

行業概覽

本節及本文件其他章節所載有關我們運營行業的若干資料及統計數據源自由我們委託的獨立行業顧問灼識編製的灼識報告。摘錄自灼識報告的資料不應被視為[編纂][編纂]的基準或被視為灼識對本公司任何證券價值或[編纂]適宜性的意見。我們認為，有關資料及統計數據的來源乃屬適當，並於摘錄及轉載有關資料及統計數據時已採取合理審慎措施。我們無理由認為有關資料及統計數據屬虛假或具誤導性，或遺漏任何事實導致有關資料及統計數據在任何重大方面屬虛假或具誤導性。董事經合理查詢及採取審慎措施後確認，自灼識報告或任何其他報告刊發日期起，市場資料並無可能導致本節資料受限制、互相抵觸或受到影響的不利變動。有關資料及統計數據尚未由我們、獨家保薦人、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]或參與[編纂]的任何其他方（灼識除外）或彼等各自的董事、高級職員、僱員、顧問或代理人獨立核實，且上述各方亦不對有關資料及統計數據的準確性或完整性發表聲明。因此，閣下不應過分倚賴有關資料及統計數據。除另有指明外，本章節所呈列市場及行業資料及數據來自灼識報告⁽¹⁾。

中國的綜合醫療營銷解決方案行業

概覽

醫療行業匯聚提供貨品及服務的不同領域，以由最優秀醫療專業人員為患者提供最佳醫療服務為目標。中國的醫療系統往往與效率低及受到局限聯想在一起，其特點是醫療資源分佈不均勻。中國的醫院以三級制分等級，按醫生專業能力、管理及技術計，三級醫院級別最高。大部分三級醫院位於北京及上海等一線城市以及廣東、江蘇

⁽¹⁾ 我們委託具有相關行業經驗的獨立諮詢公司灼識對中國的綜合醫療營銷解決方案行業進行分析及報告。我們委託編製的報告（或灼識報告）由灼識編製，並不受我們的影響。我們同意向灼識支付人民幣500,000元費用，我們認為這反映了市場費率。我們支付該費用並不取決於報告或分析的結果。灼識的獨立研究通過一手及二手研究利用不同資源進行。一手研究涉及訪問主要行業專家及領先行業參與者。二手研究涉及分析來自不同公開可得數據來源（包括國際貨幣基金組織、中國國家統計局、中國衛生部、國家藥品監督管理局、公司報告及灼識的內部數據庫）的數據。灼識報告乃基於以下假設：(i)中國的整體社會、經濟及政治環境預計於預測期間保持穩定；(ii)有關主要行業動力可能推動整個預測期間中國綜合醫療營銷解決方案行業的持續增長；(iii)考慮到COVID-19爆發已大致受控，以及按中國於2020年第二季的行業及經濟復蘇情況就2020年保守估計市場增長，COVID-19爆發於2020年對行業造成的負面影響預期屬有限；及(iv)並無可能對市場造成顯著或基本影響的極端不可抗力事件或不可預見行業法規。

灼識是最初在香港成立的投資諮詢公司。其服務包括行業諮詢服務、商業盡職審查、戰略諮詢等。其諮詢團隊一直追蹤農業、化學、消費品、文化及娛樂、能源及行業、金融及有關服務、醫療、技術、媒體及電信、運輸等的最新市場趨勢。

行業概覽

及浙江等較富裕省份。中國絕大多數的優質醫療資源聚集於三級醫院。與之相比，河南及河北等經濟欠發達省份僅有少量三級醫院，惟該等省份人口多並需要龐大醫療服務。

此外，中國有眾多無等級醫院，即因規模及服務能力有限而不適合納入中國醫院等級評審制度的醫院。於2018年，中國的醫院中僅有7.7%為三級醫院，同年處理中國醫療諮詢個案總數51.8%。相比而言，中國的醫院中合計有65.0%為一級醫院及無等級醫院，但2018年僅處理中國醫療諮詢個案總數12.3%。中國醫療資源分配不均的結果是病患人數過度擁擠、輪候時間長、醫生與病患之間的交流有限及令三級醫院醫生的工作量超出負荷，而基層醫院及醫院則出現醫生經驗不足及欠缺高質量培訓的情況。

