

2017-2022年中国医药行业竞争现状及投资动向研究报告

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年中国医药行业竞争现状及投资动向研究报告》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/yaopinzhiji/289245289245.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

改革开放30多年来，国民消费结构从温饱逐步转变为享受。消费结构的升级相应促进产业结构逐步调整，人们对文化教育、医疗保健的消费需求进一步扩大。现如今，人们生活质量随着健康价值观念的转变而提高，消费需求已不再围绕生活必需品、耐用品等温饱问题，而是对自己的身体健康、人身安全更为关切，这为卫生医药及保健品行业的发展带来曙光，也加快了我国医药行业的发展。

1.经营效益逐年增强

自2014年医疗改革进入深水区，经济新常态下，我国医药行业实现快速发展。据统计，截至2016年12月底，医药制造业工业增加值累计为10.8%，实现营业收入28062.9亿元，同比增长9.7%；实现利润总额3002.9亿元，同比增长13.9%。此外，从近三年医药行业运营效益数据分析得知：年营业收入、利润总额每年都在增长，且利润增速要快于营业收入增速，表明医药行业盈利能力较强。

表：2013~2016年医药行业营业收入、利润总额情况

数据来源：国家统计局，中国报告网整理

2.人口推动医药市场

我国人口基数大，人口增长较快，加之国家进行人口、户籍制度改革，二胎政策的放开，将刺激人口数量递增，释放人口红利，导致医疗服务需求扩大。此外，人口老龄化问题加剧，国家整体生育意愿偏低，人们价值观发生转变，城镇化进程加快等等，给医药行业带来新的挑战。国家统计局资料显示：截至2015年底，我国大陆65岁以上的人口达14386万人，较2014年增长4.59%，未来老年人口将持续增加。据国际资料显示：2000年，我国老年人的医疗费用占GDP0.48%的比重，预计2020年将达到3.6%，且该项群体所占的医疗费用增速明显快于我国GDP增长速度。可见，老年人是医疗卫生收入的主要消费群体，该群体急速增长会刺激医药服务需求增长。

3.医疗费用持续增长

过去由于经济的不发达导致看病难成为民生的一大问题，如今，交通便利、生活水平提高、健康意识加强，人们去医院看病已不再令人忧心。据国家统计局数据显示：截至2016年6月，全国三级公立医院次均门诊费用、人均住院费用分别为289.6元、12901.2元，较去年同期相比，按当年价格上涨4.9%、3.0%，按可比价格上涨2.7%、0.9%；二级公立医院

次均门诊费用、人均住院费用分别为188.2元、5535.8元，按当年价格同比上涨3.0%、3.3%，按可比价格同比分别下降0.9%、上涨1.2%。全国二、三级公立医院门诊、住院两项人均费用较同期当年价格上涨。

二、医疗改革政策保驾护航

近年来，我国政府相继颁布多条有关医药行业的政策法规，加速行业优胜劣汰。分级诊疗和农村医疗体系、卫生服务体系等医疗改革的推进见证着我国医药行业发展正迈向规范的快车道。

1. 分级诊疗制度建设

分级诊疗制度建设指导意见的出台（国办发〔2015〕70号）重在提高基层医疗服务能力、优化资源配置，使优质医疗资源下沉。该意见以常见病、多发病、慢性病分级诊疗为突破口，完善服务网络、运行机制和激励机制，形成科学合理的就医秩序，切实促进基本医疗卫生服务的公平。随后，关于分级诊疗试点工作的实施（国卫医发〔2016〕45号），卫计委、中药局确定了北京市等4个直辖市、河北省石家庄市等266个地级市作为试点城市，可进一步提升基层服务能力，加强基层医疗卫生机构及县级医院能力建设。

2. 新型农村合作医疗体系完善

关于农民看病问题，从过去的“赤脚医生”到今天的网上挂号、药费报销。国家为保障农民医疗服务水平，实施了各种利民医疗政策。国卫基层发〔2016〕16号颁布新型农村合作医疗关于推进城乡居民基本医疗保险制度整合工作的通知，该医疗政策的实施将进一步提高医疗筹资标准，助力健康扶贫，加大对大病保险的支持力度。如今，面对看病难题，农民不再忧心于高昂的医药费，只要在定点医疗机构就可以报销门诊和住院费用，且两项费用的报销比例分别稳定在50%和75%左右，加之农民数量大，其医疗支出占比的加大为农村医药市场领域占了一席之地。

