

2023-2029年中国医药电商 市场深度研究与投资策略报告

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

《2023-2029年中国医药电商市场深度研究与投资策略报告》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/R09/R0904/202308/24-551162.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

医药电商指借助互联网渠道进行药品销售及服务的商业模式，包括药品生产或经营企业、各类服务商等通过互联网渠道，进行医药产品交换及提供相关服务的行为。

从2016-2021年中国医药电商交易规模来看，2016-2020年，中国医药电商交易规模从950亿元增长至1956亿元，2021年达到约2260亿元，总体呈现持续扩大的趋势。实际上，从产品性质来看，医药用品属于刚需品，市场需求稳定；从渠道来看，线上购买医药用品，实现即时配送，有力解决线下取药排队时间长的痛点，因而医药电商实现了快速发展。

从投融资情况来看，2021年全年国内医药电商行业共发生了10起投融资事件，融资总额超51.3亿元。涉及的企业包括：云开亚美、悦米科技、一块医药、邻医快药、药师帮、叮当快药、西柚健康、药兜网、阿康健康、上药云健康等。

随着疫情防控常态化，医药电商与数字医疗迎来了新发展，特别是打通“最后一公里”的急药配送成为备受关注的业态。2022年1月，中国医药物资协会联合阿里本地生活、神鸟健康等研究团队发布的《迈向医药快送时代：中国医药O2O发展研究报告（2021）》显示，受处方药网售放开等政策利好，送药上门模式的渗透率提升，医药O2O迎来加速发展期，随着医保支付的试点实行，在线问诊、医保支付、送药到家的闭环成为未来的趋势之一。

2022年5月11日，国家药监局印发《药品监管网络安全与信息化建设“十四五”规划》， “十四五”期末，以支撑药品安全及高质量发展为目标，构建完善的药品智慧监管技术框架；落实“放管服”改革要求，优化营商环境，实现全部政务服务事项“一网通办”；推进药品全生命周期数字化管理，完善品种档案，建立安全信用档案，提高基于大数据的精准监管水平；健全药品信息化追溯体系，实现药品重点品种可追溯；推动药品产业数字化、智能化转型升级；构建药品监管社会共治体系。2022年9月1日，市场监管总局发布《药品网络销售监督管理办法》（国家市场监督管理总局令第58号），自2022年12月1日起施行，对药品网络销售管理、平台责任履行、监督检查措施及法律责任作出了规定。

随着国家支持“互联网+医药健康”的行业发展决心和力度持续加大，以及互联网医药在疫情中的价值凸显，医药零售市场将逐渐由以线下为主逐步转为线上线下融合发展的新零售模式，同时销售品类中处方药的占比也将逐步增长。而在这些因素的综合影响下，预计“十四五”时期医药电商行业将迎来重大的发展机遇。

产业研究报告网发布的《2023-2029年中国医药电商市场深度研究与投资策略报告》共十一章。首先介绍了医药电商的概念、发展必要性和战略意义等，接着分析了中国医药电商发展环境，并对中国医药电商行业的发展及其商业模式进行了详尽的分析；然后，报告具体剖析了

医药行业和医药电商物流的发展状况；随后，报告分析了中国重点医药电商企业的经营情况；最后，报告重点剖析了医药行业的投资机会和投资案例，并对其未来发展前景做出了科学的预测。

本研究报告数据主要来自于国家统计局、商务部、国家卫生和计划生育委员会、国家药品监督管理局、产业研究报告网、产业研究报告网市场调查中心、中国医药协会以及国内外重点刊物等渠道，数据权威、详实、丰富，同时通过专业的分析预测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测。您或贵单位若想对医药行业有个系统深入的了解、或者想投资医药相关行业，本报告将是您不可或缺的重要参考工具。

