

2021年中国医药流通行业分析报告- 行业深度研究与发展战略规划

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2021年中国医药流通行业分析报告-行业深度研究与发展战略规划》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/zhongxiyao/546813546813.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

医药流通，主要是指药品在市场上的流通活动，其产业链上游为医药制造行业；中游医药流通行业包括医药批发与医药零售；产业链下游主要为医疗机构、药店、诊所等广大的社区医药终端和基层医疗机构。

医药流通行业产业链

资料来源：观研天下整理

产业链上游：医药流通行业上游企业主要是进行药品的研发和生产。数据显示，近五年来受国家监管政策趋严，我国医药制造业发展增速放缓，行业营业收入整体呈下滑态势，2020年在疫情冲击下实现小幅增长，达24857.3亿元，同比增长4.1%。

2016-2020年我国医药制造业营业收入

数据来源：观研天下整理

现阶段，我国医药流通行业上游企业主要包括四川光大制药有限公司、国药集团、浙江英诺珐医药有限公司、黑龙江中桂制药有限公司、浙江仙居制药销售有限公司等。

我国医药流通行业产业链上游及优势分析

企业名称

优势分析

四川光大制药有限公司

产品优势：主要生产冲剂、片剂、丸剂、口服液、合剂、糖浆剂、酒剂、酞水剂、胶囊剂共10种剂型，100余个品种的纯正中成药。

设备优势：拥有先进的制药设备，技术力量雄厚，重视质量管理，采用GMP管理企业。质量检测手段先进。

国药集团

营销网络优势：在国内拥有生产企业、科研设计院所、药材种植基地和设在各大中城市基本覆盖全国的营销网络。

研发优势：建立了生物制药、麻醉精神药品、抗感染药、抗肿瘤药、心脑血管用药、呼吸系统用药等生产基地和药材基地，拥有国内实力最强的应用性医药研究机构和工程设计院。

浙江英诺珐医药有限公司

品牌优势：公司已培育形成了康恩贝、前列康、天保宁、金奥康、珍视明等多个著名品牌及其系列产品，体现了公司的核心竞争力和价值。其中“康恩贝”、“前列康”和“珍视明”系国家认定的中国驰名商标。

产品优势：公司已形成以现代植物药为核心，特色化学药为重要支持的产品结构。主要产品生产线涵盖心脑血管疾病、泌尿系统疾病、消化系统疾病、呼吸系统疾病、糖尿病、清热及镇痛用药等领域。

黑龙江中桂制药有限公司

技术及研发优势：以企业自身研究机构为主体，与中科院上海药物研究所、中国药科大学、沈阳药科大学、黑龙江中医药大学等高校科研院所深度合作的新药研发机制，致力于药品研发和生产工艺的完善，不断提升公司技术工艺水平和新产品研发水平。

产品优势：主要产品为盐酸氨溴索口服溶液、盐酸倍他司汀口服液和复方鱼腥草糖浆，其中盐酸氨溴索口服溶液已被列入国家基本药物、国家医保甲类产品，并被评为国家高新技术产品；复方鱼腥草糖浆为全国独家品种。

浙江仙居制药销售有限公司

销售网络优势：公司拥有一支超过700人的销售队伍，形成了医院线和OTC线两个完整的销售网络。

研发技术优势：多年生产技术的储备沉淀，使公司具有较强的将科技成果产业化的能力，在小试阶段（实验室技术）向批量生产转化方面具有成熟的经验。公司对产品生产工艺的优化和生产成本的控制在国内同行业中居领先地位。资料来源：观研天下整理

产业链中游：数据显示，近五年来随着人们生活水平不断提高，大健康理念持续增强，人口老龄化程度日益加深，我国药品流通市场规模仍然持续增长，截至2019年为23097亿元，同比增长7%。

2015-2019年我国医药流通行业市场规模

数据来源：观研天下整理

其中，医药批发占据主要市场，前100位药品批发企业主营业务收入占同期全国医药流通市场总规模的72%。数据显示，截至2019年我国医药批发规模以上企业销售市场规模为16168亿元，同比增长18.9%。

2015-2019年我国医药批发规模以上企业销售市场规模

数据来源：观研天下整理

在医药零售方面，数据显示，近五年来我国零售药店终端销售额保持增长态势，2019年小幅下滑，达47.98亿元，同比下降1.9%。

2015-2019年我国医药零售市场规模

数据来源：观研天下整理

现阶段，我国医药流通行业产业链中游主要代表企业包括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、中国医药健康产业股份有限公司、南京医药股份有限公司等。

