

中国医药电商行业现状分析及行业投资前景与投资机会研究报告(2026-2031版)

报告简介

医药电子商务是指以医疗机构、医药公司、银行、医药生产商、医药信息服务提供商、第三方机构等以赢利为目的的市场经济主体，凭借计算机和网络技术(主要是互联网)等现代信息技术，进行医药产品交换及提供相关服务的行为。

本报告利用中道泰和长期对医药电商行业市场跟踪搜集的一手市场数据，同时依据国家统计局、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、行业协会、51行业报告网、全国及海外专业研究机构提供的大量权威资料，采用与国际同步的科学分析模型，全面而准确地为您从行业的整体高度来架构分析体系。让您全面、准确地把握整个医药电商行业的市场走向和发展趋势。

报告对中国医药电商行业的内外部环境、行业发展现状、产业链发展状况、市场供需、竞争格局、标杆企业、发展趋势、机会风险、发展策略与投资建议等进行了分析，并重点分析了我国医药电商行业将面临的机遇与挑战。报告将帮助医药电商企业、学术科研单位、投资企业准确了解医药电商行业最新发展动向，及早发现医药电商行业市场的空白点，机会点，增长点和盈利点.....准确把握医药电商行业未被满足的市场需求和趋势，有效规避医药电商行业投资风险，更有效率地巩固或者拓展相应的战略性目标市场，牢牢把握行业竞争的主动权。形成企业良好的可持续发展优势。

报告目录

第一章 医药电商行业发展综述

第一节 网上销售药品分类

一、紧急用药

二、慢性病处方药

三、“特药”

第二节 网上药店优势分析

- 一、减少流通环节，降低药价
- 二、crm系统全方位健康服务
- 三、全称安全有保障

第三节 药店试水o2o成败的因素

- 一、流量问题
- 二、配送问题
- 三、网络咨询能力
- 四、处方药品是否开放

第四节 医药电商领域争夺焦点

- 一、资质牌照
- 二、市场地盘

第二章 中国医药电商行业发展环境分析

第一节 医药改革背景分析

- 一、基本药物制度
- 二、医药分开政策

第二节 互联网药品经营政策

第三节 杭州市互联网药品安全监管机制创新

- 一、食品药品预警机制
- 二、绿色便捷协查机制
- 三、监管部门与阿里巴巴进驻沟通互动机制

第三章 中国医药电商行业运行现状分析

第一节 医药电商主要运营模式

一、自营式b2c网上药店

- 1、健一网
- 2、七乐康
- 3、好药师网

二、第三方平台模式

- 1、天猫医药馆
- 2、京东医药馆

三、b2b采购平台

- 1、九州通
- 2、珍诚在线

第二节 医药市场o2o的四大模式

- 一、九州通：微信“药急送”
- 二、海王星辰：o2o全覆盖
- 三、健一网：体验店
- 四、七乐康：网上药店o+o

第三节 医药电商自建医疗app的挑战

- 一、获客成本
- 二、服务问题
- 三、平台公正性问题

第四章 我国医药电商市场分析

第一节 市场规模分析

一、药品零售终端市场规模

二、网上药店的销售规模和种类分析

1、医疗器械

2、药品

3、成人用品

4、隐形眼镜

第二节 医药电商销售品牌分析

一、品牌种类分析

二、销售金额分析

第三节 医药电商交易规模预测

一、2021-2026年我国医药电商的交易规模预测

二、2021-2026年我国网上处方药销售规模预测

第五章 互联网巨头在“移动医疗”领域的布局

第一节 腾讯系风头正劲

第二节 阿里系早有布局

第三节 小米系虎视眈眈

第四节 盛大系背影渐远

第五节 云端的战争

一、百度旗下dulife品牌

二、京东智能云超级app “京东云助手”

