

2020-2026年中国医药电商 产业发展现状与市场年度调研报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国医药电商产业发展现状与市场年度调研报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202007/176341.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

随着在线购买健康产品的普及、制药公司的推广、处方外流的大趋势以及电子处方的推广，预计未来我国药品B2C渠道将维持41.9%的高年复合增长率，并于2026年达到6723亿人民币的水平，医药电商市场前景广阔。另外有数据统计，过去6年，中国医药电商销售规模年均复合增长率达到55.5%，医药电商占药品终端市场的比例年均复合增长率高达37.6%，我国医药电商已进入快速发展阶段。

移动互联时代，“场景”无处不在。电商的场景化服务重构人、商品、空间三者关系，建立无界零售、跨界融合的服务体系。医药电商的场景化服务模式，能够通过“O2O一小时药必达”解决紧急用药的问题、“智能问诊”解决如何合理用药的问题以及“远程问诊服务”有效缓解目前大多数人看病难的问题。

作为中国互联网医疗健康行业的一部分，医药B2C业务的交易总额自2012年至2016年增长近十倍，复合年增长率为77.2%，于2016年增至人民币200亿元。该经中国B2C渠道的药品、医疗设备及营养保健品的交易总额2016年网上药店市场规模达48亿元，占全国医药市场0.32%，同比增长50.0%，6年复合增长84.9%。2011-2019年中国医药电商市场规模走势

中企顾问网发布的《2020-2026年中国医药电商产业发展现状与市场年度调研报告》共十七章。首先介绍了中国医药电商行业市场发展环境、医药电商整体运行态势等，接着分析了中国医药电商行业市场运行的现状，然后介绍了医药电商市场竞争格局。随后，报告对医药电商做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国医药电商行业发展趋势与投资预测。您若想对医药电商产业有个系统的了解或者想投资中国医药电商行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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。

