2015-2020年中国医药行业电子商务市场竞争与投资预测分析报告

目 录

CONTENTS

第1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 电子商务行业定义

1.1.2 电子商务分类及应用

1.1.3 电子商务发展历程分析

1.2 医药行业电子商务概况

1.2.1 医药行业进入电子商务必要性分析

1.2.2 医药行业电子商务发展现状

1.2.3 医药行业电子商务发展特征

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）电子商务行业政策变动分析

（2）电子商务行业相关政策汇总与解读

（3）电子商务行业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）医药行业相关政策分析

（2）医药行业发展规划分析

1.3.4 电子商务行业发展规划解读

（1）中国电子商务行业“十二五”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2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
1）企业数量规模
2）企业地区分布
（2）医药商业市场规模
1）市场销售总额
2）区域销售分布
（3）医药商业盈利分析
1）医药商业传统盈利模式
2）医药商业新兴盈利模式
3）医药商业盈利水平变化
4）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
1）药品类商品市场规模分析
2）中成药类商品市场规模分析
3）中药材类商品市场规模分析
4）医疗器械类商品市场规模分析
5）化学试剂类商品市场规模分析
6）玻璃仪器类商品市场规模分析
7）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）医药商业信息化建设的必要性
（2）医药商业信息化建设的重要性
（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）医药商业发展驱动因素
（2）医药商业发展制约因素
（3）医药商业发展趋势分析
（4）医药商业发展前景预测
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
1）美国电子商务行业发展状况分析
2）欧洲电子商务行业发展状况分析
3）亚洲电子商务行业发展状况分析
4）其他地区电子商务发展状况分析
（5）国际电子商务行业成功经验借鉴
（6）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
1）中国电子商务交易规模
2）中国电子商务区域分布
3）中国电子商务行业分布
4）中国电子商务从业人员规模
（3）中国电子商务行业市场竞争格局分析

1）B2B电子商务竞争格局分析
2）C2C电子商务竞争格局分析
（4）中国电子商务行业发展趋势及前景预测
1）中国电子商务行业发展趋势
2）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
1）九州通——快批模式
2）太和模式——买卖全国
3）邦达模式——第三方医药物流
4）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
1）疫苗市场冷链需求分析
2）血液制品冷链需求分析
3）诊断试剂冷链需求分析
（4）医药冷链物流市场存在问题
（5）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3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
1）批发渠道
2）零售渠道
（2）医药行业电子商务发展分析
1）促进因素分析
2）发展阶段分析
（3）行业电子商务应用方式分析
（4）行业电子商务经营模式分析
1）获得A证企业运营模式
2）获得B证企业运营模式
3）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）2015-2020年医药自营B2C市场预测
（2）2015-2020年医药平台B2C市场预测
（3）2015-2020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
1）第三方医药电子商务物流发展现状
2）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4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5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 搜索引擎营销结构分析
5.1.2 搜索引擎营销现状分析
5.1.3 搜索引擎营销成本收益分析
5.1.4 搜索引擎营销案例分析
5.2 论坛营销模式与案例分析
5.2.1 论坛营销结构分析
5.2.2 论坛营销现状分析
5.2.3 论坛营销成本收益分析
5.2.4 论坛营销案例分析
5.3 博客营销模式与案例分析
5.3.1 博客营销结构分析
5.3.2 博客营销现状分析
5.3.3 博客营销成本收益分析
5.3.4 博客营销案例分析
5.4 微博营销模式与案例分析
5.4.1 微博营销结构分析
5.4.2 微博营销现状分析
5.4.3 微博营销成本收益分析
5.4.4 微博营销案例分析
5.5 视频营销模式与案例分析
5.5.1 视频营销结构分析
5.5.2 视频营销现状分析
5.5.3 视频营销成本收益分析
5.5.4 视频营销案例分析
5.6 问答营销模式与案例分析
5.6.1 问答营销结构分析
5.6.2 问答营销现状分析
5.6.3 问答营销成本收益分析
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 权威百科营销结构分析
5.7.2 权威百科营销现状分析
5.7.3 权威百科营销成本收益分析
5.7.4 权威百科营销案例分析
5.8 企业新闻营销模式与案例分析

