中国医药电商行业现状深度分析与未来投资调研报告（2022-2029年）

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《中国医药电商行业现状深度分析与未来投资调研报告（2022-2029年）》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://www.chinabaogao.com/baogao/202209/610353.html

报告价格：电子版: 8200元　纸介版：8200元　电子和纸介版: 8500

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

目前互联网医疗涉及的内容较广泛，业态多样，涵盖医药电商、在线诊疗、健康/疾病管理及内容平台，其中医药电商盈利模式最具确定性。

医药电商即医药电子商务，指医疗机构、医药生产商、代理商、经销商、分销商、医药公司、医药信息提供商、第三方机构等以盈利为目的，以互联网及移动互联网为基础所进行药品、保健品、器械等商品交易但不包括医疗咨询等服务的各种商务活动。当前我国医药电商模式主要包括B2B电子商务、B2C电子商务和O2O电子商务三种模式，即以医疗和医药相关商品为核心的线上批发和零售。

我国医药电商行业主要商业模式及介绍

商业模式

内容

B2B

医药电商的B2B模式是指卖方向采购终端的商业模式，具体可以分为自营式和平台式。其中，自营式B2B具备产品和价格的优势，能够吸引更多络端客户，更能成为企业的主流选择。此外，政府主导的B2B是非盈利性的药品集中招标采购平台。

B2C

医药电商的B2C模式是指卖方直接面向消费者的商业模式，也可以分为自营式B2和平台式B2C。互联网医药电商平台一般二者兼顾，提升产品供应能力，满足C端用户多元需求。

O2O

医药电商的020模式是指消费者在线上下单零售，终端安排线下指导及药品配送的商业模式。医药电商020模式既有依托线下连锁店物流的轻资产平台模式，也有自建物流团状配送药品、布局线下药店的重资产自营模式。

资料来源：公开资料整理

1、发展历程

我国医药电商行业是从上世纪末开始发展一直持续至今，行业先后一共经历了四个阶段：探索期、启动期、成长期、以及高速发展期。

1998年我国第一家网上药店“上海第一医药”开业，医药电商开始进入探索期，在1999年受到国家政策影响，该药店被迫关停，医药电商初创失败，探索期进入尾声；到2004年，国内相关政策允许取得“互联网药品信息服务资格证书”的企业通过互联网向上网用户有偿提供药品信息等服务活动，次年，京卫大药房获得第一张医药电商拍照，医药电商开始步入药品零售领域，国内医药电商行业进入启动期，2009年国内加速审批之后大量厂商涌入市场，所以这一阶段行业内企业主要是以争取流量、赚取差价收益为主要特征。

资料来源：观研天下整理

2012年到2016年是我国医药电商行业的成长期，政策不断开放，用户认知和市场集中度逐渐提升，资本市场关注度提升，企业纷纷入局。2012年，国内网上药店仅有48家，2013年增至134家，到2015年接近400家，2016年增至678家。到2017年我国医药电商行业市场格局逐渐清晰，2018年，我国医药电商A、B、C证已经取消审批，同时第三方医药B2C模式发展迅速。政策放松下，我国医药电商交易规模迅速扩大，行业进入高速发展阶段。现阶段我国医药电商行业已经形成较为稳定的商业模式，医药电商深耕垂直细分市场，加速线上线下融合，进行差异化竞争。

今年9月1日，我国《药品网络销售监督管理办法》发布，其涵盖药品网络销售管理、平台管理、监督检查、法律责任等方面，进一步落实药品经营企业主体责任、压实药品网络销售平台责任，将于2022年12月1日正式施行。预计未来几年行业将进入应用成熟阶段，市场发展趋于成熟，进入门槛逐渐提高，行业竞争加剧。

2、市场现状

与实体药店相比，线上药店出售的主要是非处方药和保健品为主，近几年来国内非处方药品数量持续扩容也会医药行业市场增长提供动力。我国非处方药品种数量来看，2020年我国累计有40个处方药转为非处方药；2021年有29个药品转换为非处方药（11个为双跨）；从2021年至今，已经有35个处方药转为非处方药。

近三年我国处方药转非处方药情况

时间

处方药转为非处方药数量

2020年

40个

2021年

29个

2022年1-8月

35个

资料来源：公开资料整理

除此之外，近些年来，为了促进医药电商行业发展，我国陆续发布了许多政策，如2019年的《药品管理法》中网售处方药部分解禁；2020年《关于积极推进“互联网+”医疗服务医保支付工作的指导意见》中完善了我国“互联网+”医疗服务医保支付；2021年的《关于服务“六稳”“六保”进一步做好“放管服”改革有关工作的意见》和《关于优化医保领域便民服务的意见》，使得我国电子处方流转、网售处方药解禁等促进医药电商渠道进一步打开的同时，也加速了我国医药电商行业的发展。

