中国互联网+医药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：互联网环境下医药行业发展现状

1.1 中国互联网发展概况

1.1.1 互联网普及应用增长分析

1.1.2 网络购物市场发展情况分析

（1）电子商务发展规模

（2）网络零售市场交易规模

1.1.3 移动互联网发展情况分析

（1）移动互联网网民规模

（2）移动网购市场规模

1.1.4 互联网技术基础设施及资源应用分析

（1）基础资源总体情况

（2）IP地址

（3）域名

（4）网站

（5）移动互联网接入流量

1.2 互联网环境下医药行业的机会与挑战

1.2.1 互联网时代医药行业大环境如何变化

（1）政策总体积极鼓励，促进互联网时代医药行业的发展

（2）医疗服务流程线上化、数字化趋势凸显

1.2.2 互联网给医药行业带来的机遇分析

1.2.3 互联网给医药行业带来的挑战分析

1.3 互联网对医药行业的改造与重构

1.3.1 互联网实现医药物流服务升级

1.3.2 互联网推动“医+药”闭环构建

1.4 医药行业与互联网融合创新机会孕育

1.4.1 数字化制药

1.4.2 医药电商

1.4.3 互联网医院

第2章：数字化制药行业未来前景与市场空间预测

2.1 传统制药行业发展痛点分析

2.2 数字化制药行业发展现状分析

2.2.1 数字化制药技术发展现状

（1）医药制造数字化转型技术框架

（2）数字化制药技术应用现状

2.2.2 政策推动制药产业数字化转型

2.2.3 数字化制药行业发展规模

2.3 数字化制药行业市场格局分析

2.3.1 数字化制药行业参与者类型及入场方式

2.3.2 数字化制药行业参与者规模分析

2.3.3 数字化制药行业市场竞争格局分析

2.4 数字化制药行业发展趋势分析

2.4.1 数字化智能工厂成为新建工厂的标准

2.4.2 网络化协同分工加强

2.4.3 数字化监管适应新形势

第3章：医药电商行业未来前景与市场空间预测

3.1 医药电商与传统医药模式对比

3.2 医药电商行业发展现状分析

3.2.1 医药电商行业发展模式分析

3.2.2 医药电商行业政策环境分析

（1）中国国家层面医药电商政策

（2）中国各省市医药电商政策

3.2.3 医药电商行业交易规模分析
3.2.4 医药电商行业市场渗透率分析
3.3 医药电商行业市场格局分析
3.3.1 医药电商行业主要玩家图谱
3.3.2 医药电商行业市场竞争格局
（1）行业市场排名分析
（2）行业主要玩家竞争现状
3.4 医药电商行业市场前景预测及发展趋势预判
3.4.1 医药电商行业市场前景预测
3.4.2 医药电商行业发展趋势预判
第4章：互联网医院行业未来前景与市场空间预测
4.1 互联网医院与传统医院服务模式对比
4.1.1 传统医院发展痛点
4.1.2 互联网医院与传统医院服务模式对比
4.2 互联网医院行业发展现状分析
4.2.1 互联网医院服务模式分析
4.2.2 互联网医院政策环境分析
（1）中国国家层面互联网医院政策
（2）中国各省市互联网医院政策
4.2.3 互联网医院用户规模分析
4.2.4 互联网医院发展规模分析
4.2.5 互联网医院运营现状分析
（1）互联网医院业务范畴
（2）互联网医院运营数据
4.3 互联网医院行业市场格局分析
4.3.1 互联网医院行业参与者类型
4.3.2 互联网医院行业参与者规模分析
4.3.3 互联网医院行业市场竞争格局
（1）区域竞争格局
（2）省份竞争格局
（3）各类型城市竞争格局
4.4 互联网医院行业市场前景预测及发展趋势预判
4.4.1 互联网医院行业市场前景预测
4.4.2 互联网医院行业发展趋势预判
第5章：医药企业切入电商的模式选择及路径建议
5.1 医药企业切入电商的模式及运营环节
5.1.1 医药企业电商发展模式
5.1.2 医药电商各模式运营环节
（1）B2B 提供零售药店上游渠道服务
（2）B2C 淘宝模式的网上药房
（3）O2O 零售药店到消费者的医药配送服务
5.2 医药企业切入电商B2B模式发展分析
5.2.1 医药电商B2B模式运行机制
5.2.2 医药电商B2B盈利模式分析
5.2.3 医药电商B2B模式发展现状
（1）移动端订单数
（2）业务结构
（3）行业交易规模增长率
5.2.4 医药企业B2B模式切入方式
5.2.5 医药企业B2B模式运营现状
5.2.6 医药企业B2B模式趋势分析
5.3 医药企业切入电商B2C模式发展分析
5.3.1 医药电商B2C模式运行机制
5.3.2 医药电商B2C盈利模式分析
5.3.3 医药电商B2C模式发展现状
（1）移动端订单数
（2）业务结构
5.3.4 医药企业B2C模式切入方式
5.3.5 医药企业B2C模式运营现状

