



艾凯咨询
ICAN Consulting

2018-2024年中国医药行业电子 商务行业市场运营状况分析及投 资规划建设咨询报告

一、调研说明

《2018-2024年中国医药行业电子商务行业市场运营状况分析及投资规划建设咨询报告》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/291088.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

报告目录：

第1章：中国医药行业电子商务市场发展综述

1.1 电子商务行业概况

1.1.1 电子商务行业定义

1.1.2 电子商务分类及应用

1.1.3 电子商务发展历程分析

1.2 医药行业电子商务概况

1.2.1 医药行业进入电子商务必要性分析

1.2.2 医药行业电子商务发展现状

1.2.3 医药行业电子商务发展特征

1.3 医药电子商务行业政策环境分析

1.3.1 医药电子商务行业管理体制

(1) 主管部门

(2) 监管体制

1.3.2 电子商务行业相关政策

(1) 电子商务行业政策变动分析

(2) 电子商务行业相关政策汇总与解读

(3) 电子商务行业支付与快递行业政策分析

1.3.3 医药行业相关政策与规划

(1) 医药行业相关政策分析

(2) 医药行业发展规划分析

1.3.4 电子商务行业发展规划解读

(1) 中国电子商务行业"十三五"规划解读

(2) 上海市电子商务行业规划解读

(3) 杭州市电子商务行业规划解读

(4) 广州市电子商务行业规划解读

(5) 北京市电子商务行业规划解读

(6) 南京市电子商务行业规划解读

(7) 石家庄电子商务行业规划解读

(8) 哈尔滨电子商务行业规划解读

(9) 安徽省电子商务行业规划解读

1.4 医药电子商务行业经济环境

1.4.1 中国GDP增长情况及对行业的影响

(1) GDP增长情况

(2) GDP与医药商业的关联性分析

(3) GDP与医药商业增长速度对比

1.4.2 社会消费与零售状况

1.4.3 电子商务环境发展情况

1.4.4 电子商务与医药商业相关性分析

1.5 医药电子商务行业社会环境

1.5.1 居民支付能力分析

(1) 卫生费用与医保支出

(2) 居民医疗保障水平提高促进医药商业规模增长

1.5.2 老龄化与医药商业

(1) 人口老龄化变化

(2) 人口老龄化加快带动医药商业市场需求

1.5.3 城镇化与医药商业

(1) 城镇化进程

(2) 城镇化进程提速促进药品流通行业渠道下沉

1.6 医药电子商务行业技术环境

1.6.1 我国对电子商务行业技术开发扶持分析

1.6.2 我国电子商务行业技术发展水平分析

1.6.3 电子商务行业新、热技术分析

第2章：医药行业电子商务相关行业发展分析

2.1 医药商业发展现状及前景分析

2.1.1 医药商业发展规模与盈利分析

(1) 医药商业发展规模

1) 企业数量规模

2) 企业地区分布

(2) 医药商业市场规模

1) 市场销售总额

2) 区域销售分布

(3) 医药商业盈利分析

- 1) 医药商业传统盈利模式
- 2) 医药商业新兴盈利模式
- 3) 医药商业盈利水平变化
- 4) 医药商业盈利因素分析

2.1.2 医药商业产品市场规模分析

- (1) 七大类医药商品市场结构
- (2) 七大类主要医药商品市场规模分析
 - 1) 药品类商品市场规模分析
 - 2) 中成药类商品市场规模分析
 - 3) 中药材类商品市场规模分析
 - 4) 医疗器械类商品市场规模分析
 - 5) 化学试剂类商品市场规模分析
 - 6) 玻璃仪器类商品市场规模分析
 - 7) 其他类医药商品市场规模分析

2.1.3 医药商业信息化发展分析

- (1) 医药商业信息化建设的必要性
- (2) 医药商业信息化建设的重要性
- (3) 医药商业细分领域信息化现状
 - 1) 医药批发信息化现状
 - 2) 医药物流信息化现状
 - 3) 医药零售信息化现状
- (4) 医药商业信息化问题分析
- (5) 医药商业信息化发展策略

2.1.4 医药商业发展前景预测

- (1) 医药商业发展驱动因素
- (2) 医药商业发展制约因素
- (3) 医药商业发展趋势分析
- (4) 医药商业发展前景预测

2.2 电子商务业发展现状及前景分析

2.2.1 全球电子商务行业发展分析

- (1) 全球电子商务行业发展概况

- (2) 全球电子商务行业市场规模分析
- (3) 全球电子商务行业市场结构分析
- (4) 全球电子商务行业市场情况分析
- 1) 美国电子商务行业发展状况分析
- 2) 欧洲电子商务行业发展状况分析
- 3) 亚洲电子商务行业发展状况分析
- 4) 其他地区电子商务发展状况分析
- (5) 国际电子商务行业成功经验借鉴
- (6) 国际电子商务行业发展趋势分析

