

2020-2026年中国网上药店 行业发展态势与投资方向研究报告

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

《2020-2026年中国网上药店行业发展态势与投资方向研究报告》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/202007/176351.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

随着在线购买健康产品的普及、制药公司的推广、处方外流的大趋势以及电子处方的推广，预计未来我国药品B2C渠道将维持41.9%的高年复合增长率，并于2026年达到6723亿人民币的水平，医药电商市场前景广阔。另外有数据统计，过去6年，中国医药电商销售规模年均复合增长率达到55.5%，医药电商占药品终端市场的比例年均复合增长率高达37.6%，我国医药电商已进入快速发展阶段。

移动互联时代，“场景”无处不在。电商的场景化服务重构人、商品、空间三者关系，建立无界零售、跨界融合的服务体系。医药电商的场景化服务模式，能够通过“O2O一小时药必达”解决紧急用药的问题、“智能问诊”解决如何合理用药的问题以及“远程问诊服务”有效缓解目前大多数人看病难的问题。

作为中国互联网医疗健康行业的一部分，医药B2C业务的交易总额自2012年至2016年增长近十倍，复合年增长率为77.2%，于2016年增至人民币200亿元。该经中国B2C渠道的药品、医疗设备及营养保健品的交易总额2016年网上药店市场规模达48亿元，占全国医药市场0.32%，同比增长50.0%，6年复合增长84.9%。2011-2019年中国医药电商市场规模走势

中企顾问网发布的《2020-2026年中国网上药店行业发展态势与投资方向研究报告》共十一章。首先介绍了中国网上药店行业市场发展环境、网上药店整体运行态势等，接着分析了中国网上药店行业市场运行的现状，然后介绍了网上药店市场竞争格局。随后，报告对网上药店做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国网上药店行业发展趋势与投资预测。若您想对网上药店产业有个系统的了解或者想投资中国网上药店行业，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 网上药店行业相关概述

第一节 网上药店行业的概念

一、网上药店行业的定义

二、网上药店行业的特点

三、网上药店行业的分类

四、我国网上药店行业商业模式分析

第二节 网上药店行业发展成熟度

一、行业发展周期分析

二、行业中外市场成熟度对比

三、网上药店行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 2019年网上药店市场运行环境解析

第一节 2019年网上药店政策环境分析

一、中国网上药店政策内容与影响

二、中国网上药店现有管理法律及其存在的问题

第二节 2019年网上药店经济环境运行分析

一、宏观经济

二、工业经济形势

三、固定资产投资

四、居民消费水平分析

五、工业发展形势分析

第三节 2019年网上药店运行社会环境分析

一、中国网络购物迅速向大众普及

二、贸易战下中国网民热捧网络购物

三、2019年网络购物跻身十大网络应用之列

四、2019年地方规范开启网络购物有章可循大门

第四节 2019年网上药店运行技术环境分析

一、中国网路建设情况

二、网上交易安全分析

第五节 2019年网上药店市场宏观状况

一、网络购物渗透率

二、购物金额

三、各购物网站网络购物渗透率

四、购物网站用户市场份额

五、购物网站用户重合度

第三章 2019年中国网上药店运行形势透析

第一节 2019年中国网上药店运行动态分析

- 一、沪上第三家网上药店开通
- 二、同仁堂计划网上开店卖药
- 三、西部首家网上药开通
- 四、社保卡的施实对网上药店的影响

第二节 2019年中国网上药店运行综述

- 一、中国网上药店所处发展阶段
- 二、中国网上药店发展提速
- 三、中外网上药店发展规划制的比较与议
- 四、中国网上药店经验借鉴（德国）
- 五、网上药店发展思路—具体方案
- 六、电子商务卡颠覆传统药店模式
- 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

第三节 2019年中国网上药店市场存在的问题

- 一、违规经营普遍
- 二、消费者信任度不足

2016年我国零售药店终端（含药品和非药品）的销售规模为4929亿元，其中实体药店销售规模占了94.2%的份额，网上药店（含药品和非药品）占5.8%，零售市场仍以实体药店为主力2013-2016年我国实体药店和网上药店（含药品和非药品）销售额占比