5.3.6 医药企业B2C模式趋势分析
5.4 医药企业切入电商O2O模式发展分析
5.4.1 医药电商O2O模式运行机制
5.4.2 医药电商O2O盈利模式分析
5.4.3 医药电商O2O模式发展现状
5.4.4 医药企业O2O模式切入方式
5.4.5 医药企业O2O模式运营现状
5.4.6 医药企业O2O模式趋势分析
第6章：医药电商企业核心竞争力体系构建及转型升级策略
6.1 医药电商引流及流量经营策略
6.1.1 医药电商引流成本与留存率
6.1.2 医药电商流量获取渠道结构
6.1.3 医药电商流量提升解决方案
（1）天猫与京东
（2）其他第三方医药平台
（3）百度
（4）新媒体渠道
6.1.4 医药电商引流优秀案例借鉴
（1）老百姓大药房借助微信渠道实现线上规模翻倍
6.2 医药电商物流配送模式选择
6.2.1 医药电商物流配送成本分析
6.2.2 医药电商物流配送能力要求
6.2.3 医药电商物流配送模式选择
6.2.4 医药电商物流发展痛点分析
6.2.5 医药电商物流发展趋势预判
6.2.6 医药电商物流优秀案例借鉴
（1）金象大药房物流管理案例
6.3 医药电商行业转型升级发展策略
6.3.1 医药电商成长曲线分析
6.3.2 医药电商转型升级发展空间
（1）在线医药零售市场规模
（2）互联网医院市场规模
6.3.3 医药电商转型升级路径选择
6.3.4 医药电商转型升级优秀案例借鉴
（1）益丰大药房转型升级案例
第7章：代表性医药企业电商布局案例分析
7.1 制药企业电商布局案例分析
7.1.1 仁和药业
（1）企业基本信息介绍
（2）企业业务架构及经营情况
（3）企业电商布局模式分析
（4）企业电商运营现状分析
（5）企业电商布局优劣势分析
7.1.2 云南白药
（1）企业基本信息介绍
（2）企业业务架构及经营情况
（3）企业电商布局模式分析
（4）企业电商运营现状分析
（5）企业电商布局优劣势分析
7.1.3 以岭药业
（1）企业基本信息介绍
（2）企业业务架构及经营情况
（3）企业电商布局模式分析
（4）企业电商运营现状分析
（5）企业电商布局优劣势分析
7.2 医药批发企业电商布局案例分析
7.2.1 九州通
（1）企业基本信息介绍
（2）企业业务架构及经营情况

