



艾凯咨询
ICAN Consulting

2017-2022年中国医药行业电子商务市场发展现状及战略咨询报告

一、调研说明

《2017-2022年中国医药行业电子商务市场发展现状及战略咨询报告》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/284609.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

2016年国内针对医药工业、医药流通、医保支付及终端医疗服务进行了多项改革，健康中国2030规划的推出更是为医药产业的发展提供了纲领性的指导，淘汰落后产能、并购整合、腾笼换鸟等已经成为长期趋势，未来只有积极求变且变革方向符合产业趋势的企业才能获得长期增长。 2005.2-2016.9医药制造业累计主营业务收入同比增幅及累计利润总额同比增幅

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。

报告目录：

第1章：中国医药行业电子商务市场发展综述15

1.1电子商务行业概况15

1.1.1电子商务行业定义15

1.1.2电子商务分类及应用15

1.1.3电子商务发展历程分析16

1.2电子商务优势分析18

1.2.1成本优势18

1.2.2市场反应优势18

1.2.3消费便捷优势18

1.2.4低门槛进入优势19

1.3医药行业电子商务概况19

1.3.1医药行业进入电子商务必要性分析19

1.3.2医药行业电子商务发展现状20

1.3.3医药行业电子商务发展特征21

第2章：中国医药行业电子商务市场PEST分析23

2.1政策环境23

2.1.1电子商务行业相关政策与规划23

(1) 2014-2016年电子商务行业政策变动分析	23
(2) 电子商务行业相关政策汇总与解读	23
(3) 中国电子商务行业"十三五"规划解读	25
(4) 地方性电子商务行业规划解读	26
2.1.2 医药行业相关政策与规划	31
(1) 医药行业相关政策分析	31
(2) 医药行业发展规划分析	32
2.2 经济环境	34
2.2.1 中国GDP增长情况及对行业的影响	34
(1) GDP增长情况	34
(2) GDP与医药商业的关联性分析	34
(3) GDP与医药商业增长速度对比	35
2.2.2 社会消费与零售状况	36
2.2.3 电子商务环境发展情况	36
2.2.4 电子商务与医药商业相关性分析	37
2.3 社会环境	38
2.3.1 居民支付能力分析	38
(1) 卫生费用与医保支出	38
(2) 居民医疗保障水平提高促进医药商业规模增长	39
2.3.2 老龄化与医药商业	40
(1) 人口老龄化变化	40
(2) 人口老龄化加快带动医药商业市场需求	41
2.3.3 城镇化与医药商业	41
(1) 城镇化进程	41
(2) 城镇化进程提速促进药品流通行业渠道下沉	41
2.4 技术环境	42
2.4.1 医药行业及电子商务技术分析	42
(1) 医药电子商务技术分析	42
(2) 医药物流技术	44
2.4.2 电子商务专利申请分析	45
(1) 专利数量及趋势分析	45
(2) 申请人分析	45

