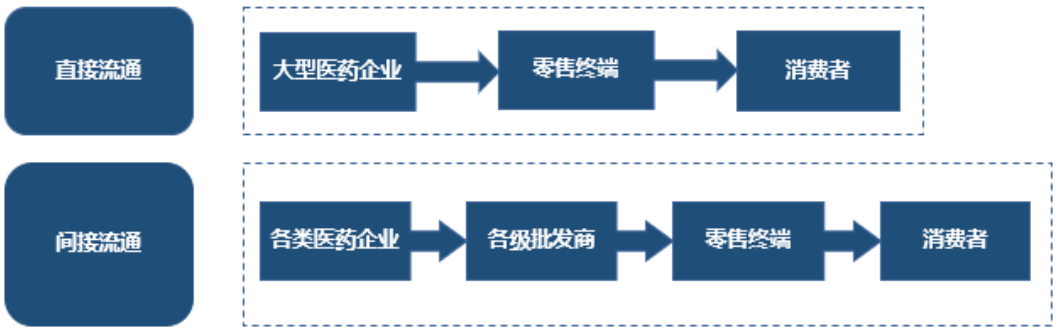
图 2-1 医药流通业务范围



来源：头豹研究院绘制

医药流通是医药产业流通中的重要环节，目前医药流通主要有两种模式：直接销售和代理销售（见图 2-2）。通过直接销售，大型医药生产企业利用自己的销售团队，整合销售渠道，将医药产品直接销售到医院等终端。而医药流通企业则采取代理销售的模式，从专业医药产品生产商处购买较大规模数量的商品，将商品流通到各级分销商，转售给医院、药房、卫生站、诊所等零售终端，最终到达消费者的手中。由此，医药流通处于间接流通的医药销售产业链的中间环节，起到了组织和调动不同地区之间医药商品流通的重要作用。

图 2-2 医药流通产业示意图



来源：头豹研究院绘制

中国的医药流通企业按照企业性质可分为民营企业和国有企业，按照覆盖范围可分为地区性企业和全国性企业（见图 2-3）。由于历史上的计划经济管制，中国医药流通行业中民营企业要晚于国有企业进入市场，面临着比国有企业更大的渠道压力和更高的财务成本，因此更为注重效用管理，逐渐在成本控制以及激励体制上形成了一定的优势。此外，在行业的发展中也分化出专注于区域渠道的地区性企业和专注于渠道延伸的全国性企业。这两种企业分别深耕于销售渠道的深度与广度，逐渐演化形成了相应的企业特点。

图 2-3 中国医药流通企业分类

分类指标	分类	特点
企业性质	民营企业	经营灵活，成本控制及激励体制更加完善
	国有企业	进入市场时间较早，市场规模占据领先地位；国家背书，财务成本较低
覆盖范围	地区性企业	在社区卫生、县级医院等基层下沉能力突出；渠道布局更为精细，仓储配送能力要求更高
	全国性企业	基本覆盖全国各省市二级以上医院渠道，市场占有率更高，具有一定的规模效应和品牌优势

来源：头豹研究院绘制

2.2 中国医药流通行业的发展历程

中国医药流通行业的发展受到中国经济体制变迁的影响，在不同的经济体制下呈现出不同的发展格局。中国的医药流通行业主要经历了以下几个阶段：

- 第一阶段：计划经济下的高度集中时期。

由于医药商品的特殊性，在计划经济下，中国政府严格把控药品的流通。中央直属的一级医药采购供应站、各省市的二级医药采购流通站和县级医药公司直接负责药品的流通与分销。这些流通企业直接与药厂对接，进行产品的包购包销，再按照四级的流通模式逐级调拨。政府按照行政区域的设置将市场划分给各个医药流通企业，一定程度上地规范了市场。但这

种模式体现出了极大的时代局限性。所有药品均有国家经营，缺乏市场竞争，使得药品流通效率低下，药品转销速度慢、成本高。

- 第二阶段：改革开放制度下的改革初期。

在这一阶段，中国经济逐渐由计划经济体制向市场经济体制转变，医药流通行业也逐渐实现从封闭的内部体系向开放式的转变。医药流通企业不再遵循计划拨备的供给模式，开始自主选择药厂以及相应的销售药品种类；摒弃了过去多级流通的流通格局，经营效率逐渐提高。同一时期，医药流通企业的数量开始增加，医院等终端市场的选择增多，行业逐渐向买方市场转变。

- 第三阶段：市场经济推动下过度竞争时期。

中国医药产业逐步发展，医药生产企业的数量及规模在这一时期快速增长。药品的品种持续丰富，产量也水涨船高，加上各类进口药品逐渐打开中国市场，上游产品的急剧增长带动了医药流通企业的快速发展。一大批民营医药流通企业迅速崛起，给药品流通业注入了新的活力，也在一定程度上冲击了原有的国有企业。市场上至此呈现出企业多而散乱的局面，各种不良竞争行为开始涌现。1999 年，国家对药品流通体制进行了改革，调整了药品定价的模式，落实了药品集中招标采购制度，规范了医药流通企业 GSP 认证。随着国家对医药流通的调控力度不断加大，医药流通行业开始逐步走向规范化。

- 第四阶段：“两票制”改革后市场集中度不断提高。

2017 年，国务院医改办协同国家卫生计生委等 8 部门联合下发了《关于在公立医疗机构药品采购中推行“两票制”的实施意见(试行)的通知》，要求药品流通从药厂至销售终端最多开两张发票，以规范药品流通秩序，改善药品层层加价的状态。此政策的出台淘汰了一批中小规模的流通商，行业监管更加严格；大型流通商不断整合更多资源，行业集中度不断提高。此外，传统医药流通商开始尝试规模化及多元化经营，医药电商平台在药品流通体系中

