

2022-2028年中国医药行业 电子商务平台行业发展态势与市场全景评估报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2022-2028年中国医药行业电子商务平台行业发展态势与市场全景评估报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202201/260541.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

电子商务平台即是一个为企业或个人提供网上交易洽谈的平台。企业电子商务平台是建立在Internet网上进行商务活动的虚拟网络空间和保障商务顺利运营的管理环境；是协调、整合信息流、货物流、资金流有序、关联、高效流动的重要场所。企业、商家可充分利用电子商务平台提供的网络基础设施、支付平台、安全平台、管理平台等共享资源有效地、低成本地开展自己的商业活动。

随着网络技术的快速发展，医药电子商务作为新兴的运营模式在我国高速发展。医药电子商务的标准化和透明化，极大地减少了消费者与医药企业的流通交易环节，同时降低了医药企业和消费者的交易成本，对提高医药商品交易具有重要的意义。

现在国内已开展 B2C 电子商务的企业有复星医药、康美药业、上海医药等。主要运营模式分别是复星医药的导药网、挂号网、金象网、远程医疗、移动医疗；康美药业的康美之恋大健康平台、康美中药网“药材通”APP、网络医院、远程医疗；上海医药的电子处方平台、药品数据平台、患者数据平台、为患者提供处方药网上销售、健康管理等服务，并与京东签署战略合作，实现线上线下的融合。平台医药的代表企业是阿里健康，其运用第三方平台推动 B2C 的运营，构建“医+药”活力生态圈。医药平台资源及用户共享，并搭建完整医疗网络，实现一站式医疗服务的“未来医院”。

2015-2018年中国医药电商直报企业销售总额(不含A证)统计情况 中企顾问网发布的《2022-2028年中国医药行业电子商务平台行业发展态势与市场全景评估报告》共七章。首先介绍了中国医药行业电子商务平台行业市场发展环境、医药行业电子商务平台整体运行态势等，接着分析了中国医药行业电子商务平台行业市场运行的现状，然后介绍了医药行业电子商务平台市场竞争格局。随后，报告对医药行业电子商务平台做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国医药行业电子商务平台行业发展趋势与投资预测。您若想对医药行业电子商务平台产业有个系统的了解或者想投资中国医药行业电子商务平台行业，本报告是您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。 报告目录：第一章 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 行业定义1.1.2 分类及应用1.1.3 发展历程分析1.2 医药行业电子商务概况1.2.1 进入电子商务必要性分析1.2.2 发展现状1.2.3 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）政策变动分析（2）相关政策汇总与解读（3）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）相关政策分析（2）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 电子商务行业专利技术数量及变化趋势

第二章 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（2）企业数量规模（3）企业地区分布（4）医药商业市场规模（5）市场销售总额（6）区域销售分布（7）医药商业盈利分析（8）医药商业传统盈利模式（9）医药商业新兴盈利模式（10）医药商业盈利水平变化（11）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（3）药品类商品市场规模分析（4）中成药类商品市场规模分析（5）中药材类商品市场规模分析

当下新兴的人工智能、数据挖掘等高新技术也在推动中药产业的数字化变革，特别是在中医经验传承、提高中医健康管理效率和建设中医诊断智能化平台方面，作用尤为显著。此外，生产领域新工艺和新设备的涌现，也推动着中医加工工业的快速发展。

中国中药材市场规模2017年为1018亿元，2018年达到近1246亿元，预计2022年将达到1708亿元，2024年将超过2000亿元，年平均复合增长近10%。在国家一系列扶持政策驱动下，中药材的战略地位逐步凸显，中药材产业不断发展壮大，中药材市场规模扩大前景可观。

2017-2024年中国中药材市场规模及预测（6）医疗器械类商品市场规模分析（7）化学试剂类商品市场规模分析（8）玻璃仪器类商品市场规模分析（9）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）建设的必要性（2）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）驱动因素（2）制约因素（3）趋势分析（4）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（5

) 美国电子商务行业发展状况分析 (6) 欧洲电子商务行业发展状况分析 (7) 亚洲电子商务行业发展状况分析 (8) 其他地区电子商务发展状况分析 (9) 国际电子商务行业成功经验借鉴 (10) 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 (3) 中国电子商务交易规模 (4) 中国电子商务区域分布 (5) 中国电子商务行业分布 (6) 中国电子商务从业人员规模 (7) 中国电子商务行业市场竞争格局分析 (8) B2B电子商务竞争格局分析 (9) C2C电子商务竞争格局分析 (10) 中国电子商务行业发展趋势及前景预测 (11) 中国电子商务行业发展趋势 (12) 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 (7) 九州通——快批模式 (8) 太和模式——买卖全国 (9) 邦达模式——第三方医药物流 (10) 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 (4) 疫苗市场冷链需求分析 (5) 血液制品冷链需求分析 (6) 诊断试剂冷链需求分析 (7) 医药冷链物流市场存在问题 (8) 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

第三章 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 (2) 批发渠道 (3) 零售渠道 (4) 医药行业电子商务发展分析 (5) 促进因素分析 (6) 发展阶段分析 (7) 行业电子商务应用方式分析 (8) 行业电子商务经营模式分析 (9) 获得A证企业运营模式 (10) 获得B证企业运营模式 (11) 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) 2022-2028年年医药自营B2C市场预测 (2) 2022-2028年年医药平台B2C市场预测 (3) 2022-2028年年医药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(3) 第三方医药电子商务物流发展现状(4) 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

