



金活医药集团有限公司  
KINGWORLD MEDICINES GROUP LIMITED

股份代号: 01110. HK



## 內地市場分銷渠道之特色： 操作及其注意事項

# 内容简介 | ---- 讲师

- 96年--至今

台湾百金汉餐饮娱乐、上海联合利华牙膏、澳洲澳德瑞、西安杨森、深圳特美思烟草、TCL通讯股份（惠州）、金威啤酒、格鲁吉亚烟草、金活医药集团从事销售、推广和管理

\*具有丰富进口商品在国内销售推广经验

\*熟悉国内医药零售渠道、快速消费品分销

\*熟悉国内区域省份和城市，尤其是国内长三角、珠三角、环渤海、及东北四大经济圈

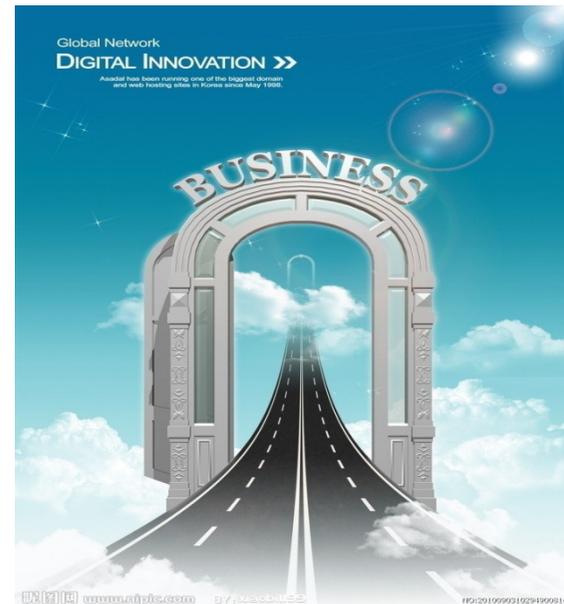
\*目前金活医药是国内医药零售领域最大、唯一上市的代理进口OTC医药保健品销售公司

北京大学汇丰商学院EDP课程

香港理工大学MBA课程

## 内容简介2

- 国内经济、华中宏观环境、分销渠道介绍
- 以医药保健品（食品）为例介绍国内分销渠道选择
- 提醒及注意方面
- 交流部分





# 一、中国内地市场

四大经济圈

华中区域

# 中国大陆市场环境

1. 国家统计局公布的经济数据显示，2011年全年国内生产总值为**47.1564万亿元**，中国2011年GDP增9.2%。(679亿---30万亿----47万亿)
2. 2011年末，中国大陆总人口**13.4735亿人**。
  - ① 男性人口**6.9068亿人**，女性人口**6.5667亿人**;
  - ② 从城乡结构看，城镇人口**69079万人**，乡村人口**65656万人**,
  - ③ **城镇人口首超乡村人口**。
- 3、 第二产业、第三产业增长迅猛，比重接近**90%**

# 十二五规划预测

1. 中国大陆至**2015**的十二五规划全国工业的总产值比**2010**年要增长**2.4**倍。
2. 中国大陆工业**100**强的集中度**5**年以后一定要超过**50%**，中国大陆医药商业流通领域**5**年以后要超过**85%**，这是十二五规划的远期目标。
3. **品牌企业规模与市场份额将越来越大！**

