

中国医疗SaaS行业研究报告

©2021.12 iResearch Inc.





前言：医疗SaaS处于快速发展期，是政策驱动的、发展潜力大的新兴行业。新医改进入改革“深水区”，各项变革稳步推动落实，“变革”是医疗行业当下最大的主题；中国SaaS行业技术不断成熟，在新冠疫情爆发之后开启发展2.0阶段。两行业发展在当下交汇，医疗SaaS作为一种“陪伴式”的商业模式迅速成长。



发展规模：2020年中国医疗SaaS行业规模达37亿元人民币。行业整体将保持高速增长，预计在未来五年内，行业增速将持续保持30%以上。艾瑞推算，到2025年，中国医疗SaaS行业规模将达177亿元人民币。



发展逻辑：总的来说，医疗SaaS发展逻辑一方面是对部分医疗信息化产品的云化替代；另一方面是基于SaaS的模式对医疗信息化未有涉及的领域进行布局。不同细分场景的医疗SaaS产品功能、商业模式的差异性较大。



发展趋势：医疗SaaS不仅是一种产品，更是一种与客户主体共创的商业模式，此类商业模式下，捕捉主体需求，并发挥SaaS优势特点将其进行补足的能力至关重要。与此同时，“AI+医疗SaaS”是下一个发展阶段的增长点，也是行业竞争的赛点。医疗SaaS产品价值体现在优化医疗行业运行而创造出的行业价值，对此类厂商的价值发现更应从行业价值角度深入评估。

开启医疗科技新篇章

十年医改浩浩汤汤，SaaS应用蓬勃发展，纵深交汇迎新篇章

2020年中国企业级SaaS市场规模达538亿元，同比增长48.7%。随着云计算技术及安全性的不断成熟，SaaS应用在中国蓬勃发展，向各行各业加速拥抱。彼时，中国新医改持续推进十余年取得不菲的成绩。站在当下，新医改处在“深水区”，“三医联动”、“医疗公平”、“统筹推进”等系列改革主题被逐步落实。SaaS以其轻便、灵活、便于管理的特点，被认为是符合当下发展趋势的，可满足医疗行业变革需求的应用模式。医疗行业与SaaS行业发展路径在当下汇聚，更多精彩的行业故事值得被解读与期待。

中国新版医疗改革发展进程

1 新医改开篇

- **时间**：2009-2010
- **社会背景**：国民经济稳定增长，卫生事业发展与人民健康需求不匹配。
- **政策方向**：初步探索卫生体制改革、初步建立基本药物制度、扩大医保覆盖面、普及基本公共卫生服务。

2 新医改系统推进

- **时间**：2011-2015
- **社会背景**：经济持续较快发展，人口老龄化、健康问题等日趋复杂；社会呈现出更高的医疗服务需求。
- **政策方向**：实现人人享有基本医疗卫生服务；5项重点改革系统推进，公立改革试点推开。

3 新医改全面深化

- **时间**：2016-至今
- **社会背景**：我国社会主要矛盾已经转化为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾；经济增速放缓；医改各项工作取得一定成效；大数据、云计算等技术迅速发展。
- **政策方向**：坚持三医联动改革，增强改革的整体性、系统性和协同性；推进卫生服务的公平性；推进医疗信息化与数据融合。



双行业发展脉络交汇

中国SaaS行业发展历程

SaaS行业萌芽阶段

- 企业对SaaS服务普遍认知不强

SaaS行业成长阶段

- 认知持续增加，但对其持观望态度

SaaS行业成熟阶段

- 市场培育渐成熟，SaaS应用百花齐放；
- 疫情加速发展，迎来新增长动力

来源：《2021年中国企业级SaaS行业研究报告》，艾瑞咨询研究院根据公开资料及自主研究绘制。

报告研究范畴界定

报告中医疗SaaS指特定医疗场景中应用的行业垂直型SaaS

人民卫生出版社《医院管理词典》中指出：“现代的医疗服务，已从医院内扩大到医院外，形成了综合医疗的概念，医疗内容也日益广泛，包括增进健康、预防疾病和灾害、健康咨询、健康检查、急救处理、消灭和控制疾病、临床诊疗、康复医疗等。”医疗场景也随医疗概念而进行延伸。报告选取医院、院外医疗机构、医药企业、医药零售企业、医药流通企业等医疗场景进行着重解读。故，报告中所指医疗SaaS主要指服务于上述几大场景的行业垂直型SaaS。

医疗行业涵盖主体类型梳理及医疗SaaS报告研究范畴

平台:	卫生 监管机构	医疗大数据 中心	健康大数据 企业	医疗市场 咨询企业	...
制造:	医药企业	保健品 企业	医疗穿戴 设备企业	非医健康 产品企业	...
流通:	医药流通企业	医药零售企业	医药电商 平台企业	医药O2O企业	...
服务:	医院	院外医疗机构	互联网医院 企业	第三方 检测企业	...
...					



本报告研究范畴



非本报告研究范畴

来源：艾瑞咨询研究院根据公开资料及自主研究绘制。

医疗SaaS行业发展背景

1

医疗SaaS行业发展现状

2

医疗SaaS企业案例分析

3

医疗SaaS发展趋势及策略建议

4

医疗SaaS行业：政策引导

云服务产业政策持续推进，医疗SaaS发展进入“高速赛道”

云服务相关政策类型逐渐由早年供给端产业培育演变为需求端应用推进型；相关政策发布愈发频繁，预计相关产业落地政策将会被更高频次的提出。医疗领域的相关政策略微滞后，目前以产业培育型政策为主，其主要是出于对院内核心数据上云的审慎考虑。但是非院内场景的SaaS应用与云服务政策的安全性和接受度持续增强，云服务整体快速发展带动医疗SaaS行业发展进入“高速赛道”。

2015-2021年医疗SaaS行业相关政策

时间	颁布机构	政策名称	政策类型		
			培育型	引导型	推进型
2015.01	国务院	《关于促进云计算创新培育信息产业新业态的意见》	o		
2015.07	国务院办公厅	《关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》	√		
2016.06	国务院办公厅	《关于促进和规范健康医疗大数据应用发展的指导意见》	√		
2016.07	国务院	《“健康中国2030”规划纲要》	√		
2017.04	国家工信部	《云计算发展三年行动计划（2017-2019年）》		o	
2018.08	国家工信部	《推动企业上云实施指南（2018-2020年）》		o	
2019.07	国家网信办等四部委	《云计算服务安全评估办法》	o		
2019.07	国务院	《医疗保障标准化工作指导意见》	√		
2020.03	国家工信部	《中小企业数字化赋能专项行动方案》			o
2020.04	国家发改委	《关于推进“上云用数赋智”行动培育新经济发展实施方案》			o
2020.11	国家医疗保障局	《关于积极推进“互联网+”医疗服务医保支付工作的指导意见》		√	
2021.02	国家工信部	《工业互联网创新发展行动计划（2021-2023年）》			o
2021.07	国家工信部	《新型数据中心发展三年行动计划（2021-2023年）》			o

表中：“o”代表“云服务”相关政策
“√”代表“数字医疗”相关政策

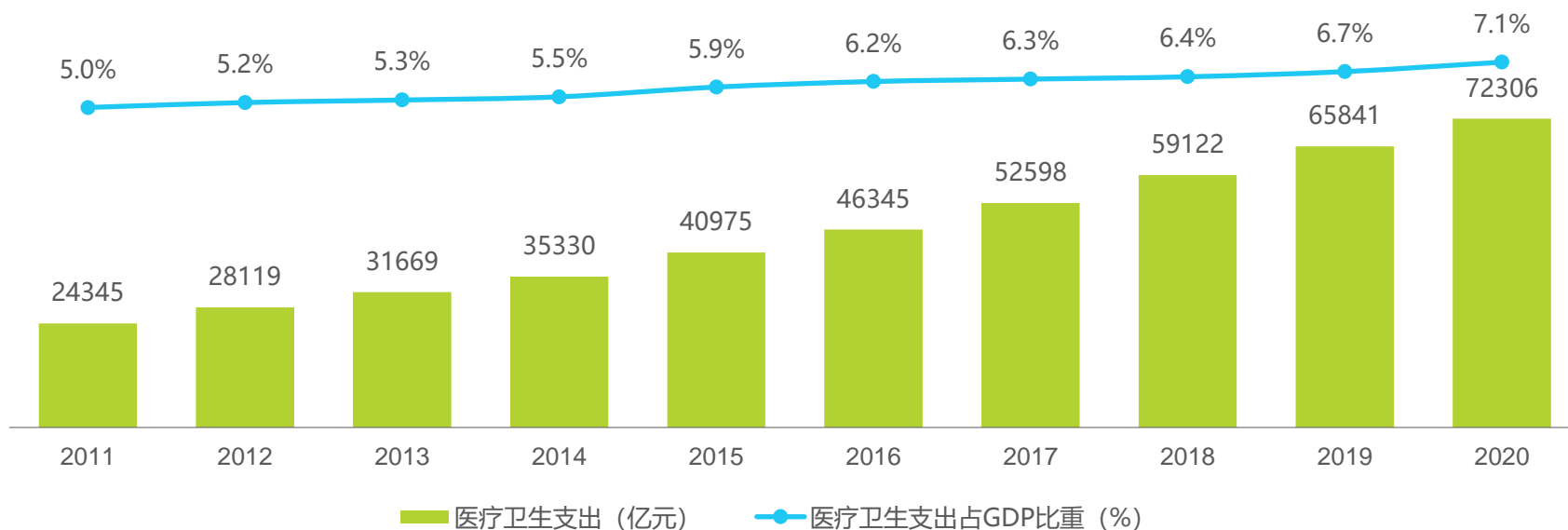
来源：艾瑞咨询研究院根据公开资料整理绘制。

医疗SaaS行业：经济支撑

医疗投入攀升为医疗SaaS行业发展提供经济土壤

现阶段中国经济整体稳健增长，GDP由2011年48.8万亿元提升至2020年101.6万亿元人民币。中国医疗卫生支出近年来不断增加，2020年医疗卫生支出达7.2万亿元人民币。我国医疗卫生支出占GDP比重不断攀升。在医疗卫生事业上持续增加的投入，为医疗SaaS行业发展提供经济土壤。

2011-2020中国医疗卫生支出及占GDP比重情况



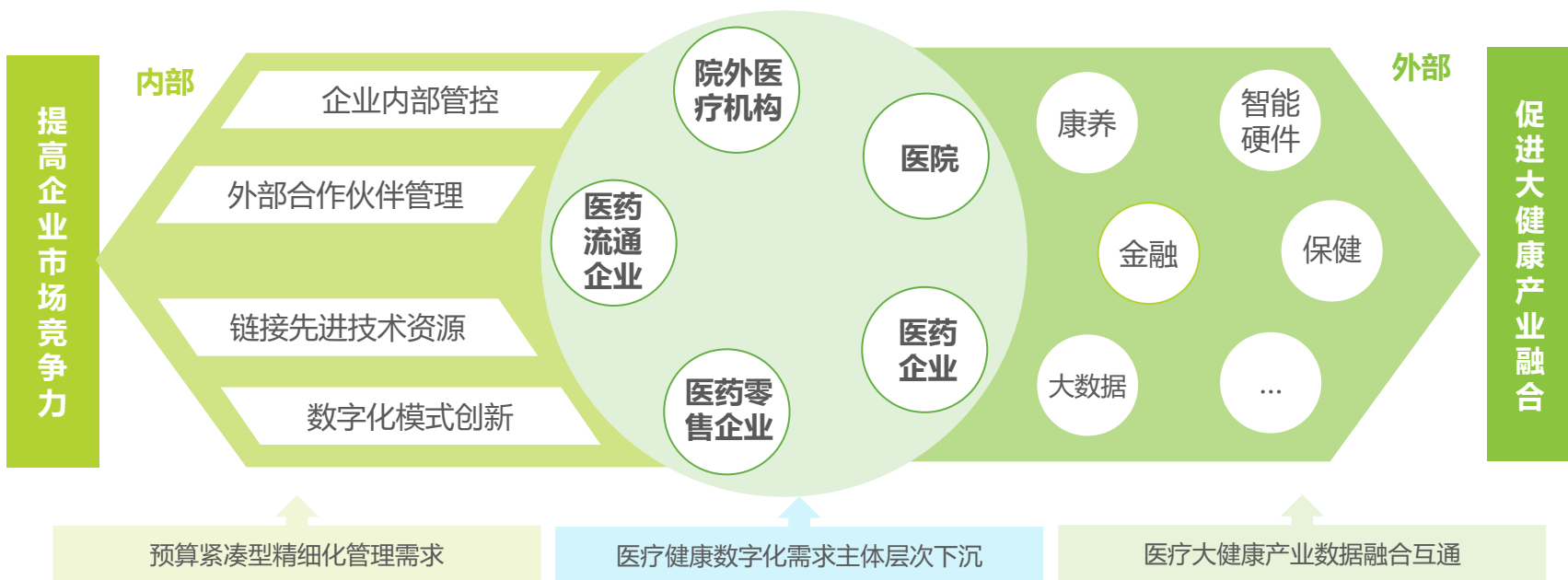
来源：艾瑞咨询研究院根据国家统计局、卫生统计年鉴公开资料整理。

医疗SaaS行业：市场需求

资源下沉、精细化管理、融合互通是医疗行业三大动向

分析我国医疗健康市场发展动向，可以集中关注以下三点：首先，我国医疗资源分配呈现出“头部集中”的发展现状，医疗资源下沉是我国本阶段医疗发展的重要动向，医疗SaaS是促进基层医疗机构与头部医疗资源链接的有效工具；其次，院外医疗市场的市场化程度明显，且各端都面临竞争加大下的利润率下行，而这又增加了该类机构进行数字化内控、精细化管理的需求，而医疗SaaS的数据联动属性恰能满足该类需求。此外，大健康产业融合也是我国医疗行业的重要发展动向，即产业各端需要实现标化互通，医疗SaaS其具有易接入、可标化的特点，可以满足该类需求。

