

2024-2030年中国网上药店 行业前景展望与产业竞争格局报告

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

《2024-2030年中国网上药店行业前景展望与产业竞争格局报告》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/202312/428046.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

中企顾问网发布的《2024-2030年中国网上药店行业前景展望与产业竞争格局报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局煤炭综采设备后市场服务行业的重要决策参考依据。 报告目录：第一章 网上药店运行浅析 25 第一节 国际网上药店政策规范 25 一、国际网上药店政策法规 25 二、国际网上药店管理经验 26 第二节 网上药店市场运行分析 27 一、网上药店运行特点分析 27 二、网上药店市场动态分析 28 三、网上药店面临的问题 29 第三节 网上药店主要国家运行分析 31 一、美国 31 二、欧洲 32 三、日本 32 第四节 网上药店运行趋势探析 33 第二章 网上药店市场运行环境解析 34 第一节 网上药店政策环境分析 34 一、中国网上药店政策内容与影响 34 二、中国网上药店现有管理法律及其存在的问题 34 第二节 网上药店经济环境运行分析 36 一、宏观经济 36 二、工业经济形势 39 三、固定资产投资 49 四、居民消费水平分析 58 五、工业发展形势分析 61 第三节 网上药店运行社会环境分析 67 一、中国网络购物迅速向大众普及 67 二、金融危机下中国网民热捧网络购物 69 三、网络购物跻身十大网络应用之列 70 四、地方规范开启网络购物有章可循大门 71 第四节 网上药店运行技术环境分析 74 一、中国网路建设情况 74 二、网上交易安全分析 75 第五节 网上药店市场宏观状况 78 一、网络购物渗透率 78 二、购物金额 79 三、各购物网站网络购物渗透率 80 四、购物网站用户市场份额 81 五、购物网站用户重合度 81 第三章 中国网上药店运行形势透析 83 第一节 中国网上药店运行动态分析 83 一、沪上第三家网上药店开通 83 二、同仁堂计划网上开店卖药 84 三、西部首家网上药开通 85 四、社保卡的施实对网上药店的影响 86 第二节 中国网上药店运行综述 87 一、中国网上药店所处发展阶段 87 二、中国网上药店发展提速 88 三、中外网上药店发展规划的比较刍议 89 四、中国网上药店经验借鉴（德国） 90 五、网上药店发展思路—具体方案 90 六、电子商务卡颠覆传统药店模式 92 七、网上药店发展思路—具体方案 网上药店“钱景”或许不再虚拟 93 第三节 中国网上药店市场存在的问题 97 一、违规经营普遍 97 二、消费者信任度不足 100 三、网上药店***销售成问题 100 四、网上药店监管问题探讨 101 五、制约中国网上药店发展的问题分析 102 第四节 中国网上药店发展对策分析 106 一、加大网上药店的管理力度 106 二、加大网上药店的宣传力度 107 三、提高网上药店的服务水准 107 四、做好网上药店的技术水准 107 第四章 中国网上药店供需分析 108 第一节 中国网上药店消费者群体分析 108 一、网上药店消费者人口特征分析 108 二、网上药店消费者需求区域分析 108 三、网上药店消费者消费容量分析 109 第二节 网上药店供给分析 109 一、网上药店数量分析 109 二、中国具网上售药资格药店规模 111 三、网上药店地域特征分