# 中共中央的决心

一、继续加强和改善宏观调控，促进经济平稳较快发展。

二、坚持不懈抓好“三农”工作，增强农产品供给保障能力。

三、加快经济结构调整，促进经济自主协调发展。

四、深化重点领域和关键环节改革，提高对外开放水平。

(CEPA) 降低允许不限

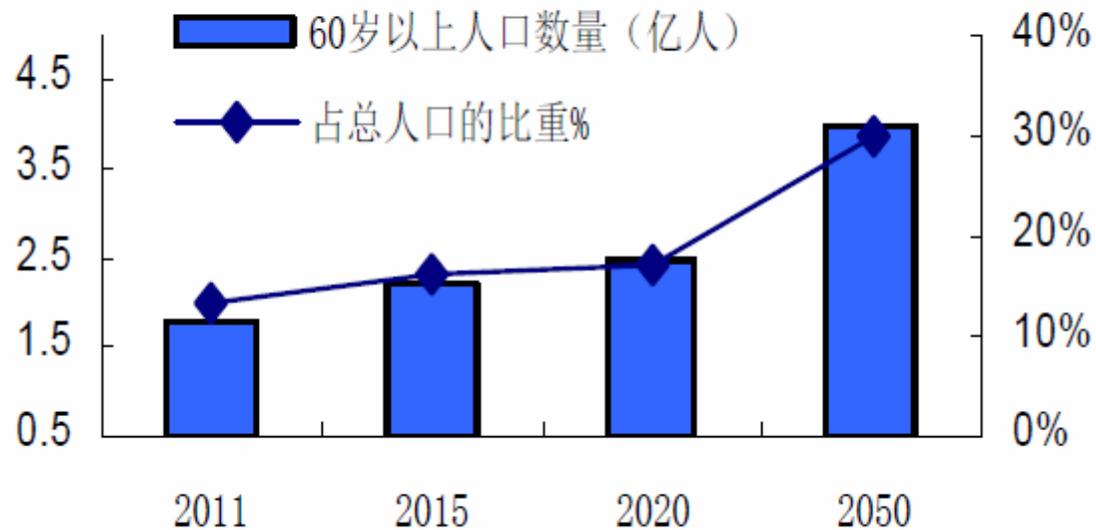
五、大力保障和改善民生，加强和创新社会管理。