报告目录：

第一章 医药电商行业的相关概述

1.1 医药电商的概念及特征

1.1.1 医药电商基本概念

1.1.2 医药电商行业特征

1.1.3 医药电商的分类

1.1.4 医药电商的作用

1.1.5 与传统电商的区别

1.2 医药电商发展必要性

1.2.1 健康管理转型

1.2.2 产业融合加速

1.2.3 行业战略意义

第二章 2021-2023年中国医药电商发展环境分析

2.1 经济环境

2.1.1 世界经济形势分析

2.1.2 国内宏观经济概况

2.1.3 中国对外经济分析

2.1.4 国内固定资产投资

2.1.5 国内宏观经济展望

2.2 政策环境

2.2.1 医药行业政策动态

2.2.2 医改政策影响分析

2.2.3 医药电商政策汇总

2.3 消费环境

2.3.1 居民收入水平

2.3.2 社会消费规模

2.3.3 居民消费水平

2.3.4 健康消费状况

2.4 社会环境

2.4.1 人口结构现状

2.4.2 人口老龄化现状

2.4.3 居民健康素养

2.4.4 居民网购环境

2.5 技术环境

2.5.1 互联网+技术

2.5.2 大数据技术

2.5.3 安全技术

2.5.4 数据库技术

2.5.5 电子支付技术

第三章 2021-2023年医药电商产业环境——医药零售行业发展分析

3.1 2021-2023年中国医药零售行业发展综述

3.1.1 行业政策背景

3.1.2 产业场景演变

3.1.3 产业结构分析

3.1.4 行业发展现状

3.1.5 行业发展规模

3.1.6 细分市场发展

3.1.7 行业竞争状况

3.1.8 企业经营情况

3.1.9 产业转型升级

3.1.10 行业发展困境

3.1.11 行业面临挑战

3.2 2021-2023年中国医药零售行业发展态势

- 3.2.1 城市客户需求更加多样
- 3.2.2 县域有效覆盖亟待提升
- 3.2.3 线上零售应用场景丰富
- 3.2.4 经销商合作趋于多元
- 3.3 2021-2023年中国医药零售连锁行业发展分析
 - 3.3.1 连锁药店产业链条
 - 3.3.2 连锁药店发展动力
 - 3.3.3 连锁药店发展规模
 - 3.3.4 连锁药店竞争格局
 - 3.3.5 医药连锁企业发展
 - 3.3.6 连锁药店区域布局
 - 3.3.7 连锁药店发展困境
 - 3.3.8 连锁药店发展对策
 - 3.3.9 连锁药店发展趋势
- 3.4 2021-2023年中国医药新零售发展分析
 - 3.4.1 医药新零售发展优势
 - 3.4.2 医药新零售表现形式
 - 3.4.3 医药新零售发展动力
 - 3.4.4 医药新零售市场现状
 - 3.4.5 医药新零售企业布局
 - 3.4.6 医药新零售发展困境
 - 3.4.7 医药新零售发展问题
 - 3.4.8 医药新零售发展建议
 - 3.4.9 医药新零售发展前景
- 3.5 2021-2023年中国医药零售行业全渠道经营发展分析
 - 3.5.1 全渠道影响因素
 - 3.5.2 全渠道经营模式
 - 3.5.3 全渠道经营路径
- 3.6 中国医药零售行业发展趋势分析
 - 3.6.1 全入口
 - 3.6.2 全产品
 - 3.6.3 全服务

3.6.4 全支付

第四章 2021-2023年中国医药电商行业发展分析

4.1 中国医药电商产业链分析

4.1.1 产业链结构

4.1.2 产业链企业

4.1.3 产业链发展建议

4.2 2021-2023年中国医药电商行业发展综述

4.2.1 医药电商发展历程

4.2.2 医药供应链管理模式

4.2.3 医药电商发展现状

4.2.4 医药电商市场规模

4.2.5 医药电商发展特点

4.2.6 医药电商药店形式

4.3 中国医药电商市场竞争格局

4.3.1 行业竞争态势

4.3.2 企业格局发展

4.3.3 区域竞争状况

4.3.4 企业竞争力评价

4.4 中国医药电商用户特征与用药行为

4.4.1 医药电商用户画像

4.4.2 医药电商用户用药行为

4.4.3 医药电商用户调研

4.5 新冠疫情下医药电商市场的发展

4.5.1 疫情下医药电商平台发展分析

4.5.2 疫情下医疗电商竞争状况分析

4.5.3 疫情下医药电商企业发展举措

4.5.4 疫情下医药电商发展的关键

4.5.5 疫情下医药电商案例分析——京东大药房

4.5.6 疫情对行业的影响总结

4.6 医药电商行业存在的主要问题

4.6.1 数据共享不足

- 4.6.2 流量饱和与渠道不足
- 4.6.3 资本运作与管理短板
- 4.6.4 医改政策有待加强电商发展
- 4.6.5 “处方药外流”的局限性
- 4.6.6 支付限制和安全隐患
- 4.7 医药电商行业发展策略建议
 - 4.7.1 发展对策建议
 - 4.7.2 经营策略建议
 - 4.7.3 线上线下联动
 - 4.7.4 健康管理转型
 - 4.7.5 其它优化策略

