2024-2029年中国互联网+中药材竞争格局分析与投资风险预测报告

报告简介

“互联网+”的设计元素，包括物联化，即借助智能穿戴、智能传感、智能居家等，把东西联通在一起;智慧化，即对数据进行采集、清理、挖掘、提炼，进而产生“智慧”;以及个性化，双向化，金融化，平台化，一体化等.中药材行业与其他传统行业一样：交易无非就“采购”和“销售”这两面，但这两面常受“人际、地域及时间”等诸多限制，从而制约整个中药材行业发展。作为企业，“寻找优质供应商、控制原材料成本、通过价格涨跌掌控库存及产品市场份额”等一环扣一环，每个环节都至关重要，却又困难重重，往往要耗费大量人力物力财力与时间去解决。作为个人，行业信息的掌控、销售渠道的扩充及企业黑暗采购的攻克等一个个问题摆在眼前，解决起来异常吃力。正是在“企业与个人都不得不面临重重困难”的情况下，互联网以极大优势突破层层叠嶂。互联网通过信息技术，由线下到线上，由企业到个人，让中药材交易透明化、范围化和多元化，以此加快中药材现货流通，促进产业经济发展。资金缺乏”在任何行业中都是普遍存在又棘手的问题，“资金”是交易顺利与产业扩大的坚实保证。但，因中药材行业本身特质及价格波动太大等因素，很难获得银行或贷款公司的资金支持，这也是中药材行业发展缓慢的重要因素。

近期，在“互联网+”的影响下，中药材P2P融资也浮出水面。P2P融资是一种新兴商业模型，其通过互联网将小额度的资金聚集，然后借贷给有资金需求的人群。这两年，随着互联网影响力在各行各业的提高，P2P正逐步取代银行和小额贷款公司等地质押的形式，直接变成由全国各地的自由出资人自主选择借贷关系及时限的模式，这样既满足个人资金需求，也提高了社会闲散资金利用率。

大部分企业切入电子商务主要通过以下几种方式第一：借力第三方平台
入驻开店,;第二：自建网上商城系统; 第三：与优秀网上商城系统开发商合作。

在这种市场环境下，中药企业如果想要更好生存，就要逐步尝试各种新的营销模式、运营模式。

目前，中药企业布局互联网有三大主要方向。分别是，自建、入驻第三方平台、布局O2O;通过互联网平台搭建中医诊疗服务闭环;通过B2B电商平台，连接中医药产业上下游。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志的基础信息等公布和提供的大量资料，对国际、国内互联网+中药材行业市场发展状况、关联行业发展状况、行业竞争状况、优势企业发展状况、消费现状以及行业营销进行了深入的分析，在总结中国互联网+中药材行业发展历程的基础上，结合新时期的各方面因素，对中国互联网+中药材行业的发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。本报告是互联网+中药材行业生产、经营、科研企业及相关研究单位极具参考价值的专业报告。