5.8.1 企业新闻营销结构分析
5.8.2 企业新闻营销现状分析
5.8.3 企业新闻营销成本收益分析
5.8.4 企业新闻营销案例分析
第6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 医药电子商务应用趋势分析
6.1.2 医药电子商务市场前景预测
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7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
1）页面布局
2）产品结构
3）产品定价
4）经营状况
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
1）页面布局
2）产品结构
3）产品定价
4）经营状况
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

1）页面布局
2）产品结构
3）产品定价
4）经营状况
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
1）页面布局
2）产品结构
3）产品定价
4）经营状况
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
1）页面布局
2）产品结构
3）产品定价
4）经营状况
7.1.6 北京京卫元华医药科技有限公司（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
1）页面布局
2）产品结构
3）产品定价
4）经营状况
7.1.7 北京德威治医药连锁有限责任公司（京药网）
（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
1）页面布局
2）产品结构
3）产品定价
4）经营状况
7.1.8 乐康药业连锁有限公司
（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
1）页面布局
2）产品结构
3）产品定价
4）经营状况
7.1.9 广东壹号大药房连锁有限公司（壹药网）
（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
1）页面布局
2）产品结构
3）产品定价
4）经营状况
7.1.10 浙江英特药业有限责任公司（英特医药电子商务网）

（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
1）页面布局
2）产品结构
3）产品定价
4）经营状况
7.1.11 北京医保中洋大药房有限公司（北京药品网）
（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
1）页面布局
2）产品结构
3）产品定价
4）经营状况
7.1.12 广州中医药大学大药房养和医药连锁有限公司（八百方网）
（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
1）页面布局
2）产品结构
3）产品定价
4）经营状况
7.1.13 云南盘龙云海药品经营有限公司（盘龙云海电子商务网）
（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
1）页面布局
2）产品结构
3）产品定价
4）经营状况
7.1.14 北京九州通大药房连锁有限公司（好药师网上药店）
（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
1）页面布局
2）产品结构
3）产品定价
4）经营状况
7.1.15 上海药房连锁有限公司（上海药房网）
（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
1）页面布局
2）产品结构
3）产品定价
4）经营状况
7.1.16 青岛百洋健康药房连锁有限公司（百洋健康药房）
（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
1）页面布局

2）产品结构
3）产品定价
4）经营状况
7.1.17 上海复星美益星大药房连锁有限公司
（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
1）页面布局
2）产品结构
3）产品定价
4）经营状况
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
（5）网站盈利模式
（6）网站经营状况分析
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
（5）网站盈利模式
（6）网站经营状况分析
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
（5）网站盈利模式
（6）网站经营状况分析
7.2.4 环球医药消息网
（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
（5）网站盈利模式
（6）网站经营状况分析
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
（5）网站盈利模式
（6）网站经营状况分析
7.2.6 中国制药网
（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
（5）网站盈利模式
（6）网站经营状况分析
7.2.7 药商世界
（1）网站简介
（2）网站主营业务分析
（3）网站营销策略

（4）网站盈利模式
（5）网站经营状况分析
7.2.8 中国医疗产品平台
（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
（5）网站盈利模式
（6）网站经营状况分析
7.2.9 珍诚医药在线
（1）网站简介
（2）网站主营业务分析
（3）网站营销策略
（4）网站盈利模式
（5）网站经营状况分析
7.2.10 鹤麒医药网
（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
（5）网站盈利模式
（6）网站经营状况分析
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
1）京东医药城入驻企业
2）京东医药城交易规模
3）京东医药城交易品类结构
（3）京东医药城入驻相关条件及费用
1）京东医药城企业入驻门槛
2）京东医药城入驻相关费用
3）京东医药城营销推广渠道
4）京东医药城仓储物流合作模式
（4）入驻京东医药城优劣势剖析
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
1）天猫医药馆入驻企业
2）天猫医药馆交易规模
3）天猫医药馆交易品类结构
4）天猫医药馆商家经营情况
（3）天猫医药馆入驻相关条件及费用
1）天猫医药馆企业入驻门槛
2）天猫医药馆入驻相关费用
3）天猫医药馆营销推广渠道
4）天猫医药馆仓储物流合作模式
（4）入驻天猫医药馆优劣势剖析
7.3.3 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
1）一号店医药馆入驻企业
2）一号店医药馆交易规模
3）一号店医药馆交易品类结构
（3）一号店医药馆入驻相关条件及费用
1）一号店医药馆企业入驻门槛
2）一号店医药馆入驻相关费用
3）一号店医药馆营销推广渠道
4）一号店医药馆仓储物流合作模式

