

## 2024-2029年中国医药电子商务行业市场深度调研与发展前景研究报告

## 报告简介

医药电商指借助互联网渠道进行药品销售及服务的商业模式，包括药品生产或经营企业、各类服务商等通过互联网渠道，进行医药产品交换及提供相关服务的行为。

2019年我国医药电商交易规模达964.3亿元，同比增长46.68%。尽管增速较2018年有所放缓，当仍处于较高水平。2020年新冠疫情爆发，我国互联网医疗服务行业迎来新一轮快速增长，2020年我国医药电商交易规模约增长94.59%，达1876.4亿元。我国医药电商渗透率逐年增长，2019年我国医药电商行业的渗透率为0.93%，2020年我国医药电商的渗透率约达到1.21%。

近年来，随着医药电商市场规模的持续增长，以及资本的不断加入，我国医药电商正迎来快速发展期。2020年底，叮当快药与医药流通企业九州通医药集团宣布签署2021年战略合作协议，双方将围绕药品保供、扩充商品品类、加速供应链数字协同等方面展开深度合作。

2020年中国医药电商领域共有9家平台获得融资，涉及平台包括1药网、上药云健康、医百科技、泉源堂、一块医药、叮当快药、药帮手、药兜网、贝登医疗，融资总额超23.9亿元人民币。这些都说明医药电商获得了风投机构的青睐，资本也尤其看重医药电商的发展潜力和爆发力。

2021年5月10日，国务院办公厅关于发布了《全面加强药品监管能力建设的实施意见》，明确六个方面18项重点工作，包括完善信息化追溯体系，提升“互联网+药品监管”应用服务水平;构建全国药品追溯协同平台，实现药品全生命周期追溯，逐步实施医疗器械唯一标识;加强药品、医疗器械和化妆品监管大数据应用，推进监管和产业数字化升级;推动工业互联网在疫苗、血液制品、特殊药品等监管领域的融合应用，推进审评审批和证照管理数字化、网络化，推进网络监测系统建设。

随着国家支持“互联网+医药健康”的行业发展决心和力度持续加大，以及互联网医药在疫情中的价值凸显，医药零售市场将逐渐由以线下为主逐步转为线上线下融合发展的新零售模式，同时销售品类中处方药的占比也将逐步增长。而在这些因素的综合影响下，预计“十四五”时期医药电商行业将迎来重大的发展机遇。

本研究咨询报告由中道泰和咨询公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家工信部、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对我国医药电子商务行业及各子行业的发展状况、上下游行业发展状况、市场供需形势、新产品与技术等进行了分析，并重点分析了我国医药电子商务行业发展状况和特点，以及中国医药电子商务行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球医药电子商务行业发展态势作了详细分析，并对医药电子商务行业进行了趋向研判，是医药电子商务行业生产、经营企业，科研、投资机构等单位准确了解目前医药电子商务行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

## 报告目录

## 第一部分 产业市场调研

## 第一章 中国医药电子商务产品品牌市场实地调研

### 第一节 中国医药电子商务产品品牌市场价格走势

#### 一、价格形成机制分析

#### 二、医药电子商务产品品牌平均价格趋势分析

#### 三、2024-2029年中国医药电子商务产品品牌价格走势预测

### 第二节 影响中国医药电子商务产品品牌价格因素分析

#### 一、消费税调整对医药电子商务产品品牌价格的影响

#### 二、零售环境的变化对医药电子商务产品品牌价格的影响

### 第三节 中国医药电子商务产品品牌市场消费状况分析

#### 一、中国医药电子商务产品品牌市场消费结构

#### 二、中国医药电子商务产品品牌市场消费特点

#### 三、影响中国医药电子商务产品品牌市场消费因素

## 第二章 2019-2023年中国医药电子商务产品品牌市场结构调研

### 第一节 中国医药电子商务市场主要品牌发展分析

#### 一、中国医药电子商务市场主要品牌所占市场份额

#### 二、中国医药电子商务市场各品牌新动向监测

### 第二节 中国医药电子商务市场品牌排名调查

#### 一、按照销售额排名

#### 二、按市场份额排名

#### 三、按品牌知名度排名

#### 四、按消费者认可度排名

### 第三节 中国医药电子商务市场品牌发展新特色分析

## 第二部分 产业区域调研

## 第三章 中国医药电子商务行业区域市场需求状况预测

## 第一节 华北地区医药电子商务市场需求状况

- 一、2019-2023年行业发展现状分析
- 二、2019-2023年市场规模情况分析
- 三、2024-2029年市场需求情况
- 四、2024-2029年医药电子商务行业发展前景预测