报告目录

第一章 中国互联网+中药材行业发展综述 1

第一节 “互联网+中药材”行业概念界定 1

一、“互联网+”的提出及内涵 1

二、“互联网+中药材”行业的内涵 3

三、本报告的研究范围 4

第二节 中国互联网+中药材行业发展背景 4

一、中国互联网+中药材行业政策背景分析 4

二、中国互联网+中药材行业经济背景分析 18

三、中国互联网+中药材行业技术背景分析 39

第二章 中国互联网+中药材行业发展现状及前景 47

第一节 中国互联网+中药材行业市场发展阶段分析 47

一、中道泰和对互联网+中药材行业发展阶段的研究 47

二、中国互联网+中药材行业细分阶段发展特点 48

第二节 互联网给中药材行业带来的冲击和变革分析 50

一、互联网时代中药材行业大环境变化分析 50

二、互联网给中药材行业带来的突破机遇分析 50

三、互联网给中药材行业带来的挑战分析 51

四、互联网+中药材行业融合创新机会分析 52

第三节 中国互联网+中药材行业市场发展现状分析 54

一、中国互联网+中药材行业投资布局分析 54

二、中药材行业目标客户互联网渗透率分析 59

三、中国互联网+中药材行业市场规模分析 61

四、中国互联网+中药材行业竞争格局分析 61

第四节 中国互联网+中药材行业市场发展前景分析 66

一、中国互联网+中药材行业市场增长动力分析 66

二、中国互联网+中药材行业市场发展瓶颈剖析 67

三、中国互联网+中药材行业市场发展趋势分析 68

第五节 中国中药材行业电商发展现状及前景预测 70

一、中国中药材行业电商总体开展情况 70

二、中国中药材行业电商交易规模分析 72

三、中国中药材行业电商产品/服务品类 75

四、中国中药材行业电商盈利情况分析 75

五、中国中药材行业电商市场现存问题 76

六、中国中药材行业电商市场趋势分析 79

七、中国中药材行业电商市场规模预测 82

第三章 中国互联网+中药材行业商业模式创新策略 84

第一节 中道泰和关于商业模式研究的基本思想介绍 84

一、商业模式的定义及与其他模式的比较 84

二、商业模式的核心构成要素及构建流程 87

第二节 中国互联网+中药材行业市场定位创新分析 89

一、中国中药材行业消费者特征分析 89

二、中国中药材行业企业主流的市场定位分析 91

三、互联网对中药材行业市场定位的变革分析 92

四、互联网下中药材行业市场定位优秀案例分析 94

第三节 中国互联网+中药材行业价值主张创新分析 96

一、中国中药材行业主要的客户价值主张要素分析 96

二、互联网+中药材行业价值主张创新策略分析 97

三、互联网+中药材行业价值主张创新优秀案例 99

第四节 中国互联网+中药材行业渠道通路创新分析 100

一、中国中药材行业渠道通路的主要类别及特点分析 100

二、互联网对中药材行业渠道通路的颠覆性变革分析 106

三、互联网+中药材行业网络媒体广告宣传策略分析 107

四、互联网+中药材行业电商渠道构建策略分析 107

五、互联网+中药材行业渠道通路创新优秀案例 108

第五节 中国互联网+中药材行业客户关系创新分析 109

一、中国中药材行业客户关系的类别及关系成本分析 109

1、中药材行业客户关系的类别分析 109

2、中药材行业客户关系成本分析 110

二、中国互联网+中药材行业客户关系创新路径分析 111

三、中国互联网+中药材行业客户关系创新优秀案例 111

第六节 中国互联网+中药材行业收入来源创新分析 112

一、中国中药材行业收入的主要来源渠道及特点 112

二、中国互联网+中药材行业收入来源的创新分析 113

三、中国互联网+中药材行业收入来源创新优秀案例 114

第七节 中国互联网+中药材行业合作伙伴创新分析 115

一、中国中药材行业主要的合作伙伴及其特点分析 115

二、互联网如何改变中药材行业合作伙伴结构 116

三、互联网下中药材行业新增合作伙伴的特点 116

四、互联网下中药材行业新增合作伙伴优秀案例 116

第八节 中国互联网+中药材行业成本机构优化分析 120

一、中国中药材行业主要成本结构及特点分析 120

二、互联网如何改变中药材行业成本结构 122

三、互联网下中药材行业成本结构的优化路径 124

四、互联网下中药材行业成本结构优化优秀案例 125

第九节 国外互联网+中药材行业商业模式创新经验 128

一、国外互联网+中药材行业商业模式优秀案例剖析 128

二、国外互联网+中药材行业商业模式创新经验借鉴 133

第四章 中国中药材行业企业电商战略规划及模式选择 134

第一节 中国中药材行业企业电商战略规划分析 134

一、中药材企业电商如何正确定位 134

二、中药材电商核心业务确定策略 134

三、中药材企业电商化组织变革策略 135

第二节 中国中药材行业典型电商发展模式总体分析 135

一、中国中药材主流模式分析 135

二、B2B电商模式及其优劣势分析 137

三、B2C电商模式及其优劣势分析 139

四、C2C电商模式及其优劣势分析 141

