

# 2018-2024年中国医药电子商务产业市场竞争现状 调研及投资商机分析预测报告

报告大纲

观研报告网

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

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2018-2024年中国医药电子商务产业市场竞争现状调研及投资商机分析预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/yaopinzhiji/311731311731.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

### 一、发展现状

医药行业是直接关系到人们生活健康和生命安全的特殊行业。医药产业是国家重点技术创新产业之一，也是国际性产业。从理想的角度来看，医药行业可以通过电子商务覆盖整个产业链，形成“互联网+”的模式，使买方和卖方在药品流通过程中获得一个公平的渠道，在这个渠道中所有的购销数据都会用信息采集的方式记录下来，所积累的大数据经过处理后转为不同环节的企业、消费者、政府部门的服务信息，尤其可成为政府监管的执法依据。

2009年新医改在全国范围内启动，并提出医药、医保、医疗“三驾马车”联动改革的新思路。其中，在医药方面，新医改将进一步完善医药价格管理办法，降低药价的同时也减少药品流通环节。因此，发展医药电子商务是推进新医改的重要创新举措，有利于规范药品购销的渠道，提高用药的安全性；有利于大幅减少药品流通过程中的中间环节，增加药品销售收入，降低药品运输成本；此外，其为药品货款结算、差别加价、零差率和药事管理费等问题的全面解决提供了有效途径。因此，新医改鼓励发展医药电子商务，尤其是大力发展第三方医药电子商务，以推行扁平化、少环节的医药购销模式。2005年起国家开始开放互联网药品交易市场，拉开了医药电子商务发展的序幕。在新医改条件下，医药信息化、药品集中招标采购、医保卡支付等将进一步促进医药电子商务的发展。

表：医药电商相关政策一览

资料来源：观研天下整理

近年来，互联网的迅猛发展迎来了信息技术的革命，以云计算为主的新一代信息技术不断涌现，快速发展，深刻地影响着社会和企业的发展。云计算、物联网、大数据等的发展深刻地改变着传统意义上的电子商务，并逐步出现淘宝、京东等一大批新型电商模式，同时出现了基于线上至线下的O2O模式，这些技术和新的商业模式在传统企业及快消品等行业广为应用。

伴随着互联网的发展，医药电子商务也呈现爆发式增长，医药企业开始大规模进军电子商务领域，网上药店、医药电子商务平台持续增加，医药电子商务市场异常繁荣。

### 二、医药电商发展趋势

#### （一）冲击传统药商

网上药店对零售药店的冲击是巨大的，零售药店如果不能转变模式，很可能会因用户数量的急剧下降而倒闭。目前，网上药店的发展空间还非常大。我国网上药店的销售规模在

整个药品流通领域占比不到 2%，与西方发达国家的 30% 相比差距甚远。

医药电商目前还没有迎来爆发式增长，现阶段医药电商整个市场份额还很小，越来越多的传统医药商家参与到电子商务中，将有利于这个行业规模的迅速扩大。

## （二）政策放开是大方向

美国政策开放早，医药电商发展相对成熟，其网上药店销售规模在医药零售中占比约为 30%。相比之下，中国政策监管较为谨慎，在中国 2000 多亿元的药品零售市场规模中，网上药店销售规模仅占 17%，并且受处方药不能网售的政策限制，网上药店的销售只涉及非处方药。

未来中国医药零售方面部分处方药的互联网销售或将放开，国家发布的互联网药品监督管理办法为医药电子商务的增长带来了巨大的空间。受政策的推动，中国医药电商将进入新的发展阶段，也将成为最具潜力的行业。

## （三）抢占以O2O为特征的移动端

目前移动应用迎来了新的繁荣，移动应用正在深刻地影响着人们的工作和生活习惯。主流医药电商均推出了自己的移动应用端。移动互联应用与传统医药的结合，一方面可以促进与健康资讯相关的移动 APP 的崛起；另一方面可以让购药的方式变为线上采购、就近药店配送。此外，以 O2O 为主要方向，谁能使线下的实体店与线上网络购物结合，谁就能把握市场机遇。