报告目录：

第一章医药电商行业发展综述

1.1医药电商行业定义及分类

1.1.1行业定义

1.1.2行业产品/服务分类

1.1.3行业主要商业模式

1.2医药电商行业特征分析

1.2.1产业链分析

1.2.2医药电商行业在产业链中的地位

1.2.3医药电商行业生命周期分析

1、行业生命周期理论基础

2、医药电商行业生命周期

1.3网上药店优势分析

1.3.1减少流通环节，降低药价

1.3.2CRM系统全方位健康服务

1.3.3全天安全有保障

1.4最近3-5年中国医药电商所属行业经济指标分析

1.4.1赢利性

1.4.2成长速度

1.4.3附加值的提升空间

1.4.4进入壁垒 / 退出机制

1.4.5风险性

1.4.6行业周期

1.4.7竞争激烈程度指标

1.4.8行业及其主要子行业成熟度分析

第二章医药电商行业运行环境（PEST）分析

2.1医药电商行业政治法律环境分析

2.1.1行业管理体制分析

2.1.2行业主要法律法规

2.1.3行业相关发展规划

2.2医药电商行业经济环境分析

2.2.1国际宏观经济形势分析

2.2.2国内宏观经济形势分析

2.2.3产业宏观经济环境分析

2.3医药电商行业社会环境分析

2.3.1医药电商产业社会环境

2.3.2社会环境对行业的影响

2.3.3医药电商产业发展对社会发展的影响

2.4医药电商行业技术环境分析

2.4.1医药电商技术分析

2.4.2医药电商技术发展水平

2.4.3行业主要技术发展趋势

第三章2014-2019年中国医药电商行业发展分析

3.1国外医药电商行业发展经验借鉴

3.1.1行业发展现状

3.1.2行业运作模式

3.1.3中美模式对比

3.1.4行业发展经验

3.2中国医药电商行业发展因素分析

3.2.1外部因素

3.2.2内部因素

3.2.3关键因素

3.32014-2019年中国医药电商行业发展综述

3.3.1行业发展历程

3.3.2行业发展壮大

3.3.3行业发展形势

3.3.4行业产业链发展

3.3.5对传统医药影响

3.42014-2019年中国医药电商市场发展规模

3.4.12014年市场规模

3.4.22019年市场规模

3.4.32019年融资规模

3.4.42019年市场规模

3.52014-2019年中国医药电商市场竞争格局

3.5.1区域竞争情况

3.5.2企业竞争格局

3.5.3产品销售格局

3.5.4市场转型升级

3.6医药电商行业存在的主要问题

3.6.1行业发展困境

3.6.2行业面临难题

3.6.3制约因素分析

3.7医药电商行业发展策略建议

3.7.1经营策略建议

3.7.2线上线下联动

3.7.3健康管理转型

第四章我国医药电商所属行业运行分析

4.1我国医药电商所属行业发展状况分析

4.1.1我国医药电商行业发展阶段

4.1.2我国医药电商行业发展总体概况

4.1.3我国医药电商行业发展特点分析

4.22014-2019年医药电商所属行业发展现状

4.2.12014-2019年我国医药电商行业市场规模

4.2.22014-2019年我国医药电商行业发展分析

4.2.32014-2019年中国医药电商企业发展分析

4.3区域市场分析

4.3.1区域市场分布总体情况

4.3.22014-2019年重点省市市场分析

4.4医药电商细分产品/服务市场分析

4.4.1细分产品/服务特色

4.4.22014-2019年细分产品/服务市场规模及增速

4.4.3重点细分产品/服务市场前景预测

4.5医药电商产品/服务价格分析

4.5.12014-2019年医药电商价格走势

4.5.2影响医药电商价格的关键因素分析

1、成本

2、供需情况

3、关联产品

4、其他

4.5.3 2020-2026年医药电商产品/服务价格变化趋势

4.5.4 主要医药电商企业价位及价格策略

第五章我国医药电商所属行业整体运行指标分析

5.1 2014-2019年中国医药电商所属行业总体规模分析

5.1.1 企业数量结构分析

5.1.2 人员规模状况分析

5.1.3 行业资产规模分析

5.1.4 行业市场规模分析

5.2 2014-2019年中国医药电商所属行业运营情况分析

5.2.1 我国医药电商行业营收分析

5.2.2 我国医药电商行业成本分析

5.2.3 我国医药电商行业利润分析

5.3 2014-2019年中国医药电商所属行业财务指标总体分析

5.3.1 行业盈利能力分析

5.3.2 行业偿债能力分析

5.3.3 行业营运能力分析

5.3.4 行业发展能力分析

第六章我国医药电商行业供需形势分析

6.1 医药电商行业供给分析

6.1.1 2014-2019年医药电商行业供给分析

6.1.2 2020-2026年医药电商行业供给变化趋势

6.1.3 医药电商行业区域供给分析

6.2 2014-2019年我国医药电商行业需求情况

