

新冠肺炎：医药行业调研结果
德勤中国生命科学与医疗行业团队

2020年2月



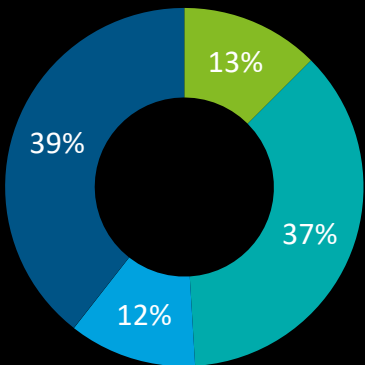
因我不同
成就不凡
始于 1845

议程

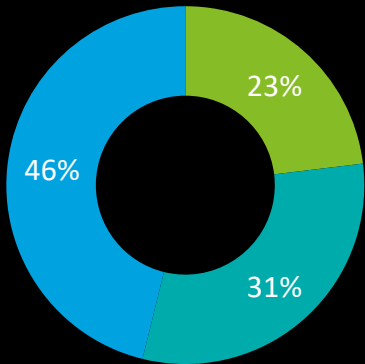
- 调研框架
- 调研结果：问题与解析
- 核心观点
- 附录

新冠肺炎调查 框架

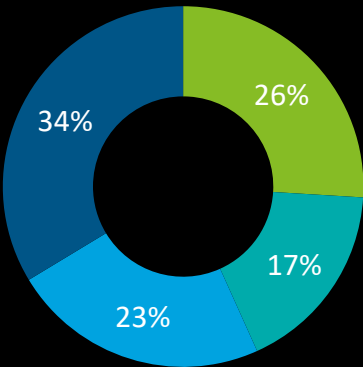
- 调查时间：2020年2月13日-17日
- 调查对象：中国医药企业、医疗行业运营商与投资者，受访人数：104人



- 国企
- 民营企业
- 合资企业
- 外商独资企业



- 董事会主席/首席执行官
- 高层管理者
- 中层管理者

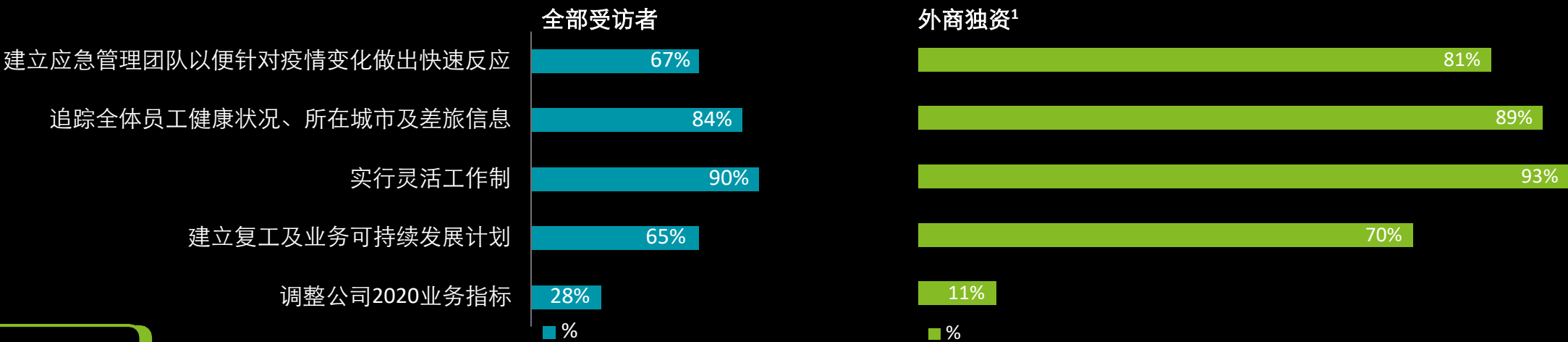


- 少于1亿元人民币
- 1亿——10亿元人民币
- 10亿——50亿元人民币
- 50亿人民币以上

新冠肺炎调查

问题#1

• 贵公司如何应对这次疫情危机？



调研发现

- 为了提供安全的工作环境（比如：在家办公），实行灵活工作制政策是首选应对措施
- 执行政府要求的人员健康申报系统是一件优先事项，因此，人力资源团队和IT技术团队站在最前线。有23%的受访者表示，其公司的申报系统包含了第三方（例如：经销团队、物流、技术服务等.....）
- 排在最后的是调整2020年目标: 但这可能观望于疫情的发展情况