（3）企业电商布局模式分析
（4）企业电商运营现状分析
（5）企业电商布局优劣势分析
7.2.2 华润医药
（1）企业基本信息介绍
（2）企业业务架构及经营情况
（3）企业电商布局模式分析
（4）企业电商运营现状分析
（5）企业电商布局优劣势分析
7.3 医药零售企业电商布局案例分析
7.3.1 一心堂
（1）企业基本信息介绍
（2）企业业务架构及经营情况
（3）企业电商布局模式分析
（4）企业电商运营现状分析
（5）企业电商布局优劣势分析
7.3.2 老百姓
（1）企业基本信息介绍
（2）企业业务架构及经营情况
（3）企业电商布局模式分析
（4）企业电商运营现状分析
（5）企业电商布局优劣势分析
7.3.3 益丰大药房
（1）企业基本信息介绍
（2）企业业务架构及经营情况
（3）企业电商布局模式分析
（4）企业电商运营现状分析
（5）企业电商布局优劣势分析
7.3.4 大参林
（1）企业基本信息介绍
（2）企业业务架构及经营情况
（3）企业电商布局模式分析
（4）企业电商运营现状分析
（5）企业电商布局优劣势分析
第8章：代表性医药电商平台布局案例分析
8.1 医药电商B2C平台布局案例分析
8.1.1 1药网
（1）1药网发展背景
（2）1药网市场定位
（3）1药网供应链布局
（4）1药网运营现状
（5）1药网发展规划及动向
8.1.2 阿里健康
（1）阿里健康发展背景
（2）阿里健康市场定位
（3）阿里健康供应链布局
（4）阿里健康运营现状
（5）阿里健康发展规划及动向
8.2 医药电商B2B平台布局案例分析
8.2.1 药师帮
（1）药师帮发展背景
（2）药师帮市场定位
（3）药师帮供应链布局
（4）药师帮运营现状
（5）药师帮发展规划及动向
8.2.2 药京采
（1）药京采发展背景
（2）药京采市场定位
（3）药京采供应链布局

（4）药京采运营现状
（5）药京采发展规划及动向
8.3 医药电商O2O平台布局案例分析
8.3.1 叮当快药
（1）叮当快药发展背景
（2）叮当快药市场定位
（3）叮当快药供应链布局
（4）叮当快药运营现状
（5）叮当快药发展规划及动向
8.3.2 美团
（1）美团发展背景
（2）美团市场定位
（3）美团供应链布局
（4）美团运营现状
（5）美团发展规划及动向
8.3.3 京东到家
（1）京东到家发展背景
（2）京东到家市场定位
（3）京东到家供应链布局
（4）京东到家运营现状
（5）京东到家发展规划及动向
第9章：国外医药电商典型模式分析及及发展经验借鉴
9.1 国外医药电商发展状况
9.1.1 国外医药电商发展背景
（1）美国市场
（2）欧洲市场
9.1.2 国外医药电商发展模式
（1）美国市场
（2）欧洲市场
9.1.3 国外医药电商发展现状
（1）美国市场
（2）欧洲市场
9.2 中外医药电商发展对比分析
9.2.1 中外医药电商商业环境比较
9.2.2 中外医药电商消费需求比较
9.2.3 中外医药电商用户体验比较
9.2.4 中外医药电商发展模式比较
9.3 国外医药电商典型企业案例布局分析
9.3.1 沃尔格林（Walgreens）
9.3.2 CVS（Consumer Value Stores）
9.4 国外医药电商发展经验借鉴
9.4.1 通过产品+服务，打造医药电商零售终端价值
9.4.2 合理布局丰富医药零售的业态内容
第10章：附录 医药制造行业相关经营数据及用户消费调研
10.1 医药制造行业经营数据分析
10.1.1 医药制造行业发展规模分析
10.1.2 医药制造行业经营效益分析
10.1.3 医药制造行业市场格局分析
10.1.4 医药制造行业发展前景预测
10.1.5 医药制造行业发展趋势预判
10.2 医药流通行业经营数据分析
10.2.1 医药流通行业发展规模分析
10.2.2 医药流通行业经营效益分析
10.2.3 医药流通行业市场格局分析
10.2.4 医药流通行业发展前景预测
10.2.5 医药流通行业发展趋势预判
10.3 医药用户线上消费调研
10.3.1 消费者获悉线上购药渠道方式
10.3.2 消费者线上购药情境分布

