

# 2021年 中国医药新零售市场洞察

2021 China pharmaceutical new retail industry market insight

中国の新しい医薬品小売市場への洞察

概览标签：医药新零售、医药电商、处方外流、DTP药房、在线医疗

报告主要作者：邓云婷

2021/06

本报告的所有内容（包括但不限于文字、图表、表格、数据等）均受知识产权保护。未经LeadLeo书面许可，任何人不得擅自复制、传播、引用、改编、转载、或以其他方式使用本报告中的任何内容。如有违反上述约定的行为发生，LeadLeo将保留追究法律责任的权利。本报告仅供客户内部参考，不作为任何商业决策的依据。LeadLeo不对任何第三方使用本报告内容所导致的任何后果承担责任。

# 摘要

## 医药新零售风口已来，机遇和挑战并存

中国医药行业产业链分为三个环节，分别为上游的制药基础、中游的医药研发和制造及下游的医药流通。在整个医药产业链条当中，药店属于商业流通部门，在医药产业链中起到承上启下的作用，连接上游药品制剂生产部门和下游患者，具有单体资产较轻、品类繁多、精细化运营等重要特征。2020年中国三大终端药品销售额16,437亿元，受疫情、集采和重点监控目录影响，公立医院终端近年来首次出现负增长，而零售药店终端在三大终端受疫情影响最小，恢复较快

2020年零售药店终端销售额达4,330亿元，同比增长3.2%，其中网上药店销售同比增长高达75.6%。“互联网+医疗健康”在新冠疫情催化下加速发展，有望赋予各地政府更全面且更实时的监管能力，赋予消费者更多的选择权与更大的决策权，或将进一步推动传统零售高毛利时代加速落幕，医药新零售有望迎来扩张时代

### 1.零售药店终端占比逐渐扩大

- 药品三大终端主要包括公立医院终端、零售药店终端和公立基层医疗终端。自2015年以来，零售药店和基层医疗机构的销售额占比正在逐渐增大，其中零售药店的终端占比从2013年的23.3%提升至2020年的26.3%。2020年上半年受新冠疫情影响，医院端需求萎缩，药店端需求提升

### 2.政策加持，处方外流走上快车道

- 处方外流是指医院对外开放处方单，患者可以凭借处方单在零售药店购买处方药。为推动处方外流，2006年卫生部就提出“医院不得以任何方式限制处方外流推进医药分开”，多年来处方外流相关政策不断，政策出台集中在明确禁止限制处方外流、对零售药店的规范及鼓励电子处方三大方向。2020年中国公立医院药品市场规模为10,512亿元，预计未来公立医院药品市场以2%的增速增长，处方外流有望给医药零售市场带来千亿市场增长空间

### 3.传统零售药店、医药企业、互联网巨头纷纷入局医药电商

- 京东健康公司是中国最大的在线医疗健康平台，全国设有11个药品仓库，渠道网络覆盖全国超过200个城市，销售规模扩张迅速
- 华润三九通过与阿里健康、平安好医生等大型互联网+医疗健康公司业务合作，探索构建“互联网+医+药”的线上化产业链模式
- 益丰大药房设立海南益丰互联网医院有限公司、海南益丰远程医疗中心有限公司，打造线上+线下、全科+专科的家庭医生及居家药师全渠道、全方位的服务体系

# 目录

## CONTENTS

◆ 名词解释	09
◆ 中国医药零售行业发展概述	10
• 中国医药行业产业链分析	11
• 药品流通行业市场现状	12
• 药品零售三大终端定义	13
• 药品零售终端销售规模	14
◆ 中国医药新零售行业发展现状	15
• 医药电商零售发展历程	16
• 医药电商零售行业生态	17
• 医药电商三种模式	18
• 传统零售药店的新零售布局	19
◆ 中国医药新零售行业相关政策分析	20
◆ 中国医药新零售行业驱动因素	22
• 医药电商消费者画像	23
• 处方外流成长期趋势	25
• 互联网在线医疗快速发展	27
• DTP药房建设不断推进	28
◆ 中国医药新零售行业企业推荐与投资风险	29
• 京东健康	30
• 华润三九	32
• 益丰大药房	34
• 投资风险	36
◆ 方法论	37
◆ 法律声明	38

# 目录 CONTENTS

◆ Terms	09
◆ Overview of China pharmaceutical retail industry	10
• Industry chain	11
• Status quo	12
• Definition	13
• Market Size	14
◆ Development status of China pharmaceutical retail industry	15
• Pharmaceutical E-commerce development	16
• Pharmaceutical E-commerce industry ecology	17
• Pharmaceutical E-commerce modes	18
• Retail pharmacies new retail strategy	19
◆ Policy analysis of China pharmaceutical retail industry	20
◆ Driving factors of China pharmaceutical retail industry	22
• Consumer portrait	23
• Prescription	25
• Online medical service	27
• Direct to Patient	28
◆ Recommended companies of China pharmaceutical retail industry	29
◆ Methodology	37
◆ Legal Statement	38

# 图表目录

## List of Figures and Tables

图表1: 中国医药行业产业链	11
图表2: 中国三大终端药品销售额及增速, 2013-2020	12
图表3: 中国医疗卫生机构就诊人数及增速, 2020年1-11月	12
图表4: 中国中西药品类消费品零售总额及增速, 2020	12
图表5: 中国医药市场药品零售三大终端特征	13
图表6: 中国三大终端六大市场药品销售额, 2020	14
图表7: 中国药品零售三大终端市场销售额占比, 2013-2020	14
图表8: 中国医药电商零售发展历程	16
图表9: 中国医药电商零售行业生态	17
图表10: 中国医药电商交易规模, 2016-2021E	17
图表11: 中国医药电商B2C,B2B,O2O模式	18
图表12: 四大药房医药电商及互联网+医疗业务布局	19
图表13: 中国中国医药新零售行业核心政策, 2021	21
图表14: 中国医药电商消费者基本情况, 2019	23
图表15: 中国医药电商消费者用药行为, 2019	24
图表16: 中国中国医药新零售行业处方外流相关政策, 2017-2021	25
图表17: 处方外流经济驱动因素	26
图表18: 处方外流社会驱动因素	26
图表19: 处方外流技术驱动因素	26
图表20: 中国互联网医疗市场规模, 2015-2025E	27
图表21: DTP药店运行模式	28
图表22: 各大药店积极布局DTP药房建设, 2017-2020	28
图表23: 京东健康企业发展里程碑事件	30

# 图表目录

## List of Figures and Tables

图表24：京东健康企业业务范围	-----	31
图表25：华润三九企业发展里程碑事件	-----	32
图表26：华润三九企业产品介绍发展战略	-----	33
图表27：益丰大药房企业介绍连锁布局营收情况	-----	34
图表28：益丰大药房企业经营优势	-----	35
图表29：中国医药新零售行业投资风险	-----	36

# 名词解释 TERMS

- ◆ **医药新零售**：以消费者为中心，通过线下与线上的深度结合，加上物联网、大数据、云计算等创新技术，构成新零售线上线下一体化，通过O2O、B2C、B2B实现销售的融合增长
- ◆ **B2B**：Business-to-Business，指企业与企业之间通过网络，进行数据信息的交换、传递，开展交易活动的商业模式
- ◆ **B2C**：Business-to-Consumer，指直接面向消费者销售产品和服务商业零售模式
- ◆ **O2O**：Online-to-Offline，指将线下的商务机会与互联网结合，让互联网成为线下交易的平台的商业模式
- ◆ **处方外流**：指医院开具处方后，处方流转到医院外，患者可以在医院外根据处方购买药品
- ◆ **在线医疗**：是互联网在医疗行业的新应用，其包括了以互联网为载体和技术手段的健康教育、医疗信息查询、电子健康档案、疾病风险评估、在线疾病咨询、电子处方、远程会诊、及远程治疗和康复等多种形式的健康医疗服务
- ◆ **DTP药房**：Direct to Patient，指患者在医院开取处方后，药房根据处方以患者或家属指定的时间和地点送药上门，并且关心和追踪患者的用药进展，提供用药咨询等专业服务



# 01

## 中国医药零售行业发展概述

- 中国医药行业产业链分为三个环节，分别为上游的制药基础、中游的医药研发和制造及下游的医药流通
- 2020年中国医药终端销售同比增长-8.5%，随着疫情控制，中国医疗机构就诊人数逐月修复；且新冠疫情期间“预防需求+购药转移”正面影响药品类销售
- 医药市场的药品终端细分为三大终端六大市场，分别为公立医院终端（城市公立医院和县级公立医院）、零售药店终端（实体药店和网上药店）和公立基层医疗终端（城市社区卫生中心（站）和乡镇卫生院）
- 2020年中国三大终端药品销售额16,437亿元。受疫情、集采和重点监控目录影响，公立医院终端近年来首次出现负增长，零售药店终端在三大终端受疫情影响最小，网上药店销售同比增长达75.6%

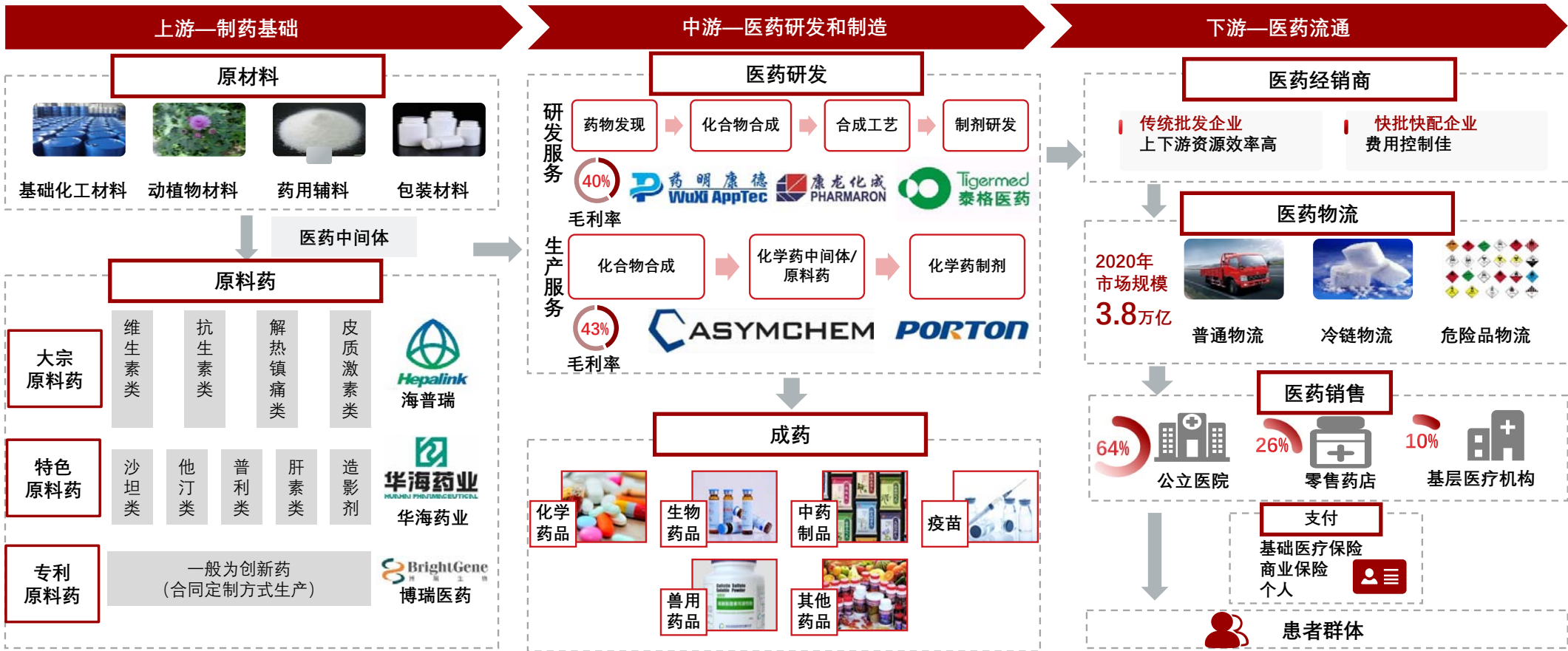




# 中国医药零售行业发展概述——中国医药行业产业链分析

中国医药行业产业链分为三个环节，分别为上游的制药基础（原材料与原料药）、中游的医药研发和制造（医药研发及成药）及下游的医药流通（医药经销商，医药物流，医药销售和支付端及患者端）

