

2015-2020年中国网上药店 行业市场分析及发展前景评估报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

www.chinairr.org

一、报告报价

《2015-2020年中国网上药店行业市场分析及发展前景评估报告》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.chinairr.org/report/R10/R1006/201503/31-178650.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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

我们已经习惯了在网上购买衣服、数码产品和家用电器，但是在网上买药品的还是不多。据中国网上药店理事会调查报告显示：2014年中国医药B2C全年规模达到16.65亿。2011年中国医药B2C全年规模只有4亿元，也就是说，2014年行业规模同比2011年暴涨300%。然而业内专家指，目前在淘宝平台做的B2C业务，只是为了人气，其实并不赚钱。而2014年医药行业的市场规模达到9261亿，线上药品的销售额还不到网下药店的一个零头，还有很大的发展潜力。

医药行业是老百姓眼里的暴利行业，药品昂贵中国人看病难、看病贵的原因之一。而电子商务的发展给医药行业发展带来突破口，如果搞好了是可以降低老百姓的看病治病的成本的。而国家医药流通“十二五”规划也指出，要加快医药流通行业整合，实现医药流通精细化发展，并且鼓励规范经营的零售连锁企业发展网上药店，希望医药电子商务企业成为推动国家医改的有力工具。

但是为何网上药店销售额那么小呢？这和药品的特殊性有关。药品作为特殊的商品，其流通受到国家的严格管制，并且销售渠道被医疗机构所垄断。众所周知，老百姓购买药品的渠道一个是医院的药房，一个是医院外的药店。在医院购买药品虽然昂贵，但是由于医院将此作为盈利的主要手段，强制患者在医院购买（据说医疗机构销售的药品占整个药品零售额的70%）。而在线下零售药店出售的主要是非处方药，并且可以使用医保卡。

截至2014年3月底，国内有105家企业获得网上售药资格证，其中B2C企业有61家，但无一家实现盈亏平衡。目前网上药店的销售额主要来自医疗器械和保健品，这也弥补了实体药店的短板。随着网上购药渐入人心，未来五年医药电商市场容量将达到150亿，当传统医药与新兴互联网的深入对接，天猫、京东等大电商争先“试药”，金象、京卫等药店相继“充电”，网上药店领域顿时风起云涌……

电子商务作为新兴的商业渠道平台，已经发展成为一个相对成熟的市场，百货、图书、电器等行业在这个平台上已厮杀得难解难分，而医药电商目前还是一片期待开发的蓝海。我国拥有4.77亿互联网用户，透过这个庞大的医药电商潜在客户群，可以想象医药电商在中国进一步发展的似锦前程。

面对如此庞大的市场潜力，用户需求或将爆发，试问各大网上药店谁主沉浮？日前，知名医药电商人士分析指出：当前的网购行为，尤其是网上购药需要解决的是信任与药品安全问题。如果要解决这个问题，“实体店+网上药店”会是个比较好的解决方案。