綜合醫療營銷解決方案行業的出現是為了通過縮窄醫療行業主要利益相關者（即醫生、患者、醫藥公司、醫學組織及醫院）之間的差距來提高醫療行業的效率、優化醫療行業及提高醫療服務可獲得性。中國的醫學組織主要包括醫學協會及基金會。醫學協會負責制定及鼓勵採用醫療實踐中的指引、診療標準及臨床路徑，而醫學基金會的使命為公共醫療項目籌措資金。推廣官方醫療政策為中國醫學組織的核心作用。部分由醫學組織進行的政府主導公共福利項目（例如扶貧項目）獲得政府資金，原因為彼等於有關項目中屬於政府主導公共福利項目的其中一名履行方。另一方面，醫學組織自行計劃或自主項目並無獲得任何政府資金，乃由於醫學組織利用民間資金達至其公共目標及推廣公眾利益。綜合醫療營銷解決方案包含廣泛的服務，主要包括醫學會議服務、患者教育及自測服務以及營銷戰略和諮詢服務。

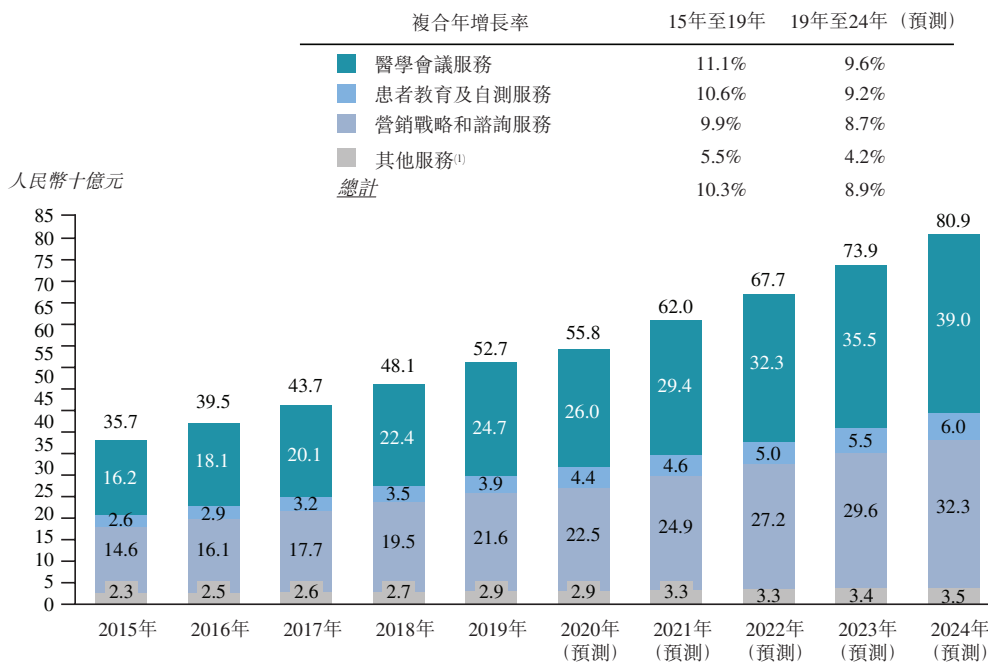
- 醫學會議服務是指為醫生（特別是基層醫生）舉辦作為繼續醫學教育的學術大會、研討會、會議及活動，以豐富醫學知識及增加實踐能力。該等服務亦為醫生、醫學協會與醫藥公司之間提供進行交流及對話的平台，協助醫學協會制定及推廣醫療實踐中的指引、診療標準及臨床路徑，並幫助醫藥公司及醫生交流醫療實踐中的經驗。
- 患者教育及自測服務是指為患者提供疾病教育、自測及管理，以獲得治療及優化治療效果。該等服務旨在協助忙碌的醫生進行患者教育以監察患者依從醫生給出的治療方案，以便降低醫療體系的長遠負擔。

行業概覽

- 營銷戰略和諮詢服務是指為醫藥公司制定及執行營銷及品牌策略。提供該等服務可協助醫藥公司提升其品牌及產品知名度。

市場規模

按收入計，中國綜合醫療營銷解決方案行業由2015年的人民幣357億元大幅增至2019年的人民幣527億元，複合年增長率為10.3%。有關增長主要是由於中國政府為解決醫療資源分佈不均不斷付出的努力，以及由於中國居民對健康問題的意識增強及可支配收入更高令醫療開支日益增加所致。在中國建立分級診療制度的有利政府政策推動下，預期中國綜合醫療營銷解決方案行業收入會自2019年進一步增至2024年的人民幣809億元，複合年增長率為8.9%。以下圖表列示所示期間按收入計中國綜合醫療營銷解決方案行業的實際及預測市場規模。