析 111 四、网上药店供给特征分析 112 第三节 中国网上药店市场面临三大难题 112 一、“不能报销”让消费者难享低价实惠 112 二、“门店送货”让网上药店左右为难 113 三、“不卖***”让网上药店痛失最大蛋糕 114 第五章 中国网络购物用户消费调研 115 第一节 中国网络购物用户特征 115 一、网龄 115 二、性别 116 三、学历 116 四、年龄 117 五、学生/非学生用户 118 六、月收入 119 第二节 中国网络购物商品类别 120 一、各类别商品网购用户规模 120 二、服饰类领衔网络购物热门商品排行榜 120 三、分城市级别的各类商品网购用户分布 121 四、各类商品网购用户群体差异 122 第三节 中国网络购物商品评论 123 一、网购用户药品评论情况 123 二、药品评论分布渠道 124 第四节 中国网络购物用户访问行为数据 124 一、购物网站月度覆盖人数 124 二、购物网站月度访问次数 125 三、购物网站月度浏览页面 126 四、购物网站月度浏览时间 127 第五节 中国网络购物用户其他行为分析 128 一、购物频率 128 二、网络购物用户商品浏览习惯 128 三、网络购物支付方式 130 四、不愉快的购物经历 131 第六章 网上药店相关主体特征分析 132 第一节 网上药店消费群体分析 132 一、网上药店宣传对消费者的影响分析 132 二、消费者对网上药店信任度分析 133 三、消费者购买的心理行为分析 134 四、消费者购买习惯分析 134 第二节 网上药店主体分析 137 一、开店资质分析 137 三、网上药店的赢利分析 137 四、网上药店物流配送分析 138 五、网路技术性分析 139 六、网上支付分析 140 七、网上药店服务水准分析 141 第七章 中国网上药店竞争新格局透析 142 第一节 中国网上药店竞争总况 142 一、网上药店加剧市场的竞争 142 二、网上药店异军突起 142 三、零售药企暗战网络药店 143 第二节 中国网上药店竞争优势分析 143 第三节 中国网上药店竞争策略分析 144 一、围剿网络黑药店亟待组合拳 144 二、买药网上药店大联盟 战略上合作策略上竞争 146 三、品牌差异化竞争策略乃药店生存之本 150 第四节 中国网上药店竞争趋势分析 153 第八章 中国网上药店主体药店综合竞争力分析 154 第一节 湖南老百姓医药连锁 155 一、企业发展简况分析 156 二、企业经营情况分析 157 三、企业经营优劣势分析 158 第二节 重庆同生药房 159 一、企业发展简况分析 160 二、企业经营情况分析 161 三、企业经营优劣势分析 162 第三节 惠好连锁网 163 一、企业发展简况分析 164 二、企业经营情况分析 165 三、企业经营优劣势分析 166 第四节 导药网 167 一、企业发展简况分析 168 二、企业经营情况分析 169 三、企业经营优劣势分析 170 第五节 百洋健康药房 171 一、企业发展简况分析 172 二、企业经营情况分析 173 三、企业经营优劣势分析 174 第六节 上海药房网 175 一、企业发展简况分析 176 二、企业经营情况分析 177 三、企业经营优劣势分析 178 第七节 药房网 176 一、企业发展简况分析 177 二、企业经营情况分析 178 三、企业经营优劣势分析 179 第八节 金象大药房网上商城 180 一、企业发展简况分析 181 二、企业经营情况分析 182 三、企业经营优劣势分析 183 第九节 盛生药房 184 一、企业发展简况分析 185 二、企业经营情况分析 186 三、企业经营优劣势分析 187 第十节 药品零售网 188 一

、企业发展简况分析189 二、企业经营情况分析190 三、企业经营优劣势分析191 第九章 中国网上药店投资战略分析 192 第一节中国网上药店行业投资机会分析 193 一、中国药品批发零售现状分析 194 二、网上药店投资特性分析 195 第二节中国网上药店行业投资风险预警 196 一、宏观调控政策风险 197 二、市场竞争风险 198 三、市场运营机制风险 199 四、网上药店技术风险分析 200 第三节中国网上药店投资趋势分析 201 一、违规网上药店加快向正规网上药店转变 202 二、开始加大对宣传的投资 203 第四节投资建议 204 第十章中国网上药店前景展望与趋势预测 205 第一节未来中国网络购物的前景展望 206 一、中国网络购物市场的前景无限美好 207 二、中国未来网络购物市场仍保持高速发展 208 三、中国网络购物市场规模预测 209 四、2018年左右中国网络购物将到达成熟期 210 五、中国网络购物模式发展的融合趋势 211 六、中国网络购物行为未来发展七大趋势探析 212 第二节中国网上药店前景预测分析 213 一、网上药店短期内不会进入快速发展阶段 214 二、我国网上药店发展趋势探讨 215 三、网上药店市场盈利预测分析 216 略••••完整报告请咨询客服 图表目录 图表 1 我国季度gdp增长率 单位：% 37 图表 2 我国三产业增加值季度增长率 单位：% 37 图表 3 我国季度gdp增长率 单位：% 39 图表 4 我国固定资产投资情况 50 图表 5 各地区固定资产投资（不含农户）情况 52 图表 6 我国固定资产（不含农户）增速情况 54 图表 7 固定资产投资走势图 单位：% 55 图表 8 东、中、西部地区固定资产投资走势图 单位：% 55 图表 9 我国cpi、ppi运行趋势 单位：% 58 图表 10 企业商品价格指数走势 59 图表 11工业增加值 61 图表 12 主要工业产品产量及其增长速度 62 图表 13 规模以上工业企业实现利润及其增长速度 64 图表 14 网络应用使用率排名变化 70 图表 15 度中国网购消费力十大城市(成交金额) 79 图表 16 度中国网购消费力十大城市(成交金额百分比) 79 图表 17 27家网上药店一览表 109 图表 18 不同城市网购网民的网龄 115 图表 19 不同购物网站用户性别结构比较 116 图表 20 网购用户学历结构 116 图表 21 不同城市网购网民学历结构 117 图表 22 不同城市网购网民年龄结构 118 图表 23 不同购物网站用户年龄结构 118 图表 24 不同购物网站用户中的学生/非学生比例 118 图表 25 网购用户月收入结构 119 图表 26 不同城市网购网民月收入结构 119 图表 27 不同购物网站用户的月收入结构 120 图表 28 不同城市网民购买商品情况 121 图表 29 商品网购用户的性别分布 122 图表 30 商品网购用户的学历分布 123 更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202312/428046.html>