医药电商在移动端上的布局主要有三种类型：第一类是垂直医药电商企业延伸布局移动端，开拓移动电商业务；第二类是互联网科技公司开发 APP 应用，试图提供医院处方流转、药店引流或药品配送服务；第三类是垂直医药电商企业试图跨界移动医疗。

从总体来看，医药行业的 O2O 模式是发展的必然趋势，而这其中移动应用作为媒介是必不可少的。医药电商的发展今后会在移动端和 O2O 方向上见分晓，从统计数据来看，近几年的医药电商移动端数据呈倍数增长，未来谁能在移动端取得成功，谁就能掌握医药电子商务发展的主动权，同时还能与传统医药大佬实现无缝结合。

## （四）大数据改变着传统电商模式

大数据正在推动医药电商智慧发展。

第一，可以利用大数据，建立客户个人的健康档案，根据客户的消费习惯和医院的医疗诊断信息，向用户推荐其可能用到的药品，从而提高客户健康水平，增加企业销售收入。

第二，医药电商和药店层面，随着处方药网售的开闸，医药电商与大数据的结合，一方面能够实现处方药网售的可追溯、政府的可监管，另一方面能通过对大数据的分析制定线上营销及线下活动方案。

第三，医疗服务平台层面，医院在日常诊病过程中，会累积大量的数据，如患者的健康信息、购药信息，医患之间的沟通数据、医疗服务数据、销售数据等。通过对这些数据的分析，医院可以了解患者的购药需求，向患者提供定时送药等服务，建立个性化的医疗服务体系。

第四，医药企业通过建立医疗服务平台和电子商务平台，可以获取用户的健康信息和购药信息，从而完成数据的积累，并根据顾客需求变化，实现个性化药品研发、更换商品种类，实现智慧生产和药品管理。

#### （五）跨界融合去中心化

据资料统计，目前有近90%的患者在身体出现不适的情况下，首先想到的是通过网络查询解决方法，获取治病信息，对互联网的在线诊断和沟通有很大的依赖性。由此可以判定互联网对医药行业的发展将会产生很大影响，将电子商务引入医药行业后，将有利于挖掘互联网络上亿万潜在用户需求，医药行业将迎来新的服务和销售模式。

一种模式是，患者在医院看过病之后，如果不想在医院里拿药，则可以将病历信息上传至移动客户端，通过在客户端的比较，选择不同价位、不同品牌、不同服务的药品销售商或者药店。

另一种模式是，患者可以不用去医院看病，直接通过视频会话的形式联系主治医生，进行网上的面对面交流。在平台上患者发表自己的问题，医生可以直接通过摄像头对患者患病部位进行查看。确诊后，医生会在平台上写出电子病历单和处方单，患者可以在任何药品销售平台上购买药品，享受极具针对性的医疗服务。

#### （六）医药O2O服务模式补充现有购药环节服务形态，满足即时需求

医药电商在一定程度上为用户提供了方便，但无法满足药品、保健品、医药器械等商品对专业服务的要求，如果用户处于紧急状态，急需用药或者使用医疗器械，这时网上药店就无法满足用户需求，毕竟远水解不了近渴。因而，让药学服务落地，对医药行业的电子商务来说，显得更为必要与迫切。针对这个问题，O 2 O服务模式出现了。随着它的出现，移动医药电商APP也出现了，送药服务受到了广泛关注，成为传统线下购药或者医药B 2 C购药环节的有力补充。

具体的实施环节上，利用用户移动端的定位功能，可以快速定位用户位置，同时查找离用户最近的药店及其联系方式。用户可以通过查找到的药店信息，对其进行浏览，查看药师的专业服务资质，同时可以在线交流。在网上下单后，药店将会快速地将药品送达客户手中。从网络查询药品信息到向医生咨询再到选择和购买药品，整个过程变得便捷和通畅。对于药店，通过与客户的网上沟通，可以了解用户的用药需求，为用户提供更好的服务，从而带动药店销量的增加和服务水平的提升。