2.2.2 中国电子商务行业发展分析

- (1) 中国电子商务行业发展概述
- (2) 中国电子商务行业发展规模
- 1) 中国电子商务交易规模
- 2) 中国电子商务区域分布
- 3) 中国电子商务行业分布
- 4) 中国电子商务从业人员规模
- (3) 中国电子商务行业市场竞争格局分析
- 1) B2B电子商务竞争格局分析
- 2) C2C电子商务竞争格局分析
- (4) 中国电子商务行业发展趋势及前景预测
- 1) 中国电子商务行业发展趋势
- 2) 中国电子商务行业前景预测

2.3 医药物流业发展现状及前景分析

2.3.1 医药物流行业总体发展情况

- (1) 医药物流行业发展概况
- (2) 医药物流行业影响因素
- (3) 医药物流行业物流成本
- (4) 医药物流行业市场规模
- (5) 医药物流行业竞争态势
- (6) 医药物流行业主要发展模式
- 1) 九州通——快批模式
- 2) 太和模式——买卖全国

3) 邦达模式——第三方医药物流

4) 北药模式——物流与国际接轨

2.3.2 医药冷链物流市场发展分析

(1) 医药冷链物流市场概述

(2) 医药冷链物流市场发展现状

(3) 医药冷链物流市场需求分析

1) 疫苗市场冷链需求分析

2) 血液制品冷链需求分析

3) 诊断试剂冷链需求分析

(4) 医药冷链物流市场存在问题

(5) 医药冷链物流市场发展对策

2.3.3 医药物流信息化发展分析

(1) 医药物流信息化发展概况

(2) 医药物流信息化发展制约因素

(3) 医药物流企业信息化发展作用

(4) 医药物流信息化发展关键问题

2.3.4 医药物流发展前景预测

(1) 医药物流发展驱动因素

(2) 医药物流发展制约因素

(3) 医药物流行业发展趋势

第3章：医药行业电子商务市场发展与竞争分析

3.1 中国医药行业电子商务市场发展分析

3.1.1 中国医药行业电子商务应用现状分析

(1) 医药行业传统销售渠道分析

1) 批发渠道

2) 零售渠道

(2) 医药行业电子商务发展分析

1) 促进因素分析

2) 发展阶段分析

(3) 行业电子商务应用方式分析

(4) 行业电子商务经营模式分析

1) 获得A证企业运营模式

- 2) 获得B证企业运营模式
- 3) 获得C证企业运营模式
- 3.1.2 医药行业电子商务价值链构成分析
 - (1) 商品供应
 - (2) 销售、发货后勤
 - (3) 信息服务
- 3.1.3 医药行业电子商务成本分析
- 3.1.4 行业电子商务渠道销售规模
- 3.1.5 医药电子商务行业交易品类格局
- 3.1.6 医药电子商务行业新客户成本
- 3.1.7 医药电子商务行业用户结构
- 3.1.8 医药电子商务行业盈利分析
 - (1) 行业盈利模式分析
 - (2) 行业盈利水平分析
- 3.1.9 医药电子商务前景预测
 - (1) 2014-2019年医药自营B2C市场预测
 - (2) 2014-2019年医药平台B2C市场预测
 - (3) 2014-2019年医药B2B市场预测
- 3.2 医药行业消费者电子商务消费调研分析
 - 3.2.1 调研背景
 - 3.2.2 调研内容
 - (1) 消费者医药网购频率
 - (2) 消费者医药网购选择考虑因素
 - (3) 消费者医药网购商家选择
 - (4) 消费者医药网购影响购买决策因素
 - (5) 消费者医药网购商品种类
 - (6) 消费者医药网购对网站资格关注分析
- 3.3 中国医药行业电子商务市场竞争分析
 - 3.3.1 医药行业渠道竞争分析
 - (1) 医药行业传统渠道份额分析
 - (2) 医药行业电子商务渠道份额分析
 - (3) 医药行业销售渠道成本对比分析