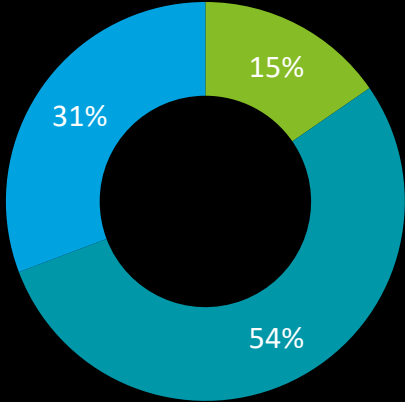
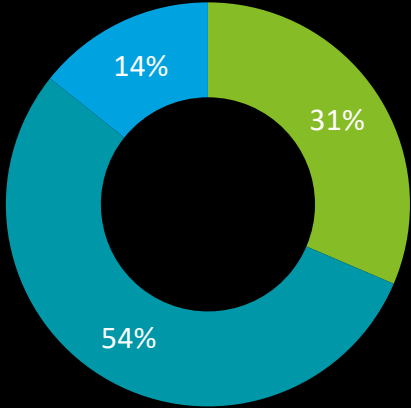
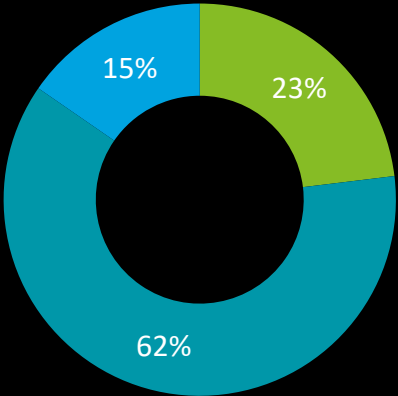
注1：外商独资此处只限于年收入达10亿元人民币以上的受访企业（27/104）

新冠肺炎调查

解析#1:健康状况申报系统

- 生态圈内企业的风险管理差异明显

- 是的，包含第三方
- 否，仅针对本司雇员
- 不适用



调研发现

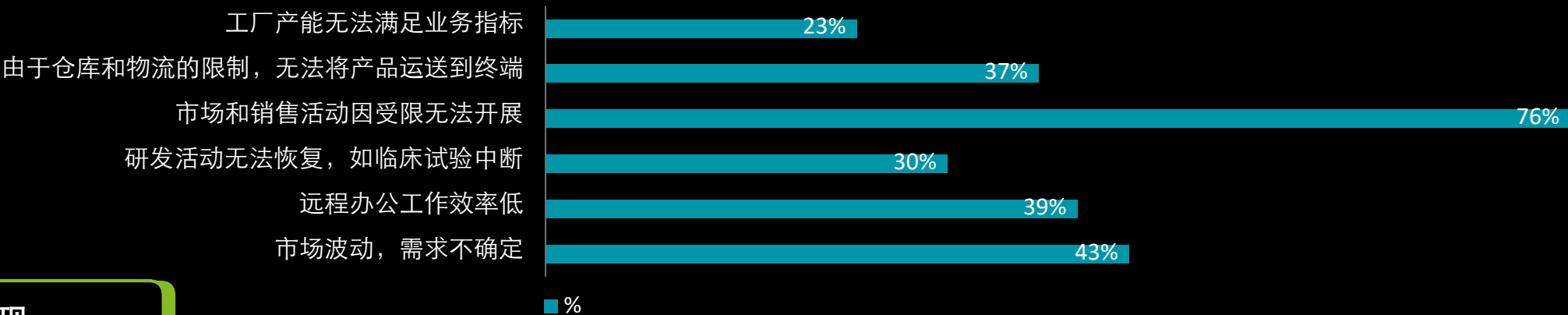
- 30%的大公司健康申报系统包含第三方合作伙伴
- 只有15%的国企健康申报系统包含第三方合作伙伴
- 风险管理文化差异很大，大公司更加警惕潜在风险

注1：大公司指年收入大于50亿人民币的受访企业

新冠肺炎调查

问题#2

- 在本次疫情中，贵司的业务开展面临最大的挑战是？[多选，最多三项]



