

2016-2022年中国医药O2 O行业全景调研及投资前景分析报告

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

《2016-2022年中国医药O2O行业全景调研及投资前景分析报告》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/yiliaoqxie/158532YTUS.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

作为医药电商主要品类，药品在瞬时需求方面要求相对较高，O2O能够融合传统线下医疗机构（提供服务）及线上医药电商网站（提供产品）的双方优势，成为医药电商和服务中重要的环节，在整体医药流通领域起到了重要的补充作用。

医药电商的发展基础源于传统药店，其发展O2O能够助力线下药店触达更多用户，而用户也能够在线上快速获取并得到企业提供的商品和服务。

但医药O2O发展受制于服务团队（主要指配送团队的数量及服务范围）的搭建，具有明显的区域化特征，因此O2O服务将依托于药店及网站（或移动App）而发展。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国医药O2O行业全景调研及投资前景分析报告》依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

智研数据研究中心是国内权威的市场调查、行业分析专家，主要服务有市场调查报告，行业分析报告，投资发展报告，市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资咨询报告,投资情报，免费报告,行业咨询,数据等，是中国知名的研究报告提供商。

报告目录：

第一章 中国医药O2O行业概述

1.1 O2O模式相关介绍

1.1.1 概念界定

1.1.2 发展历程

1.1.3 核心技术

1.1.4 应用价值

1.1.5 经营模式

1.1.6 与B2C模式区别

1.2 医药O2O定义及商业价值

1.2.1 定义

1.2.2 发展背景

1.2.3 发展优势

- 1.2.4 商业价值
- 1.3 医药O2O的构成
 - 1.3.1 医药连锁企业、医药实体店
 - 1.3.2 O2O医药电子商务平台
 - 1.3.3 消费者
- 1.4 医药O2O服务企业分类

第二章 中国医药O2O市场PEST分析

- 2.1 政策环境 (Political)
 - 2.1.1 电子商务发展政策
 - 2.1.2 互联网食品药品经营政策
 - 2.1.3 内贸流通健康发展政策
 - 2.1.4 “互联网+”行动政策
- 2.2 经济环境 (Economic)
 - 2.2.1 宏观经济状况
 - 2.2.2 电子商务规模巨大
 - 2.2.3 医药流通发展迅速
 - 2.2.4 医药B2C发展推动
- 2.3 社会环境 (Social)
 - 2.3.1 互联网用户规模
 - 2.3.2 网购用户规模
 - 2.3.3 网购交易规模
 - 2.3.4 慢病患者众多
 - 2.3.5 用户需求提升
- 2.4 技术环境 (Technological)
 - 2.4.1 基础服务体系
 - 2.4.2 LBS定位技术

第三章 2013-2016年中国医药O2O市场发展分析

- 3.1 2013-2016年中国医药O2O市场运行分析
 - 3.1.1 市场发展现状
 - 3.1.2 市场竞争格局

- 3.1.3 市场发展形势
- 3.1.4 热点事件解析
- 3.1.5 企业规模分析
- 3.1.6 国外经验借鉴
- 3.2 2013-2016年中国医药O2O市场用户行为分析
 - 3.2.1 用户购药体验度
 - 3.2.2 用户购药渠道
 - 3.2.3 用户规模分析
 - 3.2.4 用户群体属性
- 3.3 中国医药连锁零售企业发展O2O模式SWOT分析
 - 3.3.1 优势分析 (Strengths)
 - 3.3.2 劣势分析 (Weaknesses)
 - 3.3.3 机会分析 (Opportunities)
 - 3.3.4 威胁分析 (Threats)
- 3.4 中国医药O2O市场发展问题及对策建议分析
 - 3.4.1 市场面临挑战与问题
 - 3.4.2 市场发展对策及建议

第四章 2013-2016年中国医药O2O企业发展模式分析

- 4.1 医药O2O企业盈利模式分析
- 4.2 医药O2O企业运营模式分析
 - 4.2.1 重模式
 - 4.2.2 轻模式
- 4.3 医药O2O企业服务模式分析
 - 4.3.1 全覆盖O2O
 - 4.3.2 药急送业务
 - 4.3.3 O+O模式
 - 4.3.4 体验店模式
- 4.4 医药O2O企业物流配送模式分析
 - 4.4.1 药店配送模式
 - 4.4.2 自营配送模式

