



艾凯咨询
ICAN Consulting

2018-2024年中国网上药店行业 市场深度评估及发展前景预测报告 告

一、调研说明

《2018-2024年中国网上药店行业市场深度评估及发展前景预测报告》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/291158.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1章：全球网上药店运行状况整体分析

1.1 2017年国际网上药店政策规范

1.1.1 国际网上药店政策法规

1.1.2 国际网上药店管理经验

1.2 2017年全球网上药店市场运行分析

1.2.1 全球网上药店运行特点分析

1.2.2 全球网上药店市场动态分析

1.2.3 全球网上药店面临的问题

1.3 2017年全球网上药店主要国家运行分析

1.3.1 美国

1.3.2 欧洲

1.3.3 日本

1.4 2018-2024年全球网上药店运行趋势探析

第2章：中国网上药店行业市场发展环境解析

2.1 2017年网上药店政策环境分析

2.1.1 中国网上药店政策内容与影响

2.1.2 中国网上药店现有管理法律及其存在的问题

2.2 2017年网上药店经济环境运行分析

2.2.1 中国GDP分析

2.2.2 消费价格指数分析

2.2.3 城乡居民收入分析

2.2.4 社会消费品零售总额

2.2.5 全社会固定资产投资分析

2.2.6 进出口总额及增长率分析

2.3 2017年网上药店运行社会环境分析

2.3.1 中国网络购物迅速向大众普及

2.3.2 网络购物跻身十大网络应用之列

2.3.3 地方规范开启网络购物有章可循大门

2.4 2017年网上药店运行技术环境分析

2.4.1 中国网路建设情况

2.4.2 网上交易安全分析

2.5 2017年网上药店市场宏观状况

2.5.1 网络购物渗透率

2.5.2 购物金额

2.5.3 各购物网站网络购物渗透率

2.5.4 购物网站用户市场份额

2.5.5 购物网站用户重合度

第3章：中国医药电子商务发展现状综述

3.1 中国医药电子商务发展概述

3.1.1 中国医药电子商务发展历程分析

3.1.2 2017年中国网上药店合法经营规模分析

3.1.3 中国首届医药电子商务高峰论坛聚焦

3.2 2017年中国电子商务主要平台模式剖析

3.2.1 自建自采平台模式

3.2.2 第三方电子商务平台模式

3.3 2017年中国医药电子商务面临的困境分析

3.3.1 准入门槛高

3.3.2 运维投入高

3.3.3 盈利周期长

第4章：中国网上药店运行形势动态观察

4.1 2017年中国网上药店运行动态分析

4.1.1 网上药店换装时尚范儿

4.1.2 医药电子商务潜力大抢开网上药店先过政策门槛

4.1.3 国内最先进的网上药店在线客服中心正式投入使用

4.1.4 团购火热,网上药店也悄然起团

4.1.5 同仁堂网上开店卖药

4.1.6 西部首家网上药开通

4.1.7 社保卡的施实对网上药店的影响

4.2 2017年中国网上药店运行综述

4.2.1 中国网上药店所处发展阶段

4.2.2 中国网上药店发展提速

- 4.2.3 中外网上药店发展规制的比较与议
- 4.2.4 中国网上药店经验借鉴（德国）
- 4.2.5 网上药店发展思路—具体方案
- 4.2.6 电子商务卡颠覆传统药店模式
- 4.2.7 网上药店"钱景"或许不再虚拟

4.3 2017年中国网上药店市场存在的问题

- 4.3.1 违规经营普遍
 - 4.3.2 消费者信任度不足
 - 4.3.3 网上药店非法销售成全球问题
 - 4.3.4 网上药店监管问题探讨
 - 4.3.5 制约中国网上药店发展的问题分析
- #### 4.4 2017年中国网上药店发展对策分析
- 4.4.1 加大网上药店的管理力度
 - 4.4.2 加大网上药店的宣传力度
 - 4.4.3 提高网上药店的服务水准
 - 4.4.4 做好网上药店的技术水准

