

中国医药产业互联网白皮书

2020年





产业痛点：目前我国医药产业总体在政策导向下面临**转型压力**，而我国传统医药产业痛点主要集中于**经营模式过于单一**，**线上监管滞后**以及**针对供应链管理的不足**。亟需医药产业互联网**协同创新，优化信息流**。



市场估算：2019年我国医药产业互联网产业整体市场规模达到**1,146亿元**，市场迎来快速发展期。预期未来三年保持**29.2%的年均复合增长率**，在2022年市场规模预期会达到**2,460亿元**。



艾瑞调研：医药产业互联网企业为各类医药企业搭建信息化平台，助力医药企业协同创新，构建新型商业模式。调研企业中，**超六成企业与产业互联网企业展开合作**，仅有16.2%的企业从未与其合作；药企与医药产业互联网企业合作的**主要方向在于对零售商信息的掌握（64.6%）、运输供应链（53.5%）以及销售推广（40.4%）**，目前合作服务主要集中于产业链的中下游。



未来趋势：医药产业互联网企业借助**本身赋能医药全产业链的特点**以及在**AI、大数据**等新兴技术的加持下，未来将在大健康领域与互联网医疗服务、互联网保险服务等一道构建**“医+药+险”的全生态闭环**。

中国医药产业互联网发展概述

1

中国医药产业互联网发展现状

2

中国医药产业互联网典型案例分析

3

中国医药产业互联网发展趋势

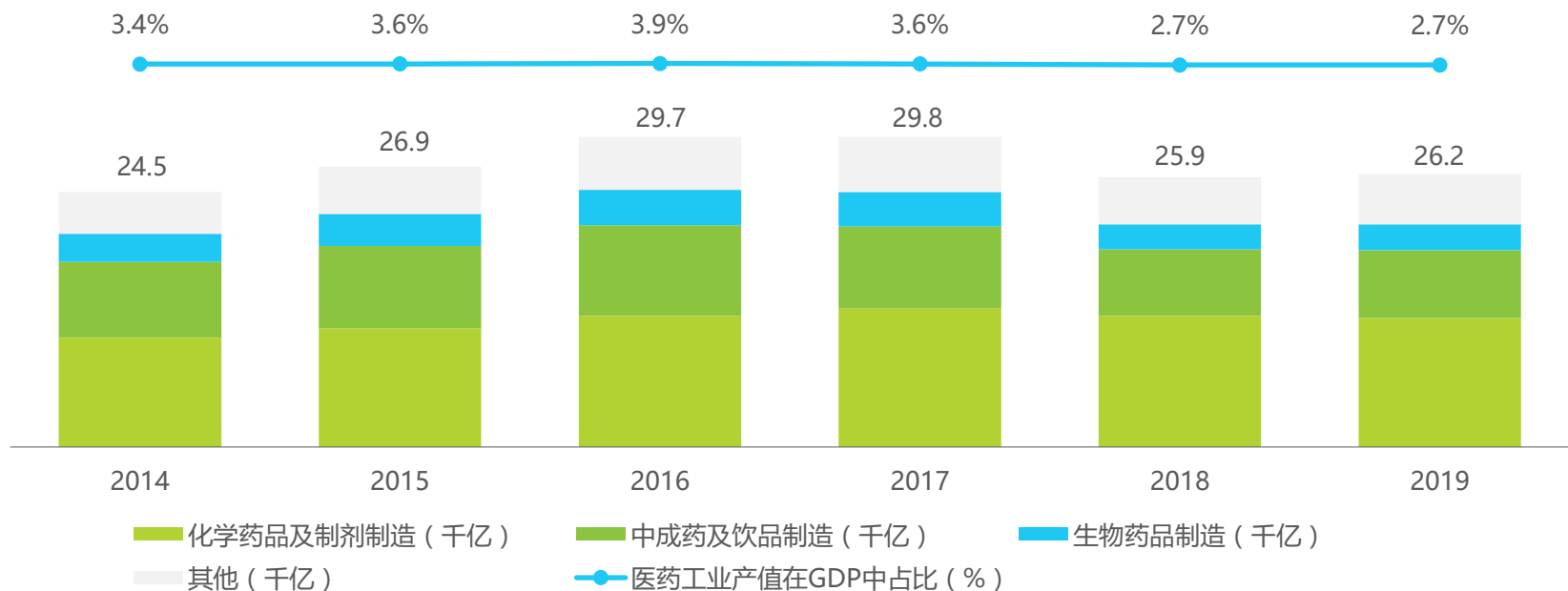
4

中国医药产业概述

2019年中国医药总产值仅占GDP2.7%，总体发展趋于平缓

2000年以来，随着居民生活质量提高以及人口老龄化加剧，中国市场对医药的需求快速增加。根据艾瑞推算，2020年中国医药市场需求将达到2.5万亿元，成为全球最大药物市场之一。2014-2017年间，在我国政策的大力支持下，医药产业得到了快速发展，总产值在GDP的比重不断攀升。自2018年以来，由于政策鼓励竞争、集采降价、合理用药、医保控费，以及与国外的贸易摩擦，医药产业面临转型和产业改革的压力。面对新的环境压力，医药产业发展出现减缓，但同时 also 要求医药产业提高自己的运行质量。艾瑞认为，在移动互联网高速发展的时代，大数据、人工智能、云计算、4G/5G通信技术将化作新动力，进一步推进医药产业的快速转型及升级。

2014-2019年中国医药工业产值及占GDP比重情况



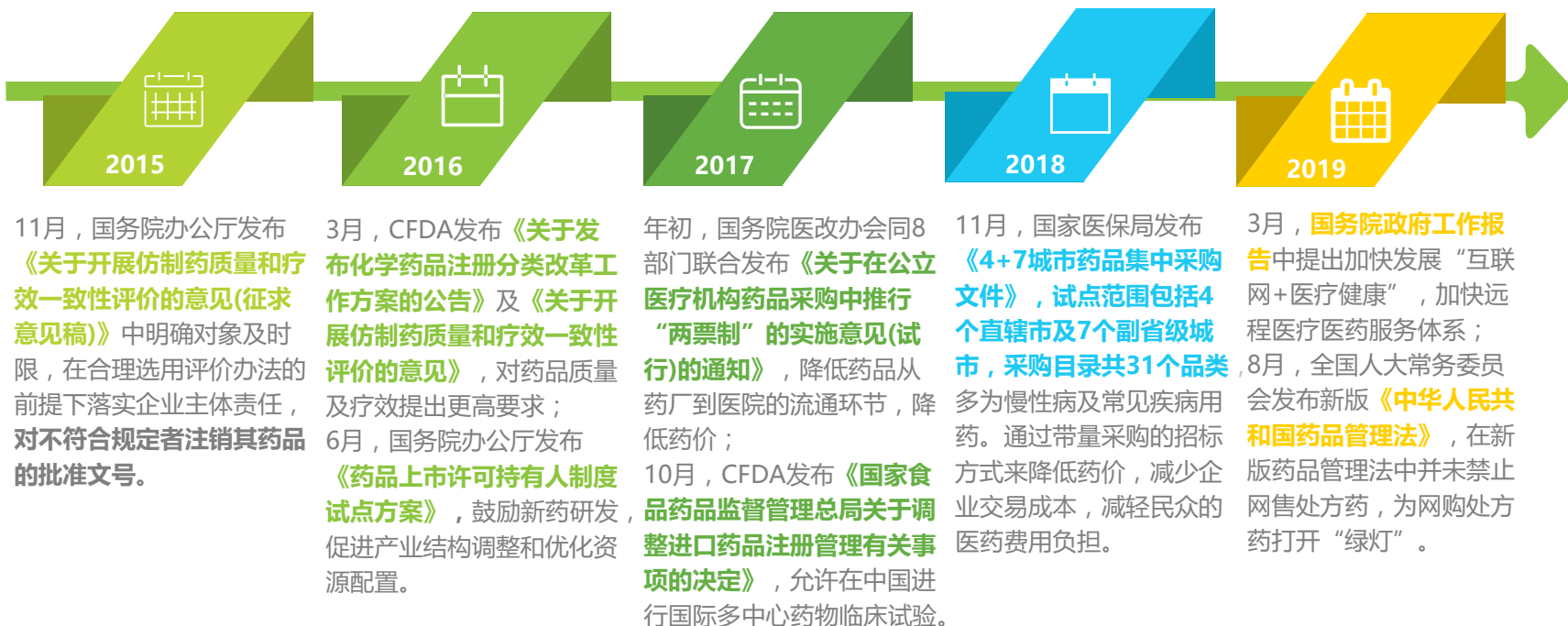
来源：艾瑞咨询研究院根据国家统计局公开资料整理并绘制。

中国医药产业驱动力分析-政策导向

医药产业监管持续发力，主导市场向规范化稳步前进

我国医药行业直至2004年才对药品生产的申请与审批、管理等工作作出明确规定，而直至2010年之前，我国医药发展一直处于初级阶段。2011年，我国修订的《药品生产质量管理规范》首次将欧盟GMP作为基础，WHO2003版GMP作为底线，尽量和世界接轨。至2016年，连续出台的化学药品注册分类改革、仿制药一致性评价、《中医药法》获审议通过、整治药品流通领域违法经营行为等都显示了国家对于医药行业监管整治以及转型的决心。2017及2018年的“两票制”、“4+7带量采购”便是这种规范行业决心的最好体现。2019年以来，适逢国家放开线上处方药政策以及受疫情影响，国家引导医药产业向线上化发展的趋势开始显现。

2015-2019医药领域重要政策一览



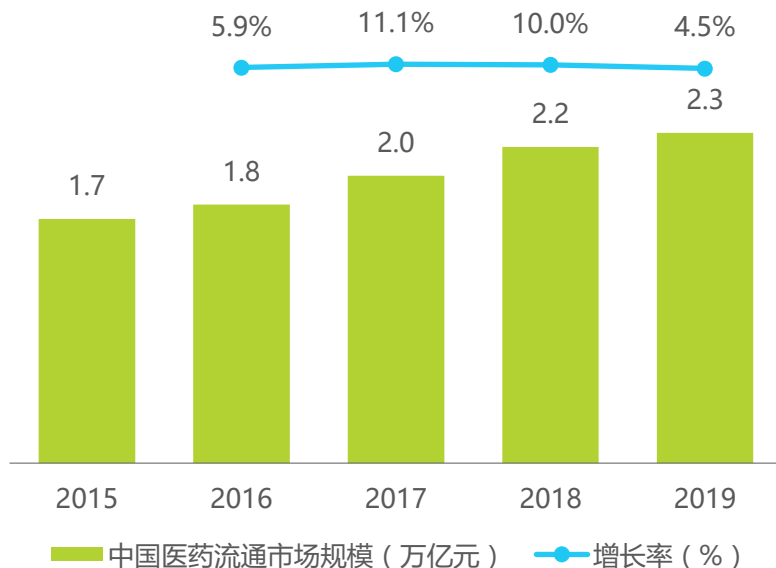
来源：艾瑞咨询研究院根据国务院、CFDA、医保局等公开资料整理及绘制。

中国医药产业驱动力分析-需求分析

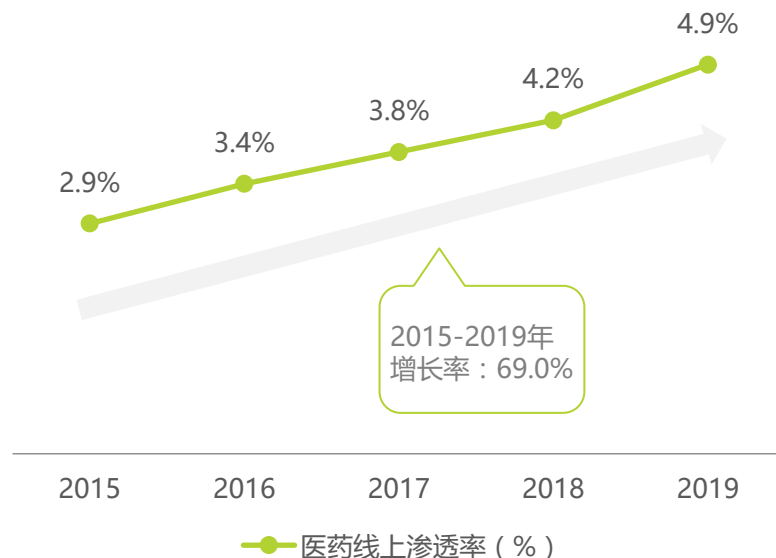
医药流通市场规模不断增长，医药线上化需求不断增强

从2015年至2019年医药流通市场规模提高了35.3%，然而根据艾瑞测算，医药线上化在5年中相比提高了69.0%，医药线上化的需求相比而言增加的更快。原因主要在于：1) 线上渠道可有效补足线下药品缺失，对上游厂商及下游客户可提升信息透明度；2) 可有效提升安全保证，根据艾瑞《2019年中国居民购药调研白皮书》显示，86.6%的用户愿意尝试医药线上平台，其中61.1%的用户认为原因是更具备安全保障；3) 价格优势明显。艾瑞认为，疫情推进了医药进一步线上化的趋势，无论是B端还是C端，未来线上化趋势将更加明显。