五、O2O电商模式及其优劣势分析 143

六、中国中药材行业最优电商模式的选择 146

第三节 中国中药材行业企业电商切入模式及发展路径 147

一、模式平台为主型 147

二、模式自营为主型 148

三、模式海外买手制 149

四、模式自贸区/保税区电商平台 150

五、模式导购返利/代运营模式 151

六、模式海外电商直邮 152

七、模式内容分享/社区资讯 153

第四节 中国中药材行业移动电商切入路径及典型产品 154

一、中国中药材行业移动电商的商业价值分析 154

二、中国中药材行业移动电商市场发展现状 163

三、中国中药材行业移动电商市场切入路径 168

四、中国中药材行业移动电商典型产品形式 169

五、中国中药材行业移动电商发展趋势及前景 172

第五章 中国互联网+中药材商业模式创新优秀案例剖析 174

第一节 案例一 174

一、案例一基本信息分析 174

二、案例一经营情况分析 175

三、案例一产品/服务分析 176

四、案例一盈利模式分析 176

五、案例一渠道通路分析 176

六、案例一合作伙伴分析 177

七、案例一融资情况分析 178

第二节 案例二 179

一、案例二基本信息分析 179

二、案例二经营情况分析 180

三、案例二产品/服务分析 180

四、案例二盈利模式分析 180

五、案例二渠道通路分析 181

六、案例二合作伙伴分析 181

七、案例二融资情况分析 182

第三节 案例三 183

一、案例三基本信息分析 183

二、案例三经营情况分析 183

三、案例三产品/服务分析 184

四、案例三盈利模式分析 184

五、案例三渠道通路分析 185

六、案例三合作伙伴分析 185

七、案例三融资情况分析 186

第四节 案例四 187

一、案例四基本信息分析 187

二、案例四经营情况分析 187

三、案例四产品/服务分析 188

四、案例四盈利模式分析 188

五、案例四渠道通路分析 189

六、案例四合作伙伴分析 190

七、案例四融资情况分析 190

第五节 案例五 192

一、案例五基本信息分析 192

二、案例五经营情况分析 192

三、案例五产品/服务分析 193

四、案例五盈利模式分析 194

五、案例五渠道通路分析 195

六、案例五合作伙伴分析 195

七、案例五融资情况分析 196

第六章 中国互联网+中药材行业市场投资机会及建议 197

第一节 中国互联网+中药材行业投资特性及风险 197

一、互联网+中药材行业投资壁垒分析 197

二、互联网+中药材行业投资特性分析 198

三、互联网+中药材行业投资风险分析 200

第二节 中国互联网+中药材行业投融资现状及趋势 201

一、中国互联网+中药材行业投资现状及趋势 201

二、中国互联网+中药材行业融资现状及趋势 212

第三节 中国互联网+中药材行业投资机会及建议 229

一、中国互联网+中药材行业投资机会分析 229

二、中道泰和关于互联网+中药材行业的投资建议 231

第七章 中国大型企业互联网+中药材投资布局分析 233

第一节 相关上市公司“互联网+中药材”投资布局 233

一、康美药业 233

二、九州通 240

三、东阿阿胶 250

四、乐普医疗 256

五、云南白药 265

图表目录

图表：2019-2023年国内生产总值及其增长速度 20

图表：2019-2023年三次产业增加值占国内生产总值比重 21

图表：2019-2023年我国GDP分季度增长率预测 24

图表：2019-2023年中国进出口及净出口占GDP比重预测(%) 25

图表：2019-2023年国内生产总值(GDP) 26

图表：2019-2023年第一产业情况 26

图表：2019-2023年第二产业情况 27

图表：2019-2023年第三产业情况 27

图表：2019-2023年居民消费者价格指数(CPI) 27

图表：2019-2023年全国居民消费者价格指数(CPI) 28

图表：2019-2023年城市居民消费者价格指数(CPI) 28

图表：2019-2023年农村居民消费者价格指数(CPI) 29

图表：2019-2023年工业品出厂价格指数(PPI) 29

图表：2019-2023年城镇固定资产投资 30

图表：2019-2023年消费者信心指数 30

图表：2019-2023年消费者满意指数 31

图表：2019-2023年消费者预期指数 31

图表：2019-2023年社会消费品零售总额 32

图表：2019-2023年全国居民人均可支配收入及增长速度 33

图表：2019-2023年全国居民人均消费支出及其构成 33

图表：2019-2023年城镇新增就业人数 34

图表：2019-2023年全员劳动生产率 34

图表：云计算产业链组成结构 40

图表：2024-2029年全球云计算服务市场规模现在及其预测 40

图表：2019-2023年我国公有云市场规模 41

