中国互联网+生物技术行业商业模式创新与投资机会深度研究报告

目 录

CONTENTS

第1章：中国互联网+生物技术行业发展综述
1.1 “互联网+生物技术”行业概念界定
1.1.1 “互联网+”的提出及内涵
（1）“互联网+”的提出
（2）“互联网+”的内涵
1.1.2 “互联网+生物技术”行业的内涵
1.2 中国互联网+生物技术行业发展背景
1.2.1 中国互联网+生物技术行业政策背景分析
（1）行业发展政策解读
（2）行业发展规划分析
1.2.2 中国互联网+生物技术行业经济背景分析
（1）宏观经济环境分析
（2）关联产业发展背景
1.2.3 中国互联网+生物技术行业技术背景分析
（1）云计算技术发展现状及未来趋势分析
（2）物联网技术发展现状及未来趋势分析
（3）通信技术的发展现状及未来趋势分析
第2章：中国互联网+生物技术行业发展现状及前景
2.1 中国互联网+生物技术行业市场发展阶段分析
2.1.1 前瞻对互联网+生物技术行业发展阶段的研究
2.1.2 中国互联网+生物技术行业细分阶段发展特点
2.2 互联网给生物技术行业带来的冲击和变革分析
2.2.1 互联网时代生物技术行业大环境变化分析
2.2.2 互联网给生物技术行业带来的机会分析
（1）改变了消费者的消费习惯
（2）打破了信息的不对称性格局
（3）大数据推动资源利用最大化
2.2.3 互联网给生物技术行业带来的挑战分析
（1）对生物技术企业营销提出新的要求
（2）对生物技术企业传统组织管理的冲击及要求
（3）对生物技术企业传统客户关系管理模式的挑战
2.2.4 互联网+生物技术行业融合创新机会分析
（1）互联网+给生物技术行业带来突破机遇
（2）互联网+有利于对生物技术行业产品的供应链进行重构
2.3 中国互联网+生物技术行业市场发展现状分析
2.3.1 中国互联网+生物技术行业投资布局分析
（1）中国互联网+生物技术行业投资切入方式
（2）中国互联网+生物技术行业投资规模分析
（3）中国互联网+生物技术行业投资业务布局
2.3.2 生物技术行业目标客户互联网渗透率分析
2.3.3 中国互联网+生物技术行业市场规模分析
2.3.4 中国互联网+生物技术行业竞争格局分析
（1）中国互联网+生物技术行业参与者结构
（2）中国互联网+生物技术行业竞争者类型
（3）中国互联网+生物技术行业市场占有率
2.4 中国互联网+生物技术行业市场发展前景分析
2.4.1 中国互联网+生物技术行业市场增长动力分析
2.4.2 中国互联网+生物技术行业市场发展瓶颈剖析
2.4.3 中国互联网+生物技术行业市场发展趋势分析
2.5 中国生物技术行业电商发展现状及前景预测
2.5.1 中国生物技术行业电商总体开展情况