资料来源：公开资料整理

在行业政策环境持续利好，非处方药数量增长，互联网电子商务以及同城配送物流快速发展

，电子处方流转等多重因素作用下，我国医药电商行业市场规模快速增长。我国医药电商规模来看，从2016年到2021年我国医药电商行业市场规模从950亿元增长至2260亿元左右。其中在2020年受到疫情爆发影响，行业市场规模同比增速更是高达28.34%。

资料来源：公开资料整理
2020年，新冠疫情的爆发使得线上药店销售额大幅增长。对比2020年我国药品终端市场销售增速来看，医院和基层医疗销售增速分别-8.5%和-10.9%；实体药店市场销售增速约为6%；而线上终端药品销售增速则高达59%。

资料来源：公开资料整理
3、发展趋势
近些年来，尽管我国医药电商市场规模快速增长，但是从而且从2016年到2021年我国药品终端销售额变化情况看，可以看目前我国还是线下零售药店药品销售额占据较多地位，线上药品销售额也一直远低于线下零售药店药品销售额。2016年我国线上药品销售额约为48亿元，零售药店药品销售额则约3374亿元；到2021年我国线上药品销售额增长至约为368亿元，此时零售药店药品销售额则增长至约4774亿元。

资料来源：米内网，观研天下数据中心整理
而且根据米内网数据，2021年我国药品终端销售额约为17747亿人民币，其中线下销售额17379亿人民币，而在线下销售当中零售药店药品销售额约为4774亿元；相比之下线上药品销售额大约为368亿人民币，渗透率仅为2.1%，由此可以看出我国医药电商市场仍然很大发展空间。
在过去的很长一段时间，我国药品的生产、流通、消费都受到政府严格管控，因此国内医药电商行业拓展缓慢，线上药品市场渗透率也极低。但近年来，我国相继出台政策支持网售处方药的发展，再加上近年来我国“互联网+医疗”的快速发展，以及电子处方流转、网售处方药解禁，行业相关支持性政策持续落地，越来越多的用户选择在线上就诊买药，带量采购等。
而且，现如今，伴随着我国医疗卫生体制改革的不断深化和人民健康水平的提高，我国医药卫生服务逐步由“以治病为中心”向“以人民健康为中心”转变，疾病治疗也向着健康管理转变，人民对健康日益增长的需求和健康素养的提升使得我国健康产品和服务的方式发生变化。未来，在行业政策支持下，以及国民负责任的自我药疗的意识和科学知识水平逐步提高，线上零售渠道销售额将持续高速增长，医药电商市场或将呈现爆发式增长趋势。
另外，值得一提的是随着“互联网+医疗”的发展，以及国内统一大市场的建设，行业将会变得愈发透明，市场监管也趋严，进入门槛将逐渐提高，行业竞争也将愈发激烈。而当前医药电商行业现状来看，其作为第四大医药流通终端，其在药品品类和配送能力上构建的壁垒已

经完全足够满足用户基本的购药需求；同时在购药的便利度和部分定价灵活的药品价格上，医药电商又有着天然的优势。在此基础上，进一步提升医药电商专业化程度和服务能力，完善对药师服务能力的搭建，并花费时间和精力对用户进行教育，互相取得信任便成为了医药电商新阶段成长中的关键点。在未来很长一段时间内，医药电商专业化发展，药师服务能力的搭建将会长期成为医药电商产业的发展重心。

资料来源：观研天下整理（LQM）
观研报告网发布的《中国医药电商行业现状深度分析与未来投资调研报告（2022-2029年）》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，结合了行业所处阿的环境，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。

行业报告是业内企业、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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【目录大纲】

第一章 2018-2022年中国医药电商行业发展概述
第一节医药电商行业发展情况概述
一、医药电商行业相关定义
二、医药电商特点分析

三、医药电商行业基本情况介绍
四、医药电商行业经营模式
1、生产模式
2、采购模式
3、销售/服务模式
五、医药电商行业需求主体分析
第二节中国医药电商行业生命周期分析
一、医药电商行业生命周期理论概述
二、医药电商行业所属的生命周期分析
第三节医药电商行业经济指标分析
一、医药电商行业的赢利性分析
二、医药电商行业的经济周期分析
三、医药电商行业附加值的提升空间分析