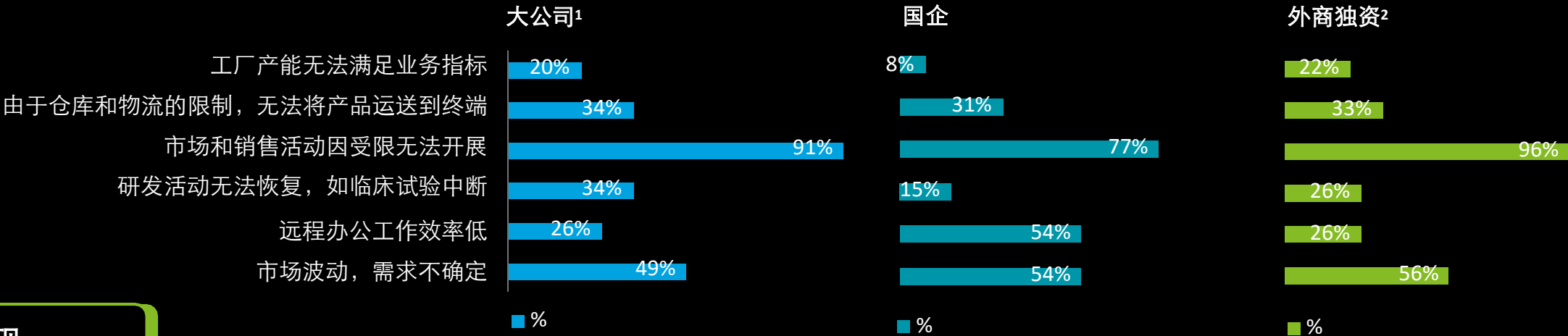
调研发现

- 市场及销售活动受影响最大 – 因为目前无法对医护人员进行实地拜访、医疗及药物推广活动，而在现阶段，医疗卫生服务提供者对与这次疫情危机不相关的电子医药营销材料（e-detailings）兴趣不大
- 调整业务运营以满足“新市场需求”是高管们考虑的第二大问题

新冠肺炎调查

解析#2:企业业务发展面临的挑战

- 生态圈内企业的风险管理差异明显



调研发现

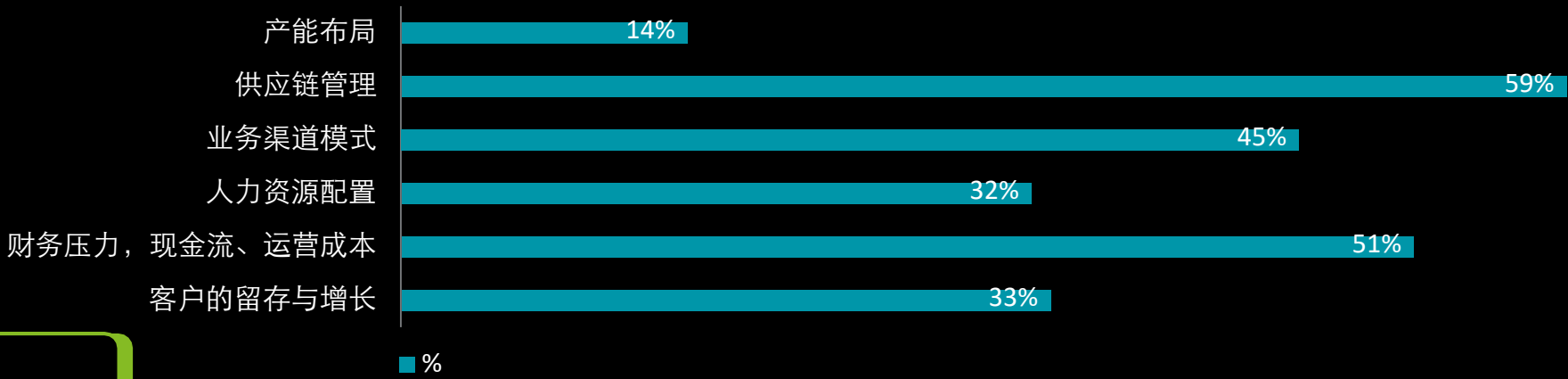
- 国企明显更担忧员工的生产力而非产能恢复能力
- 外企则非常担忧市场工作及销售活动的开展

注1: 大公司即年收入达50亿元人民币以上的受访企业 (35/104)
注2: 外商独资此处只限于年收入达10亿元人民币以上的受访企业 (27/104)

新冠肺炎调查

问题#3

• 本次疫情对贵公司可能造成影响最大的是哪方面？[多选，最多三项]