## 第二节 东北地区医药电子商务市场规模研究

- 一、2019-2023年行业发展现状分析
- 二、2019-2023年市场规模情况分析
- 三、2024-2029年市场需求情况
- 四、2024-2029年医药电子商务行业发展前景预测

## 第三节 华东地区医药电子商务行业前景展望

- 一、2019-2023年行业发展现状分析
- 二、2019-2023年市场规模情况分析
- 三、2024-2029年市场需求情况
- 四、2024-2029年医药电子商务行业发展前景预测

## 第四节 华南地区医药电子商务市场需求预测

- 一、2019-2023年行业发展现状分析
- 二、2019-2023年市场规模情况分析
- 三、2024-2029年市场需求情况
- 四、2024-2029年医药电子商务行业发展前景预测

## 第五节 华中地区医药电子商务行业发展潜力分析

- 一、2019-2023年行业发展现状分析
- 二、2019-2023年市场规模情况分析
- 三、2024-2029年市场需求情况

#### 四、2024-2029年医药电子商务行业发展前景预测

##### 第六节 西南地区医药电子商务市场规模预测

###### 一、2019-2023年行业发展现状分析

###### 二、2019-2023年市场规模情况分析

###### 三、2024-2029年市场需求情况

###### 四、2024-2029年医药电子商务行业发展前景预测

##### 第七节 西北地区医药电子商务行业发展预测

###### 一、2019-2023年行业发展现状分析

###### 二、2019-2023年市场规模情况分析

###### 三、2024-2029年市场需求情况

###### 四、2024-2029年医药电子商务行业发展前景预测

#### 第三部分 产业深度调研

#### 第四章 2019-2023年中国医药电子商务行业需求用户调研结果

##### 第一节 2019-2023年医药电子商务行业用户认知程度分析

###### 一、不同收入用户认知程度分析

###### 二、不同年龄用户认知程度分析

###### 三、不同地区用户认知程度分析

###### 四、不同学历用户认知程度分析

##### 第二节 2019-2023年中国医药电子商务行业用户需求特点

###### 一、不同收入用户需求特点分析

###### 二、不同年龄用户需求特点分析

###### 三、不同地区用户需求特点分析

###### 四、不同学历用户需求特点分析

#### 第五章 2019-2023年中国医药电子商务产品品牌上游市场调查情况

## 第一节 2019-2023年中国医药电子商务产品原材料生产情况调查

- 一、中国医药电子商务产品原材料产量调查分析
- 二、中国医药电子商务产品原材料生产区域结构调查
- 三、2024-2029年中国医药电子商务产品原材料生产规模预测

## 第二节 中国医药电子商务产品原材料价格走势调查

- 一、中国医药电子商务产品原材料历年价格趋势调查
- 二、医药电子商务产品原材料未来走势预测
- 三、医药电子商务产品原材料价格走势对企业影响
  - 1、短期影响分析研究
  - 2、长期影响分析研究
  - 3、产品原材料成本敏感度

## 第三节 2019-2023年中国医药电子商务产品生产现状概况

- 一、2019-2023年中国医药电子商务产品生产规模调查
- 二、2019-2023年中国医药电子商务产品生产结构调查
- 三、2024-2029年中国医药电子商务产品产量预测