中国医药行业产业链



来源：头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo

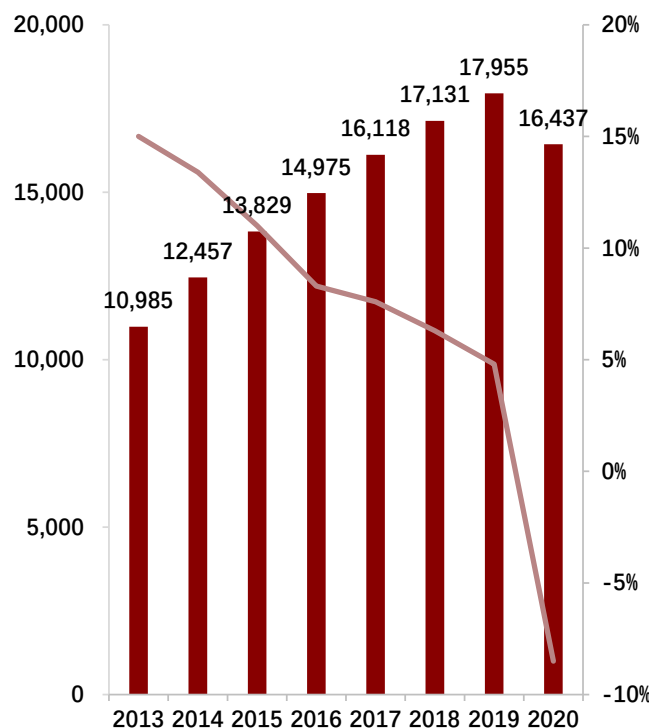
# 中国医药零售行业发展概述——药品流通行业市场现状

2020年中国医药终端销售同比增长-8.5%，系新冠疫情影响公立医院终端销售。随着疫情控制，中国医疗机构就诊人数自2020年2月逐月修复；且新冠疫情期间“预防需求+购药转移”正面影响药品类销售

## 中国医药终端市场现状，2020

### 中国三大终端药品销售额及增速，2013-2020

单位：[亿人民币]



### 分析

□ 2020年中国医药终端销售同比增长-8.5%。

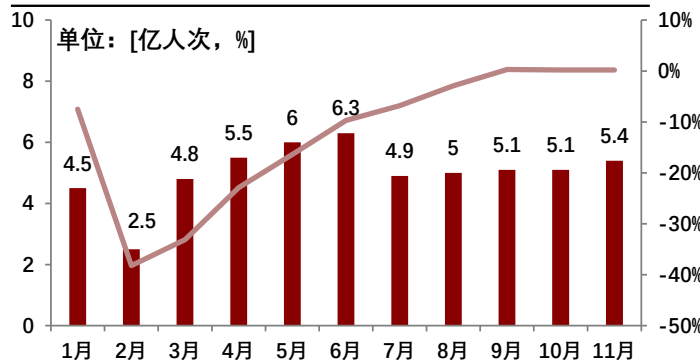
药品三大终端主要包括公立医院终端、零售药店终端和公立基层医疗终端。数据显示，2013-2019年中国医药终端市场呈增长趋势。2020年中国三大终端药品销售额达16437亿元，同比-8.5%

□ 销售额下滑主要系新冠疫情影响，诊疗服务尚未全面恢复，以急需满足为主。受疫情影响，集采持续推进和重点监控目录政策影响，公立医院终端近年来首次出现负增长

## 中国医疗机构诊疗情况及药品类消费零售总额，2020

### 中国医疗卫生机构就诊人数及增速，2020年1-11月

单位：[亿人次，%]

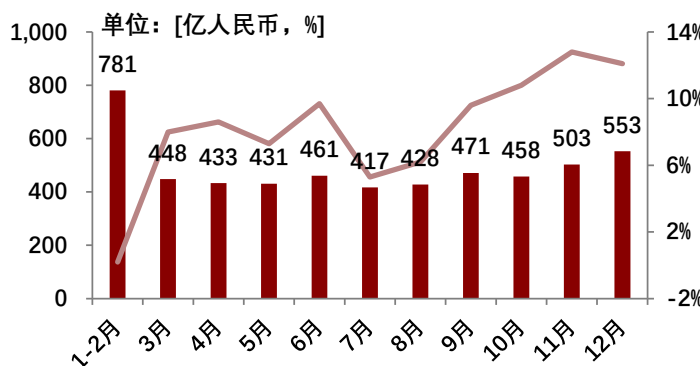


### 分析

□ 医疗卫生机构就诊情况逐渐恢复。根据国家卫健委发布的2020年1-11月全国医疗服务情况数据，2020年1-11月全国医疗卫生机构总诊疗人次达49.5亿人次，同比下降11.5%。随着国内疫情控制，每月医疗机构就诊人数增速明显

### 中国中西药品类消费品零售总额及增速，2020

单位：[亿人民币，%]



□ 新冠疫情高峰期对药品零售产生正面影响。根据国家统计局发布的批发零售业贸易业-中西药品销售数据，2020年药品类零售额5355亿元，销售同比增长7.8%，提升明显，此时正好处于新冠疫情高峰期

来源：国家卫健委，国家统计局，米内网，头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo



头豹  
LeadLeo

400-072-5588

www.leadleo.com

# 中国医药零售行业发展概述——药品零售三大终端定义

医药市场的药品终端细分为三大终端六大市场，分别为公立医院终端（城市公立医院和县级公立医院）、零售药店终端（实体药店和网上药店）和公立基层医疗终端（城市社区卫生服务中心和乡镇卫生院）

中国医药市场药品零售三大终端特征

		公立医院终端	零售药店终端	公立基层医疗终端
主体特征	终端类别	二级及以上医院	零售连锁公司及其下属门店	社区医药终端、诊断等基层医疗机构
	体量与数量	体量大、数量少	除部分大中型连锁企业外，体量小、数量多	体量小，数量多
交易特征	采购频次与金额	采购频次低 单次采购量大	采购频次高 单次采购量小	采购频次高 单次采购量小
	采购内容	整件为主	整件+零货	零货为主
	配送时效	相对较低	较高	很高
行业影响	资金周转率	低，回款期3-6个月	较低，回款期2-3个月	高，账期短
	国家政策行业趋势	集采政策，重点监控目录政策，疫情影响	鼓励提升零售连锁化率和行业集中度	处方外流趋势下，迎来行业机遇

描述

- 第一终端指公立医院终端
  - 城市公立医院：所有地级及以上城市的公立医院
  - 县级公立医院：所有县的公立医院
- 第二终端指零售药店终端
  - 实体药店：所有获得药品经营许可证的实体药店
  - 网上药店：所有原获得互联网药品交易服务许可证及放开审批后备案的网上药店
- 第三终端指公立基层医疗终端
  - 城市社区卫生服务中心（站）：政府办的城市社区卫生服务中心及城市社区卫生服务中心站
  - 乡镇卫生院：政府办的乡镇卫生院，不含村卫生室和私人诊所

来源：合纵易购招股书，头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo



400-072-5588

www.leadleo.com

# 中国医药零售行业发展概述——药品零售终端销售规模

2020年中国三大终端药品销售额16,437亿元。受疫情、集采和重点监控目录影响，公立医院终端近年来首次出现负增长，零售药店终端在三大终端受疫情影响最小，网上药店销售同比增长达75.6%

中国三大终端六大市场药品销售额，2020

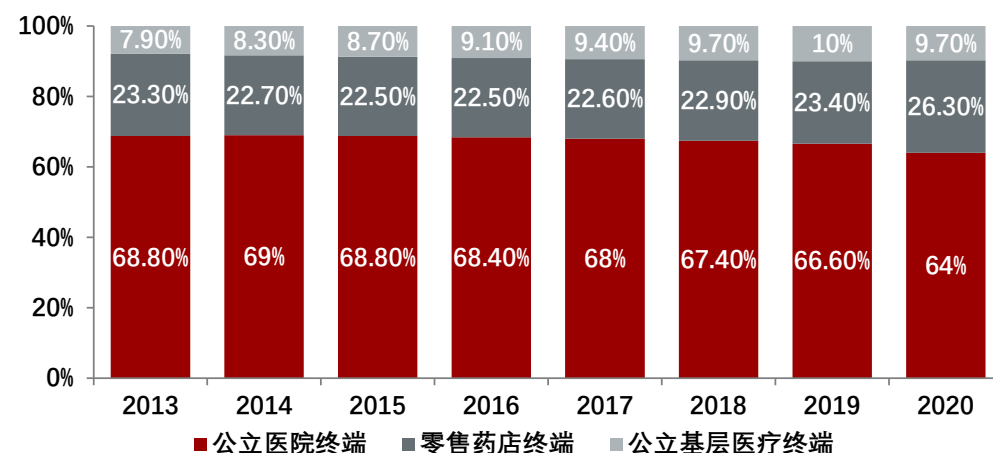


- 2020年我国三大终端六大市场药品销售额达16,437亿元，同比增长-8.5%
- 受疫情、集采持续推进和重点监控目录影响，公立医院终端近年来首次出现负增长，2020年销售额达10,512亿元，同比增长-12.0%。其中城市公立医院市场销售额7,777亿元，同比增长-11.0%；县级公立医院销售额达2,735亿元，同比增长-14.8%
- 零售药店终端在三大终端受疫情影响最小，恢复较快。2020年销售额达4,330亿元，同比增长3.2%。其中实体药店市场销售额4,087亿元，同比增长0.7%；网上药店市场销售额243亿元，同比增长75.6%

来源：米内网，头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo

中国药品零售三大终端市场销售额占比，2013-2020



- 零售药店终端占比逐渐扩大。根据米内网数据，2020年三大药品零售终端的销售额为16,437亿元，其中公立医院虽仍然以64.0%占据绝对份额，但从近几年销售额占比的变化情况来看，零售药店和基层医疗机构的占比正在逐渐增大，其中零售药店的终端占比从2013年的23.3%提升至2020年的26.3%。2020年上半年受新冠疫情影响，医院端需求萎缩，药店端需求提升
- 处方外流趋势渐明。对比三大药品终端的销售额增速，2020年公立医院的增长率为-12.0%，远低于零售药店的增长率的3.2%，彰显零售药店终端的潜在增长动力。其中2020年网上药店销售额同比增长达75.6%，足显零售端韧性