(3) 技术构成分析47

(4) 技术发展动态47

第3章：医药行业电子商务相关行业发展分析48

3.1医药商业发展现状及前景分析48

3.1.1医药商业发展规模与盈利分析48

(1) 医药商业发展规模48

1) 企业数量规模48

2) 企业地区分布48

(2) 医药商业市场规模49

1) 市场销售总额49

2) 区域销售分布50

(3) 医药商业盈利分析51

1) 医药商业传统盈利模式51

2) 医药商业新兴盈利模式52

3) 医药商业盈利水平变化53

4) 医药商业盈利因素分析54

3.1.2医药商业产品市场规模分析56

(1) 七大类医药商品市场概况56

(2) 七大类医药商品市场结构57

(3) 七大类主要医药商品市场规模分析58

1) 药品类商品市场规模分析58

2) 中成药类商品市场规模分析59

3) 中药材类商品市场规模分析60

4) 医疗器械类商品市场规模分析61

5) 化学试剂类商品市场规模分析63

6) 玻璃仪器类商品市场规模分析64

7) 其他类医药商品市场规模分析65

3.1.3医药商业信息化发展分析65

(1) 医药商业信息化建设的必要性66

(2) 医药商业信息化建设的重要性66

(3) 医药商业细分领域信息化现状67

1) 医药批发信息化现状67

2) 医药物流信息化现状68

3) 医药零售信息化现状69

(4) 医药商业信息化问题分析69

(5) 医药商业信息化发展策略70

3.1.4医药商业发展前景预测71

(1) 医药商业发展驱动因素71

(2) 医药商业发展制约因素74

(3) 医药商业发展趋势分析75

(4) 医药商业发展前景预测76

3.2电子商务发展现状及前景分析77

3.2.1全球电子商务行业发展分析77

(1) 全球电子商务行业发展概况77

电子商务平台在20世纪90年代后,随着全世界范围内互联网高速发展、网民数量不断增加,其重要性及交易规模也在不断提升。根据国际电信联盟2016年9月份发布的《宽带状况报告》,今年年底全球互联网用户将达到35亿人,相当于全球人口的47%;2005-2015年年复合增速达到14%。中国网民数在2016年上半年达到7.1亿人,互联网普及率首次突破50%达到51.7%。 2005-2016年全球互联网增速

(2) 全球电子商务行业市场规模分析77

(3) 全球电子商务行业市场情况分析78

1) 美国电子商务行业发展分析78

2) 欧洲电子商务行业发展状况分析79

3) 亚洲电子商务行业发展状况分析80

(4) 国际电子商务行业成功经验借鉴82

3.2.2中国电子商务行业发展分析83

(1) 中国电子商务行业发展概况83

(2) 中国电子商务行业发展规模分析84

1) 中国电子商务交易规模84

2) 中国电子商务区域份额84

3) 中国电子商务行业分布85

4) 中国电子商务从业人员规模86

(3) 中国电子商务行业市场竞争格局分析86

- 1) B2B电子商务竞争格局分析86
- 2) C2C电子商务竞争格局分析88
 - (4) 中国电子商务行业信息安全及诚信体系89
- 1) 中国电子商务行业信息安全发展状况89
- 2) 中国电子商务行业诚信体系89
- 3.2.3电子商务发展路径及前景预测90
 - (1) 电子商务发展路径分析90
 - (2) 电子商务发展趋势分析92
 - (3) 电子商务发展前景预测93
- 3.3医药物流业发展现状及前景分析94
- 3.3.1医药物流行业总体发展情况94
 - (1) 医药物流行业发展概况94
 - (2) 医药物流行业影响因素95
 - (3) 医药物流行业物流成本97
 - (4) 医药物流行业市场规模99
 - (5) 医药物流行业竞争态势99
 - (6) 医药物流行业主要发展模式100
- 1) 九州通——快批模式100
- 2) 太和模式——买卖全国102
- 3) 邦达模式——第三方医药物流103
- 4) 北药模式——物流与国际接轨103
- 3.3.2医药冷链物流市场发展分析104
 - (1) 医药冷链物流市场概述104
 - (2) 医药冷链物流市场发展现状105
 - (3) 医药冷链物流市场需求分析106
- 1) 疫苗市场冷链需求分析106
- 2) 血液制品冷链需求分析107
- 3) 诊断试剂冷链需求分析108
 - (4) 医药冷链物流市场存在问题109
 - (5) 医药冷链物流市场发展对策110
- 3.3.3医药物流信息化发展分析113
 - (1) 医药物流信息化发展概况113

