2018-2024年中国医药O2O行业投资潜力分析及未来前景预测报告

报告大纲

智研咨询
www.chyxx.com

一、报告简介

智研咨询发布的《2018-2024年中国医药O2O行业投资潜力分析及未来前景预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本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，以及我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市场调研分析。

官网地址：https://www.chyxx.com/research/201803/622791.html

报告价格：电子版: 9800元　纸介版：9800元　电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联 系 人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

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。

智研咨询发布的《2018-2024年中国医药O2O行业投资潜力分析及未来前景预测报告》共八章。首先介绍了医药O2O相关概念及发展环境，接着分析了中国医药O2O规模及消费需求，然后对中国医药O2O市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国医药O2O面临的机遇及发展前景。您若想对中国医药O2O有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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 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 2011-2017年中国医药O2O市场发展分析
3.1 2011-2017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 2011-2017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 2011-2017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 2011-2017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 2011-2017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（ZYYF）

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 2018-2024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

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 2011-2017年国内生产总值及其增长速度
图表 2011-2017年城镇新增就业人数
图表 2011-2017年全员劳动生产率
图表 2011-2017年全国一般公共预算收入
图表 2011-2017年年末国家外汇储备
图表 2011-2017年粮食产量
图表 2011-2017年全部工业增加值及其增长速度
图表 2011-2017年建筑业增加值及其增长速度
图表 2011-2017年全社会固定资产投资
图表 2011-2017年社会消费品零售总额
图表 2011-2017年货物进出口总额
图表 2011-2017年快递业务量及增长速度
图表 2011-2017年年末固定互联网宽带接入用户和移动宽带用户数
图表 2011-2017年全国居民人均可支配收入及增长速度
图表 网络购物增长快速，B2C及移动端占比不断提升
图表 2011-2017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 2011-2017年中国PC与移动互联网用户规模
图表 2011-2017年中国PC与移动网购用户规模
图表 2011-2017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 2017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 2018-2024年中国医药O2O市场规模预测分析

详细请访问：https://www.chyxx.com/research/201803/622791.html