

2020年中国网售处方药行业分析报告- 行业供需现状与未来商机分析

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《2020年中国网售处方药行业分析报告-行业供需现状与未来商机分析》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/zhongxiyao/521469521469.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

11月12日，国家药品监督管理局对外发布了《药品网络销售监督管理办法（征求意见稿）》，面向社会再次征求意见。与上一轮征求意见稿相比，新版征求意见稿重点提到两个方面：一是在确保电子处方来源真实、可靠的前提下，允许网络销售处方药；二是允许具备网络销售处方药条件的药品零售企业向公众展示处方药信息。

由于药品直接关系到人们的身体健康与安全。多年来，安全问题始终是监管层主要的风险考量之一，网售售药监管与线下监管不同，在网络上处方真假难辨，监管责任也并非清晰明了；加上药品网络销售的虚拟性、隐蔽性、跨地域等特征，也导致监管层存在取证难、处罚难等问题。

2017-2019我国药品网络销售监管政策

时间

监管政策

主要内容

2017年

《网络药品经营监督管理办法（征求意见稿）》

网络药品销售者为药品零售连锁企业的，不得通过网络销售处方药、国家有专门管理要求的药品等。向个人消费者销售药品的网站不得通过网络发布处方药信息。既不能展示处方药信息，也不能网络销售处方药。

2018年

《药品网络销售监督管理办法（征求意见稿）》

药品网络销售者为药品零售连锁企业的，不得通过网络销售处方药和国家有专门管理要求的药品等；向个人消费者销售药品的网站不得通过网络发布处方药信息。

2019年1月

《药品网络销售监督管理办法（送审稿）》

允许第三方平台向个人消费者售药；允许通过网络向个人消费者销售处方药；允许单体药店通过网络销售药品；允许向个人消费者售药网站发布处方药信息。

2019年4月

药品管理法修订草案

第二次提请十三届全国人大常委会审议，修订草案拟规定，药品上市许可持有人、药品经营企业不得通过药品网络销售第三方平台直接销售处方药。

2019年8月

新版《药品管理法》

处方药未被列入不得在网络上销售的药品种类中。数据来源：公开资料整理

从2017-2019年我国处方药市场销售渠道占比来看，线上零售市场销售渠道占比虽较少

，但始终处于稳定增长趋势，2019年线上处方药零售市场销售渠道占比为0.7%。

2017-2019年我国处方药市场销售渠道占比（单位：%）

数据来源：公开资料整理

目前，B2C第三方平台仍是线上药店的主要销售渠道，产品品类以药品为主。数据显示，2015-2019年我国B2C药店销售额快速增长，从144亿元增至1002亿元，复合增长率为62.42%；2019年同比增长51.59%。

2015-2019年我国B2C药店销售额及增速

数据来源：公开资料整理

从线上药店商业机会来看，主要分为医药咨询、远程诊疗、在线购药、健康管理四大类。其中，医药咨询主要包含健康场景，内容营销、社交渠道，话题传播、专业科普，疾病教育；健康管理主要有慢病管理和健康助手。

线上药店商业机会

商业机会

细分

具体内容

医药咨询

健康场景，内容营销

在泛娱乐内容中，建立产品与健康场景的关联，提升品牌认知。

社交渠道，话题传播

与相关领域KOL合作，进行健康话题传播；通过社交分享、群讨论，影响群体的产品选择。

专业科普，疾病教育

在大众、健康资讯类平台合作，大流量扩散疾病科普内容，提升大众疾病诊疗意识。

远程诊疗

专家直播，在线答疑

在线答疑-邀请名医专家，进行线上讲座式健康直播；在线与病患互动，有针对性回答疾病诊治典型问题。

名医义诊，疾病问询

联合医疗服务平台，协助邀请名医开展专项疾病义诊，1V1进行患者在线问诊服务。

在线购药

医药电商

参与电商促销节点，通过品牌日/品类日/健康日，集中拉动线上销售。

传统药店

线下药店数字化转型，实现线上下O2O售卖链路打通。

健康管理

慢病管理

与健康平台合作推广慢病长期管理、重疾术后管理，提示疾病风险，提升治疗依从性；提供医生客户端，帮助医生更好管理患者，追踪病患信息、提高复诊续方。

健康助手

为母婴人群、疾病高风险人群、老年人群等提供健康监测工具；帮助细分人群进行预防、保健，增强对目标人群的管理和认知。数据来源：公开资料整理

在线下药店面临毛利率减少、客流量降低的背景下，各零售药店纷纷布局线上业务，随着未来网售处方药的解禁，或将带动行业发展向好。（CMY）

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国网售处方药行业分析报告-行业供需现状与未来商机分析》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。

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。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。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国网售处方药行业发展概述

第一节 网售处方药行业发展情况概述

一、网售处方药行业相关定义

- 二、网售处方药行业基本情况介绍
- 三、网售处方药行业发展特点分析
- 第二节 中国网售处方药行业上下游产业链分析
 - 一、产业链模型原理介绍
 - 二、网售处方药行业产业链条分析
 - 三、中国网售处方药行业上游环节分析
 - 四、中国网售处方药行业下游环节分析
- 第三节 中国网售处方药行业生命周期分析
 - 一、网售处方药行业生命周期理论概述
 - 二、网售处方药行业所属的生命周期分析
- 第四节 网售处方药行业经济指标分析
 - 一、网售处方药行业的赢利性分析
 - 二、网售处方药行业的经济周期分析
 - 三、网售处方药行业附加值的提升空间分析
- 第五节 中国网售处方药行业进入壁垒分析
 - 一、网售处方药行业资金壁垒分析
 - 二、网售处方药行业技术壁垒分析
 - 三、网售处方药行业人才壁垒分析
 - 四、网售处方药行业品牌壁垒分析
 - 五、网售处方药行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球网售处方药行业市场发展现状分析

