

2017-2022年中国医药电子商务产业发展态势及发展策略研究报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2017-2022年中国医药电子商务产业发展态势及发展策略研究报告》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/hulianwang/287575287575.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

随着网络信息化技术的迅速发展，利用互联网（Internet）进行全球化、电子化、无纸化的商务活动已成一大趋势，这种商务行为称之“电子商务”。医药行业在国际上被称为“永不衰落的朝阳产业”。在大数据发展下，近年来医药电子商务的兴起揭开了医药行业改革发展的新序幕。我国医药电子商务起步较晚，当前并长期处于酝酿和建设阶段，但由于市场需求的强力推动，网络资源的共享可从根本上提升药品流通渠道中成本节约、交易高效、资金安全等实际问题。

因此，实现以网络为中心的医药电子商务，建立一种新型、方便、高效、快捷的药品营销模式，已成为时代发展、经济全球化与网络化的必然趋势。

资料来源：公开资料，中国报告网整理

资料来源：公开资料，中国报告网整理

1医药电子商务现状分析

在国际上，医药电子商务发展已形成了B2B、B2C、O2O交易平台等多种形式并存的局面，同时，建立稳定的第三方网络配送、分销单位，形成简易化、准确化、安全高效的医药电子商务体系，达到了医药流通90%以上业务由电子信息实现。在国内，医药电子商务发展规模将呈现高速增长的趋势，2014年医药电子商务市场规模约为187亿元，2016年医药市场规模达到290亿元，预测2017年医药电子商务市场规模可达480亿元。CFDA南方医药经济研究所网络监测中心发布的《中国互联网医药信息和交易监测报告（2016年度）》显示，截至2016年9月，共批出《互联网药品信息服务资格证》8481个，批出互联网药品交易资格证729个，其中A证（国家食药监总局审批的第三方交易服务平台；）29个，占比3.98%；B证（地方药监局审批企业之间的交易平台）161个，占比22.09%；C证(地方药监局审批企业与消费者之间的交易平台)539个，占比73.94%。

资料来源：公开资料，中国报告网整理

由此可见，获得网上交易资格证书的企业和中国网上药店数量不断增加，行业内参与者众多，市场竞争加剧升温。

我国现有的医药电子商务模式主要分为B2B、B2C两种运营模式。其中，采用B2C模式最多；B2B因企业之间信息化对接难，发展较为缓慢；目前，医药电子商务O2O服务仍在探索中。

2我国电子商务存在的问题研究

2.1观念守旧，思想转变困难

几千年来，我国国民在药品交易中形成了眼看、手摸、鼻闻、遵循医嘱或现场咨询等交易习惯，传统的销售渠道和模式根深蒂固。医药电子商务的产生打破了旧的利益平衡，这必然限制了医药电子商务的改革与发展。我国医药企业在药品交易、医药流通模式改革、医药电子商务意识方面需要有一个观念转变的过程。企业和消费者只有亲自体验到医药电子商务带来的药品多元、质量保证、价格实惠、服务到位等优势，才会产生对医药电子商务的认同感，提升公众对网售药品的信任度，思想意识转变，最终才能达到医药电子商务线上线下共赢的局面。

2.2医药电子商务法律法规不健全

首先，电子商务领域中的立法体系亟待完善。在电子平台中进行交易时，电子合同是虚拟的，与纸质合同存在明显区别，其在具备主体合法方面还应具备规范、严谨的电子记录形式。

其次，电子商务方面的法律规则概念模糊。对待数据电文的证据力及其执行力存在不确定性。

三是网络技术具有隐蔽性，相关法律规则不健全，监管难度高。

目前，国内医药电子商务法律法规仅仅是从宏观角度制定的，具体到医药电子交易行为以及监管的流程、措施等却没有具体规定，在缺乏可靠的监管执法依据之下，对于一些故意钻法律空子的“擦边”行为，相关管理机构往往束手无策，监管难度相当大。

2.3医药信息网络化平台建设落后

目前，我国的现代企业制度尚在建立之中，企业信息化、数据化的进展较为缓慢。医药行业的信息化水平相对于其他行业领域来讲有明显的差距。就目前来看，虽然国内已有上千家医药企业涉足电商领域，但是正常运作的只有寥寥几十家。而且网络运营商更多是鱼目混珠，其中仅有少数电子平台能够真正为用户提供信息发布、电子交易、线下物流配送以及售后服务。这说明企业存在基础设施不完备、医药电子商务人才缺乏、信息化平台建设落后等