附註：

- (1) 主要包括公共關係服務、政府關係服務及危機管理服務。

行業概覽

- **醫學會議服務。**醫學會議服務一直是中國綜合醫療營銷解決方案行業的一個重要板塊。從2015年至2019年，由於中國政府持續解決醫療資源分配不均，對醫學會議服務的需求大幅增長。中國政府發佈《全國醫療衛生服務體系規劃綱要（2015-2020年）》及《關於推進分級診療制度建設的指導意見》，旨在為中國（尤其是二線城市）的醫生提供更好的培訓。按收入計，中國醫學會議服務市場規模由2015年的人民幣162億元增加至2019年的人民幣247億元，複合年增長率為11.1%。基於醫藥公司與醫生交流的嚴格限制，如要求醫生於醫生指定地區的醫藥銷售代表交流，故加強了醫藥公司透過醫學會議與醫生交流的需求。按收入計，中國醫學會議服務市場規模於2024年增加至人民幣390億元，自2019年以來的複合年增長率為9.6%。
- **患者教育及自測服務。**由於醫生與患者交流有限及缺少專項疾病教育，患者及醫生均對患者教育及自測服務有迫切需求。為有效降低醫療體系的長遠負擔，醫學組織也有強勁需求實施更多患者教育及自測項目。患者教育及自測對慢性病患者尤為重要，該等患者需要依從整個治療方案及疾病管理周期。中國最常見的慢性疾病包括心腦血管疾病、糖尿病及呼吸道疾病。在中國，心腦血管疾病、糖尿病及呼吸道疾病患者數目由2015年的336.0百萬人、109.6百萬人及121.3百萬人分別增至2019年的380.9百萬人、119.0百萬人及139.5百萬人。預期心腦血管疾病、糖尿病及呼吸道疾病患者數目於2024年將分別進一步增至428.6百萬人、129.2百萬人及156.4百萬人，自2019年以來的複合年增長率分別為2.4%、1.7%及2.3%。隨著患者數目持續增加，中國政府出台各種降低中國醫療體系的長遠負擔的政策，包括《中國防治慢性病中長期規劃（2017-2025年）》，導致醫學組織啟動更多患者教育及自測項目，尤其是疾病風險自測以加強對健康問題的意識及診斷率。因此，按收入計，中國患者教育及自測服務的市場規模由2015年的人民幣26億元增至2019年的人民幣39億元，複合年增長率為10.6%，並預期於2024年將增至人民幣60億元，複合年增長率為9.2%。

行業概覽

- **營銷戰略和諮詢服務。**醫藥公司對營銷戰略和諮詢服務的需求一向強勁，以提升其品牌及產品知名度。醫藥公司傾向需求綜合醫療營銷解決方案提供商協助其制定及執行部分業務戰略，原因在於有關服務提供商具備與醫生的緊密關係及成熟項目執行能力。考慮到中國有關醫藥公司與醫生交流的限制及中國政府頒佈有利政策鼓勵自主研發新型創新藥物，按收入計，中國營銷戰略和諮詢服務的市場規模由2015年的人民幣146億元增至2019年的人民幣213億元，複合年增長率為9.9%，並預期於2024年將增至人民幣323億元，複合年增長率為8.7%。

中國心腦血管疾病綜合醫療營銷解決方案行業

心腦血管疾病概述

心腦血管疾病指心臟及供應腦部血液的血管功能失調，一般包括高血壓、冠心病、卒中、心臟衰竭及心肌症。心腦血管疾病是中國最常見的疾病之一及引致死亡的首要原因。心腦血管疾病的成因通常是由吸煙、不健康飲食、缺乏運動、肥胖、飲酒、高血壓、糖尿病及高脂血症等行為風險因素累積而成。

心腦血管疾病是一種慢性疾病，對生命並無即時威脅，但若不妥善管理，則會演變成長期持續性疾病，很多時會導致健康逐漸惡化。管理治療理心腦血管疾病的關鍵在於早期檢測及診斷，通過改變生活方式以及長期治療及疾病監測來應付行為風險因素問題。然而，中國心腦血管疾病的診斷率遠低於美國。例如，於2018年，中國高血壓（心腦血管疾病的主要病因）的診斷率為46.5%，而美國為84.1%。

