

中國互聯網醫療  
產業發展潛力與  
建議資訊分享



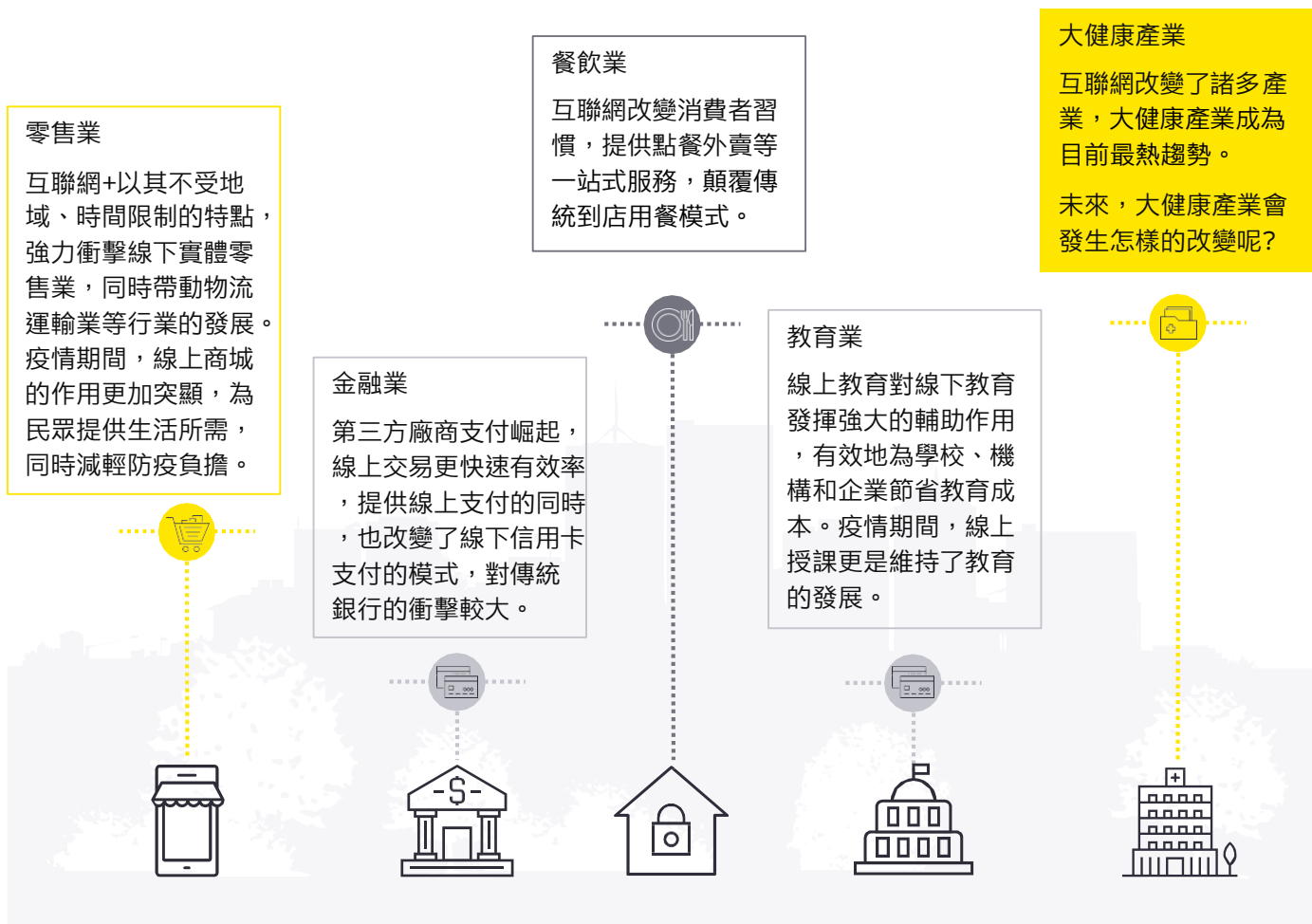
## 前言

中國互聯網醫療經歷了十年發展，從2010年萌芽，到2013年起步，再到2016年達到第一個高峰。當時的互聯網企業認為，「互聯網+醫療」能夠打破醫療資訊不對稱以及資源配置不合理的困局；巨頭們躍躍欲試，試圖透過互聯網引導終端需求，打破中國公立醫院的壟斷，重塑醫療產業，讓醫療資源達到最佳配置。然而隨著政策發展狀態不如預期，技術突破緩慢，優質醫療資源欠缺，互聯網醫療企業在各自生態搭建的過程中燒完了第一波資本市場的熱情和資金，獲利卻依然遙遙無期。