2.5.2 中国生物技术行业电商产品/服务品类
2.5.3 中国生物技术行业电商盈利情况分析
2.5.4 中国生物技术行业电商市场前景分析
第3章：中国互联网+生物技术行业商业模式创新策略
3.1 关于商业模式研究的基本思想介绍
3.1.1 商业模式的定义及与其他模式的比较
（1）商业模式定义
（2）商业模式与其他模式的比较
（3）商业模式与其他模式的关系
3.1.2 商业模式的核心构成要素及构建流程
（1）商业模式的九大要素
（2）商业模式的核心要素
（3）商业模式的构建流程
3.2 中国互联网+生物技术行业市场定位创新分析
3.2.1 中国生物技术行业消费者特征分析
3.2.2 中国生物技术行业企业主流的市场定位分析
3.2.3 互联网对生物技术行业市场定位的变革分析
3.3 中国互联网+生物技术行业价值主张创新分析
3.3.1 中国生物技术行业主要的客户价值主张要素分析
（1）改善农业生产，解决食品短缺
（2）提高生命质量，延长人类寿命
（3）解决能源危机，治理环境污染
（4）改造传统工业，促进绿色发展
3.3.2 互联网+生物技术行业价值主张创新策略分析
（1）传播医疗知识帮助消费者决策
（2）提供平台加强医生与患者沟通
（3）解决方案协调统一各方面利益
3.3.3 互联网+生物技术行业价值主张创新优秀案例
3.4 中国互联网+生物技术行业渠道通路创新分析
3.4.1 中国生物技术行业渠道通路的主要类别及特点分析
（1）价值传递通路的定义及特点
（2）产品销售渠道的定义及特点
（3）现有渠道通路特点的优势及不足
（4）互联网对渠道通路的改造分析
3.4.2 互联网对生物技术行业渠道通路的颠覆性变革分析
（1）行业供应链及价值链面临重构
（2）由传统产品驱动向用户驱动转变
（3）通过互联网突破技术和人才壁垒
3.4.3 互联网+生物技术行业网络媒体广告宣传策略分析
3.4.4 互联网+生物技术行业电商渠道构建策略分析
3.4.5 互联网+生物技术行业渠道通路创新优秀案例
3.5 中国互联网+生物技术行业客户关系创新分析
3.5.1 中国生物技术行业客户关系的类别及关系成本分析
3.5.2 中国互联网+生物技术行业客户关系创新路径分析
3.5.3 中国互联网+生物技术行业客户关系创新优秀案例
3.6 中国互联网+生物技术行业收入来源创新分析
3.6.1 中国生物技术行业收入的主要来源渠道及特点
3.6.2 中国互联网+生物技术行业收入来源的创新分析
3.7 中国互联网+生物技术行业合作伙伴创新分析
3.7.1 中国生物技术行业主要的合作伙伴及其特点分析
3.7.2 互联网如何改变生物技术行业合作伙伴结构
3.7.3 互联网下生物技术行业新增合作伙伴的特点
3.8 中国互联网+生物技术行业成本结构优化分析
3.8.1 中国生物技术行业主要成本结构及特点分析
3.8.2 互联网下生物技术行业成本结构的优化路径
3.8.3 互联网下生物技术行业成本结构优化优秀案例
第4章：中国生物技术行业企业电商战略规划及模式选择
4.1 中国生物技术行业企业电商战略规划分析
4.1.1 生物技术企业电商如何正确定位

4.1.2 生物技术电商核心业务确定策略
4.1.3 生物技术企业电商化组织变革策略
4.2 中国生物技术行业典型电商发展模式总体分析
4.2.1 中国电子商务主流模式分析
4.2.2 B2B电商模式及其优劣势分析
（1）B2B电商模式的特点
（2）B2B电商模式的适用范围
（3）B2B电商模式的优秀案例
（4）B2B电商模式的优劣势
4.2.3 B2C电商模式及其优劣势分析
（1）B2C电商模式的特点
（2）B2C电商模式的适用范围
（3）B2C电商模式的优秀案例
（4）B2C电商模式的优劣势
4.2.4 C2C电商模式及其优劣势分析
（1）C2C电商模式的特点
（2）C2C电商模式的适用范围
（3）C2C电商模式的优秀案例
（4）C2C电商模式的优劣势
4.2.5 O2O电商模式及其优劣势分析
（1）O2O电商模式的特点
（2）O2O电商模式的适用范围
（3）O2O电商模式的优秀案例
（4）O2O电商模式的优劣势
4.3 中国生物技术行业企业电商切入模式及发展路径
4.3.1 借助第三方平台模式
（1）借助第三方平台的优劣势分析
（2）借助第三方平台运营成本分析
（3）借助第三方平台的渠道通路分析
（4）借助第三方平台经营效益分析
（5）借助第三方平台的关键资源能力分析
（6）借助第三方平台的经营风险分析
4.3.2 自建B2C官网平台模式
（1）自建B2C官网平台的优劣势分析
（2）自建B2C官网平台运营成本分析
（3）自建B2C官网平台的渠道通路分析
（4）自建B2C官网平台的核心能力分析
（5）自建B2C官网平台的经营风险分析
（6）自建B2C官网平台的优秀案例分析——康美药业
4.3.3 开展O2O电商模式开展
（1）生物技术企业O2O模式的优劣势分析
（2）生物技术企业开展O2O电商模式的业务布局分析
（3）生物技术行业企业开展O2O电商模式的渠道通路分析
（4）生物技术行业企业开展O2O电商模式的关键资源能力
（5）生物技术行业企业开展O2O电商模式的经营风险分析
（6）生物技术行业企业开展O2O电商模式的优秀案例——上海医药
4.4 中国生物技术行业移动电商切入路径及典型产品
4.4.1 中国生物技术行业移动电商的商业价值分析
（1）移动电商的商业价值分析
（2）中国移动互联网发展现状
（3）中国移动互联网前景预测
4.4.2 中国生物技术行业移动电商市场发展现状
4.4.3 中国生物技术行业移动电商市场切入路径
4.4.4 中国生物技术行业移动电商典型产品形式
4.4.5 中国生物技术行业移动电商发展趋势及前景
第5章：中国互联网+生物技术商业模式创新优秀案例剖析
5.1 云南沃森生物技术股份有限公司
5.1.1 企业基本信息分析
5.1.2 企业经营情况分析