中国医疗行业需求与医疗SaaS价值契合分析



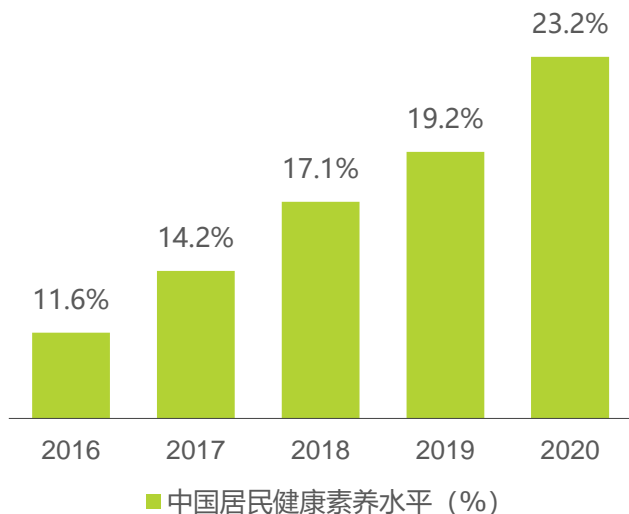
来源：艾瑞咨询研究院根据公开资料整理绘制。

医疗SaaS行业：环境支持

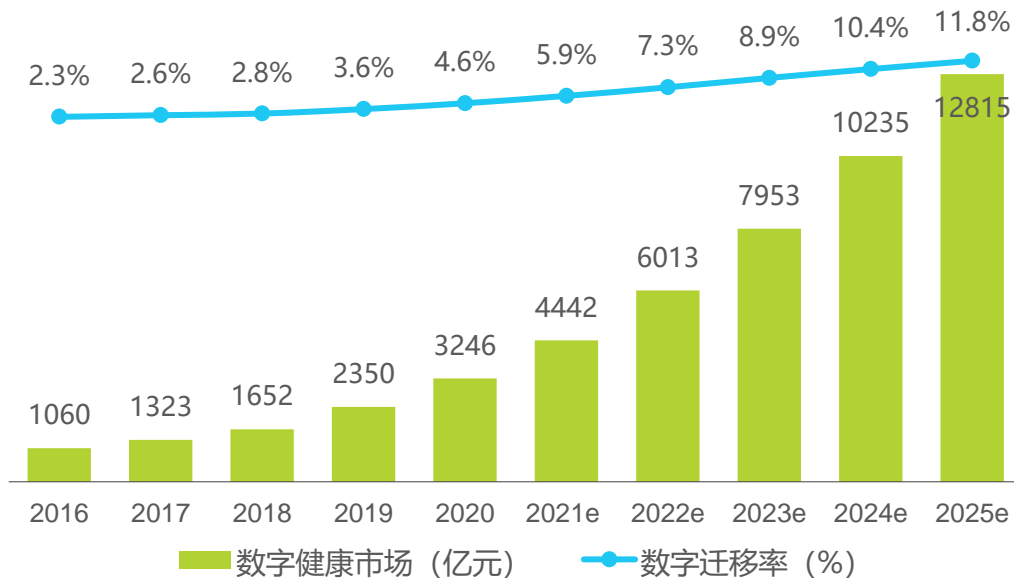
居民健康素养、数字健康市场规模双增长推动医疗SaaS发展

健康素养是指个人获取和理解基本健康信息和服务，并运用这些信息和服务做出正确决策，以维护和促进自身健康的能力。随着我国居民健康素养水平持续提升，我国居民对更多元、丰富的健康管理方式有更高的接受度。2020年，我国数字健康市场迎来快速增长，总体规模约达3246亿元。与之对应，大健康市场数字迁移率达4.6%，预计该数值将于2025年达11.8%。一方面，供给端和需求端对数字化应用更多的落地推动医疗SaaS行业的应用发展。另一方面，行业的数字化趋势也对数据的标准化、融合度产生需求，医疗SaaS的特点正好契合发展潮流。

2016-2020年中国居民健康素养水平



2016-2025年中国数字健康市场规模与数字迁移率



注释：《中国公民健康素养——基本知识与技能（试行）》定义：将健康素养划分为3个方面，即基本健康知识和理念素养、健康生活方式与行为素养、基本技能素养；来源：中国卫健委、艾瑞咨询自主研究及核算。

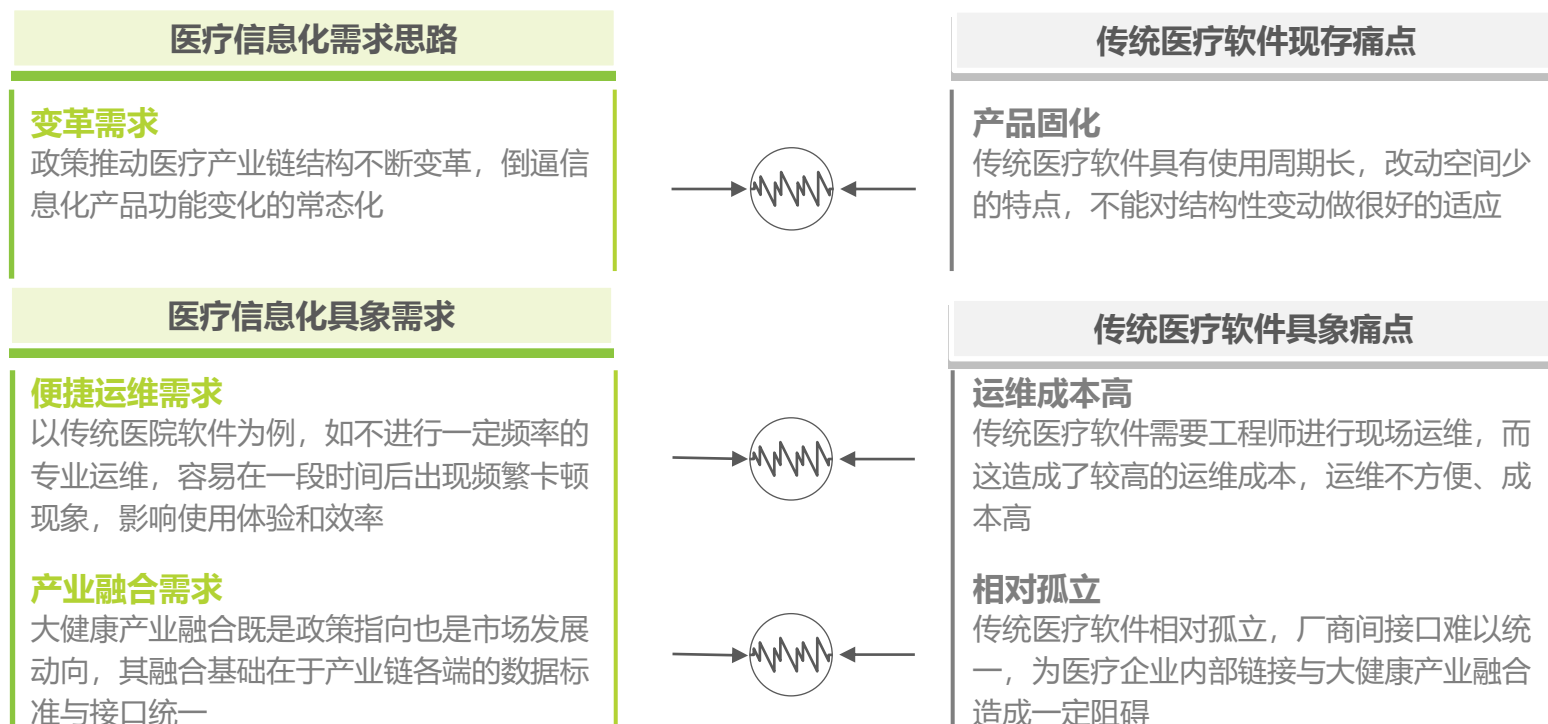
注释：数字迁移率指中国数字健康市场规模与中国医疗卫生支出之比；中国数字健康市场包括：医药电商、医疗信息化、线上医疗服务（在线问诊、数字健康管理等）、医疗人工智能、医疗大数据解决方案；来源：综合公开资料、企业及专家访谈，艾瑞咨询自主研究及核算。

传统医疗软件现存痛点

传统医疗软件与医疗行业新需求存在难以契合的裂缝

总的来说，由于医疗产业变革迅速，传统医疗软件本地部署无法对医疗行业日新月异的需求进行快速完整的覆盖，具象体现在对运维灵活度，产业融合度的敏捷推进有较高需求。医疗行业主体结构复杂，其中既包括三级医院等付费能力强的主体，也包括基层医疗机构、院外医疗机构等中小微主体，后者存在对于医疗信息化产品极致性价比的需求。

传统医疗信息化软件与医疗信息化部分需求难匹配



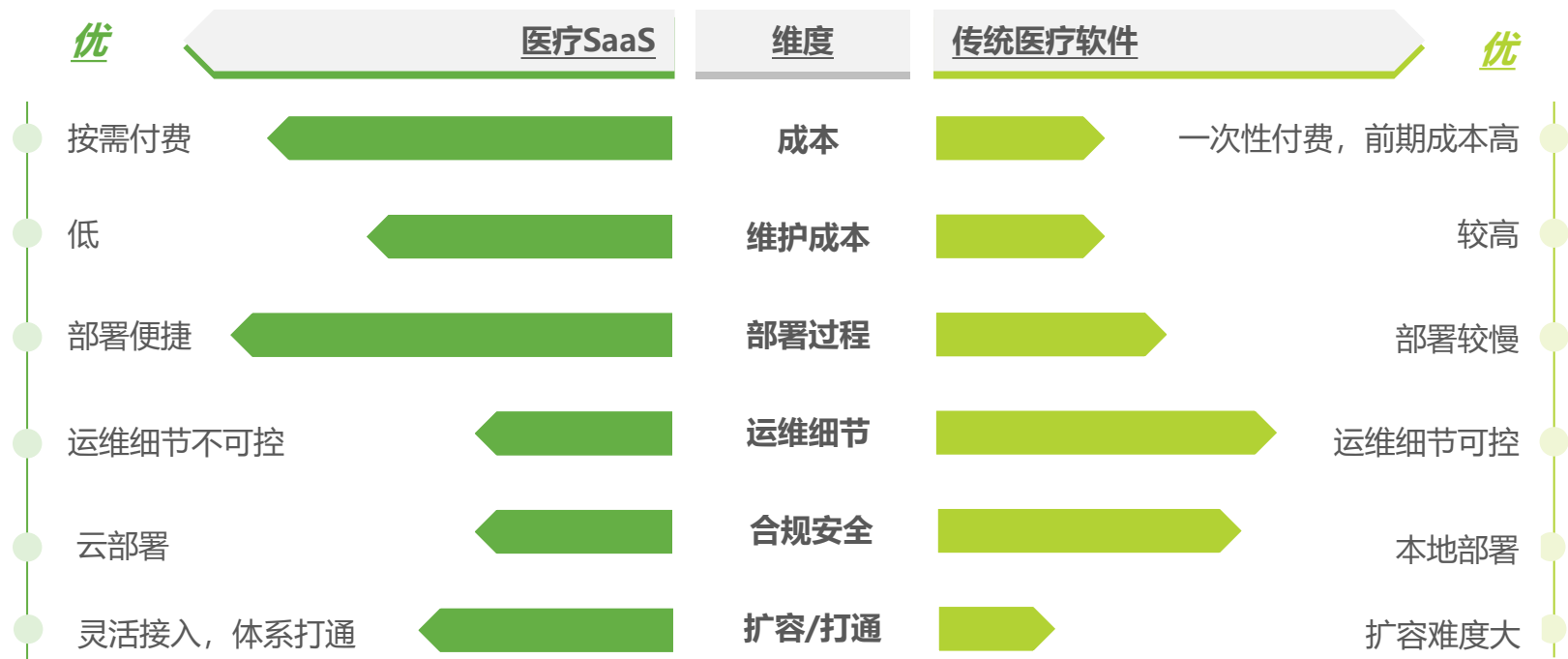
来源：艾瑞咨询研究院根据公开资料及自主研究绘制。

医疗SaaS的竞争优势

医疗SaaS填补传统医疗软件与医疗行业的数字化需求空隙

我国医疗行业整体具有分布广、数量多、结构复杂、集中度低、专业性较强的特点。相比之下，传统软件易出现运维难、更新慢、连通性差、年久容易卡顿的问题，上述问题可以通过医疗SaaS补足；并且医疗SaaS由于其云化部署、灵活付费等特点，对医疗行业中小微主体更加友好。近年，部分医疗行业利润率降低倒逼企业主动开展数字化探索，以实现更好的成本管控与模式创新。数字化趋势当前，部分医疗企业在未做充足准备的情况下贸然尝试成本过高，医疗SaaS为此类企业提供低试错成本的数字化尝试机会。