的地位与日俱增（见图 2-4）。

图 2-4 中国医药流通行业发展历程



来源：头豹研究院绘制

2.3 中国医药流通行业的市场规模

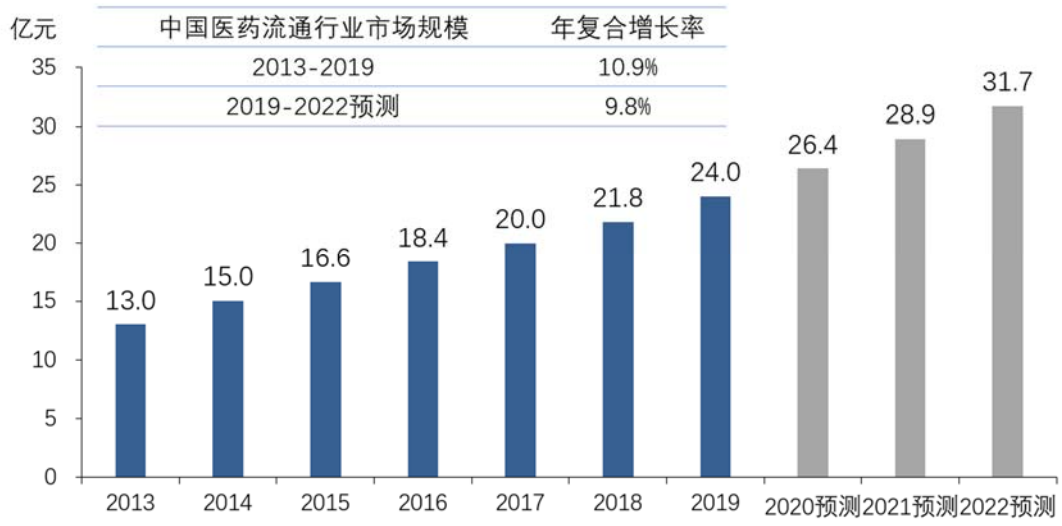
过去五年，中国医药流通行业发展迅速，市场规模由 2013 年的 13,036.0 亿元上升至 2019 年的 24,000.0 亿元，年复合增长率达到 10.9%（见图 2-5）。主要增长原因是：

（1）下游零售门店数量不断增加，同时具有互联网药品交易资质的企业数量快速增加，流通行业市场规模与日俱增；

（2）医保改革、国家卫生投入不断增加，医药行业的稳步发展促进医药流通行业快速发展。2017 年，中国医药流通行业市场规模增速为 8.8%，较上年 10.7%的增速有较大的回落。其主要原因是“两票制”下，医药流通行业受到较大冲击，相关企业需要转型时间以适应新的业态。

头豹预测，随着“两票制”改革逐步落实，市场格局转变逐渐完善，中国医药流通行业市场规模增速有望恢复至正常水平，在 2019 年至 2022 年间保持 9.8%的增速，并于 2022 年超过 30,000 亿元的市场规模。

图 2-5 中国医药流通行业市场规模，2013-2022 预测



来源：商务部，头豹数据中心编制

按照销售地区划分，2017 年，中国医药流通行业市场规模最大的前五大省市为广东省、北京市、上海市、江苏省和浙江省（见图 2-6），均为中国经济发展较为领先的地区。这些区域内的居民生活水平高于全国平均水平、卫生健康意识较强，促使地区内医疗健康产业的扩张更为迅速。以广东省为例，2017 年，该地区医药总销售金额为 1,870 亿元，位居全国第一，占比达 9%。随后的是山东省、河南省、安徽省这些人口大省，2017 年全年医药销售金额均超过千亿元的规模，人口的高密度对这些省份医药产业的发展起到了重要的推动作用。

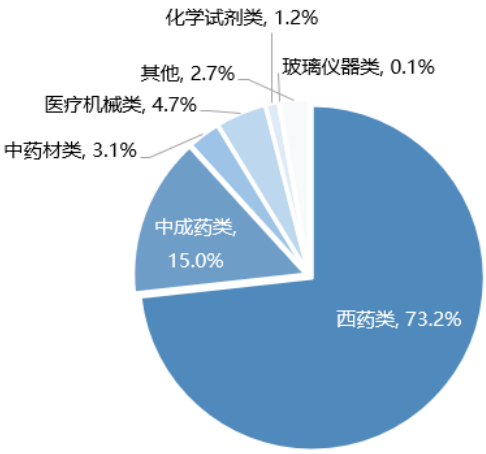
图 2-6 中国医药流通市场规模前十地区，2017

序号	地区	销售总额（亿元）	占比
1	广东省	1,870	9%
2	北京市	1,703	9%
3	上海市	1,618	8%
4	江苏省	1,488	7%
5	浙江省	1,451	7%
6	山东省	1,143	6%
7	河南省	1,117	6%
8	安徽省	1,097	5%
9	四川省	810	4%
10	云南省	761	4%
	全国	20,016	100%

