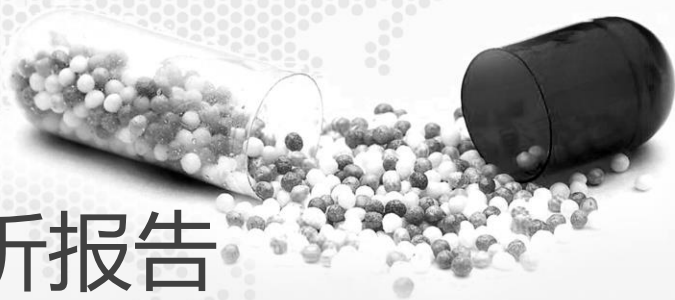


2016

心脑血管用药电商大数据分析报告

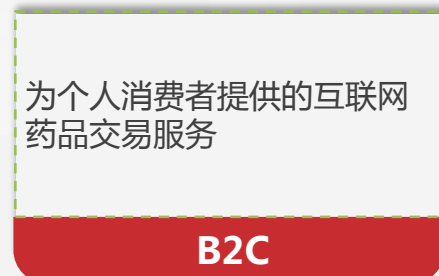
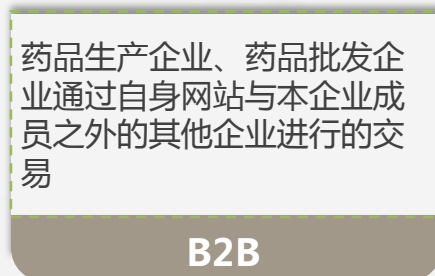
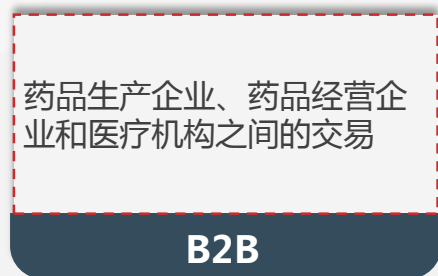
百分点数据科学与研究中心 2016年8月





“互联网药品交易服务”定义与分类-《互联网药品交易服务审批暂行规定》

- ◆ 互联网药品交易服务包括为药品生产企业、药品经营企业和医疗机构之间的互联网药品交易提供的服务，药品生产企业、药品批发企业通过自身网站与本企业成员之外的其他企业进行的互联网药品交易以及向个人消费者提供的互联网药品交易服务
- ◆ 互联网药品交易(医药电商)按照交易对象不同分为三大类：



研究范围

- ◆ 本次研究的医药电商是以为个人消费者提供互联网药品交易服务（B2C）为分析对象，包括健一网、1药网、百洋健康、开心人、海王星辰、818壹药网、八百方、七乐康、金象网等
- ◆ 研究时间为2013年7月至2016年6月

目录

CONTENTS

▶ **01** 概念及行业特征

02 消费者消费情况分析

03 消费者人群画像

心脑血管疾病定义及分类

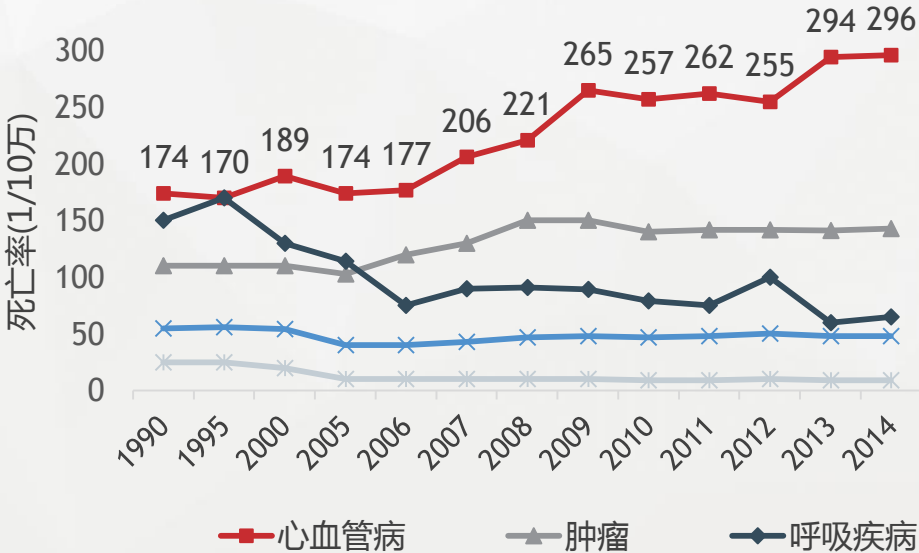
心脑血管疾病是心脏血管和脑血管疾病的统称，泛指由于高脂血症、血液黏稠、动脉粥样硬化、高血压等所导致的心脏、大脑及全身组织发生的缺血性或出血性疾病，包括：

- 冠心病——心肌供血血管的疾病
- 脑血管疾病——各种原因导致的脑的血管病变或血流障碍所引起的脑部疾病的总称
- 周围末梢动脉血管疾病——手臂和腿部供血血管的疾病
- 风湿性心脏病——由链球菌造成的风湿热对心肌和心脏瓣膜的损害
- 先天性心脏病——出生时存在的心脏结构畸形
- 深静脉血栓和肺栓塞——腿部静脉出现血块，它可脱落并移动至心脏和肺部

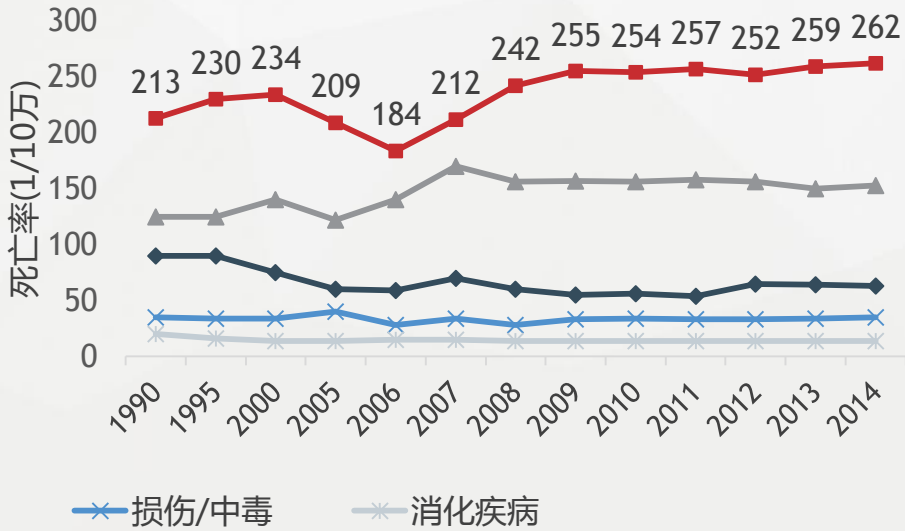
心脑血管疾病是我国死亡率最高的疾病

- 过去10年内，心血管病都是我国城市和农村死亡率最高的疾病，并且死亡率保持持续上升趋势
- 2014年农村心血管病死亡率为295.63/10万，其中心脏病死亡率为143.72/10万，脑血管病死亡率为151.91/10万；城市心血管病死亡率为261.99/10万，其中心脏病死亡率为136.21/10万，脑血管病死亡率为125.78/10万
- 心血管病的疾病负担日渐加重，已成为重大的公共卫生问题