报告目录

第一章 2014年全球网上药店运行状况整体分析

第一节 2014年国际网上药店政策规范

一、国际网上药店政策法规

二、国际网上药店管理经验

第二节 2014年全球网上药店市场运行分析

一、全球网上药店运行特点分析

二、全球网上药店市场动态分析

三、全球网上药店面临的问题

第三节 2014年全球网上药店主要国家运行分析

一、美国

二、欧洲

三、日本

第四节 2015-2020年全球网上药店运行趋势探析

第二章 2014年中国网上药店行业市场发展环境解析

第一节 2014年网上药店政策环境分析

一、中国网上药店政策内容与影响

二、中国网上药店现有管理法律及其存在的问题

第二节 2014年网上药店经济环境运行分析

一、中国GDP分析

二、消费价格指数分析

三、城乡居民收入分析

四、社会消费品零售总额

五、全社会固定资产投资分析

六、进出口总额及增长率分析

第三节 2014年网上药店运行社会环境分析

一、中国网络购物迅速向大众普及

二、网络购物跻身十大网络应用之列

三、地方规范开启网络购物有章可循大门

第四节 2014年网上药店运行技术环境分析

一、中国网路建设情况

二、网上交易安全分析

第五节 2014年网上药店市场宏观状况

- 一、网络购物渗透率
- 二、购物金额
- 三、各购物网站网络购物渗透率
- 四、购物网站用户市场份额
- 五、购物网站用户重合度

第三章 2014年中国医药电子商务发展现状综述

第一节 中国医药电子商务发展概述

- 一、中国医药电子商务发展历程分析
- 二、2014年中国网上药店合法经营规模分析
- 三、中国首届医药电子商务高峰论坛聚焦

第二节 2014年中国电子商务主要平台模式剖析

- 一、自建自采平台模式
- 二、第三方电子商务平台模式

第三节 2014年中国医药电子商务面临的困境分析

- 一、准入门槛高
- 二、运维投入高
- 三、盈利周期长

第四章 2014年中国网上药店运行形势动态观察

第一节 2014年中国网上药店运行动态分析

- 一、网上药店换装时尚范儿
- 二、医药电子商务潜力大 抢开网上药店先过政策门槛
- 三、国内最先进的网上药店在线客服中心正式投入使用
- 四、团购火热,网上药店也悄然起团
- 五、同仁堂网上开店卖药
- 六、西部首家网上药开通
- 七、社保卡的施实对网上药店的影响

第二节 2014年中国网上药店运行综述

- 一、中国网上药店所处发展阶段
- 二、中国网上药店发展提速

- 三、中外网上药店发展规划制的比较与议
- 四、中国网上药店经验借鉴（德国）
- 五、网上药店发展思路—具体方案
- 六、电子商务卡颠覆传统药店模式
- 七、网上药店“钱景”或许不再虚拟