图表：2024-2029年我国公有云市场规模分析 41

图表：2024-2029年中国中药生产行业销售收入情况及其预测分析 57

图表：2024-2029年中国中药生产行业利润总额情况及其预测分析 57

图表：互联网+中医企业分布 58

图表：互联网+中医药公司人数规模分析 59

图表：互联网+中医药创业公司融资情况 60

图表：互联网+中医行业平均融资规模分析 60

图表：2024-2029年我国中药材行业市场规模及其预测分析 61

图表：2019-2023年上半年我国互联网+中药材加工行业情况分析 64

图表：2019-2023年上半年我国互联网+中药材加工行业所有制结构(按企业数) 64

图表：2019-2023年上半年我国互联网+中药材加工行业所有制结构(按资产) 65

图表：2019-2023年上半年我国互联网+中药材加工行业所有制结构(按收入) 65

图表：2019-2023年上半年我国互联网+中药材加工行业所有制结构(按利润) 66

图表：老字号电商百强行业分布 70

图表：老字号电商百强行业排名分析 71

图表：老字号电商业务行业增速分析 71

图表：中国医疗市场规模 73

图表：医药电商分类及代表企业 74

图表：2019-2023年中国医药电商销售额占比 74

图表：2019-2023年医药电商交易商品品类比例 75

图表：中国医药电商总规模现状及其预测 82

图表：中国医药电商B2C市场规模现状及其预测 83

图表：中药材行业各类产品商业模式融资对比情况 84

图表：中药材行业各类产品商业模式融资规模对比情况 85

图表：2019-2023年细分领域的融资额占总融资额的比例 86

图表：互联网+中医药全产业链的闭环发展模式 87

图表：互联网+中医药产品形态(产品矩阵) 88

图表：中药组织购买行为的影响因素 89

图表：中药市场消费需求的特点 89

图表：中药消费者购买行为模式6W+1H 90

图表：中药消费者购买行为模式7O 90

图表：中药材流通概述 97

图表：中药材的流通环节 105

图表：2019-2023年2月-2019-2023年11月医药行业PPI走势 120

图表：2019-2023年3月-2019-2023年11月医疗保健和个人用品价格指数走势 121

图表：2019-2023年2月-2019-2023年11月中西药品及医疗保健用品零售价格指数走势 121

图表：2019-2023年2月-2019-2023年11月医药行业收入和利润增速走势 126

图表：九州通医药网情况分析 129

图表：2019-2023年1-5月天猫医药馆五大品类交易额变化趋势 131

图表：2019-2023年天猫医药馆品类平均占比预测 131

图表：互联网+医疗模式情况 136

图表：2019-2023年医药电商分类及代表企业 137

图表：2019-2023年我国B2C医药电商市场规模 140

图表：电商切入模式平台为主型 147

图表：电商切入模式平台为主型天猫国际分析 148

图表：电商切入模式自营为主型分析 148

图表：电商切入模式自营为主型苏宁易购分析 149

图表：电商切入模式海外买手制为主型苏宁易购分析 149

图表：电商切入模式海外买手制为主型洋码头分析 150

图表：电商切入模式自贸区/保税区电商平台分析 150

图表：电商切入模式自贸区/保税区电商平台跨境购分析 151

图表：电商切入模式导购返利/代运营分析 151

图表：电商切入模式导购返利/代运营什么值得买模式链条分析 152

图表：电商切入模式海外电商直邮分析 152

图表：电商切入模式内容分享/社区资讯分析 153

图表：微信及手Q社交平台属性 154

图表：移动社交电商较传统电商具备六大优势 155

图表：移动社交购物平台 155

图表：社交电商与传统电商对比分析 156

图表：移动电商运营高效化 157

图表：移动互联网 158

图表：移动互联网 158

图表：中国移动互联网的发展阶段 159

图表：全球大数据市场规模预测 161

图表：中国大数据市场规模预测 162

图表：中国移动互联网市场规模 163

图表：2019-2023年中国电子商务市场交易规模 163

图表：2019-2023年中国电子商务市场细分行业构成 164

图表：202-2019-2023年中国网络购物市场交易规模 165

图表：2019-2023年中国网络交易额PC端和移动端占比 166

图表：iUserTracker&mUserTracker-2019-2023年中国网络购物市场Top10-PC端&App端月度覆盖人数及月独立设备数 166

图表：2019-2023年中国网民规模与网络购物用户规模 167

图表：2019-2023年中国手机网民规模与手机网购用户规模 167

图表：中国电子商务发展历程 168

图表：中国移动电商全产业链图谱 169

图表：2019-2023年中国电商企业用户移动营销预算在数字营销预算中的比例 170

图表：2019-2023年中国移动电商广告占比情况 170

