

2017-2023年中国网上药店 产业深度调研与发展规划研究报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2017-2023年中国网上药店产业深度调研与发展规划研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/qita/0061896XKY.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

随着电子商务的不断成熟，中国互联网药品交易发展迅速。在中国，网上售药必须要具有食品药品监管部门核发的《互联网药品交易服务资格证》。凡是向个人消费者零售药品的，首先应当是实体药品零售连锁企业，符合自建网站审批管理规定。取得在网上售药资质的企业，都应该在自己网站的醒目位置上标注资格证书编号，供消费者查询核实。

智研数据研究中心发布的《2017-2023年中国网上药店产业深度调研与发展规划研究报告》共十章。首先介绍了中国网上药店行业市场发展环境、中国网上药店整体运行态势等，接着分析了中国网上药店行业市场运行的现状，然后介绍了中国网上药店市场竞争格局。随后，报告对中国网上药店做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国网上药店行业发展趋势与投资预测。您若想对网上药店产业有个系统的了解或者想投资网上药店行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章 2015年全球网上药店运行浅析	25
第一节 2015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 2015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 2015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 2017-2023年全球网上药店运行趋势探析	33

第二章 2015年网上药店市场运行环境解析	34
第一节 2015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 2015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 2015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、2015年网络购物跻身十大网络应用之列	70
四、2015年地方规范开启网络购物有章可循大门	71
第四节 2015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 2015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 2015年中国网上药店运行形势透析	83
第一节 2015年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 2015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与议	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 2015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 2015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 2015年中国网上药店供需分析	108
第一节 2015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 2015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 2015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 2015年中国网络购物用户消费调研 115

第一节 2015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 2015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 2015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 2015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 2015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 2015年网上药店相关主体特征分析 132

第一节 2015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2015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 2015年中国网上药店竞争新格局透析 142

第一节 2015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 2015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 2017-2023年中国网上药店竞争趋势分析 153

第八章 2015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 2017-2023年中国网上药店投资战略分析 228

第一节 2017-2023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 2017-2023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 2017-2023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 2017-2023年中国网上药店前景展望与趋势预测 236 (ZYYF)

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、2017-2023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 2017-2023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

图表目录：

图表 1 2006-2015年我国季度GDP增长率 单位：% 37

图表 2 2008-2015年我国三产业增加值季度增长率 单位：% 37

图表 3 2008-2015年我国季度GDP增长率 单位：% 39

图表 4 2015年我国固定资产投资情况 50

图表 5 2015年各地区固定资产投资（不含农户）情况 52

图表 6 2015年我国固定资产（不含农户）增速情况 54

图表 7 2008-2015年固定资产投资走势图 单位：% 55

图表 8 2009-2015年东、中、西部地区固定资产投资走势图 单位：% 55

图表 9 2009-2015年我国CPI、PPI运行趋势 单位：% 58

图表 10 2008-2015年企业商品价格指数走势 59

图表 11 2005-2015年工业增加值 61

图表 12 2015年主要工业产品产量及其增长速度 62

图表 13 2015年规模以上工业企业实现利润及其增长速度 64

图表 14 2008-2015网络应用使用率排名变化 70

图表 15 2012-2015年度中国网购消费力十大城市(成交金额) 79

图表 16 2012-2015年度中国网购消费力十大城市(成交金额百分比) 79

图表 17 27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

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/qita/0061896XKY.html>