2015-2019年中国医药流通市场规模及
医药线上化情况



2015-2019年中国医药线上渗透率



来源：艾瑞咨询研究院根据商务部公开资料及艾瑞统计模型核算及预估。

来源：艾瑞咨询研究院根据商务部公开资料及艾瑞统计模型核算及预估。

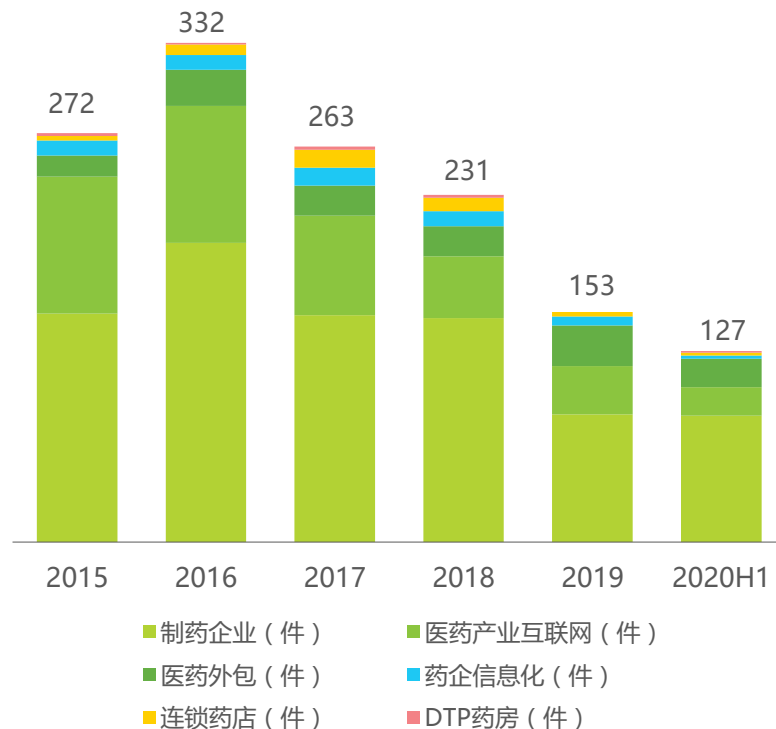
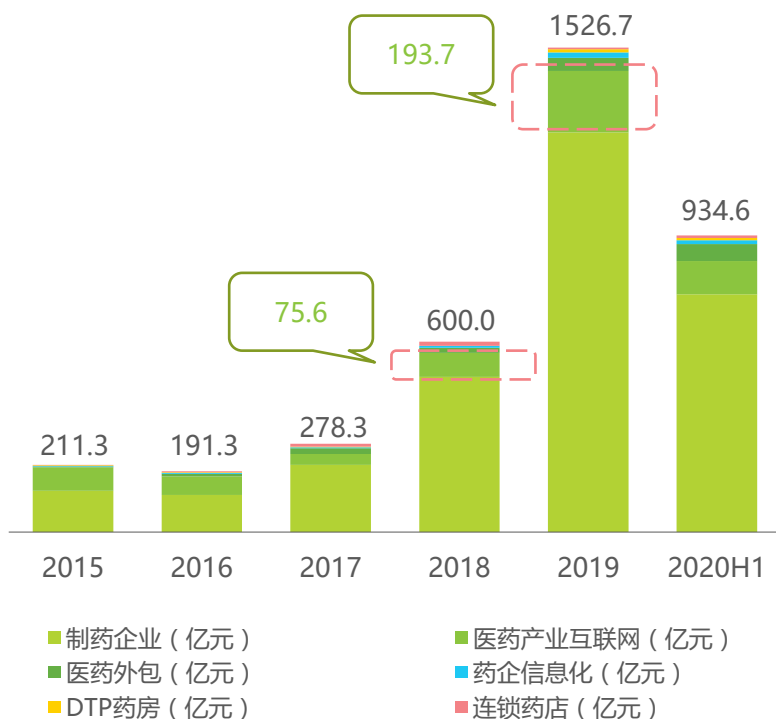
中国医药产业驱动力分析-资本热度

资本持续关注医药产业，笔均融资量不断提高

在医疗大健康领域中，医药产业一直广受资本关注，当国家政策形式逐渐明朗，2018年与2019年投融资金额立即翻了2.5倍，达到了1526.7亿元的高峰，2020年仅H1就已达到934.6亿元。就笔均融资而言，2015年至2019年笔均融资提高了9.2亿，CAGR高达189.1%。艾瑞认为，随着政府政策推动行业大洗牌、带量采购等政策倒逼医药产业改变传统经营模式、医药产业头部创新企业集结，医药产业将进一步精简升级，资本对于医药产业中的优质企业关注度及笔均融资也将进一步提高。

2015-2020H1中国医药产业投融资金额

2015-2020H1中国医药产业投融资事件



来源：艾瑞根据IT桔子数据整理及绘制。

来源：艾瑞根据IT桔子数据整理及绘制。

中国医药产业痛点分析

医药产业面临转型困境，痛点集中于经营、监管及供应链

传统的医药产业认为，对消费者需求的满足依靠的是“药品”这个产品本身，药品从药厂生产完毕后，其价值就已经恒定，下游包括药品分销企业和零售药店在内的流通企业是产品空间的转移者，是药品恒定价值的“分食者”。对药品分销的过度关注则导致了对供应链增值服务开展的忽略。我国传统医药产业痛点主要集中于：1) 经营模式过于单一；2) 线上监管滞后；3) 供应链专项管理的不足。艾瑞认为，市场亟需能够全面协同融合创新，助力整个行业产业链升级并能够符合医药企业高标准的供给平台角色的不断发力。

2020年中国医药产业痛点分析



经营模式单一

偏好传统经营模式

我国大量医药工业企业仍采用**传统“产-供-销”经营模式**，对产业链整体管理缺乏全面清晰的认知

尚未形成聚合效应

在日常经营活动中，大量医药工业企业仍**仅在各自领域内与同类对手竞争，而非通过加强与上游制造商、供应商、下游零售商和医疗卫生机构的合作来获得竞争力**，导致无法形成聚合效应、规模经济，竞争力不强



线上监管滞后

审批门槛较高

医药线上企业申请面临着**专业人才、设备、技术及运营能力等条件的限制**，对于流量不高的小型医药线上企业，其对上游厂商的入驻缺乏吸引力

监管机制滞后

相对于传统药品交易，线上药品交易对信息安全提出了更高要求，**监管者在新的监管机制完善之前，对线上医药采取了相对保守的严格控制策略**



供应链管理不足

医药供应链需求增加

在药企转型的大背景下，**各类企业对供应链管理的需求越来越大**，由于药品供应链的**结构复杂性及流通成本费用**远远高于其他供应链，医药企业对其专业化的需求也在不断增加

医药供应链供应不足

我国目前医药供应链供给端方与各节点企业之间合作**稳定性尚有欠缺**，能够符合医药企业高标准的**供给方仍显不足**

中国医药产业互联网行业定义

互联网赋能医药产业，协同融合创新服务医药产业升级

医药产业互联网行业是以医药企业为中心，依托新一代信息通信网络促进供给侧与需求侧的深度对接，通过资源数字化推动产业链上下游的生产要素互通共享，实现产业互联、平台协同、要素融通，进而面向产业生态链、供应链的各类产业成员，提供医药生产全要素、医药制造全流程、医药企业全生命周期服务的产业协同互联生态网络。医药产业互联网围绕医药产业，驱动全要素、全产业链、全价值链的深度互联，推动生产和服务资源优化配置，促进制造体系和服务体系再造。

2020年中国医药产业互联网行业定义



医药产业互联网

Pharmaceutical
Industrial Internet

”

利用云计算、大数据、人工智能等数字化手段及技术，通过平台协同、要素

”

融通、个性化服务，加速促进医药产业互联。



推动医药产业
资源深度的网
络化和数字化



总分结合推动
差异化医药产
业平台搭建



快速提升医药
产业运营能力
和服务能力



与新技术结合发
展医药产业深度
融合创新应用

中国医药产业链概述

针对传统产业链困境，产业互联网服务商协助优化信息流

传统医药产业的特点包括：1) 技术密集：医药产业一直是多学科技术与应用深度融合的高科技产业集群；2) 资金密集：研发、生产、上市都需要资本的高投入，根据阿斯利康等多家世界知名药企披露，新药上市平均花费15年，耗资8-10亿元；3) 风险聚集但具有高附加值。在政策大力推动下，传统医药产业正面临转型压力，终端销售价格不断降低。为了获取生存空间，降低成本就成为传统医药产业转型的趋势和选择。医药产业互联网企业能够贯通产业链起点至终点各个环节的信息流，帮助药企掌握更多上下游信息，使药企在产品的设计、仓储运输、批发经营、销售及下游医疗服务中的成本及风险控制在合理范围内。