第五章 2021-2023年中国医药电商的商业模式分析

5.1 中国医药电商商业模式发展综述

- 5.1.1 医药电商模式介绍
- 5.1.2 医药电商资质要求
- 5.1.3 自营电商盈利模式
- 5.1.4 平台电商盈利模式

5.2 医药电商B2B模式

- 5.2.1 医药B2B模式基本介绍
- 5.2.2 医药B2B模式发展现状
- 5.2.3 医药B2B模式案例分析
- 5.2.4 医药B2B模式存在问题
- 5.2.5 医药B2B模式发展前景

5.3 医药电商B2C模式

- 5.3.1 医药B2C模式基本介绍
- 5.3.2 医药B2C模式优势分析
- 5.3.3 医药B2C模式劣势分析
- 5.3.4 自营型B2C模式案例
- 5.3.5 平台型B2C案例分析
- 5.3.6 自营+平台化发展趋势
- 5.3.7 医药B2C模式发展瓶颈

- 5.3.8 医药B2C模式发展趋势
- 5.4 医药电商O2O模式
 - 5.4.1 医药O2O模式基本概述
 - 5.4.2 医药O2O模式主要类型
 - 5.4.3 医药O2O模式优势分析
 - 5.4.4 医药O2O模式劣势分析
 - 5.4.5 医药企业应用O2O模式
 - 5.4.6 医药O2O市场需求分析
 - 5.4.7 医药O2O平台运营状况
 - 5.4.8 医药O2O模式发展瓶颈
 - 5.4.9 医药O2O模式发展利好
 - 5.4.10 医药O2O模式发展展望

第六章 2021-2023年医药电商产业链上游医药行业分析

- 6.1 中国医药行业基本特征
 - 6.1.1 医药行业替代性
 - 6.1.2 医药行业影响因素
 - 6.1.3 行业创新成果分析
 - 6.1.4 医药产业供应链结构
- 6.2 2021-2023年中国医药行业经济运行现状
 - 6.2.1 产业发展现状
 - 6.2.2 企业规模现状
 - 6.2.3 产品产量状况
 - 6.2.4 主营业务收入
 - 6.2.5 盈利水平分析
 - 6.2.6 成本费用情况
 - 6.2.7 企业百强榜单
- 6.3 2016-2020年中国医药制造行业财务状况
 - 6.3.1 2016-2020年中国医药制造行业经济规模
 - 6.3.2 2016-2020年中国医药制造行业盈利能力指标分析
 - 6.3.3 2016-2020年中国医药制造行业营运能力指标分析
 - 6.3.4 2016-2020年中国医药制造行业偿债能力指标分析

6.3.5 2016-2020年中国医药制造行业财务状况综合评价

6.4 中国医药行业竞争状况剖析

6.4.1 行业新进入者威胁

6.4.2 购买者议价能力

6.4.3 供应商议价能力

6.4.4 替代品的威胁

6.4.5 同业竞争者分析

6.4.6 行业竞争趋势

6.5 中国中医药产业发展分析

6.5.1 产业发展价值

6.5.2 产业规模状况

6.5.3 政策支持现状

6.5.4 服务贸易现状

6.5.5 产业发展战略

6.6 中国医药行业其他热点细分领域发展分析

6.6.1 化学制药

6.6.2 生物医药

6.6.3 创新药

6.6.4 抗体药物

6.7 中国医药行业投资潜力分析

6.7.1 投资并购动态

6.7.2 投资机会分析

6.7.3 投资壁垒分析

6.7.4 行业投资建议

第七章 2021-2023年医药电商产业链下游医药电商物流行业分析

7.1 2021-2023年医药物流行业发展分析

7.1.1 市场参与主体

7.1.2 行业发展现状

7.1.3 市场竞争格局

7.1.4 行业发展特点

7.1.5 行业标准建设

- 7.1.6 行业存在问题
- 7.1.7 未来发展趋势
- 7.2 2021-2023年电商物流行业发展分析
 - 7.2.1 行业发展现状
 - 7.2.2 行业营收规模
 - 7.2.3 行业发展特征
 - 7.2.4 行业融资情况
 - 7.2.5 行业发展困境
 - 7.2.6 行业发展建议
 - 7.2.7 行业发展趋势
- 7.3 2021-2023年医药电商物流发展分析
 - 7.3.1 行业发展概况
 - 7.3.2 市场竞争格局
 - 7.3.3 行业项目动态
 - 7.3.4 行业痛点分析
 - 7.3.5 行业发展趋势
- 7.4 医药电商物流模式分析
 - 7.4.1 自建物流模式
 - 7.4.2 外包物流模式
 - 7.4.3 物流模式选择建议
- 7.5 医药电商物流行业相关政策解读
 - 7.5.1 我国药品流通相关政策
 - 7.5.2 电商物流协同发展意见
 - 7.5.3 药品冷链物流运作规范
 - 7.5.4 互联网+医疗健康发展
 - 7.5.5 药品集中采购和使用方案
 - 7.5.6 药品经营监督管理办法