1990-2014年中国农村居民主要疾病死亡率变化



1990-2014年中国城市居民主要疾病死亡率变化





生活方式、老龄化促使心脑血管疾病增长

- 心脑血管疾病主要原因就是血管壁平滑肌细胞非正常代谢造成的，血管组织和人体的其他组织在一定周期内完成新陈代谢的过程，但是由于新的细胞组织不能正常的形成，使血管壁本身存在“缺陷”因此就容易产生炎症血管收缩不畅，就像是一条破烂不堪的旧管道，随时都有阻塞或破裂的可能。血管是血液流通的重要通道，同时它也受神经系统的支配，因此神经系统不正常也能够导致供血的紊乱
- 导致心脑血管疾病的原因主要包括下面9个：
 - 高血压
 - 吸烟
 - 血脂异常
 - 糖尿病
 - 超重/肥胖
 - 体力活动不足
 - 不合理膳食
 - 代谢综合征
 - 大气污染
- 随着社会经济的发展，国民生活方式发生了深刻的变化。尤其是人口老龄化及城镇化进程的加速，中国心血管病危险因素流行趋势明显，导致了心血管病的发病人数持续增加，今后10年心血管病患者人数仍将快速增长

心脑血管疾病市场容量大，增长势头强

- 据SFDA南方所统计,2007年至2010年,我国心脑血管疾病用药市场总规模保持快速增长的势头,由700亿元上升至1,414.67亿元,年均复合增长率超过 26.43%
- 2016年第一季医院用药十大最主要商品中，心脑血管疾病用药占到6位，心脑血管领域是培育重磅产品的沃土
- 未来几年,受我国居民生活水平的改善、生活方式的改变以及社会人口日趋老龄化的影响，心脑血管类疾病患病率将进一步上升,市场将继续扩容

2016年第一季度医院用药十大主要商品
(按季度销售额)

排名	产品名称	主治疾病
1	申捷	神经系统
2	波立维	心脑血管
3	血栓通	心脑血管
4	立普妥	心脑血管
5	普米克令舒	呼吸系统
6	倍通	心脑血管
7	地佐辛	镇痛
8	喜炎平	抗病毒感染
9	丹参多酚酸盐	心脑血管
10	欧迪美	心脑血管

心脑血管疾病药品分类

- 医药电商一般按照心脑血管疾病的类别和症状为心脑血管药品分类
- 本报告延续一般医药电商的分类方法，将药品分为以下20类

脑血管病	冠心病	高血压	高血脂
糖尿病	血管病预防	低血压	低钾血症
外周血管疾病	脑中风后遗症	心绞痛	心律失常
心力衰竭	心肌炎	胸痛	静脉曲张
动脉硬化	动脉闭塞症	血液疾病	其他心脑血管相关

目录

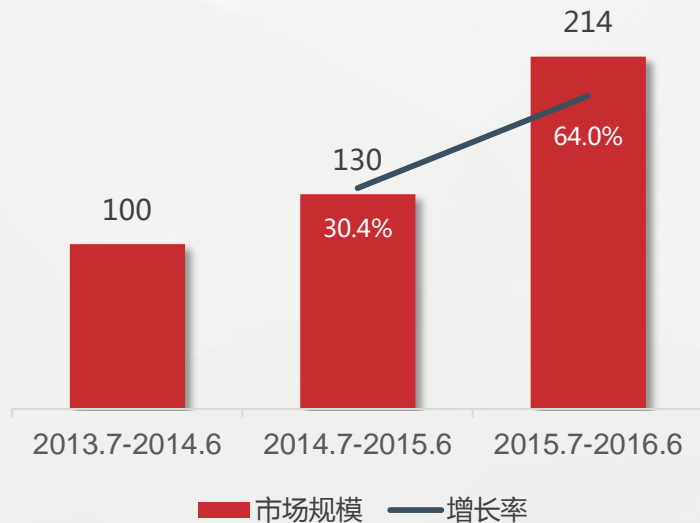
CONTENTS

- 01** 概念及行业特征
- ▶ **02** 消费者消费情况分析
- 03** 消费者人群画像

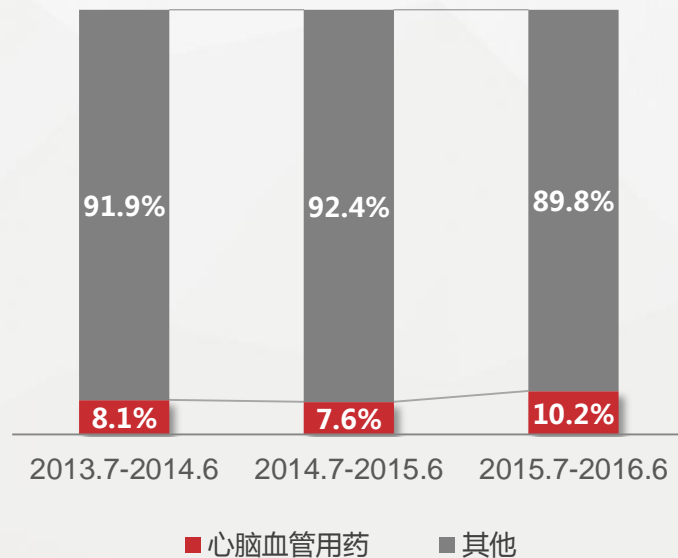
心脑血管用药销售额和占比不断增长

- 心脑血管用药销售额增速远超过医药电商整体增速，2015下半年至2016年上半年同比增长64%
- 相对于医院药品销售中心脑血管疾病用药的巨大份额，网购心脑血管用药份额依然较少，还有较大的发展空间。虽然药监局在处方药网售上退后了一步，但处方药外流配合互联网医院政策却给心脑血管疾病等慢性疾病用药打开了销售的另一扇大门