## 02

# 中国医药新零售行业发展现状

- 药品特殊性致医药电商发展历程曲折，政策导向渐趋明朗。医药电商市场规模日益庞大，吸引医药公司、互联网第三方平台纷纷进场
- 医药电商逐渐形成“医+药+险”全链路流程，互联网+医疗健康”包含互联网医院的医疗服务端、医药电商的医药流通端和互联网医保，预计2021年中国医药电商市场规模将达2,260亿元
- 医药电商B2B模式提高流通效率，聚集高价值供应链交易数据；B2C模式平台优势可带来增量，融合服务将助力增长；O2O模式解决购药“最后一公里”痛点，烧钱换市场仍将持续
- 传统零售药房在消费场景重构过程中富有优势。医药零售连锁企业战略层面以线下门店扩张为重，并在互联网新零售领域大力拓展O2O药店。相对第三方平台型商家，在线上线下消费场景中均富有优势



头豹  
LeadLeo

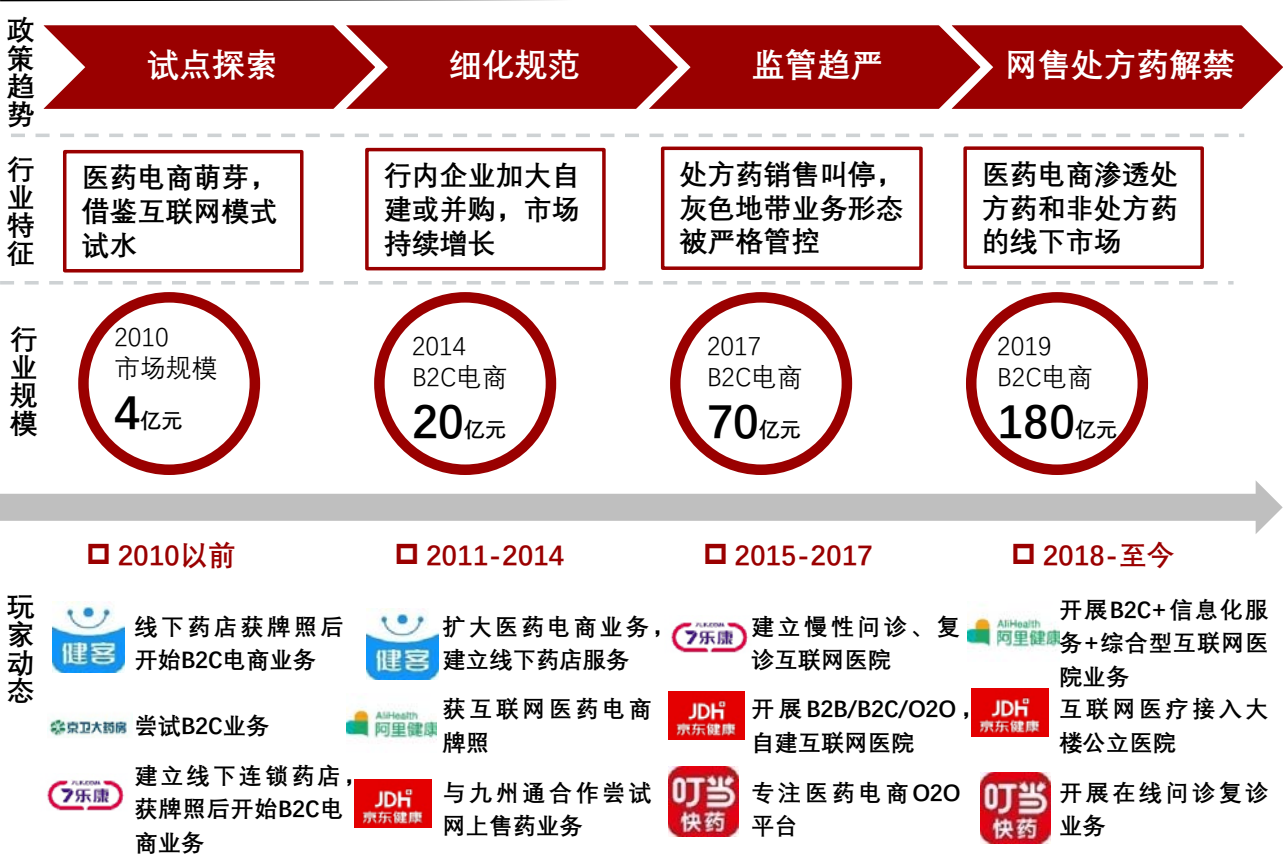
400-072-5588



# 中国医药新零售行业发展现状——医药电商零售发展历程

药品特殊性致电商发展历程曲折，政策导向渐趋明朗。医药电商市场规模日益庞大，吸引医药公司、互联网第三方平台纷纷进场

中国医药电商零售发展历程



头豹洞察

- 自1998年，中国部分省市已逐步放开网络售药试点，二十年间中国医药电商前期发展缓慢。医药行业受到严格的监管。药品流通环节长期呈现高毛利业态，流通批发企业开拓新业态意愿不强，B2B线上业务推动缓慢
- 2017年开始，医保谈判、带量采购、两票制、营改增等政策推行，不少医药公司失去院内等部分市场，主动求变、拓展新业务的意愿加强，B2B医药电商凭借供销灵活的新渠道进入快速发展期
- 2019年8月，全国人大通过新修订的《药品管理法》，这是自2000年以来国家政策层面首次允许处方药网售，意味着医药电商能够合法渗透总规模约2万亿的线下药品市场
- 2019年末，新冠肺炎疫情爆发，更多企业将药品供销流程向线上转移，B2C和O2O平台活跃人数纷纷呈现增长态势，加之政府进一步出台开放政策，医药电商迎来新的时期

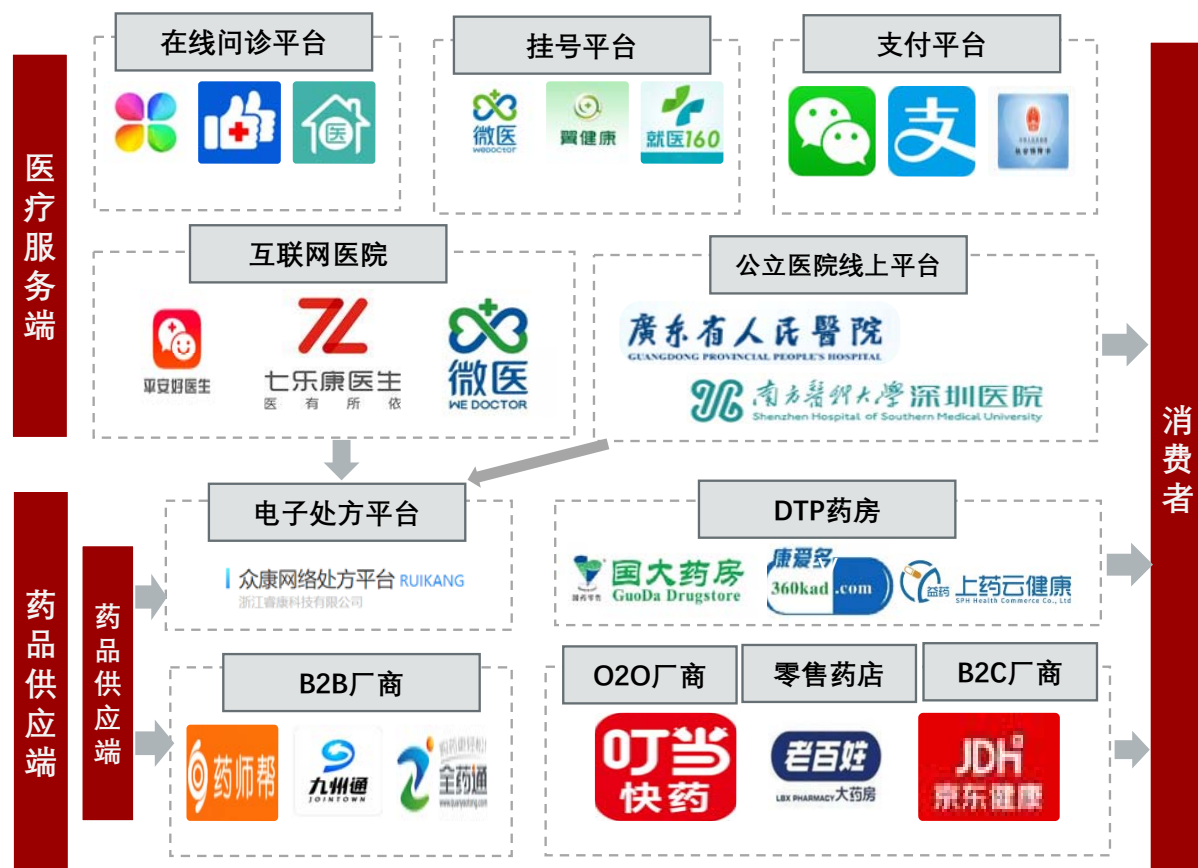
来源：IQVIA，头豹研究院编辑整理  
©2021 LeadLeo



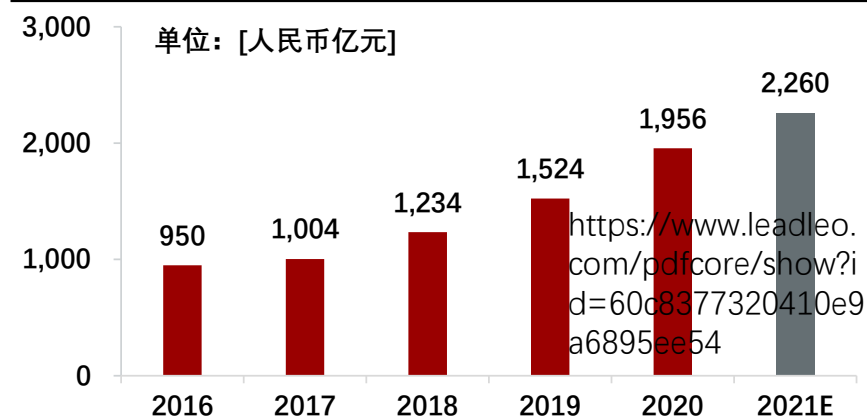
# 中国医药新零售行业发展现状——医药电商零售行业生态

医药电商逐渐形成“医+药+险”全链路流程，“互联网+医疗健康”包含互联网医院的医疗服务端、医药电商的医药流通端和互联网医保，预计2021年中国医药电商市场规模将达2,260亿元

中国医药电商零售行业生态



中国医药电商交易规模，2016-2021E



- 医药电商逐渐形成“医+药+险”全链路流程：“互联网+医疗健康”包含互联网医院提供医疗服务、医药电商提供医药流通、互联网医保提供资金支付三大内容。其中，医药电商是将传统的线下药品电商化，带动整个“互联网+医疗健康”生态中的商品流动，是不可或缺的环节
- 中国医药电商市场加速扩张：2020年中国医药电商市场规模达1,956亿元，增长28.3%，占中国医药市场总规模的11.4%。预计2021年中国医药电商市场规模将达2,260亿元