（1）主要经济指标分析
（2）企业盈利能力分析
（3）企业运营能力分析
（4）企业偿债能力分析
（5）企业发展能力分析
5.1.3 企业产品/服务分析
5.1.4 企业盈利模式分析
5.1.5 企业渠道通路分析
5.1.6 企业合作伙伴分析
5.1.7 企业商业模式评价
5.2 天津瑞普生物技术股份有限公司
5.2.1 企业基本信息分析
5.2.2 企业经营情况分析
（1）主要经济指标分析
（2）企业盈利能力分析
（3）企业运营能力分析
（4）企业偿债能力分析
（5）企业发展能力分析
5.2.3 企业产品/服务分析
5.2.4 企业盈利模式分析
5.2.5 企业渠道通路分析
5.2.6 企业合作伙伴分析
5.2.7 企业投资情况分析
5.2.8 企业商业模式评价
5.3 博雅生物制药集团股份有限公司
5.3.1 企业基本信息分析
5.3.2 企业经营情况分析
（1）主要经济指标分析
（2）企业盈利能力分析
（3）企业运营能力分析
（4）企业偿债能力分析
（5）企业发展能力分析
5.3.3 企业产品/服务分析
5.3.4 企业盈利模式
5.3.5 企业渠道通路分析
5.3.6 企业合作伙伴分析
5.3.7 企业融资情况分析
5.3.8 企业商业模式评价
5.4 安琪酵母股份有限公司
5.4.1 企业基本信息分析
5.4.2 企业经营情况分析
（1）主要经济指标分析
（2）企业盈利能力分析
（3）企业运营能力分析
（4）企业偿债能力分析
（5）企业发展能力分析
5.4.3 企业产品/服务分析
5.4.4 企业盈利模式分析
5.4.5 企业渠道通路分析
5.4.6 企业合作伙伴分析
5.4.7 企业融资情况分析
5.4.8 企业商业模式评价
5.5 深圳湃尔生物科技有限公司
5.5.1 企业基本信息分析
5.5.2 企业经营情况分析
5.5.3 企业产品/服务分析
5.5.4 企业盈利模式分析
5.5.5 企业渠道通路分析
5.5.6 企业合作伙伴分析

5.5.7 企业商业模式评价
第6章：中国互联网+生物技术行业市场投资机会及建议
6.1 中国互联网+生物技术行业投资特性及风险
6.1.1 互联网+生物技术行业投资壁垒分析
（1）政策壁垒
（2）技术壁垒
（3）市场壁垒
6.1.2 互联网+生物技术行业投资特性分析
6.1.3 互联网+生物技术行业投资风险分析
（1）行业政策风险
（2）行业技术风险
（3）生产风险
6.2 中国互联网+生物技术行业投融资现状及趋势
6.2.1 中国互联网+生物技术行业投资现状及趋势
（1）中国互联网+生物技术行业投资情况分析
（2）各投资细分领域结构分析
（3）各融资主体投资规模结构分析
6.2.2 中国互联网+生物技术行业融资现状及趋势
（1）中国互联网+生物技术行业融资情况分析
（2）各融资主体融资轮次分析
6.3 中国互联网+生物技术行业投资机会及建议
6.3.1 中国互联网+生物技术行业投资机会分析
6.3.2 前瞻关于互联网+生物技术行业的投资建议
第7章：中国大型企业互联网+生物技术投资布局分析
7.1 中国上市公司“互联网+生物技术”投资布局
7.1.1 江苏恒瑞医药股份有限公司
（1）企业基本信息分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业互联网+生物技术投资布局
（4）企业互联网+生物技术产品/服务分析
（5）企业经营优劣势分析
（6）企业最新发展动向
7.1.2 上海复星医药（集团）股份有限公司
（1）企业基本信息分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业互联网+生物技术投资布局
（4）企业互联网+生物技术产品/服务分析
（5）企业经营优劣势分析
（6）企业最新发展动向
7.1.3 康美药业股份有限公司
（1）企业基本信息分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业互联网+生物技术投资布局
（4）企业互联网+生物技术产品/服务分析
（5）企业经营优劣势分析
（6）企业最新发展动向
7.1.4 广州白云山医药集团股份有限公司
（1）企业基本信息分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业互联网+生物技术投资布局
（4）企业互联网+生物技术产品/服务分析
（5）企业经营优劣势分析
（6）企业最新发展动向
7.1.5 中山大学达安基因股份有限公司
（1）企业基本信息分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业互联网+生物技术投资布局
（4）企业互联网+生物技术产品/服务分析
（5）企业优劣势分析