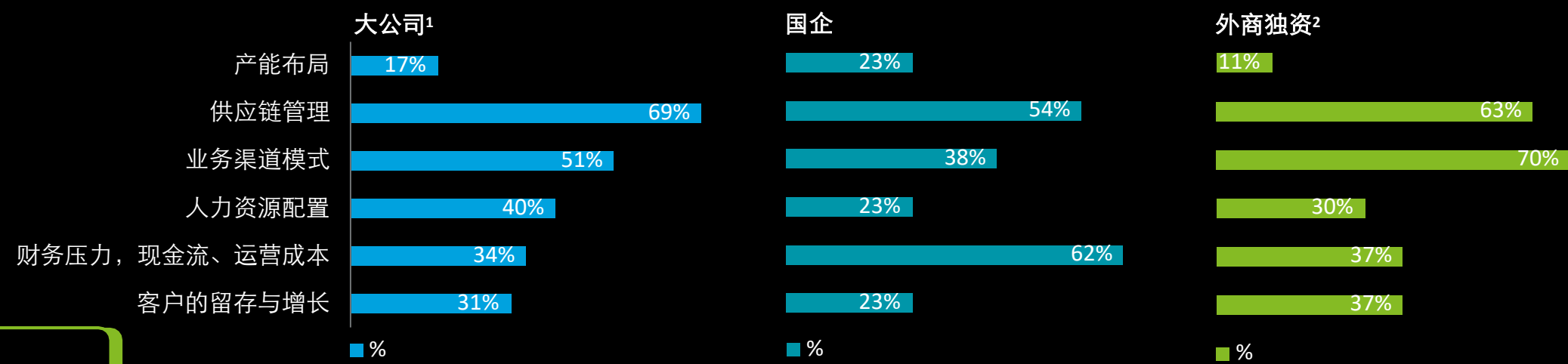
调研发现

- 供应链管理问题及物流问题（跨省运输、物流服务商），以及原材料获取（库存管理 – 最低库存水平限制）是明显的潜在影响因素
- 超过半数企业担忧现金流和财务问题
- 就业务渠道而言，有近一半的受访者认为目前业务渠道模式受阻，对“线上”模式的拓展将是值得关注的领域（并且有可能成为未来变革的话题）

新冠肺炎调查

解析#3:本次疫情对企业影响最大的方面

- 本次疫情对贵公司可能造成影响最大的是哪方面？[多选，最多三项]



调研发现

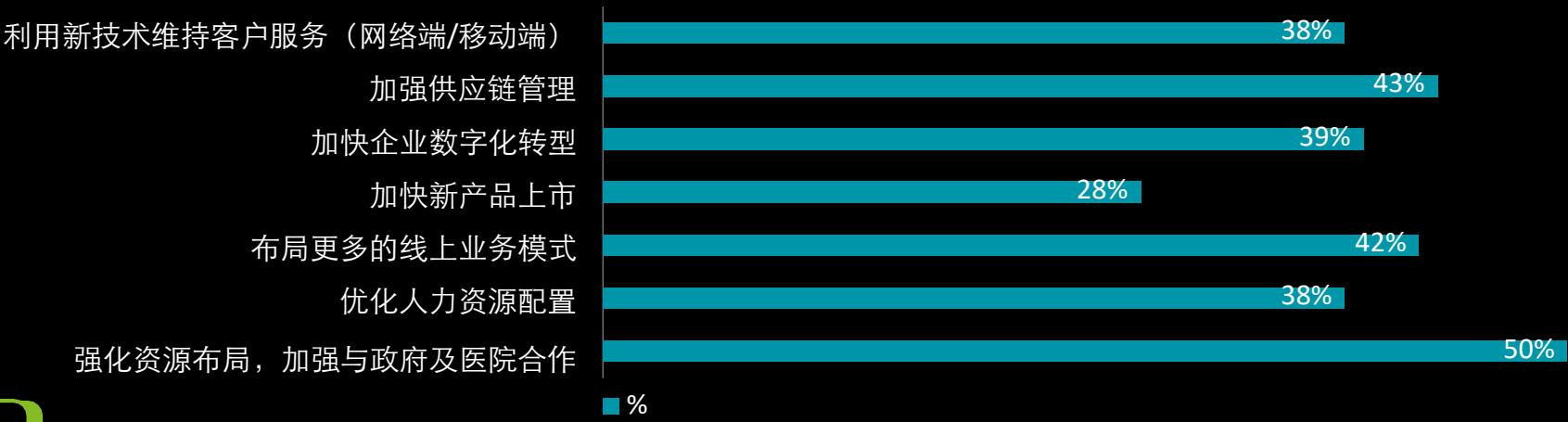
- 国企更关心疫情对现金流和盈利能力的影响，而对于现有人力资源配置以及客户关系较有信心
- 外企认为其业务渠道模式受到的影响最大（建立销售团队等.....）

注1：大公司即年收入达50亿元人民币以上的受访企业 (35/104)
注2：外商独资此处只限于年收入达10亿元人民币以上的受访企业 (27/104)

新冠肺炎调查

问题#4

贵司短期内将采取哪些措施以降低疫情对业务的冲击？[多选，最多四项]



