



艾凯咨询
ICAN Consulting

2017-2022年中国网上药店市场 需求及投资前景分析报告

一、调研说明

《2017-2022年中国网上药店市场需求及投资前景分析报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/286589.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.com

联系人：刘老师

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、摘要、目录、图表

报告目录：

- 第一章 2016年全球网上药店运行浅析 25
 - 第一节 2016年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 2016年全球网上药店市场运行分析 27
 - 一、全球网上药店运行特点分析 27
 - 二、全球网上药店市场动态分析 28
 - 三、全球网上药店面临的问题 29
 - 第三节 2016年全球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 2017-2022年全球网上药店运行趋势探析 33
- 第二章 2016年网上药店市场运行环境解析 34
 - 第一节 2016年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 2016年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 2016年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、2016年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 2016年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 2016年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 2016年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2016年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制的比较刍议 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 2016年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、网上药店非法销售成全球问题 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 2016年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 2016年中国网上药店供需分析	108
第一节 2016年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 2016年网上药店供给分析	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 2016年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、“不卖处方药”让网上药店痛失最大蛋糕	114
第五章 2016年中国网络购物用户消费调研	115
第一节 2016年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 2016年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 2016年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 2016年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 2016年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 2016年网上药店相关主体特征分析	132
第一节 2016年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 2016年网上药店主体分析	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 2016年中国网上药店竞争新格局透析	142
第一节 2016年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 2016年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 2017-2022年中国网上药店竞争趋势分析 153

第八章 2016年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 154

一、业务发展背景分析 154

二、经营效益分析 154

企业运营能力分析 157

三、业务发展现状 160

四、发展趋势分析 161

第二节 重庆同生药房 161

一、业务发展背景分析 161

二、经营效益分析 162

企业偿债能力分析 163

企业运营能力分析 164

企业成长能力分析 166

三、业务发展现状 167

四、发展趋势分析 167

第三节 惠好连锁网 168

一、业务发展背景分析 168

二、经营效益分析 168

企业偿债能力分析 169

企业运营能力分析 171

企业成长能力分析 173

三、业务发展现状 174

四、发展趋势分析 174

第四节 导药网 175

一、业务发展背景分析 175

二、经营效益分析 175

企业偿债能力分析 176

企业运营能力分析 178

企业成长能力分析 180

三、业务发展现状 181

四、发展趋势分析 181

第五节 百洋健康药房 182

一、业务发展背景分析 182

二、经营效益分析 182

企业偿债能力分析 183

企业运营能力分析 185

企业成长能力分析 187

三、业务发展现状 188

四、发展趋势分析 188

第六节 上海药房网 189

一、业务发展背景分析 189

二、经营效益分析 189

企业偿债能力分析 190

企业运营能力分析 192

企业成长能力分析 194

三、业务发展现状 195

四、发展趋势分析 195

第七节 药房网 196

一、业务发展背景分析 196

二、经营效益分析 197

企业偿债能力分析 198

企业运营能力分析 200

企业成长能力分析 202

三、业务发展现状 203

四、发展趋势分析 204

第八节 金象大药房网上商城 204

一、业务发展背景分析 204

二、经营效益分析 205

企业偿债能力分析 206

企业运营能力分析 208

企业成长能力分析 210

三、业务发展现状 211

四、发展趋势分析 212

第九节 盛生药房 212

一、业务发展背景分析 212

二、经营效益分析 214

企业偿债能力分析 215

企业运营能力分析 217

企业成长能力分析 218

三、业务发展现状 219

四、发展趋势分析 220

第十节 药品零售网 220

一、业务发展背景分析 220

二、经营效益分析 221

企业偿债能力分析 222

企业运营能力分析 223

企业成长能力分析 225

三、业务发展现状 226

四、发展趋势分析 226

第九章 2017-2022年中国网上药店投资战略分析 228

第一节 2017-2022年中国网上药店行业投资机会分析 228

一、中国药品批发零售现状分析 228

二、网上药店投资特性分析 229

第二节 2017-2022年中国网上药店行业投资风险预警 230

一、宏观调控政策风险 230

二、市场竞争风险 230

三、市场运营机制风险 231

四、网上药店技术风险分析 231

第三节 2017-2022年中国网上药店投资趋势分析 232

一、违规网上药店加快向正规网上药店转变 232

二、开始加大对宣传的投资 233

第四节 专家投资建议 233

第十章 2017-2022年中国网上药店前景展望与趋势预测 236(AK WZY)

