

行業概覽

本節及本文件其他章節所載列的資料及統計數據摘自不同政府官方刊物、公開市場研究的可用資料來源及來自獨立供應商的其他資料來源。此外，我們委聘弗若斯特沙利文編製弗若斯特沙利文報告，該報告是一份關於[編纂]的獨立行業報告。我們相信，本節及本文件其他章節的資料來源乃有關資料的適當來源，並已合理謹慎摘錄及轉載有關資料。我們並無理由相信有關資料屬虛假或含誤導成分，或遺漏任何事實以致有關資料屬虛假或含誤導成分。來自官方政府來源的資料並無經我們、[編纂]、[編纂]、聯席保薦人、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]或參與[編纂]的任何其他各方獨立核實且概無就其準確性發表任何聲明。董事在作出合理查詢後確認，自弗若斯特沙利文報告日期以來，市場資料並無不利變動以致限制、抵觸本節所載資料或對該等資料造成重大影響。

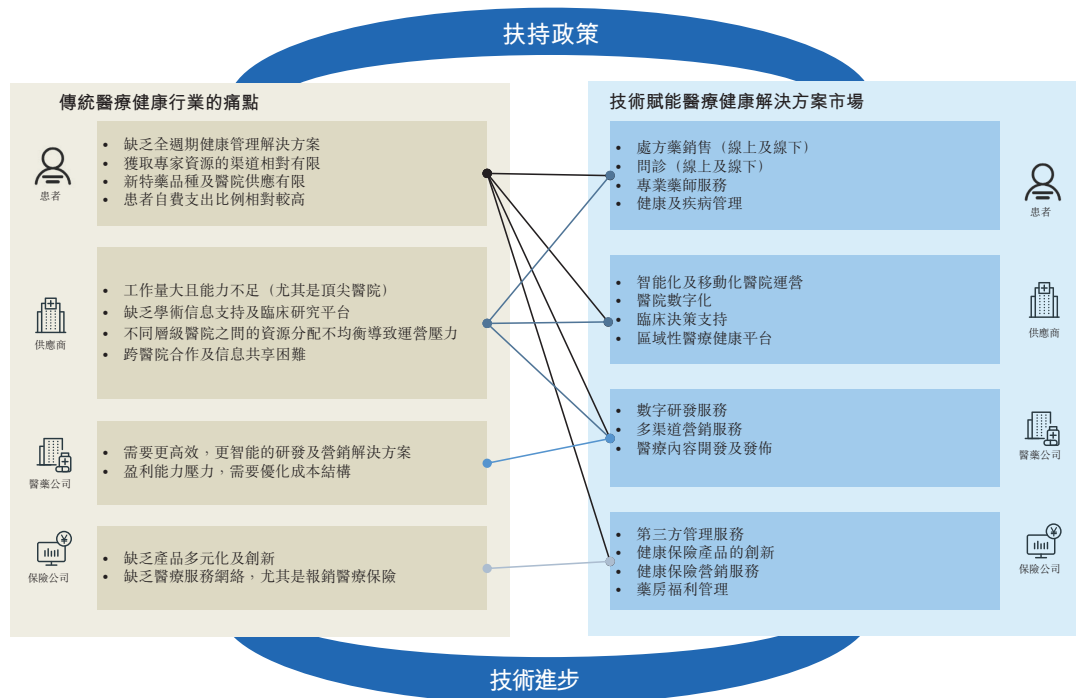
中國醫療健康行業概覽

中國醫療健康行業的巨大增長潛力

中國是醫療健康大國，醫療健康支出規模龐大且穩步增長。根據弗若斯特沙利文的資料，中國於2021年的醫療健康支出總額為全球第二大，由2017年的人民幣52,598億元增長至2021年的人民幣75,594億元，複合年增長率為9.5%；預期於2025年及2030年將分別達到人民幣110,471億元及人民幣162,609億元，2021年至2025年以及2025年至2030年的複合年增長率分別為9.9%及8.0%。然而，中國人均醫療健康支出在2020年全球十大最高國內生產總值的國家中僅排名第九，反映了巨大的增長空間。此外，隨著預期壽命不斷延長促使人口結構改變，結合大眾生活水平的持續提高，中國需要更優質、更全面及易於獲得的醫療健康服務。