2020年中国医药产业链示意图



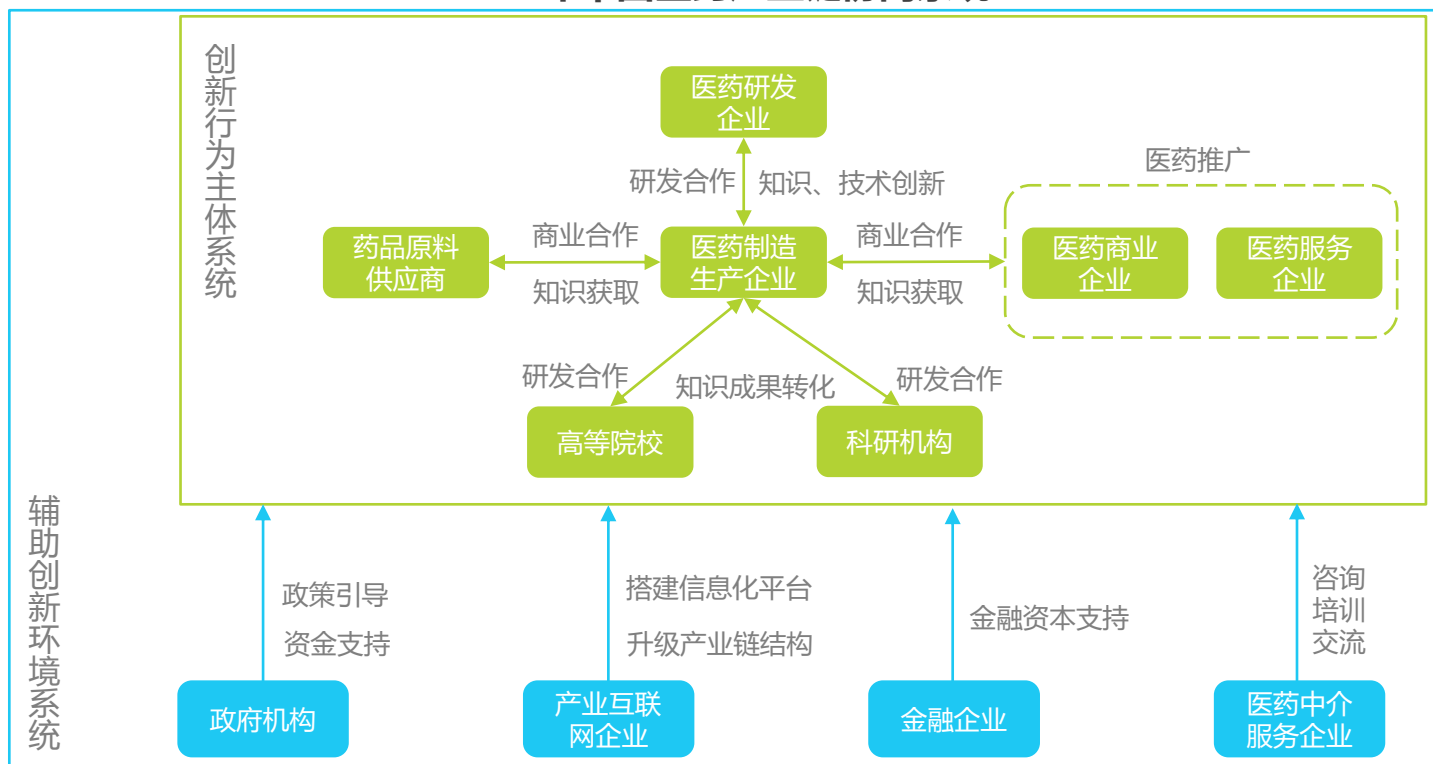
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

中国医药产业链协同创新概述

调动医药产业各要素有机配合，协同创新促进产业链升级

近年来，以知识经济为支撑的现代制药技术得到迅猛发展，并受到政府的高度重视与支持，我国医药制造业也因此取得了较快发展。然而我国制药产业整体发展水平与主要发达国家相比，仍存在科研成果转化率较低、区域资源配置不合理等问题。在制药产业协同创新过程中，各行业协同可实现创新资源的高度共享与知识整合，并能产生单一创新主体无法实现的集群效应，进而完成整个产业的合理布局。如辅助创新环境系统中医药产业互联网企业可通过搭建信息化平台的方式成为制药产业协同创新系统的桥梁和纽带，在专业化服务等方面为其提供保障。

2020年中国医药产业链协同系统



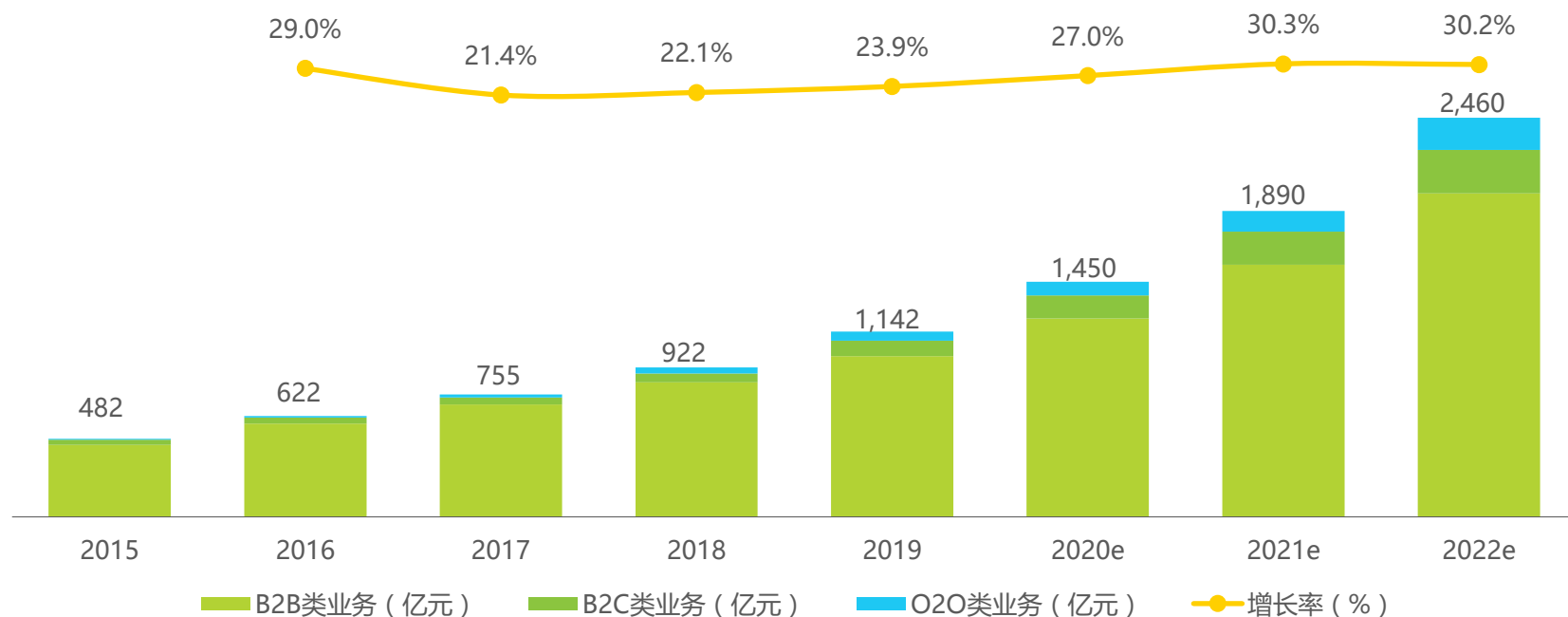
来源：艾瑞咨询研究院根据公开资料及专家访谈整理及绘制。

中国医药产业互联网市场规模

2019年市场规模突破千亿元，市场迎来快速发展期

2020年我国医药产业互联网行业市场规模预期将达到1,450亿元，同比增长27.0%，其中，B2B类业务市场规模占比最大，达到84.3%。B2B类营收主要包括渠道佣金返点收入、营销销售收入以及对上游医药工业企业的推广、投放收入等。由于受国家于2019年末放开对线上处方药售卖的限制的政策影响以及2020年疫情的影响，艾瑞认为医药产业互联网行业市场规模将持续增长，同时市场将迎来快速发展期，预计市场规模增速也将不断增长。

2015-2022年中国医药产业互联网市场规模



注释：1、B2B类业务包括渠道、营销、推广、投放等；B2C类业务包括自营及第三方平台销售等；O2O类业务包括半小时内送药到家等。

2、报告所列规模数据均取整数位，预测数据精确至十位数（已包含四舍五入的情况）。

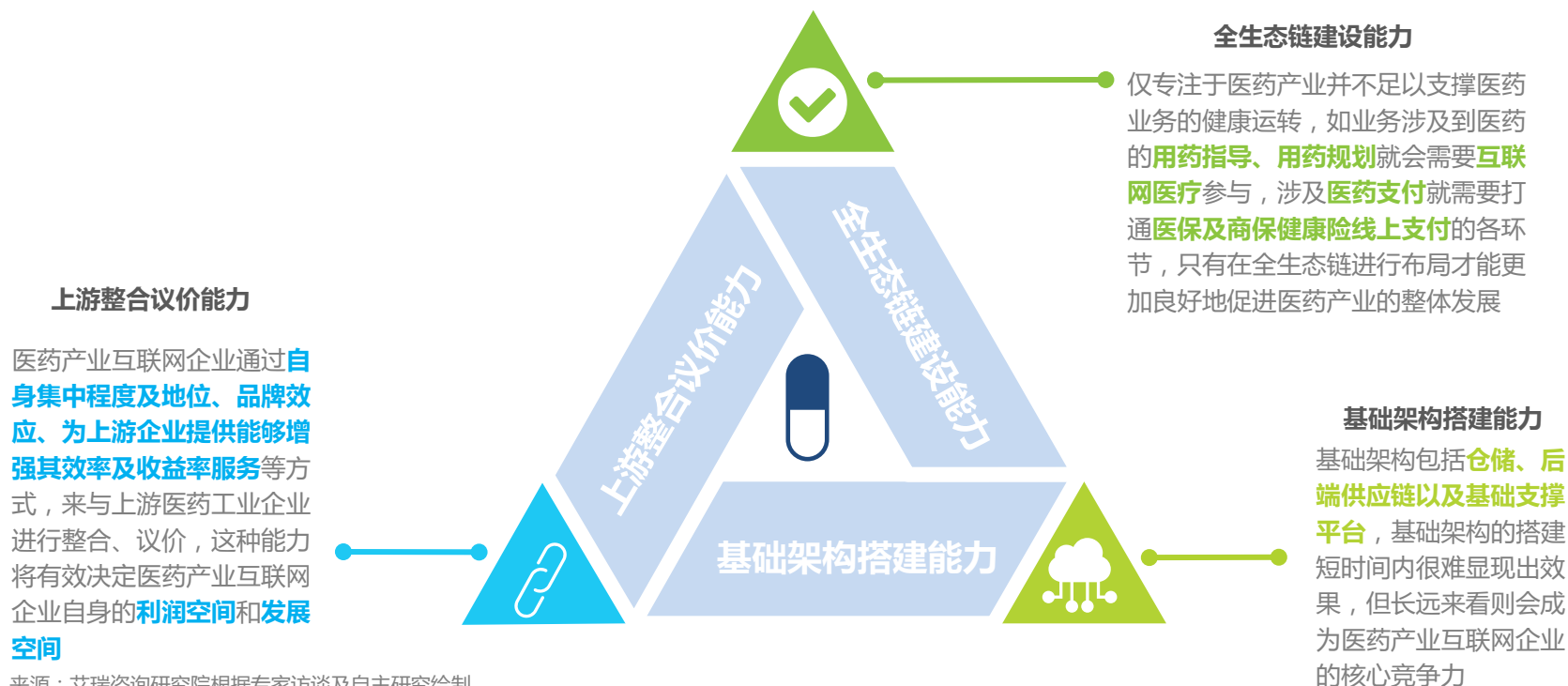
来源：综合公开资料、企业及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算及预估。

中国医药产业互联网竞争力分析

搭建基础架构为核心，倒逼上游整合赢得发展空间

医药工业企业未来将与医药产业互联网企业继续深入合作，而医药产业互联网企业也将在提高医药企业综合创新能力、促进医药资源整合、供应链结构升级和跨界融合等方面发挥更积极的作用。该类企业竞争力包括：1) 能够搭建具有标准化意义的仓储平台、供应链平台以及基础支撑平台，短期来看不会有太明显的效果，但长远来看将成为该类型企业的核心竞争力；2) 通过自身价值为上游提供的能够改善效率及收益率的整合议价能力，这种能力也将有效倒逼上游医药企业进行整合，为自身赢得发展空间；3) 为医药产业提供全套的医疗服务或支付服务以及智慧医疗的全生态链建设的能力。

