

2017-2022年中国医药电子商务市场运营现状及投资策略研究报告

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市场运营现状及投资策略研究报告》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/284498284498.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

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。

医药行业是国家的特殊行业之一，直接关系到人们的身体健康和生命安全；医药产业也是我国四大重点（计算机、汽车、医药、微电子）技术创新产业之一，是一个技术密集程度高、投入多、效益好、周期长、风险大的国际性产业。但是，由于我国现存生产、流通领域等环节种种不合理因素，极大的导致药品生产经营秩序混乱，药品购销中行贿、索贿、回扣等不正之风盛行。医疗卫生单位也出现类似的问题，使患者背上沉重的药费负担。为了杜绝上述现象，国家曾三令五申建立行业有序竞争，规范行业管理，强化流通环节监督。可是，单单从法令法规方面规范市场行为是不够的，必须通过先进的手段，也就是现代化的电子商务手段，增强医药市场透明度和管理监控的力度，大力加强行业的信息化建设，将政府、市场、消费者联系在一起，最终实现医药流通市场的健康发展，使消费者利益得到保护。通过电子商务技术，建立一个覆盖整个医药购销过程的虚拟市场，使得药品流通中的买方和卖方平等的面对一个公平透明的市场渠道，而在这个渠道中进行的所有的药品购销行为都会通过现代化的信息采集手段记录下来，并经过相应的信息处理后成为各级相关政府部门执法监督的依据。这样一种市场渠道以及相应交易模式的形成，不仅可以提高药品流通的效率，降低药品流通的成本，同样对与规范化我国药品生产、流通、销售中的不正当竞争行为一样有着重要的意义。

中国报告网发布的《2017-2022年中国医药电子商务市场运营现状及投资策略研究报告》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。

第一章 2015年中国医药产业整体运行形态分析

第一节 医药工业“十二五”发展回顾

一、医药工业取得的成就

- (一) 规模效益快速增长
- (二) 技术创新成果显著
- (三) 企业实力不断增强
- (四) 区域发展特色突出
- (五) 对外开放水平提升
- (六) 应急保障能力提高

二、医药工业存在的问题

第二节 医药工业面临形势分析

- 一、医药消费需求快速增长
- 二、医药卫生体制改革深化
- 三、生物医药成为发展重点
- 四、资本市场快速改革发展
- 五、药品质量安全要求提高
- 六、环境和资源约束更趋强化

第三节 2015年中国医药行业现状综述

- 一、中国医药行业投资情况分析
- 二、中国医药行业生产状况分析
- 三、中国医药行业零售总额情况
- 四、中国医药行业进出口贸易情况
- 五、中国医药行业价格情况

第四节 中国医药商品主要对外贸易市场分析

- 一、中印医药贸易市场分析
- 二、中德医药贸易分析
- 三、中英医药贸易分析
- 四、中法医药贸易状况分析
- 五、中俄医药贸易状况分析

第二章 中国医药流通领域发展分析

第一节 中国药品流通概述

- 一、中国医药流通环节
- 二、药品流通的特性分析
- 三、医药零售业规律及特点

第二节 2015年中国医药流通领域发展概况

- 一、中国医药流通行业发展成绩显著
- 二、中国医药流通改革及发展状况分析
- 三、中国医药流通行业整体规模分析

四、中国医药流通行业盈利能力分析

五、中国医药流通行业发展特点

- (一) 国家新医改拉动基层用药规模增长
- (二) 药品批发市场集中度呈现结构性变化
- (三) 药品零售市场规模继续扩大
- (四) 药品流通服务模式创新取得新突破
- (五) 行业微利化运行特征更加明显
- (六) 药品流通类上市公司在资本市场表现较弱