来源：头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo

# 中国医药新零售行业发展现状——医药电商三种模式

B2B模式提高流通效率，聚集高价值供应链交易数据；B2C模式平台优势可带来增量，融合服务将助力增长；O2O模式解决购药“最后一公里”痛点，烧钱换市场仍将持续

中国医药电商B2C,B2B,O2O模式

头豹洞察

	商业模式	自身优势	业内玩家	市场规模														
B2B医药电商	<p>提供零售药店上游渠道服务</p> <p>❑ 定义：为医药终端企业或者机构提供药品采购、配送等服务的电商平台</p> <p>❑ 产业链：终端药店与医疗机构的上游，对零售药店销售影响小</p>	<p>✓ 销售占比大</p> <p>✓ 参与主体多样化</p> <p>✓ 集中度高</p> <p>✓ 供需信息传导机制畅通</p>	<p>政府主导</p> <p>阳光药品采购网</p> <p>电商主导</p> <p>药师帮 www.yzbang.cn</p> <p>药企主导</p> <p>九州通 一心堂</p>	<p>单位：[亿元]</p> <table><thead><tr><th>年份</th><th>2015</th><th>2016</th><th>2017</th><th>2018</th><th>2019</th><th>2020</th></tr></thead><tbody><tr><td>市场规模</td><td>100</td><td>500</td><td>700</td><td>800</td><td>1000</td><td>1500</td></tr></tbody></table>	年份	2015	2016	2017	2018	2019	2020	市场规模	100	500	700	800	1000	1500
年份	2015	2016	2017	2018	2019	2020												
市场规模	100	500	700	800	1000	1500												
B2C医药电商	<p>淘宝模式的网上药房</p> <p>❑ 定义：提供医药产品购买服务的在线平台，类似于淘宝模式</p> <p>❑ 产业链：面对终端消费者，与零售药店形成竞争关系</p>	<p>✓ 直接面对最终消费者</p> <p>✓ 服务链条延伸，形成黏性</p> <p>✓ 院边店成为新的战略布局点</p>	<p>电商平台</p> <p>京东健康</p> <p>医药企业</p> <p>7乐康</p> <p>在线医疗</p> <p>平安好医生 平安医掌 春雨医生</p>	<p>单位：[亿元]</p> <table><thead><tr><th>年份</th><th>2015</th><th>2016</th><th>2017</th><th>2018</th><th>2019</th><th>2020</th></tr></thead><tbody><tr><td>市场规模</td><td>30</td><td>35</td><td>45</td><td>50</td><td>70</td><td>120</td></tr></tbody></table>	年份	2015	2016	2017	2018	2019	2020	市场规模	30	35	45	50	70	120
年份	2015	2016	2017	2018	2019	2020												
市场规模	30	35	45	50	70	120												
O2O医药电商	<p>零售药店到消费者的配送服务</p> <p>❑ 定义：提供零售药店到消费者的医药配送服务</p> <p>❑ 产业链：依托零售药店，通过抽成分走部分销售利润</p>	<p>✓ 打通“最后一公里”急药配送</p> <p>✓ “即时达+普通送”业务结合</p> <p>✓ 市场下沉与外延</p>	<p>自营平台</p> <p>快方 叮当快药</p> <p>外卖平台</p> <p>饿了么 美团外卖</p> <p>第三方</p> <p>京东健康 阿里健康</p>	<p>单位：[亿元]</p> <table><thead><tr><th>年份</th><th>2015</th><th>2016</th><th>2017</th><th>2018</th><th>2019</th><th>2020</th></tr></thead><tbody><tr><td>市场规模</td><td>2</td><td>3</td><td>5</td><td>8</td><td>20</td><td>90</td></tr></tbody></table>	年份	2015	2016	2017	2018	2019	2020	市场规模	2	3	5	8	20	90
年份	2015	2016	2017	2018	2019	2020												
市场规模	2	3	5	8	20	90												

来源：公司官网，头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo

- **医药B2B利好行业上下游：**疫情使得医药流通传统线下模式面临供应不足、信息迟缓、交通受限等多重考验，B2B平台作为链接上游供应链和下游终端的“桥梁作用”开始彰显
- **疫情下医药电商B2C逆势爆发：**医药B2C模式正在成为主流购药方式，药品种类丰富、药品平价、下沉地区药品可及性等优势，医药B2C模式更好的满足社会需求，创造更大社会价值
- **疫情催热医药O2O，药店药企入局增量：**随着处方药网售放开的政策利好、送药上门模式的渗透率提升。医药O2O迎来加速发展期，如大参林重点布局医药O2O，宝芝林大药房通过O2O拓展服务半径，叮当快药启动“千城万店”计划等

# 中国医药新零售行业发展现状——传统零售药店的新零售布局

传统零售药房在消费场景重构过程中富有优势。医药零售连锁企业战略层面以线下门店扩张为重，并在互联网新零售领域大力拓展O2O药店。相对第三方平台型商家，在线上消费场景中均富有优势

## 四大药房医药电商及互联网+医疗业务布局

### 四大药房



全国规模领先的大型医药零售企业

- 主要业务：中西成药、参茸滋补药材及中药饮片、保健品、医疗器械及其他商品的连锁零售业务
- 门店数量：2020年6,020家门店



以西南为核心经营地区的连锁药房

- 主要业务：医药零售连锁和医药批发业务（中药、西药及医疗器械等产品）
- 门店数量：2020年1,300家门店



国内首家沪市主板上市的连锁药房

- 主要业务：以零售为主，兼顾少量批发（药品、医疗器械、保健品、健康食品、个人护理用品等）
- 门店数量：2020年5,991家门店



国内覆盖区域最多的连锁药房

- 主要业务：零售业务（药品等相关产品），兼营药品批发与制造（中成药及中药饮片制造）
- 门店数量：2020年6,533家门店

### 主营业务

### 电商业务

O2O+B2C模式

- 自建：大参林会员中心、小程序、APP、社群
- 第三方平台
- 2020年线上业务收入同比增长 160%

O2O+B2C模式

- 自建：一心到家、一心堂药械、积分商城
- 第三方平台：美团外卖、饿了么、京东到家
- 2020年电商收入1.97亿元

O2O+B2C模式

- 自建：益丰健康APP、小程序、微信商城
- 第三方平台：官方商城
- 2020年电商收入6.8亿元

O2O+B2C模式

- 自建：微信公众号、小程序
- 第三方平台：O2O业务中台对接
- 2020年电商收入2.89亿元

### 互联网+医疗

智慧药房+互联网医院

- 智慧药房：自助销售、远程问诊、处方扫描留存、健康检测、药品追溯
- 互联网医院手机端：用药咨询、远程问诊、用药提醒等

远程药事服务业务

- 远程审方：一心堂自建平台、平安好医生、微问诊
- 2020年全年线上、线下审方突破1600万单，月均审方135.23万单

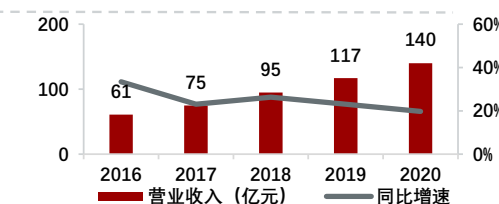
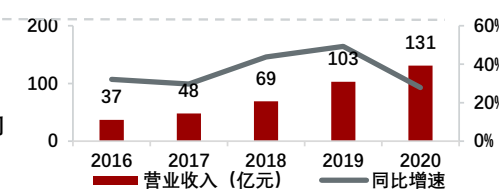
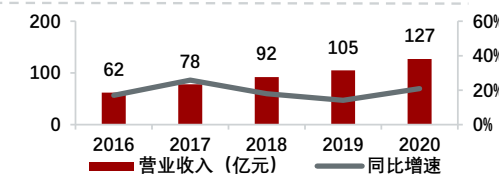
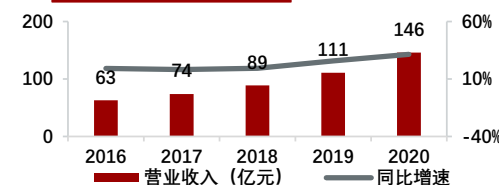
互联网医院

- 2020年设立海南益丰互联网医院有限公司，海南益丰远程医疗中心有限公司
- 线上+线下、全科+专科的家庭医生及居家药师全渠道、全方位的服务体系

大数据+AI 智能+物联网

- 腾讯云服务，AI应用服务，患者用药及会员生命周期管理全链路合作，在线问诊，患教科普等

### 营收情况



来源：公司官网，头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo



400-072-5588

www.leadleo.com

## 03

# 中国医药新零售行业相关政策分析

- 政策推动是催生行业业态发生变化的主因，结合处方外流、执业药师、带量采购和药店分级分类等近期医药零售行业核心政策，分析政策在短期、长期给中国医药新零售行业和公司带来的影响





# 中国医药新零售行业相关政策分析——医药零售行业核心政策

政策推动是催生行业业态发生变化的主因，结合处方外流、执业药师、带量采购和药店分级分类等近期医药零售行业核心政策，分析政策在短期、长期给行业和公司带来的影响

中国医药新零售行业核心政策，2021

政策	核心内容	短期影响	长期影响
处方外流	鼓励处方逐步从医院流向院外药店	受基层医疗发展限制以及医保统筹的影响，外流率有限	有望扩大零售药店终端市场规模
执业药师	严厉处罚执业药师“挂证”行为	因执业药师配备不达标，零售药店无法开展业务	药品零售企业逐渐规范化、标准化
两票制	压缩药品流通环节	压缩渠道利润，考验零售药店议价能力	连锁药店凭借规模性和较强议价能力赢得更多市场份额
带量采购	国家组织药品集中采购和使用试点，实现药价明显降低，减轻患者药费负担	降低中标药品价格，零售药店承压，甚至产生处方回流	医院药房成为成本端，加速推动处方外流，但政策变化尚待观察
医保改革	取消城乡居民医保的个人账户；严查医保盗刷，加强医保控费	冲击零售药店 OTC 销售，中小药店的生存压力增加	影响零售药店医保销售额；公立医院周边医保门店优势凸显
药店分类分级	将药店按经营范围分类，并按经营服务能力分类	限制小型药店经营范围，政策支持高评级药店	提升大型连锁药店竞争优势，促进其高质量发展
互联网医疗	推动开展电子处方共享平台，发展第三方配送服务，药店获利明显	以线上销售带动线下门店客流量，加速推动处方外流；加大实体零售药店竞争压力	具备布局线上销售能力的大型连锁
税费改革	上调小规模纳税人标准，下调增值税率；升级“金税三期”	降低税费，提升利润	严厉打击非法纳税企业，不合规小型药店逐步退出，大型合规药店竞争优势凸显

头豹洞察

- 近年来，为提高医药零售行业集中度，规范业内发展，促进处方外流，政府部门围绕执业药师、处方外流、带量采购和药店分级分类管理等方面发布一系列核心政策
- 两票制、带量采购、医保改革、等政策持续落地，行业门槛提高，推动行业集中度提升
- 药店分级管理、电子处方流转、互联网医疗、执业药师配套等政策不断细化，强化处方药外流主逻辑