10.3.3 消费者线上购药的关注点
10.3.4 消费者线上购药品类分布
10.3.5 消费者线上问诊需求分布

图表目录

图表1：2019-2023年中国网民规模及互联网普及率（单位：亿人，%）
图表2：2020-2023年中国网民各类网络应用的使用率（单位：万，%）
图表3：2016-2023年中国电子商务交易额及其增长情况（单位：万亿元，%）
图表4：2015-2023年中国网络零售市场交易规模及增长率（单位：万亿元，%）
图表5：2017-2023年中国手机网民规模及占网民比例（单位：亿人，%）
图表6：2018-2023年中国网络购物用户规模及使用率（单位：亿人，%）
图表7：2020-2023年中国互联网基础资源对比（单位：个，块/32，亿，万个，亿个，万公里）
图表8：2019-2023年中国Ipv6地址数量变化情况（单位：块/32）
图表9：2019-2023年中国Ipv4地址资源变化情况（单位：万个）
图表10：截至2023年中国分类域名数（单位：个，%）
图表11：2019-2023年中国网站数量（单位：万个）
图表12：2019-2023年中国移动互联网接入流量（单位：亿GB）
图表13：截至2023年中国促进互联网时代医药行业发展的相关政策
图表14：互联网带来的变革简析
图表15：互联网给医药行业带来的机遇分析
图表16：互联网给医药行业带来的挑战分析
图表17：互联网实现医药物流服务升级
图表18：线上“医+药”闭环的建立与线下对比
图表19：药企数字化转型的三个阶段
图表20：中国医药电商发展的阶段
图表21：中国互联网医院发展的阶段
图表22：传统制药行业发展痛点分析
图表23：中国医药制造数字化转型技术框架
图表24：中国数字化制药技术应用现状
图表25：数字化技术在医药生产中的应用分析
图表26：制药产业数字化转型政策发展历程
图表27：2017-2023年中国制药市场规模（单位：十亿美元）
图表28：全球分行业数字化成熟度水平（单位：%）
图表29：2019-2023年中国数字化制药市场规模（单位：十亿美元）
图表30：中国数字化医药制造行业市场主体类型及入场方式
图表31：2019-2023年中国医药制造行业企业数量（单位：家）
图表32：中国数字化制药领先企业的数字化布局内容
图表33：医药电商与传统医药模式对比
图表34：医药电商的三种商业模式
图表35：截至2023年中国国家层面医药电商相关政策
图表36：截至2023年中国部分省市医药电商相关政策
图表37：2013-2023年中国医药电商行业交易规模（单位：亿元，%）
图表38：2013-2023年中国医药电商行业市场渗透率（单位： %）
图表39：中国医药电商行业主要玩家图谱
图表40：中国网上药店TOP50排行榜
图表41：中国医药电商代表性品牌区域分布热力图
图表42：2023年中国医药电商平台使用率排名TOP10（单位：%）
图表43：2024-2029年中国医药电商行业交易规模预测（单位：亿元）
图表44：中国医药电商行业发展趋势预判
图表45：中国传统医院发展痛点分析
图表46：互联网医院与传统医院服务模式对比
图表47：互联网医院服务模式分析
图表48：2019-2023年中国国家层面互联网医院相关政策
图表49：截至2023年中国部分省市互联网医院相关政策
图表50：2020-2023年中国在线医疗网民规模变化（单位：亿人，%）