**一句话：跟着党走，没错！**



# 中国大陆老年人用药需求增加

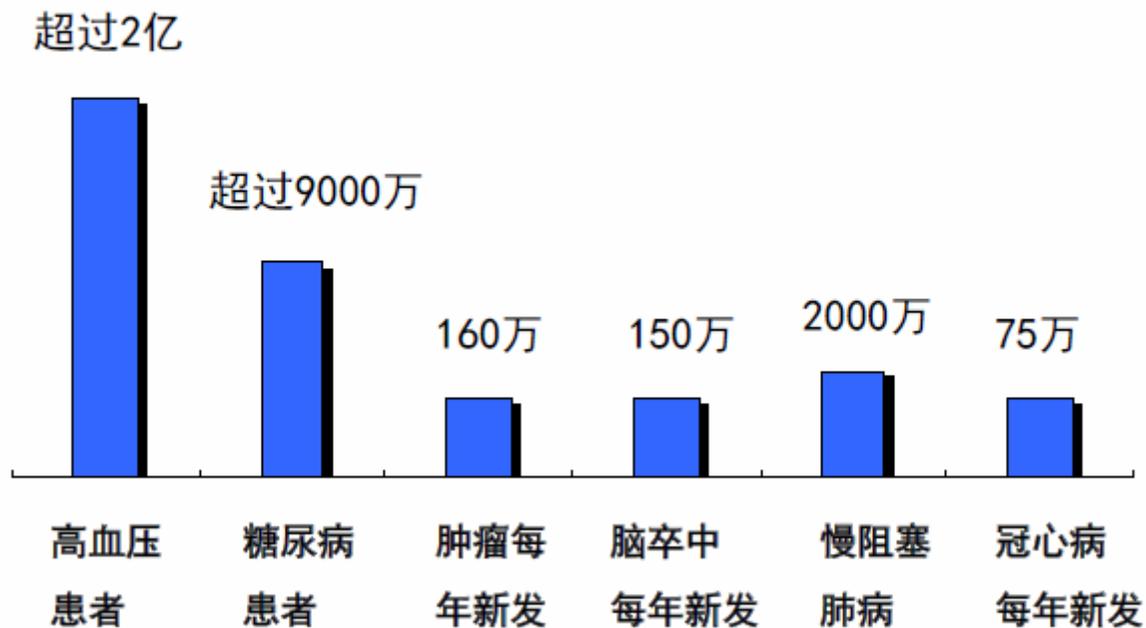
60岁以上老年人口占比及数量（亿人）



数据来源：国务院《中国老龄事业发展“十二五”规划》，卫生部统计资料

# 中国大陆慢性病用药需求增加

主要慢病的发病率数据

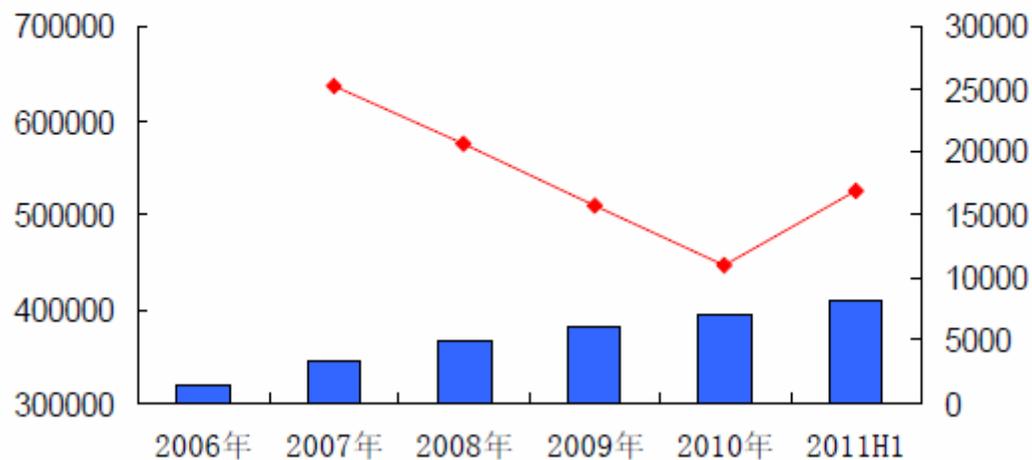


(截止到2010年)