来源：商务部，头豹数据中心编制

按照医药商品销售品类结构来划分，2017 年，中国医药流通行业规模最大的产品类别为西药类产品，占七大类医药商品销售总额的 73.2%。紧随其后的是中成药类产品，占医药销售总额的 15%，医药机械类占 4.7%，中药材类占 3.1%，化学试剂类占 1.2%，玻璃仪器类占 0.1%，其他类产品占 2.7%（见图 2-7）。由此可见，中国医药流通行业流通商品种类以西药类与中成药类为主，西药类产品占据绝大多数的市场份额，其市场规模于 2017 年已达到 14,646 亿元。

图 2-7 中国医药流通行业销售品类结构，2017



来源：商务部，头豹数据中心编制

2.4 医药流通行业产业链分析

医药流通行业产业链可以分为三大环节。产业链上游是药品及医疗器材的生产厂商，根据销售产品的不同主要有七大类医药产品的生产厂商，分别是西药类、中成药类、中药材类、医疗器械类、化学试剂类、玻璃仪器类以及其他类。产业链中游为医药流通企业，主要负责产品的采购、仓储、管理和销售。产业链下游是医药产品的终端消费市场，包括医院、社区诊所等医疗机构，以及零售药店、医药电商等直接面对终端消费者的零售商。

图 2-8 中国医药流通产业链



来源：头豹研究院绘制

2.4.1 上游分析

根据国家食品药品监督管理总局于 2018 年 4 月发布的《2017 年度食品药品监管统计年报》显示，截至 2017 年 11 月底，全国共有原料药和制剂生产企业 4,376 家、医疗机械生产企业 1.6 万家。医药生产企业虽然多，但具有独立研发能力的创造性药企数量有限，大多数企业仍从事低水平、同类型产品的重复生产。从出厂价来看，目前 80%左右的药企仍采用低价出厂，议价能力较低。只有小部分企业所生产的具有排他性、稀缺性的医药产品可实现高价出厂，对下游经销商具有较高的议价能力。整体来看，中国医药产品生产行业市场

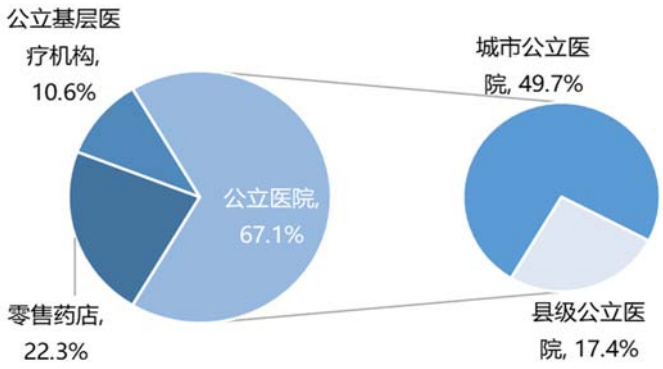
集中度较低，同时对比发达国家的市场环境，市场格局与市场体制尚不成熟。

“两票制”以来，国家严控药品流通环节中的开票流程，医药流通企业的盈利水平由此大打折扣，利润逐渐向上游转移。一方面，低价开票企业有机会通过转高价销售，增加收入；另一方面，上游企业也在不断推进工商结合，自主扩展营销渠道，上游生产企业的销售费用由此显著提升。随着“两票制”的逐步落实，生产销售相结合的上游综合性医药企业的议价能力将显著提高。而同时，小型药企在面对整合了渠道资源的大型流通企业时，也将逐渐丧失话语权。

2.4.2 下游分析

医药流通行业下游零售端可分为三大主要销售渠道：公立医院、零售药店和公立基层医疗机构。公立医院包括城市医院和县级公立医院。该渠道的市场份额最大，但由于政策影响，自 2017 年来呈下降趋势。2018 年，公立医院占据 67.1%的医药零售行业市场份额，相较 2017 年近 80%的市场份额下降了超过 10%。零售药店包括实体药店和网上药店，2018 年其市场份额占比为 22.3%。公立基层医疗机构包括城市社区卫生服务中心以及乡镇医疗诊所，市场份额占比最小，但上升趋势明显，2018 年占比为 10.6%（见图 2-9）。

图 2-9 中国医药零售行业市场分布



来源：fsTEAM 软件采编，头豹数据中心编制

从下游市场份额来看，各等级的公立医院，尤其是城市公立医院，占据中国医药零售行业绝大多数的市场份额。医院对医药流通企业议价能力较强，对其下游的个体消费者也有绝

对的垄断能力。中国医院医药采购大多通过省级招标平台统一采购，价格由政府药品采购管理办公室审定公布，药厂中标价为医院采购最高限价。虽然医药零售价受政府最高限价管制，但历史上，医院药房定价普遍存在定价虚高的情况，医院在医药流通环节中层层剥削，获取了高额的利润，药品销售成为医院主要盈利来源之一。

为告别以药养医的状态，2017 年 2 月 9 日，国务院发布《关于进一步改革完善药品生产流通使用政策的若干意见》，规定取消药品加成，同时禁止医院限制处方外流。医院收入盈利来源结构转换，医药销售收入显著减少，药品销售额小幅降低。但鉴于药品销售额的减少相对于销售总额占比较小，药品销售层面对上游药品流通企业的影响有限。另一方面，药品加成的取消使得医院等医疗机构对药品采购、流通、销售的成本管控更加严格，促进了医药流通行业在增值业务服务上的开展。众多流通企业已加持了医院增值服务业务，向医院提供包括医院信息服务、医院物流延伸、医院药房托管等一系列增值服务。在政策的指引下，未来医药流通的下游产业中零售药房及公立基层医疗机构的市场占比将进一步扩大，医药流通企业的服务能力和服务范围也呈现不断扩大的趋势，公立医院的垄断形势有望缓解。


innovation 创新地图 map
推广
前哨 2020 科技特训营
掌握创新武器 抓住科技红利
Insights into Tech and the Future
直播时间
每周四20:00-21:00
全年50次直播课程
+私享群互动
随报随听
王煜全
海银资本创始合伙人
得到《全球创新260讲》主理人
扫码报名
微信咨询：InnovationmapSM
电话咨询：157-1284-6605