六、药品流通行业发展趋势分析

第三节 2015年中国医药流通业格局分析

一、销售对象分布

二、销售品类格局

三、销售区域格局

四、企业类型分布

五、配送结构分布

六、新版GSP规范医药流通市场

第四节 医药流通业仓储管理分析

一、新版GSP对药品仓储提出更高要求

二、UPS发力医疗仓储物流

第五节 中国医药流通领域发展面临的挑战及对策

一、医药流通行业存在的主要问题

- (一) 企业规模小，行业集中度低
- (二) 药品流通环节秩序较乱
- (三) 医疗机构拖欠药企货款
- (四) 医药流通行业利润率低

二、医药流通企业应对策略

- (一) 延伸产业链条
- (二) 打造区域龙头
- (三) 提升附加价值
- (四) 商业模式变革
- (五) 与外资合作
- (六) 互联网平台

第三章 2015年中国医药流通细分领域透析

第一节 医药批发

一、医药批发商在医药流通中作用

- 二、中国医药批发企业销售规模
- 三、药品批发市场集中度分析
- 四、医药批发企业销售回款情况
- 五、中国医药批发企业销售百强
- 六、新版GSP将促药品批发业大洗牌
- 七、新医改政策对中小型医药批发企业发展的影响
- 八、医药批发商的战略转型
- 九、基层药品批发企业发展状况分析
- 十、我国医药商业批发联盟发展状况探析
- 十一、我国医药批发企业发展对策及建议

第二节 医药代理

- 一、中国医药代理制发展的四个阶段
- 二、中国医药代理商区域分布不均
- 三、中国医药代理商告别“微利时代”
- 四、医药代理商面临的政策形势分析
- 五、中国医药代理行业热点问题探讨及策略分析

第三节 医药零售

- 一、中国药品零售行业发展沿革
- 二、中国药品零售体系现状分析
- 三、中国药品零售业发展现状分析
- 四、中国药品零售市场规模分析
- 五、中国药店百强销售规模分析
- 六、药店百强集中度变化情况
- 七、中国百强药店门店规模分析
- 八、中国药店市场品类表现分析
- 九、药品零售市场热销品类分析

第四章 医药电子商务相关概述

第一节 医药电子商务相关概述

第二节 医药电子商务四大应用领域

- 一、预防领域
- 二、诊断领域
- 三、治疗领域
- 四、康复领域

第三节 国内外医药电子商务B2B模式分析

- 一、医药电子商务B2B模式分析

- (一) 医药电子商务B2B模式相关概述
- (二) 国外医药电子商务B2B模式分析
- (三) 中国医药电子商务B2B模式分析
- (四) 中国医药电子商务可选的B2B模式

二、医药电子商务B2C模式分析

- (一) 中国B2C网店的发展现状分析
- (二) 国内获医药B2C牌照的网上药店
- (三) B2C平台与医药企业结盟模式分析

第四节 中国医药电子商务发展运行分析

- 一、中国医药电子商务发展历程分析
- 二、中国医药电子商务发展现状分析
- 三、中国医药电子商务市场规模分析
- 四、中国医药电子商务现存问题分析
- 五、中国医药电子商务发展主要瓶颈

第五节 医药虚拟市场

- 一、医药虚拟市场管理分析
- 二、医药虚拟市场突破方向
- 三、医药虚拟市场效益分析
 - (一) 社会效益
 - (二) 经济效益

第五章 世界医药电子商务行业整体运营状况

第一节 世界医药电子商务市场运行环境浅析

第二节 世界医药电子商务行业市场发展格局

- 一、世界医药电子商务市场规模
- 二、世界第三方医药电子商务模式
 - (一) 联合采购组织(GPO)模式
 - (二) 全球医药交易中心(GHX)模式

三、世界医药电子商务发展概况分析

四、世界医药电子商务市场发展动态

第三节 世界医药电子商务行业发展趋势分析

第六章 2015年世界发达国家及地区医药电子商务B2B模式的发展透析

第一节 美国

- 一、美国的医药电子商务不断深入和完善
- 二、美国的医药电子商务格局透析
- 三、网上诊断和网上药房等B2C交易

第二节 日本

第三节 欧洲

第七章 中国医药电子商务产业运行环境解析

第一节 2015年网上药店政策环境分析

- 一、中国网上药店政策内容与影响
- 二、中国网上药店存在的问题
- 三、药品电子商务监管的初步探索
- 四、《互联网药品信息服务管理办法》
- 五、《互联网药品交易服务审批暂行规定》
- 六、网上药店监管机构态度

第二节 2015年网上药店经济环境运行分析

- 一、2015年中国GDP增长情况分析
- 二、2015年工业经济发展形势分析
- 三、2015年社会固定资产投资分析
- 四、2015年全社会消费品零售总额
- 五、2015年城乡居民收入增长分析
- 六、2015年居民消费价格变化分析
- 七、2015年对外贸易发展形势分析