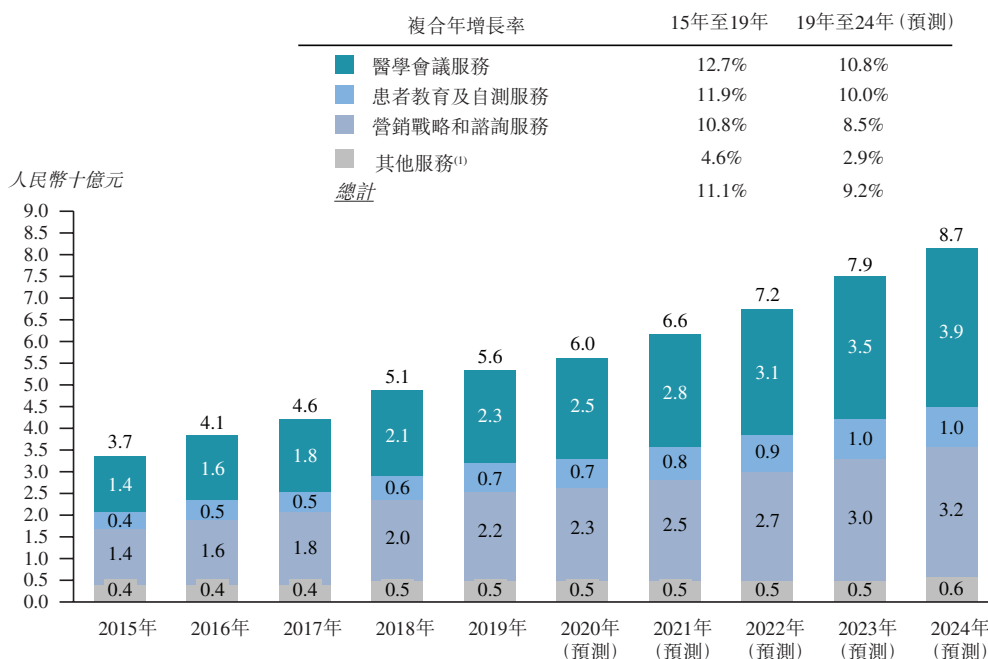
在中國，心腦血管疾病是一個發病率穩定增長的疾病領域。中國心腦血管疾病患者數目由2015年的336.0百萬人增至2019年的380.9百萬人，佔中國總人口26.8%，並預期中國的心腦血管疾病患者數目於2024年將進一步增至428.6百萬人，佔中國總人口29.8%。患者人數增加的主要原因是人口老齡化，心腦血管疾病風險較高，且較年輕一代的生活方式越來越不健康。有關詳情，請參閱「業務－競爭優勢－中國最大的心腦血管疾病綜合醫療營銷解決方案提供商」。

行業概覽

由於心腦血管疾病在中國成為了一種高發疾病及主要公共健康關注，中國政府一直實行政策提高診斷率及加強公眾關注，以及鼓勵提高醫生及醫院提供的診療及醫療質量標準。此外，預期醫藥公司將推出更多針對心腦血管疾病治療的藥物，以滿足市場需求。

市場規模

按收入計，中國心腦血管疾病的綜合醫療營銷解決方案行業已經由2015年的人民幣37億元增至2019年的人民幣56億元，複合年增長率為11.1%，並預期於2024年進一步增至人民幣87億元，自2019年以來的複合年增長率為9.2%，與該等市場趨勢一致。主要由於心腦血管疾病患病率持續上升，心腦血管疾病綜合醫療營銷解決方案行業的增速會高於整體綜合醫療營銷解決方案行業的增速。以下圖表列示所示期間按收入計中國心腦血管疾病的綜合醫療營銷解決方案行業的實際及預測市場規模。



附註：

(1) 主要包括公共關係服務、政府關係服務及危機管理服務。

行業概覽

競爭格局

中國心腦血管疾病綜合醫療營銷解決方案行業極為分散。2018年，中國有數千名行業參與者，大多數以地方規模運營且通常無法提供包括醫學會議服務、患者教育及自測服務以及營銷戰略和諮詢服務在內的綜合解決方案。我們主要在服務質量、行業經驗、信譽、醫生及客戶網絡、技術平台能力方面與我們的競爭對手競爭。