3 中国医药流通行业驱动因素分析

3.1 监管与支持政策并行，行业稳中有序腾飞

医药流通行业的发展离不开政策的支持。医药流通行业利好政策频出，潜在需求继续快速释放，逐渐实现健康有序发展（见图 3-1）。 2015 年 6 月，原卫计委发布《关于落实完善公立医院药品集中采购工作指导意见的通知》，提出对药品实施分类采购管理，改进药款结算方式，加强药品配送管理规范采购平台建设。2017 年 2 月，国家食药监总局发布《国务院办公厅关于进一步改革完善药品生产流通使用政策的若干意见》，进一步明确推进药品流通体制改革的目的是要培育大型现代药品流通企业，鼓励大型企业兼并中小企业，鼓励大型药品流通企业发展。2018 年 8 月，自治区党委办公厅与人民政府办公厅印发了《关于深化审评审批制度改革鼓励药品医疗器械创新的实施意见》,《意见》提出要推动药品流通企业转型升级，鼓励药品经营企业兼并重组，培育现代药品流通骨干型企业和具有竞争力的药品经营企业集团；引导“互联网+药品”规范发展，支持药品流通企业与互联网企业加强合作；鼓励药品生产经营企业实施质量档案资料电子化管理；培育药品零售服务新模式，多业态、多形式服务公众。政策对医药流通行业的支持鼓励，为医药流通行业创造了良好的社会环境，并且进一步引导社会资本的进入，扩大了行业市场规模，提高了行业服务效率和质量，促进了行业整体的进步与发展。

图 3-1 医药流通行业利好政策

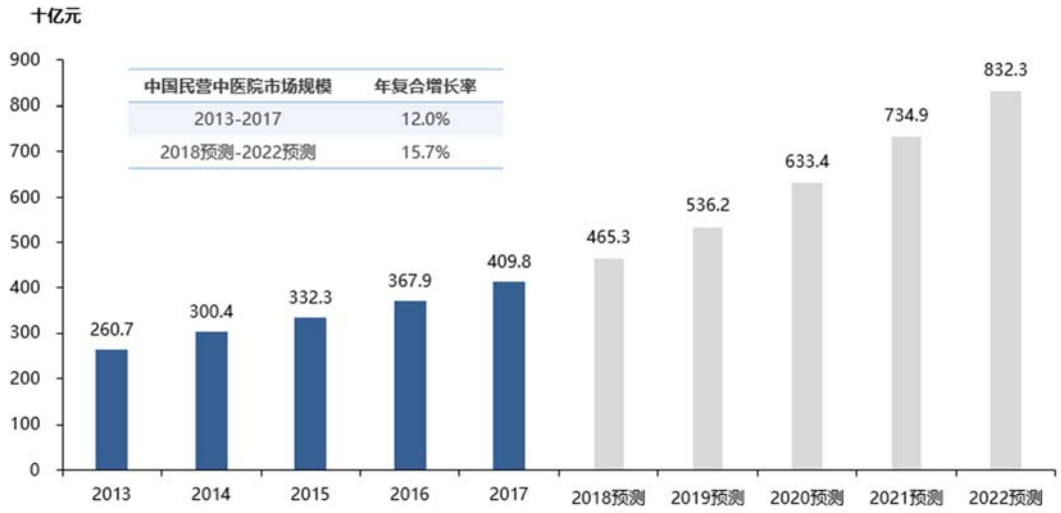
政策名称	颁布日期	颁布主体	主要内容及影响
《关于落实完善公立医院药品集中采购工作指导意见的通知》	2015-06	（原）国家卫计委	提出对药品实施分类采购管理，改进药款结算方式，加强药品配送管理规范采购平台建设。
《国务院办公厅关于进一步改革完善药品生产流通使用政策的若干意见》	2017-02	国家食药监总局	进一步明确推进药品流通体制改革的目的是要培育大型现代药品流通企业，鼓励大型企业兼并中小企业，鼓励大型药品流通企业发展。
《国务院办公厅关于进一步推进物流降本增效促进实体经济发展的意见》	2017-08	国务院办公厅	规范公路货运执法行为。推动依托公路超限检测站，由交通部门公路管理机构负责监督消除违法行为、公安交管部门单独实施处罚记分的治超联合执法模式常态化、制度化，避免重复罚款。 精简快递企业分支机构、末端网点备案手续。指导地方开展快递领域工商登记“一照多址”改革。进一步简化快递企业设立分支机构备案手续，完善末端网点备案制度。
《关于深化审评审批制度改革鼓励药品医疗器械创新的实施意见》	2018-08	自治区党委办公厅与人民政府办公厅	提出要推动药品流通企业转型升级，鼓励药品经营企业兼并重组，培育现代药品流通骨干型企业和具有竞争力的药品经营企业集团；引导“互联网+药品”规范发展，支持药品流通企业与互联网企业加强合作；鼓励药品生产经营企业实施质量档案资料电子化管理；培育药品零售服务新模式，多业态、多形式服务公众。