医疗SaaS与传统医疗软件产品比较分析



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

图例：柱形图越长代表优势越显著

医疗SaaS行业：发展痛点

医疗SaaS发展但仍面临从单点到全面铺开的诸多阻碍

医疗SaaS行业发展痛点分析

产品供给：医疗SaaS产品服务难深入

各方需求差异大，不易简单复制

- 各地区、各级、各类医疗行业主体表现出差异化市场需求提高了“标准化”产品服务难度。

企业运作模式差异大，不易简单嵌套

- 市场主体的经营模式与业务运作方式差异性强。“标准化”的SaaS产品难以实现规模化应用。

产品需求：医疗SaaS产品接受度不强

驱动因素复杂

- 相较于其他行业，医疗行业体制内外主体均存在一定程度的政策驱动、组织惯性高、决策谨慎的特点，这造成行业总体对技术产品接受度滞后于其他行业。

数据敏感度高

- 医疗行业涉及大量诊疗数据、病理数据、病人信息数据等具有强敏感度的数据，行业主体对此类数据上云态度保守。

行业内部：医疗SaaS行业环境仍未完全成熟

发展进程缓慢

- 医疗行业整体信息化相对滞后。

厂商竞争激烈，同质化严重

- 大部分厂家仍然处于单打独斗、重复开发、效益低下的阶段。

缺乏标准化技术体系

- 医疗SaaS相关数据接口缺乏标准，为医疗SaaS产品推进带来困扰。

行业外部：医疗科技厂商价值被低估

固有评判标准不适用

- SaaS与科技行业存在其固有的普适性运作逻辑和评价维度，该指标在医疗领域表现出了极强的不匹配、不适用，造成了外界对此类企业的误判。

重构企业价值评估逻辑

- “外人不解”是医疗SaaS乃至医疗科技厂商现阶段的共性问题，各界需对其价值基于医疗与科技的双重逻辑重新审视，厂商也需放大声量讲好自身的故事。

医疗SaaS行业发展背景

1

医疗SaaS行业发展现状

2

医疗SaaS企业案例分析

3

医疗SaaS发展趋势及策略建议

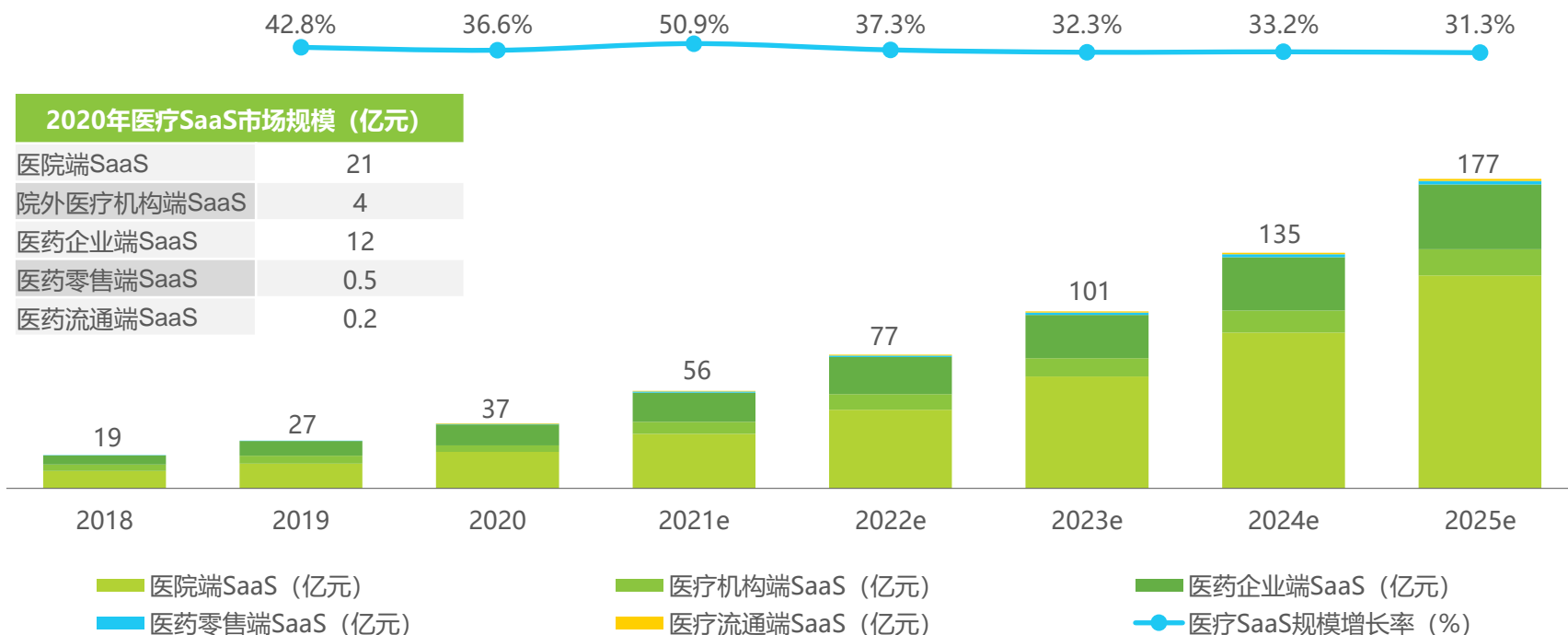
4

医疗SaaS行业：市场规模

服务场景增加，需求方转型需求，市场未来增长动力足

2020年中国医疗SaaS整体市场规模达37亿元人民币，医疗SaaS行业是SaaS与医疗交融而成的新兴行业，在SaaS行业发展的土壤上，从萌芽期快速迈入成长期。具体而言，其高增速的主要驱动因素来源于：1) 医疗SaaS产品深度打磨与场景深耕，适合SaaS渗透的场景增加；2) 传统信息化系统的SaaS化转型；3) 医疗SaaS对价格敏感型、小预算市场的迅速覆盖。艾瑞预测，医疗SaaS行业将在未来五年内持续保持30%以上的增长速度。

2018-2025年中国医疗SaaS市场规模



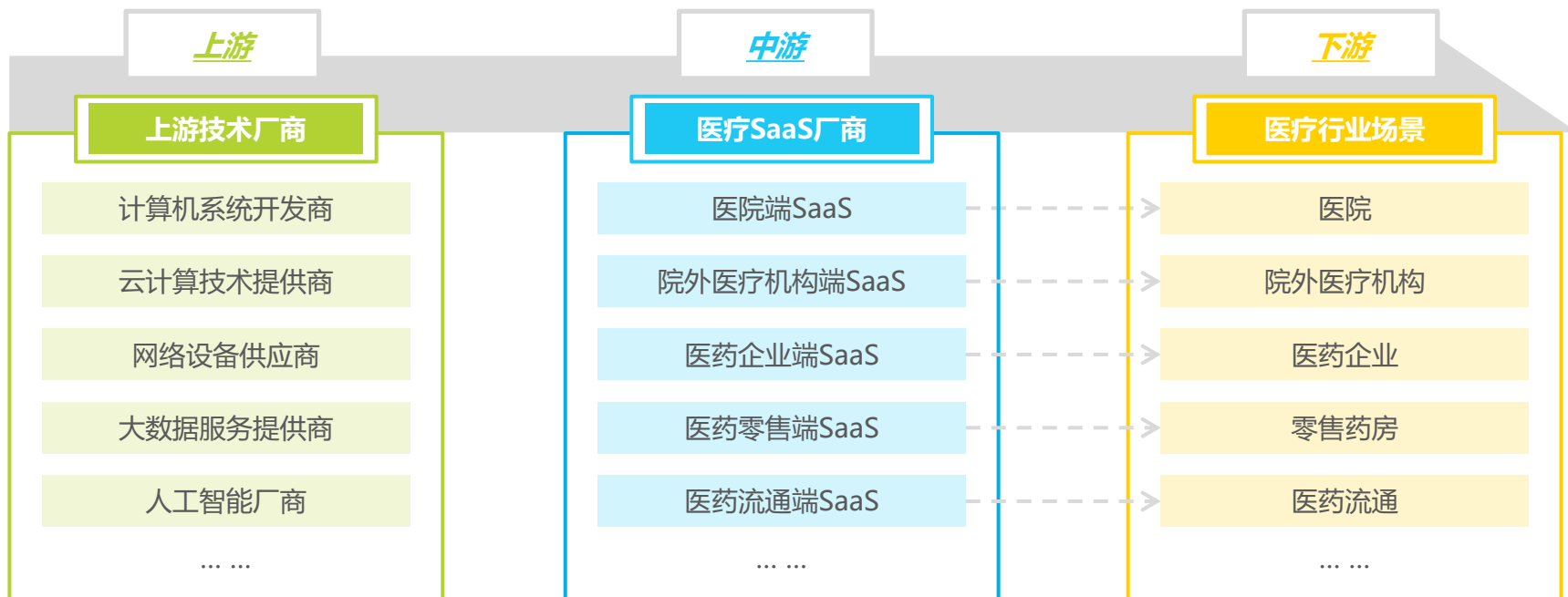
来源：综合公开信息、专家访谈，根据艾瑞统计预测模型估算，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

医疗SaaS行业：产业链

不同场景SaaS产品垂直性强，场景间产品厂商相对独立

医疗SaaS产业链上游包括计算机系统开发商、云计算技术提供商、网络设备供应商等。随着医疗SaaS不断深入科室，负载更多诊疗过程，医疗SaaS厂商与人工智能厂商的接触与合作更加密切。值得一提的是，医疗行业不同场景区别性较大，不具备场景互通性，医疗SaaS往往基于单一医疗场景需求进行开发，并只服务于单一下游医疗场景。因此，理解医疗SaaS行业产业链时，可按产业链下游使用场景对医疗SaaS产品进行产业划分。

2021年中国医疗SaaS行业产业链



来源：艾瑞咨询研究院根据公开资料整理绘制。

医疗SaaS行业：产业图谱

2021年中国医疗SaaS产业链图谱



来源：艾瑞咨询研究院根据公开资料整理绘制。



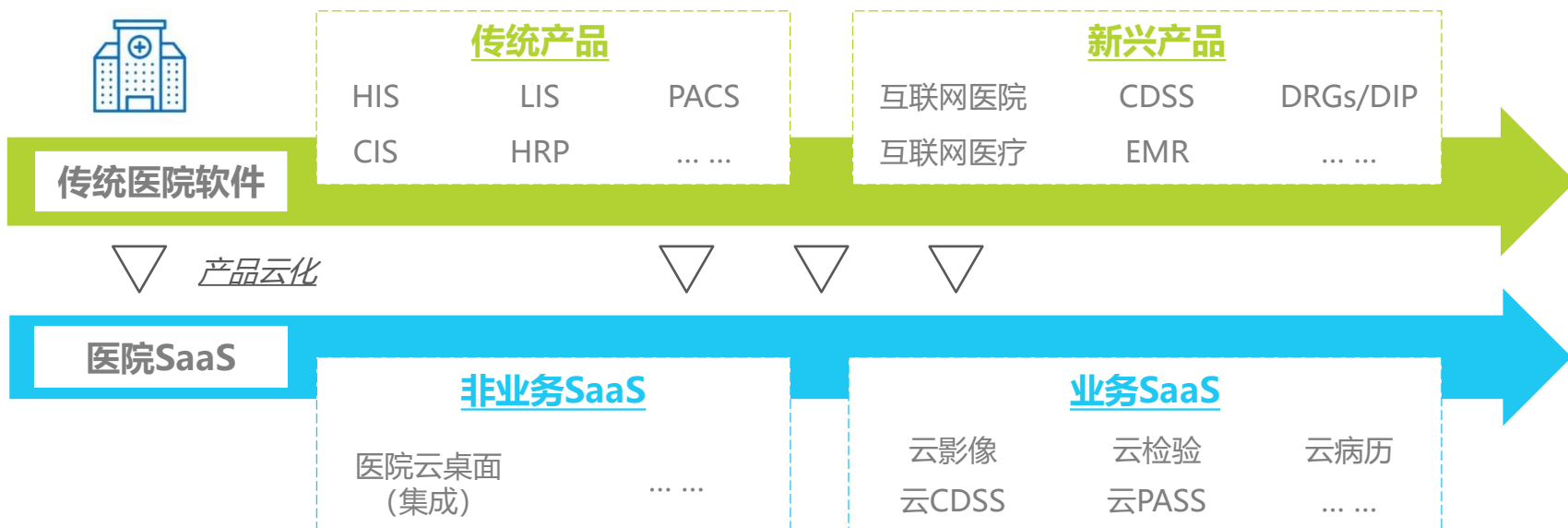
医院端SaaS

医院端SaaS：产品架构

医院端SaaS产品是传统医院软件产品的云化延伸，医院端SaaS产品线不断扩张

传统医院软件一般按产品推出时间可以大致分为两种，一是以HIS、LIS等为代表的传统产品；二是随新兴数字化技术不断兴起而产生的如互联网医院、互联网医疗等为代表的新兴产品。而医院端SaaS产品则多为传统医院软件产品做SaaS化的处理。其产品可由非业务-业务进行划分：1) 非业务产品以医院云桌面为主，即将传统医院软件中HIS、OA等非业务软件的云化集成；2) 业务产品以云影像、云检验、云病历为主。此外，云CDSS、云PASS等一系列业务产品不断被推出，此类产品目前处于低覆盖、低单价的市场现状。