行業概覽

中國技術賦能醫療健康解決方案市場

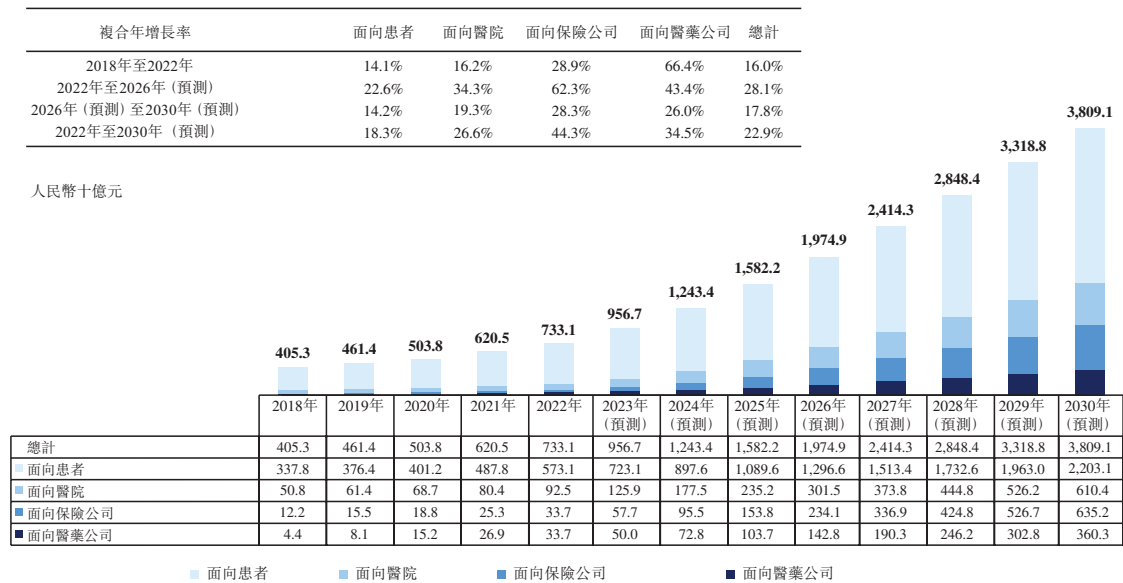


如上圖所示，痛點彌漫傳統醫療健康行業並影響著生態圈中的所有參與者，也帶來了前所未有的機遇，讓參與者通過將院內及院外市場、社會及商業健康保險市場與全套服務相結合探索全新的業務模式。在下文所述扶持政策環境及技術進步的驅動下，中國已形成技術賦能醫療健康解決方案的市場，帶動持續創新及發展，讓參與者建立在院內就診、院外醫療交付乃至健康險支付的整個過程陪伴患者的健康管理業務。該市場規模由2018年的人民幣4,053億元增加至2022年的人民幣7,331億元，複合年增長率為16.0%。市場規模預期將於2026年及2030年達到人民幣19,749億元及人民幣38,091億元。

中國技術賦能醫療健康解決方案市場主要包括面向患者的院外市場、面向醫院的信息數字化市場、面向保險公司的技術賦能市場以及面向醫藥公司的數字營銷市場。

行業概覽

中國技術賦能醫療健康解決方案市場明細，2018年至2030年（預測）



中國技術賦能醫療健康解決方案市場總體上受人們對更優質的醫療健康管理不斷增加的需求、利好政策及技術進步所帶動。具體而言：

- 面向患者的院外市場。**有關醫藥分家的政策（例如零加成政策以及限制院內藥佔比）加快了處方流轉，繼而加快院外藥物市場的增長。具體而言，中國政府推出的零加成政策是為了消除公立醫院所售藥品加價。加上對院內藥佔比政策的限制，公立醫院須降低藥品費用在醫療總支出中的比例，因此，鼓勵病人從院外渠道（線下或線上）購買處方藥，從而推動整體院外市場的增長。同時，鑒於院外醫療服務更為便利、產品更豐富、可獲得全週期健康管理及靈活對接創新商業健康保險產品，人們更願意使用該種服務，令市場進一步增長。此外，近期《中華人民共和國藥品管理法實施條例（修訂草案徵求意見稿）》等條例草案可能顯示當局加強對線上藥品銷售活動的監管，這很可能進一步導致中國技術賦能醫療健康解決方案市場標準化，惟將視乎具體條例草案的最終定稿及實施情況而定。

行業概覽

- *面向醫院的信息數字化市場*。該市場保持快速增長，並於2022年達至人民幣925億元，主要由於醫院對管理系統加速數字化的不斷增長的需求、患者對連接醫療系統的智能化管理及移動化的需求以及醫生對患者管理和臨床研究數字化的需求。由於醫院信息數字化進程仍處於早期階段，隨著專業知識的積累及技術進步的不斷發展，估計市場將繼續快速增長。
- *面向保險公司的技術賦能市場*。此市場分部的增長受利好政策、人們的可支配收入日益增加以及對國家保險未覆蓋或部分覆蓋的新特藥的需求所帶動。中國政府已就商業醫療保險市場規模進一步列明清晰的目標，旨在2025年前超過人民幣2萬億元。加上人們對醫療健康管理及技術進步的認識不斷提高，面向保險公司的技術賦能市場得以快速增長。
- *面向醫藥公司的數字營銷市場*。由於傳統醫藥代表模式面臨的合規壓力越來越高及帶量藥物採購制度導致利潤率持續下降，醫藥公司對更高效及更低成本營銷策略的需求不斷增加。醫藥公司要麼建立其自身的數字營銷平台，要麼與第三方醫療服務平台合作。隨著醫藥公司與醫患保持更緊密互動並向其提供更多資訊的需求不斷增長，市場快速增長，並將繼續擴大。

扶持政策環境

根據弗若斯特沙利文的資料，中國政府已頒佈多項政策，以解決上述痛點。

- *推進處方流轉*：有關醫藥分家的政策（例如零加成政策以及限制住院藥佔比）加快了處方流轉，從而大幅促進了中國院外藥物交付市場的增長。因此，院邊店藥房及線上藥房作為主要院外藥物交付渠道，直接受惠於這一趨勢。
- *支持院邊店藥房發展*：「雙通道」機制等法規進一步促進了院邊店藥房（為患者提供全週期健康管理的重要部分）的發展。有關法規鼓勵院邊店藥房參照醫院提供的藥物持續豐富處方藥的品類，並能夠支持社會醫療保險報銷。