来源：头豹研究院绘制

3.2 零售药店发展态势向好，拉动医药流通行业进步

近两年国家政策逐渐倾斜零售药店行业，从而驱动了该行业的发展。例如，2016 年 12 月，商务部发布了《全国药品流通行业发展规划（2016-2020 年）》，《规划》重点提出到 2020 年，药品零售连锁率达到 50%以上，但此目标已在 2017 年提前实现。2017 年 5 月，《国务院办公厅关于加快推进“多证合一”改革的指导意见》中提到全面实施“五证合一、一照一码”登记制度的改革，该政策提高了开办药店行政审批的效率，节约了药店筹备的房屋租用以及人力成本，从而加速零售药店的新建和扩张。受益于政策的鼓励，零售药店得到了快速的发展。此外，OTC 价格的提升与零售药店自身服务效率的提高同样使该行业加快了发展的步伐。在利好政策的驱动下，中国零售药店市场规模从 2013 年的 2,607 亿元增长到 2017 年的 4,098 亿元，年复合增长率达 12.0%（如图 3-4）。2017 年中国零售药店数量为 45.4 万家，相较于 2013 年增加 2.1 万家，零售药店发展势头较好，而零售药店行业良好的发展态势也拉动医药流通行业的发展：零售药店数量增加，对医药流通需求增加，促使医药流通需求增加，医药流通行业得到发展。

图 3-2 中国零售药店市场规模，2013-2022 预测



来源：fsTEAM 软件采编，头豹数据中心编制

4 中国医药流通行业制约因素分析

4.1 人才资源匮乏，培养机制落后

中国医药流通行业人才匮乏已成为制约中国医药流通行业快速发展的重要原因之一。该行业人才匮乏主要表现在三个方面：

①人才数量不足，复合型人才匮乏；目前，医药流通行业正由劳力密集型向人才，技术密集型行业转型，行业的人才现状不能满足行业发展需要。国家药监局数据显示，截至 2017 年年末，中国执业药师的数量近 41 万，但注册率只有 51%，即仅有 20 万的注册药师在从事药学服务。同时，医药流通企业有着特殊性，因为药品的质量直接关系到人民的健康，需要大量既有专业知识又能解决实际技术问题且具备一定管理能力的复合型人才。但现实情况是，药品流通企业的相关工作人员大多没有接受过系统的医药知识培训，专业能力参差不齐，对药品的安全性缺乏必要的了解，也不具备医药供应链的跨界整合能力，进而影响药品流通中的安全性，不利于提升行业服务能力，降低了行业运作效率。

②学校与企业人才培养机制不健全；医药流通行业人才的培养离不开有丰富理论知识与实践经验的师资队伍，但中国医药流通行业起步较晚，师资力量薄弱，大部分高校医药流通专业的教师均是由其他专业转业而来，并不具备医药流通的专业背景，更无该行业的实际工作经验。师资力量的匮乏导致无法保证教学的质量，高质量的教师团队亟待建设。

③企业人才管理机制落后；大部分医药流通企业对人才缺乏长期规划，未能形成一套完整的人才管理机制，在人员任用方面，对人才的选拔到配置较为随意，例如，当人员缺乏时，通过市场进行临时性招聘，由于企业招聘的人员需要后续培养，需要消耗大量的成本，企业往往仅会对相关人员进行简单操作方面的培训，而不会对其综合规划能力进行培育，新入职的员工没有进行系统性培训就仓促上岗，而老员工无法身兼数职，对新员工进行系统的指导，导致工作效果不佳。并且部分企业存在任人唯亲的情况，在这种情况下，优秀的人才难以形成对企业的归属感，造成人才流失，抑制了行业人才建设的步伐。

4.2 法律法规不完善，监管体系不健全

伴随新医改的推进，中国出台了相关监管体系以强化医药流通体系建设，在医药流通体系建设取得了一些进展。但由于中国医药流通行业起步较晚，关于药品监管尤其是药品流通监管的法律法规数量不多，且监管各各部门之间监管衔接性不佳等问题，导致中国医药流通行业仍存在诸多问题，具体表现在以下三个方面:

①医药流通监管体制的不健全体现在流通环节中的监管职能不明确，监管体系存在漏洞。目前，国家发改委负责调控药品价格，药品流通企业由国家市场监督管理总局监管，药监局对药品质量及安全监督，这种分段监管的现状，导致各环节间衔接不足，割裂了药品流通监管连，监管效率低下，不利于监管工作的开展。

② 监管法律法规不完善。医药流通行业的有序发展依赖于监管体系的完善，但中国对于医药流通领域缺乏明确的规范，例如，现阶段对于药品流通环节进行监管执法的依据仅有

《药品管理法》与《药品监督管理办法》，但仅有《药品管理法》归属于国家立法机关立法，其他相关法律法规均为行政立法，法律位阶较低，威慑力不足，落实情况差，违法成本低，医药违法事件屡禁不止。例如，一些并无药品经营资质的“药贩子”伪造销售证件，利用法律漏洞，非法进行药品流通等活动，对人民生命财产造成威胁。

③现有的监管制度未彻底落实阻碍行业发展。中国医药流通的监管体制是由中央进行审批，由各个地方进行落实，但由于各地实施单位及监管部门对其解读不尽相同，而相关企业自律性较差，造成相关监管法律法规不能彻底落实。