我国医药流通行业产业链中游代表企业及优势分析

企业名称

优势分析

医药商业集团有限公司

产品优势：产品组合包括化学药品、中药、生物制剂以及营养保健品，覆盖广泛治疗领域，包括心血管、消化道和新陈代谢、大容量静脉输注、儿科、呼吸系统等。

品牌优势：拥有“999”、“双鹤”、“赛科”、“东阿”和“毓婷”等“中国驰名商标”，“999”品牌还两次入选中国最具价值品牌TOP50强，“东阿阿胶”等品牌被评为“中国500最具价值品牌”。

分销网络优势：经营着一个由178个物流中心构成的全国性分销网络，战略性覆盖中国28个省、直辖市及自治区。

上海医药集团股份有限公司

产业链优势：业务覆盖医药研发与制造、分销与零售，通过聚合产业链核心资源，积极发展创新业务，深入推进产业协同与运营整合，以独特的产业链组合优势，力求为医疗机构、患者、供应商等提供更为便捷的一揽子解决方案。

品牌优势：通过旗下一批历史悠久、内涵丰富的著名产品品牌与“上海医药”主品牌有效协同，市场认可度高。

研发优势：建立了以中央研究院为技术核心的总院、分院研发体系，拥有1个国家级企业技术中心以及10个省市级企业技术中心，采用开放式研究模式，与中国科学院、中国药科大学、沈阳药科大学等机构建立紧密合作关系，多个创新药物处于申报临床或临床研究阶段。

九州通医药集团股份有限公司

销售网络优势：现已建立起全国性的销售网络，是现有全国医药商业企业中销售网络覆盖面最广的企业之一，具有销售网络的广度与深度优势。

技术优势：是全国医药流通企业中为数不多的进行现代物流技术自主研发与医药物流管理系统集成的企业之一，具有领先于行业的现代物流技术和信息技术运用的优势。

增值服务优势：率先在行业中开创了医药信息服务及电子商务交易业务，并具备向上、下游客户提供需求解决方案及增值服务的能力，具有开展电子商务交易及向客户提供增值服务的优势。

中国医药健康产业股份有限公司

国际化优势：公司国际营销网络覆盖全球80多个国家和地区，并在日本、意大利、委内瑞拉、古巴等国家设有代表处，在亚非拉等新兴医疗市场，通过承接各类大型政府医疗供应项目，积累了丰富的专业贸易经验。

协同力优势：在协同力方面，公司通过资源的盘点与整合，业务的链接与协同，提高资源的使用率，激发企业内部的“造血功能”，已经形成工商贸并举，多业态发展的优势格局。

产业群组合优势：公司致力于涵盖工、商、贸、终端服务等医药健康产业的主要产业群组合，布局全产业链的重要主导环节。

南京医药股份有限公司

网络优势：业务网络覆盖苏皖闽鄂等地及云川部分地区近70个城市，在华东区域保持良好的规模、渠道以及商业网络竞争优势，尤其在苏皖闽三省具有较好的市场优势。

创新优势：是我国最早开展药事服务的医药流通企业，多年来努力探索、实践药事服务管理创新。曾荣获国家级管理创新成果一等奖；荣获中国药品流通行业“十二五”最佳管理创新奖。

配送优势：公司已有物流中心26个，其中主要物流中心16个；拥有全国范围内较高水平的终端配送能力、辐射周边地区的快速配送网络体系以及药品仓库的较高管理水平。资料来源：观研天下整理

产业链下游：行业下游主要为医疗机构、药店、诊所等广大的社区医药终端和基层医疗机构。数据显示，近五年来我国医药流通行业终端销售规模稳步扩增，截至2019年约为16929亿元，同比增长13.4%。

2015-2019年我国医药流通行业终端销售规模

数据来源：观研天下整理

其中，医疗机构占据较大，医药零售业务规模较小。数据显示，2019年我国医疗机构医药流通终端销售规模占比约69%；居民与零售端占比约为31%。

2015-2019年我国医药流通行业各销售终端销售规模占比

数据来源：观研天下整理

现阶段，我国医药流通行业产业链下游代表企业主要分为三大类：B2B、B2C、O2O，主要包括九州通、药药好、健客、快方送药等。

我国医药流通行业产业链下游代表企业及优势分析

类别

企业名称

优势分析

B2B

九州通

九州通自上市以来，不断优化管理结构，积极探索新的发展模式。公司在确保经营业绩稳健增长的同时，完成了全渠道、全品类的业务布局和拓展，开启了总代总销业务、工业自产业务、三方物流业务及生态圈投资等新兴业务的孵化与快速发展，并在传统业务向平台化、互联网化、数字化转型的新模式上取得了丰硕成果。

九州通完成了全渠道、全品类的业务布局和拓展，积累了海量的客户资源及经营品类，搭建了行业稀缺的全场景物流供应链服务平台。2020年，公司的全渠道B2B客户规模已达39万家，其中覆盖1.1万家城市及县级公立医院客户，17.5万家连锁及单体药店客户，16.8万家基层及民营医疗机构客户；公司的经营品规数已达44.39万个，其中中西成药品规数6.23万个，器械品规数26.86万个，中药品规数达到8.72万个。