2020年中国医药产业互联网竞争力分析



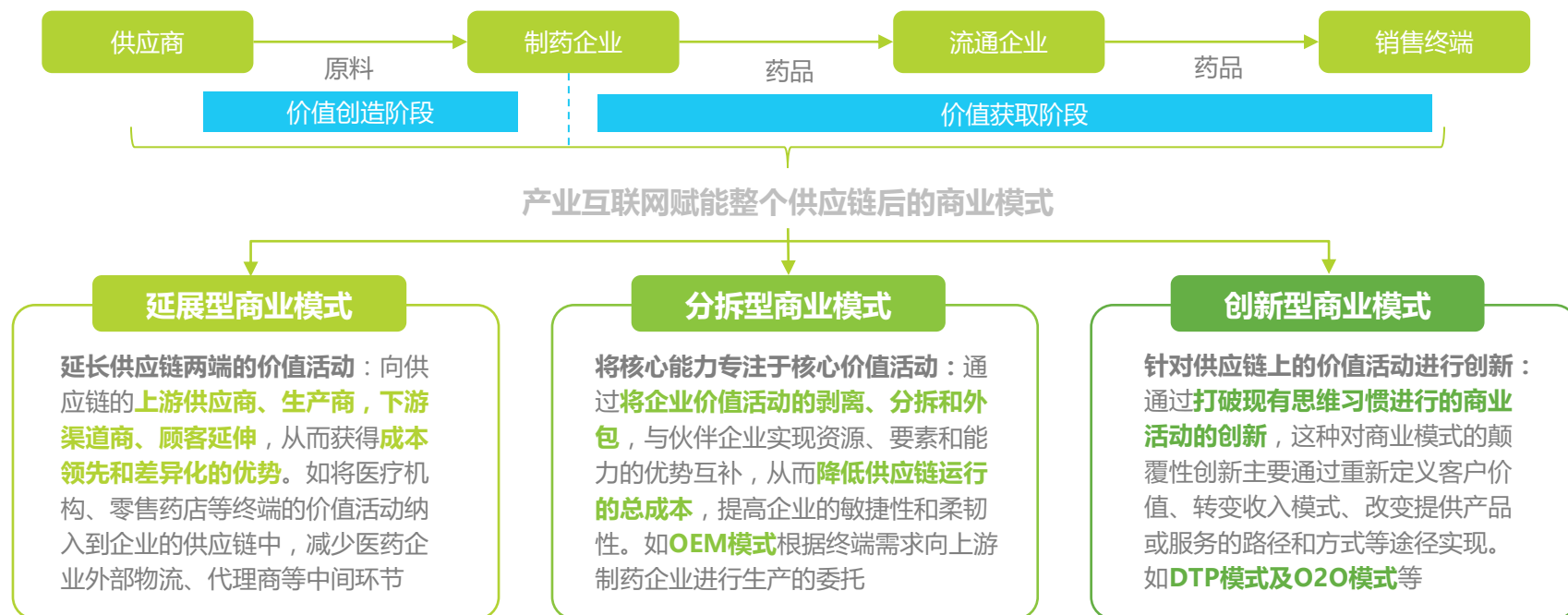
来源：艾瑞咨询研究院根据专家访谈及自主研究绘制。

中国医药产业互联网商业模式

针对产业全供应链管理，三种新型商业模式实现服务盈利

医药产业互联网除主要以赚取药品差价费，厂家促销和返利费及物流配送费等传统商业模式之外，已在不断探索新型商业模式。新兴的商业模式目前主要包括供应链延展型商业模式，供应链分拆型商业模式及供应链创新型商业模式三类，通过对全供应链的管理来实现服务盈利。供应链管理是以市场和客户需求为导向，供应链上各节点企业根据终端客户的需求，本着合作共赢的原则、以增加市场份额、提升客户满意度、增强行业竞争能力为目标，通过与医药供应链中上下游企业的协同合作，为满足终端客户需求而提供增值性的创新服务，并不断地进行最终产品或执行方案的协同创新。

2020年中国医药产业互联网新型商业模式



来源：艾瑞咨询研究院根据专家访谈及自主研究绘制。

中国医药产业互联网发展概述

1

中国医药产业互联网发展现状

2

中国医药产业互联网典型案例分析

3

中国医药产业互联网发展趋势

4

调研说明

01研究目的及内容

本次调研由艾瑞发起，通过向中国医药企业的管理层员工或企业CEO发送在线问卷的形式，了解中国医药企业的发展现状、信息化程度、对医药产业互联网服务的需求等，探索未来医药产业互联网发展方向。

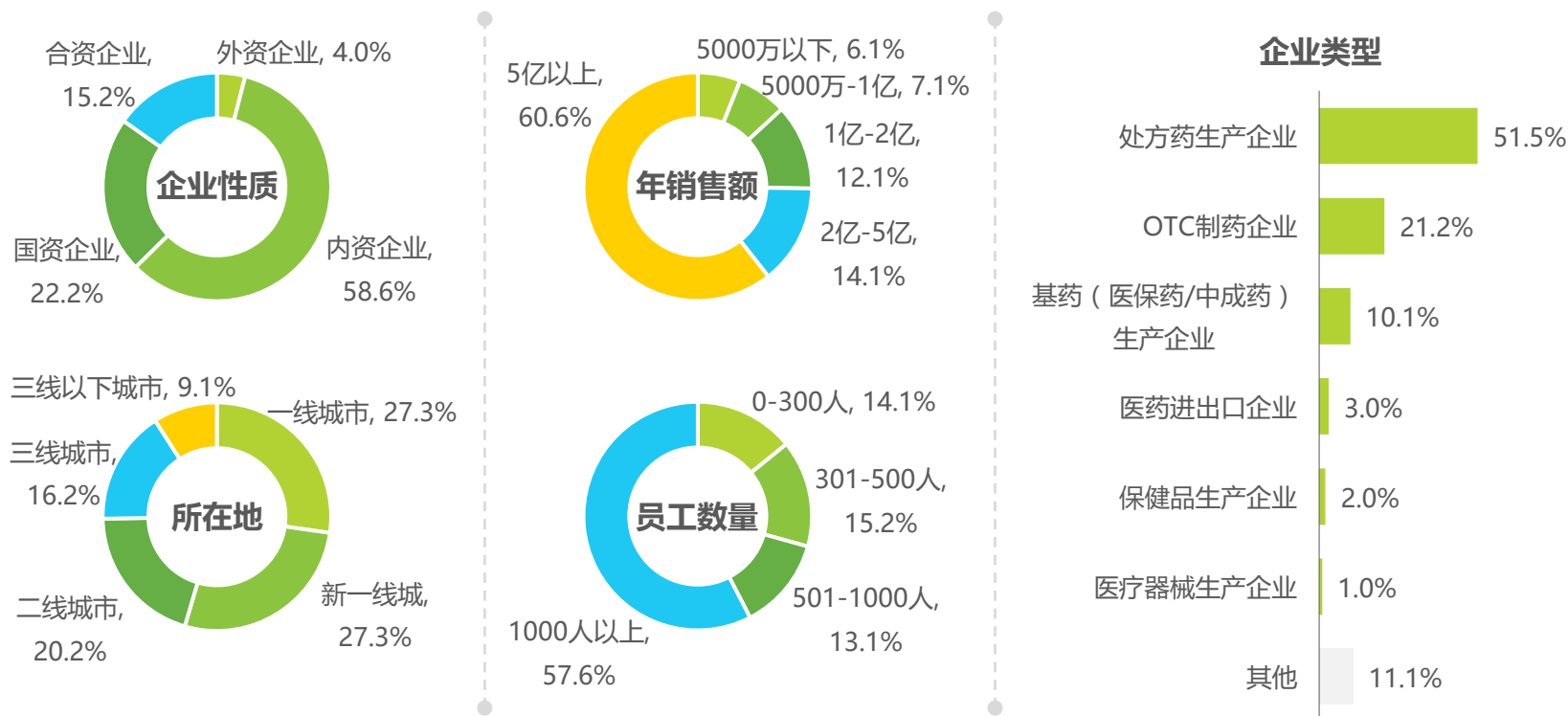
02调研样本说明

调研概况	描述
样本来源	艾瑞在线调研平台
调研时间	2020年10月-11月
调研企业	超过一半调研企业为中国医药企业100强
调研对象	医药企业主管/经理/CEO
样本数量	99样本

调研企业主要为内资企业及处方药生产企业

调研企业以内资（58.6%）及国资（22.2%）企业为主，超七成企业所在地为二线及以上城市。约六成企业年销售额在5亿元以上，员工人数超1000人。本次调研中，51.5%的企业主营业务为处方药生产，占比最高；21.2%的企业主营业务为OCT制药；10.1%的企业主营业务为基药生产。

2020年医药产业信息化调研——企业类型



样本：医药企业主管/经理/CEO，N=99；艾瑞于2020年10-11月通过在线调研获取。

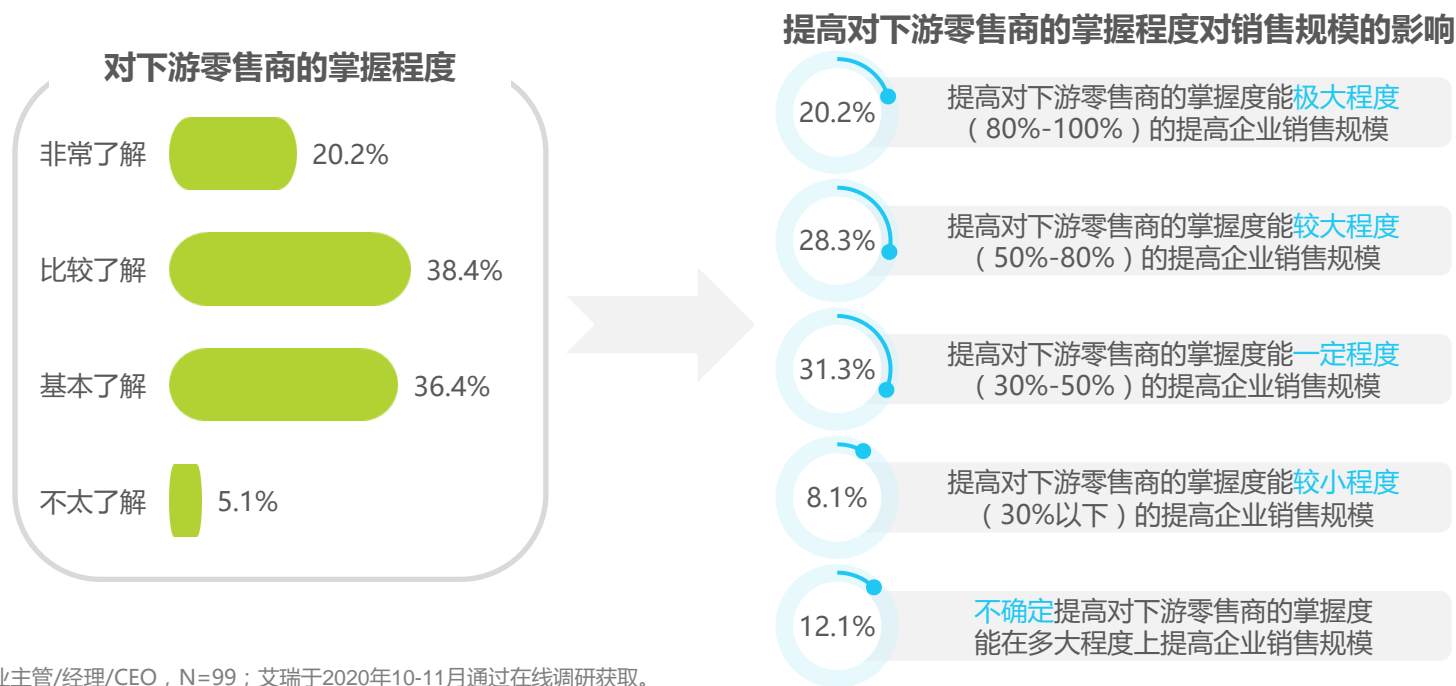
注释：您所在企业的员工数量在什么范围？您所在企业的年销售额在什么范围？您所在企业的性质是？您所在企业属于医药大健康产业中的什么类型？您企业的所在地是？