4.3 行业集中度低，企业缺乏竞争力

医药流通行业是竞争程度较高的行业，尽管盈利水平比较低，但通过市场集中度的提高，大型企业能够通过扩大药品流通的规模来实现范围经济与规模经济，有效促进药品流通效率提高和节约流通成本，增强整体获利能力，带动医药流通行业的发展。但长期以来，中国医药流通企业存在规模小，大型企业数量少，产品同质化严重以及由此带来的流通成本高和效低与缺乏核心竞争力等问题。头豹数据显示，截止 2017 年末，全国共有药品流通企业 13,146 家，但大型的医药流通企业不足 200 家，数量较少，其中，4 家全国龙头企业（中国医药集团有限公司、华润医药商业集团有限公司、上海医药集团股份有限公司、九州通医药集团股份有限公司）主营业务收入占同期全国医药市场总规模的 37.6%，相比药品流通业发达的国家（美国前三大医药商业企业占据全美 96%的市场份额，日本前四大药品流通集团同期占有全国 80%的市场份额），市场集中度过低，难以实现规模经济，不利于医药流通产业结构的优化，阻碍的行业的进步。此外，中国目前的医药流通企业的运营模式一般较为相似，在产品方面，医药品种多，但大多数没有特色产品，企业之间的竞争主要还是价格的竞争，信息化投入较低，压低了整体的经营绩效和效率，导致整体竞争力不强。在服务方面，大多数企业刚刚起步，尚无特色服务，导致大多

医药流通企业缺乏核心竞争力。

5 医药流通行业发展趋势

5.1 “两票制”进一步落实，行业集中度稳步提升

医药流通行业集中度快速提升，主要受益于“两票制”。2016 年 4 月，国务院印发了《国务院办公厅关于印发深化医药卫生体制改革 2016 年重点工作任务的通知》，提出将在指定的综合医改试点省份全省范围内推行药品生产企业到流通企业开一次发票，流通企业到医疗机构开一次发票的“两票制”。在此之后，各个地方为响应国家“两票制”政策，纷纷出台相关落实条例。例如江苏省药监局流通管理处发出通知，要求各相关单位予以两票制实施的意见反馈；陕西省卫计委召开了医药工业商业企业座谈会，倾听了业界对两票制的实施意见；安徽省于 2016 年 10 月出台了《公立医疗机构药品采购推行“两票制”实施意见》，明确要求从 2016 年 11 月 1 日起全省实施药品生产企业到公立医疗机构两票制。

两票制压缩了从生产企业到流通企业最后到医院的环节。以“两票”替代目前常见的多级代理模式，加速资源整合效率、使信誉度高、规范性强、终端覆盖广、销售能力强的大型药品流通企业市场占有率迅速提升，行业集中度不断提高。目前，中国除了少数生产企业的药品可以做到两票制，大部分药品的销售链条仍是三票甚或为多票，因此，在未来，伴随两票制的进一步落实，两票制覆盖范围的扩大，医药流通行业运行的中间流通环节减少、流通渠道将扁平化、行业集中度将进一步提升。

5.2 医药流通市场结构调整加快

根据商务部发布的《全国药品流通行业发展规划（2016-2020 年）》，“做强做大”是药品流通行业的发展目标，行业主管部门将继续鼓励药品流通企业兼并重组，提高行业集中度，利用上市融资等多种方式加快兼并重组步伐，努力提高行业组织化水平，实现规模化、集约

化经营。2017 年 2 月，国家食药监总局发布《国务院办公厅关于进一步改革完善药品生产流通使用政策的若干意见》，进一步明确推进药品流通体制改革的目的是要培育大型现代药品流通企业，鼓励大型企业兼并中小企业，鼓励大型药品流通企业发展。由此可见，国家政策倾向于发展大型医药流通企业以及特色中小型企业，促进行业内部结构优化升级。

在国家政策的引导下，未来，药品流通行业将进入结构调整期：大型医药流通企业间的竞争将更加激烈，大型医药流通企业将进一步加快流通网络布局建设，利用其既有网点优势、品牌优势及资本优势巩固市场地位，进一步拓展业务规模，促进区域市场经营品种结构的调整。中小医药流通企业或主动并入大型企业，共享大型企业的品牌资源；或结合自身优势，将业务做好做精，以应对激烈的市场竞争。由此，规模小、渠道单一的药品流通企业将难以为继，行业内或为实力强的大企业，或为小却精的中小企业，医药流通产业结构调整步伐加快，产业结构将实现优化升级。

5.3 医疗资源下沉，对基层医疗的依赖性增强

中国医疗资源分布不均衡，三甲医院口碑好，拥有先进的医疗器械和优质医师资源的医疗机构往往“门庭若市”，导致小病大看、医疗资源浪费等问题发生。为改善该种状况，2015 年 9 月，国务院办公厅印发了《关于推进分级诊疗制度建设的指导意见》，该《意见》要求以加强基层医疗卫生机构服务能力建设为重点，引导优质医疗资源下沉、工作重心下移，医疗资源利用效率和整体效益进一步提高，合理规范就医秩序。

受益于分级诊疗政策的颁布与实施，基层医疗发展步伐加快，基层医药销售量逐年增加。头豹数据显示，截止到 2017 年年末，中国拥有基层医疗卫生机构 933,024 家，比上年增加 6,506 家，公共基层医疗药品销售占比由 2010 年的 6.5%，提升至 2017 年的 8.9%，增速高于整体药品市场销售额的增速。基层医疗快速发展，基层医疗对医药流通需求逐渐释放，促进了医药流通行业的发展。