第三节 2015年网上药店运行社会环境分析

- 一、中国网民总体规模
- 二、中国电子商务发展迅速
- 三、电子商务市场交易规模
- 四、中国电子商务区域分布

第四节 2015年网上药店运行技术环境分析

- 一、中国网路建设情况
- 二、网上交易安全分析

第五节 2015年网上药店市场宏观状况

- 一、网络购物用户规模
- 二、网络购物市场规模
- 三、网络购物市场结构
- 四、购物网站市场份额
- 五、网络购物使用率
- 六、网上支付市场规模

第八章 中国医药电子商务行业市场运行态势剖析

第一节 中国医药电子商务业运行总况

一、我国医药电子商务发展尚处起步阶段

二、医药电子商务规模化时代到来

三、医药电子商务类网站发展模式

第二节 中国医药电子商务网站系统规划与建设

一、医药电子商务网站系统的构成

二、医药电子商务网站系统的战略规划

三、医药电子商务网站系统的分析与设计

四、医药电子商务网站系统的管理

第三节 中国医药网站市场动态分析

一、医药网站春风得意

二、医药健康网站开通情况

三、典型企业分析

(一) 上海华卫医药保健网络有限公司

(二) 海虹医药电子商务网

(三) 中国金药电子商务网应用系统

第四节 中国医药电子商务市场热点问题探讨

一、我国医药电子商务发展水平低

二、监管部门监管手段、水平跟不上互联网技术和市场需求

三、医药电子商务市场化程度不高

四、全国区域内物流网络分散

第九章 中国医药电子商务业——B2B模式探析

第一节 我国医药电子商务B2B模式的发展

一、关于买方主导型医药电子商务的商业模式

二、卖方主导型医药电子商务的商业模式

三、第三方医药电子商务的商业模式

(一) 与集中招标采购相关的第三方医药电子商务

(二) 完全市场化的第三方医药电子商务

第二节 中国医药电子商务B2B模式深度透析

一、企业信息化模式

二、行业联盟交易所模式

三、跨越式第三方电子交易市场模式

第三节 未来发展战略与对策

一、独立第三方电子市场是符合我国情况的模式

二、进行医药电子商务的市场环境和制度建设

三、培育第三方物流

四、整合现有资源建立覆盖全国的第三方电子交易网络

第十章 2015年中国网上药店市场运营态势分析

第一节 中国网上药店运行动态分析

一、开心人网上药店妇科病症一站式解决方案上线

二、药房网荣获“2012年度最受欢迎网上药店”称号

三、三大网上药店进驻当当网

四、网上药店诚信自律公约

第二节 2015年中国网上药店运行综述

一、中国网上药店所处发展阶段

二、行业参与者大量涌现

三、淘宝、京东等众多巨头电商加入

四、网上药店开始进入资本的视野

五、消费者教育的成果崭露

六、政策环境极大改观

第三节 2015年中国网上药店消费者群体分析

一、网上药店消费群体规模

二、消费者网购药品种类

三、消费者药品网购渠道

四、网购药品消费意愿分析

第四节 2015年网上药店供给分析

一、网上药店数量分析

二、具网上售药资格药店规模

三、网上药店供给特征分析

第五节 2015年中国网上药店市场存在的问题

一、消费者信任度不足

二、物流配送不过关

三、缺乏用药咨询

四、违规经营普遍

五、制约中国网上药店发展的问题分析

第六节 2015年中国网上药店发展对策分析

一、加大网上药店的管理力度

二、加大网上药店的宣传力度

三、提高网上药店的服务水准

四、做好网上药店的技术水准

第十一章 中国医药电子商务市场竞争格局透析

第一节 中国医药电子商务行业竞争现状

- 一、医药电子商务竞争力分析
- 二、医药电子商务与传统医药销售模式竞争分析
- 三、医药B2C的竞争正在白热化

第二节 中国网上药店竞争分析

- 一、网上药店争霸赛开启
- 二、网上药店异军突起
- 三、零售药企暗战网络药店

第三节 中国医药电子商务提升竞争力策略分析

第四节 2017-2022年中国医药电子商务行业竞争趋势分析

第十二章 中国医药电子商务竞争企业分析

第一节 第三方平台五家

一、北京先锋环宇电子商务有限公司

- (一) 企业概况
- (二) 主营产品概况
- (三) 公司运营情况
- (四) 公司优劣势分析

二、海虹医药电子交易中心有限公司

- (一) 企业概况