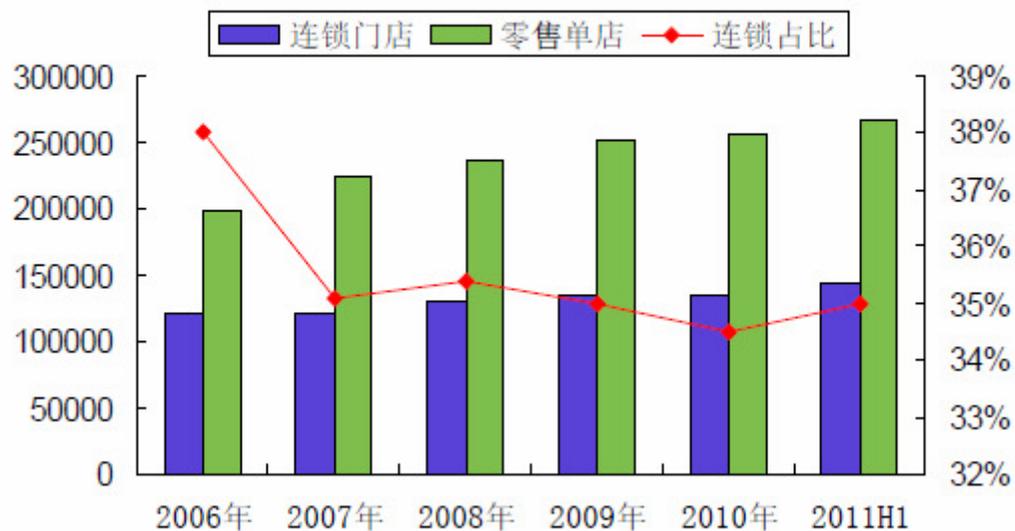
# 中国大陆 零售药店 发展状况

已达**40万家**

## 历年零售药店总数（家）



## 历年连锁门店及零售单店总数（家）



数据来源：SFDA统计快报

# 中国医药经济步入“黄金十年”

2010-2019年中国医药工业总产值预测（亿元）



# 剑指华中

- 湖北武汉是中国经济地理中心，工业基础雄厚，交通条件便利，科技教育发达，商业氛围浓厚，市场辐射力强，系一个理想的内销中心
- 香港是一个国际性现代服务中心，金融、贸易等比较发达。二者之间的经济互补性十分明显。
- 随着武汉、长沙到广州高铁开通，更进一步拓展了华中与香港交流往来。
- 香港在武汉举办“香港时尚购物展”，吸引了**30**万人次参观、采购。香港时尚购物展更坚定了不少港商的信心，众多港商希望要做内销确实不可以错过湖北武汉这个充满商机的消费市场。借本次活动推动更多的香港企业到湖北发展，例如设立零售点、地区总部、分销中心内置投资设厂。

# 商品集散地

- 武汉市周围**400**公里范围内有**45**个中等以上的城市，**1.83**亿人口，占全国人口总数的**21.3%**。
- 华中在历史上一直是我国内地最繁华的内外商贾云集的商埠，最大的商品集散中心。各类综合性或专业性市场交易活跃，居全国**15**个省级城市第**2**位，各类批发市场交易额达**1000**多亿元。著名的国家级汉正街小商品市场，有**30**多个室内专业市场，经营**6**万余种商品，日均客流量**20**万人次，年销售额**180**亿元，占全市批发零售总额的**12.2%**
- 深厚的商业文化底蕴、独特的区位优势、巨大的消费市场、良好的经营氛围，形成了华中地区物流领域集聚与辐射的独特优势。
- 浙江义乌、辽宁沈阳、天津、西安、成都、云南都有类似商品集散地



# 湖北市场规模

## 2011年人口规模

NO1: 广东省, 1亿人以上。

NO9: **湖北省**, 5724万人口以上。

## 2011年GDP规模

NO1: 广东省, 5.3万亿人民币。

NO9: **湖北省**, 1.9594万亿人民币。

NO10: 上海市, 1.9195万亿人民币。

# 2011年《城市竞争力蓝皮书》

中国前50名最具竞争力城市排名：

香港位列第1名、**武汉**位列第19名。

1. 人力资本竞争力排名：**武汉**位列第5名。
2. 科学技术竞争力排名：**武汉**位列第10名。



# 2011中国城市GDP前十

排名	城市	2011年GDP	较2010年增长率
1	上海市	19500.00亿元	增长 8.0% (沪)
2	北京市	16000.00亿元	增长 8.0% (京)
3	广州市	12380.00亿元	增长11.0% (广东)
4	天津市	11300.00亿元	增长16.5% (津)
5	深圳市	11000.00亿元	增长10.0% (广东)
6	苏州市	10500.00亿元	增长12.0% (江苏)
7	重庆市	10000.00亿元	增长16.7% (渝)
8	成都市	6900.00亿元	增长15.0% (四 川)
9	杭州市	6800.00亿元	增长10.0% (浙 江)

# 武汉素描

辛亥革命——一座革命的城市

——一座敢于吸纳生活新元素的消费城市

- 武汉，湖北省省会，我国中部地区的中心城市。世界第三大河长江及其最长支流汉江横贯市区，将武汉一分为三，形成了武昌、汉口、汉阳三镇隔江鼎立的格局。
- 它距离中国各大主要城市都在 **1000**公里左右，是中国经济地理的“心脏”，具有承东启西、沟通南北、维系四方的作用。
- 全市总面积**8489**平方公里，常住人口**978**万人（**2010**），其中七个中心城区人口共达**560**万。