（4）入驻一号店医药馆优劣势剖析

图表目录

图表1：电子商务分类
图表2：电子商务总体发展阶段分析
图表3：中国电子商务发展历程分析
图表4：医药行业进入电子商务必要性分析
图表5：医药电子商务政策环境现状
图表6：医药行业电子商务发展特征
图表7：电子商务和信息化司的主要职能
图表8：2005年以来电子商务行业出台法规数量（单位：个）
图表9：电子商务行业相关政策汇总与解读
图表10：医药行业相关政策汇总
图表11：医药行业发展规划汇总
图表12：中国电子商务行业“十二五”规划发展重点
图表13：上海市电子商务行业规划解读
图表14：杭州市电子商务行业规划解读
图表15：广州市电子商务行业规划解读
图表16：北京市电子商务行业规划解读
图表17：南京市电子商务行业规划解读
图表18：安徽省电子商务行业规划解读
图表19：2006-2014年中国国内生产总值（单位：万亿元，%）
图表20：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21：2008-2014年医药商业销售增速与GDP增速对比分析（单位：%）
图表22：2007-2014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23：2009-2014年中国电子商务交易规模（单位：万亿元，%）
图表24：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25：2002-2013年中国医疗机构卫生总费用统计（单位：亿元，%）
图表26：2006-2014年城乡居民人均医疗保健支出及预测（单位：元，%）
图表27：2005-2014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28：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29：2007-2014年我国65岁以上人口数及比重情况（单位：亿人，%）
图表30：2000-2014年中国城乡人口结构分布图（单位：万人）
图表31：2005-2014年电子商务相关专利申请数量变化图（单位：项）
图表32：2005-2014年电子商务相关专利公开数量变化图（单位：项）
图表33：截至2014年我国电子商务相关专利分布领域（前十位）（单位：项）
图表34：2015-2020电子商务行业专利技术数量预测（单位：件）
图表35：2006-2014年获得药品网上交易资格证书的企业数量（单位：家）
图表36：医药商业地区分布（单位：%）
图表37：国内医药商业企业地区布局图
图表38：2006-2014年医药流通行业销售规模及增长速度（单位：亿元，%）
图表39：2010-2013年医药流通行业区域结构变化（分地区）（单位：%）
图表40：2012-2013年医药流通行业区域结构变化（分省市）（单位：万元，%）
图表41：医药商业传统盈利模式
图表42：医药商业新兴盈利模式
图表43：2002-2013年医药商业盈利水平变化（单位：%）
图表44：医药商业盈利影响因素
图表45：医药商业企业上下游客户需求
图表46：2013-2014年医药流通行业销售类别分布情况（单位：%）
图表47：2010-2014年药品类商品销售增长趋势图（单位：亿元，%）
图表48：2010-2014年药品类销售额占七大类商品销售比重（单位：%）
图表49：2010-2014年中成药类商品销售增长趋势图（单位：亿元，%）
图表50：2010-2014年中成药类销售额占七大类商品销售比重（单位：%）
图表51：2010-2014年中药材类商品销售增长趋势图（单位：亿元，%）
图表52：2010-2014年中药材类销售额占七大类商品销售比重（单位：%）