第二章 2018-2022年全球医药电商行业市场发展现状分析
第一节全球医药电商行业发展历程回顾
第二节全球医药电商行业市场规模与区域分布情况
第三节亚洲医药电商行业地区市场分析
一、亚洲医药电商行业市场现状分析
二、亚洲医药电商行业市场规模与市场需求分析
三、亚洲医药电商行业市场前景分析
第四节北美医药电商行业地区市场分析
一、北美医药电商行业市场现状分析
二、北美医药电商行业市场规模与市场需求分析
三、北美医药电商行业市场前景分析
第五节欧洲医药电商行业地区市场分析
一、欧洲医药电商行业市场现状分析
二、欧洲医药电商行业市场规模与市场需求分析
三、欧洲医药电商行业市场前景分析
第六节 2022-2029年世界医药电商行业分布走势预测
第七节 2022-2029年全球医药电商行业市场规模预测

第三章 中国医药电商行业产业发展环境分析
第一节我国宏观经济环境分析
第二节我国宏观经济环境对医药电商行业的影响分析

第三节中国医药电商行业政策环境分析
一、行业监管体制现状
二、行业主要政策法规
三、主要行业标准
第四节政策环境对医药电商行业的影响分析
第五节中国医药电商行业产业社会环境分析

第四章 中国医药电商行业运行情况
第一节中国医药电商行业发展状况情况介绍
一、行业发展历程回顾
二、行业创新情况分析
三、行业发展特点分析
第二节中国医药电商行业市场规模分析
一、影响中国医药电商行业市场规模的因素
二、中国医药电商行业市场规模
三、中国医药电商行业市场规模解析
第三节中国医药电商行业供应情况分析
一、中国医药电商行业供应规模
二、中国医药电商行业供应特点
第四节中国医药电商行业需求情况分析
一、中国医药电商行业需求规模
二、中国医药电商行业需求特点
第五节中国医药电商行业供需平衡分析

第五章 中国医药电商行业产业链和细分市场分析
第一节中国医药电商行业产业链综述
一、产业链模型原理介绍
二、产业链运行机制
三、医药电商行业产业链图解
第二节中国医药电商行业产业链环节分析
一、上游产业发展现状
二、上游产业对医药电商行业的影响分析
三、下游产业发展现状
四、下游产业对医药电商行业的影响分析
第三节我国医药电商行业细分市场分析

一、细分市场一
二、细分市场二

第六章 2018-2022年中国医药电商行业市场竞争分析
第一节中国医药电商行业竞争现状分析
一、中国医药电商行业竞争格局分析
二、中国医药电商行业主要品牌分析
第二节中国医药电商行业集中度分析
一、中国医药电商行业市场集中度影响因素分析
二、中国医药电商行业市场集中度分析
第三节中国医药电商行业竞争特征分析
一、企业区域分布特征
二、企业规模分布特征
三、企业所有制分布特征

第七章 2018-2022年中国医药电商行业模型分析
第一节中国医药电商行业竞争结构分析（波特五力模型）
一、波特五力模型原理
二、供应商议价能力
三、购买者议价能力
四、新进入者威胁
五、替代品威胁
六、同业竞争程度
七、波特五力模型分析结论
第二节中国医药电商行业SWOT分析
一、SOWT模型概述
二、行业优势分析
三、行业劣势
四、行业机会
五、行业威胁
六、中国医药电商行业SWOT分析结论
第三节中国医药电商行业竞争环境分析（PEST）
一、PEST模型概述
二、政策因素
三、经济因素