### 三、小结

C 2 B 模式——打造新的、智慧的医药生态链。

随着医改的深入，医药分开成为必然的趋势。因此，身处医药行业的企业应该认真研究新医改方案的相关配套文件以及未来发展趋势，知晓新一代信息技术革命为行业带来的深刻影响，落实“互联网+医药”行动计划，筹划未来。

未来企业需要向C 2 B转型。在未来的商业模式中，互联网无疑是最具活力的决定性因素。C 2 B模式本身就是以客户为中心的互联网思维，也是工业4.0三大基石之一的端到端集成平台的重要体现，应基于“互联网+”，打造新的、智慧的医药生态链。C 2 B模式，即以市场需求为原动力驱动商业资源的模式，其基本要素包括：个性化营销，捕捉碎片化、个性化需求，以数据低成本、全流程贯通为基础实现拉动式销售、柔性化生产，快速满足市场需求。

“粉丝经济”和“网红经济”实际上也是C 2 B。然而在21世纪的前十年里，互联网给管理者带来的并不只是兴奋，还有迷茫与纷乱。我们必须警醒，C 2 B模式在工商业发展史上是绝无仅有的，它将推动全球商业模式的变革，它是汪洋大海，绝不仅仅是小溪小河。能否把握住这一大趋势，要看企业管理者对未来的打算，谁能抓住机遇，谁就能成为未来商业的领袖。

观研天下发布的报告书内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资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 产业发展现状与趋势