医药企业提升对零售商掌握度的意义

近半数调研对象认为对提高企业销售规模有积极作用

目前，调研企业基本都能掌握下游零售商的药品销售、需求等情况，仅有5.1%的调研企业缺乏对零售商的把控。但是，企业对零售商的掌握程度有限，58.6%的企业持“非常了解”及“比较了解”态度。对于“提高企业对零售商的掌握程度在多大程度上影响了企业销售规模”这个问题，48.5%的调研对象持乐观态度，认为提高对下游零售商的掌握程度能极大或较大的提升企业销售规模；仅有不到一成的调研对象对此持相对悲观态度，认为提高企业对下游零售商的掌握程度对提高企业销售规模作用不大；另有12.1%的调研对象对此问题持模糊态度。艾瑞认为，药企与产业互联网的合作也将随着对提高下游零售商掌控程度的需求增加而不断增加。

2020年医药企业提高对下游零售商的掌握程度的意义



样本：医药企业主管/经理/CEO，N=99；艾瑞于2020年10-11月通过在线调研获取。

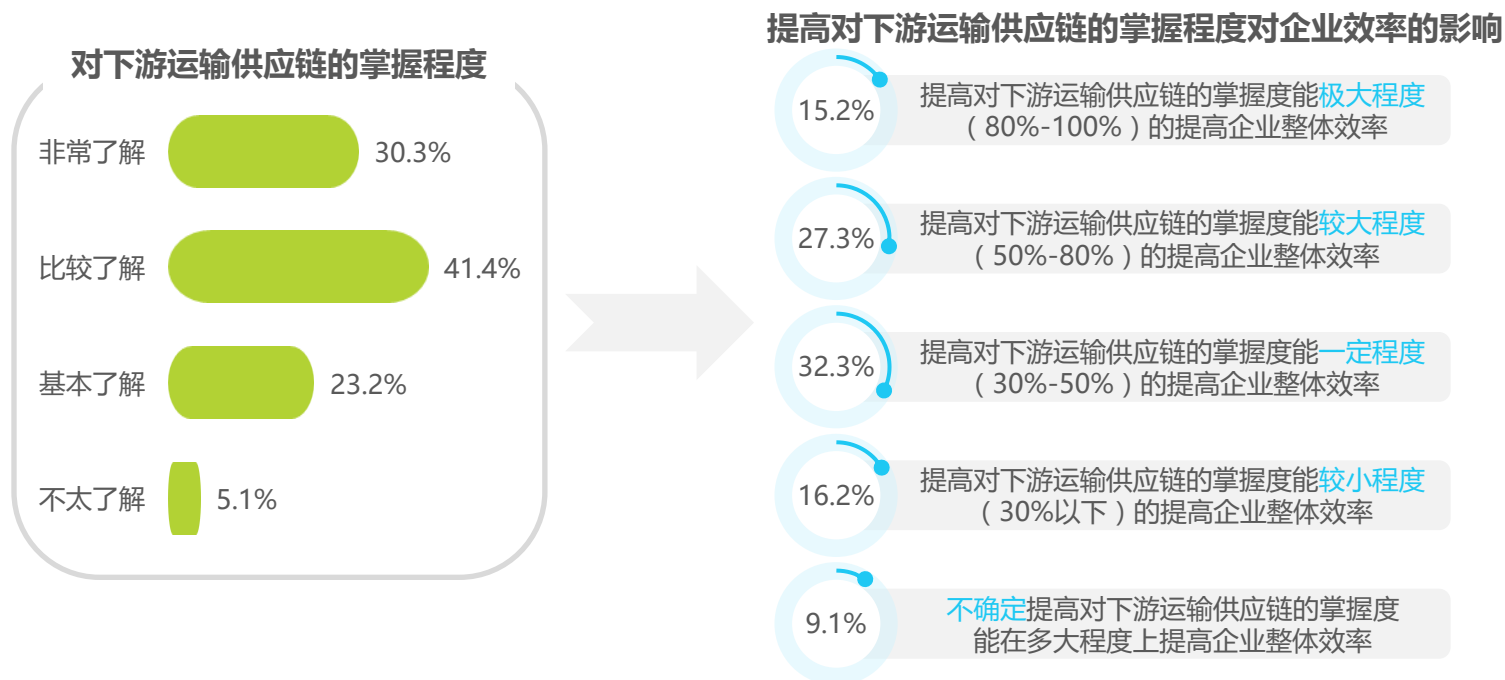
注释：您认为您所在药企对下游零售商的情况掌握程度如何？您认为提高下游零售商的掌握程度能多大程度上提高药企销售规模？

医药企业提升对运输供应链掌握度的意义

超四成调研对象认为对提高企业整体效率有积极作用

与企业对下游零售商的掌握程度相比，企业对下游运输供应链的掌握程度更高，持“非常了解”及“比较了解”态度的企业占71.7%。然而，关于“提高企业对下游供应链的掌握程度对提高企业整体效率的作用”，持乐观态度的调研对象高于持悲观态度的调研对象（42.5%：16.2%），持不确定态度的调研对象占9.1%。艾瑞认为，一方面，医药企业需要对药品的流通标准负责，需要从正规渠道进行药品的销售，因此对药品运输环节的掌握程度较高；另一方面，医药企业已经意识到掌握药品运输供应链对企业自身生产运输流程的优化、整体效率提升方面起到的积极作用。

2020年医药企业提高对下游运输供应链的掌握程度的意义



样本：医药企业主管/经理/CEO，N=99；艾瑞于2020年10-11月通过在线调研获取。

注释：您认为您所在药企对下游运输供应链的情况掌握程度如何？您认为提高下游运输供应链掌握程度能多大程度上提高药企效率？

医药产业发展的关键因素

政策、人才、信息化水平成为影响医药企业发展的关键因素

约八成调研对象认为影响制药企业发展的核心因素是国家政策导向及药企的人才储备，六成调研对象认为信息化水平对医药企业发展至关重要。如医药企业通过信息化、数字化建设来进行产业结构的优化与升级。艾瑞认为，信息化水平增强可以促进医药企业发展标准化，实现企业内部工作流程的优化，减轻部分企业员工的工作量，甚至替代一部分员工的工作，从而提升企业整体的效能。

2020年影响医药企业发展的因素



样本：医药企业主管/经理/CEO，N=99；艾瑞于2020年10-11月通过在线调研获取。

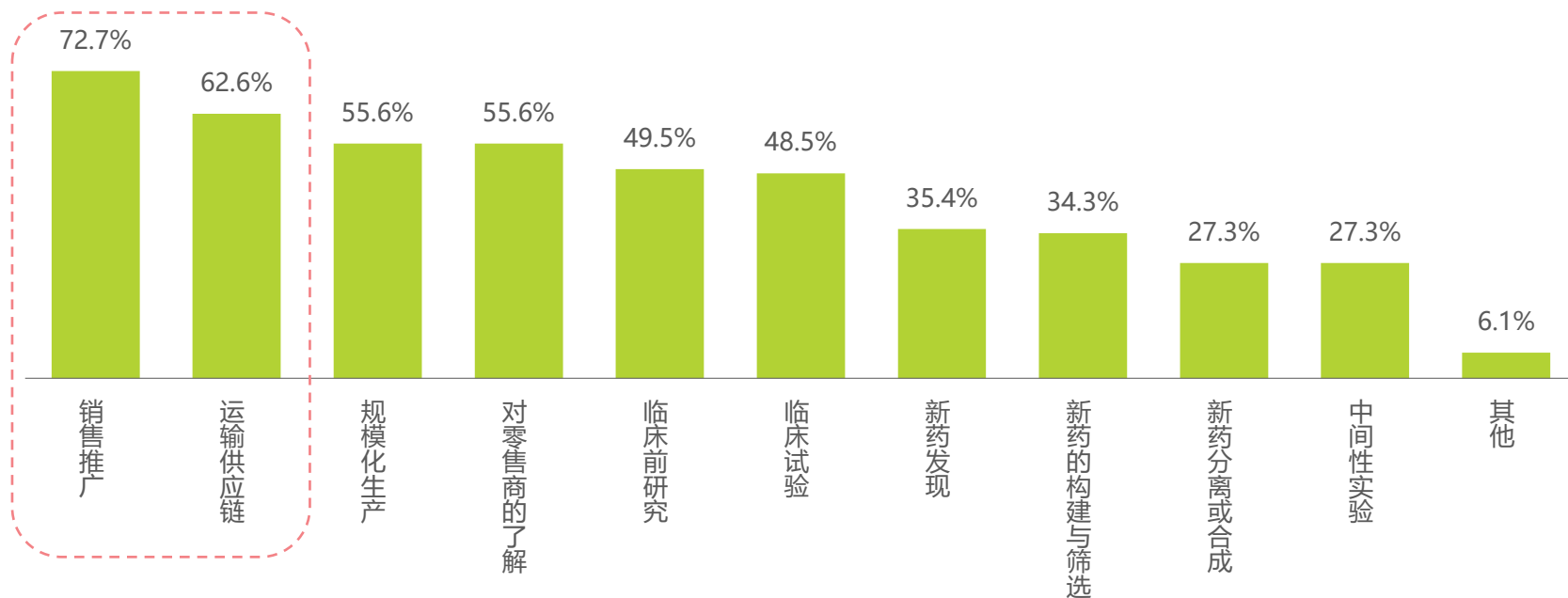
注释：您认为影响医药工业发展的关键因素是什么？

医药企业信息化应用情况

销售、运输供应环节信息化程度最高

整体来看，医药企业大多在销售、运输、生产等环节应用信息化工具，72.7%的医药企业应用信息化手段管控药品销售，62.6%的企业采用供应链信息化系统。而在药品的研发阶段，如新药发现、中间性试验等环节，仅有约三成企业应用了信息化手段。艾瑞认为，主要的原因包括：1）从供给端看，销售、运输管理等信息化系统产品成熟度相对较高，医药企业拥有较大选择余地，可以根据自己的预算及需求选择合适的第三方服务商进行合作；2）从需求端看，由于药品自身研发难度大、周期长，目前大多制药企业仍处于探索如何将信息化手段应用于各药品研发环节的阶段。

