

2022-2028年中国中药电商 产业发展现状与投资前景评估报告

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

《2022-2028年中国中药电商产业发展现状与投资前景评估报告》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/202201/263817.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

中企顾问网发布的《2022-2028年中国中药电商产业发展现状与投资前景评估报告》共十章。首先介绍了中药电商行业市场发展环境、中药电商整体运行态势等，接着分析了中药电商行业市场运行的现状，然后介绍了中药电商市场竞争格局。随后，报告对中药电商做了重点企业经营状况分析，最后分析了中药电商行业发展趋势与投资预测。您若想对中药电商产业有个系统的了解或者想投资中药电商行业，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 中药电商的基本概述

1.1 中医药的基本概述

1.1.1 我国中药资源的种类

1.1.2 中药资源的地域分布

1.1.3 现代中药的基本概念

1.2 中药电商基本内涵及优势

1.2.1 中药电商基本概念

1.2.2 中药材电子交易平台

1.2.3 中药电商模式的优势

1.2.4 互联网压缩中药产业链

1.2.5 中药电商降低交易成本

1.2.6 电商推动中医药现代化

第二章 2015-2019年中药电商行业发展背景分析

2.1 政策背景

2.1.1 中药材发展规划发布

2.1.2 中医药健康服务发展规划

2.1.3 电子商务扶持力度加大

2.1.4 医药电商相关政策综述

- 2.1.5医药电商管理的新特点
- 2.1.6政府推进中药信息化建设
- 2.1.7国务院助推“互联网+中医”
- 2.1.8中药材电商交易标准发布
- 2.2 经济背景
 - 2.2.1国际经济形势
 - 2.2.2国内经济状况
 - 2.2.3电商经济规模扩大
 - 2.2.4国内经济发展走势
- 2.3 社会背景
 - 2.3.1人口规模结构
 - 2.3.2网民规模上升
 - 2.3.3医保体系建设
 - 2.3.4医疗支出增加
 - 2.3.5中药国际化发展
- 2.4 技术背景分析
 - 2.4.1数据库技术
 - 2.4.2无线技术
 - 2.4.3电子支付技术
 - 2.4.4物联网技术
 - 2.4.5大数据技术
 - 2.4.6云计算技术

第三章 2015-2019年中药电商行业发展分析

- 3.1 2015-2019年我国中药电商行业发展综况
 - 3.1.1中药材电商发展概况
 - 3.1.2中药材电子商务现状
 - 3.1.3企业纷纷进军中药电商
- 3.2 中药电商系统的构建
 - 3.2.1中药电商系统的建设目标
 - 3.2.2中药电商系统的需求分析
 - 3.2.3中药电商系统的设计架构

3.3 中药电商发展问题

3.3.1 药农发展的困境

3.3.2 市场反应不理想

3.3.3 标准和法规缺失

3.3.4 高质量人才的缺乏

3.3.5 中药材的质量问题

3.3.6 相关配套水平较差

3.4 中药电商发展的对策及建议

3.4.1 完善中药电商质量标准

3.4.2 规范中药电商相关法规

3.4.3 中药电商的发展对策

3.4.4 中药电商的发展建议

3.4.5 药企发展对策

3.4.6 政府发展建议

第四章 2015-2019年中药电商市场发展分析

4.1 中药电商市场主体调查分析

4.1.1 消费者调查

4.1.2 经销药商调查

4.1.3 药企调查

4.2 中药电商发展模式分析

4.2.1 中药电商B2B布局加快

4.2.2 中药电商B2C模式兴起

4.2.3 中药电商O2O模式代表

4.3 中药电商网络营销模式分析

4.3.1 中药材网络销售市场崛起

4.3.2 中医服务试水微博营销

4.3.3 中药网络销售的问题及对策

4.3.4 传统中药营销的发展趋势

4.4 中药电商行业竞争结构分析

4.4.1 供应商的议价能力

4.4.2 购买者的议价能力

- 4.4.3新进入者的威胁
- 4.4.4替代性产品的威胁
- 4.4.5既有竞争者的对立
- 4.5 中药电商项目投融资动态分析
 - 4.5.1九州通投建中药电商平台
 - 4.5.2龙里中药电商产业园项目
 - 4.5.3施秉县签约中药电商项目
 - 4.5.4珍宝岛驻资建设中药电商
- 4.6 中药材电子商务标准化探析
 - 4.6.1中药电商标准化建设的必要性
 - 4.6.2中药材电子商务标准总体架构
 - 4.6.3中药材电子商务标准体系分析