图表51：2016-2023年中国已建互联网医院数量（单位：家）
图表52：已建互联网医院业务范畴
图表53：已建互联网医院运营数据对比
图表54：2023年上海市5家典型互联网医院日均诊疗人次（单位：人/日）
图表55：互联网医院行业参与者类型
图表56：中国互联网医院行业各类型参与者数量（单位：家）
图表57：中国互联网医院区域分布情况（单位：家，%）
图表58：中国各省市互联网医院数量前十名
图表59：中国各类型城市互联网医院分布情况（单位：家）
图表60：2024-2029年中国互联网医院数量预测（单位：家）
图表61：中国互联网医院行业发展趋势预判
图表62：医药电商行业分类及发展模式
图表63：医药电商各模式环节示意图
图表64：医药电商B2B模式的优势
图表65：医药电商B2B盈利模式
图表66：中国医药电商主要玩家B2B盈利模式对比分析
图表67：中国医药企业电商B2B移动端订单数（单位：万单）
图表68：中国医药电商B2B业务结构变化情况（单位：%）
图表69：2015-2023年中国医药电商B2B行业交易规模增长率（单位：%）
图表70：医药企业B2B模式切入方式
图表71：中国医药企业B2B模式运营现状
图表72：中国医药企业B2B模式趋势分析
图表73：医药电商B2C运营模式分析
图表74：医药电商B2C盈利模式分析
图表75：中国医药企业电商B2C移动端订单数（单位：万单）
图表76：中国医药电商B2C业务结构变化情况（单位：%）
图表77：中国部分医药企业B2C模式切入方式
图表78：中国医药企业B2C模式运营现状
图表79：中国医药企业B2C模式发展趋势分析
图表80：中国医药电商O2O模式运行机制简图
图表81：医药电商O2O盈利模式分析
图表82：中国医药企业O2O模式切入方式
图表83：中国医药企业O2O模式运营现状
图表84：中国医药企业O2O模式发展趋势分析
图表85：医药电商引流成本对比（单位：元/人）
图表86：2023年中国消费者获悉线上购药渠道的方式（单位：%）
图表87：医药企业线上线下成本比较
图表88：电商物流配送主要模式
图表89：中国医药电商物流发展痛点
图表90：中国医药电商物流发展趋势
图表91：中国医药电商行业成长曲线
图表92：2024-2029年中国在线医药零售市场规模及预测（单位：亿元，%）
图表93：2024-2029年中国在线问诊及综合在线医疗健康服务市场规模及预测（单位：亿元）
图表94：中国医药电商转型升级路径选择
图表95：O2O健康云服务平台项目
图表96：仁和药业股份有限公司基本信息表
图表97：2023年仁和药业股份有限公司产品收入构成（单位：%）
图表98：2019-2023年仁和药业股份有限公司主要经济指标分析（单位：亿元）
图表99：仁和药业股份有限公司电子商务布局模式
图表100：仁和药业拟收购标的公司业务范围
图表101：仁和药业股份有限公司电商布局优劣势分析
图表102：云南白药集团股份有限公司基本信息表
图表103：2023年云南白药集团股份有限公司产品收入构成（单位：%）
图表104：2019-2023年云南白药集团股份有限公司主要经济指标分析（单位：亿元）
图表105：云南白药集团股份有限公司电子商务布局模式
图表106：云南白药集团股份有限公司电商布局优劣势分析
图表107：石家庄以岭药业股份有限公司基本信息表
图表108：2023年石家庄以岭药业股份有限公司产品收入构成（单位：%）
图表109：2019-2023年石家庄以岭药业股份有限公司主要经济指标分析（单位：亿元）

图表110：石家庄以岭药业股份有限公司电子商务布局模式
图表111：以岭健康电商产品体系介绍
图表112：石家庄以岭药业股份有限公司电商布局优劣势分析
图表113：九州通医药集团股份有限公司基本信息表
图表114：2023年九州通医药集团股份有限公司产品收入构成（单位：%）
图表115：2019-2023年九州通医药集团股份有限公司主要经济指标分析（单位：亿元）
图表116：九州通医药集团股份有限公司电子商务布局模式
图表117：2023年九州通电商平台经营情况
图表118：好药师网上药店经营特点
图表119：九州通医药集团股份有限公司电商布局优劣势分析
图表120：华润医药集团有限公司基本信息表
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！