

2017-2023年中国医药电商 行业全景调研及市场运营趋势报告

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

《2017-2023年中国医药电商行业全景调研及市场运营趋势报告》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/R1005/201710/11-240418.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

美国网上药店的销售规模目前已占到整体销售规模的30%左右，日本的这一数据是17%，欧洲则是23%。相比之下，中国医药物资协会所发布的《2013中国医药电商数据报告》显示，2013年网上药品销售总额仅占到药品整体销售规模的不到0.5%。参照发达国家网上药品的销售比，我国网上销售药品市场的空间无限。

互联网创业者们正在从挂号、问诊、买药、缴费等多维度切入这个年产值高达8万亿元的行业。阿里巴巴、九州通、京东商城等四家企业或将进行医药电子商务方面的试点，拟通过信息技术来改造当前寻医问药流程；健一网8月发布在线问诊平台“健一医生”，并推出手机端、网页版，建立病患交流平台，并尝试与医疗机构进行远程诊疗合作；壹药网8月份上线在线问诊平台“问医问药”，同时推出手机端及网页版；九州通集团旗下好药师网上药店，半年完成对“U糖”的参股，布局移动医疗，8月份宣布拟通过微信平台建网络医院。

2015年，我国医药电商市场规模达到152.0亿元，“十三五”期间，年复合增长率将达到43%左右。目前，越来越多的消费者开始接受互联网购买药品和医疗器械，同时更多的医药企业进入互联网市场，整体推动市场规模增长。互联网购药模式的改变，特别是移动APP购药模式，正在慢慢改变消费者的购药习惯。

2014-2020年中国医药电商市场规模预测

中国产业研究报告网发布的《2017-2023年中国医药电商行业全景调研及市场运营趋势报告》共十章。首先介绍了医药电商相关概念及发展环境，接着分析了中国医药电商规模及消费需求，然后对中国医药电商市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国医药电商面临的机遇及发展前景。您若想对中国医药电商有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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：

第一部分 产业环境透视

第一章 医药电商行业发展综述

第一节 网上销售药品分类

一、紧急用药

二、慢性病处方药

三、“特药”

第二节 网上药店优势分析

一、减少流通环节,降低药价

二、CRM系统全方位健康服务

三、全称安全有保障

第三节 药店试水O2O成败的因素

一、流量问题

二、配送问题

三、网络咨询能力

四、处方药品是否开放

第四节 医药电商领域争夺焦点

一、资质牌照

二、市场地盘

第二章 中国医药电商行业发展环境分析

第一节 医药改革背景分析

一、基本药物制度

二、医药分开政策

三、《关于落实2014年度医改重点任务提升药品流通服务水平和效率工作的通知》

第二节 互联网药品经营政策

二、《关于进一步加强基层医疗卫生机构药品配备使用管理工作的意见》

三、《关于改进低价药品价格管理有关问题的通知》

四、《互联网食品药品经营监督管理办法》

第三节 杭州市互联网药品安全监管机制创新

一、食品药品预警机制

二、绿色便捷协查机制

三、监管部门与阿里巴巴进驻沟通互动机制

第二部分 市场深度调研

第三章 中国医药电商行业运行现状分析

第一节 医药电商主要运营模式

一、自营式B2C网上药店

- 1、健一网
- 2、七乐康
- 3、好药师网

二、第三方平台模式

- 1、天猫医药馆
- 2、京东医药馆

三、B2B采购平台

- 1、九州通
- 2、珍诚在线

第二节 医药市场O2O的四大模式

一、九州通：微信“药急送”

二、海王星辰：O2O全覆盖

三、健一网：体验店

四、七乐康：网上药店O+O

第三节 医药电商自建医疗APP的挑战

一、获客成本

二、服务问题

三、平台公正性问题

第四章 我国医药电商市场分析

第一节 市场规模分析

一、药品零售终端市场规模

二、网上药店的销售规模和种类分析

- 1、医疗器械
- 2、药品
- 3、成人用品
- 4、隐形眼镜

第二节 医药电商销售品牌分析

一、品牌种类分析

二、销售金额分析

第三节 医药电商交易规模预测

一、2016年我国医药电商的交易规模预测

二、2016年我国网上处方药销售规模预测

第三部分 竞争格局分析

第五章 互联网巨头在“移动医疗”领域的布局

第一节 腾讯系风头正劲

一、投资PICOOC(缤刻普锐)

二、7000万美元入主丁香园

三、1亿美元入主挂号网

四、“微医平台”

第二节 阿里系早有布局

一、寻医问药网

二、华康全景网、

三、U医U药

四、中信21世纪（阿里健康）

第三节 小米系虎视眈眈

一、向九安医疗投资2500万美元、

二、投资好大夫在线300万人民币

三、华米科技

第四节 盛大系背影渐远

一、咕咚运动曾获得盛大1000万元投资

二、投资珠海奥美科技

三、投资每日瑜伽

第五节 云端的战争

一、百度旗下dulife品牌

二、京东智能云超级APP“京东云助手”