第五章 2015-2019年中药电商平台分析

- 5.1 中药电商平台的基本概述
 - 5.1.1中药电商平台构建的必要性
 - 5.1.2中药电商平台的主要优势
 - 5.1.3中药电商平台掀起建设热潮
 - 5.1.4中药电商B2B平台分析
 - 5.1.5构建中药电商平台的展望
- 5.2 中药电商综合平台的设计
 - 5.2.1平台构建的可行性
 - 5.2.2中药电商平台的结构
 - 5.2.3中药电商平台的功能
 - 5.2.4中药电商平台的布局
- 5.3 中药电商大宗交易平台分析
 - 5.3.1平台模式
 - 5.3.2平台建设
 - 5.3.3平台运营
 - 5.3.4盈利模式
 - 5.3.5风险及措施
 - 5.3.6后期展望

5.4 药通网

5.4.1 平台基本介绍

5.4.2 平台服务栏目

5.4.3 打造流通平台

5.5 药博商城网

5.5.1 平台简介

5.5.2 平台服务

5.5.3 重点项目

5.6 普网药博园

5.6.1 平台基本介绍

5.6.2 平台发展历程

5.6.3 平台发展规划

5.7 中药材诚实通

5.7.1 平台基本介绍

5.7.2 重要发展历程

5.7.3 平台发展实力

5.8 中药材天地网

5.8.1 平台基本介绍

5.8.2 发展动态分析

5.8.3 发展问题及对策

5.9 1药网

5.9.1 平台介绍

5.9.2 业务特点

5.9.3 发展布局

5.10 其他中药电商平台

5.10.1 医药在线

5.10.2 天猫医药馆

5.10.3 安国中药都电子交易中心

5.10.4 大连再生资源交易所中药材交易中心

第六章 2015-2019年“互联网+中医”市场模式分析

6.1 互联网+中医行业

- 6.1.1产业兴起背景
- 6.1.2产业应用模式
- 6.1.3产业发展方向
- 6.1.4行业发展态势
- 6.2 互联网+中药产品
 - 6.2.1产业发展综况
 - 6.2.2交易模式分析
 - 6.2.3新型合作方式
 - 6.2.4监管亟待加强
- 6.3 互联网+中医服务
 - 6.3.1互联网中医的服务模式
 - 6.3.2中医上门服务市场走俏
 - 6.3.3中医O2O的发展优势
 - 6.3.4中医O2O服务模式案例
 - 6.3.5中医O2O初创公司分析
 - 6.3.6中医自诊式APP上线
- 6.4 互联网+中医投融资动态
 - 6.4.1互联网中医投资创业兴起
 - 6.4.2互联网中医企业融资动态
 - 6.4.3初创企业获百万天使投资

第七章 中药电商关联产业运行分析

- 7.1 中药行业
 - 7.1.1市场规模状况
 - 7.1.2企业发展现状
 - 7.1.3价格指数分析
 - 7.1.4重点品种分析
 - 7.1.5产量状况分析
 - 7.1.6贸易状况分析
- 7.2 中药材流通行业
 - 7.2.1药品配送要求提高
 - 7.2.2中药流通方式变革