问题。

2.4医药电子商务人才缺乏

随着中国电子商务的发展，电子商务行业的人才需求与日俱增，高端网络技术人才的缺乏成为电商发展的瓶颈，而目前，具有针对性的医药类电子商务型人才更是匮乏。据统计，国际贸易中80%是通过电子商务进行的，目前全国有10万左右国际贸易从业人员，其中大部分人虽能利用电子商务手段从事贸易工作，但却没有受过电子商务专业的系统培训。据有关专家预计，未来10年我国电子商务人才缺口为200多万人。

3发展医药电子商务可行性建议

3.1明确医药电子商务指导思想与基本原则

国内医药电子商务指导思想，需走中国特色的医药电子商务发展道路，按照科学发展观的要求，以转变经济增长方式、提高综合竞争力为中心任务，实行体制创新，着力营造医药电子商务发展的良好环境，推广电子商务应用，加速医药流通体制改革，实施跨越式发展战略，积极推进医药企业信息化建设。基本原则为政府推动与医药企业主导相结合，建立政府与企业的良性互动机制，促进电子商务与电子政务协调发展，营造环境与推广应用相结合。

3.2加大医药行业信息化建设与人才培养力度

政府应充分利用各种途径和手段培养、引进并合理使用好一批具有扎实的经济与管理理论基础、掌握信息科学技术的高素质人才，要在商务领域大力普及网络科技知识，在现有的信息化课程建设体制上加设电子商务、信息管理等选修课程，从而培养复合型人才，以适应社会需求。

同时，可以大力培训执业药师的电子商务知识继续教育课程培训，达到执业药师专业与技术知识应用与时俱进，使其在医药电子商务的客户服务中充当主要角色。

3.3加强监管机制，建立健全相关政策法规

目前，我国在网络监管与网络安全方面也出台了相关规定，我国现行的医药电子商务法律体系由四部分构成：一是基本法律层面，由《中华人民共和国民法通则》、《中华人民共和国刑法》等组成；二是经济法层面，包括《中华人民共和国合同法》、《电子银行业务管

理办法》等；三是电子商务法律法规，包括《中华人民共和国电子签名法》、《信息网络传播权保护条例》等；四是医药类法规，包括《中华人民共和国药品管理法》、《互联网药品交易服务审批暂行规定》及其相关通知、法规、管理办法或通知要求等。近几年，随着医药电子商务相关制度法律的不断出台和完善，据统计，我国互联网非法售药虚假页面占比从2014年的18.3%下降到2016年的7.2%，呈稳中向好趋势。所以，面对医药电子商务给传统经济生活带来的各种新情况、新问题的冲击，建立健全的监管制度和完善的法律体系是规范电子商务的发展的必要条件。

3.4规范医药电子商务平台的诚信体系与支付手段

要加紧制定在线支付业务规范和技术标准，研究风险防范措施，加强业务监督和风险控制。支持建设多种形式的在线支付平台，依托银行卡、支付宝、手机钱包等多种形式的在线支付工具，提供便捷、安全的电子配送和移动金融服务。同时，整合现有资源，完善电子认证基础设施，规范电子认证服务，建立布局合理的电子认证体系，实现交叉认证，为社会提供可靠的电子认证服务。

3.5深化医药物流资源的优化与整合

要彻底打破地方保护主义格局，确保医药物流市场能够在良性竞争环境下成长。可以深化医药物流整合体系，将国外、国内先进的技术与医药物流有机地结合在一起；将供应商、网络销售终端以及物流中心分工整合；将医药企业发展过程中的小物流与日新月异的社会大物流相结合，全面的推进国内医药物流行业的改革与发展。

4小结

医药电子商务是产业发展的必然趋势，是以低成本、高效率、高透明度的特点给传统医药流通体制带来了强力冲击。作为时代下的医药人才、信息技术研究者都应转变观念，运用技术手段、创造条件提升我国医药电子商务的平台应用；同时，要注重医药行业的特殊性、安全性、严谨性，积极稳妥地发展中国的医药电子商务平台建设。

中国报告网发布的《2017-2022年中国医药电子商务产业发展态势及发展策略研究报告》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\REPORTDIRECTORY