## 第六章 2019-2023年中国医药电子商务产品品牌下游经销商调查

### 第一节 代理商

- 一、畅销产品品牌调查分析
- 二、不同品牌产品市场占有率分析
- 三、营销渠道分析研究
- 四、营销策略探讨

### 第二节 加盟店

- 一、畅销产品品牌调查分析
- 二、不同品牌产品市场占有率分析

三、营销渠道分析研究

四、营销策略探讨

第三节 连锁店

一、畅销产品品牌调查分析

二、不同品牌产品市场占有率分析

三、营销渠道分析研究

四、营销策略探讨

第四节 经销商

第四部分 产业渠道调研

第七章 2024-2029年中国医药电子商务行业品牌分销商渠道评估研究

第一节 中国医药电子商务行业品牌有效铺货率分析

第二节 主要医药电子商务行业品牌有效铺货率比较

第三节 不同城市级别主要品牌有效铺货率

第八章 2019-2023年中国医药电子商务产品品牌销售渠道与营销策略解析

第一节 2019-2023年中国医药电子商务产品品牌销售渠道模式研究

一、2019-2023年中国医药电子商务产品品牌渠道销售现状调查

二、2019-2023年中国医药电子商务产品品牌营销渠道调研

三、2019-2023年中国医药电子商务产品品牌渠道发展机遇

四、2019-2023年中国医药电子商务产品品牌发展策略

五、2019-2023年渠道策略及营销策略运作案例分析

六、2024-2029年品牌新品研发多元化趋势探析

第二节 2019-2023年中国医药电子商务产品品牌市场策略点评

一、价格策略专家点评

二、渠道策略专家点评

### 第三节 2019-2023年中国医药电子商务产品品牌销售策略研究

#### 一、媒介选择策略

#### 二、产品定位策略

#### 三、企业宣传策略

### 第四节 2019-2023年中国医药电子商务产品品牌营销渠道探讨

#### 一、市场营销战术及管理

#### 二、医药电子商务产品品牌营销的发展之道

#### 三、中国医药电子商务品牌市场营销渠道探讨

## 第九章 2019-2023年中国医药电子商务行业竞争对手渠道模式

### 第一节 医药电子商务市场渠道情况

### 第二节 医药电子商务竞争对手渠道模式

### 第三节 医药电子商务直营代理分布情况

## 第五部分 产业发展态势

## 第十章 2019-2023年中国医药电子商务行业竞争力与发展态势研究

### 第一节 2019-2023年中国医药电子商务行业集中度分析

#### 一、企业数量及地区分布

#### 二、行业集中度分析

#### 三、地域分布情况

### 第二节 2019-2023年中国医药电子商务企业竞争状况

#### 一、领导企业的市场力量

#### 二、品牌竞争格局分析

#### 三、企业竞争组群分析

#### 四、各竞争组群的SWOT分析

#### 五、各竞争组群竞争成功的关键因素分析

### 第三节 2019-2023年中国医药电子商务行业竞争力分析

- 一、2019-2023年医药电子商务行业竞争分析
- 二、2019-2023年中外医药电子商务产品竞争力比较分析
- 三、2019-2023年中国医药电子商务市场竞争格局分析
- 四、2019-2023年国内主要医药电子商务企业动向研究

### 第四节 2024-2029年医药电子商务行业竞争态势展望

## 第十一章 中国医药电子商务行业重点企业经营分析

### 第一节 马应龙

- 一、企业发展概况
- 二、产销规模分析
- 三、产品结构分析
- 四、营销网络分析
- 五、主要客户分析
- 六、技术实力分析
- 七、经营状况分析
- 八、竞争优势分析
- 九、战略规划分析

### 第二节 广州药业

- 一、企业发展概况
- 二、产销规模分析
- 三、产品结构分析
- 四、营销网络分析
- 五、主要客户分析
- 六、技术实力分析



七、经营状况分析

八、竞争优势分析

九、战略规划分析

第三节 云南白药

一、企业发展概况

二、产销规模分析

三、产品结构分析

四、营销网络分析

五、主要客户分析

六、技术实力分析

七、经营状况分析

八、竞争优势分析

九、战略规划分析

第四节 同仁堂

一、企业发展概况

二、产销规模分析

三、产品结构分析

四、营销网络分析

五、主要客户分析

六、技术实力分析

七、经营状况分析

八、竞争优势分析

九、战略规划分析

第五节 东阿阿胶

- 一、企业发展概况
- 二、产销规模分析
- 三、产品结构分析
- 四、营销网络分析
- 五、主要客户分析
- 六、技术实力分析
- 七、经营状况分析
- 八、竞争优势分析
- 九、战略规划分析

#### 第六节 九芝堂

- 一、企业发展概况
- 二、产销规模分析
- 三、产品结构分析
- 四、营销网络分析
- 五、主要客户分析
- 六、技术实力分析
- 七、经营状况分析
- 八、竞争优势分析
- 九、战略规划分析