传统医院软件及医院SaaS产品划分



注释：HIS代指医院信息化系统；LIS代指医院实验室管理系统；OA代指办公自动化系统；CDSS代指临床决策支持系统；PASS代指合理用药检测系统。图中其余英文缩写均代指院内不同信息化产品。

来源：艾瑞咨询研究院根据公开资料整理绘制。

医院端SaaS：模式比较

产品特点差异显著，传统软件与SaaS目标市场重叠性低

中国传统医院软件与医院端SaaS应用比较分析

		传统医院软件	医院端SaaS
 产品	产品交付内容	传统硬件+传统软件	云存储+云计算+SaaS软件
	产品价格	高	约为传统软件的5%-15%
	产品覆盖层级	二级、三级医院	一级、二级医院
 服务	定制化程度	高度定制	局部定制
	运维方式	定期现场运维	即时远程运维
 订单	订单付费主体	单一医院	地方卫健委或医联体
	订单服务对象	单一医院	数量不定的若干医院
	订单核心决策人	医院管理层	地方政府领导

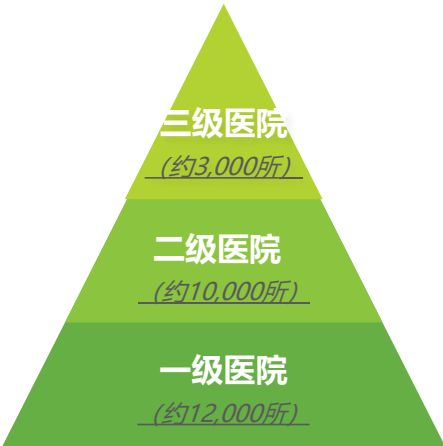
来源：艾瑞咨询研究院根据公开资料整理绘制。

医院端SaaS：场景需求差异

医院端SaaS在不同层级医院市场呈现出结构性的应用差异

从技术的角度来讲，当今传统医院软件通过云化的方式提供服务已不成问题，制约医院端SaaS市场发展的是各级医院组织惯性强及产品更换动力不足。对于高级别医院来讲，其支付能力较强，倾向于购买高度定制化的、本地部署的传统信息化产品，暂时并没有强烈购买使用医院端SaaS的需求。目前，高级别医院应用的医院端SaaS主要用于架设外部业务（如院外协同、院外预约等）与新兴业务。然而，随着分级诊疗政策的提出与落实，低级别医院承载的诊疗任务将进一步加强，为了提高医疗效率，医院信息化系统亟需被优化。随着更多的医院信息化产品完成云化部署，市场接受度不断提高，医院端SaaS将迎来更大的发展空间。

中国各级医院SaaS场景需求差异

中国各级公立医院数量分布	价格敏感	应用环节	核心诉求	对SaaS应用态度
	不敏感	外部业务及新兴业务	便捷、稳定	现有定制化程度高的医院信息化系统能够满足核心业务需求，没有云化驱动力；SaaS可用于快速架设外部业务和新兴业务
	↕	↕	↕	
	较敏感	深入至医院运营及诊断	提高医疗效率、高性价比	价格可负担的、能够协助提升医疗效率和管理效率的产品

来源：《中国卫生统计年鉴》，艾瑞咨询研究院根据公开资料整理绘制。



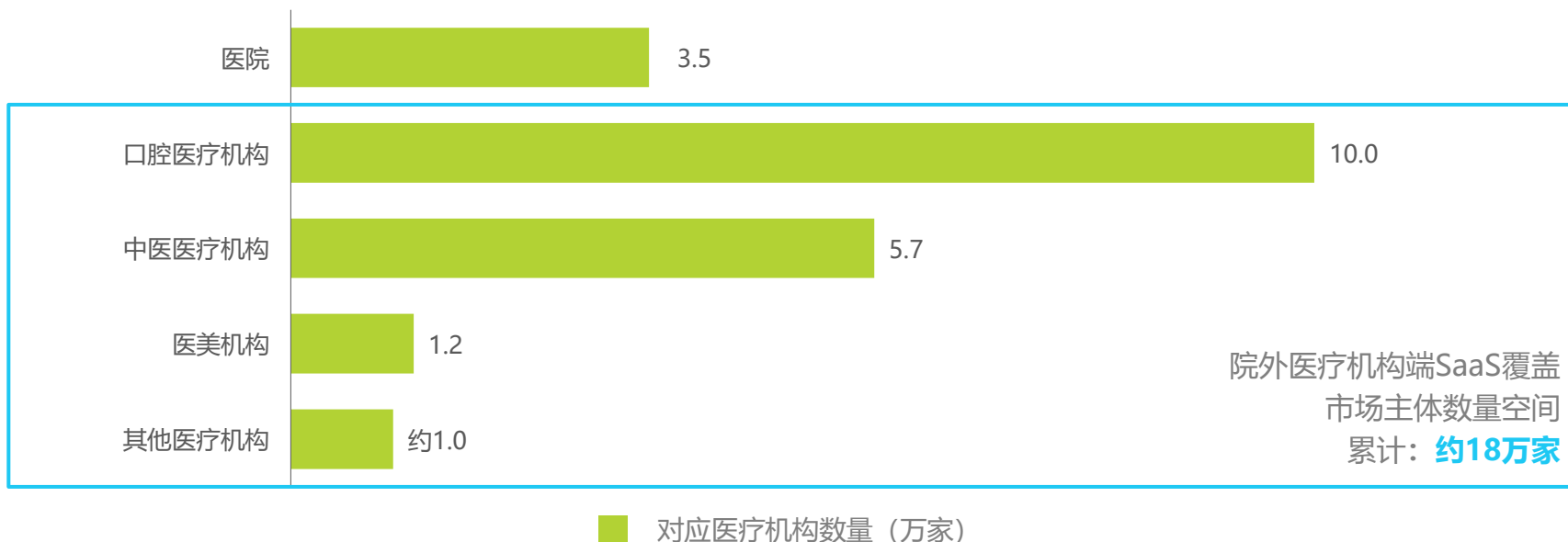
院外医疗机构端SaaS

院外医疗机构端SaaS：主体差异

院外医疗机构对SaaS部署接纳程度高，组织架构扁平决定产品架构轻，与医院端产品属性存在较大差异

报告中对院外医疗机构概念的定义口径包括医美机构、中医医疗机构、口腔医疗机构等。院外医疗机构除了盈利导向外，以民营为主，有数量多、集中度不高、单体体量小的特点。同时，一批医疗机构正在经历“爆发到有序”的动态过程。上述特点造就了相比医院，其在SaaS产品需求上的巨大差异。在数据上云、运营优化等方面，院外医疗机构表现出更开放的态度。

2020年中国各类医疗机构数量



注释：上述统计医院口径包括公立医院及民营医院。上述统计仅包含资质健全的正规院外医疗机构。

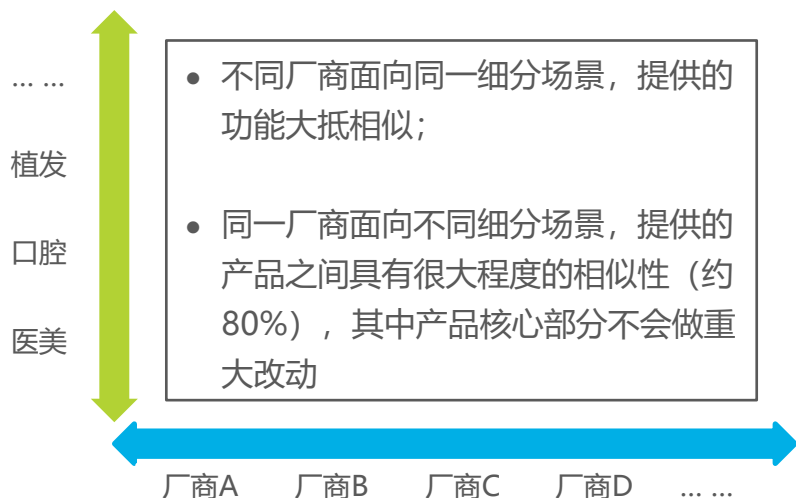
来源：中国卫生统计年鉴，综合公开信息、专家访谈，根据艾瑞统计预测模型估算，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

院外医疗机构端SaaS：产品架构

各场景之间功能迁移性高，单赛道定价空间由支付能力决定

院外医疗机构端SaaS厂商对垂直行业围绕运营与服务提供大抵相同的实质性功能，用以协助院外医疗机构运作。而适用于不同细分赛道的SaaS产品具有功能需求上的可迁移性。不同场景之间的功能差异主要来自于两方面，一个是不同医疗场景服务项目及项目流程的差异；另一个是不同场景存在业务流程的差异，如医美前端有医美咨询这一环节。此种差异性不涉及SaaS产品核心部分的重大变动，部分业务复杂性高、需要快速响应的场景对后台算力与带宽有更高的要求。在定价方面，不同厂商相同功能产品具有同质性，定价围绕市场价格变化不大。

院外医疗机构端SaaS产品对比



院外医疗机构端SaaS产品功能图谱



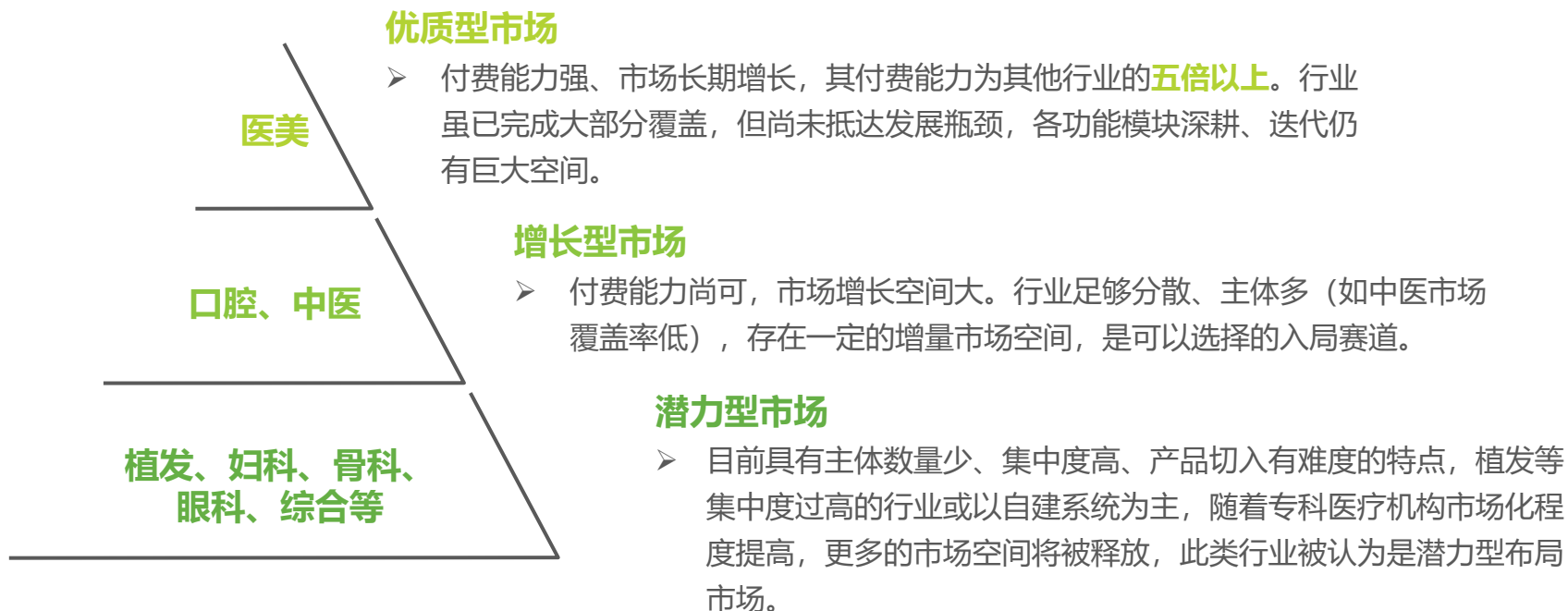
来源：艾瑞咨询研究院根据公开资料整理绘制。

院外医疗机构端SaaS：市场差异

细分市场特点显著，厂商应根据自身能力有序布局

市场差异性来自于对应细分市场客户的市场结构与支付能力。一方面，面向不同细分行业的同样功能产品价格差别较大；另一方面，不同细分市场对应不同的市场结构，也对应着不同的细分市场发展空间。院外医疗机构端SaaS产品目前多为传统软件厂商在细分行业深耕多年的成果。研发基础强的厂商可以基于原有积累对目标行业进行快速产品开发，并向优质市场进军。目前来看，对于优质市场的竞争已由产品竞争延伸至服务竞争，部分厂商开始通过加大服务力度抢占优质市场。