7.2 大型互联网企业“互联网+生物技术”投资布局
7.2.1 百度
（1）企业基本信息分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业互联网+生物技术的优势
（4）企业互联网+生物技术投资布局
（5）企业互联网+生物技术产品/服务分析
（6）企业发展动向分析
7.2.2 阿里巴巴
（1）企业基本信息分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业互联网+生物技术的优势
（4）企业互联网+生物技术投资布局
（5）企业互联网+生物技术产品/服务分析
（6）公司发展动态分析
7.2.3 腾讯公司
（1）企业基本信息分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业互联网+生物技术的优势
（4）企业互联网+生物技术投资布局
（5）企业互联网+生物技术产品/服务分析
（6）企业发展动向分析

图表目录

图表1：“互联网+”的内涵分析
图表2：2018-2023年互联网+生物技术行业政策一览
图表3：《促进生物产业加快发展的若干政策》重点发展领域
图表4：《国务院关于加快培育和发展战略性新兴产业的决定》关于生物产业的规划
图表5：《产业结构调整和指导目录（2011版）》关于生物产业的项目
图表6：《国家中长期科学和技术发展规划纲要（2019-2024年）》关于生物技术的规划
图表7：“十四五”国家科技创新规划关于生物技术的规划内容
图表8：国家战略性新兴产业“十四五”规划关于生物医药方面的规划内容
图表9：生物产业“十四五”规划主要目标
图表10：2023年生物产业市场规模发展目标
图表11：生物产业“十四五”规划关于生物医药的规划内容
图表12：生物产业“十四五”规划关于生物农业的规划内容
图表13：生物产业“十四五”规划关于生物制造的规划内容
图表14：生物产业“十四五”规划关于生物能源的规划内容
图表15：生物医药行业“十四五”规划相关内容
图表16：《生物质能发展“十四五”规划》主要目标
图表17：《生物质能发展“十四五”规划》对生物天然气的建设布局
图表18：《生物质能发展“十四五”规划》对生物质成型燃料的建设布局
图表19：《生物质能发展“十四五”规划》对生物质发电的建设布局
图表20：《可再生能源发展“十四五”规划》主要目标
图表21：到2020年我国生物质燃料利用量目标分析（单位：万吨）
图表22：生物质固体成型燃料发展目标分析（单位：万吨）
图表23：2023年和2020年我国生物液体燃料目标分析（单位：万吨）
图表24：“十四五”生物技术创新专项规划有关互联网+生物技术的相关内容
图表25：2018-2023年全球经济增速（单位：%）
图表26：2018-2023年美国国内生产总值（单位：万亿美元）
图表27：2018-2023年日本国内生产总值（单位：万亿日元）
图表28：2015-2023年欧元区和欧盟28国GDP环比增长情况（单位：%）
图表29：2018-2023年中国GDP年增长率走势图（单位：万亿元，%）
图表30：2018-2023年中国工业增加值及增长率走势图（单位：万亿元，%）
图表31：2018-2023年中国社会消费品零售总额增长走势图（单位：亿元，%）