来源：NMPA，头豹研究院编辑整理  
©2021 LeadLeo

## 04

# 中国医药新零售行业驱动因素

- 男性是消费主力，26-35岁青年群体是医药电商消费“主力军”，白领、教师、学生群体占据用户职业分布Top3，广东用户占比最高，亚健康及慢性病网民占56.9%。处方药如皮肤及性病用药、风湿骨外专科用药、肠胃消化用药、肝胆用药、呼吸用药、妇科专科用药增长迅速；补益、皮肤、维矿物质类非处方药销量占据第一梯队
- 国家不断出台推动处方外流的政策，加之药品零加成政策的全面实施，院内药房利润逐步降低，处方外流或将在政策的大力推动下成为长期趋势
- 2020年中国互联网医疗市场规模196亿元，预计到2025年将增长到1,058亿元，年复合增长超过40%。疫情刺激在线医疗快速发展，千亿市场规模可期
- DTP药房是专业化的药品销售模式，可承接处方外流，具有专业化、体量大等优势。目前DTP药房建设不断推进，品种逐年增加，为公司带来收入增长



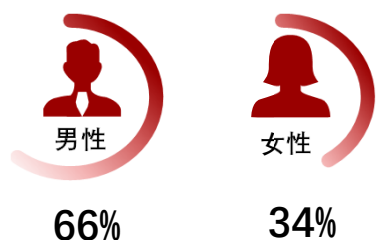


# 中国医药新零售行业驱动因素——医药电商消费者画像 (1/2)

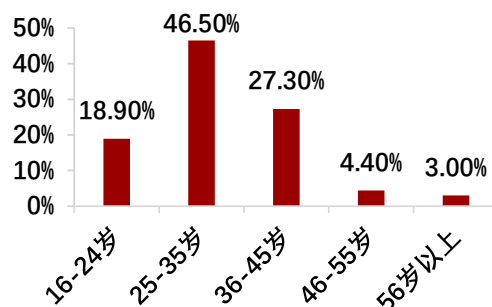
男性是消费主力，26-35岁青年群体是医药电商消费“主力军”，白领、教师、学生群体占据用户职业分布Top3，广东用户占比最高，亚健康及慢性病网民占56.9%

## 中国医药电商消费者基本情况，2019

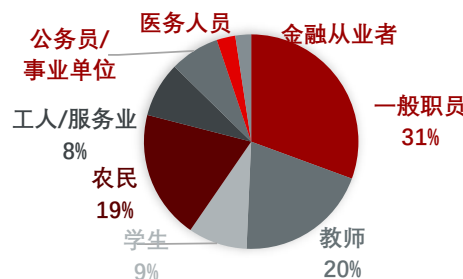
医药电商消费者性别分布，2019



医药电商消费者年龄分布，2019



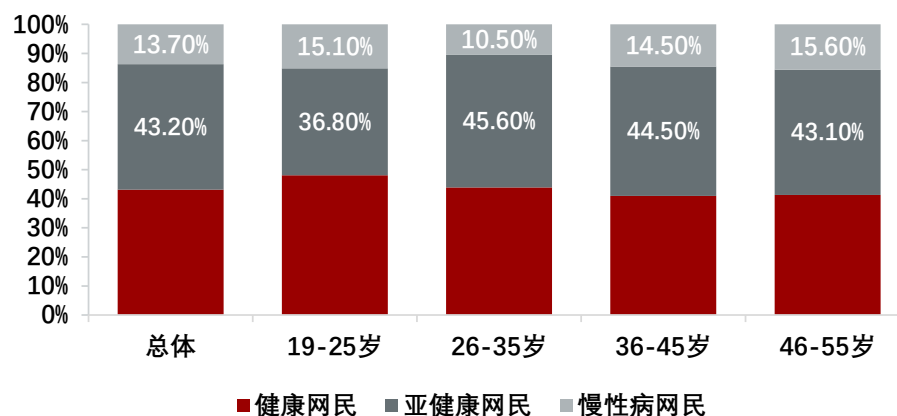
医药电商消费者职业分布，2019



医药电商消费者地区分布，2019



医药电商消费者健康情况，2019



## 头豹洞察

- 性别分布，男性是医药电商消费主力
- 年龄上，26-35岁的青年群体是使用互联网的“主力军”，其次是36-45岁的“75后”（27.3%）和16-24岁（18.9%）
- 职业方面，白领、教师、学生群体占据用户职业分布Top3
- 从地区分布来看，来自广东的用户占比最高，为16.6%。广东、北京、江苏、上海、山东为五个城市医药电商使用率高，位列医药电商用户来源地前五
- 健康状况上，亚健康及慢性病网民占56.9%，具有强劲医药电商消费需求

来源：京东健康，头豹研究院编辑整理

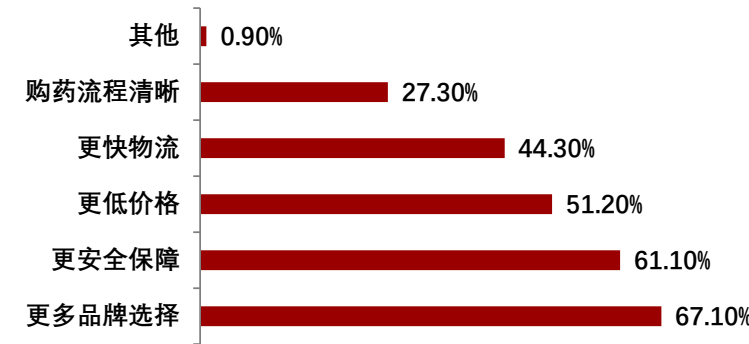
©2021 LeadLeo

# 中国医药新零售行业驱动因素——医药电商消费者画像（2/2）

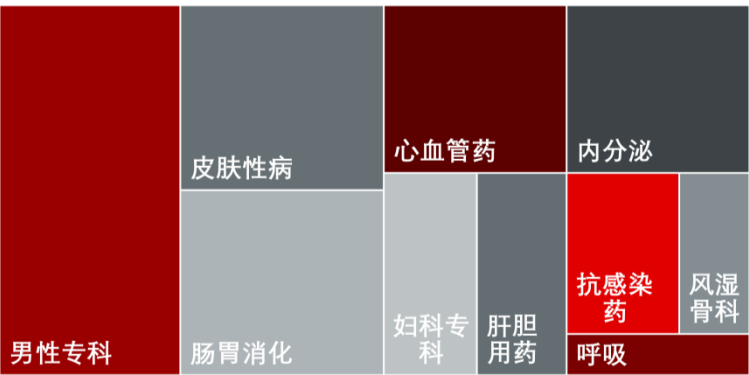
用户健康意识提高，需求升级。处方药如皮肤及性病用药、风湿骨外专科用药、肠胃消化用药、肝胆用药、呼吸用药、妇科专科用药增长迅速；补益、皮肤、维矿物质类非处方药销量占据第一梯队

中国医药电商消费者用药行为，2019

医药电商消费者购药理由，2019

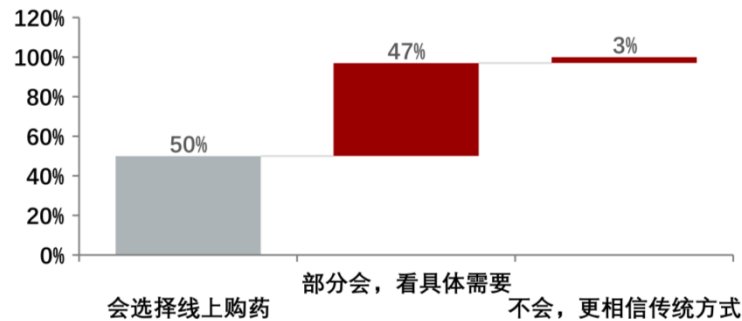


医药电商处方药销售排行，2019

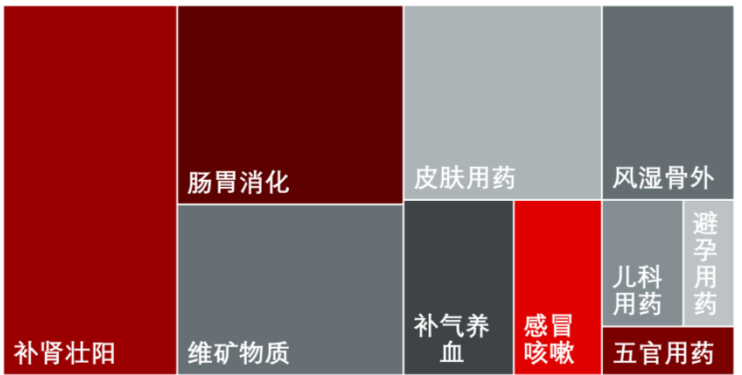


来源：京东健康，头豹研究院编辑整理  
©2021 LeadLeo

医药电商网上购药意愿，2019



医药电商非处方药销售排行，2019



头豹洞察

- 消费者网上药店购药的驱动因素中，“更大品牌选择”（67.10%）最具吸引力，“更安全保障”（61.10%）和“更低价格”（51.20%）也是较多消费者选择的因素
- 97%的人表示会或者部分会从网上购买处方药。处方药类别销量前四大种类分别是男科专科用药、皮肤及性病用药、肠胃消化用药和心血管用药。皮肤及性病用药、风湿骨外专科用药、肠胃消化用药、肝胆用药、呼吸用药、妇科专科用药销量增长迅速
- 非处方药销量前四大种类分别为补肾壮阳、维矿物质、皮肤用药、肠胃消化。补益养生类药品销量都呈现出高增长趋势，说明消费者已逐渐从自我治疗向自我预防、自我保健方向延伸，健康管理意识增强

# 中国医药新零售行业驱动因素——处方外流成长期趋势（1/2）

国家不断出台推动处方外流的政策，随着药品零加成政策的全面实施，院内药房利润逐步降低，处方外流或将在政策的大力推动下成为长期趋势。零售药店将作为承接处方外流的终端之一获巨大的利好

中国医药新零售行业处方外流相关政策，2017-2021

头豹洞察

2017年2月

国家卫计委，国家中医药管理局  
《电子病历应用管理规范（试行）》

政府开始推动医药分开和电子处方外流

2017年5月

国务院  
《深化医疗卫生体制改革2017年重点工作任务》

试行零售药店分类分级管理，鼓励连锁药店发展，探索医疗机构处方信息，医保结信息与药品零售消费信息互联互通、实时共享

2018年4月

国务院  
《关于促进“互联网+医疗健康”发展的意见》

对线上开具的常见病、慢性病处方，经药师审核后，医疗机构、药品经营企业可委托符合条件的第三方机构配送。探索医疗卫生机构处方信息与药品零售消费信息互联互通、实时共享

2018年8月

国务院  
《关于印发深化医药卫生体制改革2018年下半年重点工作任务的通知》

支持零售药店连锁发展，允许门诊患者自主选择在医疗机构或零售药店购药

2020年3月

国家医保局 国家卫健委  
《关于推进新冠肺炎疫情防控期间开展“互联网+”医保服务的指导意见》

互联网医疗机构为参保人提供的常见病、慢性病线上复诊服务，各地可依规纳入医保基金支付范围。互联网医疗机构为参保人在线开具电子处方，线下采取多种方式灵活配药，参保人可享受医保支付待遇