# 武汉感冒药零售排行榜

## ——外资品牌强势

武汉  
消费  
品牌  
意识  
强烈

排序	厂家	销售份额%
1	上海强生制药	25.34
2	天津中美史克制药	21.88
3	拜耳医药	15.17
4	江西仁和制药	4.97
5	吉林吴太集团	3.50
6	湖北安琪酵母股份有限公司	3.31
7	北京三九药业	3.11
8	珠海联邦制药	2.35
9	哈药集团制药六厂	2.30
10	黑龙江五常葵花药业	2.29



## 二、国内分销渠道

# 大陆消费者特点习惯

- 追求便利性，习惯性地就近购买；
- 消费者在购买时很容易受到卖场气氛的影响；
- 购买者多，购买流动性大、跟随性强
- 易受外部刺激、如广告
- 传统文化、面子、身份（大连面子VS上海精致）
- 讲究品牌，不忠于品牌
- 受文化、心理、本地思想区域购买差异化大
- 产品在进入国内市场，必须决定是推向单一的地区、一个区域、几个区域，还是全国市场。有管理、资本和能力是把新产品推向全国分销市场的成功的，这样的企业是很少的。



# 国内分销渠道

- 快速消费品：烟、酒、日化、食品类
- 医药保健、OTC药品：
- 服务型行业：咨询、酒店餐饮、娱乐、教育
- 其它行业（耐用品）：办公设备

# 快销、医药保健品渠道分销特点

- 减少中间环节最快到达消费者(向前葱)
- 渠道环节周转率比毛利率重要
- 税率影响价格
- 分销渠道已不再是重点，仅为配送功能
- 重点是终端资源争夺
- 渠道和零售集中度不高，整合效率低
- 利润空间、广告和推广资源决定分销渠道宽度和深度
- 最大覆盖的最小商家数