第四章 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

第五章 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 结构分析

5.1.2 现状分析

5.1.3 成本收益分析

5.1.4 案例分析

5.2 论坛营销模式与案例分析

5.2.1 结构分析

5.2.2 现状分析

5.2.3 成本收益分析

5.2.4 案例分析

5.3 博客营销模式与案例分析

5.3.1 结构分析

5.3.2 现状分析

5.3.3 成本收益分析

5.3.4 案例分析

5.4 微博营销模式与案例分析

5.4.1 结构分析

5.4.2 现状分析

5.4.3 成本收益分析

5.4.4 案例分析

5.5 视频营销模式与案例分析

5.5.1 结构分析

5.5.2 现状分析

5.5.3 成本收益分析

5.5.4 案例分析

5.6 问答营销模式与案例分析

5.6.1 结构分析

5.6.2 现状分析

5.6.3 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 结构分析

5.7.2 现状分析

5.7.3 成本收益分析

5.7.4 案例分析

5.8 企业新闻营销模式与案例分析

5.8.1 结构分析

5.8.2 现状分析

5.8.3 成本收益分析

5.8.4 案例分析

第六章 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 应用趋势分析

6.1.2 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)融资城市分布分析(5)融资单笔金额分析(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

第七章 中国医药行业领先电子商务网站运营分析

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(2)企业经营情况分析(3)企业物流配送体系分析(4)网站经营分析

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(2)企业经营情况分析(3)企业物流配送体系分析(4)网站经营分析

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(2)企业经营情况分析(3)企业物流配送体系分析(4)网站经营分析

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(2)企业经营情况分析(3)企业物流配送体系分析(4)网站经营分析

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(2)企业经营情况分析(3)企业物流配送体系分析(4)网站经营分析

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)网站简介(2)网站主营业务分析(3)网站首页布局分析(4)网站营销策略

7.2.2 中国药网

(1)网站简介(2)网站主营业务分析(3)网站首页布局分析(4)网站营销策略

7.2.3 医药网

(1)网站简介(2)网站主营业务分析(3)网站首页布局分析(4)网站营销策略

7.2.4 环球医药信息网

(1)网站简介(2)网站主营业务分析(3)网站首页布局分析(4)网站营销策略

7.2.5 州通医药网

(1)网站简介(2)网站主营业务分析(3)网站首页布局分析(4)网站营销策略

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)京东医药城品类规划(2)京东医药城经营情况(3)京东医药城入驻企业(4)京东医药城交易规模

7.3.2 天猫医药馆

(1)天猫医药馆品类规划(2)天猫医药馆经营情况(3)天猫医药馆入驻企业(4)天猫医药馆交易规模

7.3.3 一号店医药馆

(1)一号店医药馆品类规划(2)一号店医药馆经营情况(3)一号店医药馆入驻企业(4)一号店医药馆交易规模

() 部分图表目录：图表1：电子商务行业相关政策汇总与解读
图表2：医药行业相关政策汇总
图表3：医药行业发展规划汇总
图表4：中国电子商务行业“十三五”规划发展重点
图表5：2015-2019年中国国内生产总值(单位：万亿元，%)
图表6：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7：2015-2019年医药商业销售增速与GDP增速对比分析(单位：%)
图表8：2015-2019年社会消费品零售总额及其增速变化趋势图(单位：亿元，%)
图表9：2015-2019年中国电子商务交易规模(单位：万亿元，%)
图表10：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11：2015-2019年中国医疗机构卫生总费用统计(单位：亿元，%)
图表12

: 2015-2019年城乡居民人均医疗保健支出及预测 (单位:元,%) 图表13: 2015-2019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14: 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15: 2015-2019年我国65岁以上人口数及比重情况 (单位:亿人,%) 图表16: 2015-2019年中国城乡人口结构分布图 (单位:万人) 图表17: 2015-2019年电子商务相关专利申请数量变化图 (单位:项) 图表18: 2015-2019年电子商务相关专利公开数量变化图 (单位:项) 图表19: 2022-2028年电子商务行业专利技术数量预测 (单位:件) 图表20: 2015-2019年获得药品网上交易资格证书的企业数量 (单位:家) 图表21: 2015-2019年医药流通行业销售规模及增长速度 (单位:亿元,%) 图表22: 2015-2019年医药流通行业区域结构变化 (分省市) (单位:万元,%) 图表23: 2015-2019年医药商业盈利水平变化 (单位:%) 图表24: 2015-2019年医药流通行业销售类别分布情况 (单位:%) 图表25: 2015-2019年药品类商品销售增长趋势图 (单位:亿元,%) 图表26: 2015-2019年药品类销售额占七大类商品销售比重 (单位:%) 图表27: 2015-2019年中成药类商品销售增长趋势图 (单位:亿元,%) 图表28: 2015-2019年中成药类销售额占七大类商品销售比重 (单位:%) 图表29: 2015-2019年中药材类商品销售增长趋势图 (单位:亿元,%) 图表30: 2015-2019年中药材类销售额占七大类商品销售比重 (单位:%)

更多图表见正文……

详细请访问: <http://www.cction.com/report/202201/260541.html>