第5章：中国网上药店规模及消费需求状况分析

5.1 2017年中国网上药店消费者群体分析

- 5.1.1 网上药店消费者人口特征分析
- 5.1.2 网上药店消费者需求区域分析
- 5.1.3 网上药店消费者消费容量分析

5.2 2017年网上药店供给分析

- 5.2.1 网上药店数量分析
- 5.2.2 中国具网上售药资格药店规模
- 5.2.3 网上药店地域特征分析
- 5.2.4 网上药店供给特征分析

5.3 2017年中国网上药店市场面临三大难题

- 5.3.1 "不能报销"让消费者难享低价实惠
- 5.3.2 "门店送货"让网上药店左右为难
- 5.3.3 "不卖处方药"让网上药店痛失最大蛋糕

第6章：中国网络购物用户消费调研

6.1 2017年中国网络购物用户特征

6.1.1 网龄

6.1.2 性别

6.1.3 学历

6.1.4 年龄

6.1.5 学生非学生用户

6.1.6 月收入

6.2 2017年中国网络购物商品类别

6.2.1 各类别商品网购用户规模

6.2.2 药品类在网络购物热门商品所占比重

6.2.3 分城市级别的各类商品网购用户分布

6.2.4 各类商品网购用户群体差异

6.3 2017年中国网络购物商品评论

6.3.1 网购用户药品评论情况

6.3.2 药品评论分布渠道

6.3.3 消费者的购物习惯

6.4 2017年中国网络购物用户访问行为数据

6.4.1 购物网站月度覆盖人数

6.4.2 购物网站月度访问次数

6.4.3 购物网站月度浏览页面

6.4.4 购物网站月度浏览时间

6.5 2017年中国网络购物用户其他行为分析

6.5.1 购物频率

6.5.2 网络购物用户商品浏览习惯

6.5.3 网络购物支付方式

6.5.4 不愉快的购物经历

第7章：网上药店相关主体特征分析

7.1 2017年网上药店消费群体分析

7.1.1 网上药店宣传对消费者的影响分析

7.1.2 消费者对网上药店信任度分析

7.1.3 消费者购买的心理行为分析

7.1.4 消费者购买习惯分析

7.2 2017年网上药店主体分析

7.2.1 开店资质分析

7.2.2 网上药店的成本分析

7.2.3 网上药店的赢利分析

7.2.4 网上药店物流配送分析

7.2.5 网路技术性分析

7.2.6 网上支付分析

7.2.7 网上药店服务水准分析

第8章：中国网上药店竞争状况及竞争策略深度剖析

8.1 2017年中国网上药店竞争总况

8.1.1 网上药店加剧市场的竞争

8.1.2 电商巨头争开网上药店

8.1.3 零售药企暗战网络药店

8.1.4 网上黑药店愈演愈烈

8.1.5 网上药店陷不正当竞争门

8.2 中国网上药店之于传统药店的竞争优势分析

8.3 2017年中国网上药店竞争策略分析

8.3.1 围剿网络黑药店亟待组合拳

8.3.2 买药网上药店大联盟战略上合作策略上竞争

8.3.3 品牌差异化竞争策略乃药店生存之本

8.4 2018-2024年中国网上药店竞争趋势分析

第9章：中国网上药店主体药店综合竞争力分析

9.1 网上药店联盟分析

9.2 湖南老百姓医药连锁

9.2.1 业务发展背景分析

9.2.2 经营效益分析

9.2.3 业务发展现状

9.2.4 发展趋势分析

9.3 重庆同生药房

9.3.1 业务发展背景分析

9.3.2 经营效益分析

9.3.3 业务发展现状

9.3.4 发展趋势分析

9.4 惠好连锁网

9.4.1 业务发展背景分析

9.4.2 经营效益分析

9.4.3 业务发展现状

9.4.4 发展趋势分析

9.5 导药网

9.5.1 业务发展背景分析

9.5.2 经营效益分析

9.5.3 业务发展现状

9.5.4 发展趋势分析

9.6 百洋健康药房

9.6.1 业务发展背景分析

9.6.2 经营效益分析

9.6.3 业务发展现状

9.6.4 发展趋势分析

9.7 上海药房网

9.7.1 业务发展背景分析

9.7.2 经营效益分析

9.7.3 业务发展现状

9.7.4 发展趋势分析

9.8 药房网

9.8.1 业务发展背景分析

9.8.2 经营效益分析

9.8.3 业务发展现状

9.8.4 发展趋势分析

9.9 金象大药房网上商城

9.9.1 业务发展背景分析

9.9.2 经营效益分析

9.9.3 业务发展现状

9.9.4 发展趋势分析

9.10 盛生药房

9.10.1 业务发展背景分析

9.10.2 经营效益分析

9.10.3 业务发展现状

9.10.4 发展趋势分析

9.11 药品零售网

9.11.1 业务发展背景分析

9.11.2 经营效益分析

9.11.3 业务发展现状

9.11.4 发展趋势分析

9.12 其他

9.12.1 北京同仁堂网上药店

9.12.2 云南白药集团

9.12.3 药品零售网

9.12.4 盘龙云海电子商务网

第10章：2018-2024年中国网上药店投资机会与风险指引分析

10.1 2018-2024年中国网上药店行业投资机会分析

10.1.1 中国药品批发零售现状分析

10.1.2 网上药店投资特性分析

10.2 2018-2024年中国网上药店行业投资风险预警

10.2.1 宏观调控政策风险

10.2.2 市场竞争风险

10.2.3 市场运营机制风险

10.2.4 网上药店技术风险分析

10.3 2018-2024年中国网上药店投资趋势分析

10.3.1 违规网上药店加快向正规网上药店转变

10.3.2 开始加大对宣传的投资

10.4 专家投资建议

第11章：2018-2024年中国网上药店前景展望与趋势预测（AKLT）

11.1 未来中国网络购物的前景展望

11.1.1 中国网络购物市场的前景无限美好

11.1.2 中国未来网络购物市场仍保持高速发展

11.1.3 2018-2024年中国网络购物市场规模预测

11.1.4 2017年左右中国网络购物将到达成熟期

- 11.1.5 中国网络购物模式发展的融合趋势
- 11.1.6 中国网络购物行为未来发展七大趋势探析
- 11.2 2018-2024年中国网上药店前景预测分析
 - 11.2.1 网上药店短期内不会进入快速发展阶段
 - 11.2.2 我国网上药店发展趋势探讨
 - 11.2.3 网上药店市场盈利预测分析
- 11.3 2018-2024年中国网上药店发展战略分析
 - 11.3.1 营销团队的营销能力
 - 11.3.2 产品质量的把控力
 - 11.3.3 会员服务的能力

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/291158.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。