院外医疗机构端SaaS细分市场分析

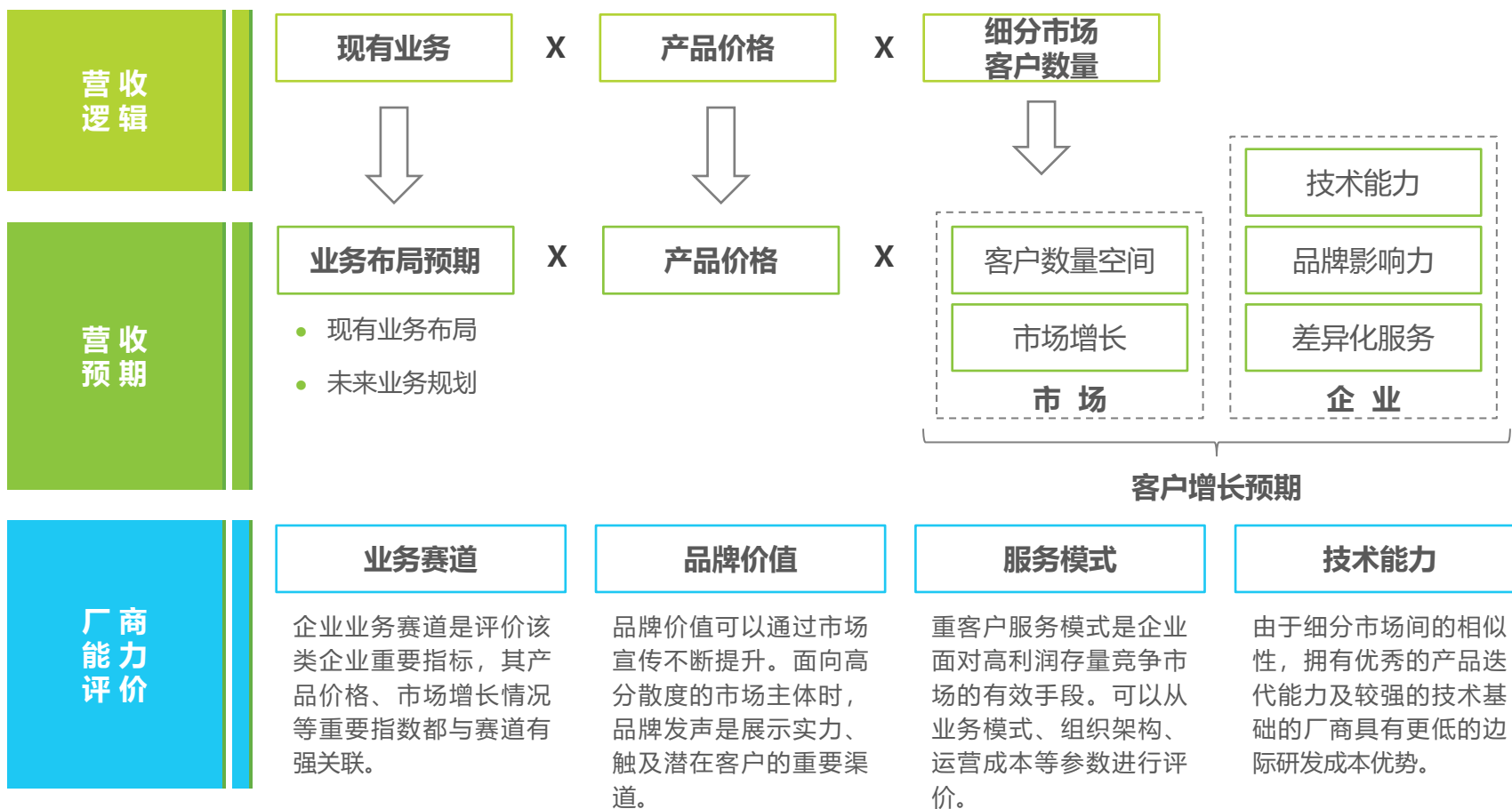


来源：艾瑞咨询研究院根据公开资料整理绘制。

院外医疗机构端SaaS：价值模型

四维度能力评价构建院外医疗机构端SaaS价值核心参数

院外医疗机构端SaaS企业价值模型



来源：艾瑞咨询研究院根据公开资料整理绘制。



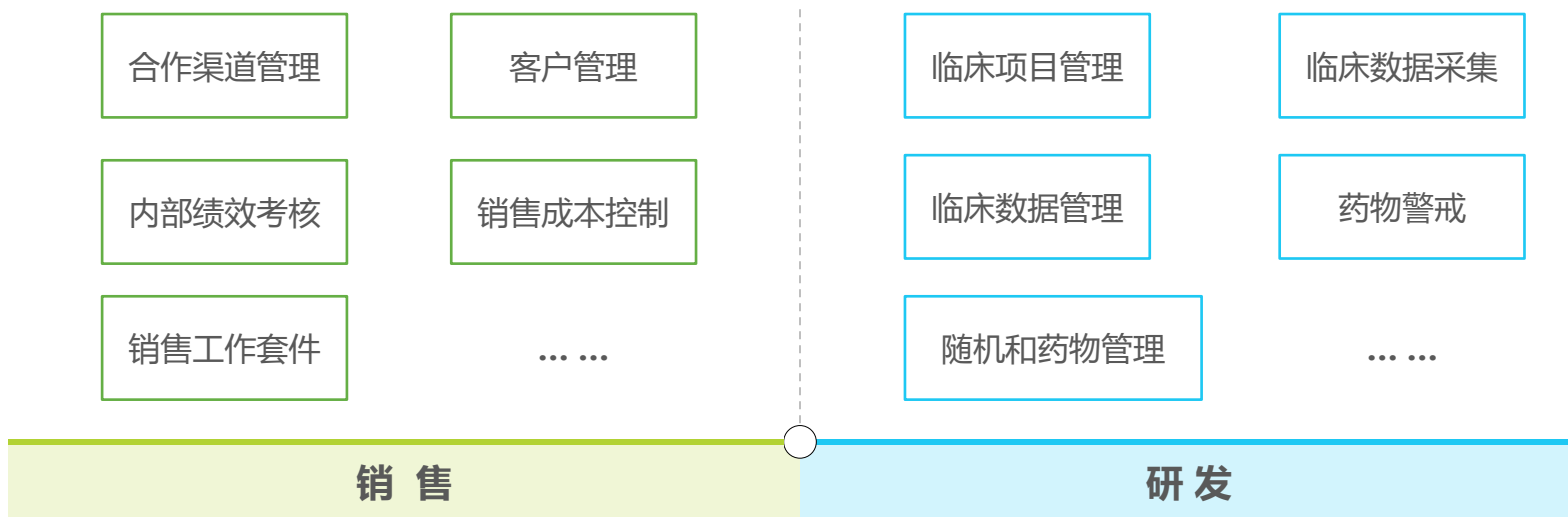
医药企业端SaaS

医药企业端SaaS：产品架构

恰逢入局好时机：产业变革倒逼药企转型，需求指向明确

近年，国家对于民生行业，如住房、教育与医疗高度重视，本轮政策推行力度及影响不容小觑。目前来看，“4+7”带量采购、一致性评价、DRGs医保控费等政策持续出台，影响传递至医药行业。一方面，仿制药利润所受影响最为明显，本轮改革下医药企业具有更强药械研发的动机；另一方面，利润率降低倒逼药企销售模式的优化与改革。艾瑞认为，转型压力之下，医药行业将聚焦于销售模式优化与研发效率提升上，而这两个环节有源源不断的数据流入与大量的数据沉淀，对业务数据打通、智能决策上具有强烈需求，医疗SaaS厂商以销售、研发两个环节进行产品开发。

医药企业端SaaS产品功能图谱



医药企业端SaaS：价值矩阵

内外兼修：SaaS化部署可轻松链接外部资源，提升企业效能

医药企业端SaaS目前主要在业务与管理为企业提供服务，分别用于提高效率、降低管理成本。面对愈发多元的销售模式，医药企业端SaaS在销售管理部分的软件重要性将持续提升。同时，对于研发端来说，满足研发端流程数据治理、数据合规与安全始终是SaaS产品产生的核心价值。同时，一批外部资源也以SaaS的形式被链接到医药企业（如提供市场洞察、医生资源链接等功能）为医药企业创造了直观的销售增益。

医药企业端SaaS产品价值矩阵梳理

		价值类型		
		业务价值	管理价值	资源价值
服务药企条线	销售	<ul style="list-style-type: none">提供面向客户的一系列如医生信息、院内拜访预约、药品宣传等联通型组件；其核心是基于业务运作逻辑的数据打通和功能串联	<ul style="list-style-type: none">对于各个销售环节及产生费用进行跟踪管理；对销售人员进行绩效考核管理；对于各个渠道进行考核和管理；对愈发丰富的外部合作方进行考核管理	<ul style="list-style-type: none">外部合作企业将医师资源、患者资源、平台资源、市场数据资源等搭载到SaaS上的医药企业服务
	研发	<ul style="list-style-type: none">对各方录入数据进行准确的收集、追踪和归档。优化流程，减少数据重复与数据披露；其核心要覆盖研发的所有数据场景，提供唯一数据可信源	<ul style="list-style-type: none">实现管理层对研发动向的实时把控	<ul style="list-style-type: none">外部合作企业将AI技术、科研大数据搭载到SaaS产品，从而实现精准靶点发现、精准分子设计以及研发流程优化等功能

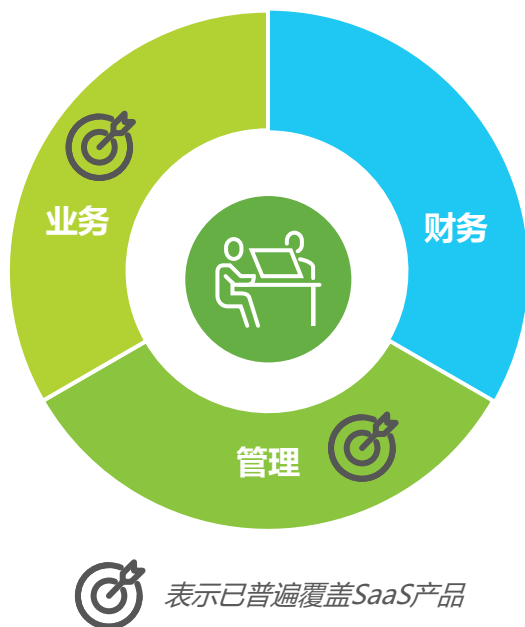
注释：图中标记颜色部分为当下重点价值领域；
来源：艾瑞咨询研究院根据公开资料整理绘制。

医药企业端SaaS：策略建议

纵向提高服务能力加强客户粘性，横向拓展新业务形成闭环

随着医药企业数字化的进程推进，医药企业与医疗SaaS合作模式更倾向于长期、稳定的“共生模式”。因此，保持与医药企业的深度合作、保持高客户黏性是医药企业端SaaS产品发展的根基。艾瑞认为，医药企业端SaaS厂商可通过平台能力建设、完善产品的覆盖场景、增加面向管理者的服务能力，亦可尝试触达企业财务场景，如将业务服务与财务系统链接以提高客户黏性，从而实现医药企业端SaaS厂商的服务能力的纵深发展。

医药企业端SaaS产品功能图谱



医药企业端SaaS客户黏性策略建议

平台能力建设

- 医师、患者、慢病管理平台、大数据等外部数据源链接能力能创造差异性产品优势

多服务场景覆盖

- 覆盖到多业务场景，深度融入至客户的各业务场景，增加数据积累量有利于客户黏性的提升

面向管理者的服务

- 由业务服务回归管理服务是SaaS产品发展方向，目前，研发条线SaaS产品有较大的提升空间

从业务到财务延伸

- 医药企业SaaS厂商亦可尝试触达：药企财务管理，较少被触及，而此类触及被认为是必要且能有效增加客户黏性

客户黏性



医药零售端SaaS

医药零售端SaaS：驱动因素

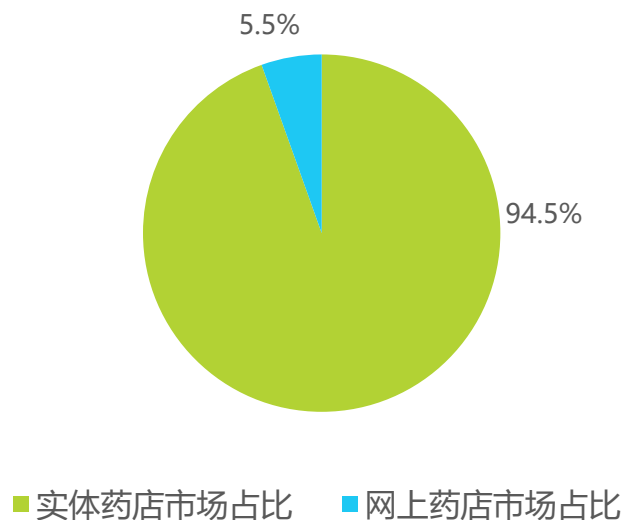
院外医药销售市场占比提升，零售大数据产品举足轻重

医药销售是医药企业的重要环节，企业对销售环节投入巨大，2020年中国百强药企平均营销费率在30%-50%之间。处方外流等政策推动院外药械销售市场份额提升，而零售药店是整个院外医药销售的重要渠道，2020年中国零售药店终端销售规模达4323亿元，实体药店占比超90%。艾瑞认为，医药零售分布零散，对于医药零售端SaaS厂商进入逻辑在于：1) 可通过入门级产品价格与资源搭载优先切入至零售药店，积沙成塔逐渐铺开局面；2) 形成零售大数据产品提供给医药企业；3) 直接/间接协助药械的营销推广。

2016-2020年中国零售药店终端药械销售额



2020年零售药店终端市场分布



注释：中国百强药企榜单取自药智网药企排行，该榜单综合企业“研发综合实力、化药研发实力、生物药研发实力、品牌影响实力”等要素对中国药企进行排行。
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，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