以医药流通龙头企业—九州通为例，2018 年九州通的销售额中，二级以上医疗机构的销售额仅为 20%，基层医疗市场的销售额高达 80%。基层医疗的医药需求俨然已成为驱动九州通运营的重要因素之一。未来，伴随分级诊疗与“健康中国”等鼓励基层医疗发展政策的进一步落实，基层医疗市场的份额和容量日益增大，随之而来巨大的医药需求将成为医药流通行业发展的主力军。



➢ 中国医药流通行业市场竞争格局

5.4 中国医药流通行业市场竞争现状

中国医药流通行业现有企业 1.3 万家，整体集中度较低，呈现多、乱、杂的局面。2010 年至 2017 年，中国药品流通百强企业的销售额占比已从 69%提高至 71%，但与发达国家数家龙头企业占据 90%以上市场份额的现状相比尚有很大差距。“两票制”以来，行业内经历了一轮较大规模的洗牌，兼并重组的步伐持续推进，市场集中度有望进一步提高。目前，中国流通企业中主营业务收入上千万元的企业有三家（见图 6-1），分别是占据 16%的市场

份额的国药集团，以及占据 6%市场份额的华润医药和上海医药。从企业性质来看，中国医药流通主营业务收入前十企业中有 7 家为国企，国有医药流通企业在行业内仍然具有绝对的统治能力。

图 0-1 中国医药流通主营业务收入前十企业，2017

序号	企业名称	企业性质	主营业务收入（亿元）	占比
1	中国医药集团有限公司	国企	3,214	16%
2	华润医药商业集团有限公司	国企	1,264	6%
3	上海医药集团股份有限公司	国企	1,218	6%
4	九州通医药集团股份有限公司	民企	737	4%
5	广州医药有限公司	国企	384	2%
6	中国医药健康产业股份有限公司	国企	301	2%
7	华东医药股份有限公司	民企	278	1%
8	南京医药股份有限公司	国企	273	1%
9	康德乐股份（香港）有限公司	外企	263	1%
10	重庆医药（集团）股份有限公司	国企	211	1%

来源：商务部，头豹数据中心编制

由于下游的医院等医疗机构大多以省为单位进行招标采购，中国医药流通行业区域性分散竞争严重。中国企业当中，尤其是规模有限民营企业，大多为针对固定地区的区域性企业。如图 6-1 所示，中国医药流通行业收入排行前五中仅有九州通一家为民营企业。未来，中国医药流通行业内的集中度将逐渐提高，竞争将进一步加剧，渠道的争夺、服务的扩展、成本的控制将成为企业获胜的关键因素。

5.5 中国医药流通行业的主要参与者

5.5.1 上海医药

（一） 公司简介

上海医药集团股份有限公司是一家全国性国有控股的医药产业集团，总部位于上海，其前身是上海四药股份有限公司。上海医药于 1994 年上市 A 股，并于 2011 年在 H 股上市，

是一家老牌医药上市企业。主营业务为医药产品的研发、制造、分销与零售，在医药产品生产和销售两方面都位居行业前列。2017 年，公司医药流通业务主营业务收入 1,218 亿元，位居全国第三。

上海医药积极推动全产业链的业务发展，实现了工商业的一体化发展。公司在医药工业领域积极投入重点产品研发，研发能力位居中国前列，目前拥有 399 个发明专利。公司在国内外拥有十余个制造基地，常年生产超过 800 个品种的化学药、生物药和中药。公司在医药商业领域积极进行市场扩展，在全国医药流通行业市场规模位列第三，零售业务也位列前列。上海医药目前控制医药流通公司 19 家，分销网络覆盖全国 31 个省市自治区，覆盖医疗机构超过 2 万家，拥有连锁零售药房近 1900 家。

（二） 运营战略

公司积极扩建其商业分销网络，在 2017 至 2018 年间完成多笔并购业务。2017 年，上海医药以 5.6 亿美元的价格现金收购了“康德乐马来西亚”100%的股权，从而获得康德乐集团在中国的分销渠道，成功地扩大了公司版图，并与作为美国医药流通三巨头之一的康德乐集团形成了战略合作伙伴关系。另外，公司还收购了四川神宇及徐州医药，开启了公司在四川、重庆、贵州和天津地区的业务覆盖；收购了在江苏、上海、辽宁等地的分销业务，深化了重点地区的业务覆盖。在并购重组战略的强势推进下，上海医药的市场份额持续提高。

（三） 竞争优势

营销体系整合集中。公司自 2013 年起开始推动营销渠道的整合，建立了销售中心，下设营销一部、二部、三部，统筹管理下属子公司的产品营销。三个部门针对专业化的学术推广、精细的渠道管理、品牌建设、以及 OTC 药物的零售推广展开，形成了一个较为全面的营销体系，营销效率有所提高，公司的费用率呈现明显的下降趋势。

工商业协同发展，效果卓越。公司旗下有研发机构上药研究院，医药生产公司上药信谊、

上药第一生化、上药药材等，均为优秀的医药上游资源，与流通业务资源共享，协同效果显著。2018 年，公司持续加大研发投入，在全球多地设立研发中心与实验室，投资并购了一大批国内的知名医药企业。企业的产品线日益丰富，市场影响力逐渐扩大，对下游的分销业务起到了重要的促进作用。

百年国企造就品牌优势。上海医药的前身是成立于 1866 年的上海四药股份有限公司，距今已经发展超过了 150 年。公司在发展历程中凭借着国企的优势，积累了深厚的企业文化，汇聚了大量的渠道资源，赢得了业内广泛的声望。2009 年，上海医药合并收购了上海医药（集团）和上海上实（集团）旗下的医药资产，整合成为今天的上海医药。目前，公司是上海国资体系内唯一的一家药企，政策优势明显。且政府背书，提高了品牌可信度，降低了财务成本，公司从而成为上海区域乃至全国范围内领先的医药流通企业。