行業概覽

- *支持數字醫療健康市場發展*：接受線上處方藥銷售及問診、允許線上支付及社會醫療保險報銷並鼓勵成立互聯網醫院的法規促進了數字醫療健康市場的發展。根據弗若斯特沙利文的資料，截至2021年，中國已有超過1,600家互聯網醫院成立，並在逾20個省份推出從線上問診至線上支付的閉環服務。擴闊數字醫療健康服務可解決醫療資源分配不均的問題，同時進一步促進分級醫療體系的發展。
- *加快發展商業醫療保險市場*：國家鼓勵保險公司提供創新及多元化的健康保險產品，以建設多層次的社會保障體系。有利的政策環境推動報銷型保險業務模式，加快商業健康險市場的增長。中國政府已就商業醫療保險市場進一步列明清晰的目標，旨在2025年前超過人民幣2萬億元。

醫療健康行業技術進步

大數據、雲存儲以及人工智能等數字技術的進步和使用旨在提高整個醫療健康價值鏈的效率。

- *新興的通訊技術可延伸至更多智能醫療健康應用及場景*。5G技術帶來的高速數據傳輸及無損的4K高清圖像可支持醫療的新應用及場景，包括遠程診斷，多學科會診甚至遠程手術，從而加快了醫療健康服務的數字化，造福醫院、醫生以至患者。
- *大數據分析技術使個性化的全週期健康管理得以實現*。大數據分析技術結合臨床指南、學術文獻、電子病歷及相關院外信息的累積及處理，形成了對重大疾病的深刻理解以及使基於專科領域的個性化全週期健康管理服務得以推出。
- *物聯網技術提升醫療機構的運營效率和服務能力*。物聯網技術可有助於收集及整合來自多個來源的院內及居家場景（例如醫療設備及健康及健身裝置）的醫療數據。應用物聯網技術可支持智能醫院的發展，提高效率和改善運營管理，進而提升醫療服務的質量及效率。

行業概覽

COVID-19對醫療健康行業的影響

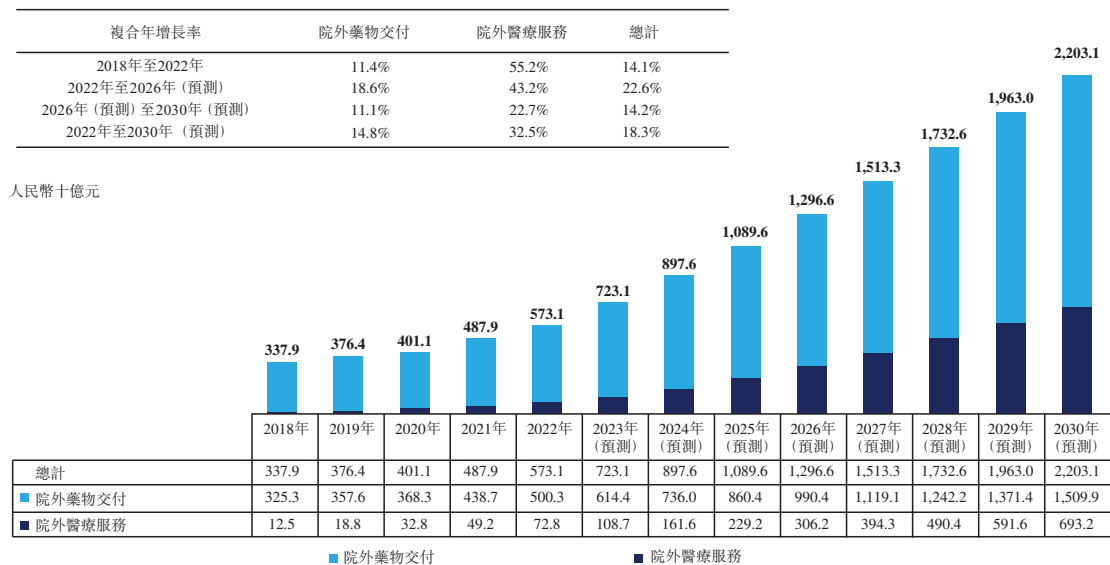
根據弗若斯特沙利文，COVID-19疫情對中國醫療健康行業造成的影響多樣且深遠。一方面，疫情導致用於COVID-19預防及治療的整體醫療健康支出增加，並在一定程度上導致當地醫療機構的醫療資源緊張。此外，COVID-19疫情為醫療健康行業的各參與者（如院外藥房）造成線下運營中斷及供應鏈限制。醫療健康行業的參與者積極採取各項措施適應及克服該等挑戰，旨在減低對其日常運營造成的不利影響及確保其提供的產品及服務的持續性。另一方面，疫情加快中國醫療改革政策的推廣及實施，包括有關醫療健康服務數字化及智能化的政策，加強大眾對健康管理的關注，從而為醫療產業端上的參與者帶來新機遇。自COVID-19疫情發生以來，大眾更願意為醫療及健康產品及服務付費，並更容易接受新保險產品以及健康與疾病管理產品。為應對大眾不斷轉變的醫療健康需要，中國醫療機構已開始積極開發高質素的醫療設施，特別是用於治療呼吸系統疾病的醫療設備，保險公司亦開始推廣更多健康險，並擴展其健康險保障範圍，而醫藥公司同時加快藥物創新且與更多行業參與者（包括院外藥房）合作，提升藥品的可及性。