2021年1月

国家医保局  
《零售药店医疗保障定点管理暂行办法》

零售药店正式运营3个月后即可申请定点；定点零售药店可凭定点医疗机构开具的电子外配处方销售药品；定点零售药店可以申请纳入门诊慢特病购药定点机构

- 处方外流是指医院对外开放处方单，从而患者可以凭借处方单在零售药店购买处方药。从发达国家的行业发展趋势来看，“医药分离”是长期发展趋势
- 为推动处方外流，早在2006年卫生部就提出“医院不得以任何方式限制处方外流推进医药分开”，经过多年的发展，处方外流相关政策不断，政策出台主要集中在明确禁止限制处方外流、对零售药店的规范以及鼓励电子处方三大方向推动处方外流

来源：NMPA，头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo



400-072-5588

www.leadleo.com

25

# 中国医药新零售行业驱动因素——处方外流成长期趋势（2/2）

处方外流市场增量巨大，处方流转平台助力处方互联互通，其他利好配套政策紧跟其后，加速推动处方外流，或将成为零售药店未来制胜的关键点

## 处方外流经济驱动因素

外流比例	处方外流预计增加的市场规模（亿元）						
	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
1%	119.5	121.9	124.3	126.8	129.4	131.9	134.6
2%	239.0	243.8	248.7	253.6	258.7	263.9	269.2
3%	358.5	365.7	373.0	380.5	388.1	395.8	403.8
4%	478.0	487.6	497.4	507.3	517.4	527.8	538.4
5%	597.6	609.5	621.7	634.1	646.8	659.7	672.9

- 处方外流进入实质推动期，提供巨大增量市场空间。根据米内网数据，中国2019年公立医院药品市场规模为11,951亿元（+3.6%）
- 预计未来公立医院药品市场以2%的增速增长，给予1%-5%的外流比例，处方外流合计将有望给医药零售市场带来千亿的市场增长空间


来源：NMPA，公司官网，头豹研究院编辑整理  
©2021 LeadLeo

## 处方外流社会驱动因素




- 发挥定点零售药店对医疗保障服务的积极作用。把符合条件的零售药店纳入统筹基金的结算范围；拓宽个人账户使用范围，实行家庭共济；符合条件的“互联网+”医疗服务也可以纳入基本医疗保障范围
- 医保药品“双通道”加速处方外流。“双通道”未来将进一步扩大处方流出量，DTP药房的机会越来越多，加速处方外流


## 处方外流技术驱动因素



**微信智慧医院**  
预约挂号、报告查询、医保支付、远程视频复诊、送药上门等



**益药**  
电子处方、药品配送、药师问诊等



**易复诊第三方处方流转平台**  
处方审核、处方实时查询、网订店取、网订店送、用药指导等

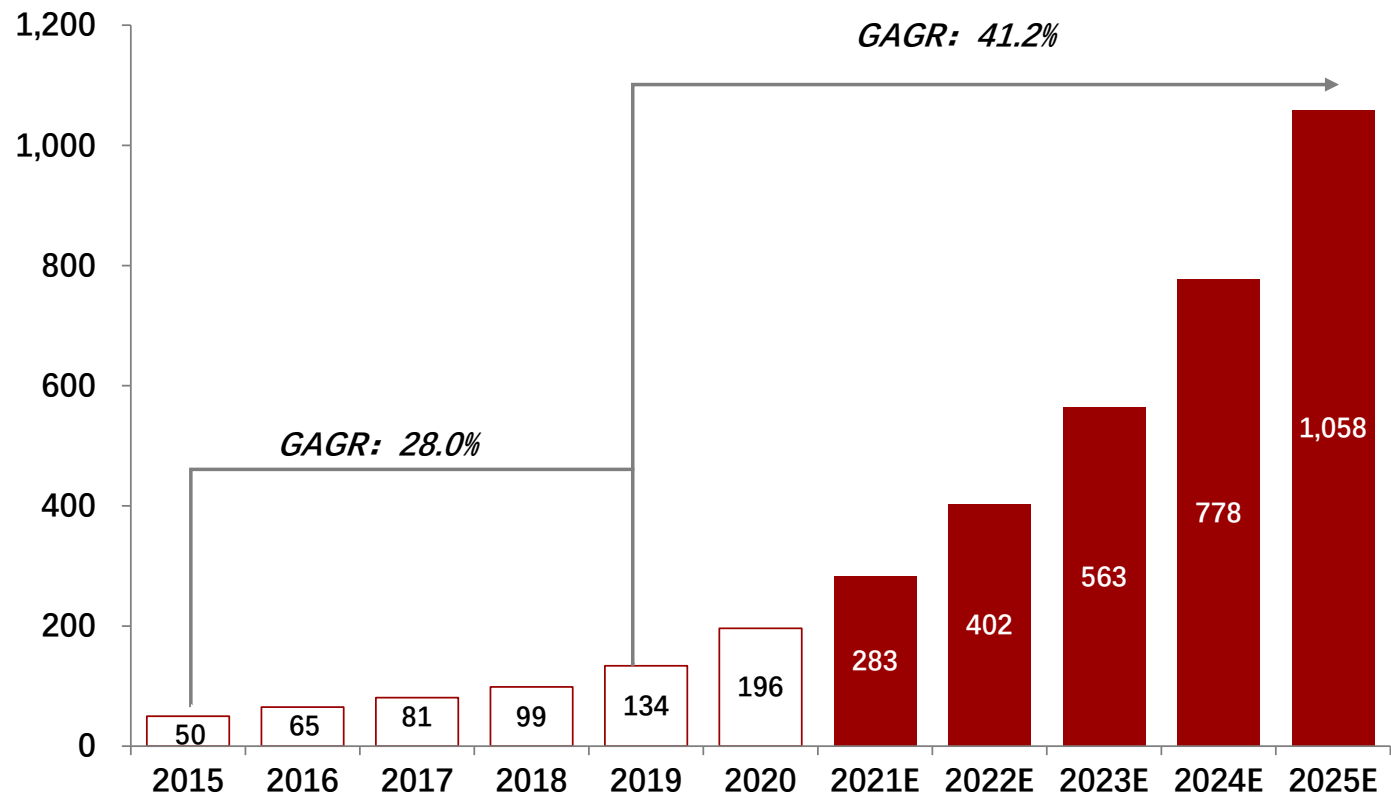
- 处方流转平台助力处方互联互通。目前，未来医院、微信智慧医院、益药、卫宁健康、微医、微问诊、易复诊、山大SmartMH智慧医疗、东华医为智慧门诊等处方流转平台已有多家医疗机构上线，医院开出的电子处方可依托处方流转平台流通至药店，从而打通处方外流渠道

# 中国医药新零售行业驱动因素——互联网在线医疗快速发展

2020年中国互联网医疗市场规模196亿元，预计到2025年将增长到1,058亿元，年复合增长超过40%。疫情刺激在线医疗快速发展，千亿市场规模可期

中国互联网医疗市场规模，2015-2025E

单位：[亿元]



来源：百度招股书，头豹研究院编辑整理  
©2021 LeadLeo

## 头豹洞察

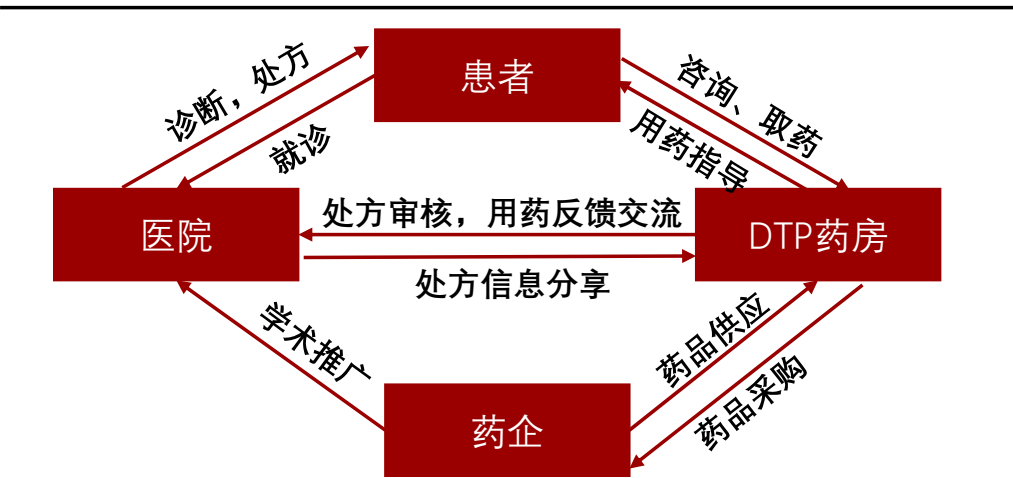
- 互联网医疗，是互联网在医疗行业的新应用，其包括以互联网为载体和技术手段的健康教育、医疗信息查询、电子健康档案、疾病风险评估、在线疾病咨询、电子处方、远程会诊、及远程治疗和康复等多种形式的健康医疗服务
- 新冠肺炎疫情中，在线医疗企业表现突出。一方面广大民众逐渐形成对在线医疗的认识，提高在线医院的认可度，另一方面刺激政策方加快在线医疗领域的建设。2020年中国互联网医疗市场规模196亿元，预计到2025年将增长到1,058亿元，年复合增长超过40%
- 共建合营模式实现各参与方的效率最大化，未来或将成为主流。运营方式来看，互联网医疗模式分为自建自营模式和共建合营模式。自建自营模式是指医疗机构或者区域卫健委托医疗IT公司建设软件平台并提供系统运维服务，自身来负责平台的业务开展。共建合营模式则是第三方机构与医疗机构或区域卫健委共同建设和运营互联网医院或区域医疗互联网平台



# 中国医药新零售行业驱动因素——DTP药房建设不断推进

DTP药房是一种专业化的药品销售模式，可承接处方外流，具有专业化、体量大等优势。目前DTP药房建设不断推进，经营品种逐年增加，为公司带来收入增长

DTP药店运行模式



- ❑ **DTP（Direct to Patient）**，指药品生产企业绕开商业代理、政府药品招标采购环节，将产品直接授权给药店作为代理，患者到医院获得处方后可以从药店直接购买药品，并获得用药指导与服务的模式
- ❑ **区别于以出售OTC药品为主的传统零售药店**，DTP药房主要销售高毛利专业药物、新特药、自费药等，并配备执业药师提供专业指导意见及服务，是零售药店的进阶模式。DTP药房串联起药品供给端（制药企业），处方端（医院）以及需求端（患者），并结合药品配送物流职能，成为药品流通过程中的最核心角色

各大药店积极布局DTP药房建设，2017-2020

四大药店	2017	2018	2019	2020
益丰药房	-	20+家DTP药房 200+个品种 80+供应商	30+家DTP药房 250+个品种 100+供应商	40+家DTP药房 400+个品种 100+供应商
老百姓	36家DTP药房 150个品种	80家DTP药房 343个品种	125家DTP药房 487个品种	143家DTP药房 635个品种
大参林	-	30+家DTP药店	56家DTP药店	89家DTP药店
国药一致	24家DTP药房	29家DTP药房	27个DTP品种	100+家DTP药房