第一章中国医药行业电子商务市场发展综述

1.1 电子商务行业概况

1.1.1 电子商务行业定义

1.1.2 电子商务分类及应用

1.1.3 电子商务发展历程分析

1.2 医药行业电子商务概况

1.2.1 医药行业进入电子商务必要性分析

1.2.2 医药行业电子商务发展现状

1.2.3 医药行业电子商务发展特征

1.3 医药电子商务行业政策环境分析

1.3.1 医药电子商务行业管理体制

(1) 主管部门

(2) 监管体制

1.3.2 电子商务行业相关政策

(1) 电子商务行业政策变动分析

(2) 电子商务行业相关政策汇总与解读

(3) 电子商务行业支付与快递行业政策分析

1.3.3 医药行业相关政策与规划

(1) 医药行业相关政策分析

(2) 医药行业发展规划分析

1.3.4 电子商务行业发展规划解读

(1) 中国电子商务行业“十三五”规划解读

(2) 上海市电子商务行业规划解读

(3) 杭州市电子商务行业规划解读

(4) 广州市电子商务行业规划解读

(5) 北京市电子商务行业规划解读

- (6) 南京市电子商务行业规划解读
- (7) 石家庄电子商务行业规划解读
- (8) 哈尔滨电子商务行业规划解读
- (9) 安徽省电子商务行业规划解读
- 1.4 医药电子商务行业经济环境
 - 1.4.1 中国GDP增长情况及对行业的影响
 - (1) GDP增长情况
 - (2) GDP与医药商业的关联性分析
 - (3) GDP与医药商业增长速度对比
 - 1.4.2 社会消费与零售状况
 - 1.4.3 电子商务环境发展情况
 - 1.4.4 电子商务与医药商业相关性分析
- 1.5 医药电子商务行业社会环境
 - 1.5.1 居民支付能力分析
 - (1) 卫生费用与医保支出
 - (2) 居民医疗保障水平提高促进医药商业规模增长
 - 1.5.2 老龄化与医药商业
 - (1) 人口老龄化变化
 - (2) 人口老龄化加快带动医药商业市场需求
 - 1.5.3 城镇化与医药商业
 - (1) 城镇化进程
 - (2) 城镇化进程提速促进药品流通行业渠道下沉
- 1.6 医药电子商务行业技术环境
 - 1.6.1 我国对电子商务行业技术开发扶持分析
 - 1.6.2 我国电子商务行业技术发展水平分析
 - 1.6.3 电子商务行业专利技术数量及变化趋势

第二章 医药行业电子商务相关行业发展分析

- 2.1 医药商业发展现状及前景分析
 - 2.1.1 医药商业发展规模与盈利分析
 - (1) 医药商业发展规模
 - (2) 医药商业市场规模
 - (3) 医药商业盈利分析
 - 2.1.2 医药商业产品市场规模分析
 - (1) 七大类医药商品市场概况

- (2) 七大类医药商品市场结构
- (3) 七大类主要医药商品市场规模分析
- 2.1.3 医药商业信息化发展分析
 - (1) 医药商业信息化建设的必要性
 - (2) 医药商业信息化建设的重要性
 - (3) 医药商业细分领域信息化现状
 - (4) 医药商业信息化问题分析
 - (5) 医药商业信息化发展策略
- 2.1.4 医药商业发展前景预测
 - (1) 医药商业发展驱动因素
 - (2) 医药商业发展制约因素
 - (3) 医药商业发展趋势分析
 - (4) 医药商业发展前景预测
- 2.2 电子商务业发展现状及前景分析
 - 2.2.1 全球电子商务行业发展分析
 - (1) 全球电子商务行业发展概况
 - (2) 全球电子商务行业市场规模分析
 - (3) 全球电子商务行业市场结构分析
 - (4) 全球电子商务行业市场情况分析
 - (5) 国际电子商务行业成功经验借鉴
 - (6) 国际电子商务行业发展趋势分析
 - 2.2.2 中国电子商务行业发展分析
 - (1) 中国电子商务行业发展概述
 - (2) 中国电子商务行业发展规模
 - (3) 中国电子商务行业市场竞争格局分析
 - (4) 中国电子商务行业发展趋势及前景预测
- 2.3 医药物流业发展现状及前景分析
 - 2.3.1 医药物流行业总体发展情况
 - (1) 医药物流行业发展概况
 - (2) 医药物流行业影响因素
 - (3) 医药物流行业物流成本
 - (4) 医药物流行业市场规模
 - (5) 医药物流行业竞争态势
 - (6) 医药物流行业主要发展模式
 - 1) 九州通——快批模式