图表53：2010-2014年医疗器械类商品销售增长趋势图（单位：亿元，%）
图表54：2010-2014医疗器械类销售额占七大类商品销售比重（单位：%）
图表55：2010-2014年化学试剂类商品销售增长趋势图（单位：亿元，%）
图表56：2010-2014年化学试剂类销售额占七大类商品销售比重（单位：%）
图表57：2010-2014年玻璃仪器类商品销售增长趋势图（单位：亿元，%）
图表58：2010-2014年其他类商品销售增长趋势图（单位：亿元，%）
图表59：药品经营企业问题分析
图表60：医药商业信息化建设作用
图表61：医药商业信息化问题分析
图表62：医药商业信息化发展策略
图表63：2006-2013年新农合覆盖情况（单位：亿人，亿人次，亿元，元，个，%）
图表64：2004-2013年我国社区卫生服务机构、床位、人员数（单位：家，张，人）
图表65：新医改的相关政策
图表66：医药商业发展制约因素
图表67：医药商业发展趋势分析
图表68：2015-2020年全国医药商业销售规模预测（单位：亿元）
图表69：2011-2014年全球电子商务市场规模（单位：亿美元）
图表70：2008-2014年美国电子商务市场规模及增长情况（单位：亿美元，%）
图表71：2011-2016年欧洲电子商务市场规模（单位：亿美元）
图表72：德国电子商务销售产品排名（单位：亿欧元，%）
图表73：2010-2015年俄罗斯电子商务交易额（单位：亿美元）
图表74：日本电子商务发展战略
图表75：2009-2015年日本电子商务市场规模（单位：万亿日元）
图表76：2007-2014年韩国电子商务市场规模及增长情况（单位：万亿韩元，%）
图表77：国际电子商务行业成功经验借鉴
图表78：2015-2020年全球电子商务销售收入预测（单位：万亿美元）
图表79：2009-2014年中国电子商务交易额及增长情况（单位：万亿元，%）
图表80：中国电子商务区域分布情况（单位：%）
图表81：中国电子商务行业分布情况（单位：%）
图表82：2009-2014年中国电子商务直接从业人员规模（单位：万人）
图表83：2009-2014年中国电子商务带动从业人员规模（单位：万人）
图表84：2011-2014年中国主要中小企业B2B电子商务运营商总营收市场份额（单位：%）
图表85：2013年中国电子商务B2B企业区域分布（单位：%）
图表86：B2B电子商务竞争地位分析
图表87：2013年H1中国电子商务C2C企业市场份额（单位：%）
图表88：中国电子商务C2C市场区域分布（单位：%）
图表89：2015-2020年中国电子商务市场交易额预测（单位：万亿元）
图表90：医药物流行业发展概况
图表91：医药物流行业影响因素分析
图表92：医药物流成本现状分析
图表93：2015-2020年医药物流行业市场规模及预测（单位：亿元）
图表94：九州通物流中心分布情况（单位：个）
图表95：医药冷链物流市场发展现状
图表96：中国市场血液制品（分产品）占比（单位：%）
图表97：2007-2014年中国体外诊断试剂市场规模及增长率（单位：亿元，%）
图表98：医药冷链物流市场问题分析
图表99：医药冷链物流市场发展对策
图表100：医药物流信息化发展制约因素
图表101：医药物流企业信息化发展作用
图表102：医药物流信息化发展关键分析
图表103：医药物流行业发展趋势
图表104：医药行业销售批发渠道分析
图表105：医药行业销售零售渠道分析
图表106：中国医药B2C行业生命周期
图表107：医药行业电子商务应用方式
图表108：行业电子商务经营模式分析
图表109：获得A证企业数量及运营模式分析
图表110：获得B证企业数量及运营模式分析
图表111：获得C证企业数量及运营模式分析

图表112：医药行业电子商务市场成本分析
图表113：2011-2017年我国医药B2C市场规模及同比增速（单位：亿元，%）
图表114：2014年医药电商交易品类格局（单位：%）
图表115：医药行业电子商务用户结构（按性别）（单位：%）
图表116：医药电商盈利模式与竞争趋势
图表117：国内外医药电商盈利能力比较
图表118：2014-2020年医药电商B2C市场规模预测（单位：亿元，%）
图表119：2015-2020年医药自营B2C市场规模预测（单位：亿元）
图表120：2015-2020年医药平台B2C市场规模预测（单位：亿元）

……略

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！