第五章 2013-2016年中国不同领域平台医药O2O布局分析

5.1 互联网背景的医药O2O平台发展分析

5.1.1 百度药直达

5.1.2 阿里健康

5.1.3 腾讯智慧药店

5.1.4 京东健康到家

5.2 传统医药企业医药O2O布局分析

5.2.1 搜药送

5.2.2 平安好医生药急送

5.2.3 药快好

5.2.4 八百方

5.2.5 好药师药急送

5.2.6 百洋健康网

5.2.7 健一网

第六章 2013-2016年中国医药O2O服务企业典型案例分析

6.1 九州通

6.1.1 企业发展概况

6.1.2 领先因素分析

6.1.3 经营效益分析

6.1.4 业务经营分析

6.1.5 财务状况分析

6.1.6 未来前景展望

6.2 康美药业

6.2.1 企业发展概况

6.2.2 领先因素分析

6.2.3 经营效益分析

6.2.4 业务经营分析

6.2.5 财务状况分析

6.2.6 行业投资要点

6.2.7 未来前景展望

6.3 叮当快药

- 6.3.1 企业发展概况
- 6.3.2 企业发展历程
- 6.3.3 企业发展现状
- 6.3.4 业务发展状况
- 6.3.5 企业发展优势
- 6.4 其他平台分析
 - 6.4.1 快方送药
 - 6.4.2 药给力

第七章 中国医药O2O市场投资分析

- 7.1 医药O2O投资机会
 - 7.1.1 政策层面支持
 - 7.1.2 移动电商发展迅速
 - 7.1.3 大数据的商业应用
 - 7.1.4 医药电商投资火热
 - 7.1.5 市场发展潜力巨大
- 7.2 医药O2O投资风险
 - 7.2.1 药店地理分布问题
 - 7.2.2 最后一公里配送问题
 - 7.2.3 网上医保支付问题
 - 7.2.4 职业医师不足问题

第八章 中国医药O2O市场发展前景预测分析

- 8.1 中国医药O2O市场发展前景分析
 - 8.1.1 医药O2O发展前景
 - 8.1.2 医药O2O发展方向
 - 8.1.3 医药O2O发展趋势
- 8.2 对2016-2022年中国医药O2O市场预测分析
 - 8.2.1 影响因素分析
 - 8.2.2 市场规模预测