图表：2019-2023年中国移动购物市场交易规模 171

图表：mUserTracker-2019-2023年主要电商企业分析 172

图表：部分创业案例分析 175

图表：获得融资项目分析 177

图表：推拿按摩O2O项目分析 189

图表：Ovatemp应用与ONDO电子温度计 191

图表：在线咨询、问诊项目分析 196

图表：2019-2023年2月-2019-2023年11月医药行业投资额及其增速走势 199

图表：2019-2023年2月-2019-2023年11月医药行业投资额占比情况 199

图表：2019-2023年2月-2019-2023年11月医药行业利用外资合同项目数和金额增速走势 202

图表：2019-2023年2月-2019-2023年11月医药行业利用外资合同项目和金额占比情况 202

图表：2019-2023年医药制造业增长与卫生总费用支出及GDP的关系 203

图表：2019-2023年医药板块的估值水平走势 203

图表：2019-2023年医药各子行业板块区间涨跌幅比较 204

图表：2019-2023年中国股权投资市场医药行业细分领域分析(按投资案例数，起) 205

图表：2019-2023年中国股权投资市场医药行业细分领域分析(按投资金额，亿元) 205

图表：2019-2023年中国股权投资市场医药行业地域分布(按案例数，起) 206

图表：2019-2023年中国股权投资市场医药行业地域分布(按投资金额) 206

图表：2019-2023年中国医药企业境内外IPO总体分析 207

图表：2019-2023年VC/PE支持的中国医药企业境内外IPO总体分析 207

图表：2019-2023年VC/PE支持上市中国医药企业上市退出案例数 208

图表：2019-2023年VC/PE支持上市中国医药企业上市账面投资回报统计 208

图表：2019-2023年中国股权投资市场进行医药投资的机构数量 209

图表：2019-2023年中国股权投资市场进行医药投资情况分析 210

图表：医药公司按不同发展阶段 212

图表：中医药融资事件情况分析 219

图表：互联网+中医药创业公司融资详细情况分析1 221

图表：互联网+中医药创业公司融资详细情况分析2 222

图表：2019-2023年医药行业各版块估值对比 224

图表：2019-2023年新三板医药行业估值情况 225

图表：2019-2023年新三板融资额前十名行业 225

图表：2019-2023年新三板融资额前十名行业 226

图表：2019-2023年新三板融资额前十名行业占比情况 226

图表：2019-2023年新三板融资额前十名行业占比情况 227

图表：2019-2023年融资额排名前十的融资事件 227

图表：互联网+中医药产业创业六大机会 229

图表：互联网+中医药产业创业六大机会结构 229

图表：康美药业主要财务指标分析 235

图表：康美药业重要指标分析 236

图表：康美药业归属净利润分析 236

图表：康美药业归属净利润趋势分析 237

图表：康美药业主营收入分析 237

图表：康美药业主营收入趋势分析 237

图表：康美药业主营业务数据分析 238

图表：九州通主要财务指标分析 242

图表：九州通重要指标分析 243

图表：九州通归属净利润分析 243

图表：九州通归属净利润趋势分析 244

图表：九州通主营收入分析 244

图表：九州通主营收入趋势分析 244

图表：九州通主营收入业务分析 245

图表：九州通主营收入数据业务分析(按产品) 246

图表：东阿阿胶主要财务指标分析 251

图表：东阿阿胶重要指标分析 252

图表：东阿阿胶归属净利润分析 252

图表：东阿阿胶归属净利润趋势分析 253

图表：东阿阿胶主营收入分析 253

图表：东阿阿胶主营收入趋势分析 253

图表：东阿阿胶主营业务收入分析 254

图表：东阿阿胶主营业务数据收入分析(按产品) 254

图表：乐普医疗主要财务指标分析 258

图表：乐普医疗重要指标分析 259

图表：乐普医疗归属净利润分析 259

图表：乐普医疗归属净利润趋势分析 260

图表：乐普医疗主营收入分析 260

图表：乐普医疗主营收入趋势分析 260

图表：乐普医疗主营业务收入分析 261

图表：乐普医疗主营构成分析(按产品) 262

图表：云南白药主要财务指标分析 266

图表：云南白药重要指标分析 267

图表：云南白药归属净利润分析 267

图表：云南白药归属净利润趋势分析 268

图表：云南白药主营收入分析 268

图表：云南白药主营收入趋势分析 268

图表：云南白药主营业务收入分析 269

图表：云南白药主营业务收入分析(按产品) 269

把握投资 决策经营！

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

本文地址：https://www.51baogao.cn/bg/20170531/79626.shtml

在线订购：点击这里