心脑血管用药销售额指数变化趋势



心脑血管用药销售额占中西药品比值时间变化趋势

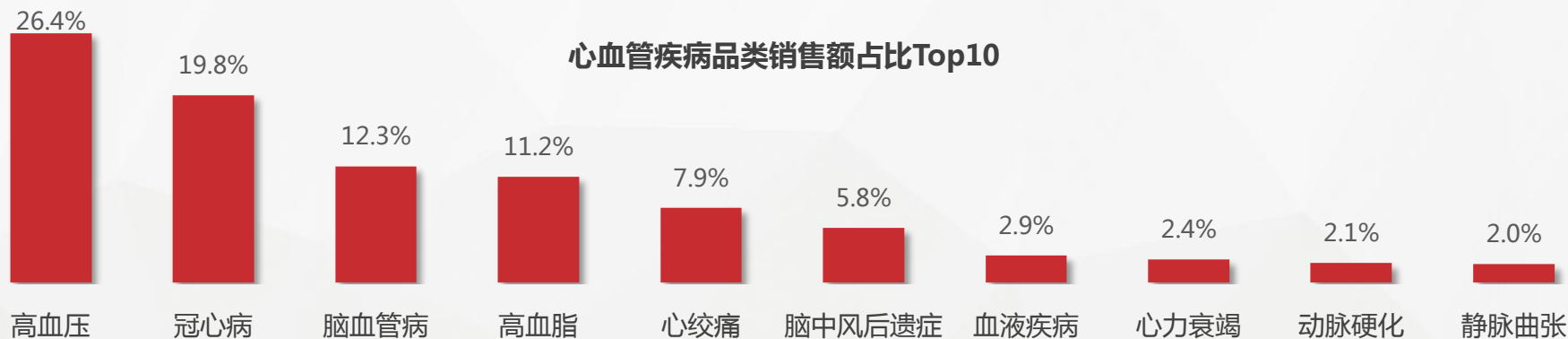




心血管疾病药品消费集中在少数品类

- 四种常见心血管疾病高血压、冠心病、脑血管病、高血脂用药销售额和销量之和占比分别为69.7%和71.3%

心血管疾病品类销售额占比Top10



心血管疾病品类销量占比Top10

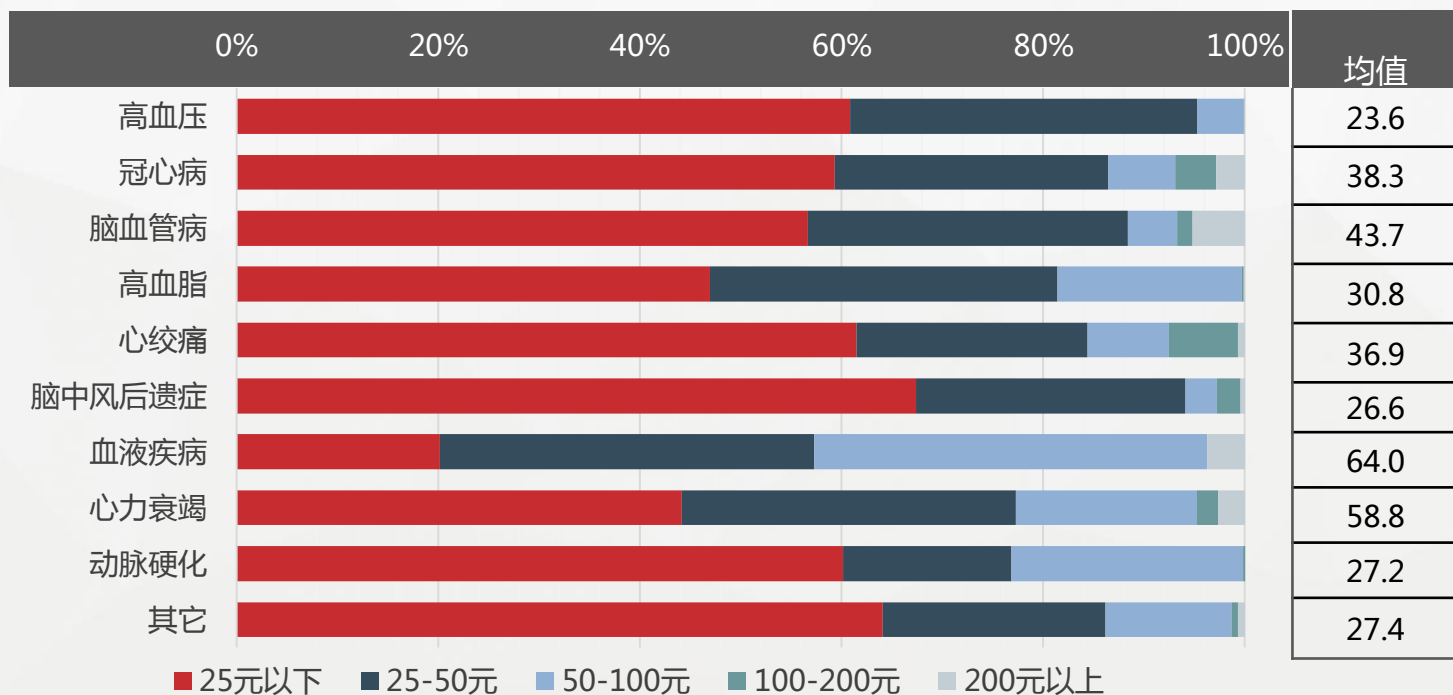




心血管疾病药品均价较低

- 心血管疾病药品网上销售平均价格较低，对于多数品类，80%以上的销量由单价50元以下的药品驱动

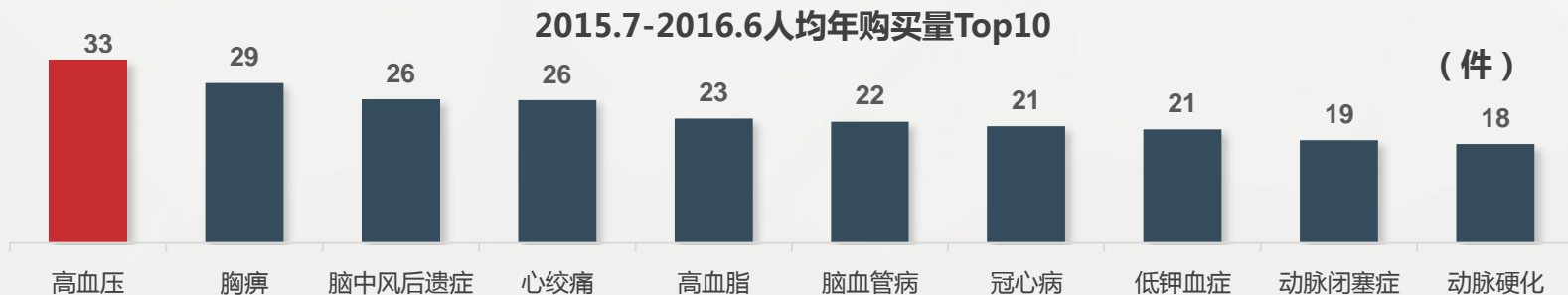
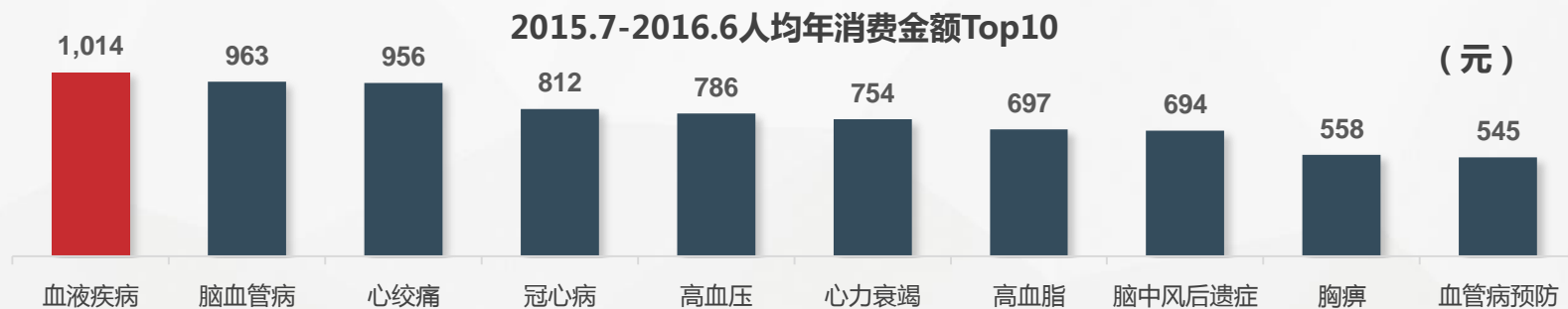
2015.7-2016.6 心血管疾病药品销量价格分布