中國技術賦能醫療健康解決方案細分市場

中國面向患者的院外市場

中國面向患者的院外市場提供患者全週期健康管理解決方案，主要包括院外藥物交付及醫療服務。

中國面向患者的院外市場明細，2018年至2030年（預測）



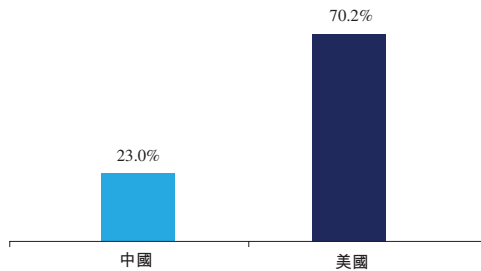
行業概覽

院外藥物交付市場

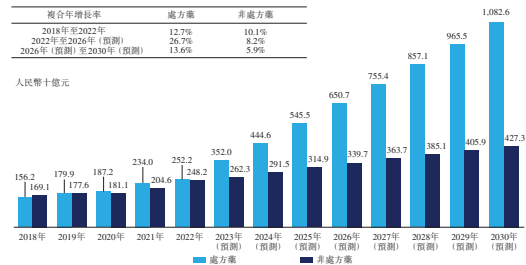
中國的藥物交付市場主要由院內及院外兩個部分組成。院外藥物交付市場主要包括線下及線上銷售的處方藥及非處方藥。受處方流轉驅動，中國處方藥院外藥物交付市場大幅擴大，於2022年達到人民幣2,522億元，2018年至2022年期間的複合年增長率為12.7%，預期將於2026年達到人民幣6,507億元，並於2030年達到人民幣10,826億元，複合年增長率分別為26.7%及13.6%。然而，處方藥院外藥物交付市場僅佔2019年中國醫藥市場總額的23.0%，而在美國則為70.2%，進一步反映了中國院外藥物交付滲透率有龐大的增長空間。受促進處方流轉的政策所驅動，中國院外藥物交付市場迅速擴大。

和藥物交付市場類似，中國醫療器械市場（醫療設備除外）也面臨從醫院外流的趨勢，預計從2021年的人民幣5,351億元增長到2030年的人民幣10,639億元。處方流轉及帶量採購的推行加快了醫療器械外流，院外醫療器械市場的增長因此獲得了大力支持。因此，院外平台作為重要院外器械銷售渠道得以直接受惠於該趨勢，覆蓋更多品類，包括即時檢驗、醫療耗材等，顯示增長潛力巨大。

中國及美國院外處方藥佔醫藥市場總額的比例，2019年



中國院外藥物交付市場，2018年至2030年（預測）



附註*：院外藥物交付市場包括藥房渠道

行業概覽

院邊店藥房提供便捷的院外處方藥交付解決方案

院邊店藥房指毗鄰醫院且直接受惠於處方流轉的藥房。於2019年，來自三級醫院門急診服務的藥物收入平均為人民幣120百萬元，其中約85%來自處方藥銷售。約90%的處方為可經院外途徑合法交付的非管制藥物。根據弗若斯特沙利文的資料，估計院外處方藥交付市場（藥房）對院內處方藥交付市場的比率將由2019年的16.8%上升至2028年的81.1%。根據弗若斯特沙利文的資料，來自單個三甲醫院及一般三級醫院處方流轉的平均潛在銷售預期將於2028年分別達到人民幣541.4百萬元及人民幣85.6百萬元。

下表列示中國院邊店藥房與傳統社區藥房的比較。

	院邊店藥房	傳統社區藥房
位置	醫院附近	住宅社區內
主要產品	處方藥	非處方藥
服務	問診及健康管理服務	一般購買協助及簡單檢查
藥師	配備合格藥師	一般銷售職員，而內部藥師較少
客戶	患者為主	附近居民
單個藥房2020年 年度收入	人民幣5百萬元至人民幣50百萬元	人民幣1百萬元至人民幣3百萬元

院邊店藥房市場的進入門檻

- **位置毗鄰醫院。**院邊店藥房通常位於頂尖醫院附近，地理位置優勢可讓其作為患者未來的「首選服務中心」，而其服務可與院內診療形成互補。有限的店舖資源對新藥房構成天然的門檻。
- **特效藥物流能力。**於院邊店藥房出售的生物藥等特效藥通常要求特殊儲存及交付標準，以確保為患者提供可及且安全的藥物。

行業概覽

- **專業的醫藥服務。**若干創新藥(尤其是針對癌症及其他重大疾病的藥物)給藥程序複雜並需要在治療週期中進行看護。專業藥師可提供可及的優質患者導向型服務，包括用藥指引、副作用監測及患者教育。有關服務可顯著提高患者的用藥合規性及治療效果，從而提升患者滿意度。
- **雙通道藥房資質。**雙通道藥房處於有利地位，可受惠於處方流轉。然而，若想獲得「雙通道」資格，藥房需要滿足一系列高標準，例如有能力提供社會醫療保險計劃涵蓋的處方藥以及概無違規或遭受行政處罰的記錄。

院外醫療服務市場

院外醫療服務指在醫院外提供的面向患者的醫療服務，包括線上及線下問診、續方、用藥諮詢、輸注服務、健康管理及離院後監察。中國院外醫療服務市場已顯著擴大。市場規模由2018年的人民幣125億元增加至2022年的人民幣728億元，複合年增長率為55.2%，預期將於2026年及2030年分別達到人民幣3,062億元及人民幣6,932億元，2022年至2026年以及2026年至2030年的複合年增長率分別為43.2%及22.7%。身體健康已越發成為更多人的優先考慮，使人們對於方便的全週期數字健康管理的需求有所增加。患者要求更便捷全面的醫療體驗，而單靠傳統院內醫療服務並不足以提供該等服務。院外醫療服務與院外藥物交付為蓬勃發展的面向患者的院外市場奠定基礎。另一方面，建立成功的院外醫療服務業務要求服務供應商擁有豐富的經驗、技術實力、運營實力及人力資源，以上各項構成該領域的重大進入門檻。