第一节 未来中国网络购物的前景展望 236

一、中国网络购物市场的前景无限美好 236

- 二、中国未来网络购物市场仍保持高速发展 239
- 三、2017-2022年中国网络购物市场规模预测 240
- 四、2018年左右中国网络购物将到达成熟期 241
- 五、中国网络购物模式发展的融合趋势 242
- 六、中国网络购物行为未来发展七大趋势探析 243
- 第二节 2017-2022年中国网上药店前景预测分析 244
 - 一、网上药店短期内不会进入快速发展阶段 244
 - 二、我国网上药店发展趋势探讨 246
 - 三、网上药店市场盈利预测分析 247

部分图表目录：

- 图表 12006-2016年我国季度GDP增长率单位：% 37
- 图表 22008-2016年我国三产业增加值季度增长率单位：% 37
- 图表 32008-2016年我国季度GDP增长率单位：% 39
- 图表 42016年我国固定资产投资情况 50
- 图表 52016年各地区固定资产投资（不含农户）情况 52
- 图表 62016年我国固定资产（不含农户）增速情况 54
- 图表 72008-2016年固定资产投资走势图 单位：% 55
- 图表 82009-2016年东、中、西部地区固定资产投资走势图 单位：% 55
- 图表 92009-2016年我国CPI、PPI运行趋势 单位：% 58
- 图表 102008-2016年企业商品价格指数走势 59
- 图表 112005-2016年工业增加值 61
- 图表 122016年主要工业产品产量及其增长速度 62
- 图表 132016年规模以上工业企业实现利润及其增长速度 64
- 图表 142008-2015网络应用使用率排名变化 70
- 图表 152012-2016年度中国网购消费力十大城市(成交金额) 79
- 图表 162012-2016年度中国网购消费力十大城市(成交金额百分比) 79
- 图表 1727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

图表 31商品网购用户的年龄分布 123

图表 32网络购物用户阅读商品评论情况 123

图表 332016年中国网络购物用户广告观念 124

图表 342016年中国团购网站月度访问人数排名TOP10 125

图表 352016年中国团购网站人均月度访问次数排名TOP10 126

图表 36中国网络购物网站月度浏览时间 127

图表 37网民网上购物频率分布 128

图表 38不同性别网民的商品浏览习惯 129

图表 39不同学历网络购物用户的商品浏览习惯 129

图表 40网民网络购物支付方式 130

图表 41网购电子支付方式 130

图表 42网民在网购过程中碰到的不愉快购物经历 131

图表 432011-2016年湖南老百姓医药连锁销售毛利率变化情况 155

图表 442011-2016年湖南老百姓医药连锁资产负债率变化情况 156

图表 452011-2016年湖南老百姓医药连锁产权比率变化情况 156

图表 462011-2016年湖南老百姓医药连锁固定资产周转次数情况 157

图表 472011-2016年湖南老百姓医药连锁流动资产周转次数变化情况 158

图表 482011-2016年湖南老百姓医药连锁总资产周转次数变化情况 159

图表 492011-2016年重庆同生药房销售毛利率变化情况 162

图表 502011-2016年重庆同生药房资产负债率变化情况 163

图表 512011-2016年重庆同生药房产权比率变化情况 164

图表 522011-2016年重庆同生药房固定资产周转次数情况 165

图表 532011-2016年重庆同生药房流动资产周转次数变化情况 166

图表 542011-2016年重庆同生药房总资产周转次数变化情况 166

图表 55	2011-2016年惠好连锁网销售毛利率变化情况	168
图表 56	2011-2016年惠好连锁网资产负债率变化情况	169
图表 57	2011-2016年惠好连锁网产权比率变化情况	170
图表 58	2011-2016年惠好连锁网固定资产周转次数情况	171
图表 59	2011-2016年惠好连锁网流动资产周转次数变化情况	172
图表 60	2011-2016年惠好连锁网总资产周转次数变化情况	173
图表 61	2011-2016年导药网销售毛利率变化情况	176
图表 62	2011-2016年导药网资产负债率变化情况	177
图表 63	2011-2016年导药网产权比率变化情况	177
图表 64	2011-2016年导药网固定资产周转次数情况	178
图表 65	2011-2016年导药网流动资产周转次数变化情况	179
图表 66	2011-2016年导药网总资产周转次数变化情况	180
图表 67	2011-2016年百洋健康药房销售毛利率变化情况	182
图表 68	2011-2016年百洋健康药房资产负债率变化情况	183

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/286589.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的

一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰

富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。