常见心血管疾病用药，例如高血压、胸痛、脑中风后遗症用药需求量大

- 血液疾病、脑血管病、心绞痛用药年人均消费较高，高血压、胸痛、脑中风后遗症用药需求量较大

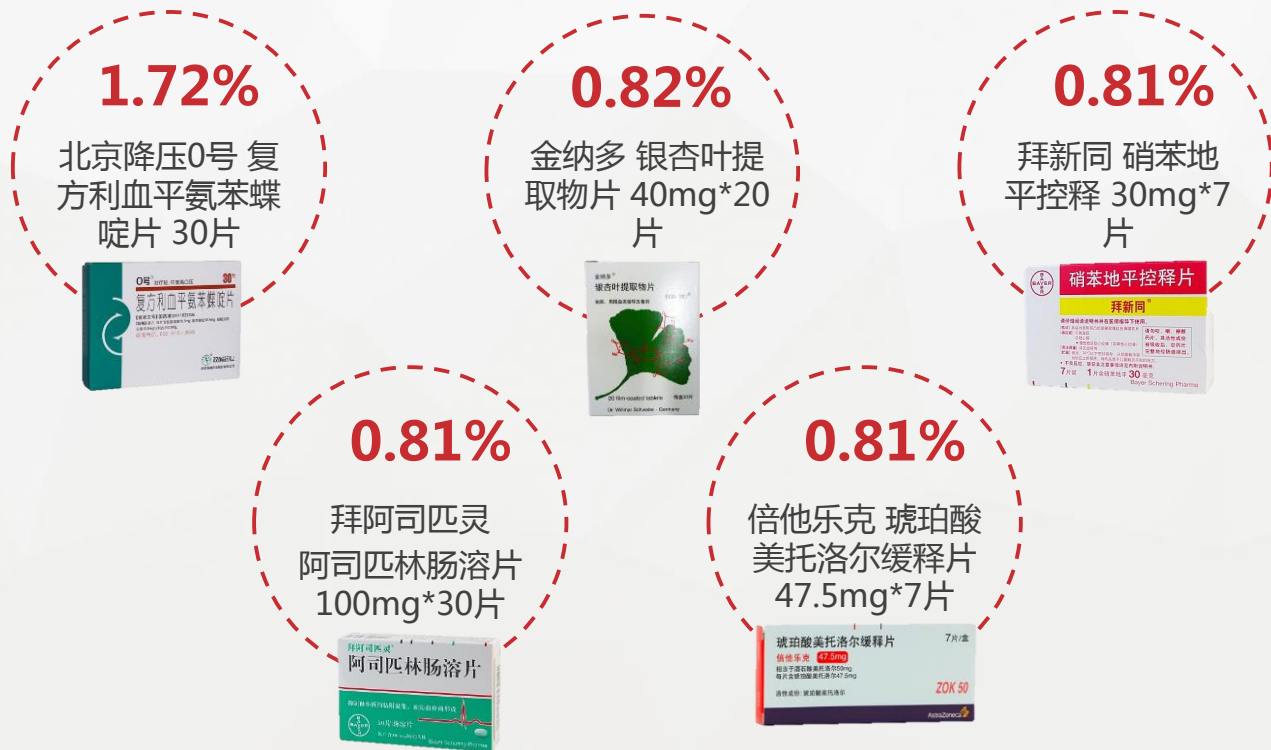




高血压、冠心病特效药销量高

- 北京降压0号、金纳多银杏叶提取物片、拜新同硝苯地平控释、拜阿司匹灵、倍他乐克琥珀酸美托洛尔缓释片等特效药及心脑血管疾病预防药物在线上最为畅销

2015.7-2016.6 心脑血管疾病药品销量占比 Top5

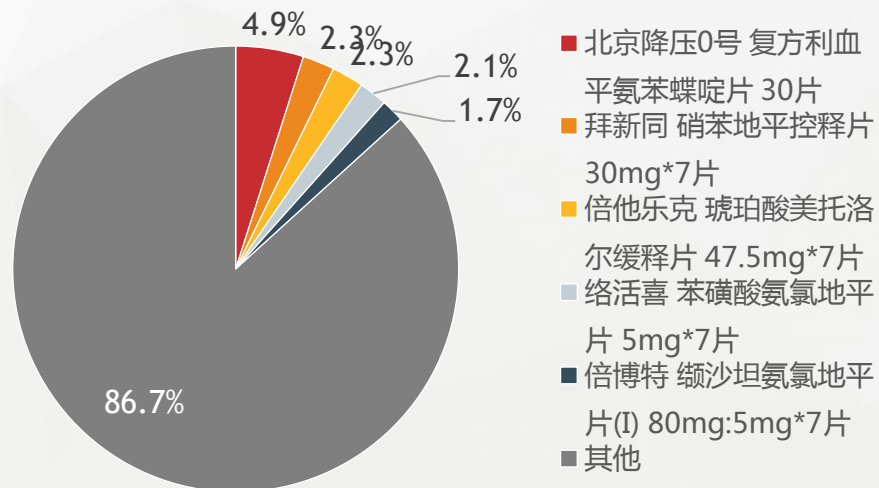


高血压、冠心病药品销售分散

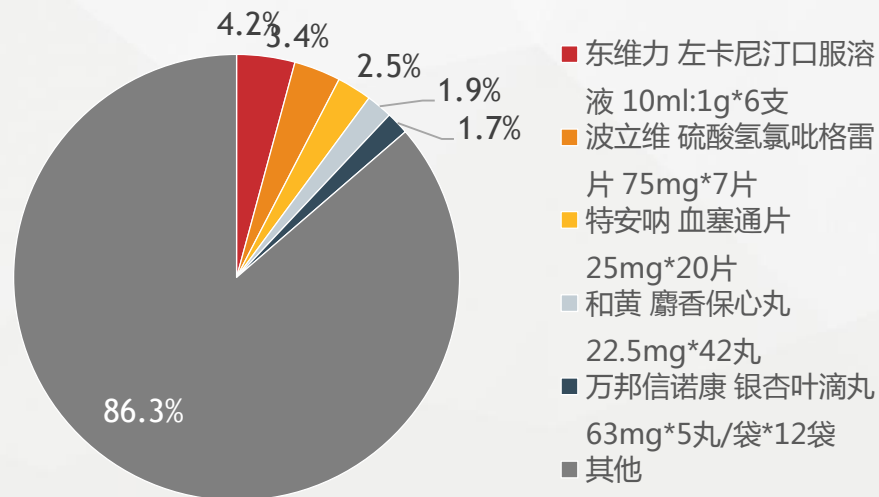
- 北京降压0号、东维力左卡尼汀口服溶液分别为高血压和冠心病线上最畅销药品

2015.7-2016.6 心脑血管疾病子品类用药销量占比Top 5

高血压



冠心病

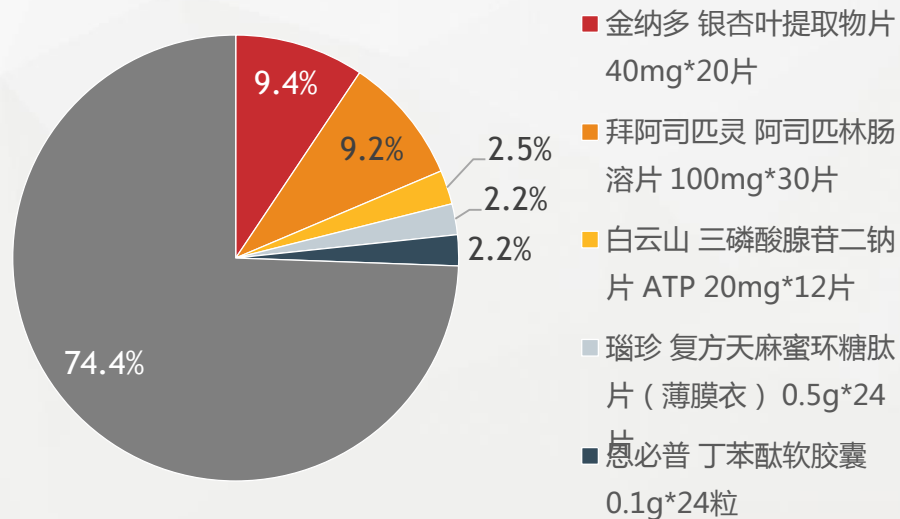


脑血管病、高血脂药品销售较为集中

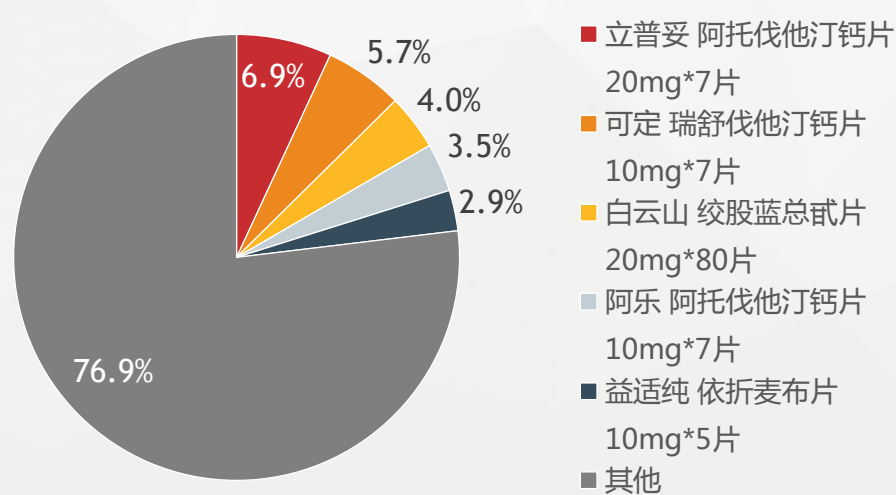
- 金纳多银杏叶提取物片、立普妥阿托伐他汀钙片分别为脑血管病和高血脂线上最畅销药品

2015.7-2016.6 心脑血管疾病子品类用药销量占比Top 5 (续)