6.2.1 医药电商行业需求市场

6.2.2 医药电商行业客户结构

6.2.3 医药电商行业需求的地区差异

6.3 医药电商市场应用及需求预测

6.3.1 医药电商应用市场总体需求分析

1、医药电商应用市场需求特征

2、医药电商应用市场需求总规模

6.3.22020-2026年医药电商行业领域需求量预测

- 1、2020-2026年医药电商行业领域需求产品/服务功能预测
- 2、2020-2026年医药电商行业领域需求产品/服务市场格局预测

6.3.3重点行业医药电商产品/服务需求分析预测

第七章2014-2019年中国医药电商商业模式分析

7.1中国医药电商商业模式发展综述

7.1.1医药电商运营模式

7.1.2行业运营模式竞争

7.1.3医药电商营销模式

7.1.4医药电商盈利模式

7.2医药电商B2B模式

7.2.1模式发展形势

7.2.2B2B市场规模

7.2.3市场竞争情况

7.2.4运营模式分析

7.2.5盈利模式分析

7.2.6运营案例分析

7.2.7模式发展问题

7.2.8模式发展建议

7.3医药电商O2O模式

7.3.1模式发展形势

7.3.2O2O市场规模

7.3.3运营模式分析

7.3.4医药电商服务环节

7.3.5运营案例分析

7.3.6模式发展困境

7.3.7模式发展前景

7.3.8未来发展趋势

7.4自营型B2C模式

7.4.1模式发展形势

7.4.2自营B2C规模

- 7.4.3市场竞争情况
- 7.4.4运营案例分析
- 7.4.5模式发展瓶颈
- 7.4.6发展突破对策
- 7.4.7医药B2C趋势
- 7.5平台型B2C模式
- 7.5.1平台发展优势
- 7.5.2模式发展形势
- 7.5.3平台B2C规模
- 7.5.4业务发展布局
- 7.5.5运营案例分析
- 7.5.6模式发展困境

第八章医药电商行业产业结构分析

- 8.1医药电商产业结构分析
- 8.1.1市场细分充分程度分析
- 8.1.2各细分市场领先企业排名
- 8.1.3各细分市场占总市场的结构比例
- 8.1.4领先企业的结构分析（所有制结构）
- 8.2产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析
- 8.2.1产业价值链的构成
- 8.2.2产业链条的竞争优势与劣势分析
- 8.3产业结构发展预测
- 8.3.1产业结构调整指导政策分析
- 8.3.2产业结构调整中消费者需求的引导因素
- 8.3.3中国医药电商行业参与国际竞争的战略市场定位
- 8.3.4医药电商产业结构调整方向分析

第九章我国医药电商行业产业链分析

- 9.1医药电商行业产业链分析
- 9.1.1产业链结构分析
- 9.1.2主要环节的增值空间

- 9.1.3与上下游行业之间的关联性
- 9.2医药电商上游行业分析
 - 9.2.1医药电商产品成本构成
 - 9.2.22014-2019年上游行业发展现状
 - 9.2.32020-2026年上游行业发展趋势
 - 9.2.4上游供给对医药电商行业的影响
- 9.3医药电商下游行业分析
 - 9.3.1医药电商下游行业分布
 - 9.3.22014-2019年下游行业发展现状
 - 9.3.32020-2026年下游行业发展趋势
 - 9.3.4下游需求对医药电商行业的影响

第十章我国医药电商行业渠道分析及策略

- 10.1医药电商行业渠道分析
 - 10.1.1渠道形式及对比
 - 10.1.2各类渠道对医药电商行业的影响
 - 10.1.3主要医药电商企业渠道策略研究
 - 10.1.4各区域主要代理商情况
- 10.2医药电商行业用户分析
 - 10.2.1用户认知程度分析
 - 10.2.2用户需求特点分析
 - 10.2.3用户购买途径分析
- 10.3医药电商行业营销策略分析
 - 10.3.1中国医药电商营销概况
 - 10.3.2医药电商营销策略探讨
 - 10.3.3医药电商营销发展趋势

第十一章我国医药电商行业竞争形势及策略

- 11.1行业总体市场竞争状况分析
 - 11.1.1医药电商行业竞争结构分析
- 1、现有企业间竞争
- 2、潜在进入者分析

- 3、替代品威胁分析
- 4、供应商议价能力
- 5、客户议价能力
- 6、竞争结构特点总结
- 11.1.2医药电商行业企业间竞争格局分析
- 11.1.3医药电商行业集中度分析
- 11.1.4医药电商行业SWOT分析
- 11.2中国医药电商行业竞争格局综述
- 11.2.1医药电商行业竞争概况
 - 1、中国医药电商行业竞争格局
 - 2、医药电商行业未来竞争格局和特点
 - 3、医药电商市场进入及竞争对手分析
- 11.2.2中国医药电商行业竞争力分析
 - 1、我国医药电商行业竞争力剖析
 - 2、我国医药电商企业市场竞争的优势
 - 3、国内医药电商企业竞争能力提升途径
- 11.2.3医药电商市场竞争策略分析

