



艾凯咨询
ICAN Consulting

2015-2020年中国医药电商市场 分析预测及投资战略研究报告

一、调研说明

《2015-2020年中国医药电商市场分析预测及投资战略研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/254278.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

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2014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、2015年我国医药电商的交易规模预测

二、2015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、门店数量及规模

二、医保定点门店

三、网上药品销售收入

四、药品电商平台建设情况

第二节 重庆桐君阁药房连锁有限责任公司

一、门店数量及规模

二、医保定点门店

三、网上药品销售收入

四、药品电商平台建设情况

第三节 广东大参林连锁药店有限公司

一、门店数量及规模

二、医保定点门店

三、网上药品销售收入

四、药品电商平台建设情况

第四节 中国海王星辰连锁药店有限公司

一、门店数量及规模

二、医保定点门店

三、网上药品销售收入

四、药品电商平台建设情况

第五节 云南海翔一心堂药业（集团）股份有限公司

一、门店数量及规模

二、医保定点门店

三、网上药品销售收入

四、药品电商平台建设情况

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、企业发展概况

二、O2O药急送业务

三、仓储物流面积

四、医药咨询队伍

五、技术及研发情况

六、网上药品销售业绩

七、好药师电商发展历程

第二节 国药控股国大药房有限公司

一、企业发展概况

二、大客户资源分析

三、新特药品种优势

四、对接医保的便利分析

五、医药电商平台建设

第三节 阿里巴巴集团控股有限公司

一、企业发展概况

二、支付宝联合天猫医药馆启动药店O2O项目

三、收购中信21世纪，推进药品监管信息平台

四、支付宝打造移动就医的平台

五、支付宝与海虹控股结成战略合作伙伴

六、“未来医院”计划

七、“药品安全计划”

第四部分 发展前景展望

第八章 2015-2020年医药电商行业前景及趋势预测

第一节 2015-2020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 2015-2020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

第二节 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4、品的配送、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

第三节 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、2014年医药电商行业投资战略

二、2015-2020年医药电商行业投资战略

三、2015-2020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：2012-2014年中国医药电商行业盈利能力分析

图表：2012-2014年中国医药电商行业运营能力分析

图表：2012-2014年中国医药电商行业偿债能力分析

图表：2012-2014年中国医药电商行业发展能力分析

图表：2012-2014年中国医药电商行业经营效益分析

图表：2012-2014年不同规模企业利润总额分布

图表：2012-2014年医药电商行业不同规模企业从业人员分布

图表：2012-2014年医药电商行业不同规模企业销售收入分布

图表：2012-2014年医药电商行业不同规模企业资产总额分布

图表：2012-2014年医药电商行业不同规模企业数量分布

图表：2012-2014年医药电商行业不同性质企业利润总额分布

图表：2012-2014年医药电商行业不同性质企业从业人员分布

图表：2012-2014年医药电商行业不同性质企业销售收入分布

图表：2012-2014年医药电商行业不同性质企业资产总额分布

图表：2012-2014年医药电商行业不同性质企业数量分布

图表：2012-2014年全球医药电商行业市场规模

图表：2012-2014年中国医药电商行业市场规模

图表：2012-2014年医药电商行业重要数据指标比较

图表：2012-2014年中国医药电商市场占全球份额比较

图表：2012-2014年医药电商行业工业总产值

图表：2012-2014年医药电商行业销售收入

图表：2012-2014年医药电商行业利润总额

图表：2012-2014年医药电商行业资产总计

图表：2012-2014年医药电商行业负债总计

图表：2012-2014年医药电商行业竞争力分析

图表：2012-2014年医药电商市场价格走势

图表：2012-2014年医药电商行业主营业务收入

图表：2012-2014年医药电商行业主营业务成本

图表：2012-2014年医药电商行业销售费用分析

图表：2012-2014年医药电商行业管理费用分析

图表：2012-2014年医药电商行业财务费用分析

图表：2012-2014年医药电商行业销售毛利率分析

图表：2012-2014年医药电商行业销售利润率分析

图表：2012-2014年医药电商行业成本费用利润率分析

图表：2012-2014年医药电商行业总资产利润率分析

图表：2012-2014年医药电商行业需求分析

图表：2012-2014年医药电商行业集中度

图表：2015-2020年医药电商行业市场规模预测

图表：2015-2020年医药电商行业销售收入预测

图表：2015-2020年处方药市场规模预测

图表：2015-2020年医疗器械市场规模预测

图表：2015-2020年医药电商行业竞争格局预测

略……

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/254278.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景；

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴；

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等；

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。