面向患者的院外市場的競爭格局

面向患者的院外醫療健康解決方案供應商從事各式各樣服務，包括問診服務、處方藥交付及輸注服務。一直以來，處方藥主要由醫院供應。上述限制院內藥物收入的政策頒佈後，專注於為患者提供處方藥的院外醫療健康解決方案供應商於2015年開始興起，業內領先的供應商包括本公司、公司A及公司B。本公司與另外兩家公司在多個方面存在差異。

行業概覽

專注於處方藥的院外醫療健康解決方案供應商						
院外患者服務收入， 2022年 (人民幣十億元)	藥師人數*	院邊店 藥房數目*	雙通道 藥房數目*	設有藥房的 城市數目*	品種的 零售總額*	
本公司	5.0	628	209	121	102	59,710
公司A	3.7	300-320	60-70	53	60-70	400-500
公司B	0.4	100-120	10-20	7	30-40	1,000-1,500

附註：

- * 競爭對手截至2022年12月31日的數據
本公司截至2023年6月30日的數據
藥師人數指所有與本公司簽訂僱傭協議的藥師
院邊店藥房指位於醫院300米內的藥房

† 鑒於我們的行業顧問未能就身份披露而言取得公司A及公司B的同意，因此披露公司A及公司B的身份並不可行。

- (1) 公司A為領先特效藥及醫療服務公司，其提供特效藥藥房服務、腫瘤現場管理組織(SMO)服務及商業醫療保險服務。於2014年成立，公司A已於中國內地所有省級行政區域（西藏及青海除外）建立擁有103家特效藥藥房的網絡，其專注於腫瘤及其他重大疾病的特效藥。截至2022年12月31日止年度，公司A的收入總額為人民幣41億元。
- (2) 公司B為領先數據驅動及人工智能賦能醫療健康科技公司，其提供直接面向患者(DTP)的藥房服務及腫瘤大數據服務。於2014年成立，公司B截至2021年3月31日累計照料超過3.5百萬名患者，並為超過2.5百萬名患者提供縱向護理。截至2022年12月31日止年度，公司B的收入總額為人民幣10億元。

	服務範圍比較						
	院內	院外					
	醫院數字化	線上藥房	線下藥房	問診	輸注服務	患者健康 管理	商業保險 第三方 管理服務
本公司	√	√	√	√	√	√	√
公司A			√	√	√	√	√
公司B	√		√	√	√	√	

行業概覽

在專注於處方藥的院外醫療健康解決方案供應商中，本公司於2022年的收入排名第一，其次是公司A。我們的收入僅略高於公司A，主要是由於本公司與公司A定位不同。我們定位為解決患者醫療服務週期的綜合患者服務提供商。公司A本身定位為藥房服務和腫瘤SMO服務提供商。為滿足患者客戶的不同需求，我們提供的藥物涵蓋範圍更加廣泛，截至2023年6月30日，已覆蓋各種疾病的約59,710個品種。我們的藥房專注於處方藥，並配備了種類繁多的處方藥藥品。於往績記錄期，我們約88%的零售額來自處方藥銷售，主要包括用於複雜疾病治療的處方藥。舉例而言，截至2023年6月30日，我們的產品組合涵蓋國家藥監局自2015年起批准的123款創新性腫瘤治療藥物中的96款，且我們超過2,100個品種為心血管疾病的處方藥。

相比而言，公司A主要銷售腫瘤藥物。於2020年，腫瘤藥物銷售額佔公司A總品種的61.7%。腫瘤藥物作為公司A的主要收入來源，單價相對較高。憑藉我們服務線的業務增長，且隨著我們通過營銷服務進一步加強與醫藥公司的關係和合作，我們預期將擴大創新藥（包括腫瘤藥物）的覆蓋範圍，同時為保障患者客戶的利益而維持更廣泛的處方藥覆蓋範圍。

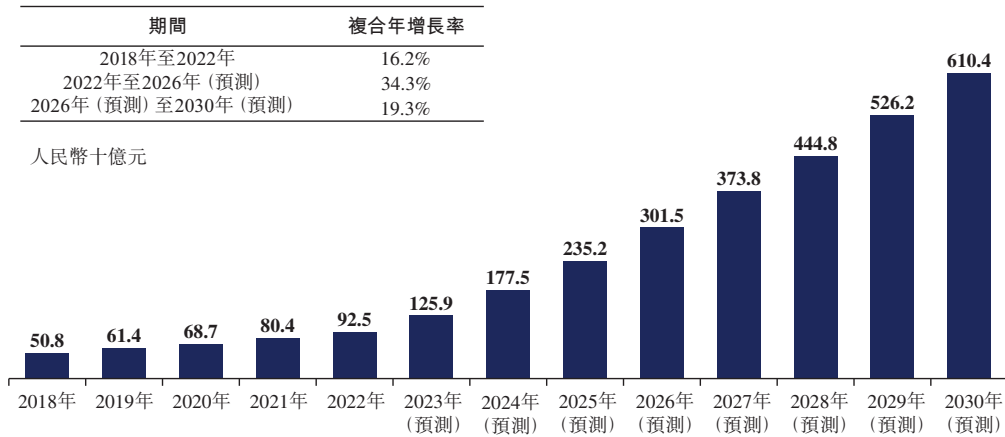
中國面向醫院的信息數字化市場

中國面向醫院的信息數字化市場規模

醫院信息數字化市場的發展可提升患者的院內體驗並滿足患者對於全病程護理的巨大未滿足需求及對全週期健康管理的需求。醫院信息數字化進程尚處於早期階段，當中包括醫院管理數字化和醫療服務移動化兩個階段。中國醫院信息數字化市場規模由2018年的人民幣508億元增加至2022年的人民幣925億元，複合年增長率為16.2%，並預期於2026年和2030年將分別達到人民幣3,015億元和人民幣6,104億元，複合年增長率分別為34.3%和19.3%。