3. 医疗卫生服务体系

目前，我国医疗卫生服务体系已初步建立起由医院、基层医疗卫生机构、专业公共卫生机构组成的覆盖城乡的二元三级医疗系统。关于医疗卫生服务体系规划纲要（国办发〔2015〕14号），该服务体系的规划调整促进了我国医疗卫生资源进一步优化配置，推动医疗改革向纵向发展。经查询中国统计年鉴，截至2015年底，我国有医疗卫生机构98.35万个，

其中医院2.76万个，基层医疗卫生机构92.08万个，专业公共卫生机构3.19万个，医疗机构数量较2014年有所增长。

四、我国医药行业改革方向1.产业结构合理化

医药行业作为国内的朝阳企业，重中之重在于产业结构的重新调整。目前我国医药产业存在规模小而零散，基础差而产品重复等特点，缺乏垄断的市场地位。因此产业结构进行调整时应以兼并收购、参股联合等方式重新组合，有助于资产集中，提高产品附加价值，扩大企业规模。为扩大医药市场范围，未来医药行业将出现龙头企业，呈现大型、多特色、高质量产品的产业格局。

2.技术创新是核心

科技创新实力是衡量一个事物是否具有发展潜力的标准，对于医药行业亦是如此。医药行业不能一味以仿制国外药物为根本，缺乏自主创新意识，更不能以拉低药品价格为竞争手段，而应以增强药品研发技术为方向，进行自主创新。现如今生物技术的进步及潜在的市场契机，加之海外科研人才回国、创业资金支持及政策引导，刺激我国生物类似药的发展。

相比化学仿制药，昂贵的研发成本及复杂的研发过程要求药厂具备较为严格的生产技术，而医药企业更需积极投入研发，快速加强技术水平。

3.数字医疗服务成关键

“互联网+”时代，医药企业可借助高科技数据库助力医疗发展，我国医疗行业内，颇多大型综合型医院致力于整合型电子病历的医疗质控体系的建设，成为临床信息系统的核心。

“十三五规划”期间，政府提出“推进全科医生、家庭医生、急需领域医疗服务能力提高、电子健康档案等工作”，医院信息化建设将以落实“医疗质量过程管控”为核心。如今，互联网医药、掌上医疗借助智能手机及各种APP使得全球医疗资源得以迅速利用，医疗护理实现“掌上化”，不仅降低成本、增加医疗服务获取途径，更是满足消费者“随时随地”监控、诊断和治疗的需要。

五、小结

综上所述，我国医药行业在各种医改政策的调整及出台下，发展速度犹如破竹之势，

加之国家对医药研发力度的加强与支持，虽存在诸多问题，但未来改革动向之势让人看好。在大数据的互联网时代下，医药行业需要认清目标市场，努力调整产业结构，向技术创新之路进军，借鉴优秀药企发展经验，创造一片独具特色的中国医药市场领地。

中国报告网发布的《2017-2022年中国医药行业竞争现状及投资动向研究报告》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。