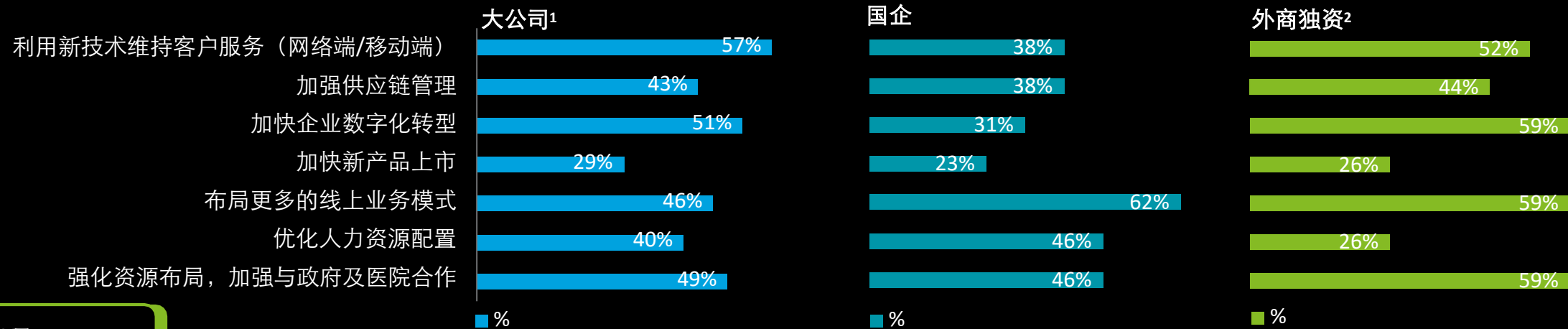
调研发现

- 受访者对于以上所有方面均有不同程度的担心
- 加强地方政府与医院之间的关系是短期工作的重中之重
- 对于“新技术”的应用：通过在线渠道来吸引客户、进行配送以及服务患者和客户，这无疑将是未来的发展重点

新冠肺炎调查

解析#4：大公司在接受新技术方面似乎更为迅速

贵司短期内将采取哪些措施以降低疫情对业务的冲击？【多选题，最多四项】



调研发现

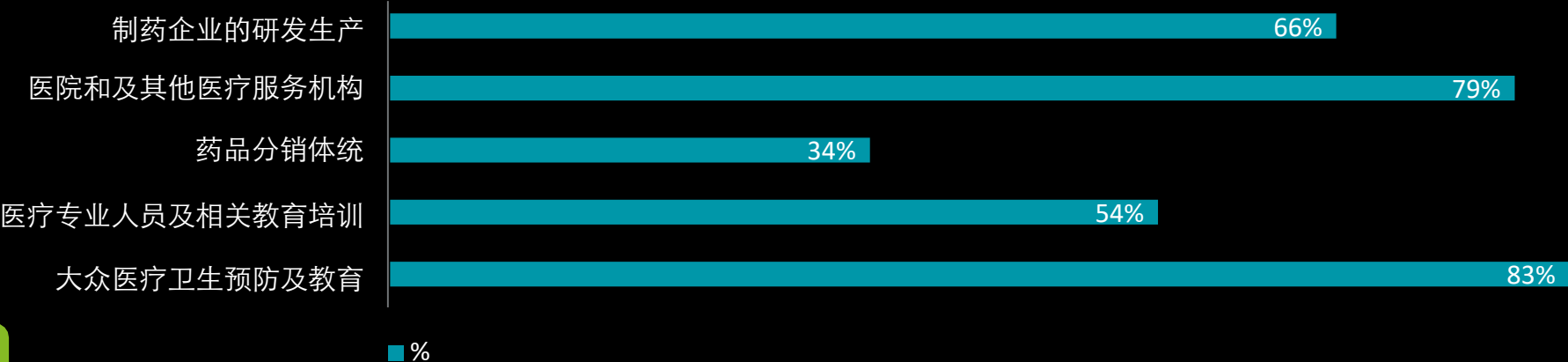
- 大公司似乎更注重将“新技术”与医疗卫生服务提供者（HCP）、患者与客户结合起来，并且将其投资计划转向“线上”业务模式
- 国企对“线上”业务模式尤其关注
- 外企对于新技术、数字化以及在线商业模式均表示特别关注

注1：大公司即年收入达50亿元人民币以上的受访企业 (35/104)
注2：外商独资此处只限于年收入达10亿元人民币以上的受访企业 (27/104)

新冠肺炎调查

问题#5

- 您预测这次疫情后，十四五规划会侧重以下哪些领域？[多选题]