- 第一节 全球网售处方药行业发展历程回顾
- 第二节 全球网售处方药行业市场区域分布情况
- 第三节 亚洲网售处方药行业地区市场分析
 - 一、亚洲网售处方药行业市场现状分析
 - 二、亚洲网售处方药行业市场规模与市场需求分析
 - 三、亚洲网售处方药行业市场前景分析
- 第四节 北美网售处方药行业地区市场分析
 - 一、北美网售处方药行业市场现状分析
 - 二、北美网售处方药行业市场规模与市场需求分析
 - 三、北美网售处方药行业市场前景分析
- 第五节 欧盟网售处方药行业地区市场分析
 - 一、欧盟网售处方药行业市场现状分析
 - 二、欧盟网售处方药行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟网售处方药行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界网售处方药行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球网售处方药行业市场规模预测

第三章 中国网售处方药产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品网售处方药总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国网售处方药行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国网售处方药产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国网售处方药行业运行情况

第一节 中国网售处方药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

四、行业发展动态

第二节 中国网售处方药行业市场规模分析

第三节 中国网售处方药行业供应情况分析

第四节 中国网售处方药行业需求情况分析

第五节 中国网售处方药行业供需平衡分析

第六节 中国网售处方药行业发展趋势分析

第五章 中国网售处方药所属行业运行数据监测

第一节 中国网售处方药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 中国网售处方药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 中国网售处方药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

第六章 2017-2020年中国网售处方药市场格局分析

第一节 中国网售处方药行业竞争现状分析

一、中国网售处方药行业竞争情况分析

二、中国网售处方药行业主要品牌分析

第二节 中国网售处方药行业集中度分析

一、中国网售处方药行业市场集中度分析

二、中国网售处方药行业企业集中度分析

第三节 中国网售处方药行业存在的问题

第四节 中国网售处方药行业解决问题的策略分析

第五节 中国网售处方药行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第六节 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、中国网售处方药行业参与国际竞争的战略市场定位

四、产业结构调整方向分析

第七章 2017-2020年中国网售处方药行业需求特点与动态分析

第一节 中国网售处方药行业消费者基本情况

第二节 中国网售处方药行业消费者属性及偏好调查

第三节 网售处方药行业成本分析

第四节 网售处方药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 中国网售处方药行业价格现状分析

第六节 中国网售处方药行业平均价格走势预测

一、中国网售处方药行业价格影响因素

二、中国网售处方药行业平均价格走势预测

三、中国网售处方药行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国网售处方药行业区域市场现状分析

第一节 中国网售处方药行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区网售处方药市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区网售处方药市场规模分析

四、华东地区网售处方药市场规模预测

第三节 华北地区市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区网售处方药市场规模分析

四、华北地区网售处方药市场规模预测

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、华南地区网售处方药市场规模分析

四、华南地区网售处方药市场规模预测

第九章 2017-2020年中国网售处方药行业竞争情况

第一节 中国网售处方药行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 中国网售处方药行业SWOT分析

- 一、行业优势分析
- 二、行业劣势分析
- 三、行业机会分析
- 四、行业威胁分析

第三节 中国网售处方药行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 网售处方药行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

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

第二节 企业

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

第三节 企业

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

第四节 企业

- 一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第六节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第七节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第八节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第九节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第一节 中国网售处方药行业未来发展前景分析

一、网售处方药行业国内投资环境分析

二、中国网售处方药行业市场机会分析

三、中国网售处方药行业投资增速预测

第二节 中国网售处方药行业未来发展趋势预测

第三节 中国网售处方药行业市场发展预测

一、中国网售处方药行业市场规模预测

二、中国网售处方药行业市场规模增速预测

三、中国网售处方药行业产值规模预测

四、中国网售处方药行业产值增速预测

五、中国网售处方药行业供需情况预测

第四节 中国网售处方药行业盈利走势预测

一、中国网售处方药行业毛利润同比增速预测

二、中国网售处方药行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国网售处方药行业投资机遇、风险与营销分析

第一节 网售处方药产业投资面临的机遇

一、政策机遇

二、技术创新机遇

三、市场机遇

四、其他机遇

第二节 网售处方药行业投资风险分析

一、网售处方药行业政策风险分析

二、网售处方药行业技术风险分析

三、网售处方药行业竞争风险

四、网售处方药行业其他风险分析

第三节 网售处方药行业企业经营发展分析及建议

一、网售处方药行业经营模式

二、网售处方药行业销售模式

三、网售处方药行业创新方向

第四节 网售处方药行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国网售处方药行业发展战略及规划建议

第一节 中国网售处方药行业品牌战略分析

- 一、网售处方药企业品牌的重要性
- 二、网售处方药企业实施品牌战略的意义
- 三、网售处方药企业品牌的现状分析
- 四、网售处方药企业的品牌战略
- 五、网售处方药品牌战略管理的策略

第二节 中国网售处方药行业市场的关键客户战略实施

- 一、实施关键客户战略的必要性
- 二、合理确立关键客户
- 三、对关键客户的营销策略
- 四、强化关键客户的管理
- 五、实施关键客户战略要重点解决的问题

第三节 中国网售处方药行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第十四章 2021-2026年中国网售处方药行业发展策略及投资建议

第一节 中国网售处方药行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国网售处方药行业定价策略分析

第三节 中国网售处方药行业营销渠道策略

- 一、网售处方药行业渠道选择策略
- 二、网售处方药行业营销策略

第四节 中国网售处方药行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国网售处方药行业重点投资区域分析
- 二、中国网售处方药行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/zhongxiyao/521469521469.html>