- (2) 医药物流信息化发展制约因素113
- (3) 医药物流企业信息化发展作用114
- (4) 医药物流信息化发展关键问题115

3.3.4医药物流发展前景预测116

- (1) 医药物流发展驱动因素116
- (2) 医药物流发展制约因素116
- (3) 医药物流行业发展趋势116

第4章：医药行业电子商务市场发展与竞争分析118

4.1中国医药行业电子商务市场发展分析118

4.1.1中国医药行业电子商务应用现状分析118

- (1) 医药行业传统销售渠道分析118

1) 批发渠道118

2) 零售渠道118

- (2) 医药行业电子商务发展分析119

1) 促进因素分析119

2) 发展阶段分析120

- (3) 行业电子商务应用方式分析120

- (4) 行业电子商务经营模式分析122

4.1.2医药行业电子商务价值链构成分析122

- (1) 商品供应122

- (2) 销售、发货后勤123

- (3) 信息服务123

4.1.3医药行业电子商务成本分析123

4.1.4行业电子商务渠道销售规模124

4.1.52013-2015年行业电子商务规模预测125

4.2医药行业消费者电子商务消费调研分析125

4.2.1调研背景125

4.2.2调研内容125

- (1) 消费者医药网购频率126

- (2) 消费者医药网购选择考虑因素126

- (3) 消费者医药网购商家选择126

(4) 消费者医药网购影响购买决策因素	127
(5) 消费者医药网购商品种类	127
(6) 消费者医药网购对网站资格关注分析	128
4.3 中国医药行业电子商务市场竞争分析	128
4.3.1 医药行业渠道竞争分析	128
(1) 医药行业传统渠道份额分析	128
(2) 医药行业电子商务渠道份额分析	128
(3) 医药行业销售渠道成本对比分析	128
(4) 医药行业销售渠道潜力对比分析	129
4.3.2 医药行业电子商务市场竞争分析	129
(1) 医药批发行业竞争分析	130
(2) 医药物流行业竞争分析	130
(3) 医疗器械行业竞争分析	130
(4) 医药零售业竞争分析	130
(5) 医药电子商务竞争分析	130
4.3.3 行业电子商务市场竞争趋势	131
4.4 中国医药行业电子商务细分市场分析	132
4.4.1 行业垂直型电子商务市场分析	132
(1) 市场概况	132
(2) 目标客户	133
(3) 采购特征	133
(4) 物流特征	133
4.4.2 行业水平型电子商务市场分析	133
(1) 市场概况	133
(2) 目标客户	133
(3) 采购特征	134
(4) 物流特征	134
4.5 医药电子商务业物流配送体系发展分析	134
4.5.1 医药行业电子商务自建物流发展情况	134
(1) 医药电商企业自建物流机遇分析	134
(2) 电商企业自建物流的发展现状	135
4.5.2 医药行业电子商务第三方物流发展情况	136

- (1) 第三方医药电子商务物流企业建立方式136
- (2) 第三方医药电子商务物流发展现状及前景137
- 1) 第三方医药电子商务物流发展现状137
- 2) 我国第三方医药电子商务物流发展前景137
- 4.5.3 医药行业电子商务物流配送案例分析138
- 4.6 医药行业内企业电子商务平台发展分析139
- 4.6.1 医药行业电子商务第三方平台发展分析139
 - (1) 企业与第三方电子商务平台合作方式分析139
 - (2) 企业借助第三方平台优劣势分析140
 - (3) 第三方电子商务平台应用分析142
 - (4) 第三方电子商务平台前景分析143
- 4.6.2 医药行业自有平台发展分析143
 - (1) 电子商务自有平台建设方式分析143
 - (2) 企业建立自有网购平台优劣势分析143
 - (3) 电子商务自有平台发展现状分析144
 - (4) 电子商务自有平台发展趋势与前景分析144

第5章：中国医药行业电子商务模式分析145

- 5.1 中国医药行业电子商务模式简介145
 - 5.1.1 B2B模式145
 - 5.1.2 B2C模式145
- 5.2 中国医药行业B2B电子商务模式分析145
 - 5.2.1 市场概况145
 - 5.2.2 盈利方式146
 - 5.2.3 目标客户147
 - 5.2.4 采购特征147
 - 5.2.5 物流特征147
 - 5.2.6 成本分析147
- 5.3 中国医药行业B2C电子商务模式分析148
 - 5.3.1 市场概况148
 - 5.3.2 盈利模式149
 - 5.3.3 目标客户149