(4) 医药行业销售渠道潜力对比分析

3.3.2 医药行业电子商务市场竞争分析

(1) 医药批发行业竞争分析

(2) 医药物流行业竞争分析

(3) 医疗器械行业竞争分析

(4) 医药零售业竞争分析

(5) 医药电子商务竞争分析

3.3.3 行业电子商务市场竞争趋势

3.4 中国医药行业电子商务细分市场分析

3.4.1 行业垂直型电子商务市场分析

(1) 市场概况

(2) 目标客户

(3) 采购特征

(4) 物流特征

3.4.2 行业水平型电子商务市场分析

(1) 市场概况

(2) 目标客户

(3) 采购特征

(4) 物流特征

3.5 医药电子商务业物流配送体系发展分析

3.5.1 医药行业电子商务自建物流发展情况

(1) 医药电商企业自建物流机遇分析

(2) 电商企业自建物流的发展现状

3.5.2 医药行业电子商务第三方物流发展情况

(1) 第三方医药电子商务物流企业建立方式

(2) 第三方医药电子商务物流发展现状及前景

1) 第三方医药电子商务物流发展现状

2) 我国第三方医药电子商务物流发展前景

3.5.3 医药行业电子商务物流配送案例分析

3.6 医药行业内企业电子商务平台发展分析

3.6.1 医药行业电子商务第三方平台发展分析

(1) 企业与第三方电子商务平台合作方式分析

(2) 企业借助第三方平台优劣势分析

(3) 第三方电子商务平台应用分析

(4) 第三方电子商务平台前景分析

3.6.2 医药行业自有平台发展分析

(1) 电子商务自有平台建设方式分析

(2) 企业建立自有网购平台优劣势分析

(3) 电子商务自有平台发展现状分析

(4) 电子商务自有平台发展趋势与前景分析

第4章：中国医药行业电子商务模式分析

4.1 中国医药行业电子商务模式简介

4.1.1 B2B模式

4.1.2 B2C模式

4.2 中国医药行业B2B电子商务模式分析

4.2.1 市场概况

4.2.2 盈利方式

4.2.3 目标客户

4.2.4 采购特征

4.2.5 物流特征

4.2.6 成本分析

4.2.7 企业竞争

4.3 中国医药行业B2C电子商务模式分析

4.3.1 市场概况

(1) 自营式B2C市场分析

(2) 平台式B2C市场分析

4.3.2 盈利模式

4.3.3 目标客户

4.3.4 采购特征

4.3.5 物流特征

4.3.6 成本分析

第5章：中国医药行业电子商务营销分析

5.1 搜索引擎营销模式与案例分析

5.1.1 搜索引擎营销结构分析

- 5.1.2 搜索引擎营销现状分析
- 5.1.3 搜索引擎营销成本收益分析
- 5.1.4 搜索引擎营销案例分析
- 5.2 论坛营销模式与案例分析
 - 5.2.1 论坛营销结构分析
 - 5.2.2 论坛营销现状分析
 - 5.2.3 论坛营销成本收益分析
 - 5.2.4 论坛营销案例分析
- 5.3 博客营销模式与案例分析
 - 5.3.1 博客营销结构分析
 - 5.3.2 博客营销现状分析
 - 5.3.3 博客营销成本收益分析
 - 5.3.4 博客营销案例分析
- 5.4 微博营销模式与案例分析
 - 5.4.1 微博营销结构分析
 - 5.4.2 微博营销现状分析
 - 5.4.3 微博营销成本收益分析
 - 5.4.4 微博营销案例分析
- 5.5 视频营销模式与案例分析
 - 5.5.1 视频营销结构分析
 - 5.5.2 视频营销现状分析
 - 5.5.3 视频营销成本收益分析
 - 5.5.4 视频营销案例分析
- 5.6 问答营销模式与案例分析
 - 5.6.1 问答营销结构分析
 - 5.6.2 问答营销现状分析
 - 5.6.3 问答营销成本收益分析
 - 5.6.4 问答营销案例分析
- 5.7 权威百科营销模式与案例分析
 - 5.7.1 权威百科营销结构分析
 - 5.7.2 权威百科营销现状分析
 - 5.7.3 权威百科营销成本收益分析