第三节 2014年中国网上药店市场存在的问题

- 一、违规经营普遍
- 二、消费者信任度不足
- 三、网上药店非法销售成全球问题
- 四、网上药店监管问题探讨
- 五、制约中国网上药店发展的问题分析

第四节 2014年中国网上药店发展对策分析

- 一、加大网上药店的管理力度
- 二、加大网上药店的宣传力度
- 三、提高网上药店的服务水准
- 四、做好网上药店的技术水准

第五章 2014年中国网上药店规模及消费需求状况分析

第一节 2014年中国网上药店消费者群体分析

- 一、网上药店消费者人口特征分析
- 二、网上药店消费者需求区域分析
- 三、网上药店消费者消费容量分析

第二节 2014年网上药店供给分析

- 一、网上药店数量分析
- 二、中国具网上售药资格药店规模
- 三、网上药店地域特征分析
- 四、网上药店供给特征分析

第三节 2014年中国网上药店市场面临三大难题

- 一、“不能报销”让消费者难享低价实惠
- 二、“门店送货”让网上药店左右为难
- 三、“不卖处方药”让网上药店痛失最大蛋糕

第六章 2014年中国网络购物用户消费调研

第一节 2014年中国网络购物用户特征

- 一、网龄
- 二、性别
- 三、学历
- 四、年龄
- 五、学生非学生用户
- 六、月收入

第二节 2014年中国网络购物商品类别

- 一、各类别商品网购用户规模
- 二、药品类在网络购物热门商品所占比重
- 三、分城市级别各类商品网购用户分布
- 四、各类商品网购用户群体差异

第三节 2014年中国网络购物商品评论

- 一、网购用户药品评论情况
- 二、药品评论分布渠道
- 三、消费者的购物习惯

第四节 2014年中国网络购物用户访问行为数据

- 一、购物网站月度覆盖人数
- 二、购物网站月度访问次数
- 三、购物网站月度浏览页面
- 四、购物网站月度浏览时间

第五节 2014年中国网络购物用户其他行为分析

- 一、购物频率
- 二、网络购物用户商品浏览习惯
- 三、网络购物支付方式
- 四、不愉快的购物经历

第七章 2014年网上药店相关主体特征分析

第一节 2014年网上药店消费群体分析

- 一、网上药店宣传对消费者的影响分析
- 二、消费者对网上药店信任度分析

三、消费者购买的心理行为分析

四、消费者购买习惯分析

第二节 2014年网上药店主体分析

一、开店资质分析

二、网上药店的成本分析

三、网上药店的赢利分析

四、网上药店物流配送分析

五、网路技术性分析

六、网上支付分析

七、网上药店服务水准分析

第八章 2014年中国网上药店竞争状况及竞争策略深度剖析

第一节 2014年中国网上药店竞争总况

一、网上药店加剧市场的竞争

二、电商巨头争开网上药店

三、零售药企暗战网络药店

四、网上黑药店愈演愈烈

五、网上药店陷不正当竞争门

第二节 中国网上药店之于传统药店的竞争优势分析

第三节 2014年中国网上药店竞争策略分析

一、围剿网络黑药店亟待组合拳

二、买药网上药店大联盟 战略上合作策略上竞争

三、品牌差异化竞争策略乃药店生存之本

第四节 2015-2020年中国网上药店竞争趋势分析

第九章 2014年中国网上药店主体药店综合竞争力分析

第一节 网上药店联盟分析

第二节 湖南老百姓医药连锁

一、业务发展背景分析

二、经营效益分析

三、业务发展现状

四、发展趋势分析

第三节 重庆同生药房

一、业务发展背景分析

二、经营效益分析

三、业务发展现状

四、发展趋势分析

第四节 惠好连锁网

一、业务发展背景分析

二、经营效益分析

三、业务发展现状

四、发展趋势分析

第五节 导药网

一、业务发展背景分析

二、经营效益分析

三、业务发展现状

四、发展趋势分析

第六节 百洋健康药房

一、业务发展背景分析

二、经营效益分析

三、业务发展现状

四、发展趋势分析

第七节 上海药房网

一、业务发展背景分析

二、经营效益分析

三、业务发展现状

四、发展趋势分析

第八节 药房网

一、业务发展背景分析

二、经营效益分析

三、业务发展现状

四、发展趋势分析

第九节 金象大药房网上商城

一、业务发展背景分析

二、经营效益分析

三、业务发展现状

四、发展趋势分析

第十节 盛生药房

一、业务发展背景分析

二、经营效益分析

三、业务发展现状

四、发展趋势分析

第十一节 药品零售网

一、业务发展背景分析

二、经营效益分析

三、业务发展现状

四、发展趋势分析

第十二节 其他

一、北京同仁堂网上药店

二、云南白药集团

三、药品零售网

四、盘龙云海电子商务网

第十章 2015-2020年中国网上药店投资机会与风险指引分析

第一节 2015-2020年中国网上药店行业投资机会分析

一、中国药品批发零售现状分析

二、网上药店投资特性分析

第二节 2015-2020年中国网上药店行业投资风险预警

一、宏观调控政策风险

二、市场竞争风险

三、市场运营机制风险

四、网上药店技术风险分析

第三节 2015-2020年中国网上药店投资趋势分析

一、违规网上药店加快向正规网上药店转变

二、开始加大对宣传的投资

第四节 专家投资建议

第十一章 2015-2020年中国网上药店前景展望与趋势预测

第一节 未来中国网络购物的前景展望

- 一、中国网络购物市场的前景无限美好
- 二、中国未来网络购物市场仍保持高速发展
- 三、2015-2020年中国网络购物市场规模预测
- 四、2016年左右中国网络购物将到达成熟期
- 五、中国网络购物模式发展的融合趋势
- 六、中国网络购物行为未来发展七大趋势探析

第二节 2015-2020年中国网上药店前景预测分析

- 一、网上药店短期内不会进入快速发展阶段
- 二、我国网上药店发展趋势探讨
- 三、网上药店市场盈利预测分析

第三节 2015-2020年中国网上药店发展战略分析

- 一、营销团队的营销能力
- 二、产品质量的把控力
- 三、会员服务的能力

图表目录

图表：2013-2014年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2014年中国三产业增加值结构图

图表：2013-2014年中国CPI、PPI月度走势图

图表：2013-2014年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2013-2014年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：2013-2014年中国工业增加值增长趋势图

图表：2013-2014年我国工业增加值分季度增速

图表：2013-2014年我国全社会固定资产投资额走势图

图表：2013-2014年我国城乡固定资产投资额对比图

图表：2013-2014年我国财政收入支出走势图

图表：2014年中国货币供应量月度增速走势图

图表：2014年人口数量及其构成图
图表：2013-2014年我国研究与试验发展（R&D）经费支出走势图

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R10/R1006/201503/31-178650.html>