5.3.4采购特征150

5.3.5物流特征150

5.3.6成本分析151

第6章：中国医药行业电子商务营销分析153

6.1中国医药行业基本营销方式分析153

6.1.1目标营销153

6.1.2品牌营销153

6.1.3服务营销153

6.1.4知识营销153

6.2中国医药行业电子商务营销方式分析154

6.2.1搜索引擎营销154

(1) 搜索引擎营销结构分析154

(2) 搜索引擎营销发展情况分析154

(3) 搜索引擎营销成本收益分析156

(4) 医药行业搜索引擎营销案例分析156

6.2.2论坛营销158

(1) 论坛营销结构分析158

(2) 论坛营销现状分析160

(3) 论坛营销成本收益分析160

(4) 医药行业论坛营销案例分析161

6.2.3博客营销162

(1) 博客营销结构分析162

(2) 博客营销现状分析163

(3) 博客营销成本收益分析163

6.2.4微博营销164

(1) 微博营销结构分析164

(2) 微博营销现状分析165

(3) 微博营销成本收益分析165

6.2.5视频营销166

(1) 视频营销结构分析166

(2) 视频营销现状分析167

- (3) 视频营销成本收益分析168
- (4) 医药行业视频营销案例分析168

6.2.6问答营销169

- (1) 问答营销结构分析170
- (2) 问答营销现状分析170
- (3) 问答营销成本收益分析171
- (4) 医药行业问答营销案例分析171

6.2.7权威百科营销172

- (1) 权威百科营销结构分析172
- (2) 权威百科营销现状分析172
- (3) 权威百科营销成本收益分析173

6.2.8企业新闻营销173

- (1) 企业新闻营销结构分析173
- (2) 企业新闻营销现状分析174
- (3) 企业新闻营销成本收益分析174
- (4) 医药行业企业新闻营销案例分析174

第7章：中国医药行业电子商务市场前景与投资分析176

7.1中国医药行业电子商务市场前景分析176

7.1.1行业电子商务应用趋势分析176

7.1.2行业电子商务市场前景预测177

7.2中国医药行业电子商务投资特性分析178

7.2.1行业进入壁垒分析178

7.2.2行业投资要素分析179

(1) 市场评估179

(2) 物流建设179

(3) 平台建设180

7.3中国医药行业电子商务关键成功因素分析180

7.3.1信息收集阶段180

(1) 相关行业市场环境、特点180

(2) 企业自身条件分析181

(3) 网上交易基本手续181

7.3.2开展电子商务目的及功能定位182

(1) 开展电子商务目的与要求182

(2) 网站定位及功能182

7.3.3网站建设与开发183

(1) 网站构建方式选择183

(2) 网站技术解决方案184

1) 数据信息处理184

2) 交易系统185

3) 统计管理系统185

4) 支付方式186

7.3.4网站页面设计186

7.3.5产品管理和配送187

(1) 产品仓储187

(2) 库存管理187

(3) 物流配送189

7.4中国医药行业电子商务投资风险及建议190

7.4.1医药行业电子商务风险预警190

(1) 政策风险190

1) 信用风险191

2) 安全风险191

3) 市场风险191

4) 技术风险192

7.4.2医药行业电子商务投资相关建议192

7.4.3医药电子商务物流配送投资相关建议193

第8章：中国医药行业领先电子商务网站运营分析194(AKWZY)

8.1医药企业自建电子商务网站个案分析194

8.1.1深圳市海王星辰健康药房连锁有限公司（海王星辰健康药房网）194

(1) 企业发展简况194

(2) 企业经营情况分析195

(3) 企业物流配送体系分析195

(4) 网站经营分析196

1) 页面布局	196
2) 产品结构	197
3) 产品定价	197
4) 经营状况	198
8.1.2北京金象大药房医药连锁有限责任公司(金象网)	198
(1) 企业发展简况	198
(2) 企业经营情况分析	198
(3) 企业物流配送体系分析	199
(4) 网站经营分析	199
1) 页面布局	199
2) 产品结构	199
3) 产品定价	200
4) 经营状况	200
8.1.3开心人大药房连锁有限公司(开心人网上药店)	200
(1) 企业发展简况	200
(2) 企业经营情况分析	201
(3) 企业物流配送体系分析	201
(4) 网站经营分析	201
1) 页面布局	201
2) 产品结构	202
3) 产品定价	202
4) 经营状况	202
8.1.4上海医药嘉定大药房连锁有限公司(药到病除网)	203
(1) 企业发展简况	203
(2) 企业经营情况分析	203
(3) 企业物流配送体系分析	203
(4) 网站经营分析	204
1) 页面布局	204
2) 产品结构	204
3) 产品定价	205
4) 经营状况	205
8.2医药行业垂直电子商务网站个案分析	249