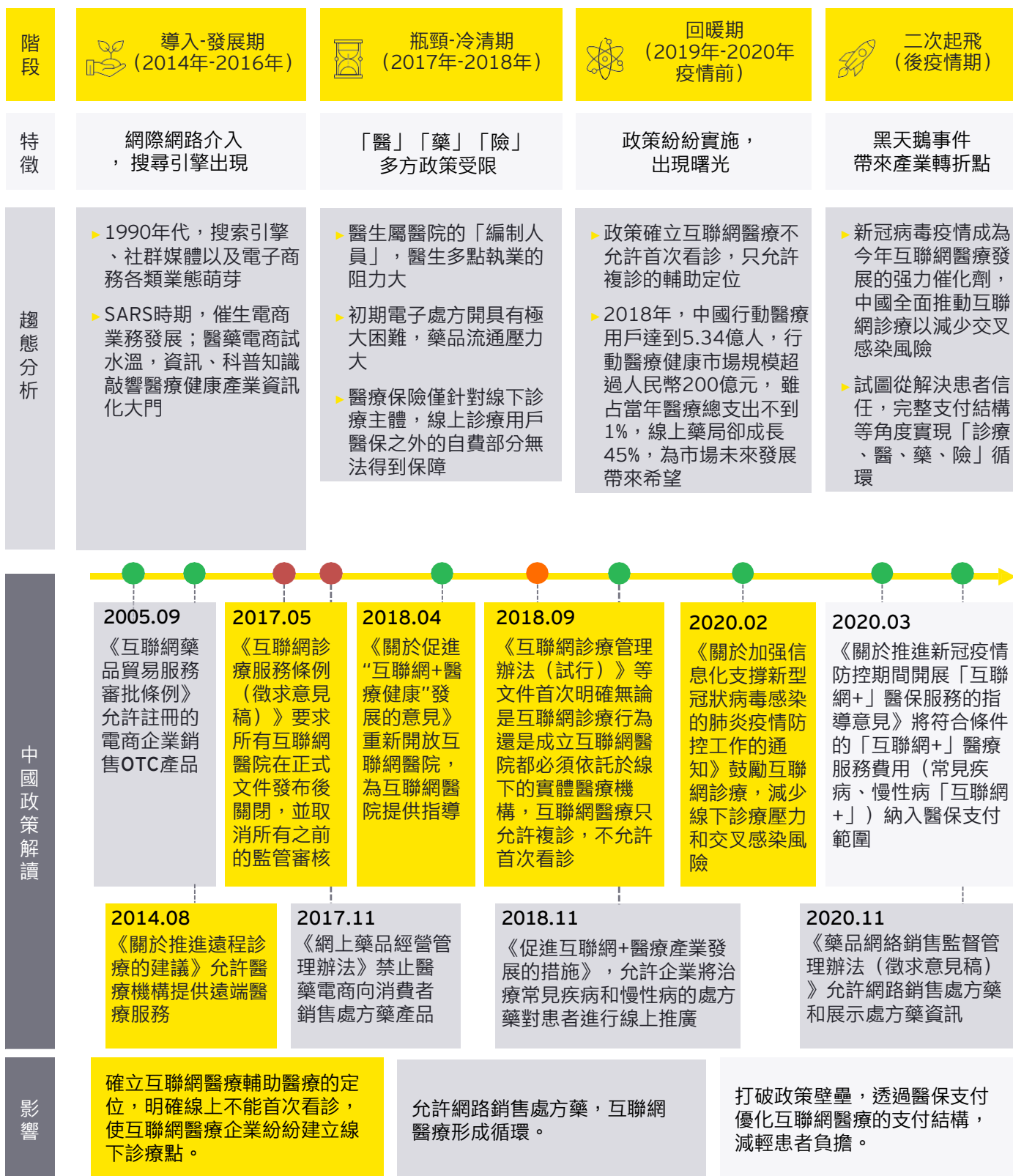
中國面對14億人口以及日益嚴重的高齡化現象，高品質醫療服務的供給存在極大的缺口，而資源錯配和結構不合理使得醫療效率愈加低下，互聯網可以提升效率，緩解資源配置的難題。自2019年起中國陸續提出相關監管政策，從定義互聯網醫療的輔助定位，再到2020年新冠病毒疫情下，讓政策全方位實施，包括網路銷售處方藥有條件放開，以及符合條件的互聯網醫療可納入醫保承保。公立醫院積極拓展線上服務，終端使用者線上診療行為和購藥數量成長，傳統的互聯網醫療企業也抓住機會擴大投入，互聯網醫療是否真的已經進入快速發展期？未來，中國一直以來掌握優質資源的公立醫院將會扮演怎樣的角色，藥企對未來商業模式該如何思考？我們希望報告對關注互聯網醫療產業的企業有所幫助。