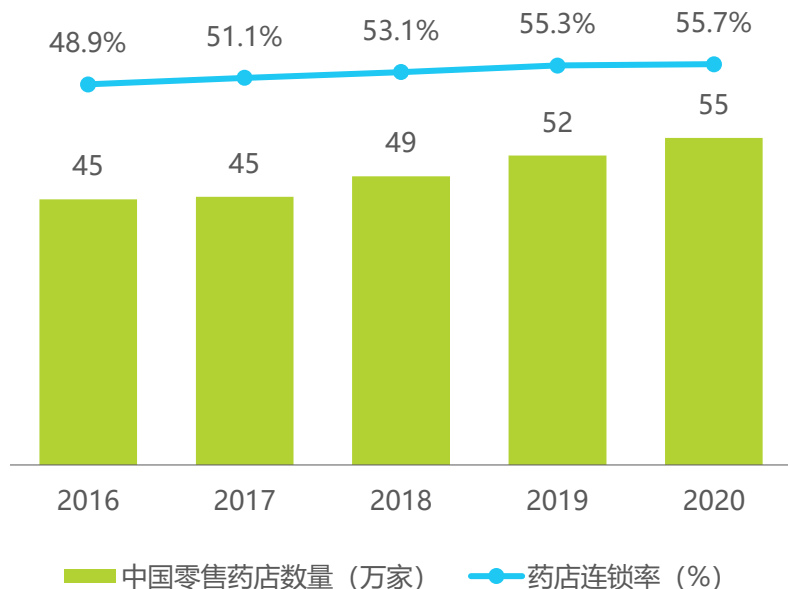
来源：综合公开资料、企业及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算及预估，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

医药零售端SaaS：产品架构

医疗零售市场角逐激烈，SaaS化部署将提升竞争内核

2020年我国零售药店数量达约55.4万家，连锁化率达55.7%。行业开放与市场需求增加双重驱动中国零售药店数量持续增长。同时，医药电商、医药O2O等新兴购药渠道份额迅速提升，零售药店经营者面临外部压力增强，医药零售端SaaS能够协助完善零售药店能力建设（从前端获客到后端管理）。在行业集中度提升与数字化转型两大趋势的推进下，医药零售端SaaS产品覆盖率将持续提升。

2016-2020年中国药店数量及连锁情况



来源：艾瑞咨询研究院根据国家药监局公开数据整理及绘制。

医药零售端SaaS产品功能图谱



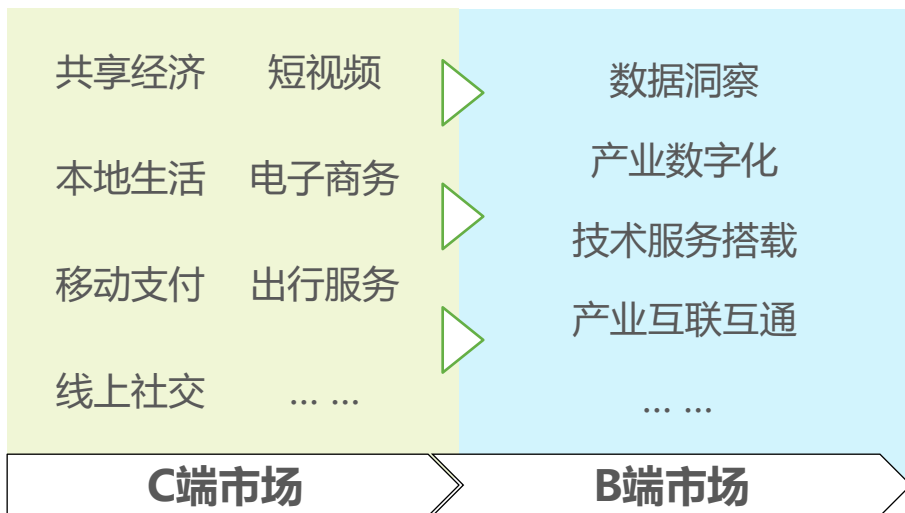
来源：艾瑞咨询研究院根据公开资料整理绘制。

医药零售端SaaS：赛道价值

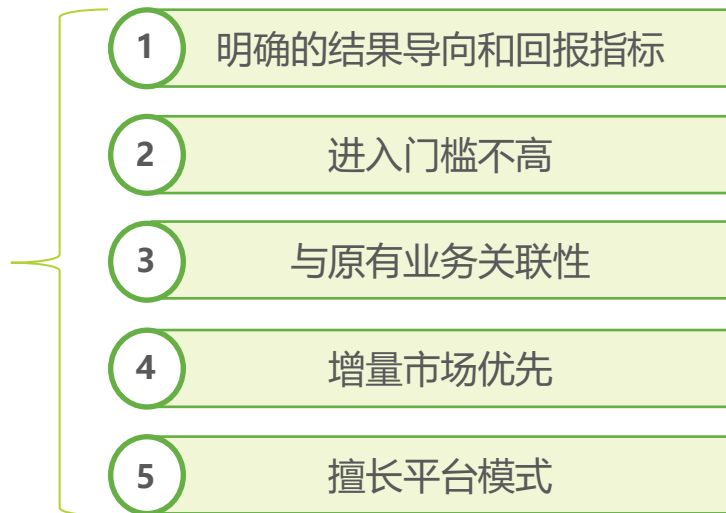
医药零售市场竞争悬而未决，是新经济厂商必争之地

2010年至2021年，新经济领域厂商立足C端市场向B端市场展开布局。此类厂商在B端市场布局目标市场偏好于：1) 明确的结果导向和回报指标；2) 进入门槛不高的市场；3) 与自身优势、原有业务存在关联的市场；4) 增量市场；5) 平台模式。具体而言，医药零售端SaaS可以协助医药企业进行直接销售、积累渠道大数据、形成产业链上下游的市场洞察，是新经济厂商的必争之地。

新经济领域业务布局由C向B的探索过程



新经济布局者偏好

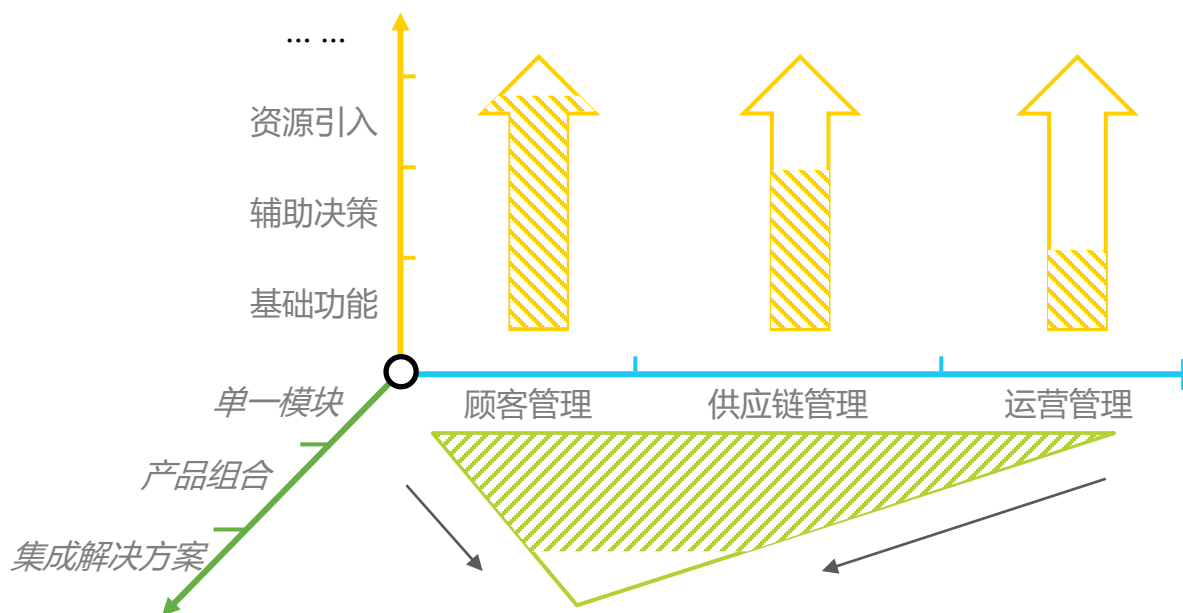


医药零售端SaaS：产品趋势

提高销售业绩产品广受欢迎，市场与产品发展空间广阔

医药零售行业总体呈现零散的状态，企业主体以中小微为主，组织架构扁平，业务架构大同小异，数字化转型难度不高；零售药店主体对SaaS产品的接受态度高、替换难度小、对功能及性价比更加看重。医药零售端SaaS市场尚处于发展早期，不同类型SaaS厂商切入点不一，能为零售药店解决实际问题（如客户引流、提高销量）的厂商可以实现快速扩张。更重要的是，厂商在切入市场后，需提高服务能力、覆盖更多产品模块，方可长远立足于市场。

医药零售端SaaS产品发展进程与趋势



- 医药零售端产品各条线功能在不断的迭代与完善；路径可分为三级：基础功能、辅助决策以及资源引入；
- 目前，率先为零售药房提供智能问诊服务模块（提高处方药销售量）的厂商，实现了零售药店的快速铺设，此类厂商通过提高服务能力与完善功能模块提高零售药店的客户粘性。

- 不同功能条线运作的医药零售端SaaS产品存在垂直于某一细分功能、不覆盖药店所有需求场景的现状；
- 产品上，具有单一功能向集成解决方案的发展趋势。

注释：图中阴影表示国内SaaS厂商已经实现的功能覆盖。
来源：艾瑞咨询研究院根据公开资料整理绘制。



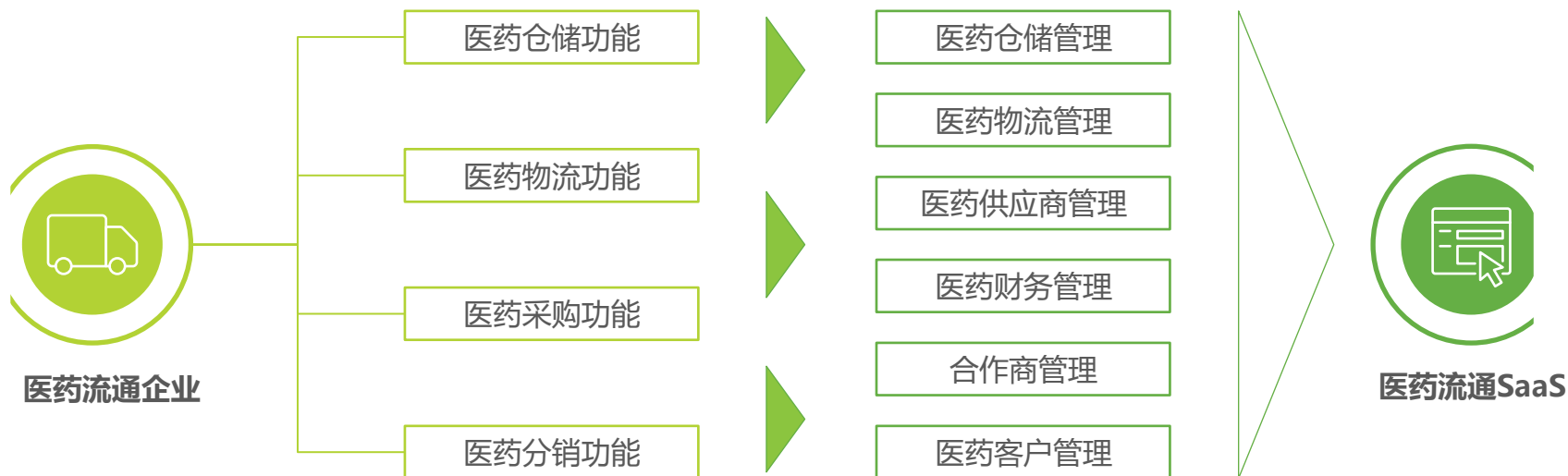
医药流通端SaaS

医药流通端SaaS：潜在需求

以龙头自建为主，尚无第三方入局，场景复杂进入考验大

医药流通业务具有产业链条长、涉及场景丰富、多元化程度强的特点，主要承担医药仓储、医药物流、医药采购、医药分销等功能。依据此类企业需要承载和建设的多元功能，服务于各端功能的SaaS功能模块需要被提出。然而，对于医药流通企业，SaaS产品的需求重点不止于对单一条线业务的满足，而更重要的价值是对于来自不同线条业务的打通与融合。目前，物流行业“仓储-物流”融合的供应链SaaS产品相对成熟，然而垂直医药流通环节存在医药流通端SaaS服务的产品空白，全国性龙头医药流通企业往往倾向于自建SaaS。随着以“两票制”为代表的一系列政策落地，医药流通行业将持续整合。未来，医药流通端SaaS产品将推动中小医药流通企业，更好的开展内部业务管理与外部合作。

医药流通端SaaS产品潜在需求梳理



来源：艾瑞咨询研究院根据公开资料整理绘制。

医疗SaaS行业发展背景

1

医疗SaaS行业发展现状

2

医疗SaaS企业案例分析

3

医疗SaaS发展趋势及策略建议

4

依托于平安集团底层力量的平安智慧城市医疗SaaS服务

平安智慧城市将自身生态优势、社会资源、技术优势融于医疗SaaS产品，面向各类需求场景提供医疗SaaS服务，致力于解决医疗环节痛点。目前，其各类产品上线后都实现对目标主体的大范围服务覆盖。原因是平安智慧城市能够解决尤其是突发卫生事件带来的医疗行业爆发式需求，其背后是平安智慧城市丰富的医疗数据积累与AI技术沉淀的有力支持。

