

2019年中国医药电商行业分析报告- 行业竞争现状与发展战略评估

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《2019年中国医药电商行业分析报告-行业竞争现状与发展战略评估》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/banyunshebei/423480423480.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

医药电子商务是指以医疗机构、医药公司、银行、医药生产商、医药信息服务提供商、第三方机构等以赢利为目的的市场经济主体，凭借计算机和网络技术（主要是互联网）等现代信息技术，进行医药产品交换及提供相关服务的行为。

近年来，就像其他大多数非夕阳产业的行业一样，医药电商发展极为迅速。其实医药电商与普通的电商并无本质区别，最重要的区别在于医药领域——1、受到严格的监管；2、对于服务的要求比其他领域的电商要求更高。

2017年初，国务院公布取消互联网药品交易资格B证、C证的审批。这意味着，合法的药品流通企业都可自由开展互联网药品的B2B、B2C业务，医药电商发展迎来了春天。

据不完全统计，2016年医药电商直报企业4销售总额达612亿元。其中，B2B（企业对企业）业务销售额576亿元，占医药电商销售总额的94.2%；B2C（企业对顾客）业务销售额36亿元，占医药电商销售总额的5.8%。B2B业务中移动端占4.3%，B2C业务中移动端占46.0%。订单总数4305万，其中B2B订单数1632万，订单转化率96.7%；B2C订单数2673万，订单转化率86.3%。

2015-2017年中国医药电商销售规模情况 数据来源：药监局

2013-2017年全国医药商品销售总额 数据来源：药监局

2013-2017年全国药品销售总额 数据来源：药监局

2016年7月底，国家食药监局要求结束互联网第三方平台药品网上零售试点工作。以天猫医药馆为例，2016年1-7月天猫医药馆销售数据显示，天猫医药馆销售以药品、医疗器械和计生用品为主，其中医疗器械的占比最高，为32.7%，其次是药品销售，占比23.9%。

2016年天猫医药馆产品销售比例 数据来源：药监局

随着在线购买健康产品的普及、制药公司的推广、处方外流的大趋势以及电子处方的推广，预计未来我国药品B2C渠道将维持41.9%的高年复合增长率，并于2026年达到6723亿人民币的水平，医药电商市场前景广阔。另外有数据统计，过去6年，中国医药电商销售规模年均复合增长率达到55.5%，医药电商占药品终端市场的比例年均复合增长率高达37.6%，我国医药电商已进入快速发展阶段。（JP YZ）

【报告大纲】

第一部分产业环境透视

第一章医药电商行业发展综述

第一节网上销售药品分类

- 一、紧急用药
- 二、慢性病处方药
- 三、“特药”

第二节网上药店优势分析

- 一、减少流通环节，降低药价
- 二、crm系统全方位健康服务
- 三、全称安全有保障

第三节药店试水o2o成败的因素

- 一、流量问题
- 二、配送问题
- 三、网络咨询能力
- 四、处方药品是否开放

第四节医药电商领域争夺焦点

- 一、资质牌照
- 二、市场地盘

第二章中国医药电商行业发展环境分析

第一节医药改革背景分析

- 一、基本药物制度
- 二、医药分开政策
- 三、《关于落实2018年度医改重点任务提升药品流通服务水平和效率工作的通知》

第二节互联网药品经营政策

- 二、《关于进一步加强基层医疗卫生机构药品配备使用管理工作的意见》
- 三、《关于改进低价药品价格管理有关问题的通知》
- 四、《互联网食品药品经营监督管理办法》

第三节杭州市互联网药品安全监管机制创新

- 一、食品药品预警机制
- 二、绿色便捷协查机制
- 三、监管部门与阿里巴巴进驻沟通互动机制

第二部分市场深度调研

第三章中国医药电商行业运行现状分析

第一节 医药电商主要运营模式

一、自营式b2c网上药店

- 1、健一网
- 2、七乐康
- 3、好药师网

二、第三方平台模式

- 1、天猫医药馆
 - 2、京东医药馆
- ### 三、b2b采购平台
- 1、九州通
 - 2、珍诚在线

第二节 医药市场o2o的四大模式

- 一、九州通：微信“药急送”
- 二、海王星辰：o2o全覆盖
- 三、健一网：体验店
- 四、七乐康：网上药店o+o

第三节 医药电商自建医疗app的挑战

- 一、获客成本
- 二、服务问题
- 三、平台公正性问题

第四章 我国医药电商市场分析

第一节 市场规模分析

- 一、药品零售终端市场规模
- 二、网上药店的销售规模和种类分析
 - 1、医疗器械
 - 2、药品
 - 3、成人用品
 - 4、隐形眼镜

第二节 医药电商销售品牌分析

- 一、品牌种类分析
- 二、销售金额分析

第三节 医药电商交易规模预测

- 一、2018年我国医药电商的交易规模预测
- 二、2018年我国网上处方药销售规模预测

第三部分竞争格局分析

第五章互联网巨头在“移动医疗”领域的布局

第一节腾讯系风头正劲

- 一、投资picooc（缤刻普锐）
- 二、7000万美元入主丁香园
- 三、1亿美元入主挂号网
- 四、“微医平台”