#### 第一节 国际医药电子商务产业发展现状与趋势

- 一、国际医药电子商务产业发展现状
- 二、国际医药电子商务产业发展趋势
- 三、国际医药电子商务产业面临的形势

#### 第二节 国内医药电子商务产业发展现状与趋势

- 一、国内医药电子商务产业发展现状
- 二、国内医药电子商务产业发展趋势
- 三、国内医药电子商务产业面临的形势

### 第二章 当地产业发展现状与基础

#### 第一节 当地产业发展概况

- 一、行业发展现状
- 二、重点企业发展现状

#### 第二节 当地产业发展条件

- 一、区位条件
- 二、资源条件
- 三、产业配套条件
- 四、其他条件

#### 第三节 当地产业发展环境现状

- 一、政策环境
- 二、市场环境

### 三、融资环境

### 四、人才环境

#### 第四节 当地产业发展存在的问题

## 第三章 区域产业发展现状与趋势分析

### 第一节 当地医药电子商务产业发展现状与趋势

#### 一、当地医药电子商务产业发展现状

#### 二、当地医药电子商务产业发展趋势

#### 三、当地医药电子商务产业面临的形势

### 第二节 当地医药电子商务产业发展能力

#### 一、区域自身产业发展能力分析

#### 二、区域外部产业发展竞争环境分析

#### 三、区域范围内重点/主导产业分析

## 第四章 产业结构调整分析

### 第一节 医药电子商务产业结构分析

#### 一、市场细分充分程度分析

#### 二、各细分市场领先企业排名

#### 三、各细分市场占总市场的结构比例

#### 四、领先企业的结构分析（所有制结构）

### 第二节 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

#### 一、产业价值链的构成

#### 二、产业链条的竞争优势与劣势分析

### 第三节 “十三五”产业结构发展预测

#### 一、产业结构调整指导政策分析

#### 二、产业结构调整中消费者需求的引导因素

#### 三、医药电子商务行业参与国内外竞争的市场定位

#### 四、“十三五”产业结构调整方向分析

## 第二部分 政府战略规划

## 第五章 市场环境及影响分析（PEST）

### 第一节 医药电子商务行业政治法律环境（P）

#### 一、行业管理体制分析

#### 二、行业主要法律法规

#### 三、医药电子商务行业标准



#### 四、行业相关发展规划

- 1、医药电子商务行业国家发展规划
- 2、医药电子商务行业地方发展规划

#### 五、政策环境对行业的影响

##### 第二节 行业经济环境分析（E）

###### 一、宏观经济形势分析

- 1、国际宏观经济形势分析
- 2、国内宏观经济形势分析
- 3、当地宏观经济环境分析

###### 二、宏观经济环境对行业的影响分析

##### 第三节 行业社会环境分析（S）

###### 一、医药电子商务产业社会环境

- 1、人口环境分析
- 2、教育环境分析
- 3、文化环境分析
- 4、中国城镇化率

###### 二、社会环境对行业的影响

###### 三、医药电子商务产业发展对社会发展的影响

##### 第四节 行业技术环境分析（T）

###### 一、医药电子商务技术分析

- 1、技术水平总体发展情况
- 2、我国医药电子商务行业新技术研究

###### 二、医药电子商务技术发展水平

- 1、我国医药电子商务行业技术水平所处阶段
- 2、与国外医药电子商务行业的技术差距

###### 三、2017年医药电子商务技术发展分析

###### 四、行业主要技术发展趋势

###### 五、技术环境对行业的影响

#### 第六章 医药电子商务产业政府战略定位

##### 第一节 当地产业发展思路和目标

- 一、指导思想
- 二、产业定位
- 三、发展目标

##### 第二节 区域主导产业定位

- 一、区域主导产业的选择原则与方法分析
- 二、区域主导产业的筛选及其可行性分析
- 三、区域主导产业及其关联性产业组合分析
- 四、区域辅助性产业发展定位

## 第七章 医药电子商务产业政府战略规划

- 第一节 区域产业发展目标定位
  - 第二节 区域产业发展策略制定及其实施路径分析
  - 第三节 区域产业发展布局规划
- ### 第三部分 政府战略实施

## 第八章 区域产业发展战略实施

- 第一节 区域产业发展配套政策设计
- 第二节 区域产业发展功能型配套措施的设计
- 第三节 区域产业发展服务型公共平台的设计与搭建

## 第九章 产业发展导向和产业链设计

- 第一节 核心产业链及产品
- 第二节 配套产业链和产品
- 第三节 相关产业链与产品

## 第十章 产业发展空间布局

- 第一节 产业发展的核心产业基地
- 第二节 产业发展的重要拓展区

## 第十一章 产业发展的政策保障

- 第一节 组织保障
- 第二节 招商引资
- 第三节 政策扶持
- 第四节 需要注意的问题

## 第十二章 产业发展的重大培育工程

- 第一节 产业基地的创建工程
- 第二节 龙头企业的培育工程
- 第三节 创新能力的提升工程

第四节 合作平台的搭建工程

第五节 推广运用的示范工程

附录

附录一 当地现有企业基本状况

附录二 主产业链概述

附录三 产业发展目录

图表：医药电子商务行业生命周期

图表：医药电子商务行业产业链结构

图表：2015-2017年全球医药电子商务行业市场规模

图表：2015-2017年中国医药电子商务行业市场规模

图表：2015-2017年当地医药电子商务行业市场规模

图表：2015-2017年医药电子商务行业销售收入

图表：2015-2017年医药电子商务行业利润总额

图表：2015-2017年医药电子商务行业资产总计

图表：2015-2017年医药电子商务行业负债总计

图表：2015-2017年医药电子商务行业竞争力分析

图表：2015-2017年医药电子商务市场价格走势

图表：2015-2017年医药电子商务行业主营业务收入

图表：2015-2017年医药电子商务行业主营业务成本

图表：2015-2017年医药电子商务行业销售费用分析

图表：2015-2017年医药电子商务行业管理费用分析

图表：2015-2017年医药电子商务行业财务费用分析

更多图表详见正文（GYGSLJP）

特别说明：观研天下所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yaopinzhiji/311731311731.html>