第九章 电商行业发展分析

9.1 电子商务发展分析

9.1.1 电子商务定义及发展模式分析

9.1.2 中国电子商务行业政策现状

9.1.3 2013-2015年中国电子商务行业发展现状

9.2 “互联网+”的相关概述

9.2.1 “互联网+”的提出

9.2.2 “互联网+”的内涵

9.2.3 “互联网+”的发展

9.2.4 “互联网+”的评价

9.2.5 “互联网+”的趋势

9.3 电商市场现状及建设情况

9.3.1 电商总体开展情况

9.3.2 电商案例分析

9.3.3 电商平台分析（自建和第三方网购平台）

9.4 电商行业未来前景及趋势预测

9.4.1 电商市场规模预测分析

9.4.2 电商发展前景分析

附录：

附录一：国务院办公厅关于推进线上线下互动加快商贸流通创新发展转型升级的意见

附录二：国务院关于积极推进“互联网+”行动的指导意见

图表目录：

图表 医药O2O框架图

图表 中国医药O2O服务核心企业

图表 2011-2015年国内生产总值及其增长速度

图表 2015年年末人口数及其构成

图表 2011-2015年城镇新增就业人数

图表 2011-2015年全员劳动生产率

图表 2015年居民消费价格月度涨跌幅度

图表 2015年居民消费价格比2014年涨跌幅度

图表 2015年新建商品住宅月同比价格上涨、持平、下降城市个数变化情况

图表 2011-2015年全国一般公共预算收入

图表 2011-2015年年末国家外汇储备

图表 2011-2015年粮食产量

图表 2011-2015年全部工业增加值及其增长速度

图表 2015年主要工业产品产量及其增长速度

图表 2011-2015年建筑业增加值及其增长速度

图表 2011-2015年全社会固定资产投资

图表 2015年按领域分固定资产投资（不含农户）及其占比

图表 2015年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度

图表 2015年固定资产投资新增主要生产与运营能力

图表 2015年房地产开发和销售主要指标及其增长速度

图表 2011-2015年社会消费品零售总额

图表 2011-2015年货物进出口总额

图表 2015年货物进出口总额及其增长速度

图表 2015年主要商品出口数量、金额及其增长速度

图表 2015年主要商品进口数量、金额及其增长速度

图表 2015年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度

图表 2015年外商直接投资（不含银行、证券、保险）及其增长速度

图表 2015年对外直接投资额（不含银行、证券、保险）及其增长速度

图表 2015年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度

图表 2015年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度

图表 2011-2015年快递业务量及增长速度

图表 2011-2015年年末固定互联网宽带接入用户和移动宽带用户数

图表 2015年年末全部金融机构本外币存贷款余额及其增长速度

图表 2011-2015年全国居民人均可支配收入及其增长速度

图表 2015年全国居民人均消费支出及其构成

图表 网络购物增长快速，B2C及移动端占比不断提升

图表 2005-2015年中国医药流通行业销售总额

图表 中国《互联网药品交易服务资格证书》发放类别占比

图表 获得C证厂商B2C平台自营情况占比

图表 2014年中国医药B2C市场交易品类占比

图表 2015年中国医药B2C企业自营渠道交易季度复合增长率

图表 2013-2015年中国PC与移动互联网用户规模

图表 2013-2015年中国PC与移动网购用户规模

图表 2013-2015年中国网上零售/移动网购交易规模

图表 中国医药O2O市场竞争格局

图表 医药O2O企业服务模式

图表 用户购药渠道

图表 2015年中国医药O2O细分领域活跃用户数值

图表 医药O2O用户属性

图表 医药O2O服务企业配送模式分类

图表 医药O2O服务企业物流配送模式优劣势分析

图表 问药配送模式

图表 阿里健康配送模式

图表 快放送药配送模式

图表 京东到家配送模式

图表 九州通药品供应链网络一览图

图表 2013-2015年末九州通医药集团股份有限公司总资产和净资产

图表 2013-2015年九州通医药集团股份有限公司营业收入和净利润

图表 2013-2015年九州通医药集团股份有限公司现金流量

图表 2015年九州通医药集团股份有限公司主营业务收入分行业

图表 2015年九州通医药集团股份有限公司主营业务收入分产品

图表 2015年九州通医药集团股份有限公司主营业务收入分区域

图表 2013-2015年九州通医药集团股份有限公司成长能力

图表 2013-2015年九州通医药集团股份有限公司短期偿债能力

图表 2013-2015年九州通医药集团股份有限公司长期偿债能力

图表 2013-2015年九州通医药集团股份有限公司运营能力

图表 2013-2015年九州通医药集团股份有限公司盈利能力

图表 康美药业O2O产业链示意图

图表 2013-2015年末康美药业股份有限公司总资产和净资产

图表 2013-2015年康美药业股份有限公司营业收入和净利润

图表 2013-2015年康美药业股份有限公司现金流量

图表 2015年康美药业股份有限公司主营业务收入分行业

图表 2015年康美药业股份有限公司主营业务收入分产品

图表 2015年康美药业股份有限公司主营业务收入分区域

图表 2013-2015年康美药业股份有限公司成长能力

图表 2013-2015年康美药业股份有限公司短期偿债能力

图表 2013-2015年康美药业股份有限公司长期偿债能力

图表 2013-2015年康美药业股份有限公司运营能力

图表 2013-2015年康美药业股份有限公司盈利能力

图表 叮当快药发展历程

图表 叮当大健康生态圈

图表 叮当配送实施流程

图表 2016-2022年中国医药O2O市场规模预测分析

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/yiliaoqixie/158532YTUS.html>