- ❑ **DTP专业药房建设不断推进**。为抓住处方外流的市场机会，各大零售药店企业积极布局开设DTP专业药房。至2020年底，益丰拥有40多家DTP药房，大参林89家，老百姓143家，国药一致超过100家
- ❑ **DTP药房持续引进经营品种**。各大药店企业在抓紧筹建DTP药房的同时，不断引进DTP经营品种。2018-2020年，益丰药房DTP经营品种从近200个增长至近400个，老百姓DTP经营品种从343个增长至635个，扩充速度快
- ❑ **DTP药房经营品种以抗肿瘤、丙肝、自身免疫系统疾病方面的新特药为主**，强调通过专业化服务产生与患者的长期合作粘性，是处方药的重要流向

来源：公司官网，头豹研究院编辑整理  
©2021 LeadLeo



# 05

## 中国医药新零售行业企业推荐与投资风险

---

- 京东健康
- 华润三九
- 益丰大药房



# 中国医药新零售行业企业推荐——京东健康[06618.HK] (1/2)

京东健康公司是中国最大的在线医疗健康平台，也是中国最大的在线零售药店。全国设有11个药品仓库，其渠道网络覆盖全国超过200个城市，销售规模扩张迅速

## 京东健康股份有限公司

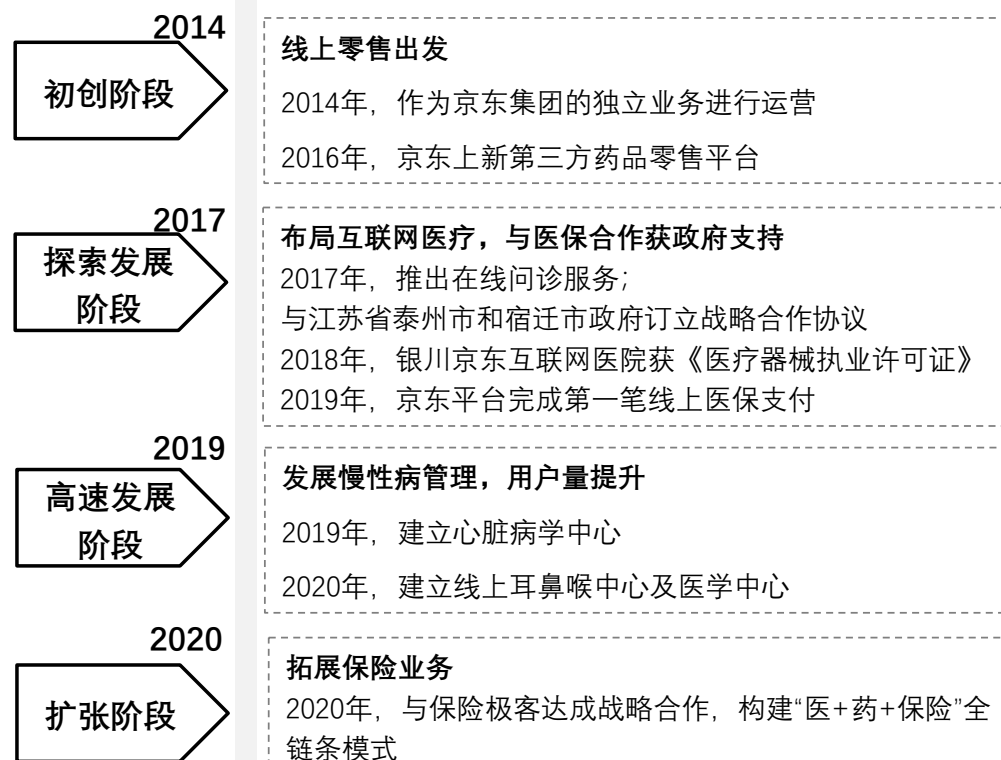
### 企业介绍

- 企业名称： 京东健康
- 成立时间： 2019年
- 总部地址： 北京市
- 对应行业： 在线医疗健康平台



- 京东健康（06618.HK）是中国在线医疗健康平台，医疗产业链数字化改造的领跑者。主要业务有零售药房和在线医疗健康服务，并通过自营，线上平台和全渠道布局相结合的运营模式，建立完整全面的“互联网+医疗”产业生态
- 京东健康的营业收入保持高速增长，2017-2020年收入分别为56亿、82亿、108亿、194亿元，2018年-2020收入同比增长分别为46.4%、31.7%、78.8%。
- 收入的增长得益于收入增长强劲的自营医药零售业务，驱动力来自活跃用户数量增加以及现有用户额外在线购买医药健康产品的渗透率不断提高。同时公司利润2017-2020年不断增长，2017-2020调整后盈利分别为2.09亿、2.48亿、3.44亿、7.49亿元

### 企业发展里程碑事件



来源：京东健康官网，头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo

# 中国医药新零售行业企业推荐——京东健康[06618.HK] (2/2)

京东健康公司凭借海量的用户流量入口、供应链优势与先进的互联网技术，通过打通线下医院和在线医疗健康平台，迅速积累用户群体，为公司医药互联网综合体系的发展奠定基础

## 京东健康股份有限公司

### 业务范围



### 零售药房：自营、平台、全渠道布局

**自营业务：**京东大药房

**平台业务：**引入连锁店和独立药房及医药产品厂商

**全渠道布局(O2O)：**当日达、次日达、30分钟、7\*24快速送达服务覆盖全国200+城市



### 在线医疗健康服务：互联网医院+消费医疗

**互联网医院服务：**含在线问诊和处方续签、慢性病管理和家庭医生服务，由公司自有和外部医疗团队提供

**消费医疗健康服务：**包括体检、医学美容、口腔齿科、疫苗预约和基因测试，预约服务

来源：京东健康官网，头豹研究院编辑整理

### 投资亮点

#### 1 政策催化 业内领先

政策引导行业正向发展，三医联动局面逐渐形成。

中国人口趋于老龄化，市场环境和政策导向表明互联网医疗行业仍处于政策红利期阶段并有望持续。在与阿里健康、平安好医生的三分天下竞争格局中，京东健康于2019年在行业内首先达到盈利，凭借京东集团对自营平台垂直导流的能力，在同行业中优势明显

#### 2 处方外流 市场增量

网售处方药逐渐放宽，零售药房业务是京东健康的收入的主要来源。行业规模方面，处方外流和医药分离趋势将为院外在线医药零售带来新的增量规模。2019年院外流通比例为32%，外流规模达5,200亿元。公司优势方面，京东健康能够协同京东集团丰富的电商运营经验，通过行业领先的供应链流转效率和服务能力，有望享受增量市场，继续扩大市场份额

#### 3 在线医疗 慢病管理

在线问诊行业渗透率仅6%，未来提升空间广阔。

慢性疾病对处方药具有稳定持续的用药需求，患者需要与医生建立长期关系，利用“互联网+慢病”结合可有效分担门诊压力，优化服务流程。公司有望以慢病管理为抓手，打通慢病患者的全周期产品和服务供应，在增加医疗服务收入的同时，反哺医药电商业务

# 中国医药新零售行业企业推荐——华润三九[000999]（1/2）

华润三九公司是大型国有控股医药上市公司，主要从事医药产品的研发、生产、销售及相关健康服务。现已成为 OTC 产品领域中的明星企业，其品牌在消费者群体具备较高辨识度

## 华润三九医药股份有限公司

### 企业介绍

- ☐ 企业名称： 华润三九
- ☐ 成立时间： 1985年
- ☐ 总部地址： 深圳市
- ☐ 对应行业： 医药产品的研发生产销售及相关健康服务



- ☐ 华润三九医药股份有限公司（简称“华润三九”）是大型国有控股医药上市公司，主要从事医药产品的研发、生产、销售及相关健康服务。资产规模、营业收入及品牌价值，居国内医药上市公司前列
- ☐ 华润三九主营核心业务定位于CHC健康消费品和RX处方药领域。CHC健康消费品业务覆盖了感冒、皮肤、胃肠、止咳、骨科、儿科等近 10 个品类，其核心产品在感冒、胃肠、皮肤、儿科、维矿、止咳和骨科用药占据了较高的市场份额；RX处方药业务则聚焦消化、骨科、心脑血管重症、肿瘤核心领域，位居国内市场前列

### 企业发展里程碑事件

- 1985 筹建前身深圳南方制药厂
- 1989 深圳南方制药厂收入突破亿元大关
- 2000 在深交所上市
- 2008 正式进入华润集团
- 2010 正式更名为“华润三九医药股份有限公司”
- 2014 启动“大健康与新品类”项目
- 2015 中国OTC生产企业综合统计排名榜首
- 2016 与赛诺菲签署战略合作协议
- 2017 收购山东圣海股权，助力大健康业务
- 2018 与平安好医生达成战略合作
- 2019 与Nature's Care签署战略合作协议

- ☐ 品牌认知度高的OTC产品明星企业。公司主要从事医药产品的研发、生产、销售及相关健康服务。凭借对消费者购药需求的深入研究，经由电视、互联网等多渠道媒介与目标消费者进行沟通宣传，并通过遍布全国的经销商与零售药店网络进行销售，并推出以“999”为主打的多个专业品牌。已成为OTC产品领域中的明星企业，在消费者群体具备较高辨识度

来源：华润三九官网，头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo



# 中国医药新零售行业企业推荐——华润三九[000999] (2/2)

华润三九主营核心业务定位于CHC健康消费品和RX处方药领域，产品覆盖领域广，尤其在感冒、胃肠、皮肤三大领域收到广泛认可。新零售时代品牌消费崛起，公司各产品市占率有望进一步提升

## 产品介绍

“999”系列OTC辨识度高，市占率有望进一步提升

01

**感冒用药**  
感冒灵产品持续发力  
市场抢占能力强



02

**胃肠消化用药**  
胃肠消化道用药前景广阔  
公司份额提升



03

**皮肤用药**  
OTC 是皮肤用药的主战场  
999 品牌知名度高



04

**止咳化痰药**  
市场以中成药为主  
具备良好成长性



## 投资亮点

1

**明星OTC 产品自带流量，品牌价值具备稀缺性。**自成立以来，成功将“999”打造为全国性OTC品牌，尤其在感冒、胃肠、皮肤三大领域，其中“999感冒灵”、“999 皮炎平”、“三九胃泰”、“999 小儿感冒”、“气滞胃痛颗粒”、“天和骨通贴膏”等产品在相关品类领域处于市场领先地位，品牌价值得到全国性市场认可。“999”系列品牌价值在新零售时代下具备稀缺性

2

**布局大健康  
深耕自我诊疗**

华润三九致力于在自我诊疗领域精耕细作。已覆盖全国超过40万家零售药店；处方药领域也已实现全国数千家医院、上万家基层医疗机构的覆盖。同时通过加强与阿里健康、平安好医生、京东健康等大型互联网+医疗健康公司的业务合作，探索构建“互联网+医+药”的线上化产业链模式，贴近C端，积极拓展线上新入口，更好地服务消费者