第十二章医药电商行业领先企业经营形势分析

- 12.1健一网
 - 12.1.1企业概况
 - 12.1.2企业优势分析
 - 12.1.3产品/服务特色
 - 12.1.42014-2019年经营状况
 - 12.1.52020-2026年发展规划
- 12.2七乐康
 - 12.2.1企业概况
 - 12.2.2企业优势分析
 - 12.2.3产品/服务特色
 - 12.2.42014-2019年经营状况
 - 12.2.52020-2026年发展规划
- 12.3好药师

12.3.1企业概况

12.3.2企业优势分析

12.3.3产品/服务特色

12.3.42014-2019年经营状况

12.3.52020-2026年发展规划

12.4海王星辰健康药房网

12.4.1企业概况

12.4.2企业优势分析

12.4.3产品/服务特色

12.4.42014-2019年经营状况

12.4.52020-2026年发展规划

12.5云南白药

12.5.1企业概况

12.5.2企业优势分析

12.5.3产品/服务特色

12.5.42014-2019年经营状况

12.5.52020-2026年发展规划

12.6东阿阿胶官方商城

12.6.1企业概况

12.6.2企业优势分析

12.6.3产品/服务特色

12.6.42014-2019年经营状况

12.6.52020-2026年发展规划

12.7康美健康商城

12.7.1企业概况

12.7.2企业优势分析

12.7.3产品/服务特色

12.7.42014-2019年经营状况

12.7.52020-2026年发展规划

12.8九州通

12.8.1企业概况

12.8.2企业优势分析

12.8.3产品/服务特色

12.8.42014-2019年经营状况

12.8.52020-2026年发展规划

12.9珍诚医药在线

12.9.1企业概况

12.9.2企业优势分析

12.9.3产品/服务特色

12.9.42014-2019年经营状况

12.9.52020-2026年发展规划

12.10国药商城

12.10.1企业概况

12.10.2企业优势分析

12.10.3产品/服务特色

12.10.42014-2019年经营状况

12.10.52020-2026年发展规划

第十三章2020-2026年医药电商行业发展趋势及前景预测

13.12020-2026年中国医药行业前景展望

13.1.1“十三五”发展重点

13.1.2医药市场发展趋势

13.1.3医药市场发展空间

13.1.4医药市场发展潜力

13.22020-2026年医药电商市场发展前景

13.2.12020-2026年医药电商市场发展潜力

13.2.22020-2026年医药电商市场发展前景展望

1、医药电商业态向好

2、移动医疗市场空间

3、行业未来前景向好

4、“互联网+医药”前景

13.2.32020-2026年医药电商细分行业发展前景分析

13.32020-2026年医药电商市场发展趋势预测

13.3.12020-2026年医药电商行业发展趋势

- 1、医患社群互动化
- 2、电商平台融合化
- 3、医疗服务整合化
- 4、线上线下一体化
- 5、企业经营生态化

13.3.22020-2026年医药电商市场规模预测

13.3.32020-2026年医药电商行业应用趋势预测

13.3.42020-2026年细分市场发展趋势预测

13.42020-2026年中国医药电商行业供需预测

13.4.12020-2026年中国医药电商行业供给预测

13.4.22020-2026年中国医药电商行业需求预测

13.4.32020-2026年中国医药电商供需平衡预测

13.5影响企业生产与经营的关键趋势

13.5.1市场整合成长趋势

13.5.2需求变化趋势及新的商业机遇预测

13.5.3企业区域市场拓展的趋势

13.5.4科研开发趋势及替代技术进展

13.5.5影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十四章中国医药电商行业投资动态与建议分析

14.1医药电商投资机遇

14.1.1行业政策机遇

14.1.2行业发展潜力

14.1.3企业盈利空间

14.1.4医药电商增长点

14.2电子商务融资渠道

14.2.1银行贷款

14.2.2小贷公司

14.2.3民间借贷

14.2.4网贷平台

14.2.5电商贷款

14.3医药电商融资动态

- 14.3.1健一网
- 14.3.2太安堂
- 14.3.3七乐康
- 14.3.4壹药网
- 14.3.5可得网
- 14.4医药电商投资壁垒
 - 14.4.1政策壁垒
 - 14.4.2渠道壁垒
 - 14.4.3消费者壁垒
- 14.5医药电商投资策略
 - 14.5.1传统药企投资建议
 - 14.5.2互联网企业投资建议
 - 14.5.3医药零售企业投资建议

