

编者按：现将“第一药店”2018年5月14日“药店周刊”撰写的“解析四大A股上市连锁门店经营效率”一文主要内容摘录，供我省药品经营企业，尤其是医药连锁公司一阅。从四家A股上市公司连锁门店经营效益来看、来比，江苏药品连锁经营的规模、经营管理、经营质量和效益有大的落差。江苏药品连锁经营的现状与我省经济大省、药品流通大省有着大的差距。希望大家阅读后，从中能找到差距点，针对差距，制订应对措施，加强加快药品连锁经营的发展。

## 解析四大A股上市连锁门店经营效率

### 一、门店经营概况

#### 1、一心堂

根据一心堂2017年年报，报告期内鸿翔一心堂及其全资子公司增加门店1110家，其中新开门店662家，收购门店448家，关闭129家，到年末，公司门店5066家。

作为药店圈的“西南王”，一心堂在西南地区已经实现了深度覆盖。以云南市场为例，其门店数已经达到了3200家，覆盖了云南所有的市县。

这种“少区域高密度网点”也为一心堂带来了上游议价权。其2017年年报显示，一心堂的零售营收为73.04亿元，同比增长23.58%，零售毛利率为40.83%。零售毛利增长快于零售收入增长，一方面是因为公司区域集中度高，导致上游议价权提升。另一方面，随着销售规模逐步增加，常规品种的单品采购量不断增长，因此获得供应商让利。

一心堂除在云南，在华南、华北等多个区域也逐渐打造品牌和服务影响力。从门店数量来看，截至2017年12月31日，云南以外的区域门店占总门店数量比达到36.81%。而从零售收入占比来看，云南以外区域门店2017年度贡献销售收入占比达到29.55%。

#### 2、益丰药房

益丰药房 2017 年年报显示，其 2017 年全年净增门店 524 家，其中公司自建门店 349 家、新增并购门店 167 家、新增加盟店 57 家、关闭门店 49 家。截至 2017 年 12 月 31 日，公司在湖南、湖北、上海、江苏、江西、浙江、广东七省市拥有连锁药店 2059 家（含加盟店 80 家），零售营收为 45.73 亿元，较 2016 年提升 30.11%，零售毛利率为 38.71%。

从地区来看，益丰一直实行区域聚焦的发展战略，并已在中南、华东地区取得了领先的市场竞争力。

### 3、老百姓

截至 2017 年 12 月 31 日，老百姓拥有直营门店 2434 家，年度新增门店 657 家，其中新建直营门店 339 家、并购门店 318 家，因受并购整合、拆迁及策略性调整等关闭门店 61 家。零售营收为 68.17 亿元，同比增长 19.5%，零售毛利率为 37.92%。

至此，老百姓构建了覆盖全国 17 个省共计 2434 家直营门店、加盟门店 299 家的营销网络，经营的商品品规达 4.56 万余种。

从地区来看，华中地区收入占比超过 39%，是公司业务收入的重要来源。

### 4、大参林

截至 2017 年 12 月 31 日，大参林取得营业执照的门店共 3146 家，其中正在营业的门店共 2985 家、拟营业门店 161 家。

报告期内一共新增 633 家门店。其中，广西新增 148 家，营业收入同比增加 36.79%，河南新增门店 84 家，营业收入同比增加 54.39%。

2017 年大参林零售营收 71.75 亿元，同比增长 18.07%，毛利率为 39.17%。

从地区来看，报告期内，营收增速最快的是华东地区，增速达 57.56%。主要是江西新收购门店，福建门店收入增长贡献。

## 二、门店经营现状

## 1、门店效率

大参林 2017 年年度报告披露，其月均平效为 2831.93 元/m<sup>2</sup>，以每月 31 天概算，则大参林日均平效为 91.35 元/m<sup>2</sup>，同期益丰、老百姓、一心堂的日均平效分别为 63.88 元/m<sup>2</sup>、59 元/m<sup>2</sup>、46.23 元/m<sup>2</sup>。

平均单店营业额，大参林、老百姓、益丰、一心堂分别为 98.63 m<sup>2</sup>/店，159.07 m<sup>2</sup>/店，132.56 m<sup>2</sup>/店，111.4 m<sup>2</sup>/店。

## 2、会员销售占比

根据 2017 年年度报告披露，一心堂、益丰、老百姓、会员销售占比超过 70%（大参林年报未披露）。

2017 年，一心堂拥有超过 1500 万的活跃会员和完善的会员管理体系，会员销售占比达 77%；益丰拥有会员人数达 1600 万，会员销售占比 80%；老百姓拥有活跃会员数 860 余万，会员销售占比 73.17%，来客数占比 59.31%，为提高顾客满意度，在 400 服务热线基础上新增“24 小时送药上门”服务，更多的为顾客提供便利；大参林则利用智能信息工具将会员进行分级分类管理，结合会员的画像进行营销，致力于打通线上线下会员服务，建立全新的顾客流量获取方式。