## 发展战略

产品边界再延伸，拥抱大健康领域蓝海市场

01

**建立自我诊疗事业群**

成立自我诊疗事业群，主要瞄准消费升级和处方外流市场，通过优化核心资源并实现业务聚焦

02

**聚焦专业品种精准用药人群**

深耕儿科、心脑血管和骨科等慢病和专病市场，全面布局多元化产品线

03

**打造大健康品牌组合**

收购山东圣海，进军大健康市场；与澳洲 Nature's Care Pro 合作，开发中国市场



来源：华润三九官网，头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo



头豹  
LeadLeo

400-072-5588

www.leadleo.com

33

# 中国医药新零售行业企业推荐——益丰药房[603939] (1/2)

益丰大药房公司是全国大型药品零售连锁企业，自中国沪市主板上市5年来，持续保持30%左右的较快增速，以超强的运营能力和盈利能力成为主板上市公司中的佼佼者

## 益丰大药房连锁股份有限公司

### 企业介绍

- 企业名称：益丰大药房
- 成立时间：2001年
- 总部地址：常德市
- 对应行业：医药研发服务能力与技术平台



### 连锁布局

6000+家  
连锁药店

20000+名  
员工

19年  
药品零售

20万人次  
每天服务



- 益丰大药房连锁股份有限公司（简称“益丰大药房”）是中国沪市主板上市连锁药房，全国大型药品零售连锁企业，主要从事药品、保健品、保健食品、医疗器械、个人护理用品以及与健康相关联的日用便利品等的连锁零售业务，子公司益丰医药作为公司内部集中采购平台，兼顾少量对外药品批发业务
- 公司在湖南、湖北、上海、江苏、江西、浙江、广东、河北、北京等九省市拥有连锁药店6,300多家，员工29,000余人，1,000家精品供应商，5,000多万会员。公司获得 2015-2017 年度中国药品零售企业竞争力排行榜运营力冠军、2017-2018年度中国药品零售企业竞争力排行榜盈利力冠军、2019-2020 年度中国药品零售企业竞争力排行榜成长力冠军

来源：益丰大药房官网，头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo

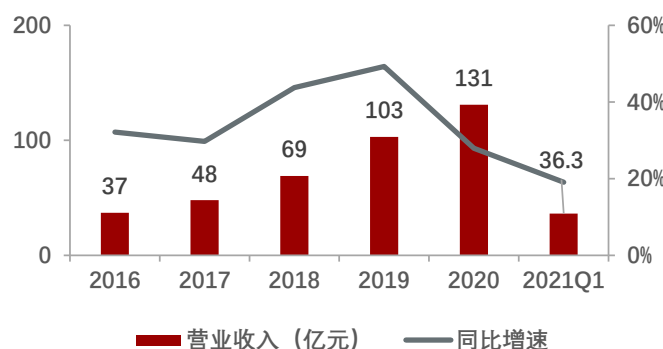


头豹  
LeadLeo

400-072-5588

### 益丰大药房营收情况，2016-2021Q1

单位：[亿元]



#### 业绩稳步增长

- 2020 年公司实现营收 131.45 亿元，同比增长 27.91%。公司业绩在 2019 年实现飞跃，公司作为后起之秀已经逐步赶上其他三大药房
- 2021Q1 公司实现营收 36.30 亿元，同比增长 19.09%


www.leadleo.com



# 中国医药新零售行业企业推荐——益丰药房[603939]（2/2）

益丰大药房聚焦中南华东6省、兼顾广度与深度向全国稳健扩张；深耕精细化管理、维持运营效率领先；顺应行业趋势，积极布局处方外流和互联网增量业务

## 益丰大药房连锁股份有限公司

经营优势	投资亮点
<div> 门店规模</div> <div>截至2021Q1公司直营门店5586家，其中医保资质门店4681家 特慢病统筹医保定点651家</div>	<div><div>1</div><div>稳健扩张</div></div> <div>聚焦六省、全面布局中南、华东及华北 公司通过“自建+并购+加盟”的方式快速扩张，截至2021年Q1公司拥有门店总数6,279家、覆盖9省，聚焦中南及华东地区，在湖南、湖北、江苏、上海、江西和河北6省形成稳固优势，华北地区业务步入正轨</div>
<div> 慢病管理</div> <div><div>慢病管理专店426家</div><div>公司累计会员人数达4,251万</div><div>启动腾讯及支付宝医保电子支付凭证合作，推广触达逾900万会员</div></div>	<div><div>2</div><div>管理精细</div></div> <div>精细化管理能力领先，运营效率位居前列 公司在毛利率、人均创收、管理费用等指标均处于行业前列。公司为精细化标准运营管理打造六大核心运营系统，涵盖新店拓展、门店营运、信息管理、顾客满意、绩效考核等，从而助公司实现跨省经营和快速高效复制，成为行业内少有的主要省子公司均实现盈利的公司</div>
<div> 在线医疗</div> <div><div>海南益丰互联网医院有限公司</div><div>海南益丰远程医疗中心有限公司</div></div>	<div><div>3</div><div>处方外流</div></div> <div>承接处方外流 公司通过慢病管理（特慢病统筹医保定点651家+慢病管理专店426家+会员人数达4,251万）+集采品种引入(中标品种约200)+DTP药房（40+家，经营医保品种80个，处方外流品种400个，与100+供应商建立DTP/DTC战略合作）三管齐下承接处方外流红利</div>
<div> 供应体系</div> <div>湖南、湖北、江苏、上海、江西、广东、河北七大现代化物流中心</div>	<div><div>4</div><div>电商驱动</div></div> <div>构建线上医药一体化健康管理平台 公司O2O业务发展多年，并于2020年设立海南益丰互联网医院有限公司向前端医疗环节延伸，为用户提供互联网诊疗、处方流转平台、家庭私人医生等全方位健康管理服务，有助于提升药店专业服务能力、长期利好线下客流和客单价增长</div>

来源：益丰大药房官网，头豹研究院编辑整理  
©2021 LeadLeo

# 中国医药新零售行业投资风险

中国医药新零售行业包括处方外流不达预期风险、外延并购不确定性风险及互联网发展不达预期风险，其中处方外流不达预期风险和外延并购不确定性风险对行业影响较大

## 中国医药新零售行业投资风险

- ❑ **处方外流不达预期风险较大：**由于处方外流需要医院的配合、处方外流平台的配套以及国家医保局对医保账户的统筹管理，目前虽已有部分地区持续推进处方外流，但实际推进进度或低于预期，因此导致实际处方外流规模低于报告预期

### 处方外流不达预期风险



#### 处方外流不达预期

- 即便处方外流趋势已经显现，但它涉及到医改政策、药品流通模式变革、处方平台承接、医保政策衔接、医疗服务模式改变、患者消费习惯转变等环节，是个极其浩大的系统性工程

### 外延并购不确定性风险



#### 外延并购不确定性

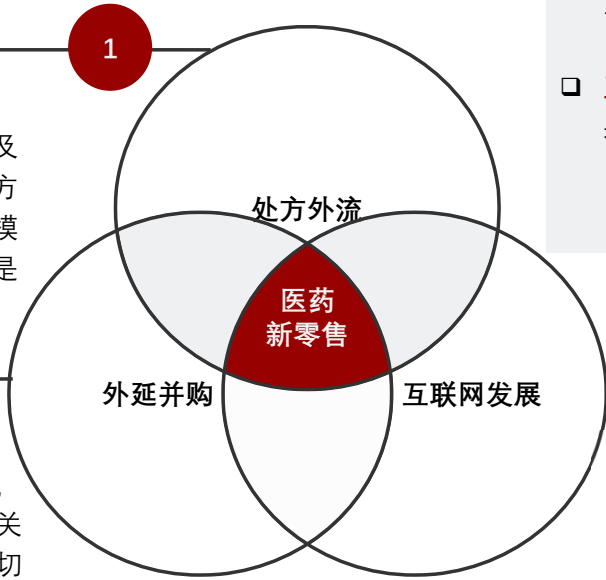
- 2017年各大连锁巨头为了扩张速度，开始“自营+加盟”并重发展。为避免关店，连锁加盟店从管理到运营，迫切需要专业化、规范化、标准化发展

- ❑ **外延并购不确定性风险较大：**药店的扩张进程中，并购是主要渠道，若资金不及预期，或并购后整合不及预期，将对公司扩张有不利影响
- ❑ **互联网发展不达预期风险：**互联网医疗较大受政策影响，如果政策推进速度不达预期，会影响线上发展速度

### 互联网发展不达预期风险

#### 互联网发展不达预期

- 网上药店发展中存在的主要问题有：医药企业对网上药店的评价不一；药品销售限制政策制约网上药店的发展；消费者个体特征、购药习惯等制约网上药店的发展等



# 方法论

- ◆ 头豹研究院布局中国市场，深入研究10大行业，54个垂直行业的市场变化，已经积累了近50万行业研究样本，完成近10,000多个独立的研究咨询项目。
- ◆ 研究院依托中国活跃的经济环境，从医药新零售、医药电商、处方外流等领域着手，研究内容覆盖整个行业的发展周期，伴随着行业中企业的创立，发展，扩张，到企业走向上市及上市后的成熟期，研究院的各行业研究员探索和评估行业中多变的产业模式，企业的商业模式和运营模式，以专业的视野解读行业的沿革。
- ◆ 研究院融合传统与新型的研究方法，采用自主研发的算法，结合行业交叉的大数据，以多元化的调研方法，挖掘定量数据背后的逻辑，分析定性内容背后的观点，客观和真实地阐述行业的现状，前瞻性地预测行业未来的发展趋势，在研究院的每一份研究报告中，完整地呈现行业的过去，现在和未来。
- ◆ 研究院密切关注行业发展最新动向，报告内容及数据会随着行业发展、技术革新、竞争格局变化、政策法规颁布、市场调研深入，保持不断更新与优化。
- ◆ 研究院秉承匠心研究，砥砺前行的宗旨，从战略的角度分析行业，从执行的层面阅读行业，为每一个行业的报告阅读者提供值得品鉴的研究报告。

# 法律声明

- ◆ 本报告著作权归头豹所有，未经书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复刻、发表或引用。若征得头豹同意进行引用、刊发的，需在允许的范围内使用，并注明出处为“头豹研究院”，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节或修改。
- ◆ 本报告分析师具有专业研究能力，保证报告数据均来自合法合规渠道，观点产出及数据分析基于分析师对行业的客观理解，本报告不受任何第三方授意或影响。
- ◆ 本报告所涉及的观点或信息仅供参考，不构成任何投资建议。本报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发放，概不构成任何广告。在法律许可的情况下，头豹可能会为报告中提及的企业提供或争取提供投融资或咨询等相关服务。本报告所指的公司或投资标的的价值、价格及投资收入可升可跌。
- ◆ 本报告部分信息来源于公开资料，头豹对该等信息的准确性、完整性或可靠性不做任何保证。本文所载的资料、意见及推测仅反映头豹于发布本报告当日的判断，过往报告中的描述不应作为日后的表现依据。在不同时期，头豹可发出与本文所载资料、意见及推测不一致的报告和文章。头豹不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，头豹对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，读者应当自行关注相应的更新或修改。任何机构或个人应对其利用本报告的数据、分析、研究、部分或者全部内容所进行的一切活动负责并承担该等活动所导致的任何损失或伤害。