2) 太和模式——买卖全国

3) 邦达模式——第三方医药物流

4) 北药模式——物流与国际接轨

2.3.2 医药冷链物流市场发展分析

(1) 医药冷链物流市场概述

(2) 医药冷链物流市场发展现状

(3) 医药冷链物流市场需求分析

(4) 医药冷链物流市场存在问题

(5) 医药冷链物流市场发展对策

2.3.3 医药物流信息化发展分析

(1) 医药物流信息化发展概况

(2) 医药物流信息化发展制约因素

(3) 医药物流企业信息化发展作用

(4) 医药物流信息化发展关键问题

2.3.4 医药物流发展前景预测

(1) 医药物流发展驱动因素

(2) 医药物流发展制约因素

(3) 医药物流行业发展趋势

第三章 医药行业电子商务市场发展与竞争分析

3.1 中国医药行业电子商务市场发展分析

3.1.1 中国医药行业电子商务应用现状分析

(1) 医药行业传统销售渠道分析

(2) 医药行业电子商务发展分析

(3) 行业电子商务应用方式分析

(4) 行业电子商务经营模式分析

3.1.2 医药行业电子商务价值链构成分析

(1) 商品供应

(2) 销售、发货后勤

(3) 信息服务

3.1.3 医药行业电子商务成本分析

3.1.4 行业电子商务渠道销售规模

3.1.5 医药电子商务行业均单值

3.1.6 医药电子商务行业新客户成本

3.1.7 医药电子商务行业用户结构

3.1.8医药电子商务行业盈利分析

(1) 9行业电子商务规模预测

3.2医药行业消费者电子商务消费调研分析

3.2.1调研背景

3.2.2调研内容

(1) 消费者医药网购频率

(2) 消费者医药网购选择考虑因素

(3) 消费者医药网购商家选择

(4) 消费者医药网购影响购买决策因素

(5) 消费者医药网购商品种类

(6) 消费者医药网购对网站资格关注分析

3.3中国医药行业电子商务市场竞争分析

3.3.1医药行业渠道竞争分析

(1) 医药行业传统渠道份额分析

(2) 医药行业电子商务渠道份额分析

(3) 医药行业销售渠道成本对比分析

(4) 医药行业销售渠道潜力对比分析

3.3.2医药行业电子商务市场竞争分析

(1) 医药批发行业竞争分析

(2) 医药物流行业竞争分析

(3) 医疗器械行业竞争分析

(4) 医药零售业竞争分析

(5) 医药电子商务竞争分析

3.3.3行业电子商务市场竞争趋势

3.4中国医药行业电子商务细分市场分析

3.4.1行业垂直型电子商务市场分析

(1) 市场概况

(2) 目标客户

(3) 采购特征

(4) 物流特征

3.4.2行业水平型电子商务市场分析

(1) 市场概况

(2) 目标客户

(3) 采购特征

(4) 物流特征

3.5医药电子商务业物流配送体系发展分析

3.5.1医药行业电子商务自建物流发展情况

- (1) 医药电商企业自建物流机遇分析
- (2) 电商企业自建物流的发展现状

3.5.2医药行业电子商务第三方物流发展情况

- (1) 第三方医药电子商务物流企业建立方式
- (2) 第三方医药电子商务物流发展现状及前景

3.5.3医药行业电子商务物流配送案例分析

3.6医药行业内企业电子商务平台发展分析

3.6.1医药行业电子商务第三方平台发展分析

- (1) 企业与第三方电子商务平台合作方式分析
- (2) 企业借助第三方平台优劣势分析
- (3) 第三方电子商务平台应用分析
- (4) 第三方电子商务平台前景分析

3.6.2医药行业自有平台发展分析

- (1) 电子商务自有平台建设方式分析
- (2) 企业建立自有网购平台优劣势分析
- (3) 电子商务自有平台发展现状分析
- (4) 电子商务自有平台发展趋势与前景分析