5.7.4 权威百科营销案例分析

5.8 企业新闻营销模式与案例分析

5.8.1 企业新闻营销结构分析

5.8.2 企业新闻营销现状分析

5.8.3 企业新闻营销成本收益分析

5.8.4 企业新闻营销案例分析

第6章：中国医药行业电子商务市场前景与投融资分析

6.1 中国医药行业电子商务市场前景分析

6.1.1 医药电子商务应用趋势分析

6.1.2 医药电子商务市场前景预测

6.2 中国医药行业电子商务投资特性分析

6.2.1 行业进入壁垒分析

6.2.2 行业投资要素分析

(1) 市场评估

(2) 物流建设

(3) 平台建设

6.3 中国医药电子商务行业融资现状及前景

6.3.1 医药电子商务行业融资情况分析

(1) 中国电子商务企业融资事件

(2) 融资金额分析

(3) 各行业融资比例分析

(4) 融资地区分布分析

(5) 投资机构分析

(6) 融资基金类别分析

(7) 医药电子商务行业融资存在的问题

(8) 医药电子商务行业主要融资建议

6.3.2 医药电子商务行业融资前景预测

6.4 中国医药行业电子商务投资风险及建议

6.4.1 医药行业电子商务风险预警

(1) 政策风险

(2) 信用风险

(3) 安全风险

(4) 市场风险

(5) 技术风险

6.4.2 医药行业电子商务投资相关建议

6.4.3 医药电子商务物流配送投资相关建议

第7章：中国医药行业领先电子商务网站运营分析（AKLT）

7.1 医药企业自建电子商务网站个案分析

7.1.1 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）

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

7.1.2 北京金象大药房医药连锁有限责任公司（金象网）

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

7.1.3 开心人大药房连锁有限公司（开心人网上药店）

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

7.1.4 上海医药嘉定大药房连锁有限公司（药到病除网）

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

7.1.5 湖南商康医药有限公司（商康（医药）网）

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

7.1.6 北京京卫元华医药科技有限公司（药房网）

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

7.1.7 北京德威治医药连锁有限责任公司（京药网）

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

7.1.8 乐康药业连锁有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

7.1.9 广东壹号大药房连锁有限公司（壹药网）

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

7.1.10 浙江英特集团股份有限公司（英特医药电子商务网）

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

7.2 医药行业垂直电子商务网站个案分析

7.2.1 海虹医药电子商务网

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

7.2.2 中国药网

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

7.2.3 医药网

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

7.2.4 环球医药信息网

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

7.2.5 州通医药网

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

7.2.6 中国制药网

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

7.2.7 药商世界

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

7.2.8 中国医疗产品平台

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

7.2.9 珍诚医药在线

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

7.2.10 鹤麒医药网

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

7.3 医药行业第三方电子商务平台个案分析

7.3.1 京东医药城

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

7.3.2 天猫医药馆

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

7.3.3 号店医药馆

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

图表目录:

图表1：电子商务分类

图表2：电子商务总体发展阶段分析

图表3：中国电子商务发展历程分析

图表4：医药行业进入电子商务必要性分析

图表5：2012-2017年中国医药电子商务市场规模（单位：亿元，%）

图表6：医药电子商务政策环境现状

图表7：医药行业电子商务发展特征

图表8：电子商务和信息化司的主要职能

图表9：2012-2017年电子商务行业出台法规数量（单位：个）

图表10：电子商务行业相关政策汇总与解读

图表11：医药行业相关政策汇总

图表12：医药行业发展规划汇总

图表13：中国电子商务行业"十三五"规划发展重点

图表14：上海市电子商务行业规划解读

图表15：杭州市电子商务行业规划解读

图表16：广州市电子商务行业规划解读

图表17：北京市电子商务行业规划解读

图表18：南京市电子商务行业规划解读

图表19：石家庄电子商务行业规划解读

图表20：安徽省电子商务行业规划解读

图表21：2012-2017年1季度中国国内生产总值及趋势（单位：万亿元，%）

图表22：中国GDP与药品流通销售额关联程度分析（单位：万亿元，亿元）

图表23：2012-2017年医药商业销售增速与GDP增速对比分析（单位：%）

图表24：2011-2017年社会消费品零售总额及趋势（单位：亿元，%）

图表25：2012-2017年电子商务市场交易规模及预测（单位：万亿元）

图表26：电子商务与医药商业规模相关性分析（单位：亿元，万亿元）

图表27：2011-2017年中国医疗机构卫生总费用统计（单位：亿元，%）

图表28：2012-2017年城乡居民人均医疗保健支出情况（单位：元，%）

图表29：2012-2017年中国城乡居民医疗保健支出占消费支出的比例（单位：%）

图表30：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）

图表31：2011-2017年我国65岁以上人口数及比重情况（单位：亿人，%）

图表32：2000-2017年中国城乡人口结构分布图（单位：万人）

图表33：2012-2017年电子商务相关专利申请数量变化图（单位：项）

图表34：2012-2017年电子商务相关专利公开数量变化图（单位：项）

图表35：2017年我国电子商务相关专利分布领域（前十位）（单位：项）

图表36：2012-2017年获得药品网上交易资格证书的企业数量（单位：家）

图表37：2012-2017年医药流通行业销售规模及增长速度（单位：亿元，%）

图表38：2017年医药流通行业区域结构变化（分地区）（单位：%）

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/291088.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。