药药好

“药药好”致力于利用线上医药电商平台“药药好”网站，建立从药厂直达终端的垂直、扁平化渠道，缩短供应链的流通环节，为终端客户提供医药产品，同时提供辅助药店运营、实现O2O功能及数字药店系统。

药师帮

2020年以来，包括广药白云山、哈药、以岭、碧生源、合生元、西安杨森、江苏万邦、华

润三九、华润江中、众生药业、天士力、步长、斯利安等知名药企与药师帮达成了合作，使药企一步直达终端成为现实，携手推动药品流通行业的数字化转型升级。

医药网

医药网是全国性的医药连锁商，有众多实体连锁药房；具备专业的信息化设备，能让消费者在网上方便自主的下单；具备完善的仓储和物流体系。是经过国家药监局批准的正规合法网上药店

B2C

健客

健客成立于2009年，是一家服务两千万患者的互联网+医疗健康服务企业，是广东省首家（B2C）互联网药品合法经营企业，已拿到ABC三证。

壹药网

凭借在互联网科技、智能供应链、全渠道药品商业化、云服务等方面建立的优势，形成线上线下一体化的医药健康生态圈。

京东大药房

2015年11月，京东大药房正式获得《互联网药品交易服务许可证》。此后，京东的药品业务开始加速。

2016年5月份，京东大药房自主研发的药品零售系统及WMS系统通过GSP认证并正式上线。

2016年6月份，京东宣布正式整合推出面向产业上下游合作伙伴及流通渠道的“京东医药B2B分销平台”。

阿里健康大药房

截至2019年9月，阿里健康大药房共上线22个国家和地区的6万多款商品，与近3000家品牌合作，商品范围涵盖OTC药品、保健滋补、成人用品、医疗器械、隐形眼镜、美妆个护、母婴孕产等种类，覆盖从婴儿到老人不同年龄人群的健康解决方案。

O2O

叮当快药

叮当快药与200家知名药企共同打造了“FSC（Factory Service Customer）药企联盟健康服务工程”，联合传统医药企业，整合行业资源，通过联盟成员原材料、包装材料、辅料等的集中采购，从产业链上游降低药品成本，从而降低药品价格，真正做到优质产品的工业直达，减轻百姓的用药负担，是连接用户与厂家的纽带。

快方送药

快方送药品类和药店完全一致，拥有近10万个品规的药品数据库。

改变了传统药店收银扫码拣药的方式，将拣药时间由原来的3分钟提高到1分钟内。

实时计算配送员位置和线路，按照规则和数据自动分配订单，提高订单分配的公平和效率。

快方送药自主研发，可以全程监控药品的温湿度状态，完全符合新版GSP药品配送标准。

京东到家

依托达达快送的全国即时配送网络平台，沃尔玛、永辉超市、华润万家等超过10万家线下门店已入驻平台，涵盖超市便利、生鲜果蔬、医药健康、3C家电、鲜花绿植、蛋糕美食、服饰运动、家居建材、个护美妆等多个零售业态。

饿了么

饿了么在线外卖平台覆盖全国670个城市和逾千个县，在线餐厅340万家，用户量达2.6亿，旗下“蜂鸟”即时配送平台的注册配送员达300万。业绩持续高速增长的同时，公司员工也超过15000人。资料来源：观研天下整理（shz）

观研报告网发布的《2021年中国医药流通行业分析报告-行业深度研究与发展战略规划》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【目录大纲】