如下表所示，以2019年收入計，中國心腦血管疾病綜合醫療營銷解決方案行業的五大行業參與者合共佔據6.7%市場份額，我們是最大行業參與者，佔據4.9%的市場份額。

公司名稱	成立時間	2019年 收入 ⁽¹⁾ (人民幣 百萬元)	市場份額 (%)	主要服務種類	主要業務	技術平台	上市地位
本集團	2000年	274.7	4.9	醫學會議服務； 患者教育及自測服務； 營銷戰略和諮詢服務	基地位於北京，並主要從事提供綜合醫療營銷解決方案，目標為解決心腦血管疾病醫療生態系統各主要利益相關者的未滿足需求。	會議管理平台； 患者管理平台	非上市

行業概覽

公司名稱	成立時間	2019年 收入 ⁽¹⁾ (人民幣 百萬元)	市場份額 (%)	主要服務種類	主要業務	技術平台	上市地位
公司A	2008年	約40.0	約0.7	醫學會議服務； 患者教育及自測服務； 營銷戰略和諮詢服務	基地位於上海，並主要從事透過線下活動及自身在線媒體平台，為跨國醫藥及醫療器械公司提供全方位綜合營銷服務。	會議管理平台； 患者教育及自測平台	於新三板上市
公司B	2007年	約22.0	約0.4	醫學會議服務	基地位於上海，並主要從事舉辦不同專業學術會議及向組織者提供在線會議發表、流程管理、數據統計、現場直播及其他服務。	會議管理平台	於新三板上市

行業概覽

公司名稱	成立時間	2019年 收入 ⁽¹⁾ (人民幣 百萬元)	市場份額 (%)	主要服務種類	主要業務	技術平台	上市地位
公司C	2008年	約22.0	約0.4	醫學會議服務； 其他服務	基地位於上海，並主要從事提供會議及展覽服務、廣告設計、公共關係諮詢及公司管理諮詢。	不適用	非上市
公司D	2009年	約17.0	約0.3	醫學會議服務； 營銷戰略和諮詢服務	基地位於北京，並主要從事廣告設計、製作、分發及發表、組織文化及藝術交流活動，以及提供會議及展覽服務及電影及電視計劃服務。	不適用	非上市

附註：

(1) 指來自心腦血管疾病有關服務的收入。

行業概覽

入行門檻

中國綜合醫療營銷解決方案行業的主要入行門檻包括：

- **醫生資源。**由具影響力及知名度的醫生組成的強大網絡，對於綜合醫療營銷解決方案提供商提供全面服務而言至關重要。醫生是醫學會議的主要參與者及接受繼續醫學教育的人士。此外，該等醫生能夠接觸龐大的患者基礎，這對於患者教育及自測服務以及營銷戰略和諮詢服務具有價值。與醫生保持密切關係亦令綜合醫療營銷解決方案提供商能夠及時緊貼不斷轉變的市場趨勢及獲得有關業務發展的戰略建議。新進入市場者需時建立完善的醫生網絡。
- **長久客戶關係。**醫學組織、醫院及醫藥公司一般會委聘已建立長期業務關係的綜合醫療營銷解決方案提供商。因此，新進入者難以獲取客戶及市場機遇。
- **專業醫療知識。**為了提供優質服務，綜合醫療營銷解決方案提供商需要掌握專業的醫療知識。成功的綜合醫療營銷解決方案提供商通常設有專業的醫療團隊，對疾病及行業有深入認識，這對於他們提供深入技術建議及增值服務的能力至關重要。新入行者難以建立具備該等能力的專業醫療團隊。

市場驅動因素及未來趨勢

中國心腦血管疾病綜合醫療營銷解決方案行業的主要市場驅動因素及未來趨勢包括以下各項：

- **患病率及患者人數上升。**作為中國最常見的慢性疾病之一，心腦血管疾病患者人數眾多。預計中國心腦血管疾病患者人數將從2019年的380.9百萬增加至2024年的428.6百萬，複合年增長率為2.4%，這主要是由於人口老齡化導致心腦血管疾病風險增加以及年輕一代選擇的生活方式越來越不健康所致。患者基數增加亦部分歸因於中國心腦血管疾病診斷率的提高。隨著中國醫療保健系統的發展以及實施控制心腦血管疾病的政策，預計未來心腦血管疾病的診斷率將顯著提高。高血壓的診斷率預計從2019年的47.0%增加至2024年的49.6%，預期未來對心腦血管疾病的綜合醫療營銷解決方案的需求將會增加。
- **政府致力降低心腦血管疾病負擔。**中國政府已推出一系列政策以控制中國的心腦血管疾病肆虐並解決醫療資源分配不均。根據《中國防治慢性病中長期規劃（2017-2025年）》，中國政府目標是在2020年及2025年將心腦血管疾病死亡率分別降低10%及15%。此外，根據《「健康中國2030」規劃綱要》，中國政府目標是將常見慢性病（如心腦血管疾病）的過早死亡率從