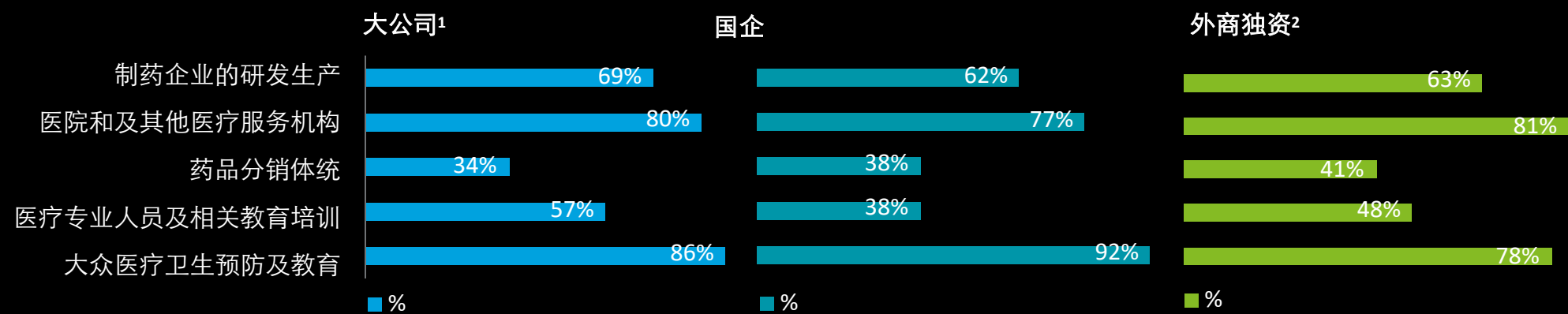
调研发现

- 在即将到来的十四五计划中，“医疗健康”将成为重点关注领域，这似乎已然成为一个共识：医疗服务、医院以及覆盖广泛人群的疾病预防和教育将是关注重点
- 此外，预计制药公司还将获得研发资源，使其能够参与和部署覆盖中国重点卫生和疾病领域的必要项目

新冠肺炎调查

解析#5：十四五规划侧重点

您预测这次疫情后，十四五规划会侧重以下哪些领域？[多选题]



调研发现

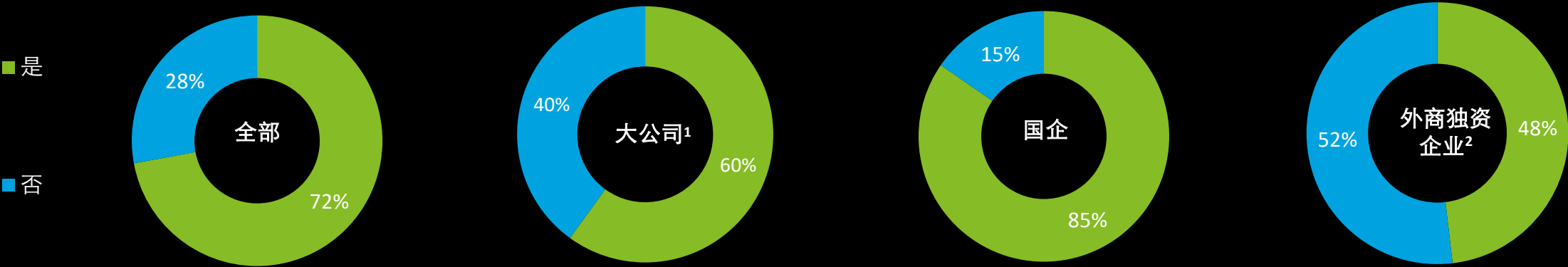
- 值得注意的是，受访者特别是国企成员预计十四五规划，对医疗专业人员及其相关教育培训的重视程度偏低
- 来自国企的受访者几乎一致认为大众医疗卫生预防及教育工作将是未来重点

注1：大公司即年收入达50亿元人民币以上的受访企业 (35/104)
注2：外商独资此处只限于年收入达10亿元人民币以上的受访企业 (27/104)

新冠肺炎调查

问题#6

在疫情影响下，您认为本土医药企业是否会因更快速获取研发资源，响应中国市场需求而更具优势？



调研发现

- 正如预期的一样，未来对不同的市场参与者所提供的支持与资源的预期存在很大差别，外商独资企业正享受着目前新药加速审批的政策红利，有信心迅速抓住中国市场的需求；
- 国企同样自信地认为将从对本土市场的深入了解中获取竞争优势

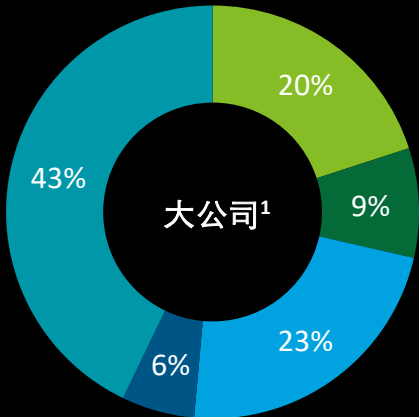
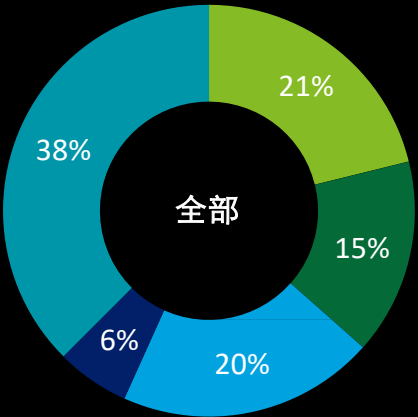
注1：大公司即年收入达50亿元人民币以上的受访企业 (35/104)
注2：外商独资此处只限于年收入达10亿元人民币以上的受访企业 (27/104)