第二节阿里系早有布局

- 一、寻医问药网
- 二、华康全景网、
- 三、u医u药
- 四、中信21世纪（阿里健康）

第三节小米系虎视眈眈

- 一、向九安医疗投资2500万美元、
- 二、投资好大夫在线300万人民币
- 三、华米科技

第四节盛大系背影渐远

- 一、咕咚运动曾获得盛大1000万元投资
- 二、投资珠海奥美科技
- 三、投资每日瑜伽

第五节云端的战争

- 一、百度旗下dulife品牌
- 二、京东智能云超级app“京东云助手”
- 三、微信的朋友圈

第六章药品连锁经营企业发展分析

第一节国药控股国大药房有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品服务分析
- 三、企业经营状况分析
 - 1、企业偿债能力分析
 - 2、企业运营能力分析
 - 3、企业盈利能力分析
- 四、企业竞争优势分析

第二节重庆桐君阁药房连锁有限责任公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第三节广东大参林连锁药店有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第四节中国海王新辰连锁药店有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第五节云南海翔一心堂药业（集团）股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第七章国内医药电商相关企业分析

第一节九州通医药集团股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第二节国药控股国大药房有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第三节阿里巴巴集团控股有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第四部分发展前景展望

第八章2019-2025年医药电商行业前景及趋势预测

第一节2019-2025年医药电商市场发展前景

一、医药电商市场发展潜力

二、医药电商市场发展前景展望

三、医药电商细分行业发展前景分析

第二节未来我国医药电商行业竞争格局

一、行业将超过200家企业取得药品交易资格

二、行业进入洗牌期，兼并重组可能加剧

三、医药生产厂家逐步走向前台

第三节中国医药互联网商业的趋势分析

- 一、医药企业开始寻找新的消费者沟通方式
- 二、医药与移动互联网的结合，开创出新商业模式
- 三、医药健康的智能可穿戴市场
- 四、医药电子商务刚刚启程，蕴藏巨大的想象空间

第九章2019-2025年医药电商行业投资机会与风险防范

第一节中国医药电商行业投资特性分析

- 一、医药电商行业进入壁垒分析
- 二、医药电商行业盈利模式分析
- 三、医药电商行业盈利因素分析

第三节中国医药电商行业投资风险

- 一、网上销售处方药现三大隐忧
 - 1、执业药师缺口将加大
 - 2、药企和医生间不当利益会更隐蔽
 - 3、网上售药o2o运营模式存疑
- 二、医药电商发展障碍
 - 1、对处方药进行松动性管理
 - 2、建立相应的赔偿制度
 - 3、完善网上销售药品的配送
 - 4、专业药师的配备指导
- 三、患者角度来看的风险
 - 1、用药的效率问题
 - 2、用药的安全性问题
 - 3、医保卡刷卡问题

第四节医药电商行业投资机会

- 一、产业链投资机会
- 二、细分市场投资机会
- 三、第三方物流行业投资机会

第五部分发展战略研究

第十章医药电商行业发展战略研究

第一节医药电商行业发展战略研究

- 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

第二节对中国医药电商品牌的战略思考

一、医药电商品牌的重要性

二、医药电商实施品牌战略的意义

三、医药电商企业品牌的现状分析

四、中国医药电商企业的品牌战略

五、医药电商品牌战略管理的策略

第三节医药电商行业经营策略分析

一、医药电商市场细分策略

二、医药电商市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、医药电商新产品差异化战略

第四节医药电商行业投资战略研究

一、2018年医药电商行业投资战略

二、2019-2025年医药电商行业投资战略

三、2019-2025年细分行业投资战略

图表目录：

图表：医药电商行业生命周期

图表：医药电商行业产业链结构

图表：2015-2018年中国医药电商行业盈利能力分析

图表：2015-2018年中国医药电商行业运营能力分析

图表：2015-2018年中国医药电商行业偿债能力分析

图表：2015-2018年中国医药电商行业发展能力分析

图表：2015-2018年中国医药电商行业经营效益分析

图表：2015-2018年不同规模企业利润总额分布

图表：2015-2018年医药电商行业不同规模企业从业人员分布

图表：2015-2018年医药电商行业不同规模企业销售收入分布

图表：2015-2018年医药电商行业不同规模企业资产总额分布

图表：2015-2018年医药电商行业不同规模企业数量分布

图表：2015-2018年医药电商行业不同性质企业利润总额分布

图表详见报告正文 (GYZQPT)

【简介】

中国报告网是观研天下集团旗下打造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。《2019年中国医药电商行业分析报告-行业竞争现状与发展战略评估》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。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/banyunshebei/423480423480.html>