行業概覽

2015年的19.1%降低至2030年的13.4%。此外，根據《國務院關於實施健康中國行動的意見》，中國政府旨在減低心腦血管疾病的死亡率至2030年的低於0.2%。預期這些利好政策會加強疾病關注及提高診斷和治療率，這將進一步刺激中國對心腦血管疾病的綜合醫療營銷解決方案的需求。

- **專注於基層。**為解決中國醫療資源分配不均，中國政府已出台一系列政策，將優質醫療資源重新分配給中國基層，並提高這些地區患者的疾病意識，旨在降低醫療體系的長遠負擔。根據《關於推進分級診療制度建設的指導意見》，中國政府的目標是優化慢性病（如心腦血管疾病）患者在基層醫院的治療效果。預期中國的基層會成為醫學組織的重點。因此，需要有更多醫學研討會向基層醫生提供質量培訓，從而豐富其醫療知識及實踐，並實施更多疾病風險自測項目以提升意識及診斷率。此外，由於識別到更多患者，故預期醫學組織將會開展更多患者管理活動，乃由於該等活動一般於疾病風險自測完成後開展。此外，《藥品集中採購和使用試點方案》已規定中國11個主要城市的公立醫院集中採購藥品，預計將導致醫藥公司將其重點轉向基層。因此，醫學組織對中國基層地區心腦血管疾病的綜合醫療營銷解決方案的需求預期將顯著增加。
- **中國醫藥公司的需求增加。**近年，中國政府已推出一系列政策，包括《關於深化審評審批制度改革鼓勵藥品醫療器械創新的意見》及《關於加強和促進食品藥品科技創新工作的指導意見》，通過加快新藥和仿製藥審批程序，鼓勵在中國國內和全球研發創新藥物。預計這些政策將推動中國醫藥公司不斷研創新藥物（包括心腦血管疾病藥物）。隨著這些公司開始推銷其藥品，預計對營銷戰略和諮詢服務的需求將會增加。中國醫藥公司在心腦血管疾病領域綜合醫療營銷解決方案方面的開支預計將由2019年的人民幣22億元增加至2024年的人民幣45億元，複合年增長率為15.2%。
- **市場整合。**由於市場分散，心腦血管疾病綜合醫療營銷解決方案的主要供應商有望整合較小的行業參與者，以增加其市場份額，擴展其服務組合，並涵蓋新的疾病領域。

行業概覽

中國糖尿病及呼吸道疾病綜合醫療營銷解決方案行業

糖尿病及呼吸道疾病概述

糖尿病及呼吸道疾病屬慢性病，需要長期治療、嚴格控制疾病及定期的醫生諮詢。在中國，糖尿病及呼吸道疾病都有高患病率。由於診斷率及治療率低、人口老化及年輕人不健康的生活方式選擇增加患糖尿病的風險，糖尿病患者人數由2015年109.6百萬人增至2019年119.0百萬人，並預期於2024年將進一步增至129.2百萬人。而呼吸道疾病的患者人數由2015年121.3百萬人增至2019年139.5百萬人，並預期於2024年將增至156.4百萬人，主要是診斷率及治療率低、吸煙人口增加及空氣污染惡化所致。

市場規模

由於預計未來的糖尿病及呼吸道疾病的患者人數會增加，中國糖尿病及呼吸道疾病的綜合醫療營銷解決方案行業日後將會穩定增長。按收入計，糖尿病的綜合醫療營銷解決方案行業預期將由2019年的人民幣13億元增至2024年的人民幣21億元，複合年增長率為10.9%。按收入計，同期呼吸道疾病的綜合醫療營銷解決方案行業預期將由人民幣19億元增至人民幣28億元，複合年增長率為8.5%。