行業概覽

中國面向醫院的信息數字化市場的規模，2018年至2030年（預測）



根據弗若斯特沙利文的資料，中國醫院信息數字化市場的增長驅動因素包括：

- **醫院對加快數字化進程的需求。**受利好政策及持續科技進步帶動，中國醫院對加快院內管理系統的數字化擁有強烈需求。先進的數字技術，例如微服務架構和混合雲基礎設施，以低成本快速高效地完成醫院信息數字化部署，提升醫院的整體運營效率。
- **患者對醫療系統的智能化和移動化需求。**隨著智能手機的普及及移動技術的發展，醫院可通過提供智能分診、陪診和導診平台提升患者體驗，並通過線上醫療諮詢及處方平台讓患者更容易獲得醫療專家資源。
- **醫生對患者管理和臨床研究數字化的需求。**高效的數字化平台有助於醫生提升其患者管理效率和臨床研究。數據分析可產生有利於臨床決策的寶貴醫療見解。醫生與患者之間的遠程溝通有助於遠程覆診及患者長期健康管理。此外，醫生獲提供整理齊全及容易獲取的醫療研究刊物及治療指引，使得臨床研究更加便捷。

行業概覽

中國面向醫院的信息數字化市場的競爭格局及准入門檻

中國面向醫院的信息數字化市場的主要參與者包括傳統醫院信息數字化參與者以及專注於數據分析及服務移動化的創新參與者。面向醫院的信息數字化市場的主要參與者包括衛寧健康、萬達信息、東軟、創業慧康及醫惠科技。該市場通常集中在提供各種不同產品及服務(包括軟件開發、系統集成服務、技術支持、硬件產品及數據服務)的主要參與者。然而，市場上已出現更多專注於提供不同垂直領域服務的創新服務提供者，包括專注於軟件服務、旨在提升患者的院內體驗及更好地連結院內與院外環境的本公司。

面向醫院的信息數字化市場的首個門檻是吸納及留存醫院客戶的能力，從而在公開招標過程中佔據有利位置以爭取業務。第二個門檻是積累實踐經驗。信息數字化在醫療機構的應用和運作不僅需要軟件及硬件技術，亦需要如何將系統整合至不同機構現有操作系統中的經驗和知識。第三個門檻是積累對患者及醫生在治療及日常運營過程中的需求的深入理解和理解，以設計更多定製的綜合系統。

在面向醫院的信息數字化市場中，企業的成本主要包括技術研發費用、軟硬件推廣費用。

中國面向保險公司的技術賦能市場

商業健康保險概覽

與現有醫療支出保障相輔相成，商業健康保險為患者提供了價格相宜及更完善的醫療選擇，促進患者的全週期健康管理，從而更有效控制社會整體疾病相關支出。商業健康保險涵蓋受保人在罹患疾病或發生事故時產生的直接費用及間接損失，其包括疾病險、醫療險、失能險和護理險。中國商業健康保險處於早期發展階段。於2019年，中國商業健康保險支出為人民幣2,351億元，僅佔全國醫療健康總支出的3.6%，相比美國商業健康保險支出在全國醫療健康總支出的比率為33.3%。預計2030年前中國商業健康保險支出在全國醫療健康總支出比例將達到17.1%。

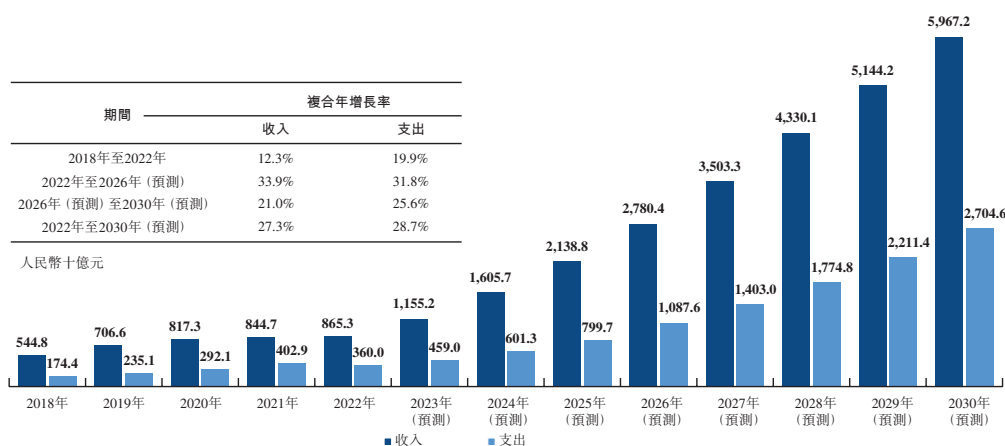
行業概覽

中國商業健康保險市場規模

2030年商業健康保險收入和支出估計將分別達到人民幣59,672億元和人民幣27,045億元，2022年至2030年的複合年增長率分別為27.3%和28.7%。於2019年，中國的健康險保費總額佔國內生產總值總額的比例及人均健康險保費分別為0.71%及人民幣504.7元，相比於2020年分別為0.78%及人民幣579.0元，而美國的對應數據分別為4.5%及2,912.2美元（人民幣18,904.5元）。