脑血管病



高血脂



目录

CONTENTS

01 概念及行业特征

02 消费者消费情况分析

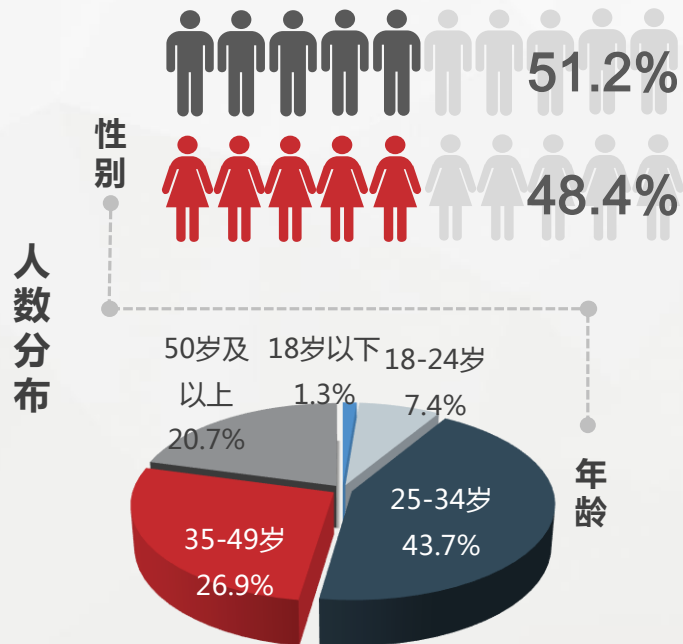
▶ **03** 消费者人群画像



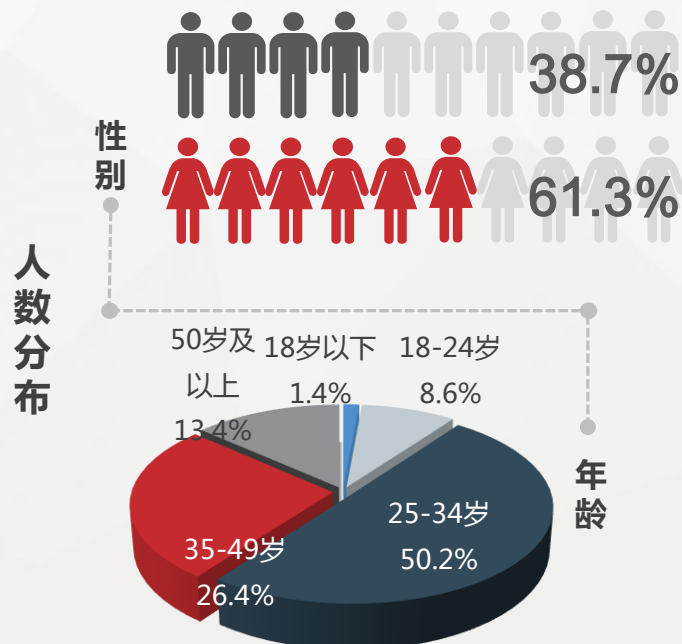
相比整体保健医疗购买者，心血管疾病药品购买者年龄性别分布存在差异

- 心血管疾病药品购买者中男性占比相对较高，和心脑血管疾病在男性中死亡率更高的趋势相符
- 50岁及以上人群占比较高，而25-34岁占比较低

心血管疾病药品购买者性别年龄分布



医疗保健药品购买者性别年龄分布