市場驅動因素及未來趨勢

在中國，糖尿病患者人數的穩定增長是由於人口老化及年輕人不健康生活方式選擇。呼吸道疾病的患者人數亦有所增長，主要是在中國的吸煙人口增加及空氣污染。此外，呼吸道疾病通常沒有任何治癒方法，而診斷率低由於呼吸道疾病早期缺乏症狀。

鑒於患者人數不斷增長，中國政府已發佈了一系列政策（包括《「健康中國2030」規劃綱要》及《中國防治慢性病中長期規劃（2017-2025年）》）控制糖尿病及呼吸道疾病的發病率。根據各種政策，中國政府旨在降低糖尿病死亡率，於2020年下降10%，於2025年下降20%並於2030年下降30%。中國政府亦已頒佈《「十三五」衛生與健康規劃》等政策，鼓勵於定期身體檢查中包含肺部檢查，旨在提高診斷率和對呼吸道疾病的認識。因此，預期對於患者管理及疾病控制的綜合醫療營銷服務的需求將會增加。

中國互聯網醫院服務行業

互聯網醫院服務指於醫療行業應用互聯網，並主要包括在線諮詢及診斷、電子處方及患者隨訪。

行業概覽

市場驅動因素

受惠於互聯網技術的發展，加上患者日益青睞便捷的醫療服務以及中國政府努力解決醫療資源分佈不均問題，預期互聯網醫院服務（如在線諮詢和電子處方）未來將有強勁增長。一旦患者確診患有慢性病（如心腦血管疾病、糖尿病及呼吸道疾病等須要長期治療的疾病）後，可透過互聯網醫院提供的常規檢查和密切監視患者且毋須與醫生面對面諮詢下有效控制該疾病。心腦血管疾病患者有望成為互聯網醫院服務的主要用戶。

市場前景

自於2014年建立首間互聯網醫院起，互聯網醫院服務市場迅速發展，中國政府機關已實施了多項法規及政策以規範及促進市場及服務。於2019年，中國有約342間運營中互聯網醫院，並預期於2020年增長至逾500間。按收入計，心腦血管疾病互聯網醫院服務的中國市場預計由2019年的人民幣168億元增至2024年的人民幣804億元，複合年增長率為36.7%。

入行門檻

中國互聯網醫院市場主要入行門檻包括嚴謹及複雜法規、高技術能力以及醫生及患者資源的大量需求。首先，新市場加入者或難以取得互聯網醫院運營必要牌照，而這牌照要求與合資格醫院合作。其次，互聯網醫院運營要求具備處理及管理數據的資訊科技能力，包括資本投資及運營專門知識。第三，與醫生及醫院擁有牢固關係，以及有龐大醫生及患者用戶群，對互聯網醫院運營至為重要。

中國CRO服務行業

CRO為向醫藥或生物科技公司提供研究服務外包（包括生物鑑定發展、生物醫藥發展、臨床前研究及臨床研究及臨床試驗管理）的公司。

市場驅動因素

醫療行業開支增加推動對CRO服務的需求。中國醫療開支總額由2014年的人民幣35,312億元大幅增加至2018年的人民幣59,122億元。藥物銷售收入由2014年的人民幣11,170億元增加至2018年的人民幣16,280億元，並預期繼續增長。醫療開支增加亦與中國開發中新藥物數目增長一致，而中國政府改革藥物批准流程後於近年提交更多調查性新藥申請。由於醫療行業有更多投資，故預期對CRO的服務需求增加。

行業概覽

市場前景

CRO服務市場規模由2015年的人民幣28億元增加至2019年的人民幣60億元，並預期於2024年進一步增加至人民幣142億元。增長主要經新藥物需求增加及新藥物研究投資增長所驅動。由於藥物開發商進行更多新藥研究，為改善藥物開發效率，預期對CRO服務的需求將會增加。中國CRO服務競爭格局相對分散，有逾數百名市場參與者。按近年收入計，五大CRO服務提供商佔市場份額總額約20%至25%。

入行門檻

與醫藥公司的穩固關係有助於捕捉在其藥物開發中的商機。此外，龐大醫生網絡可提供龐大患者群。再者，CRO服務提供商應擁有經驗豐富的專業團隊，在醫學及臨床前／臨床研究範圍擁有深厚知識。

成本架構

中國綜合醫療營銷解決方案提供商的成本主要包括項目實施成本、演講者費用、員工成本、差旅成本、場地成本、住宿成本以及材料及設備成本，可能因項目而異。項目規模、項目地點及客戶其他項目具體要求等在很大程度上會影響成本金額。