根據弗若斯特沙利文的資料，中國商業健康保險市場的主要增長驅動因素包括國家社會醫療保險覆蓋新特藥範圍有限、可支配收入提高、醫療健康管理服務提升及新保險產品的開發。

商業健康保險基金的收入及支出，2018年至2030年（預測）



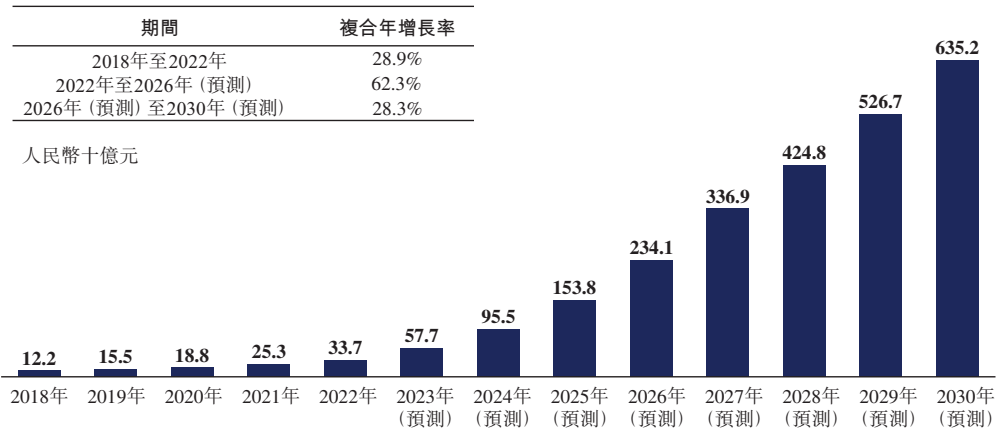
中國面向保險公司的技術賦能市場的規模

作為中國商業健康保險市場的一部分，中國面向保險公司的技術賦能市場主要由第三方管理機構(TPA)組成，其以獨立身份參與健康保險的運營。第三方管理機構協助健康保險公司設計產品、建立醫療服務網絡、收集及處理理賠流程中的資料以及提升風險管理及風險控制能力。通過協助健康保險系統的運營，第三方管理機構在保險行業價值鏈中發揮重要作用。

中國面向保險公司的技術賦能市場的規模由2018年的人民幣122億元增長至2022年的人民幣337億元，複合年增長率為28.9%，並預期於2026年及2030年分別達到人民幣2,341億元及人民幣6,352億元，複合年增長率分別為62.3%及28.3%。

行業概覽

中國面向保險公司的技術賦能市場規模，2018年至2030年（預測）



面向保險公司的技術賦能市場的競爭格局

下表載列按普惠型商業健康保險所覆蓋的城市數目計，面向保險公司的技術賦能市場中本公司、公司C與公司A的比較。

面向保險公司的技術賦能市場	
普惠型商業健康保險所覆蓋的城市數目*	
本公司	>120
公司C	110-120
公司A	20-30

附註：

* 截至2022年12月31日的數據

† 鑒於我們的行業顧問未能就身份披露而言取得公司A及公司C的同意，因此披露公司A及公司C的身份並不可行。

(1) 公司C為醫療及健康服務公司，其為創新患者付款、互聯網+醫療管理服務及健康保險運營提供全面解決方案。於2017年成立，公司C截至2021年12月31日已成功與2,000家直接面向患者藥房及110家保險公司合作。

行業概覽

東南亞面向保險公司的技術賦能市場

根據弗若斯特沙利文，於東南亞獲批的新特藥數量有限，且符合資格管理新特藥的醫療機構亦寥寥可數。此外，於東南亞，部分由於市民大眾的收入水平相對較低，彼等支付醫療費用的能力普遍受限。儘管當地政府一般提供日常醫療服務保障，對獲得較廣泛或新特藥方面仍然有限。另外，東南亞民眾較熟悉與金融投資有關的保險，而非健康保險產品（包括新特藥保險）。專門提供新特藥保險的公司可能會以此作為進入東南亞市場的起點，透過提供良好的理賠體驗，提高民眾對健康險的關注，以助擴展當地健康險市場（包括新特藥保險市場）。

中國面向醫藥公司的數字營銷市場

中國醫藥公司數字化營銷概覽

鑒於中國的醫患基數大，需求多元化，中國醫藥公司致力於與醫患保持更緊密互動並以較低推廣成本提供更多資訊性服務。由於傳統醫藥代表模式面臨「4+7」帶量藥物採購制度帶來的合規壓力越來越高，且利潤率持續下降，數字營銷模式（包括線上問診及線上學術會議）逐漸更受到醫藥公司的重視和採納。COVID-19的爆發進一步加快這趨勢。根據弗若斯特沙利文的資料，數字營銷主要具備以下優勢：