四、社会因素
五、技术因素
六、PEST模型分析结论

第八章 2018-2022年中国医药电商行业需求特点与动态分析
第一节中国医药电商行业市场动态情况
第二节中国医药电商行业消费市场特点分析
一、需求偏好
二、价格偏好
三、品牌偏好
四、其他偏好
第三节医药电商行业成本结构分析
第四节医药电商行业价格影响因素分析
一、供需因素
二、成本因素
三、其他因素
第五节中国医药电商行业价格现状分析
第六节中国医药电商行业平均价格走势预测
一、中国医药电商行业平均价格趋势分析
二、中国医药电商行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国医药电商行业所属行业运行数据监测
第一节中国医药电商行业所属行业总体规模分析
一、企业数量结构分析
二、行业资产规模分析
第二节中国医药电商行业所属行业产销与费用分析
一、流动资产
二、销售收入分析
三、负债分析
四、利润规模分析
五、产值分析
第三节中国医药电商行业所属行业财务指标分析
一、行业盈利能力分析
二、行业偿债能力分析
三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十章 2018-2022年中国医药电商行业区域市场现状分析
第一节中国医药电商行业区域市场规模分析
一、影响医药电商行业区域市场分布的因素
二、中国医药电商行业区域市场分布
第二节中国华东地区医药电商行业市场分析
一、华东地区概述
二、华东地区经济环境分析
三、华东地区医药电商行业市场分析
（1）华东地区医药电商行业市场规模
（2）华南地区医药电商行业市场现状
（3）华东地区医药电商行业市场规模预测
第三节华中地区市场分析
一、华中地区概述
二、华中地区经济环境分析
三、华中地区医药电商行业市场分析
（1）华中地区医药电商行业市场规模
（2）华中地区医药电商行业市场现状
（3）华中地区医药电商行业市场规模预测
第四节华南地区市场分析
一、华南地区概述
二、华南地区经济环境分析
三、华南地区医药电商行业市场分析
（1）华南地区医药电商行业市场规模
（2）华南地区医药电商行业市场现状
（3）华南地区医药电商行业市场规模预测
第五节华北地区医药电商行业市场分析
一、华北地区概述
二、华北地区经济环境分析
三、华北地区医药电商行业市场分析
（1）华北地区医药电商行业市场规模
（2）华北地区医药电商行业市场现状
（3）华北地区医药电商行业市场规模预测
第六节东北地区市场分析

一、东北地区概述
二、东北地区经济环境分析
三、东北地区医药电商行业市场分析
（1）东北地区医药电商行业市场规模
（2）东北地区医药电商行业市场现状
（3）东北地区医药电商行业市场规模预测
第七节西南地区市场分析
一、西南地区概述
二、西南地区经济环境分析
三、西南地区医药电商行业市场分析
（1）西南地区医药电商行业市场规模
（2）西南地区医药电商行业市场现状
（3）西南地区医药电商行业市场规模预测
第八节西北地区市场分析
一、西北地区概述
二、西北地区经济环境分析
三、西北地区医药电商行业市场分析
（1）西北地区医药电商行业市场规模
（2）西北地区医药电商行业市场现状
（3）西北地区医药电商行业市场规模预测
第九节 2022-2029年中国医药电商行业市场规模区域分布预测

第十一章 医药电商行业企业分析（随数据更新有调整）
第一节企业
一、企业概况
二、主营产品
三、运营情况
1、主要经济指标情况
2、企业盈利能力分析
3、企业偿债能力分析
4、企业运营能力分析
5、企业成长能力分析
四、公司优势分析
第二节企业
一、企业概况

二、主营产品
三、运营情况
四、公司优劣势分析
第三节 企业
一、企业概况
二、主营产品
三、运营情况
四、公司优势分析
第四节 企业
一、企业概况
二、主营产品
三、运营情况
四、公司优势分析
第五节 企业
一、企业概况
二、主营产品
三、运营情况
四、公司优势分析
``````

第十二章 2022-2029年中国医药电商行业发展前景分析与预测
第一节中国医药电商行业未来发展前景分析
一、医药电商行业国内投资环境分析
二、中国医药电商行业市场机会分析
三、中国医药电商行业投资增速预测
第二节中国医药电商行业未来发展趋势预测
第三节中国医药电商行业规模发展预测
一、中国医药电商行业市场规模预测
二、中国医药电商行业市场规模增速预测
三、中国医药电商行业产值规模预测
四、中国医药电商行业产值增速预测
五、中国医药电商行业供需情况预测
第四节中国医药电商行业盈利走势预测

第十三章 2022-2029年中国医药电商行业进入壁垒与投资风险分析
``````

第一节中国医药电商行业进入壁垒分析
一、医药电商行业资金壁垒分析
二、医药电商行业技术壁垒分析
三、医药电商行业人才壁垒分析
四、医药电商行业品牌壁垒分析
五、医药电商行业其他壁垒分析
第二节医药电商行业风险分析
一、医药电商行业宏观环境风险
二、医药电商行业技术风险
三、医药电商行业竞争风险
四、医药电商行业其他风险
第三节中国医药电商行业存在的问题
第四节中国医药电商行业解决问题的策略分析

第十四章 2022-2029年中国医药电商行业研究结论及投资建议
第一节观研天下中国医药电商行业研究综述
一、行业投资价值
二、行业风险评估
第二节中国医药电商行业进入策略分析
一、目标客户群体
二、细分市场选择
三、区域市场的选择
第三节 医药电商行业营销策略分析
一、医药电商行业产品策略
二、医药电商行业定价策略
三、医药电商行业渠道策略
四、医药电商行业促销策略
第四节观研天下分析师投资建议
图表详见报告正文·····

详细请访问：http://www.chinabaogao.com/baogao/202209/610353.html