- (二) 主营产品概况
- (三) 公司运营情况
- (四) 公司优劣势分析

三、海南卫虹医药电子商务有限公司

- (一) 企业概况
- (二) 主营产品概况
- (三) 公司运营情况
- (四) 公司优劣势分析

四、合肥徽之堂医药信息有限公司

- (一) 企业概况
- (二) 主营产品概况
- (三) 公司运营情况
- (四) 公司优劣势分析

五、深圳市天驰医药信息技术开发有限公司

- (一) 企业概况
- (二) 主营产品概况

(三) 公司运营情况

(四) 公司优劣势分析

第二节 2015年中国医药电子商务—网上药店主体企业运行透析

一、湖南老百姓医药连锁

(一) 企业概况

(二) 主营产品概况

(三) 公司运营情况

(四) 公司优劣势分析

二、京东好药师网

(一) 企业概况

(二) 主营产品概况

(三) 公司运营情况

(四) 公司优劣势分析

三、惠好连锁网

(一) 企业概况

(二) 主营产品概况

(三) 公司运营情况

(四) 公司优劣势分析

四、导药网

(一) 企业概况

(二) 主营产品概况

(三) 公司运营情况

(四) 公司优劣势分析

五、百洋健康药房

(一) 企业概况

(二) 主营产品概况

(三) 公司运营情况

(四) 公司优劣势分析

六、上海药房网

(一) 企业概况

(二) 主营产品概况

(三) 公司运营情况

(四) 公司优劣势分析

七、药房网

(一) 企业概况

(二) 主营产品概况

(三) 公司运营情况

(四) 公司优劣势分析

第十三章 2017-2022年中国医药电子商务行业发展趋势与前景展望

第一节 2017-2022年中国医药产业前景预测

一、中国医药行业的发展趋势展望

二、中国医药流通行业未来发展趋势

三、中国药品流通行业前景展望

第二节 2017-2022年中国医药电子商务业预测

第三节 2017-2022年中国医药电子商务市场预测

一、医药电子商务市场规模预测分析

二、医药电子商务市场盈利预测分析

第四节 2017-2022年中国医药电子商务发展战略研究

第十四章 2017-2022年中国医药电子商务投资商机预测

第一节 中国医药电子商务投资概况

一、医药零售行业投资特性分析

二、医药零售行业投资机会分析

三、医药零售行业投资潜力分析

四、风险投资结缘医药电子商务

第二节 2017-2022年中国医药电子商务行业投资机会分析

一、医药电子商务投资潜力分析

二、医药电子商务投资价值研究

第三节 2017-2022年中国医药电子商务行业投资风险预警

一、政策风险分析

二、经营风险分析

三、市场竞争风险

四、市场运营风险

第四节 投资建议

图表目录：

图表1：2014-2016年中国医药行业固定资产投资情况

图表2：2014-2016年中国医药工业增加值增长情况

图表3：2014-2016年中国中西药品零售总额情况

图表4：2014-2016年中国医药行业出口交货值情况

图表5：2014-2016年中国医药品进出口情况

图表6：2014-2016年中国医药行业生产者出厂价格指数变化趋势图

图表7：2015年医疗保健和个人用品价格指数情况

图表8：2014-2016年中国中西药品及医疗保健用品零售价格指数情况

图表9：医药零售在流通产业链中的地位分析

图表10：2014-2016年中国药品流通行业销售总额变化趋势图

图表11：2014-2016年中国药品流通行业平均毛利率及利润率变化趋势图

图表12：2015年药品流通行业销售不同对象分布情况

图表13：2015年中国药品流通行业销售品类结构分布

图表14：2015年中国药品流通行业销售区域分布情况

图表15：2015年中国药品流通行业不同类型企业销售分布情况

图表16：2015年中国药品流通行业不同类型企业利润分布情况

图表17：2015年药品批发直报企业商品配送结构

图表18：2014-2016年中国药品批发企业销售额及其占比变化趋势图

图表19：不同规模药品批发企业主营业务收入占同期全国市场总规模情况
(GYZX)

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/284498284498.html>