第一章 2017-2021年中国医药流通行业发展概述

第一节 医药流通行业发展情况概述

一、医药流通行业相关定义

二、医药流通行业基本情况介绍

三、医药流通行业发展特点分析

四、医药流通行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售模式

五、医药流通行业需求主体分析

第二节 中国医药流通行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、医药流通行业产业链条分析

三、产业链运行机制

(1) 沟通协调机制

(2) 风险分配机制

(3) 竞争协调机制

四、中国医药流通行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国医药流通行业生命周期分析

一、医药流通行业生命周期理论概述

二、医药流通行业所属的生命周期分析

第四节 医药流通行业经济指标分析

一、医药流通行业的赢利性分析

二、医药流通行业的经济周期分析

三、医药流通行业附加值的提升空间分析

第五节 中国医药流通行业进入壁垒分析

一、医药流通行业资金壁垒分析

二、医药流通行业技术壁垒分析

三、医药流通行业人才壁垒分析

四、医药流通行业品牌壁垒分析

五、医药流通行业其他壁垒分析

第二章 2017-2021年全球医药流通行业市场发展现状分析

第一节 全球医药流通行业发展历程回顾

第二节 全球医药流通行业市场区域分布情况

第三节 亚洲医药流通行业地区市场分析

- 一、亚洲医药流通行业市场现状分析
- 二、亚洲医药流通行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲医药流通行业市场前景分析
- 第四节 北美医药流通行业地区市场分析
 - 一、北美医药流通行业市场现状分析
 - 二、北美医药流通行业市场规模与市场需求分析
 - 三、北美医药流通行业市场前景分析
- 第五节 欧洲医药流通行业地区市场分析
 - 一、欧洲医药流通行业市场现状分析
 - 二、欧洲医药流通行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧洲医药流通行业市场前景分析
- 第六节 2021-2026年世界医药流通行业分布走势预测
- 第七节 2021-2026年全球医药流通行业市场规模预测

第三章 中国医药流通产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品医药流通总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国医药流通行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国医药流通产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

第四章 中国医药流通行业运行情况

第一节 中国医药流通行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

1、行业技术发展现状

2、行业技术专利情况

3、技术发展趋势分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国医药流通行业市场规模分析

第三节 中国医药流通行业供应情况分析

第四节 中国医药流通行业需求情况分析

第五节 我国医药流通行业进出口形势分析

1、进口形势分析

2、出口形势分析

3、进出口价格对比分析

第六节、我国医药流通行业细分市场分析

1、细分市场一

2、细分市场二

3、其它细分市场

第七节 中国医药流通行业供需平衡分析

第八节 中国医药流通行业发展趋势分析

第五章 中国医药流通所属行业运行数据监测

第一节 中国医药流通所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国医药流通所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国医药流通所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2017-2021年中国医药流通市场格局分析

第一节 中国医药流通行业竞争现状分析

一、中国医药流通行业竞争情况分析

二、中国医药流通行业主要品牌分析

第二节 中国医药流通行业集中度分析

一、中国医药流通行业市场集中度影响因素分析

二、中国医药流通行业市场集中度分析

第三节 中国医药流通行业存在的问题

第四节 中国医药流通行业解决问题的策略分析

第五节 中国医药流通行业钻石模型分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2017-2021年中国医药流通行业需求特点与动态分析

第一节 中国医药流通行业消费市场动态情况

第二节 中国医药流通行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 医药流通行业成本结构分析

第四节 医药流通行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国医药流通行业价格现状分析

第六节 中国医药流通行业平均价格走势预测

一、中国医药流通行业价格影响因素

二、中国医药流通行业平均价格走势预测

三、中国医药流通行业平均价格增速预测

第八章 2017-2021年中国医药流通行业区域市场现状分析

第一节 中国医药流通行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区医药流通市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区医药流通市场规模分析
- 四、华东地区医药流通市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区医药流通市场规模分析
- 四、华中地区医药流通市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区医药流通市场规模分析
- 四、华南地区医药流通市场规模预测

第九章 2017-2021年中国医药流通行业竞争情况

第一节 中国医药流通行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 中国医药流通行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

第三节 中国医药流通行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 医药流通行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国医药流通行业发展前景分析与预测

第一节 中国医药流通行业未来发展前景分析

一、医药流通行业国内投资环境分析

二、中国医药流通行业市场机会分析

三、中国医药流通行业投资增速预测

第二节 中国医药流通行业未来发展趋势预测

第三节 中国医药流通行业市场发展预测

一、中国医药流通行业市场规模预测

二、中国医药流通行业市场规模增速预测

三、中国医药流通行业产值规模预测

四、中国医药流通行业产值增速预测

五、中国医药流通行业供需情况预测

第四节 中国医药流通行业盈利走势预测

一、中国医药流通行业毛利润同比增速预测

二、中国医药流通行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国医药流通行业投资风险与营销分析

第一节 医药流通行业投资风险分析

一、医药流通行业政策风险分析

二、医药流通行业技术风险分析

三、医药流通行业竞争风险分析

四、医药流通行业其他风险分析

第二节 医药流通行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国医药流通行业发展战略及规划建议

第一节 中国医药流通行业品牌战略分析

一、医药流通企业品牌的重要性

二、医药流通企业实施品牌战略的意义

三、医药流通企业品牌的现状分析

四、医药流通企业的品牌战略

五、医药流通品牌战略管理的策略

第二节 中国医药流通行业市场重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国医药流通行业战略综合规划分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第十四章 2021-2026年中国医药流通行业发展策略及投资建议

第一节 中国医药流通行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国医药流通行业营销渠道策略

一、医药流通行业渠道选择策略

二、医药流通行业营销策略

第三节 中国医药流通行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国医药流通行业重点投资区域分析

二、中国医药流通行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/zhongxiyao/546813546813.html>