第八章 2021-2023年中国医药电商重点企业分析

- 8.1 1药网（111, Inc.）
 - 8.1.1 企业发展概况
 - 8.1.2 供应链布局

- 8.1.3 2021年企业经营状况分析
- 8.1.4 2022年企业经营状况分析
- 8.1.5 2023年企业经营状况分析
- 8.2 阿里健康信息技术有限公司
 - 8.2.1 企业发展概况
 - 8.2.2 企业盈利模式
 - 8.2.3 2021财年企业经营状况分析
 - 8.2.4 2022财年企业经营状况分析
 - 8.2.5 2023财年企业经营状况分析
- 8.3 云南鸿翔一心堂药业（集团）股份有限公司
 - 8.3.1 企业发展概况
 - 8.3.2 门店经营情况
 - 8.3.3 经营效益分析
 - 8.3.4 业务经营分析
 - 8.3.5 财务状况分析
 - 8.3.6 核心竞争力分析
 - 8.3.7 公司发展战略
 - 8.3.8 未来前景展望
- 8.4 仁和药业股份有限公司
 - 8.4.1 企业发展概况
 - 8.4.2 经营效益分析
 - 8.4.3 业务经营分析
 - 8.4.4 财务状况分析
 - 8.4.5 核心竞争力分析
 - 8.4.6 未来前景展望
- 8.5 益丰大药房连锁股份有限公司
 - 8.5.1 企业发展概况
 - 8.5.2 企业发展模式
 - 8.5.3 企业区域布局
 - 8.5.4 经营效益分析
 - 8.5.5 业务经营分析
 - 8.5.6 财务状况分析

- 8.5.7 核心竞争力分析
- 8.5.8 公司发展战略
- 8.5.9 未来前景展望
- 8.6 浙江康恩贝制药股份有限公司
 - 8.6.1 企业发展概况
 - 8.6.2 经营效益分析
 - 8.6.3 业务经营分析
 - 8.6.4 财务状况分析
 - 8.6.5 核心竞争力分析
 - 8.6.6 公司发展战略
 - 8.6.7 未来前景展望
- 8.7 九州通医药集团股份有限公司
 - 8.7.1 企业发展概况
 - 8.7.2 企业主要业务
 - 8.7.3 经营效益分析
 - 8.7.4 业务经营分析
 - 8.7.5 财务状况分析
 - 8.7.6 核心竞争力分析
 - 8.7.7 公司发展战略
 - 8.7.8 未来前景展望
- 8.8 上海医药集团股份有限公司
 - 8.8.1 企业发展概况
 - 8.8.2 经营效益分析
 - 8.8.3 业务经营分析
 - 8.8.4 财务状况分析
 - 8.8.5 核心竞争力分析
 - 8.8.6 公司发展战略
 - 8.8.7 未来前景展望
- 8.9 广州白云山医药集团股份有限公司
 - 8.9.1 企业发展概况
 - 8.9.2 经营效益分析
 - 8.9.3 业务经营分析

- 8.9.4 财务状况分析
- 8.9.5 核心竞争力分析
- 8.9.6 未来前景展望
- 8.10 广东太安堂药业股份有限公司
 - 8.10.1 企业发展概况
 - 8.10.2 经营效益分析
 - 8.10.3 业务经营分析
 - 8.10.4 财务状况分析
 - 8.10.5 核心竞争力分析
 - 8.10.6 公司发展战略
 - 8.10.7 未来前景展望
- 8.11 乐普（北京）医疗器械股份有限公司
 - 8.11.1 企业发展概况
 - 8.11.2 经营效益分析
 - 8.11.3 业务经营分析
 - 8.11.4 财务状况分析
 - 8.11.5 核心竞争力分析
 - 8.11.6 公司发展战略
 - 8.11.7 未来前景展望