8.2.1海虹医药电子商务网249

- (1) 网站简介249
- (2) 网站主营业务分析250
- (3) 网站首页布局分析250
- (4) 网站营销策略251
- (5) 网站盈利模式251
- (6) 网站经营状况分析251

8.2.2中国药网251

- (1) 网站简介252
- (2) 网站主营业务分析252
- (3) 网站首页布局分析252
- (4) 网站营销策略253
- (5) 网站盈利模式253
- (6) 网站经营状况分析253

8.2.3医药网253

- (1) 网站简介253
- (2) 网站主营业务分析253
- (3) 网站首页布局分析253
- (4) 网站营销策略254
- (5) 网站盈利模式254
- (6) 网站经营状况分析254

8.3医药行业水平型电子商务网站个案分析267

8.3.1京东商城267

- (1) 网站简介267
- (2) 网站主营业务分析267
- (3) 网站首页布局分析267
- (4) 网站营销策略268
- (5) 网站盈利模式268
- (6) 网站经营状况分析268

8.3.2当当网269

- (1) 网站简介269
- (2) 网站主营业务分析269

- (3) 网站首页布局分析269
- (4) 网站营销策略270
- (5) 网站盈利模式270
- (6) 网站经营状况分析271

8.3.3 淘宝商城271

- (1) 网站简介271
- (2) 网站主营业务分析272
- (3) 网站首页布局分析272
- (4) 网站营销策略274
- (5) 网站盈利模式274
- (6) 网站经营状况分析275

8.3.4 号店275

- (1) 网站简介275
- (2) 网站主营业务分析275
- (3) 网站首页布局分析276
- (4) 网站营销策略276
- (5) 网站盈利模式278
- (6) 网站经营状况分析278

8.3.5 拍拍网278

- (1) 网站简介279
- (2) 网站主营业务分析279
- (3) 网站首页布局分析280
- (4) 网站营销策略280
- (5) 网站盈利模式280
- (6) 网站经营状况分析280

部分图表目录：

图表1：电子商务分类15

图表2：电子商务总体发展阶段分析16

图表3：中国电子商务发展历程分析17

图表4：电子商务成本优势分析18

图表5：医药行业进入电子商务必要性分析19

图表6：医药电子商务政策环境现状21

图表7：医药行业电子商务发展特征21

图表8：2014-2016年电子商务行业出台法规数量（单位：个）23

图表9：电子商务行业相关政策汇总与解读23

图表10：中国电子商务行业"十三五"规划发展重点25

图表11：杭州市电子商务行业规划与医药业相关内容26

图表12：广州市电子商务行业规划与医药业相关内容27

图表13：北京市电子商务行业规划与医药业相关内容28

图表14：石家庄电子商务行业规划阶段分析29

图表15：哈尔滨电子商务行业规划阶段分析30

图表16：医药行业相关政策汇总31

图表17：医药行业发展规划汇总32

图表18：2011-2016年我国GDP规模及名义增长率（单位：亿元，%）34

图表19：中国GDP与药品流通销售额关联程度分析（单位：万亿元，亿元）35

图表20：2011-2016年医药商业销售增速与GDP增速对比分析（单位：%）35

图表21：2011-2016年中国社会消费品零售总额情况（单位：亿元，%）36

图表22：2011-2016年中国电子商务交易规模（单位：万亿元）37

图表23：电子商务与医药商业规模相关性分析（单位：万亿元）37

图表24：2014-2016年中国卫生总费用情况（单位：亿元，%）38

图表25：2011-2016年城乡居民人均医疗保健支出情况（单位：元，%）39

图表26：中国卫生总费用与药品流通销售额关联程度分析（单位：亿元，亿元）39

图表27：2014-2016年我国60岁以上人口数及比重情况（单位：万人，%）40

图表28：2014-2016年中国城乡人口结构分布图（单位：万人）41

图表29：华源医药网信息整合技术图42

图表30：华源医药网战略合作伙伴交易技术图43

图表31：华源医药网采购技术图43

图表32：九州通现代物流技术构成44

图表33：九州通现代物流技术创新分析44

图表34：1993-2016年电子商务行业专利数量趋势图（单位：件）45

图表35：申请人构成分析（单位：件）46

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/284609.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提供专业投资咨询报告、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。