高效率。與需要線下互動的傳統營銷活動相比，由於可更及時收集反饋意見，數字營銷活動可以更高效地進行。

低成本。數字營銷主要依賴線上渠道，這可為醫藥公司節省舉行線下會議的龐大成本，並省去就傳統營銷方式須聘請及管理的線下銷售人員。

更佳的醫療信息交付。通過與醫生以數字方式分享最新醫療資訊及研究，包括最新的臨床指引、醫療研究刊物及處方指引，數字營銷可提高醫生對產品的認知。

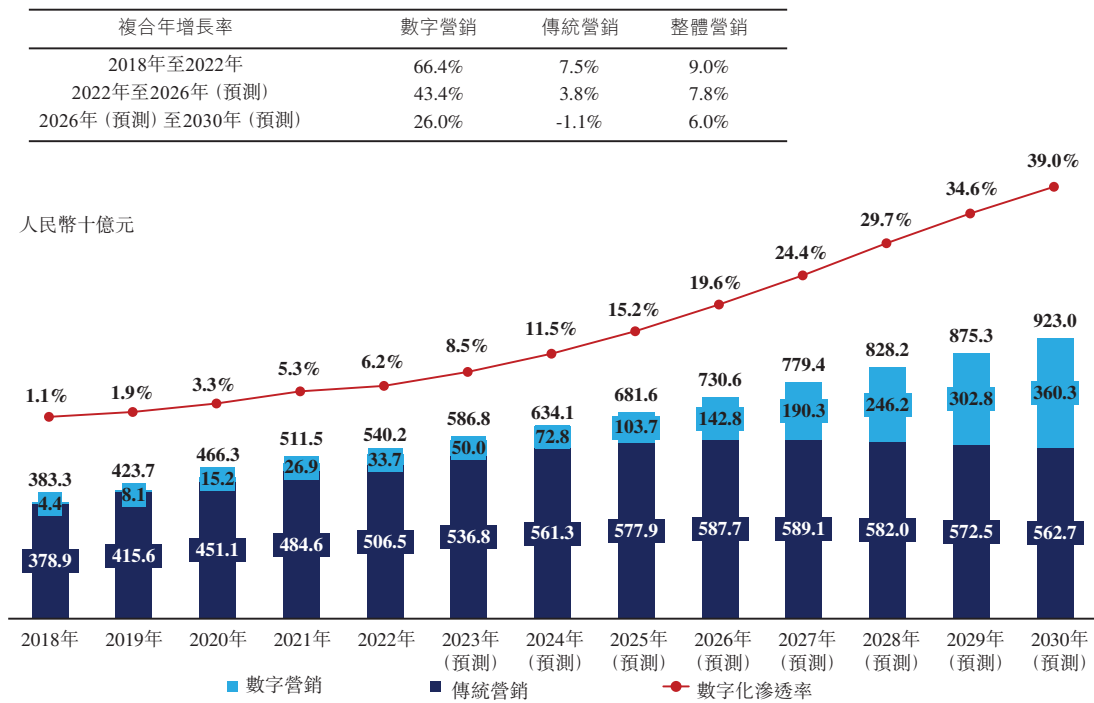
更具針對性的營銷信息。數字營銷大幅增強醫藥公司與患者之間的聯繫。通過數字平台，醫藥公司可高效進行客戶數據分析、市場研究、營銷策略分析，令其可向目標客戶更精準地提供廣告宣傳。

行業概覽

面向醫藥公司的數字營銷的市場規模

數字營銷指醫藥公司在數字化營銷處方藥和醫療器械上的投入。中國數字營銷市場於2018年達到人民幣44億元，並於2022年增長至人民幣337億元，複合年增長率為66.4%。預期市場將會持續錄得高增長率，於2026年達到人民幣1,428億元及於2030年達到人民幣3,603億元，複合年增長率分別為43.4%及26.0%。下圖說明中國數字營銷市場的規模。

中國面向醫藥公司的數字營銷市場，2018年至2030年（預測）



中國面向醫藥公司的數字營銷市場的競爭格局及准入門檻

作為新興市場，中國面向醫藥公司的數字營銷市場的競爭動態仍然變化不定且分散，不同的參與者傾向專注於不同的商業模式。除在創建數字營銷場景方面專注於患者教育和隨訪服務的本公司外，於此市場的其他具代表性參與者包括醫脈通、智雲健康、麥迪衛康、梅斯醫學及諾信創聯。

行業概覽

面向醫藥公司的數字營銷市場的首個准入門檻是擁有龐大的患者和醫生群體以吸引醫藥公司客戶。第二個門檻是具備豐富且針對性的最新資訊來源及知識，包括涵蓋各病種的一手疾病管理信息以進行患者教育。第三個門檻是提供一站式全面服務的能力，以協助醫藥公司進行具成本效益且高效的營銷工作。

於面向醫藥公司的數字營銷市場中，企業的成本主要包括網絡平台推廣費用及系統維護費用。

資料來源

就[編纂]而言，我們已委聘弗若斯特沙利文對我們經營所在的市場進行詳細分析並編製行業報告。弗若斯特沙利文是一家獨立的全球市場研究和諮詢公司，成立於1961年，總部位於美國。弗若斯特沙利文提供的服務包括針對各種行業的市場評估、競爭基準以及戰略和市場規劃。我們就編製弗若斯特沙利文報告產生合共人民幣780,000元的費用及開支。該金額的支付並不取決於我們成功[編纂]或弗若斯特沙利文報告的結果。除弗若斯特沙利文報告外，我們並無就[編纂]委託編製任何其他行業報告。

我們已將弗若斯特沙利文報告中的若干資料納入本文件，因為我們認為有關資料有助於潛在[編纂]了解我們經營所在的市場。弗若斯特沙利文根據其內部數據庫、獨立第三方報告和知名行業組織的公開數據編製其報告。如有必要，弗若斯特沙利文會聯繫業內公司收集和綜合有關市場、價格和其他相關信息的資料。弗若斯特沙利文認為，編製弗若斯特沙利文報告所使用的基本假設，包括用於作出未來預測的假設，均屬事實、正確且不具誤導性。弗若斯特沙利文已對資料進行了獨立分析，但其審閱結論的準確性在很大程度上取決於所收集資料的準確性。弗若斯特沙利文的研究可能會受到該等假設的準確性以及該等第一和二手來源的選擇的影響。