第四章中国医药行业电子商务模式分析

4.1中国医药行业电子商务模式简介

4.1.1B2B模式

4.1.2B2C模式

4.2中国医药行业B2B电子商务模式分析

4.2.1市场概况

4.2.2盈利方式

4.2.3目标客户

4.2.4采购特征

4.2.5物流特征

4.2.6成本分析

4.2.7企业竞争

4.3中国医药行业B2C电子商务模式分析

4.3.1市场概况

4.3.2盈利模式

4.3.3目标客户

4.3.4采购特征

4.3.5物流特征

4.3.6成本分析

第五章中国医药行业电子商务营销分析

5.1搜索引擎营销模式与案例分析

5.1.1搜索引擎营销结构分析

5.1.2搜索引擎营销现状分析

5.1.3搜索引擎营销成本收益分析

5.1.4搜索引擎营销案例分析

5.2论坛营销模式与案例分析

5.2.1论坛营销结构分析

5.2.2论坛营销现状分析

5.2.3论坛营销成本收益分析

5.2.4论坛营销案例分析

5.3博客营销模式与案例分析

5.3.1博客营销结构分析

5.3.2博客营销现状分析

5.3.3博客营销成本收益分析

5.3.4博客营销案例分析

5.4微博营销模式与案例分析

5.4.1微博营销结构分析

5.4.2微博营销现状分析

5.4.3微博营销成本收益分析

5.4.4微博营销案例分析

5.5视频营销模式与案例分析

5.5.1视频营销结构分析

5.5.2视频营销现状分析

5.5.3视频营销成本收益分析

5.5.4视频营销案例分析

5.6问答营销模式与案例分析

5.6.1问答营销结构分析

5.6.2问答营销现状分析

5.6.3问答营销成本收益分析

5.6.4问答营销案例分析

5.7权威百科营销模式与案例分析

5.7.1权威百科营销结构分析

5.7.2权威百科营销现状分析

5.7.3权威百科营销成本收益分析

5.7.4权威百科营销案例分析

5.8企业新闻营销模式与案例分析

5.8.1企业新闻营销结构分析

5.8.2企业新闻营销现状分析

5.8.3企业新闻营销成本收益分析

5.8.4企业新闻营销案例分析

第六章中国医药行业电子商务市场前景与投融资分析

6.1中国医药行业电子商务市场前景分析

6.1.1医药电子商务应用趋势分析

6.1.2医药电子商务市场前景预测

6.2中国医药行业电子商务投资特性分析

6.2.1行业进入壁垒分析

6.2.2行业投资要素分析

(1) 市场评估

(2) 物流建设

(3) 平台建设

6.3中国医药电子商务行业融资现状及前景

6.3.1医药电子商务行业融资情况分析

(1) 中国电子商务企业融资事件

(2) 融资金额分析

(3) 各行业融资比例分析

(4) 融资城市分布分析

(5) 融资单笔金额分析

(6) 融资基金类别分析

(7) 医药电子商务行业融资存在的问题

(8) 医药电子商务行业主要融资建议

6.3.2医药电子商务行业融资前景预测

6.4中国医药行业电子商务投资风险及建议

6.4.1医药行业电子商务风险预警

(1) 政策风险

(2) 信用风险

(3) 安全风险

(4) 市场风险

(5) 技术风险

6.4.2 医药行业电子商务投资相关建议

6.4.3 医药电子商务物流配送投资相关建议

第七章 中国医药行业领先电子商务网站运营分析

7.1 医药企业自建电子商务网站个案分析

7.1.1 深圳市海王星辰健康药房连锁有限公司（海王星辰健康药房网）

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

7.1.2 北京金象大药房医药连锁有限责任公司（金象网）

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

7.1.3 开心人大药房连锁有限公司（开心人网上药店）

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

7.1.4 上海医药嘉定大药房连锁有限公司（药到病除网）

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

7.1.5 湖南商康医药有限公司（商康（医药）网）

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

7.1.6北京京卫元华医药科技有限公司（药房网）

- （1）企业概况
- （2）主营业务情况分析
- （3）公司运营情况分析
- （4）公司优劣势分析

7.1.7北京德威治医药连锁有限责任公司（京药网）

- （1）企业概况
- （2）主营业务情况分析
- （3）公司运营情况分析
- （4）公司优劣势分析

7.1.8乐康药业连锁有限公司

- （1）企业概况
- （2）主营业务情况分析
- （3）公司运营情况分析
- （4）公司优劣势分析

7.1.9广东壹号大药房连锁有限公司（平安1号药网）

- （1）企业概况