三、微信的朋友圈

第六章 药品连锁经营企业发展分析

第一节 国药控股国大药房有限公司

一、门店数量及规模

二、医保定点门店

三、网上药品销售收入

四、药品电商平台建设情况

第二节 重庆桐君阁药房连锁有限责任公司

一、门店数量及规模

二、医保定点门店

三、网上药品销售收入

四、药品电商平台建设情况

第三节 广东大参林连锁药店有限公司

一、门店数量及规模

二、医保定点门店

三、网上药品销售收入

四、药品电商平台建设情况

第四节 中国海王星辰连锁药店有限公司

一、门店数量及规模

二、医保定点门店

三、网上药品销售收入

四、药品电商平台建设情况

第五节 云南海翔一心堂药业（集团）股份有限公司

一、门店数量及规模

二、医保定点门店

三、网上药品销售收入

四、药品电商平台建设情况

第七章 国内医药电商相关企业分析

第一节 九州通医药集团股份有限公司

一、企业发展概况

二、O2O药急送业务

三、仓储物流面积

四、医药咨询队伍

五、技术及研发情况

六、网上药品销售业绩

七、好药师电商发展历程

第二节 国药控股国大药房有限公司

一、企业发展概况

二、大客户资源分析

三、新特药品种优势

四、对接医保的便利分析

五、医药电商平台建设

第三节 阿里巴巴集团控股有限公司

一、企业发展概况

二、支付宝联合天猫医药馆启动药店O2O项目

三、收购中信21世纪，推进药品监管信息平台

四、支付宝打造移动就医的平台

五、支付宝与海虹控股结成战略合作伙伴

六、“未来医院”计划

七、“药品安全计划

第四部分 发展前景展望

第八章 2017-2023年医药电商行业前景及趋势预测

第一节 2017-2023年医药电商市场发展前景

一、医药电商市场发展潜力

二、医药电商市场发展前景展望

三、医药电商细分行业发展前景分析

第二节 未来我国医药电商行业竞争格局

一、行业将超过200家企业取得药品交易资格

二、行业进入洗牌期，兼并重组可能加剧

三、医药生产厂家逐步走向前台

第三节 中国医药互联网商业的趋势分析

一、医药企业开始寻找新的消费者沟通方式

二、医药与移动互联网的结合，开创出新商业模式

三、医药健康的智能可穿戴市场

四、医药电子商务刚刚启程，蕴藏巨大的想象空间

第九章 2017-2023年医药电商行业投资机会与风险防范

第一节 中国医药电商行业投资特性分析

一、医药电商行业进入壁垒分析

二、医药电商行业盈利模式分析

三、医药电商行业盈利因素分析

第二节 中国医药电商行业投资风险

一、网上销售处方药现三大隐忧

1、执业药师缺口将加大

2、药企和医生间不当利益会更隐蔽3、网上售药O2O运营模式存疑

二、医药电商发展障碍

1、对处方药进行松动性管理、

2、建立相应的赔偿制度、

3、完善网上销售药4、品的配送、专业药师的配备指导

三、患者角度来看的风险

1、用药的效率问题

2、用药的安全性问题

3、医保卡刷卡问题

第三节 医药电商行业投资机会

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

三、第三方物流行业投资机会

第五部分 发展战略研究

第十章 医药电商行业发展战略研究（ZY ZM）

第一节 医药电商行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对中国医药电商品牌的战略思考

一、医药电商品牌的重要性

二、医药电商实施品牌战略的意义

三、医药电商企业品牌的现状分析

四、中国医药电商企业的品牌战略

五、医药电商品牌战略管理的策略

第三节 医药电商行业经营策略分析

一、医药电商市场细分策略

二、医药电商市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、医药电商新产品差异化战略

第四节 医药电商行业投资战略研究

一、2016年医药电商行业投资战略

二、2017-2023年医药电商行业投资战略

三、2017-2023年细分行业投资战略

图表目录：

图表：医药电商行业生命周期

图表：医药电商行业产业链结构

图表：2013-2016年中国医药电商行业盈利能力分析

图表：2013-2016年中国医药电商行业运营能力分析

图表：2013-2016年中国医药电商行业偿债能力分析

图表：2013-2016年中国医药电商行业发展能力分析

图表：2013-2016年中国医药电商行业经营效益分析

图表：2013-2015年不同规模企业利润总额分布

图表：2013-2016年医药电商行业不同规模企业从业人员分布

图表：2013-2016年医药电商行业不同规模企业销售收入分布

图表：2013-2016年医药电商行业不同规模企业资产总额分布

图表：2013-2016年医药电商行业不同规模企业数量分布

图表：2013-2016年医药电商行业不同性质企业利润总额分布

图表：2013-2016年医药电商行业不同性质企业从业人员分布

图表：2013-2016年医药电商行业不同性质企业销售收入分布

图表：2013-2016年医药电商行业不同性质企业资产总额分布

图表：2013-2016年医药电商行业不同性质企业数量分布

图表：2013-2015年全球医药电商行业市场规模

图表：2013-2016年中国医药电商行业市场规模

图表：2013-2016年医药电商行业重要数据指标比较

图表：2013-2016年中国医药电商市场占全球份额比较

图表：2017-2023年医药电商行业市场规模预测

图表：2017-2023年医药电商行业销售收入预测

图表：2017-2023年处方药市场规模预测

图表：2017-2023年医疗器械市场规模预测

图表：2017-2023年医药电商行业竞争格局预测

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R10/R1005/201710/11-240418.html>