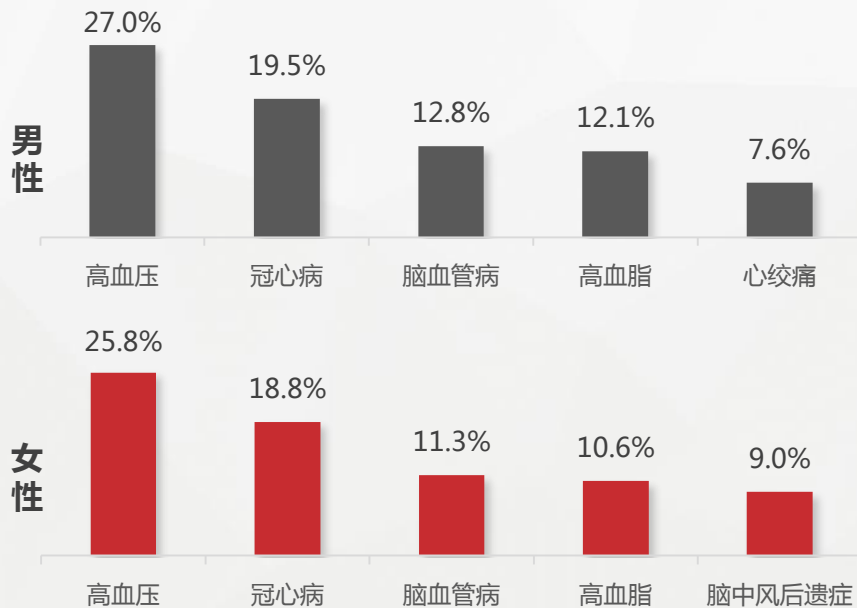




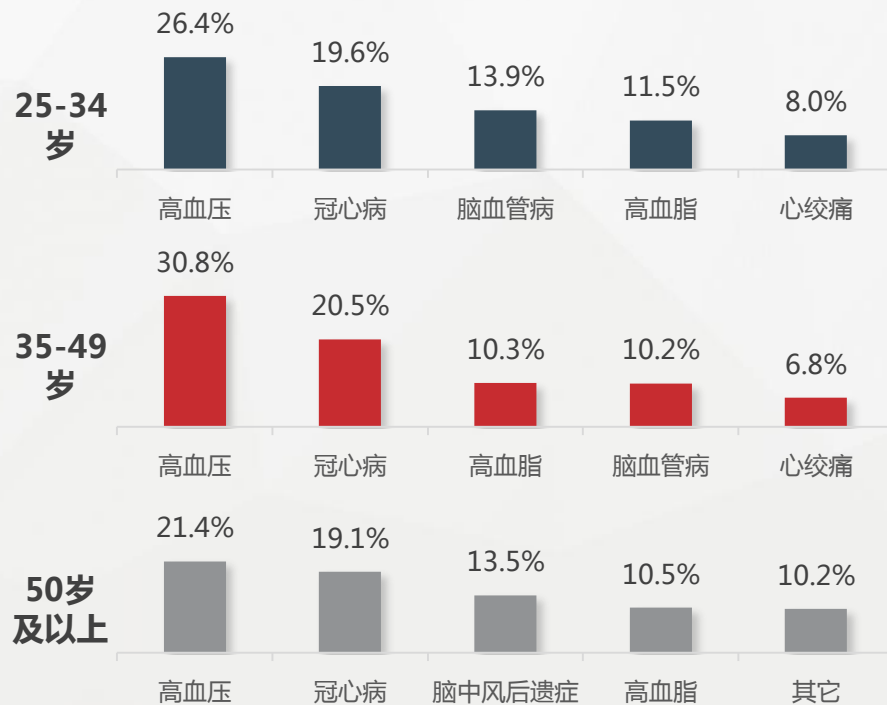
在不同在线购药人群中，高血压和冠心病用药均为最主要的心脑血管药品

- 高血压和冠心病用药在不同性别和不同年龄段销售额之和占比均超过40%，是最主要的心脑血管药品；
- 脑中风后遗症用药销售额在50岁及以上人群中明显更高

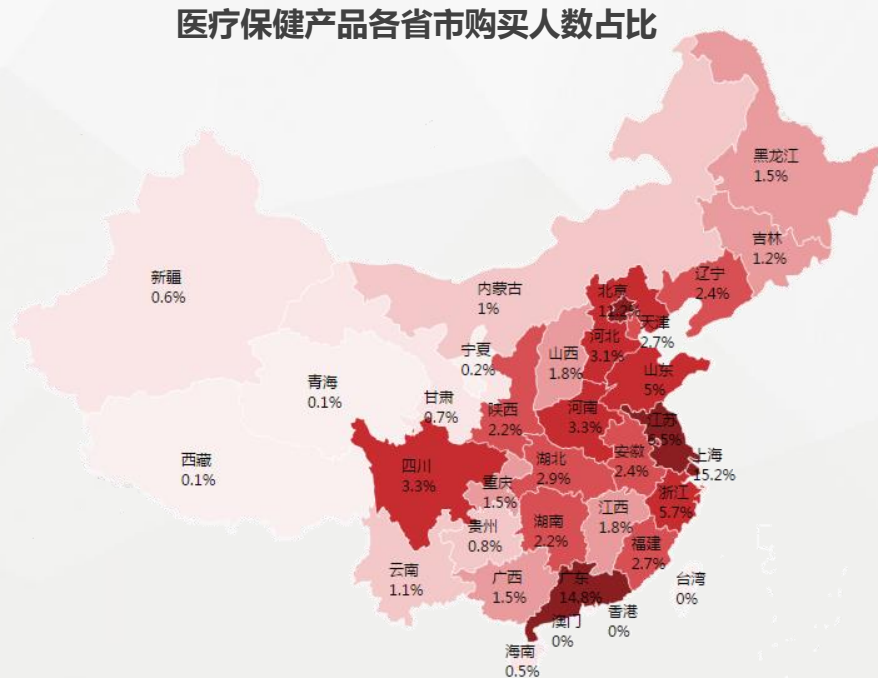
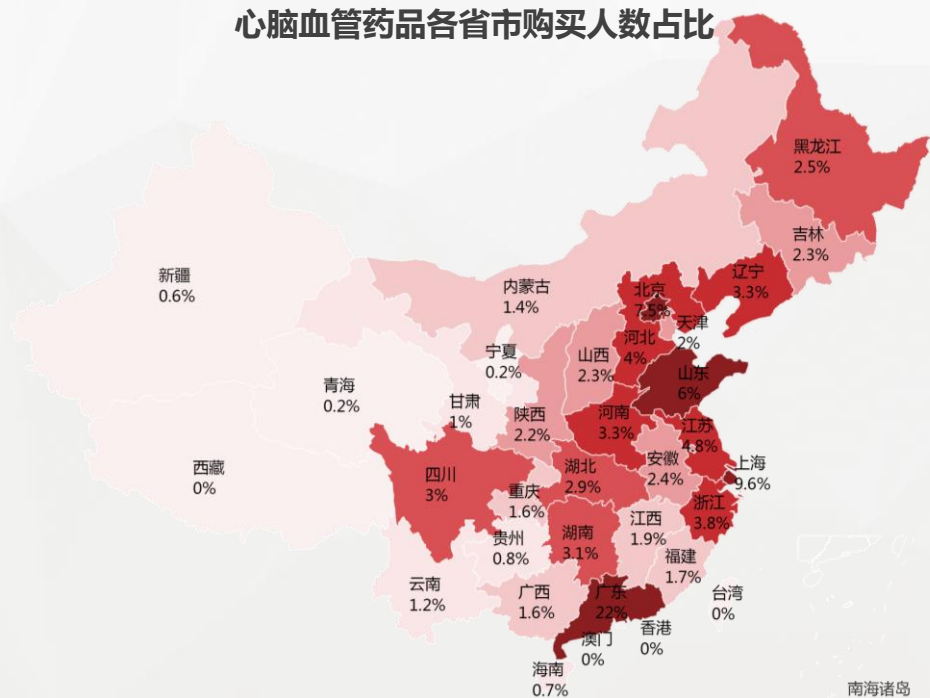
品类销售额性别分布