图表32：2018-2023年中国GDP增速与生物技术产业规模增速对比图（单位：%）
图表33：2018-2023年中国网络购物市场交易规模及增速（单位：万亿元，%）
图表34：2018-2023年中国网络购物在社会消费品零售总额中的占比（单位：%）
图表35：2018-2023年网络购物市场交易规模结构及预测（单位：%）
图表36：2018-2023年电子商务市场交易规模情况及预测（单位：万亿元，%）
图表37：2018-2023年中国大数据市场规模情况及预测（单位：亿元，%）
图表38：2018-2023年中国网民规模和互联网普及率（单位：亿人，%）
图表39：2018-2023年中国手机网民规模及增速（单位：亿人，%）
图表40：2016-2023年网民网络接入情况（单位：%）
图表41：关联产业发展对行业的相关影响
图表42：2018-2023年中国公有云市场规模及增速（单位：亿元，%）
图表43：云计算技术的发展趋势
图表44：2019-2024年中国物联网产业规模及增速（单位：亿元，%）
图表45：物联网技术的发展趋势
图表46：通信技术的发展现状
图表47：通信技术的发展趋势
图表48：行业生命周期各阶段发展特征
图表49：互联网+生物技术行业各发展阶段特点（单位：%）
图表50：2018-2023年网络零售占社会消费品零售总额的比重（单位：%）
图表51：生物技术电子商务重构前的供应链
图表52：生物技术电子商务重构后的供应链
图表53：生物技术企业融资额度分布（单位：个，%）
图表54：生物技术企业融资领域分布（单位：%）
图表55：2018-2023年我国医药B2C市场规模及同比增速（单位：亿元，%）
图表56：2019-2023年中国生物医药规模及增长情况（单位：亿元，%）
图表57：互联网+生物技术行业参与者结构
图表58：互联网+生物技术行业竞争者类型分析
图表59：2018-2023年中国生物技术产业规模及增长情况（单位：亿元，%）
图表60：2018-2023年中国电子商务交易规模及增速（单位：万亿元，%）
图表61：2023年生物产业市场规模发展目标
图表62：我国互联网药品交易服务资格证书对应电商形式
图表63：2023年医药电商B2C市场交易品类格局（单位：%）
图表64：2023年医药电商B2C市场交易品类格局（单位：%）
图表65：医药电商盈利模式与竞争趋势
图表66：国内外医药电商盈利能力比较（单位：%）
图表67：2019-2024年医药行业电子商务B2C渠道销售规模预测（单位：亿元，%）
图表68：商业模式与其它模式的区别
图表69：商业模式与其它模式的联系
图表70：商业模式九大要素关系图
图表71：一般行业盈利公式
图表72：价值传递通路的功能
图表73：产品分销渠道的特点
图表74：行业价值链重组示意图
图表75：客户关系的类别及成本分析
图表76：生物技术企业电商如何正确定位
图表77：生物技术行业电商核心业务确定策略
图表78：中国电子商务主流模式
图表79：阿里巴巴盈利模式构成要素分析
图表80：B2B电商模式的优劣势分析
图表81：沪江网基本信息表
图表82：B2C电商模式的优劣势分析
图表83：C2C电商模式（以淘宝网为例）的商业模式特点分析
图表84：C2C电商模式的优劣势分析
图表85：O2O电商模式（苏宁云商）的应用模式分析
图表86：O2O电商模式（苏宁云商）的应用模式分析
图表87：O2O电商模式的优劣势分析
图表88：借助第三方平台切入模式的优劣势
图表89：天猫医药馆技术服务费收费标准（单位：%，元）
图表90：生物技术行业企业借助第三方平台的关键资源能力

图表91：生物技术企业自建B2C官网的优劣势分析
图表92：中国B2C电子商务成本
图表93：生物技术行业企业自建B2C官网平台的关键资源能力分析
图表94：生物技术行业企业开展O2O电商模式的优劣势
图表95：生物技术行业企业开展O2O电商模式的业务布局
图表96：O2O模式线上线下渠道打通的策略
图表97：生物技术企业开展O2O电商模式的关键资源能力
图表98：2018-2023年中国移动互联网市场规模（单位：亿元，%）
图表99：2018-2023年上半年中国手机网民规模及占比变化趋势（单位：亿，%）
图表100：2015-2023年我国网络购物和手机网络购物用户规模及使用率（单位：万人，%）
图表101：2019-2024年我国移动互联网市场规模预测（单位：亿元）
图表102：2019-2024年我国移动互联网用户规模预测（单位：亿人）
图表103：云南沃森生物技术股份有限公司基本信息表
图表104：2018-2023年云南沃森生物技术股份有限公司运营能力分析（单位：次）
图表105：天津瑞普生物技术股份有限公司基本信息表
图表106：2018-2023年天津瑞普生物技术股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）
图表107：2018-2023年天津瑞普生物技术股份有限公司盈利能力分析（单位：%）
图表108：2018-2023年天津瑞普生物技术股份有限公司运营能力分析（单位：次）
图表109：2018-2023年天津瑞普生物技术股份有限公司偿债能力分析（单位：%，倍）
图表110：2018-2023年天津瑞普生物技术股份有限公司发展能力分析（单位：%）
图表111：养殖宝的主要功能介绍
图表112：2023年天津瑞普生物技术股份有限公司的营收结构（单位：亿元，%）
图表113：天津瑞普生物技术股份有限公司的主要合作伙伴
图表114：2018-2023年安琪酵母股份有限公司发展能力分析（单位：%）
图表115：深圳湃尔生物科技有限公司基本信息表
图表116：深圳湃尔生物科技有限公司的检测设备
图表117：深圳湃尔生物科技有限公司服务与支持
图表118：深圳湃尔生物科技有限公司的主要合作伙伴
图表119：互联网+生物技术行业市场投资特性分析
图表120：互联网+生物技术行业政策风险分析
略····完整目录请咨询客服

如需了解报告详细内容，请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线：400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件：service@qianzhan.com

或登录网站：https://bg.qianzhan.com/

我们会竭诚为您服务！