新冠肺炎调查

问题#7

据您预计，这次疫情将对贵公司2020年业务收入有何影响？

- 全年销售收入将小幅下降，<20%
- 全年销售收入将大幅下降，>20%
- 疫情过后销售会提升，能够达到全年业务目标
- 全年销售收入会超出预期
- 无法判断



调研发现

- 相对均衡
 - 约20%的受访者认为，2020年销售将会迎头赶上，能实现本年业务目标
 - 约20%的受访者认为，销售将下降约20%
 - 不过，有很大一部分（~40%）受访者表示，对2020年全年的前景并不确定，这可能取决于疫情的发展情况

注1：大公司即年收入达50亿元人民币以上的受访企业 (35/104)

新冠肺炎调查

小结：调研发现与展望



面向未来的工作模式正
快速到来



新技术将加速推动建设一个
更健康的中国



建立合作伙伴关系以及
新的商业模式将是
未来抢占市场的关键

新冠肺炎调查

小结：调研发现与展望（续）

核心观点

- 新的工作方式包括：即时响应、覆盖员工实时健康安全的措施以及确保业务持续开展
- 对所有高管人员而言，销售和市场工作是受到影响最为严重的领域，也是他们最为关心的问题。此外，近60%的大公司已经在评估推出/升级并实施新技术以服务于医疗服务机构、医院、患者/客户。
- 参与本次调查的诸多受访者均在考虑新的市场分销模式，并且未来将加速拓展线上业务渠道



新的工作方式可能成为未来常态



新的市场与销售团队
组织方式将显现



联盟和伙伴关系将加速推进
该商业渠道发展

新冠肺炎调查

小结：调研发现与展望（续）

核心观点

- 大众医疗卫生预防及教育工作可能成为政府即将推出的着眼于中国医疗卫生支持计划的重点。《“健康中国2030”规划纲要》的最新版本已列出相关绩效指标（KPI），并且，目前正在准备中的下一个“十四五”规划更有可能强调这些目标。
- 预计未来将为具体针对中国疾病和病理的研发工作提供更高程度的支持，并且本土行业企业（国企和私企）预计在获取此类资源和支持方面将处于更有利的地位。
- 医疗卫生专业人士和医疗卫生服务提供者将成为中国未来“健康中国”多项改革的核心，需要审视和重新布局整个行业的价值链。

