

# 2021-2027年中国医药O2 O行业分析与发展前景报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2021-2027年中国医药O2O行业分析与发展前景报告》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/202108/232162.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

医药 ( y y&agrave;o ) ; medicine ; medicament 是预防或治疗或诊断人类和牲畜疾病的物质或制剂。药物按来源分天然药物和合成药物。医药也可预防疾病，治疗疾病，减少痛苦，增进健康，或增强机体对疾病的抵抗力或帮助诊断疾病的物质。

O2O，是Online To Offline的缩写即在线离线/线上到线下，是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，这个概念最早来源于美国。O2O的概念非常广泛，既可涉及到线上，又可涉及到线下,可以通称为O2O。主流商业管理课程均对O2O这种新型的商业模式有所介绍及关注。

中企顾问网发布的《2021-2027年中国医药O2O行业分析与发展前景报告》共八章。首先介绍了医药O2O行业市场发展环境、医药O2O整体运行态势等，接着分析了医药O2O行业市场运行的现状，然后介绍了医药O2O市场竞争格局。随后，报告对医药O2O做了重点企业经营状况分析，最后分析了医药O2O行业发展趋势与投资预测。您若想对医药O2O产业有个系统的了解或者想投资医药O2O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 中国医药O2O行业概述

#### 1.1 O2O模式相关介绍

##### 1.1.1 概念界定

##### 1.1.2 发展历程

##### 1.1.3 核心技术

##### 1.1.4 应用价值

##### 1.1.5 经营模式

##### 1.1.6 与B2C模式区别

#### 1.2 医药O2O定义及商业价值

##### 1.2.1 定义

##### 1.2.2 发展背景

##### 1.2.3 发展优势

- 1.2.4 商业价值
- 1.3 医药O2O的构成
  - 1.3.1 医药连锁企业、医药实体店
  - 1.3.2 O2O医药电子商务平台
  - 1.3.3 消费者
- 1.4 医药O2O服务企业分类

## 第二章 中国医药O2O市场PEST分析

- 2.1 政策环境 ( Political )
  - 2.1.1 电子商务发展政策
  - 2.1.2 互联网食品药品经营政策
  - 2.1.3 内贸流通健康发展政策
  - 2.1.4 “互联网+”行动政策
- 2.2 经济环境 ( Economic )
  - 2.2.1 宏观经济状况
  - 2.2.2 电子商务规模巨大
  - 2.2.3 医药流通发展迅速
  - 2.2.4 医药B2C发展推动
- 2.3 社会环境 ( Social )
  - 2.3.1 互联网用户规模
  - 2.3.2 网购用户规模
  - 2.3.3 网购交易规模
  - 2.3.4 慢病患者众多
  - 2.3.5 用户需求提升
- 2.4 技术环境 ( Technological )
  - 2.4.1 基础服务体系
  - 2.4.2 LBS定位技术

## 第三章 2015-2019年中国医药O2O市场发展分析

- 3.1 2015-2019年中国医药O2O市场运行分析
  - 3.1.1 市场发展现状
  - 3.1.2 市场竞争格局

- 3.1.3 市场发展形势
- 3.1.4 热点事件解析
- 3.1.5 企业规模分析
- 3.1.6 国外经验借鉴
- 3.2 2015-2019年中国医药O2O市场用户行为分析
  - 3.2.1 用户购药体验度
  - 3.2.2 用户购药渠道
  - 3.2.3 用户规模分析
  - 3.2.4 用户群体属性
- 3.3 中国医药连锁零售企业发展O2O模式SWOT分析
  - 3.3.1 优势分析 ( Strengths )
  - 3.3.2 劣势分析 ( Weaknesses )
  - 3.3.3 机会分析 ( Opportunities )
  - 3.3.4 威胁分析 ( Threats )
- 3.4 中国医药O2O市场发展问题及对策建议分析
  - 3.4.1 市场面临挑战与问题
  - 3.4.2 市场发展对策及建议

#### 第四章 2015-2019年中国医药O2O企业发展模式分析

- 4.1 医药O2O企业盈利模式分析
- 4.2 医药O2O企业运营模式分析
  - 4.2.1 重模式
  - 4.2.2 轻模式
- 4.3 医药O2O企业服务模式分析
  - 4.3.1 全覆盖O2O
  - 4.3.2 药急送业务
  - 4.3.3 O+O模式
  - 4.3.4 体验店模式
- 4.4 医药O2O企业物流配送模式分析
  - 4.4.1 药店配送模式
  - 4.4.2 自营配送模式

## 第五章 2015-2019年中国不同领域平台医药O2O布局分析

### 5.1 互联网背景的医药O2O平台发展分析

#### 5.1.1 百度药直达

#### 5.1.2 阿里健康

#### 5.1.3 腾讯智慧药店

#### 5.1.4 京东健康到家

### 5.2 传统医药企业医药O2O布局分析

#### 5.2.1 搜药送

#### 5.2.2 平安好医生药急送

#### 5.2.3 药快好

#### 5.2.4 八百方

#### 5.2.5 好药师药急送

#### 5.2.6 百洋健康网

#### 5.2.7 健一网

## 第六章 中国医药O2O服务企业典型案例分析

### 6.1 九州通

#### 6.1.1 企业发展概况

#### 6.1.2 领先因素分析

#### 6.1.3 经营效益分析

#### 6.1.4 业务经营分析

#### 6.1.5 财务状况分析

### 6.2 康美药业

#### 6.2.1 企业发展概况

#### 6.2.2 领先因素分析

#### 6.2.3 经营效益分析

#### 6.2.4 业务经营分析

#### 6.2.5 财务状况分析

### 6.3 叮当快药

#### 6.3.1 企业发展概况

#### 6.3.2 企业发展历程

#### 6.3.3 企业发展现状

- 6.3.4 业务发展状况
- 6.3.5 企业发展优势
- 6.4 其他平台分析
  - 6.4.1 快方送药
  - 6.4.2 药给力

## 第七章 中国医药O2O市场投资分析

- 7.1 医药O2O投资机会
  - 7.1.1 政策层面支持
  - 7.1.2 移动电商发展迅速
  - 7.1.3 大数据的商业应用
  - 7.1.4 医药电商投资火热
  - 7.1.5 市场发展潜力巨大
- 7.2 医药O2O投资风险
  - 7.2.1 药店地理分布问题
  - 7.2.2 最后一公里配送问题
  - 7.2.3 网上医保支付问题
  - 7.2.4 职业医师不足问题

## 第八章 中国医药O2O市场发展前景预测分析

- 8.1 中国医药O2O市场发展前景分析
  - 8.1.1 医药O2O发展前景
  - 8.1.2 医药O2O发展方向
  - 8.1.3 医药O2O发展趋势
- 8.2 2021-2027年中国医药O2O市场预测分析
  - 8.2.1 影响因素分析
  - 8.2.2 市场规模预测

部分图表目录：

图表：医药O2O框架图

图表：中国医药O2O服务核心企业

图表：2019年中国医药B2C市场交易品类占比

图表：2019年中国医药B2C企业自营渠道交易季度复合增长率

图表：2015-2019年中国PC与移动互联网用户规模

图表：2015-2019年中国PC与移动网购用户规模

图表：2015-2019年中国网上零售/移动网购交易规模

图表：中国医药O2O市场竞争格局

图表：医药O2O企业服务模式

更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202108/232162.html>