三、微信的朋友圈

第六章 药品连锁经营企业发展分析

第一节 国药控股国大药房有限公司

一、门店数量及规模

二、医保定点门店

三、网上药品销售收入

四、药品电商平台建设情况

第二节 重庆桐君阁药房连锁有限责任公司

一、门店数量及规模

二、医保定点门店

三、网上药品销售收入

四、药品电商平台建设情况

第三节 广东大参林连锁药店有限公司

一、门店数量及规模

二、医保定点门店

三、网上药品销售收入

四、药品电商平台建设情况

第四节 中国海王新辰连锁药店有限公司

一、门店数量及规模

二、医保定点门店

三、网上药品销售收入

四、药品电商平台建设情况

第五节 云南海翔一心堂药业(集团)股份有限公司

一、门店数量及规模

二、医保定点门店

三、网上药品销售收入

四、药品电商平台建设情况

第七章 国内医药电商相关企业分析

第一节 九州通医药集团股份有限公司

一、企业发展概况

二、o2o药急送业务

三、仓储物流面积

四、医药咨询队伍

五、技术及研发情况

六、网上药品销售业绩

七、好药师电商发展历程

第二节 国药控股国大药房有限公司

一、企业发展概况

二、大客户资源分析

三、新特药品种优势

四、对接医保的便利分析

五、医药电商平台建设

第三节 阿里巴巴集团控股有限公司

一、企业发展概况

二、支付宝联合天猫医药馆启动药店o2o项目

三、收购中信21世纪，推进药品监管信息平台

四、支付宝打造移动就医的平台

五、支付宝与海虹控股结成战略合作伙伴

六、“未来医院”计划

七、药品安全计划

第八章 2026-2031年医药电商行业前景及趋势预测

第一节 2026-2031年医药电商市场发展前景

一、医药电商市场发展潜力

二、医药电商市场发展前景展望

三、医药电商细分行业发展前景分析

第二节 未来我国医药电商行业竞争格局

一、行业将超过200家企业取得药品交易资格

二、行业进入洗牌期，兼并重组可能加剧

三、医药生产厂家逐步走向前台

第三节 中国医药互联网商业的趋势分析

一、医药企业开始寻找新的消费者沟通方式

二、医药与移动互联网的结合，开创出新商业模式

三、医药健康的智能可穿戴市场

四、医药电子商务刚刚启程，蕴藏巨大的想象空间

第九章 2026-2031年医药电商行业投资机会与风险防范

第一节 中国医药电商行业投资特性分析

一、医药电商行业进入壁垒分析

二、医药电商行业盈利模式分析

三、医药电商行业盈利因素分析

第二节 中国医药电商行业投资风险

一、网上销售处方药现三大隐忧

- 1、执业药师缺口将加大
- 2、药企和医生间不当利益会更隐蔽
- 3、网上售药o2o运营模式存疑

二、医药电商发展障碍

- 1、对处方药进行松动性管理
- 2、建立相应的赔偿制度
- 3、完善网上销售药
- 4、品的配送、专业药师的配备指导

三、患者角度来看的风险

- 1、用药的效率问题
- 2、用药的安全性问题
- 3、医保卡刷卡问题

第三节 医药电商行业投资机会

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

三、第三方物流行业投资机会

第十章 医药电商行业发展战略研究

第一节 医药电商行业发展战略研究

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 对中国医药电商品牌的战略思考

一、医药电商品牌的重要性

二、医药电商实施品牌战略的意义

三、医药电商企业品牌的现状分析

四、中国医药电商企业的品牌战略

五、医药电商品牌战略管理的策略

第三节 医药电商行业经营策略分析

一、医药电商市场细分策略

二、医药电商市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、医药电商新产品差异化战略

第四节 医药电商行业投资战略研究

一、2021-2026年医药电商行业投资战略

二、2026-2031年医药电商行业投资战略

三、2026-2031年细分行业投资战略

图表目录

图表：医药电商行业生命周期

图表：医药电商行业产业链结构

图表：2021-2026年中国医药电商所属行业盈利能力分析

图表：2021-2026年中国医药电商所属行业运营能力分析

图表：2021-2026年中国医药电商所属行业偿债能力分析

图表：2021-2026年中国医药电商所属行业发展能力分析

图表：2021-2026年中国医药电商所属行业经营效益分析

图表：2021-2026年不同规模企业利润总额分布

图表：2021-2026年医药电商所属行业不同规模企业从业人员分布

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

报告编号：237823

本文地址：<https://www.51baogao.cn/baogao/20211222/237823.shtml>

在线订购：[点击这里](#)