2020年医药企业使用信息化的环节



平均在 4.7 个环节使用了信息化手段

样本：医药企业主管/经理/CEO，N=99；艾瑞于2020年10-11月通过在线调研获取。

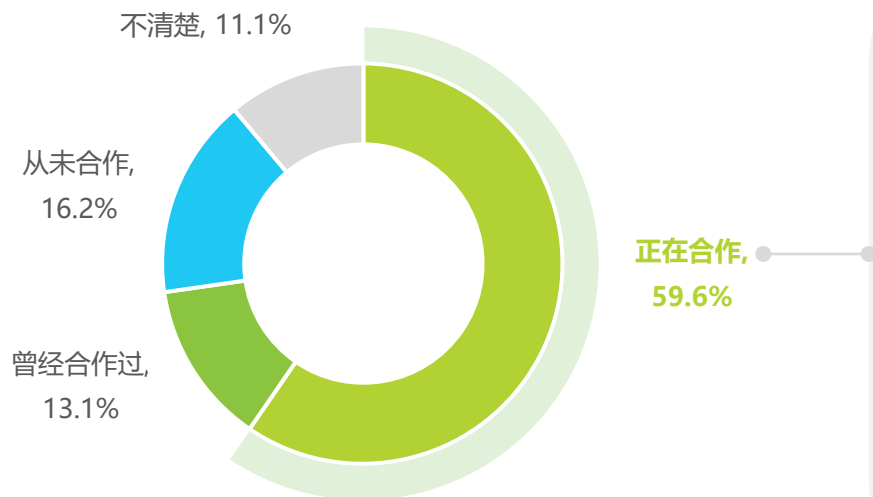
注释：目前，您所在药企哪些环节使用了信息化手段？

医药企业信息化实现方式

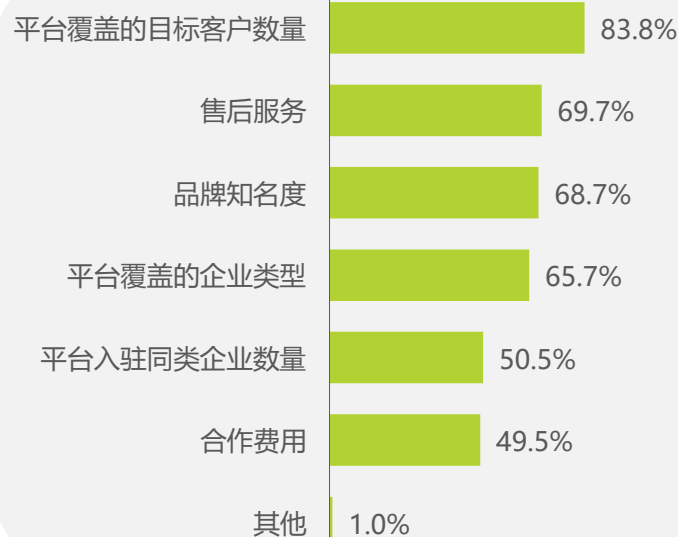
近六成企业正与医药产业互联网企业展开合作

医药产业互联网企业为各类医药企业搭建信息化平台，助力医药企业协同创新，构建新型商业模式。调研企业中，超六成企业与产业互联网企业展开合作，仅有16.2%的企业从未与其合作。在选择合作企业时，八成医药企业看重产业互联网企业是否有自己的客户资源，希望借助第三方平台，与更多目标客户产生交易。其次，医药企业看重的是产业互联网企业的售后服务（69.7%）、品牌知名度（68.7%）以及平台能覆盖的企业类型（65.7%）。

2020年医药企业与产业互联网企业的合作情况



2020年医药企业对产业互联网企业的关注点



样本：医药企业主管/经理/CEO，N=99；艾瑞于2020年10-11月通过在线调研获取。

注释：1、您所在药企与B2B类医药电商公司合作的情况是？

2、“不清楚”在后续统计中视为“从未合作”。

样本：医药企业主管/经理/CEO，N=99；艾瑞于2020年10-11月通过在线调研获取。

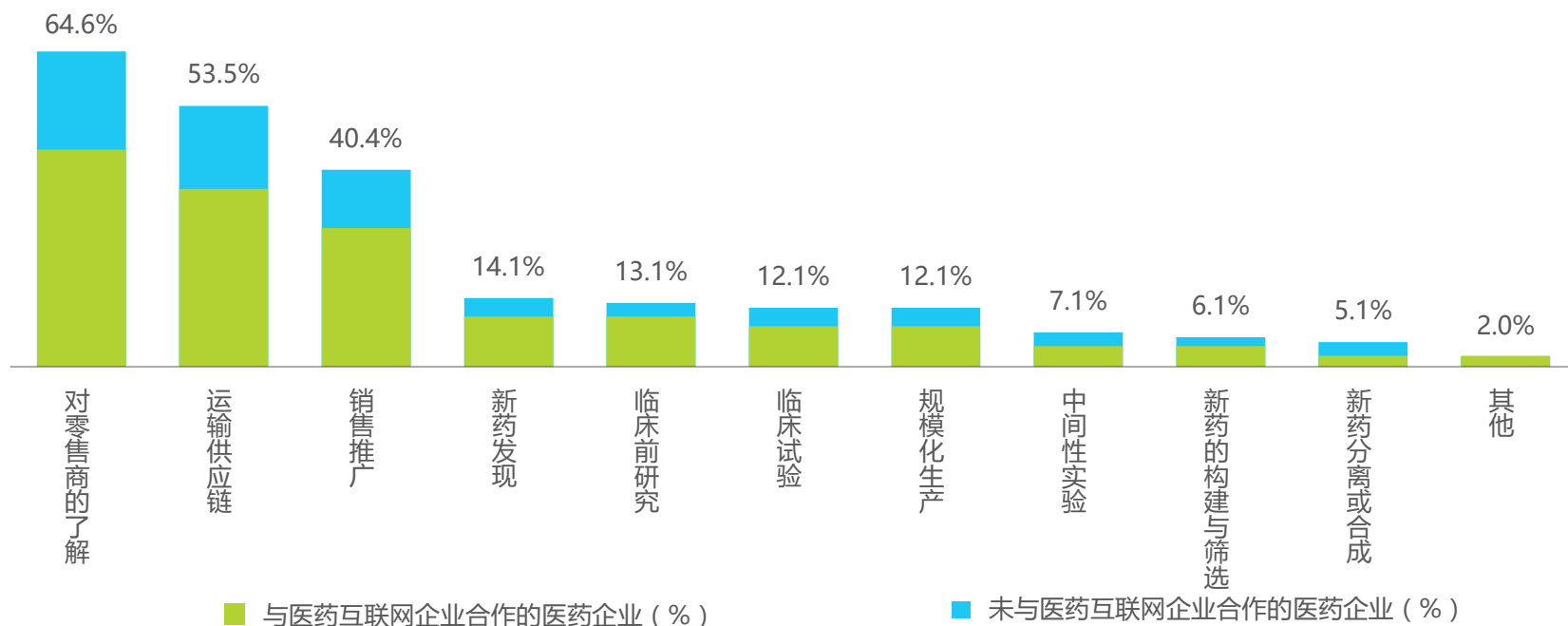
注释：您所在企业与医药电商B2B企业合作时，主要关注合作企业的哪些方面？若您所在企业打算与医药电商B2B企业合作，主要关注合作企业的哪些方面？

与医药产业互联网企业合作方向

药企更倾向于产业链中下游合作，对零售商了解需求超过六成

根据艾瑞调研结果，药企与医药产业互联网企业合作的主要方向在于对零售商信息的掌握（64.6%）、运输供应链（53.5%）以及销售推广（40.4%），目前合作服务主要集中于产业链的中下游，尤其是对零售商了解的需求超过六成，而对于偏上游的新药研发、临床研究、规模化生产等合作意向则比较低。艾瑞认为，原因可能在于目前医药产业互联网对偏上游的信息提供及方案解决能力目前还偏弱，优势服务仍在于供应链管理以及更下游的运营、渠道、销售、推广等领域。

2020年医药企业与医药产业互联网企业的合作方向



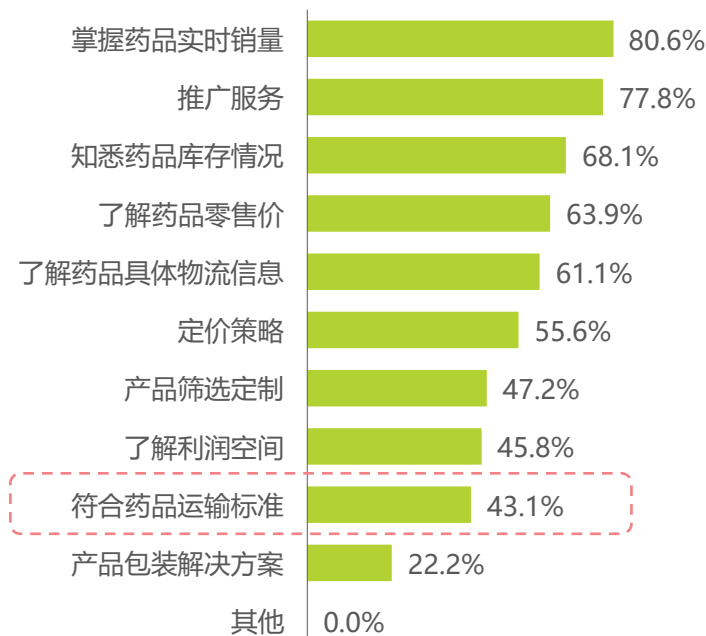
样本：医药企业主管/经理/CEO，N=99；艾瑞于2020年10-11月通过在线调研获取。
注释：您所在药企哪些环节的信息化会外包给B2B类医药电商公司？

与医药产业互联网企业合作内容

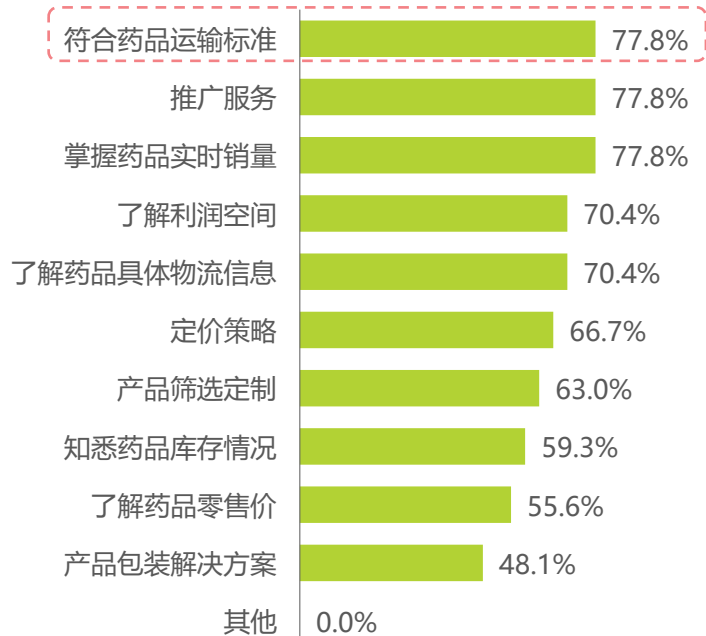
目前合作热点集中于掌握信息，符合运输标准为潜在方向

根据艾瑞调研结果，2020年中国医药企业与产业互联网企业的合作内容主要聚焦于掌握实时销量（80.6%）、推广服务（77.8%）以及掌控药品库存情况（68.1%），现有合作内容中以掌握下游信息以及增强推广宣传力度为主，对于符合药品运输标准的合作仅有43.1%。但是对于未与医药产业互联网企业合作的药企而言，其对符合药品运输标准的需求高达77.8%，位列潜在合作内容的第一位。艾瑞认为，这说明了医药产业互联网企业需要进一步提高自己在运输标准方面的服务能力，以增加其与更多药企合作的机会。