第九章 中国医药电商行业投资机遇及壁垒分析

- 9.1 医药电商投资机遇
 - 9.1.1 消费机遇分析
 - 9.1.2 医改机遇分析
 - 9.1.3 行业政策机遇
 - 9.1.4 其他利好因素
 - 9.1.5 疫情带来的机遇
- 9.2 医药电商平台投资基金设立分析
 - 9.2.1 投资基金建立案例
 - 9.2.2 投资基金设立意义
 - 9.2.3 投资基金发展启示
 - 9.2.4 投资基金设立路径

9.3 医药电商投融资综况

9.3.1 长期投资逻辑

9.3.2 行业融资规模

9.3.3 行业融资轮次

9.3.4 融资区域分布

9.3.5 主题基金运行

9.3.6 相关概念股市值

9.4 医药电商投资壁垒

9.4.1 产品种类壁垒

9.4.2 行业瓶颈壁垒

9.4.3 政策监管壁垒

第十章 中国医药电商行业项目投资建设案例深度解析

10.1 医药连锁信息服务平台建设项目

10.1.1 项目投资内容

10.1.2 项目投资规划

10.1.3 项目投资必要性

10.1.4 项目投资可行性

10.1.5 项目投资估算

10.1.6 项目环境影响

10.2 大健康产业线上平台建设项目

10.2.1 项目投资概况

10.2.2 项目投资必要性

10.2.3 项目投资可行性

10.2.4 项目投资概算

10.2.5 项目实施计划

10.3 线上运营平台投资项目

10.3.1 项目投资概况

10.3.2 项目投资必要性

10.3.3 项目投资概算

10.3.4 项目建设周期

10.3.5 项目投资效益

10.3.6 项目其他情况

第十一章 中国医药电商行业发展趋势及前景预测

11.1 中国医药行业发展前景和趋势预测

11.1.1 医药工程发展机遇

11.1.2 医药创新市场前景

11.1.3 行业发展趋势分析

11.2 中国医药电商发展趋势分析

11.2.1 医药零售新增量

11.2.2 处方药外流促进

11.2.3 医保支付接入

11.2.4 慢病全周期管理

11.3 中国医药电商发展前景展望

11.3.1 互联网+医疗前景

11.3.2 医药电商发展方向

11.3.3 医药电商模式转变

11.3.4 医药电商未来前景

11.4 2023-2029年中国医药电商行业预测分析

11.4.1 2023-2029年中国医药电商行业影响因素分析

11.4.2 2023-2029年中国医药电商行业交易规模预测

附录

附录一：全国药品流通行业发展规划（2016-2020年）

附录二：进一步改革完善药品生产流通使用政策的若干意见

附录三：促进“互联网+医疗健康”发展的意见

附录四：药品网络销售监督管理办法（征求意见稿）

图表目录

图表1 医药电商的分类

图表2 医药电商的作用

图表3 医药电商与传统电商的区别

图表4 2015-2019年国内生产总值及其增长速度

图表5 2015-2019年三次产业增加值占国内生产总值比重

- 图表6 2019年三次产业投资占固定资产投资（不含农户）比重
- 图表7 2019年分行业固定资产投资（不含农户）增长速度
- 图表8 2019年固定资产投资新增主要生产与运营能力
- 图表9 2017-2019年医药电商主要法律政策汇总
- 图表10 2020年国内医药电商相关政策
- 图表11 2019年全国居民人均可支配收入平均数与中位数
- 图表12 2020年居民人均可支配收入平均数与中位数
- 图表13 2019年社会消费品零售总额分月同比增长速度
- 图表14 2019年社会消费品零售总额主要数据
- 图表15 2019-2020年社会消费品零售总额同比增长速度
- 图表16 2020年社会消费品零售总额主要数据
- 图表17 2019年全国居民人均消费支出及其结构
- 图表18 2020年居民人均消费支出及构成
- 图表19 2014-2019年中国总人口数
- 图表20 2019年年末人口数及其构成
- 图表21 2015-2019年常住人口城镇化率
- 图表22 2014-2019年60周岁及以上老年人口及其占全国总人口比重
- 图表23 2014-2019年中国60周岁及以上人口统计
- 图表24 2013-2020年网民规模和互联网普及率
- 图表25 2013-2020年手机网民规模及其占网民比例
- 图表26 1999-2018年美国网上药店的发展历程
- 图表27 2001-2019年CVS线上线下业务营收规模
- 图表28 美国的药品管理市场化程度高
- 图表29 我国医药电商发展历程
- 图表30 中国医药电商产业链

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R09/R0904/202308/24-551162.html>