#### 第七节 上海医药

- 一、企业发展概况
- 二、产销规模分析
- 三、产品结构分析
- 四、营销网络分析

五、主要客户分析

六、技术实力分析

七、经营状况分析

八、竞争优势分析

九、战略规划分析

第八节 吉林敖东

一、企业发展概况

二、产销规模分析

三、产品结构分析

四、营销网络分析

五、主要客户分析

六、技术实力分析

七、经营状况分析

八、竞争优势分析

九、战略规划分析

第九节 太极集团

一、企业发展概况

二、产销规模分析

三、产品结构分析

四、营销网络分析

五、主要客户分析

六、技术实力分析

七、经营状况分析

八、竞争优势分析

## 九、战略规划分析

### 第十节 仁和药业

#### 一、企业发展概况

#### 二、产销规模分析

#### 三、产品结构分析

#### 四、营销网络分析

#### 五、主要客户分析

#### 六、技术实力分析

#### 七、经营状况分析

#### 八、竞争优势分析

#### 九、战略规划分析

## 第十二章 中国医药电子商务行业供需预测与发展趋势

### 第一节 2024-2029年中国医药电子商务行业未来发展趋势研究

#### 一、未来行业发展环境

#### 二、未来行业发展方向

#### 三、未来行业发展预测

### 第二节 2024-2029年医药电子商务行业市场供需状况预测

#### 一、供给能力预测

#### 二、市场需求预测

#### 三、进出口形势预测

### 第三节 2024-2029年医药电子商务行业总资产预测

### 第四节 2024-2029年医药电子商务行业工业总产值预测

### 第五节 2024-2029年医药电子商务行业销售收入预测

### 第六节 2024-2029年中国医药电子商务行业盈利能力预测

## 第六部分 产业投资策略

## 第十三章 2024-2029年中国医药电子商务行业投资价值与投资策略研究

### 第一节 中国医药电子商务行业SWOT模型分析

### 第二节 中国医药电子商务行业投资价值分析

#### 一、行业盈利能力

#### 二、行业偿债能力

#### 三、行业发展能力

### 第三节 2024-2029年中国医药电子商务行业投资风险预警

#### 一、新冠疫情风险预警

#### 二、行业竞争风险预警

#### 三、技术风险预警

#### 四、经营管理风险预警

### 第四节 中国医药电子商务行业投资策略研究

#### 一、重点投资品牌研究

#### 二、重点投资地区分析

### 第五节 中国医药电子商务项目行业可行性分析研究

## 第十四章 医药电子商务行业投资战略研究

### 一、战略综合规划

### 二、技术开发战略

### 三、业务组合战略

### 四、区域战略规划

### 五、产业战略规划

### 六、营销品牌战略

### 七、竞争战略规划

### 第二节 对中国医药电子商务行业品牌的战略思考

- 一、医药电子商务行业品牌的重要性
- 二、医药电子商务行业实施品牌战略的意义
- 三、医药电子商务行业企业品牌的现状分析
- 四、中国医药电子商务行业企业的品牌战略
- 五、医药电子商务行业品牌战略管理的策略

### 第三节 医药电子商务行业经营策略分析

- 一、医药电子商务行业市场细分策略
- 二、医药电子商务行业市场创新策略
- 三、品牌定位与品类规划
- 四、医药电子商务行业新产品差异化战略

### 第四节 医药电子商务行业投资战略研究

- 一、2019-2023年医药电子商务行业投资战略
- 二、2024-2029年医药电子商务行业投资战略
- 三、2024-2029年细分行业投资战略

### 图表目录

图表：2019-2023年中国医药电子商务市场主要品牌所占市场份额统计

图表：2019-2023年中国医药电子商务市场各品牌新动向监测数据

图表：2019-2023年中国医药电子商务市场品牌排名调查情况

图表：2019-2023年中国医药电子商务品牌按照销售额排名

图表：2019-2023年中国医药电子商务品牌按市场份额排名

图表：2019-2023年中国医药电子商务品牌按品牌知名度排名

图表：2019-2023年中国医药电子商务品牌按消费者认可度排名

图表：2019-2023年中国医药电子商务行业市场规模调研

图表：2019-2023年全球医药电子商务行业市场规模调研

图表：2019-2023年中国医药电子商务重要数据指标比较

图表：2019-2023年中国医药电子商务行业销售数据统计

图表：2019-2023年中国医药电子商务行业利润走势表

图表：2019-2023年中国医药电子商务行业资产数据情况

图表：2019-2023年中国医药电子商务行业进口数据统计

图表：2019-2023年中国医药电子商务行业出口数据统计

图表：2019-2023年中国医药电子商务品牌竞争力前十名排名

图表：2019-2023年中国医药电子商务品牌发展潜力前十名排名

图表：2019-2023年中国消费者收入水平调查

图表：2019-2023年中国消费者信心指数数据

**把握投资 决策经营！**

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : [kf@51baogao.cn](mailto:kf@51baogao.cn)

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/bg/20170214/41266.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)