2021年平安智慧城市医疗SaaS产品



来源：艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

秉持“专业化”与“智能化”的产品发展理念，持续完善和延伸医疗SaaS产品

目前，国内医疗SaaS整体服务仍不够细致。更精准的覆盖某一部分客户主体的当下需求是医疗SaaS的发展方向。平安智慧城市推出医疗SaaS产品关注客户主体的当下细致化需求，同时在医疗SaaS智能化方面进行持续探索。在未来的计划中，平安智慧城市将对各类医疗场景提供更加深入的SaaS服务；另一方面，平安智慧城市将持续发展“AI+医疗SaaS”，以协助提升医疗效率，改善部分地区医疗资源供给不足问题。

平安智慧城市医疗SaaS产品案例及发展方向

产品案例

平安智慧城市医疗下 **AskBob** 医生站产品累积服务医生100余万，为医生提供医学专业搜索引擎、行业交流平台、决策辅助工具和医学教辅及咨询等服务。

平安智慧城市医疗SaaS助力平安人寿发布 **“平安臻享RUN” 健康服务计划**，结合专科医生、健康管理师、营养师和平安AI智能问答，为参与服务计划的保险客户提供呵护式专业慢病管理服务。截至2021年11月30日，已服务近20万寿险客户。

诊所服务监管一体化平台 目前已在深圳福田、龙华等6个区全面上线，在医生资质、电子处方、药品、设备、耗材等环节服务与监管。目前已接入诊所近5000多家，运行一年来共监测超百万人次就诊，预警了13000+次风险，促成2000+次诊所整改。

平安智慧城市CDSS (SaaS) 自2019年4月起在甘肃省全面推广，全省已接入近20000余家医疗机构，周调用次数35万，为基层医生提供智能辅助诊断、智能医学智库等智慧化服务与工具，提升基层医生服务能力与效率。

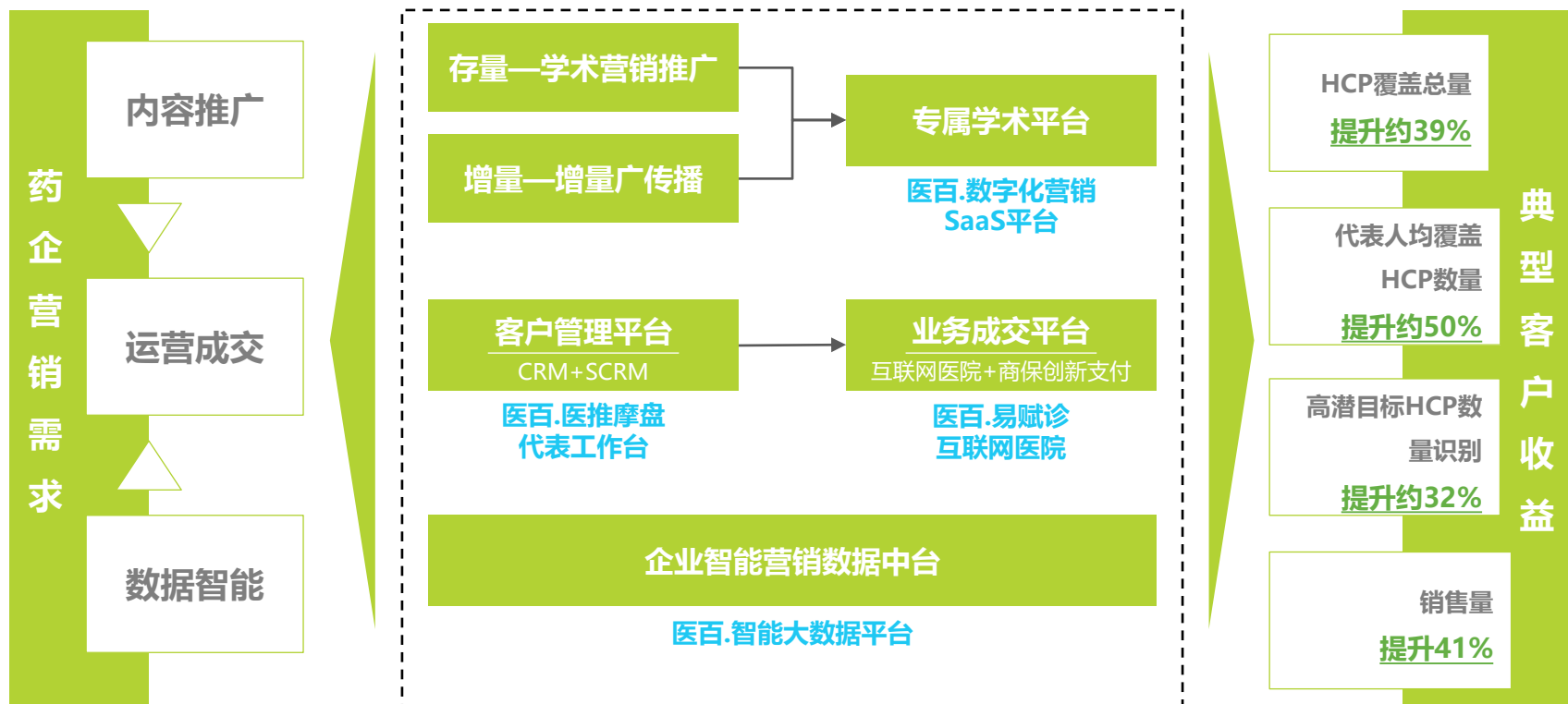
发展方向

平安智慧城市医疗SaaS布局将延续其 **“专业化”、“智能化”** 的一贯思路。专业化即更聚焦的满足客户的需求，提高使用体验；智能化即大力发展“AI+医疗SaaS”，依托AI力量创造出产品的差异化优势，突破医疗SaaS的传统发展壁垒。

基于Pharma MarTech技术，医百服务于药企营销全场景

医百科技是中国领先的医药营销数字化转型服务提供商，利用自主研发的医药营销SaaS云服务和医推摩盘，为医药企业提供“企域专属、全场景、全链路、数据智能”的营销数字化转型整体解决方案，对外可实现30+线下营销场景的线上数字化转型，对内可建立贯通企业多部门的整合营销管理体系，帮助药企打通内外融合的数字化营销闭环，开创药企从数字化运营到一体化管理的新局面。目前，医百科技已服务药企客户千余家，协会客户100余家。

医百科技Pharma MarTech产品矩阵

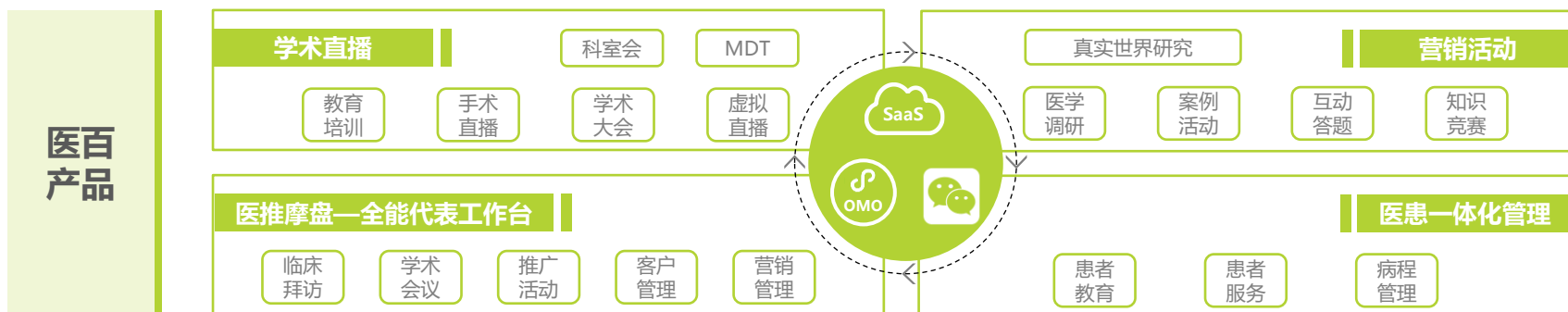


来源：艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

自研技术、数据沉淀打造核心壁垒，支撑药企打通营销闭环

医百产品优势来自于其在医药产业链中重要节点的能力建设。其在数字化学术推广平台建设、企业组织的数字化管理、医生运营等医药产业重要节点集中发力，形成自身的核心竞争壁垒，为客户打通营销闭环。

医百科技产品闭环与核心壁垒



自研底层视频技术

- 自研的高性能视频技术优势突出，为医学会议、视频导播和远程会诊等多个视频场景提供底层支撑

行业药品动销数据沉淀

- 通过多渠道药品动销数据采集，为药企提供全流程数据决策支持，精准触达目标市场

严肃医学内容数据沉淀

- 沉淀大量的严肃医学内容，以高价值医学内容做链接，打造企医患药之间高水平交互的重要竞争力

10项专利技术

国家高新技术企业

北京市专精特新企业

北京市企业技术中心

中国未来医疗100强企业

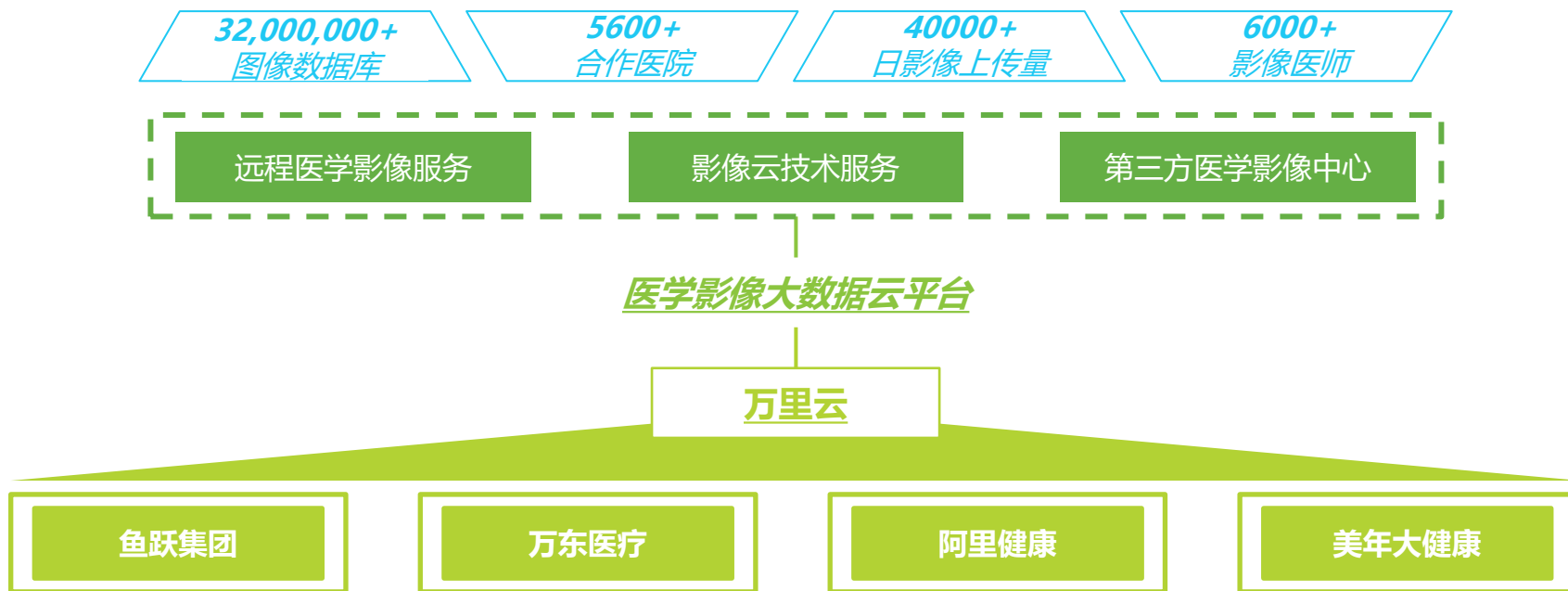
中国医药数字化企业Top10

来源：艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

背靠龙头集聚行业资源，构建大数据云平台，服务数千医院

万里云将阿里健康在互联网医疗领域的优势与万东医疗在中国医学影像行业的积累通过SaaS有机结合，在患者、基层医院、影像中心、影像医生、设备厂商之间形成高效专业的链接，提供远程影像诊断平台、移动影像诊断平台、影像学术、个人健康管理、影像综合解决方案等服务，实现影像云存储、云共享。优化影像医疗资源配置，助力分级诊疗工作的开展。

万里云产品架构及市场覆盖情况



直击消费医疗行业营销痛点，尘锋推出院外医疗机构场景下的垂直解决方案

基于对消费医疗（院外医疗机构）行业的深刻理解洞察，尘锋为院外医疗机构提供消费医疗场景垂直型SaaS服务，攻克营销难题。尘锋将消费医疗行业理解、目标市场洞察、客户企业需求与SaaS产品进行快速融合，从而使医疗SaaS产品与消费医疗机构运作实现更好的适配与融合，提高产品效能。