# 分销渠道链条

- 渠道结构呈金字塔扁平化型
- 经营方式（实力和控制力）

1、总代理制---区域分销----零售----消费者

利用在当地具有配送和管理队伍的合作伙伴拓展

品牌、价格、推广、监控；配送、售后、结算、拓展

2、股份合作：双方约定责任和利益分配

双方成立合作公司机构，分工合作进行销售

3、区域独家经营权招商

约定好区域、销售、价格和渠道，在一定给时期内委托销售

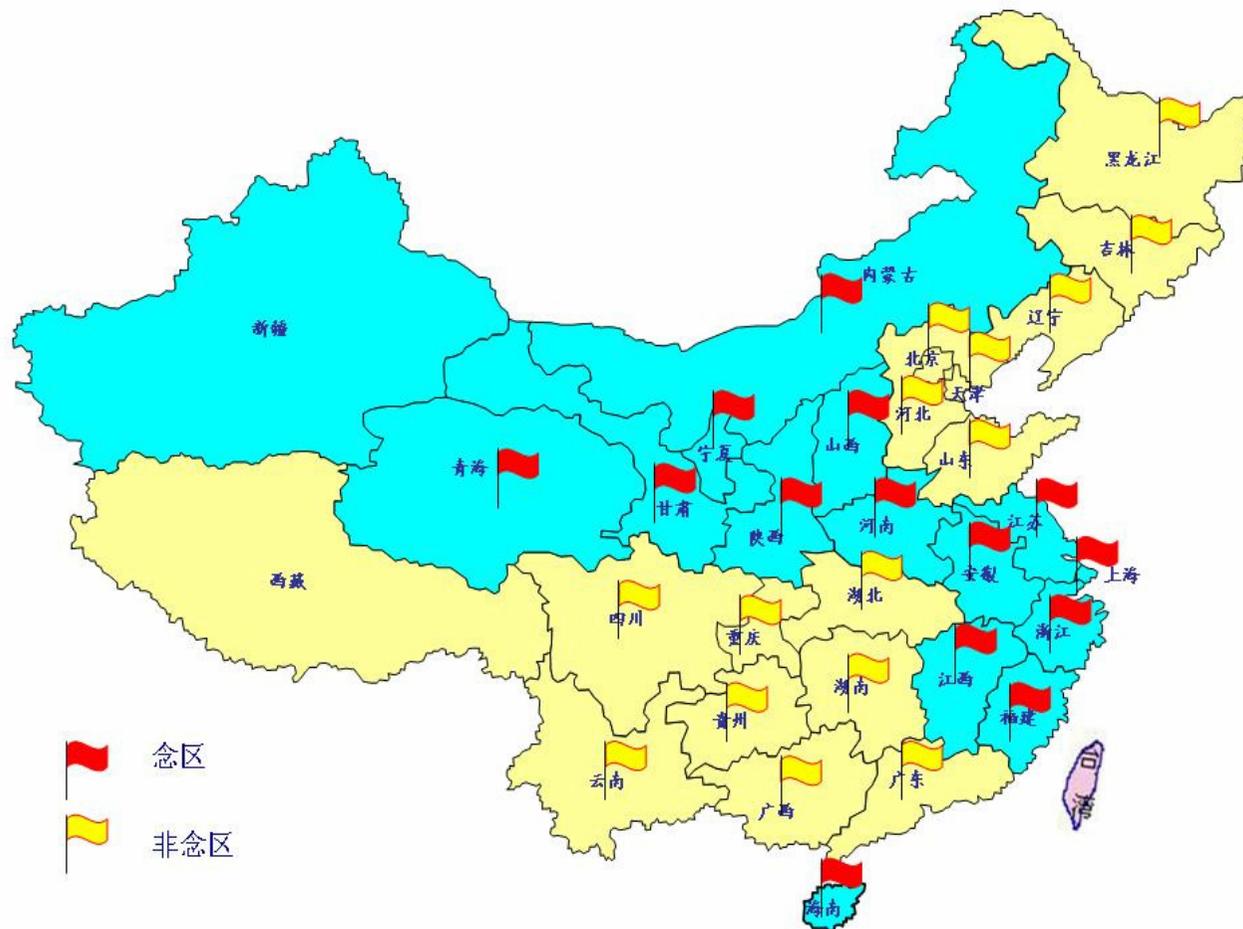
4、自行设厂、办事处独立经营

# 如何寻找合适代理商

- ✓ \*\*\*公司成立于\*\*\*\*年, 经营范围: 是以经销和代理国内外名牌药品、保健品为主的医药综合性企业 (当地市场行业协会、工商、税务、企业办可查询)。
- ✓ 覆盖全国\*\*\*\*地区的医药、保健品营销网络, 在全国\*\*城市设立\*\*家咨询服务机构。
- ✓ 销售区域业务人员\*\*\*\*人 (含各级主管、代表、长期促销员)。
- ✓ 是否拥有符合标准自己的\*\*标准\*\*面积仓库。
- ✓ 运营多少年? 业务增长率多少, 行业口碑 (当地零售商调查)。
- ✓ 代理过多少知名或进口品牌, 业绩如何。
- ✓ 独立的财务核算、管理规范、资金实力
- ✓ 了解物流系统、第三方还是自己物流车队
- ✓ 详细了解合作商的人、财、物、量、本、利、进、销、存; 最重要的理念
- ✓ 当地政府和社会资源背景