- 三、网上药店***销售成全球问题
- 四、网上药店监管问题探讨
- 五、制约中国网上药店发展的问题分析

第四节 2019年中国网上药店发展对策分析

- 一、加大网上药店的管理力度
- 二、加大网上药店的宣传力度
- 三、提高网上药店的服务水准
- 四、做好网上药店的技术水准

第四章 2019年中国网上药店供需分析

第一节 2019年中国网上药店消费者群体分析

- 一、网上药店消费者人口特征分析
- 二、网上药店消费者需求区域分析

三、网上药店消费者消费容量分析

第二节 2019年网上药店供给分析

一、网上药店数量分析

二、中国具网上售药资格药店规模

三、网上药店地域特征分析

四、网上药店供给特征分析

第三节 2019年中国网上药店市场面临三大难题

一、“不能报销”让消费者难享低价实惠

二、“门店送货”让网上药店左右为难

三、“不卖***”让网上药店痛失最大蛋糕

第五章 2019年中国网络购物用户消费调研

第一节 2019年中国网络购物用户特征

一、网龄

二、性别

三、学历

四、年龄

五、学生/非学生用户

六、月收入

第二节 2019年中国网络购物商品类别

一、各类别商品网购用户规模

二、服饰类领衔网络购物热门商品排行榜

三、分城市级别各类商品网购用户分布

四、各类商品网购用户群体差异

第三节 2019年中国网络购物商品评论

一、网购用户药品评论情况

二、药品评论分布渠道

第四节 2019年中国网络购物用户访问行为数据

一、购物网站月度覆盖人数

二、购物网站月度访问次数

三、购物网站月度浏览页面

四、购物网站月度浏览时间

第五节 2019年中国网络购物用户其他行为分析

- 一、购物频率
- 二、网络购物用户商品浏览习惯
- 三、网络购物支付方式
- 四、不愉快的购物经历

第六章 2019年网上药店相关主体特征分析

第一节 2019年网上药店消费群体分析

- 一、网上药店宣传对消费者的影响分析
- 二、消费者对网上药店信任度分析
- 三、消费者购买的心理行为分析
- 四、消费者购买习惯分析

第二节 2019年网上药店主体分析

- 一、开店资质分析
- 三、网上药店的赢利分析
- 四、网上药店物流配送分析
- 五、网路技术性分析
- 六、网上支付分析
- 七、网上药店服务水准分析

第七章 2019年中国网上药店竞争新格局透析

第一节 2019年中国网上药店竞争总况

- 一、网上药店加剧市场的竞争
- 二、网上药店异军突起
- 三、零售药企暗战网络药店

第二节 中国网上药店竞争优势分析

第三节 2019年中国网上药店竞争策略分析

- 一、围剿网络黑药店亟待组合拳
- 二、买药网上药店大联盟 战略上合作策略上竞争
- 三、品牌差异化竞争策略乃药店生存之本

第四节 2020-2026年中国网上药店竞争趋势分析

第八章 2019年中国网上药店主体药店综合竞争力分析

第一节 湖南老百姓医药连锁

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第二节 重庆同生药房

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第三节 惠好连锁网

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第四节 导药网

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第五节 百洋健康药房

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第六节 上海药房网

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第七节 药房网

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第八节 金象大药房网上商城

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第九节 盛生药房

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第十节 药品零售网

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第九章 2020-2026年中国网上药店投资战略分析

第一节 2020-2026年中国网上药店行业投资机会分析

一、中国药品批发零售现状分析

二、网上药店投资特性分析

第二节 2020-2026年中国网上药店行业投资风险预警

一、宏观调控政策风险

二、市场竞争风险

三、市场运营机制风险

四、网上药店技术风险分析

第三节 2020-2026年中国网上药店投资趋势分析

一、违规网上药店加快向正规网上药店转变

二、开始加大对宣传的投资

第四节 投资建议

第十章 2020-2026年中国网上药店前景展望与趋势预测

第一节 未来中国网络购物的前景展望

一、中国网络购物市场的前景无限美好

二、中国未来网络购物市场仍保持高速发展

三、2020-2026年中国网络购物市场规模预测

四、2019年左右中国网络购物将到达成熟期

五、中国网络购物模式发展的融合趋势

六、中国网络购物行为未来发展七大趋势探析

第二节 2020-2026年中国网上药店前景预测分析

一、网上药店短期内不会进入快速发展阶段

二、我国网上药店发展趋势探讨

三、网上药店市场盈利预测分析

图表目录：

图表 1 2007-2019年我国季度gdp增长率 单位：%

图表 2 2012-2019年我国三产业增加值季度增长率 单位：%

图表 3 2012-2019年我国季度gdp增长率 单位：%

图表 4 2019年我国固定资产投资情况

图表 5 2019年各地区固定资产投资（不含农户）情况

图表 6 2019年我国固定资产（不含农户）增速情况

图表 7 2012-2019年固定资产投资走势图 单位：%

图表 8 2012-2019年东、中、西部地区固定资产投资走势图 单位：%

图表 9 2012-2019年我国cpi、ppi运行趋势 单位：%

图表 10 2012-2019年企业商品价格指数走势

图表 11 2011-2019年工业增加值

图表 12 2019年主要工业产品产量及其增长速度

图表 13 2019年规模以上工业企业实现利润及其增长速度

图表 14 2012-2018网络应用使用率排名变化

图表 15 2013-2019年度中国网购消费力十大城市（成交金额）

图表 16 2013-2019年度中国网购消费力十大城市（成交金额百分比）

图表 17 27家网上药店一览表

图表 18 不同城市网购网民的网龄

图表 19 不同购物网站用户性别结构比较

图表 20 网购用户学历结构

图表 21 不同城市网购网民学历结构

图表 22 不同城市网购网民年龄结构

图表 23 不同购物网站用户年龄结构

图表 24 不同购物网站用户中的学生/非学生比例

图表 25 网购用户月收入结构

图表 26 不同城市网购网民月收入结构

图表 27 不同购物网站用户的月收入结构

图表 28 不同城市网民购买商品情况

图表 29 商品网购用户的性别分布

图表 30 商品网购用户的学历分布

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202007/176351.html>