5.5.2 九州通

（一） 公司简介

九州通医药集团股份有限公司是一家总部位于武汉的民营医药流通企业，成立于 1999 年，前身为武汉均大储运有限公司。公司主营业务为中西药产品、医疗器械的流通和物流配送，同时提供连锁零售药店、药品研发生产和医院增值服务。公司核心业务为医药流通业务，2017 年，九州通的流通业务实现收入超 700 亿元，占 2017 年总收入的 95.8%。公司于 2010 年 11 月在 A 股上市，证券代码 600998，是民营医药流通企业中市场规模最大的企业。公司位列 2018 年中文版《财富》500 强第 105 位，获得“国家 5A 级物流企业”、”湖北企业 100 强”、“中国民营企业服务业 100 强”等多项荣誉称号。

（二） 运营战略

九州通坚持明确的发展战略，渠道纵向下沉效果显著。公司主要客户包括二级以上的医疗机构以及基层医疗机构。2016 年以来，公司深度挖掘基层医疗卫生机构、零售药店以及

乡镇卫生诊所等渠道，顺应了国家“分级诊疗”的政策，快速地扩大了基层医疗机构的市场占有率。2017 年，公司拥有的基层医疗机构客户数达到近 7 亿家，较 2013 年提升了近三倍有余。公司在中国的市场规模逐步提升，目前已在全国 31 个省市内拥有医药物流中心，覆盖了全国 95%以上的行政区域。

公司积极探索新兴业务，提高企业核心竞争力。公司旗下控股了子公司九州通医疗信息（科技）有限公司，专注于医疗、卫生行业软件的系统研发。2018 年，公司与腾讯云签订战略合作协议，利用大数据、云计算和人工智能等技术，开发向医院提供的医疗信息化服务，以增强医院终端对公司的客户粘性。此外，公司致力于第三方物流、医养融合、基金投资、医疗电商等业务的开展。公司最初与京东合作成立的医疗电商平台“好药师”，其送药范围目前已经覆盖全国 18 个一二线城市，是 O2O 的商业模式和传统的医药零售业务的完美融合。新兴业务带来了产业链的延伸，九州通凭借业务领域的不断扩张必将在未来成功引流更多的客户资源。

（三） 竞争优势

独特的营销模式。公司作为中国为数不多的民营全国性医药流通企业，营销模式的创新是其成功的一个关键因素。公司专注于市场分销，将销售对象落在基层医疗机构、民营医院、下游流通企业以及零售药店等终端，直接向它们提供药品销售和配送服务。通过这样的营销模式，公司快速拓宽了市场格局，提高了服务效率，降低了销售成本，同时避免了公司作为民营企业不具备体制对接优势的窘境。目前公司营销网络已延伸至全国大部分县级行政区域，在下沉渠道的建设水平上位于全国前列。

高效的物流体系。公司凭借着其专注于市场分销的营销模式，逐渐形成了一套高效的物流体系。公司的物流的成本低、效率高，表现在药品从入库到出库的全过程均可达到自动化控制；百万元的药品从订货到装车只需两个小时，出库准确率达 99.99%；500 公里内的普

通货物 24 小时送达，等等。公司是业界唯一一家能够自主进行物流中心规划、设计实施、上线运营的企业，物流系统和仓储技术业界领先。高效的物流体系是使得公司能够实现快速发展另一个核心竞争力。

灵活的激励机制。公司为全国五大医药流通企业中唯一一家民营企业，管理相对更加灵活，决策程序也更加高效。公司在历史上已制定并实施了两次三年期限制性股权激励计划，对公司董事、中高级管理人员以及核心的技术人员和业务人员进行股权激励，使得员工个人利益与公司利益高度一致，利于公司的健康发展。

严格的质量管理系统。公司建立了完善的质量管理网络和药品质量监管体系，旗下 98 家公司均已通过了新版 GSP 认证，并拥有一个 600 人的专业的质量监管团队。公司利用数字信息技术和标准化的操作手册，针对采购、入库、养护、出库、配送以及售后六大方面进行严格的质量管理与流程监控，保证了医药产品在流通过程中的质量安全。

头豹研究院简介

- 头豹研究院是中国大陆地区首家 B2B 模式人工智能技术的互联网商业咨询平台，已形成集行业研究、政企咨询、产业规划、会展会议行业服务等业务为一体的一站式行业服务体系，整合多方资源，致力于为用户提供最专业、最完整、最省时的行业和企业数据库服务，帮助用户实现知识共建，产权共享
- 公司致力于以优质商业资源共享为基础，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，通过开放合作的研究平台，汇集各界智慧，推动产业健康、有序、可持续发展



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

头豹 LeadLeo

报告阅读渠道

头豹科技创新网 —— www.leadleo.com PC端阅读全行业、千本研报



头豹小程序 —— 微信小程序搜索“头豹”、手机扫上方二维码阅读研报

添加右侧头豹研究院分析师微信，邀您进入行研报告分享交流微信群


图说


表说


专家说


数说

详情请咨询

客服电话
400-072-5588

上海
王先生： 13611634866
李女士： 13061967127

南京
杨先生： 13120628075
唐先生： 18014813521

深圳
郭先生： 15121067239
李先生： 18916233114