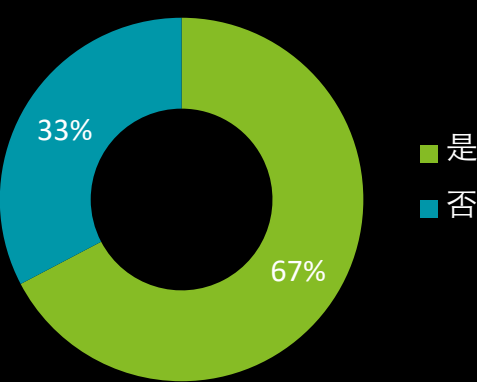


根据政策框架和目标，重新审视中国的商业战略，这对于跻身市场认可的成功企业而言前所未有的重要

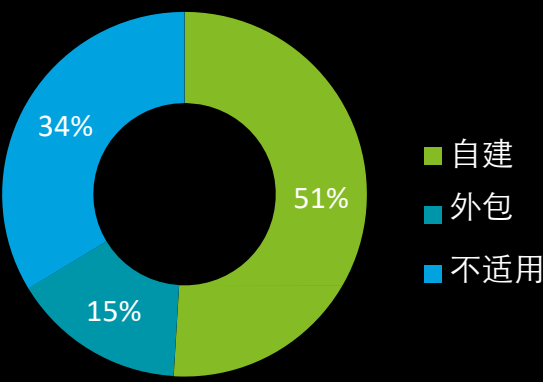
附录

新冠肺炎调查 附录

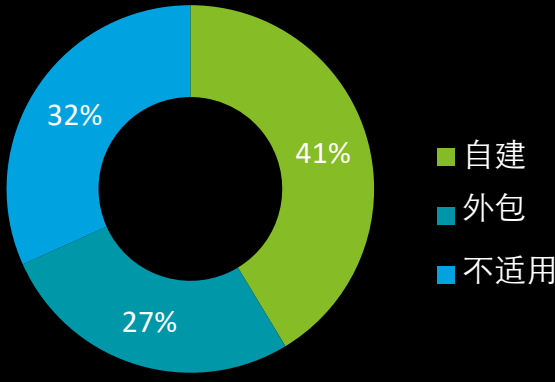
• 在华是否有生产基地



• 仓库管理模式

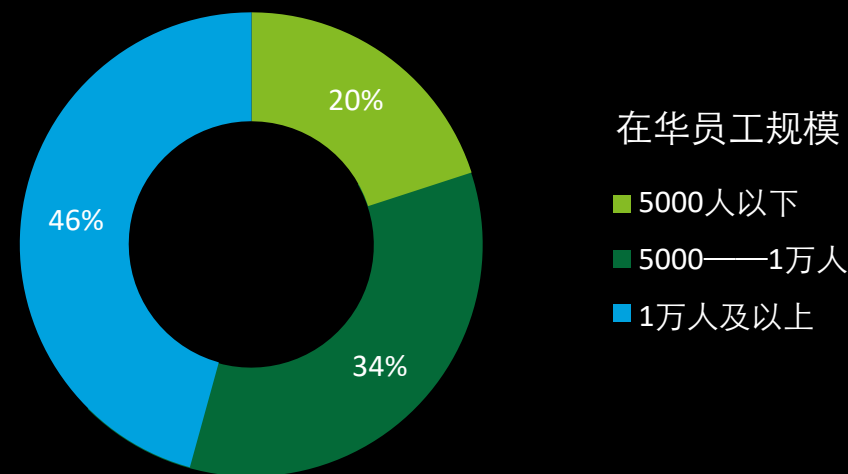
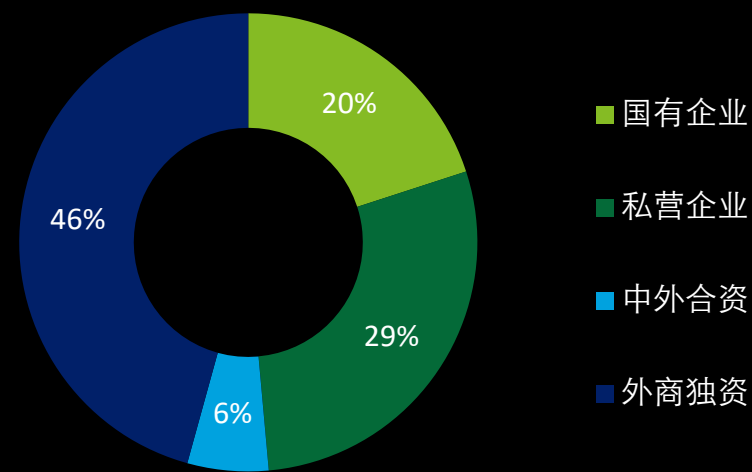


• 共享服务平台管理模式



新冠肺炎调查 附录（续）

- 大公司即年收入达50亿元人民币以上的企业 (35/104)



联系人

主要联系人



简思华

领导合伙人

中国生命科学与医疗行业

电话: +86 21 6141 1858

电子邮件: jensewert@deloitte.com.cn



俞超

管理咨询领导合伙人

中国生命科学与医疗行业

Tel: +86 21 2316 6913

电子邮件: andryu@deloitte.com.cn

其他联系人

谢峥

管理咨询总监

中国生命科学与医疗行业

电子邮件:

daxie@deloitte.com.cn

陈玮

管理咨询经理

中国生命科学与医疗行业

电子邮件:

ericwechen@deloitte.com.cn

蒲群

行业规划经理

中国生命科学与医疗行业

电子邮件:

linpu@deloitte.com.cn

王欢

行业研究经理

中国生命科学与医疗行业

电子邮件:

huwang@deloitte.com.cn



**MAKING AN
IMPACT THAT
MATTERS**

since 1845

关于德勤

Deloitte（“德勤”）泛指一家或多家德勤有限公司，以及其全球成员所网络和它们的关联机构。德勤有限公司（又称“德勤全球”）及其每一家成员所和它们的关联机构均为具有独立法律地位的法律实体。德勤有限公司并不向客户提供服务。请参阅 www.deloitte.com/cn/about 了解更多信息。

德勤亚太有限公司（即一家担保有限公司）是德勤有限公司的成员所。德勤亚太有限公司的每一家成员及其关联机构均为具有独立法律地位的法律实体，在亚太地区超过100座城市提供专业服务，包括奥克兰、曼谷、北京、河内、香港、雅加达、吉隆坡、马尼拉、墨尔本、大阪、上海、新加坡、悉尼、台北和东京。

德勤于1917年在上海设立办事处，德勤品牌由此进入中国。如今，德勤中国为中国本地和在华的跨国及高增长企业客户提供全面的审计及鉴证、管理咨询、财务咨询、风险咨询和税务服务。德勤中国持续致力为中国会计准则、税务制度及专业人才培养作出重要贡献。德勤中国是一家中国本土成立的专业服务机构，由德勤中国的合伙人所拥有。敬请访问 www2.deloitte.com/cn/zh/social-media，通过我们的社交媒体平台，了解德勤在中国市场成就不凡的更多信息。

本通信只供内部传阅并只限于德勤有限公司、其成员所及它们的关联机构（统称为“德勤网络”）的人员使用。任何德勤网络内的机构均不对任何方因使用本通信而导致的任何损失承担责任。