2020年医药企业与产业互联网服务企业的合作内容



2020年医药企业与产业互联网服务企业的潜在合作内容



样本：医药企业主管/经理/CEO，N=72；艾瑞于2020年10-11月通过在线调研获取。
注释：您所在企业与医药电商B2B企业合作时，希望合作企业提供哪些服务？

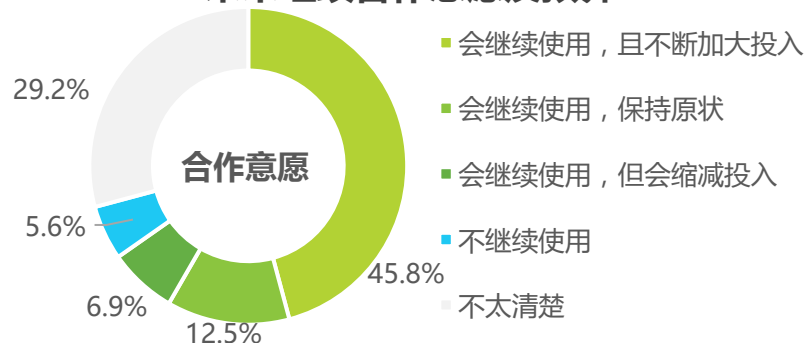
样本：医药企业主管/经理/CEO，N=27；艾瑞于2020年10-11月通过在线调研获取。
注释：若您所在企业打算与医药电商B2B企业合作，对于合作企业的要求有哪些？

未来合作意愿与预算

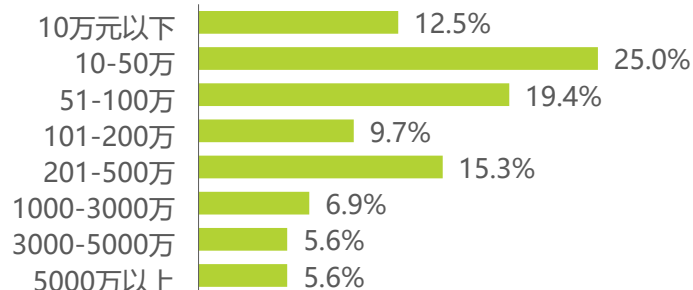
已与产业互联网企业合作的医药企业中，超六成会继续合作

已与医药产业互联网企业合作的医药企业中，近四成企业每年的合作预算为10-100万。45.8%的企业未来会继续与产业互联网企业合作，且不断加大投入。而对于暂未与产业互联网企业合作的医药企业，未来是否会与其合作仍是未知数。艾瑞认为，对于这部分企业来说，如与产业互联网企业合作，合作预算呈两极化。其中，已与医药产业互联网企业合作的药企业务重心在于小规模创新及维护，因而合作预算并不多。但未与医药产业互联网合作的药企将更乐于展开更深层次、预算更多的合作。

2020年已与产业互联网企业合作的医药企业 未来继续合作意愿及预算

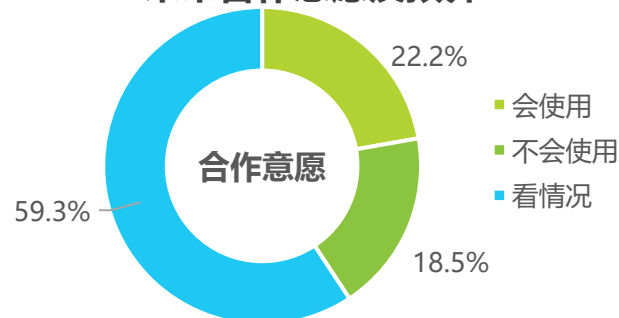


每年合作预算

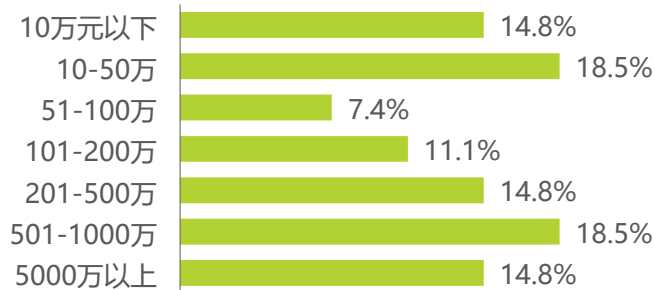


样本：医药企业主管/经理/CEO，N=72；艾瑞于2020年10-11月通过在线调研获取。
注释：请问您所在企业未来一年会继续使用B2B类医药电商外包么？请问您所在企业每年在B2B类医药电商的外包信息化工作上的预算范围是？

2020年未与产业互联网企业合作的医药企业 未来合作意愿及预算



未来合作预算



样本：医药企业主管/经理/CEO，N=27；艾瑞于2020年10-11月通过在线调研获取。
注释：请问您所在企业未来会选择使用B2B类医药电商外包么？如果您所在企业未来使用B2B类医药电商的外包，预算范围是？

中国医药产业互联网发展概述

1

中国医药产业互联网发展现状

2

中国医药产业互联网典型案例分析

3

中国医药产业互联网发展趋势

4

布局医疗大健康，利用智慧医疗赋能全产业链闭环

京东健康于2019年5月正式宣布独立运营，是京东旗下专注于大健康业务的子集团。依托于京东集团的资源优势，京东健康以医药电商、互联网医疗、健康服务和智慧解决方案四个业务板块为基础，逐步实现了对药品全产业链、医疗全流程、健康全场景、用户全生命周期的覆盖，构建了业内完整的“互联网+医疗健康”生态，真正实现了以用户为中心的全面、智慧、便捷的看病购药服务。

“互联网+医疗健康”全产业链布局



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

从S2B向S2B2C延伸，打造全产业链互联网赋能医药平台

北京星汉博纳医药科技有限公司运营于2016年，目前已经形成以药兜网、药兜采、全国分销企业平台、1076全国互联网连锁药房、药兜智慧AI、药兜互联网医院、国内首家跨境药品零售试点资格为主营的全方位医药网络综合服务平台；公司利用供应链优势和对医药工业的深度服务能力，收购及赋能线下药房，从S2B向S2B2C的医药流通模式延伸，助力医药工业直达消费者，构建以“互联网医+药+险”为核心的智慧医疗运营模式，打造全链条闭环业务，将大数据的收集应用到各个链条终端，通过与头部药企合作，将C端真实需求反应至药企端，并建立全方位的健康管理服务。

星汉博纳医药产业互联网平台

S2B2C医药流通模式助力医药工业直达消费者

打造“互联网医+药+险”生态闭环



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

利用互联网技术以及数据赋能，帮助医药产业打造全场景智慧解决方案

星汉博纳健康集团拥有强大的核心技术体系：1) 利用药兜云高效的计算能力和可靠的管控技术优化医药零售和医疗服务，形成医+药+险生态闭环；2) 拥有可靠安全管控技术，能够对交易全程进行监控；3) 拥有高性能的大数据平台，可高效、快速进行电商经营全局大数据分析的统筹规划；4) 可持续核心应用技术帮助行业建立业务标准化的精准营销模式与商品管控模式，促进整个医药产业的健康发展。

星汉博纳基础技术架构

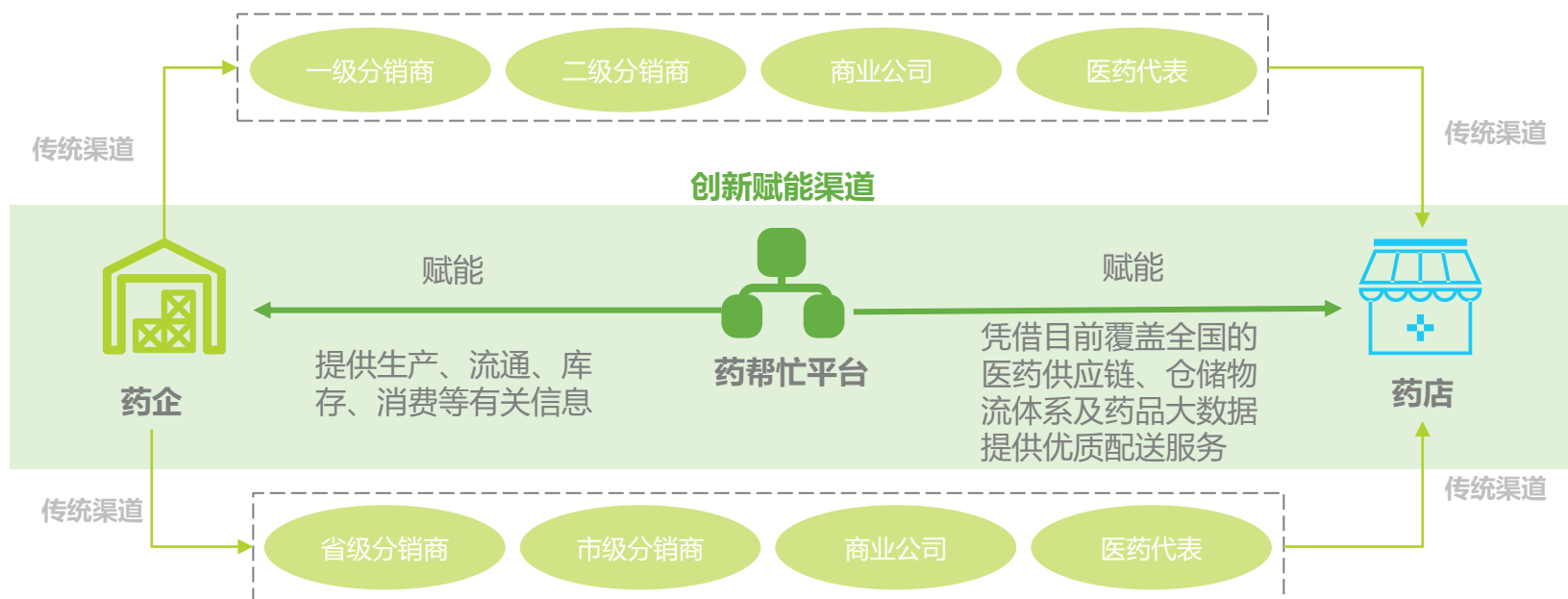


来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

以互联网大数据为依托，赋能医药产业供应链

武汉小药药医药科技有限公司成立于2015年，以互联网和大数据为基础构建标准化、智能化全新医药供应链体系，拥有完备的药品流通信息及药品全流程可追溯体系。小药药自有仓储物流供应链体系，目前已覆盖全国20多个省市，一端连接着生产厂家，一端连接着销售终端，所有与药品生产、流通、库存、销售、消费有关的信息全部汇聚到自身的药帮忙医药电商平台上，配送效率高。小药药未来将借助新兴的AI、云计算等技术，将整合更优质的产业链资源，构建医药新生态。