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 电子商务行业新、热技术分析

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

1) 企业数量规模

2) 企业地区分布

(2) 医药商业市场规模

1) 市场销售总额

2) 区域销售分布

(3) 医药商业盈利分析

1) 医药商业传统盈利模式

2) 医药商业新兴盈利模式

3) 医药商业盈利水平变化

4) 医药商业盈利因素分析

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结构

(2) 七大类主要医药商品市场规模分析

1) 药品类商品市场规模分析

2) 中成药类商品市场规模分析

3) 中药材类商品市场规模分析

4) 医疗器械类商品市场规模分析

5) 化学试剂类商品市场规模分析

6) 玻璃仪器类商品市场规模分析

7) 其他类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

1) 医药批发信息化现状

2) 医药物流信息化现状

3) 医药零售信息化现状

(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
 - 1) 美国电子商务行业发展状况分析
 - 2) 欧洲电子商务行业发展状况分析
 - 3) 亚洲电子商务行业发展状况分析
 - 4) 其他地区电子商务发展状况分析
 - (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
 - 1) 中国电子商务交易规模
 - 2) 中国电子商务区域分布
 - 3) 中国电子商务行业分布
 - 4) 中国电子商务从业人员规模
 - (3) 中国电子商务行业市场竞争格局分析
 - 1) B2B电子商务竞争格局分析
 - 2) C2C电子商务竞争格局分析
 - (4) 中国电子商务行业发展趋势及前景预测
 - 1) 中国电子商务行业发展趋势
 - 2) 中国电子商务行业前景预测
- 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
 - 1) 疫苗市场冷链需求分析
 - 2) 血液制品冷链需求分析
 - 3) 诊断试剂冷链需求分析
- (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
 - 1) 批发渠道
 - 2) 零售渠道
- (2) 医药行业电子商务发展分析
 - 1) 促进因素分析
 - 2) 发展阶段分析
 - (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
- 1) 获得A证企业运营模式

- 2) 获得B证企业运营模式
- 3) 获得C证企业运营模式
- 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医药电子商务行业交易品类格局
- 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) 行业盈利模式分析
 - (2) 行业盈利水平分析
- 3.1.9医药电子商务前景预测
 - (1) 医药自营B2C市场预测
 - (2) 医药平台B2C市场预测
 - (3) 医药B2B市场预测
- 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
 - 1) 第三方医药电子商务物流发展现状
 - 2) 我国第三方医药电子商务物流发展前景
 - 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

(1) 自营式B2C市场分析

(2) 平台式B2C市场分析

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) 融资地区分布分析

(5) 投资机构分析

(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）

一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、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）

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、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）

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、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）

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、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）

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、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）

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、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）

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、公司优劣势分析

7.1.8乐康药业连锁有限公司

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、公司优劣势分析

7.1.9广东壹号大药房连锁有限公司（壹药网）

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、公司优劣势分析

7.1.10浙江英特集团股份有限公司（英特医药电子商务网）

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、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）

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、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）

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、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）

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、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）

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、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）

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、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）

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、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

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、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 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 医药行业第三方电子商务平台个案分析

7.3.1 京东医药城

(1) 京东医药城品类规划

(2) 京东医药城经营情况

1) 京东医药城入驻企业

2) 京东医药城交易规模

3) 京东医药城交易品类结构

(3) 京东医药城入驻相关条件及费用

1) 京东医药城企业入驻门槛

2) 京东医药城入驻相关费用

3) 京东医药城营销推广渠道

4) 京东医药城仓储物流合作模式

(4) 入驻京东医药城优劣势剖析

7.3.2 天猫医药馆

(1) 天猫医药馆品类规划

(2) 天猫医药馆经营情况

1) 天猫医药馆入驻企业

2) 天猫医药馆交易规模

3) 天猫医药馆交易品类结构

4) 天猫医药馆商家经营情况

(3) 天猫医药馆入驻相关条件及费用

1) 天猫医药馆企业入驻门槛

2) 天猫医药馆入驻相关费用

3) 天猫医药馆营销推广渠道

4) 天猫医药馆仓储物流合作模式

(4) 入驻天猫医药馆优劣势剖析

7.3.3号店医药馆

- (1) 一号店医药馆品类规划
- (2) 一号店医药馆经营情况
 - 1) 一号店医药馆入驻企业
 - 2) 一号店医药馆交易规模
 - 3) 一号店医药馆交易品类结构
- (3) 一号店医药馆入驻相关条件及费用
 - 1) 一号店医药馆企业入驻门槛
 - 2) 一号店医药馆入驻相关费用
 - 3) 一号店医药馆营销推广渠道
 - 4) 一号店医药馆仓储物流合作模式
- (4) 入驻一号店医药馆优劣势剖析

图表目录

图表1：电子商务分类

图表2：电子商务总体发展阶段分析

图表3：中国电子商务发展历程分析

图表4：医药行业进入电子商务必要性分析

图表5：中国医药电子商务市场规模（单位：亿元，%）

图表6：医药电子商务政策环境现状

图表7：医药行业电子商务发展特征

图表8：电子商务和信息化司的主要职能

图表9：电子商务行业出台法规数量（单位：个）

图表10：电子商务行业相关政策汇总与解读

图表11：医药行业相关政策汇总

图表12：医药行业发展规划汇总

图表13：中国电子商务行业“十三五”规划发展重点

图表14：上海市电子商务行业规划解读

图表15：杭州市电子商务行业规划解读

图表16：广州市电子商务行业规划解读

(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/yaopinzhiji/289245289245.html>