第十五章2020-2026年医药电商行业投资机会与风险

- 15.1医药电商行业投融资情况
 - 15.1.1行业资金渠道分析
 - 15.1.2固定资产投资分析
 - 15.1.3兼并重组情况分析
- 15.22020-2026年医药电商行业投资机会
 - 15.2.1产业链投资机会
 - 15.2.2细分市场投资机会
 - 15.2.3重点区域投资机会
- 15.32020-2026年医药电商行业投资风险及防范
 - 15.3.1政策风险及防范
 - 15.3.2技术风险及防范
 - 15.3.3供求风险及防范
 - 15.3.4宏观经济波动风险及防范
 - 15.3.5关联产业风险及防范
 - 15.3.6产品结构风险及防范
 - 15.3.7其他风险及防范

第十六章医药电商行业投资战略研究

16.1医药电商行业发展战略研究

16.1.1战略综合规划

16.1.2技术开发战略

16.1.3业务组合战略

16.1.4区域战略规划

16.1.5产业战略规划

16.1.6营销品牌战略

16.1.7竞争战略规划

16.2对我国医药电商品牌的战略思考

16.2.1医药电商品牌的重要性

16.2.2医药电商实施品牌战略的意义

16.2.3医药电商企业品牌的现状分析

16.2.4我国医药电商企业的品牌战略

16.2.5医药电商品牌战略管理的策略

16.3医药电商经营策略分析

16.3.1医药电商市场细分策略

16.3.2医药电商市场创新策略

16.3.3品牌定位与品类规划

16.3.4医药电商新产品差异化战略

16.4医药电商行业投资战略研究

16.4.12019年医药电商行业投资战略

16.4.22020-2026年医药电商行业投资战略

16.4.32020-2026年细分行业投资战略

第十七章研究结论及投资建议

17.1医药电商行业研究结论

17.2医药电商行业投资价值评估

17.3医药电商行业投资建议

17.3.1行业发展策略建议

17.3.2行业投资方向建议

17.3.3行业投资方式建议

图表目录：

图表：我国医药电商的三类证书

图表：行业的生命周期

图表：2012-2019年国内生产总值及其增长速度

图表：2012-2019年三次产业增加值占国内生产总值比重

图表：2012-2019年人口数及其构成

图表：2012-2019年城镇新增就业人数

图表：2012-2019年全员劳动生产率

图表：2019年居民消费价格月度涨跌幅度

图表：2019年居民消费价格比2019年涨跌幅度

图表：2019年新建商品住宅月环比价格上涨、持平、下降城市个数变化情况

图表：2012-2019年全国一般公共预算收入

图表：2012-2019年国家外汇储备

图表：2012-2019年粮食产量

图表：2012-2019年全部工业增加值及增长速度

图表：2019年主要工业产品产量及其增长速度

图表：2012-2019年建筑业增加值及增长速度

图表：2012-2019年全社会固定资产投资

图表：2019年按领域分固定资产投资（不含农户）占比

图表：2019年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度

图表：2019年固定资产投资新增主要生产与运营能力

图表：2019年房地产开发和销售主要指标及其增长速度

图表：2012-2019年全社会消费品零售总额

图表：2012-2019年货物进出口总额

图表：2019年货物进出口总额及其增长速度

图表：2019年主要商品出口数量、金额及其增长速度

图表：2019年主要商品进口数量、金额及其增长速度

图表：2019年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度

图表：2019年外商直接投资（不含银行、证券、保险）及其增长速度

图表：2019年对外直接投资额（不含银行、证券、保险）及其增长速度

图表：2019年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度

图表：2019年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度

图表：2012-2019年快递业务量及其增长速度

图表：2012-2019年固定互联网宽带接入用户和移动宽带用户数

图表：2019年全部金融机构本外币存贷款余额及其增长速度

图表：2012-2019年全国居民人均可支配收入及其增长速度

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202007/176341.html>