小药药医药产业赋能体系



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

中国医药产业互联网发展概述

1

中国医药产业互联网发展现状

2

中国医药产业互联网典型案例分析

3

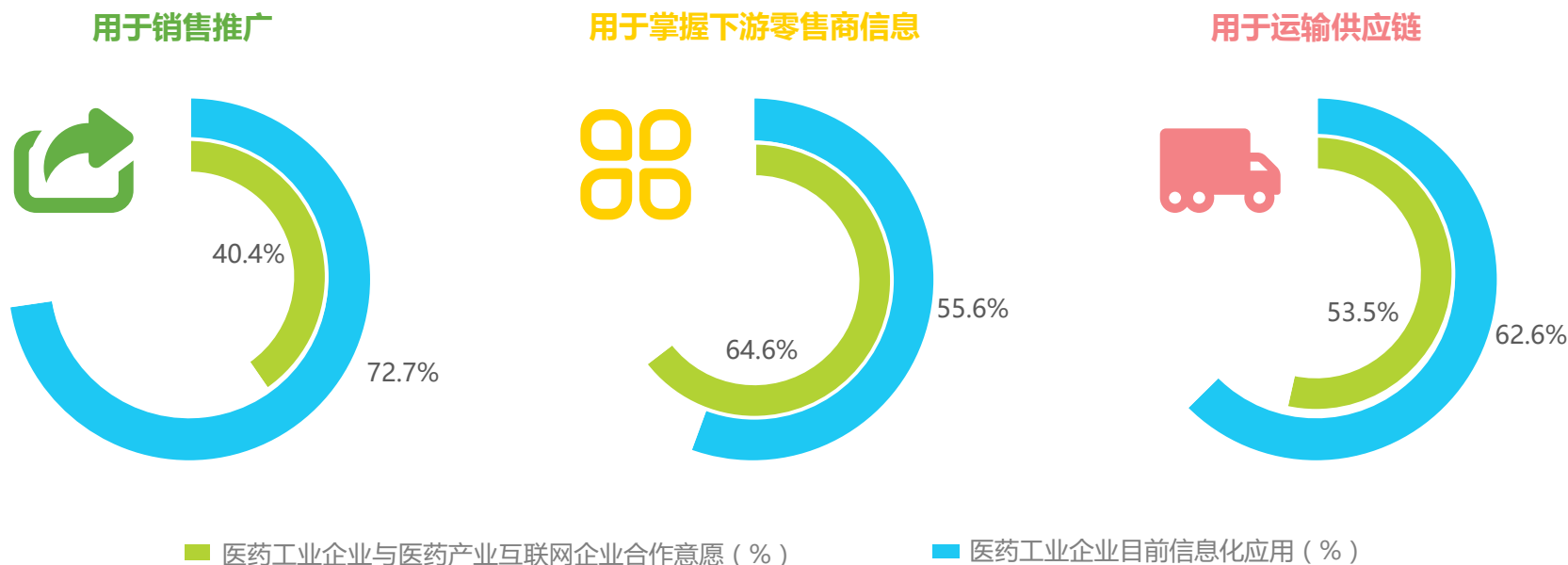
中国医药产业互联网发展趋势

4

赋能焦点位于产业中下游，掌控下游信息是未来合作热点

根据艾瑞本次B端调研结果显示，医药工业企业对于下游销售推广的信息化应用最多，达到了72.7%，然而对于销售推广的合作意愿则仅为40.4%，说明药企对于销售推广方面自建平台与产业互联网合作意愿基本五五开。相比而言，55.6%的药企在掌握下游零售商信息时采用了信息化手段，但药企与医药产业互联网企业展开合作，搭建掌控下游零售商信息平台的意愿却达到了64.6%，说明目前在此领域医药工业企业有着更多需求，是未来的合作热点。除此之外，目前医药工业企业对于运输供应链方面也与医药产业互联网企业有较多合作。综上所述，目前赋能焦点主要位于医药产业的中下游的销售推广、下游零售商信息的掌控以及运输供应链的监测，其中掌控下游信息将是行业未来的合作热点。

2020年中国药企信息化情况及其与医药产业互联网企业合作情况



样本：医药企业主管/经理/CEO，N=99；艾瑞于2020年10-11月通过在线调研获取。

大数据、人工智能加持，推动医药产业快速发展

当前，我国医药产业发展需要面对传统与现代的融合，更要面对在政策推动下的转型压力，而借助大数据、人工智能的数字化便是可以推动医药产业快速转型的一大助力。在医药产业互联网与大数据、人工智能的加持下，构建以患者为中心的药疗健康体系，并以此为基础，不断拓展医药外部产业链及供应链，并深入大健康领域中，让医药产业互联网的外延更加广阔。医药产业互联网凭借大数据、人工智能的加持还可协助政府、制药企业等构筑区域一体化信息系统与标准化管理体系，使整个医药产业因此受益而快速发展。

2020年中国大数据人工智能在未来医药产业发展中的价值

价值一.构建以患者为中心的药疗健康体系

大数据、人工智能技术可进一步协助医药产业互联网企业满足药企对于患者的药品知晓性、处方外延性、可支付性及用药依从性等需求

价值二.拓展医药外部产业链

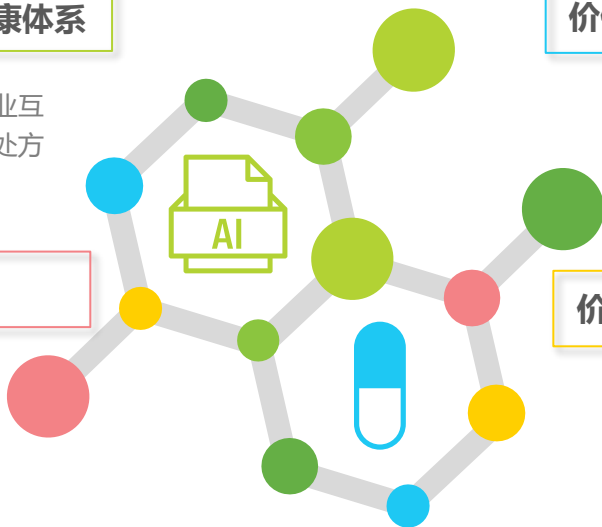
通过大数据、人工智能将单纯的药疗流程进一步延伸至预防、保健、康养的整体大健康产业之中

价值三.构筑一体化信息系统

利用大数据、人工智能对药品进、销、存等进行及时的信息追踪，并将制药企业的采购、销售、库存、物流配送等有效进行连接，并逐步实现区域内各企业间的信息相互连接和共享

价值四.建立标准化管理体系

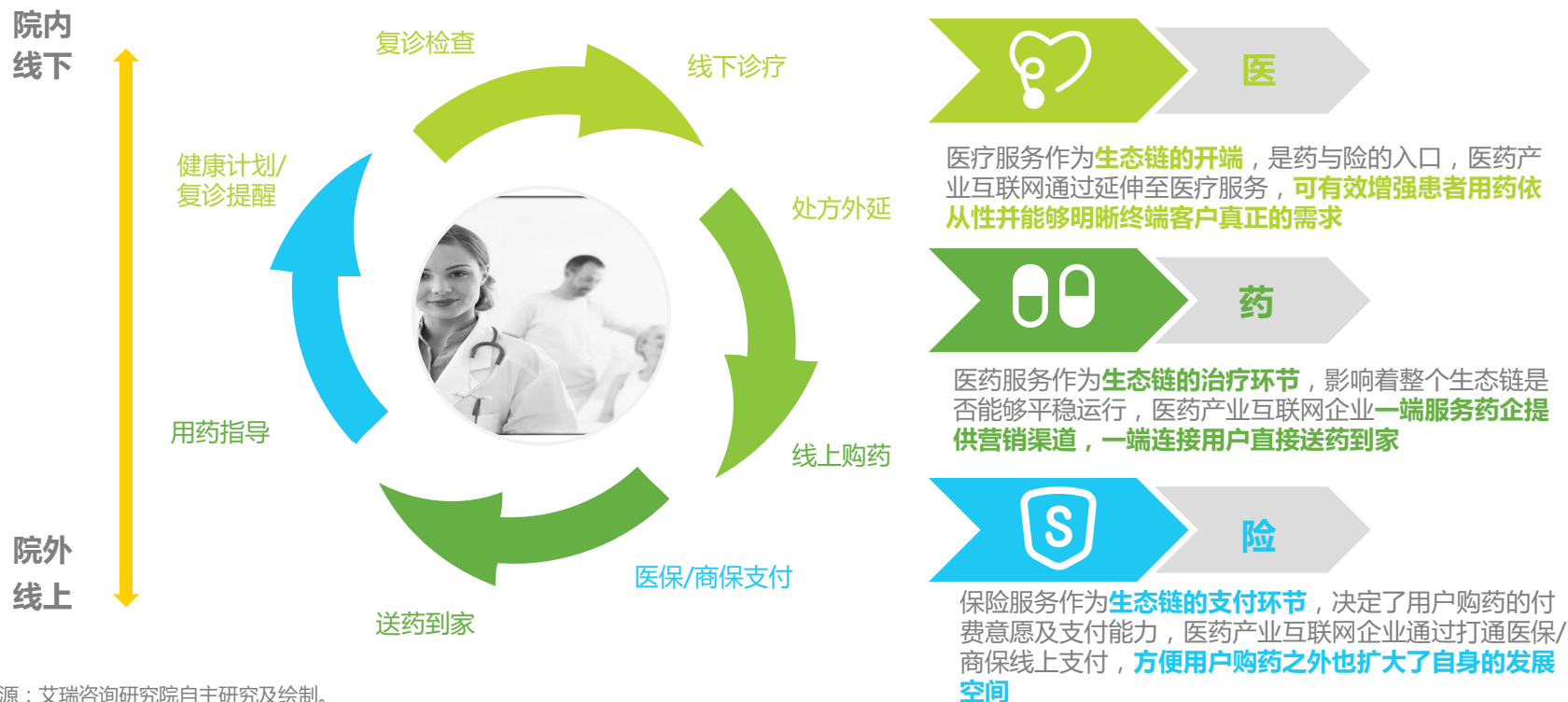
大数据、人工智能同样可助推药品编码的统一标准制定、药品包装规格统一、冷链物流标准的统一等全医药流程体系的统一化、标准化、专业化



着眼于产业痛点，“医+药+险”生态闭环助力大健康发展

随着医疗大健康行业的逐步发展，大健康行业整体的不可分割性愈加凸显，痛点也愈加明显，如单纯的在线问诊，医药线上购买并不能解决患者的真正需求，患者对于如何进行下一步诊疗、用药等仍会心存疑问。医药产业互联网企业作为拥有强大科技赋能能力的一类企业，在全生态布局上有着先天优势，通过将原本医药治疗链逐渐向上游的支付、诊疗以及下游的管理、复诊提醒相结合，形成生态链的完整闭环，在增加患者用药依从性的前提下还可获知用户对于大健康的真正需求，并作出调整，助力大健康产业整体的快速健康发展。

2020年中国医+药+险闭环生态



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

关于艾瑞

在艾瑞 我们相信数据的力量，专注驱动大数据洞察为企业赋能。

在艾瑞 我们提供专业的数据、信息和咨询服务，让您更容易、更快捷的洞察市场、预见未来。

在艾瑞 我们重视人才培养，Keep Learning，坚信只有专业的团队，才能更好地为您服务。

在艾瑞 我们专注创新和变革，打破行业边界，探索更多可能。

在艾瑞 我们秉承汇聚智慧、成就价值理念为您赋能。

● 我们是艾瑞，我们致敬匠心 始终坚信“工匠精神，持之以恒”，致力于成为您专属的商业决策智囊。



扫描二维码
读懂全行业

海量的数据 专业的报告



400-026-2099



ask@iresearch.com.cn

版权声明

本报告为艾瑞咨询制作，报告中所有的文字、图片、表格均受有关商标和著作权的法律保护，部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原著者所有。没有经过本公司书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制或传递。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，并且结合艾瑞监测产品数据，通过艾瑞统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，仅供参考。本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。

为商业决策赋能

EMPOWER BUSINESS DECISIONS



艾 瑞 咨 询