7.2.3 中药流通特点分析

7.2.4 中药现代物流体系

7.3 医药电商行业

7.3.1 国际发展综况

7.3.2 国内市场规模

7.3.3 行业融资状况

7.3.4 竞争格局分析

7.3.5 行业发展模式

7.3.6 行业监管问题

7.3.7 行业发展前景

7.4 医药物流行业

7.4.1 医药物流行业发展模式

7.4.2 医药物流发展现状分析

7.4.3 医药物流行业竞争势力

7.4.4 医药物流行业发展问题

7.4.5 医药物流未来发展趋势

第八章 中药电商地区建设状况

8.1 甘肃省

8.1.1 甘肃中药材资源分析

8.1.2 甘肃中药材四大主产区

8.1.3 甘肃省电子商务发展规划

8.1.4 甘肃省构建中药电商平台

8.2 青海省

8.2.1 青海省中药资源丰富

8.2.2 青海电商市场发展提速

8.2.3 青海发布中药发展意见

8.2.4 青海省虫草电商平台

8.3 浙江省

8.3.1 浙江电商市场建设状况

8.3.2 浙江发布中药传承意见

8.3.3 浙江电商园区建设提速

8.3.4 中药电商平台交易启动

8.4 云南省

8.4.1 云南加快中药产业建设

8.4.2 云南省发布电商发展意见

8.4.3 云南中药电商平台上线

8.5 安徽省

8.5.1 安徽省中药产业运作状况

8.5.2 安徽省发布中药保护方案

8.5.3 安徽省电商市场发展迅猛

8.5.4 亳州市加快建设中药电商

8.5.5 亳州市中药电商物流体系

8.6 贵州省

8.6.1 贵州中药产业发展壮大

8.6.2 贵州建设中药电商平台

8.6.3 贵州中药电商销售模式

8.6.4 龙里县打造中药电商产业园

8.7 其他

8.7.1 四川巴中市

8.7.2 四川北川县

8.7.3 江西樟树市

8.7.4 广西玉林市

8.7.5 广东普宁市

第九章 中药电商重点企业分析

9.1 中国医药集团

9.1.1 企业发展概况

9.1.2 经营状况分析

9.1.3 中药电商平台

9.1.4 集团国际合作

9.2 广州市香雪制药股份有限公司

9.2.1 企业发展概况

9.2.2 经营状况分析

- 9.2.3 中药电商平台
- 9.2.4 企业国际合作
- 9.3 九州通医药集团股份有限公司
 - 9.3.1 企业发展概况
 - 9.3.2 经营状况分析
 - 9.3.3 中药电商平台
 - 9.3.4 企业质检实力
- 9.4 康美药业股份有限公司
 - 9.4.1 企业发展概况
 - 9.4.2 经营状况分析
 - 9.4.3 中药电商平台
 - 9.4.4 平台运行状况
- 9.5 北京同仁堂股份有限公司
 - 9.5.1 企业发展概况
 - 9.5.2 跨境电商平台
 - 9.5.3 经营状况分析
 - 9.5.4 企业合作动态
- 9.6 太极集团有限公司
 - 9.6.1 企业发展概况
 - 9.6.2 所属行业财务状况分析
 - 9.6.3 企业发展动态
 - 9.6.4 医药电商布局

第十章 中国中药电商市场发展前景展望（）

- 10.1 我国中医药市场发展前景
 - 10.1.1 中药行业成长空间分析
 - 10.1.2 中医药行业增长潜力分析
 - 10.1.3 中药材“三网合一”趋势
 - 10.1.4 中医药“十三五”发展展望
 - 10.1.5 中医药行业未来发展方向
- 10.2 我国中药电商行业发展展望
 - 10.2.1 中医药+互联网发展提速

10.2.2中医+互联网前景广阔

10.2.3中药电商行业发展机遇

10.2.4中药电商行业顺势而行

部分图表目录：

图表 中药电商的功能

图表 中药材价值链环节

图表 医药电商相关政策

图表 2019年居民消费价格月度涨跌幅度

图表 2019年新建商品住宅月度同步价格上涨、持平、下降城市个数变化情况

图表 2019年按领域分固定资产投资（不含农户）及其占比

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 2015-2019年中国电子商务市场交易规模

图表 2019年中国B2B服务商市场份额占比图

图表 2015-2019年中国跨境电商交易规模

图表 2019年中国移动购物企业交易规模市场占比

图表 2019年年末人口数及其构成

图表 2019年我国卫生费用支出

图表 2019年我国医药费用支出

图表 云计算应用模式

图表 中药电商系统涉众需求示意图

图表 中药电子商务系统总体功能模块图

图表 中药材电子商务标准体系框架

图表 2015-2019年中国医药集团总资产和净资产

图表 2015-2019年中国医药集团营业收入和净利润

图表 2019年中国医药集团营业收入和净利润

图表 2015-2019年中国医药集团现金流量

图表 2019年中国医药集团现金流量

图表 2019年中国医药集团主营业务收入分行业、产品、区域

图表 2015-2019年中国医药集团成长能力

图表 2019年中国医药集团成长能力

图表 2015-2019年中国医药集团短期偿债能力

图表 2019年中国医药集团短期偿债能力

图表 2015-2019年中国医药集团长期偿债能力

图表 2019年中国医药集团长期偿债能力

图表 2015-2019年中国医药集团运营能力

图表 2019年中国医药集团运营能力

图表 2015-2019年中国医药集团盈利能力

图表 2019年中国医药集团盈利能力

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202201/263817.html>