尘锋“系统+人才+服务”一体化解决方案

研发团队资源

ToB SaaS平台研发经验丰富，搭建微服务业务架构，产品面向云原生，在企业级应用开发、海量数据处理、人工智能落地方面持续沉淀

行业研究资源

下设Growth研究院，对医美、口腔等消费医疗领域进行行业与消费者的深度洞察，将观点沉淀至SaaS产品

运营资源

团队中营销专家领衔，组建专业营销策略团队，为院外医疗机构提供营销解决方案

尘锋 医疗SaaS

目标市场洞察

基于行业积累，结合现场走访、市场调研、个人访谈、员工座谈等方式发现市场机会，提供解决方案

规划与产品交付

根据企业需求，快速交付稳定、安全、轻便、快速的消费医疗产品供客户进行使用

后续组织与服务

1V1专属运营顾问服务，搭建专属运营体系，推动医疗机构数字化转型落地

医疗SaaS行业发展背景

1

医疗SaaS行业发展现状

2

医疗SaaS企业案例分析

3

医疗SaaS发展趋势及策略建议

4

立足当下：医疗行业变革

医疗SaaS伴随医疗改革发展，灵活快速切入多场景

长期以来，以政策为主要驱动力的医疗行业在不断的变革发展。本轮医疗改革具有持之以恒、掷地有声的特点，各个环节随时处于调整过程中，从而影响医疗行业发展格局。医疗SaaS作为一种灵活、快速的产品，以极小的试错成本、快速迭代的产品优势，同时作为“陪伴型”的商业模式，将在变革的医疗发展格局中迎来更广泛的应用。

医药行业各环节变革动向

健康优先、改革创新、科学发展、公平公正

指导原则

——《“健康中国2030”规划纲要》

服务升级

控制费用

推进发展

行业监管

政策落实

医院

- 信息化建设进程推进
- 科研投入加大提升
- 患者服务与体验升级工作持续推进
- 院内收入结构性调整
- 医疗资源下沉

医疗机构

- 社会办医政策放开，医疗机构发展多样化
- 医疗机构承担更多医疗功能
- 部分医疗机构监管趋于严格

药企

- 集采、合理用药等政策影响
- 研发创新转型趋势
- 多元化的营销渠道出现
- 信息化建设持续发酵

医药零售

- 院外市场占据更大流通份额
- 行业集中度提高
- 医保药品药店控费
- 医药电商、O2O等模式份额增大

行业变革

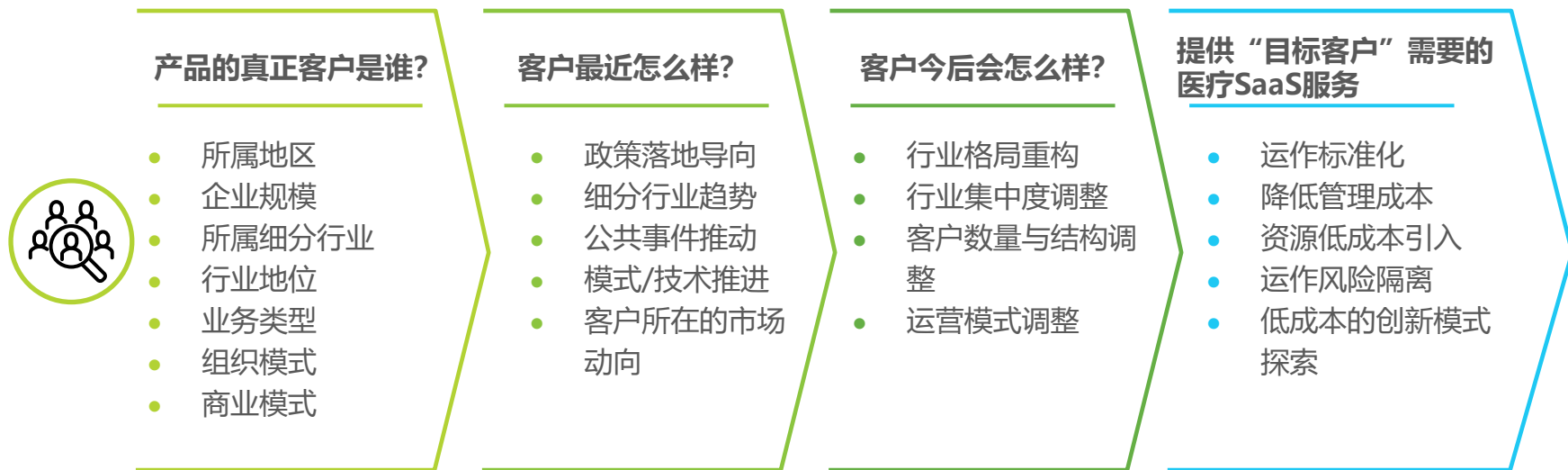
... ..

回归本质：聚焦产品力

聚焦产品“真正的客户”以及“核心诉求”至关重要

目前，部分医疗SaaS产品存在覆盖定位不够精细的情况，然而此类产品与深度的企业陪伴之间存在一定程度的互斥。艾瑞认为，医疗SaaS产品应该将真正的目标客户聚焦到由多个具体标签组成的客户画像中，而不是盲目的广泛覆盖。基于具体的客户画像去做分析，通过了解客户正在经历的政策、市场、社会事件等外部环境变化去做医疗SaaS客户市场的需求推演以及趋势判断。最后，将客户的需求与医疗SaaS的产品功能进行结合，通过向目标客户持续输出需要的医疗SaaS服务，医疗SaaS厂商才能市场中持续保持优势。

医疗SaaS产品定位与开发思路



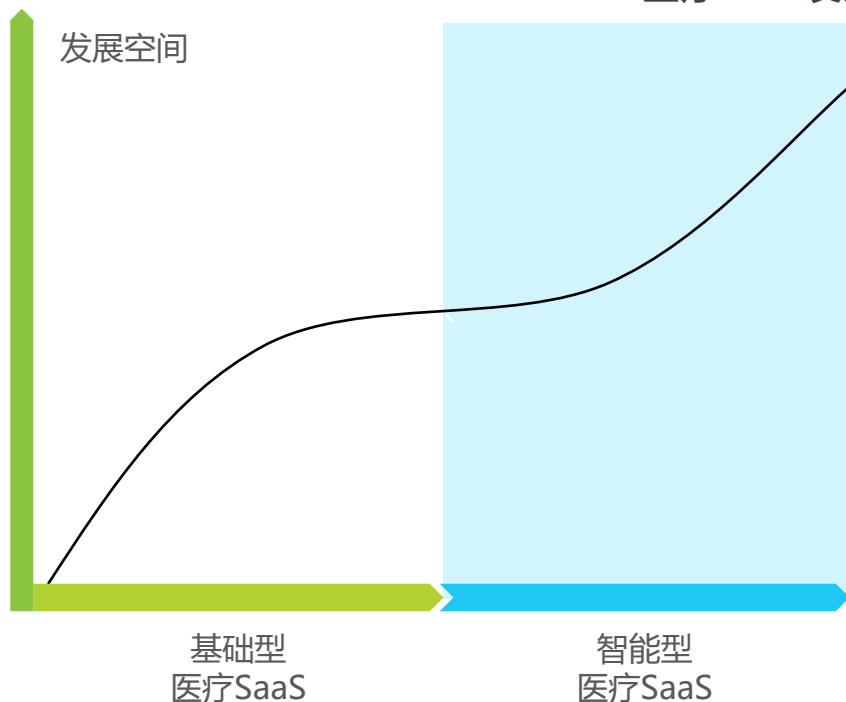
来源：艾瑞咨询研究院根据公开资料整理绘制。

相得益彰：AI+医疗SaaS

AI赋能SaaS更深服务能力，两者在未来场景应用相辅相成

仅有基础模块医疗SaaS产品的客单价与市场成长空间有限，AI技术的应用可给医疗SaaS带来更广阔的成长空间和产品附加价值。目前，已有AI+CDSS（SaaS）、AI+EMR（SaaS）等一系列产品落地。然而人工智能与医疗行业的探索具有一定壁垒，其主要包括：数据壁垒与应用市场壁垒。医疗SaaS行业发展过程中有大量数据沉淀，对医疗场景中，AI训练所需数据的短缺现象进行有效支撑。AI与医疗SaaS发展相辅相成，在未来二者结合更加紧密。

AI+医疗SaaS发展展望与发展壁垒



医疗SaaS智能化探索壁垒

数据壁垒：海量有效数据

- AI算法模型需要来自业务场景的海量有效数据进行模型训练。一方面，这需要业务场景具备足够丰富的数据基础；另一方面，不同业务场景数据筛选与标注工作存在一定壁垒，其往往需要医疗与大数据的复合型人才参与。

进入壁垒：AI+SaaS应用市场

- 成熟AI产品的开发具有前期投入大、投入周期长的高成本特点，而与之对应的是需要足够广阔或支付能力的应用市场。

放眼未来：厂商价值

行业成熟仍需时日，着眼数据入口与场景卡位初探价值空间

对于具有快速裂变的新业态，以医疗SaaS厂商为例，现阶段不可仅从财务角度进行厂商价值评估。艾瑞认为，从场景卡位、数据入口、数据收集、数据治理及未来可辐射的市场空间等角度全面评估，重点关注其行业价值更为合理。

医疗SaaS与传统估值方法的不匹配

行业变革：市场增长难预期

- 医疗行业具有政策不确定性、封闭性，医疗SaaS产品增长曲线与其他行业有所差异，增长模型不宜套用

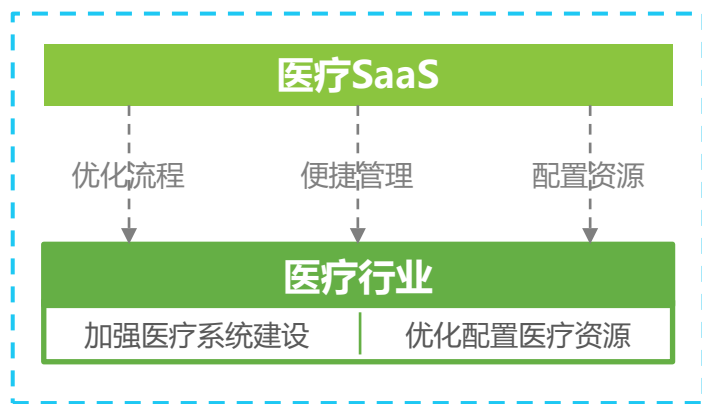
市场扩张：历史数据缺乏参考意义

- 医疗SaaS行业整体仍处于发展初步阶段。原有医疗信息化产品的云化开发与医疗场景的SaaS化部署持续进行，市场空间边界不断扩张，历史数据缺乏参考意义，传统估值模型难以构建

价值多元：产品价值难直接量化

- 除了产品营收外，医疗SaaS同样兼具做覆盖、做占位、做收集的任务。该部分价值对厂商同样重要，仅通过财务数据对产品价值进行评估，往往造成价值评价缺失

行业价值评价维度启发



- 医疗SaaS是一种正和的商业模式，其产品价值体现在优化医疗行业运行而创造出的行业价值；
- 对此类厂商的价值发现更应从行业价值角度深入评估

艾瑞新经济产业研究解决方案



行业咨询

- 市 场 进 入 为企业提供市场进入机会扫描，可行性分析及路径规划
- 竞 争 策 略 为企业提供竞争策略制定，帮助企业构建长期竞争壁垒



投资研究

- IPO行业顾问 为企业提供上市招股书编撰及相关工作流程中的行业顾问服务
- 募 投 为企业提供融资、上市中的募投报告撰写及咨询服务
- 商业尽职调查 为投资机构提供拟投标的所在行业的基本面研究、标的项目的机会收益风险等方面的深度调查
- 投后战略咨询 为投资机构提供投后项目的跟踪评估，包括盈利能力、风险情况、行业竞对表现、未来战略等方向。协助投资机构为投后项目公司的长期经营增长提供咨询服务

关于艾瑞




艾瑞咨询是中国新经济与产业数字化洞察研究咨询服务领域的领导品牌，为客户提供专业的行业分析、数据洞察、市场研究、战略咨询及数字化解决方案，助力客户提升认知水平、盈利能力和综合竞争力。

自2002年成立至今，累计发布超过3000份行业研究报告，在互联网、新经济领域的研究覆盖能力处于行业领先水平。

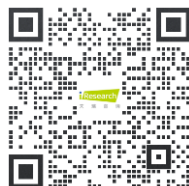
如今，艾瑞咨询一直致力于通过科技与数据手段，并结合外部数据、客户反馈数据、内部运营数据等全域数据的收集与分析，提升客户的商业决策效率。并通过系统的数字产业、产业数据化研究及全面的供应商选择，帮助客户制定数字化战略以及落地数字化解决方案，提升客户运营效率。

未来，艾瑞咨询将持续深耕商业决策服务领域，致力于成为解决商业决策问题的顶级服务机构。

联系我们 Contact Us

 400 - 026 - 2099

 ask@iresearch.com.cn



企 业 微 信



微 信 公 众 号

法律声明

版权声明

本报告为艾瑞咨询制作，其版权归属艾瑞咨询，没有经过艾瑞咨询的书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制、传播或输出中华人民共和国境外。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，部分文字和数据采集于公开信息，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，艾瑞咨询对该等信息的准确性、完整性或可靠性作尽最大努力的追求，但不作任何保证。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的观点均不构成任何建议。

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