- （2）主营业务情况分析
- （3）公司运营情况分析
- （4）公司优劣势分析

7.1.10浙江英特药业有限责任公司（英特医药电子商务网）

- （1）企业概况
- （2）主营业务情况分析
- （3）公司运营情况分析
- （4）公司优劣势分析

7.1.11北京医保中洋大药房有限公司（北京药品网）

- （1）企业概况
- （2）主营业务情况分析
- （3）公司运营情况分析
- （4）公司优劣势分析

7.1.12广州中医药大学大药房养和医药连锁有限公司 （八百方网）

- （1）企业概况
- （2）主营业务情况分析
- （3）公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

7.1.13 云南盘龙云海药品经营有限公司 (盘龙云海电子商务网)

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

7.1.14 北京九州通大药房连锁有限公司 (好药师网上药店)

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

7.1.15 上海药房连锁有限公司 (上海药房网)

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

7.1.16 青岛百洋健康药房连锁有限公司 (百洋健康药房)

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

7.1.17 上海复星美益星大药房连锁有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

7.2 医药行业垂直电子商务网站个案分析

7.2.1 海虹医药电子商务网

(1) 网站简介

(2) 网站主营业务分析

(3) 网站首页布局分析

(4) 网站营销策略

(5) 网站盈利模式

(6) 网站经营状况分析

7.2.2 中国药网

- (1) 网站简介
- (2) 网站主营业务分析
- (3) 网站首页布局分析
- (4) 网站营销策略
- (5) 网站盈利模式
- (6) 网站经营状况分析

7.2.3医药网

- (1) 网站简介
- (2) 网站主营业务分析
- (3) 网站首页布局分析
- (4) 网站营销策略
- (5) 网站盈利模式
- (6) 网站经营状况分析

7.2.4环球医药信息网

- (1) 网站简介
- (2) 网站主营业务分析
- (3) 网站首页布局分析
- (4) 网站营销策略
- (5) 网站盈利模式
- (6) 网站经营状况分析

7.2.5九州通医药网

- (1) 网站简介
- (2) 网站主营业务分析
- (3) 网站首页布局分析
- (4) 网站营销策略
- (5) 网站盈利模式
- (6) 网站经营状况分析

7.2.6中国制药网

- (1) 网站简介
- (2) 网站主营业务分析
- (3) 网站首页布局分析
- (4) 网站营销策略
- (5) 网站盈利模式
- (6) 网站经营状况分析

7.2.7药商世界

- (1) 网站简介
- (2) 网站主营业务分析
- (3) 网站营销策略
- (4) 网站盈利模式
- (5) 网站经营状况分析

7.2.8 中国医疗产品平台

- (1) 网站简介
- (2) 网站主营业务分析
- (3) 网站首页布局分析
- (4) 网站营销策略
- (5) 网站盈利模式
- (6) 网站经营状况分析

7.2.9 珍诚医药在线

- (1) 网站简介
- (2) 网站主营业务分析
- (3) 网站营销策略
- (4) 网站盈利模式
- (5) 网站经营状况分析

7.2.10 鹤麒医药网

- (1) 网站简介
- (2) 网站主营业务分析
- (3) 网站首页布局分析
- (4) 网站营销策略
- (5) 网站盈利模式
- (6) 网站经营状况分析

7.3 医药行业水平型电子商务网站个案分析

7.3.1 京东商城

- (1) 网站简介
- (2) 网站主营业务分析
- (3) 网站首页布局分析
- (4) 网站营销策略
- (5) 网站盈利模式
- (6) 网站经营状况分析

7.3.2 淘宝商城

- (1) 网站简介

- (2) 网站主营业务分析
- (3) 网站首页布局分析
- (4) 网站营销策略
- (5) 网站盈利模式
- (6) 网站经营状况分析

7.3.31号店

- (1) 网站简介
- (2) 网站主营业务分析
- (3) 网站首页布局分析
- (4) 网站营销策略
- (5) 网站盈利模式
- (6) 网站经营状况分析

(GYZJY)

图表详见正文

特别说明：中国报告网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，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/287575287575.html>