# 例：营销网络图



# 例：代理商业客户数量和明细

一级客户：270余家

二级客户：近700家

全国近千家各大商业、连锁良好合作往来

确保最快覆盖到全国各区域的零售终端

商业渠道网络是合作基础

整合产品是难以复制核心竞争力



覆盖20000家  
销售2000万

2012

2013

2014

继续渗透半成熟区域，  
对江苏、北京、上海  
浙江、湖北拓展  
销售增长50%达到4500万

增长50%销售3000万  
由广东区域扩大到福建  
江西、湖南、广西、  
云南、浙江

# 如何快速寻找当地合作伙伴

- 当地政府
- 行业协会
- 论坛、展会
- 产品零售点进货渠道顺藤摸瓜
- 网络、微信
- 同行介绍
- 商品集散地、批发市场



### 三、产品引进销售注意事项

# 国内引进考虑流程

- 一. 生产企业介绍
- 生产厂商地址
- 生产商在行业中所处地位
- 生产的产品品类
- 生产商合作品牌
- 所获奖项及资格认证
- 与客户的合作方式（**OEM**，代理等）
- 成功品牌例案和销售量证明
- 在各国销售情况



Microsoft Word

恹紫



# 相关法律环境

- 税法
- 劳动法
- 工商行政管理
- 行业监管
- 空白区

# 进口商品流程

- 保健食品销售,必须在国家食品药品监督管理局申请<进口保健食品批件>有效期5年.销售企业在当地药品监督管理局办理<保健食品卫生许可证>.当地检验检疫局办理标签备案证书.
- 监管单位:当地药品监督管理局.
- 食品销售,在当地市场监督管理局办理<食品流通许可证>,当地检验检疫局办理标签备案证书.
- 监管单位:市场监督管理局
- 进口流程



Microsoft Word  
恹紫



Microsoft Word  
恹紫



Microsoft Word  
恹紫



Microsoft Word  
恹紫



Microsoft Word  
恹紫

# 税收及汇率影响

- 港币由100:120变为120:100，利润34%??
- 建议签署约定好币种，对于汇率变化一定要留意
- 增值税：从事销售货物或者提供加工、修理修配劳务以及进口货物要缴纳。
- 营业税：从事交通运输、建筑、金融保险、娱乐、服务业等要缴纳。
- 消费税：从事生产、委托加工和进口如汽车、汽油、化妆品、酒、香烟等要缴纳。此税和增值税有重复征税的地方，比如生产汽车，除了缴纳增值税外，另外还得缴纳消费税。
- 城维税：按前三项合计的7%缴纳。
- 教育费附加：按前三项合计的3%缴纳。
- 企业所得税：是按照企业所赚取的利润征税。从08年起法定税率为25%，高科技企业为15%，外商企业可能会延续一段时间享受税收优惠政策，比如：两免三减半，税率一般也为15%。
- 建议：了解清楚当地税收，请个好财务；或者由内地企业代理

# 贸易合作方式谈判

- 区域、产品规格、授权范围、价格、税收、经营时限、经营范围、推广费用、广告预算、人员、经营计划确定
- **费用：**品牌传播和媒体教育、公关沟通由厂方主导
- 渠道梳理、终端拓展、消费者推广执行由代理公司根据营销规划主导实施
- 建议双方成立专门小组或全职人员组成项目机构
- 片区申报(一般性活动)----总部审核(符合推广策略兼顾销售和品牌)---执行----核销----备案
- 片区申报(品牌性)---总部审核---厂方确认---批复执行-----督察核销
- 大型推广活动----片区提交意见----总部厂方共同核准----监督执行-----评估备案

# 例：合作贸易条件

- 账期、银行承兑180天
- 退换货比例8%
- 明确广告投放时间及推广活动形式及明细
- 商业赞助
- 联节费、流向
- 销售返利（现金）
- 确保库房备货，但不确保销量
- 只经营最畅销品种
- 定期活动和DM单支持
- 进场费、条码费、开户费

# 注意事项

- 诚信
- 税收
- 财务安全
- 两地法律制度
- 沟通成本





昵图网 www.nipic.com BY: qianhao55

110:20190824201357999229

北上广深  
群雄逐鹿

剑指华中  
问鼎中原

感谢诸位聆听，  
祝各位达成所愿，开创更广阔舞台！

谢 谢！