品类销售额年龄分布



- 东北地区高血压、缺血性心脏病致死率较高，东北人购买心脑血管疾病用药的比例较高
- 同时广东地区购买心脑血管药品的人数占比较高

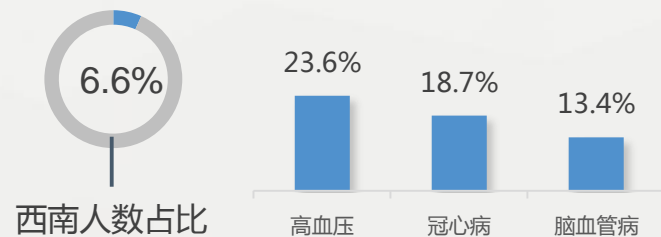
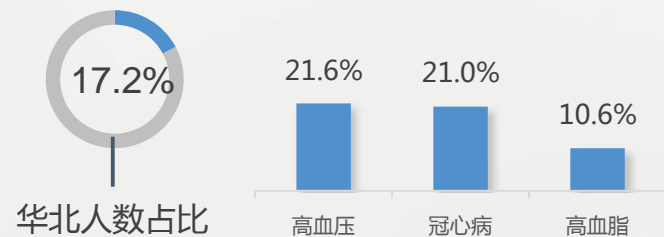
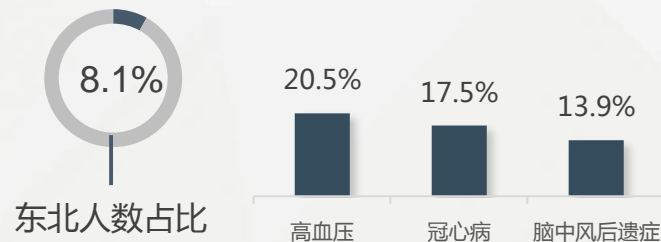
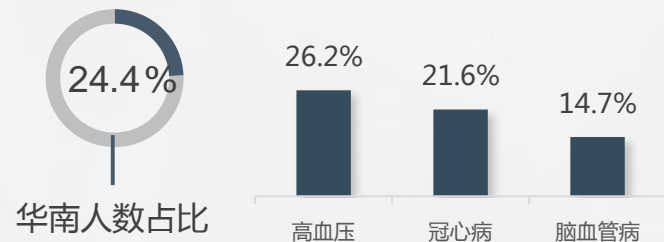
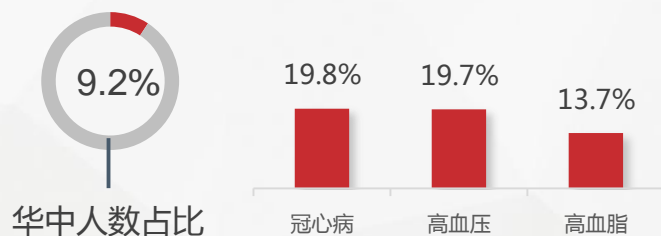
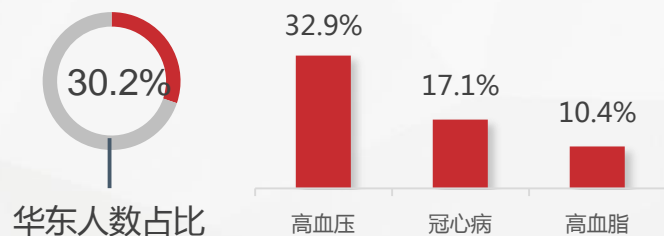


数据来源：百分点电商数据与用户在线行为数据、用户画像、Cause-specific mortality for 240 causes in China during 1990–2013; a systematic subnational analysis for the Global Burden of Disease Study 2013

华东、华南、华北消费者集中

- 不同地区消费者购药习惯相似，高血压和冠心病用药销售额最高

购买人数Top6 地区 品类份额分布

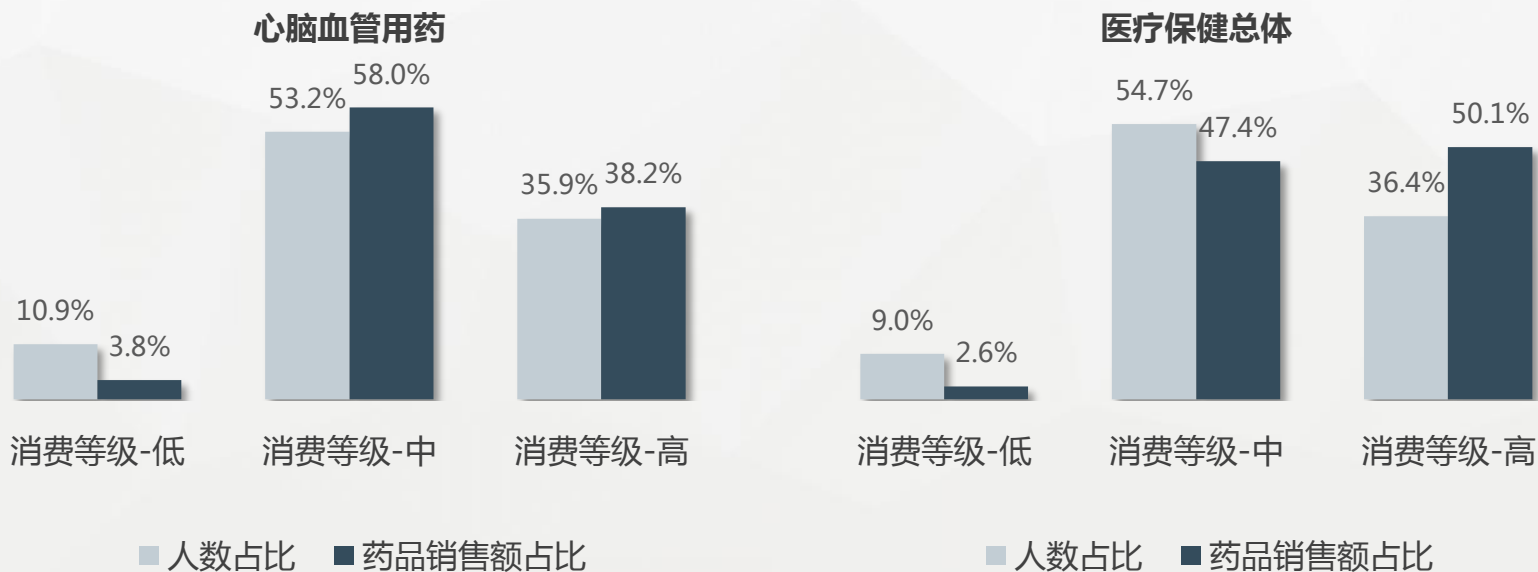




中消费等级人群消费在心脑血管药品上投入最多

- 中消费等级人群购买心血管疾病用药的人数占比和销售额最高，低消费等级人群平均消费能力低
- 心脑血管药品属于病人的必须品，并没有医疗保健产品，特别是滋补保健品上所体现的明显的财富效应

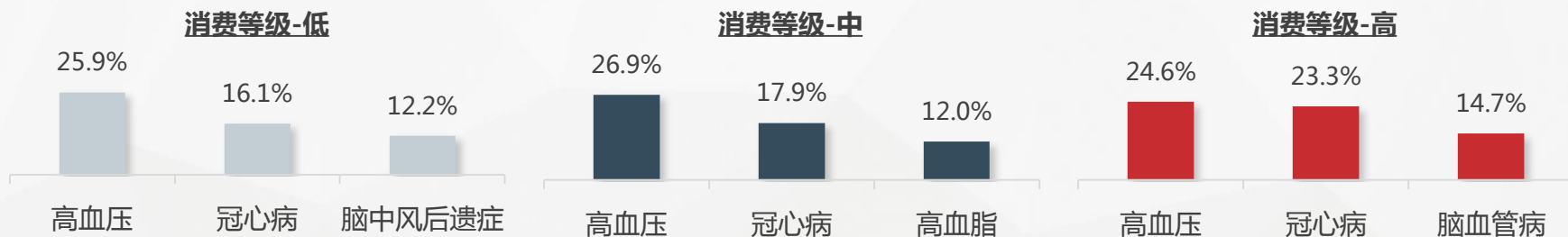
不同线上消费等级药品购买者
人数和药品销售额分布



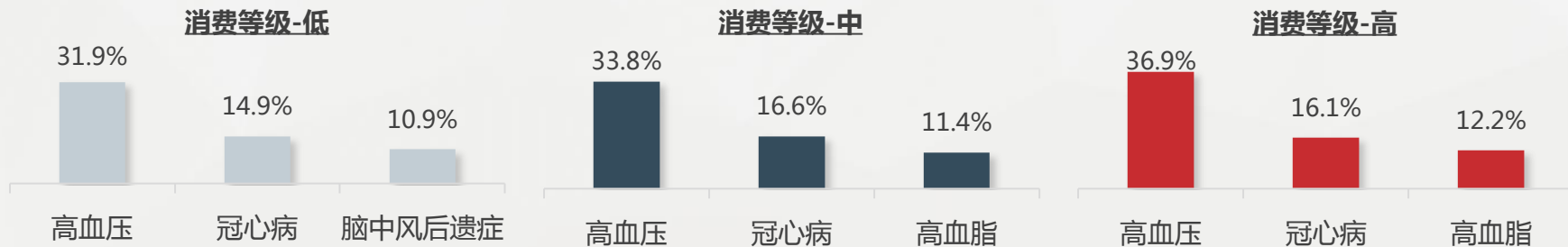
不同线上消费等级购买者购药习惯相似

- 不同消费等级人群对药品品类没有特别偏好，高血压和冠心病用药销售额和销量占比仍为最高

不同线上消费等级购买者 药品品类份额分布



不同线上消费等级购买者 药品品类销量分布



数据来源

- ◆ 消费者线上行为数据来源于百分点数据银行和商品画像系统
 - 2013年7月1日-2016年6月30日，十余家医药电商的用户购买记录和商品信息数据
 - 基于百分点的1亿多商品全网画像，将医药电商商品进行品类打通和类目划分
- ◆ 消费者属性数据来源于百分点用户画像系统
 - 用户画像系统：5.5亿+用户，9大维度，500+子维度

名词解释

- ◆ 地区划分：
 - 华北地区：北京、天津、河北、山西、内蒙古
 - 东北地区：辽宁、吉林、黑龙江
 - 华东地区：上海、江苏、浙江、安徽、福建、江西、山东
 - 华中地区：河南、湖北、湖南
 - 华南地区：广东、广西、海南
 - 西南地区：重庆、四川、贵州、云南、西藏
 - 西北地区：陕西、甘肃、青海、宁夏、新疆
 - 港澳台：香港、澳门、台湾



1 心脑血管疾病概况

- 1.1 心脑血管疾病定义及相互关联
- 1.2 心脑血管疾病的危害
- 1.3 心脑血管疾病趋势
- 1.4 心脑血管疾病成因

2 心脑血管用药概况

- 2.1 心脑血管用药发展经济环境
- 2.2 心脑血管用药发展社会环境
- 2.3 心脑血管用药发展政策环境
- 2.4 心脑血管用药发展资本环境

3 医药电商发展现状

- 3.1 医药电商发展历程
- 3.2 医药电商发展概况及B2C交易规模
- 3.3 获网上药店交易资格企业
- 3.4 医药电商B2C市场产业链图谱

4 B2C医药电商心脑血管用药市场消费现状

- 4.1 总体销售情况
- 4.2 分品类销售趋势
- 4.3 分品类分布变化
- 4.4 分品类成交均价
- 4.5 分品类消费能力
- 4.6 分品类人均购买量

5 B2C医药电商心脑血管药物区域分析

- 5.1 东北地区市场分析
- 5.2 华北地区市场分析
- 5.3 华东地区市场分析
- 5.4 华中地区市场分析
- 5.5 华南地区市场分析
- 5.6 西南地区市场分析
- 5.7 西部地区市场分析

6 典型企业B2C医药电商销售分析

- 6.1 企业1销售额、变化趋势及交易结构
- 6.2 企业2销售额、变化趋势及交易结构
- 6.3 企业3销售额、变化趋势及交易结构
- 6.4 企业4销售额、变化趋势及交易结构

7 B2C电商心脑血管用药发展展望

总计页数：90页

本报告的著作权归北京百分点信息科技有限公司（“百分点集团”）所有，未经百分点集团审核、书面确认及授权，任何组织和个人不得以任何形式、任何目的进行摘抄、摘录、引用、翻版、复制、发布、出租、销售或转让

本报告是百分点集团的研究与统计成果，其数据和结论仅代表百分点集团的观点。本报告的信息主要来源于百分点集团数据银行和市场公开信息。百分点集团已力求报告的内容及观点独立、客观、公正，但由于样本数量及研究方法的限制，部分内容可能无法完全反映市场及行业的真实情况，百分点集团对该报告的准确性及使用后果不承担任何法律责任




百分点集团网址：<http://www.baifendian.com>

地址：北京市朝阳区北辰西路8号院2号楼北辰世纪中心A座16层


报告咨询热线：+86-10-84742230/84742235

Thanks!



 百分点官网



 百分点微信

践行于大数据最前沿

Big Data Practitioner