# 中國的互聯網+正快速地改變各大傳統產業，而大健康產業已經成為互聯網+下一個趨勢



# 中國互聯網醫療自2014年開始經歷了導入期、瓶頸期和回暖期，2020年新冠病毒疫情成為互聯網醫療產業發展的催化事件，為產業帶來轉折點，成為互聯網醫療二次起飛的助力



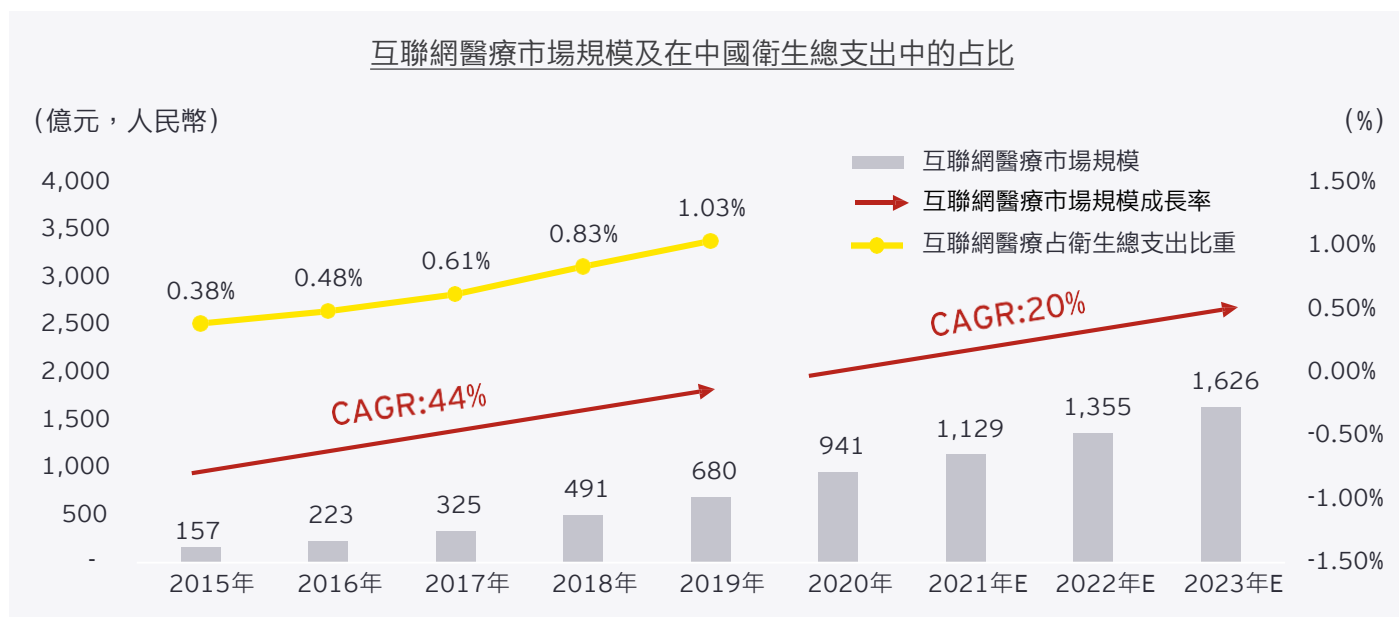
政策傾向：● 政策放寬 ● 無明顯傾向 ● 政策收緊

政策分類：■ 診療相關 ■ 醫藥相關 ■ 醫保相關

資料來源：IQVIA

受政策利多影響，中國互聯網醫療市場規模呈現不斷上升趨勢，隨著處方以及網路銷售開放，醫藥電商或將成為率先突破的市場

受政策利多影響，互聯網醫療市場保持成長



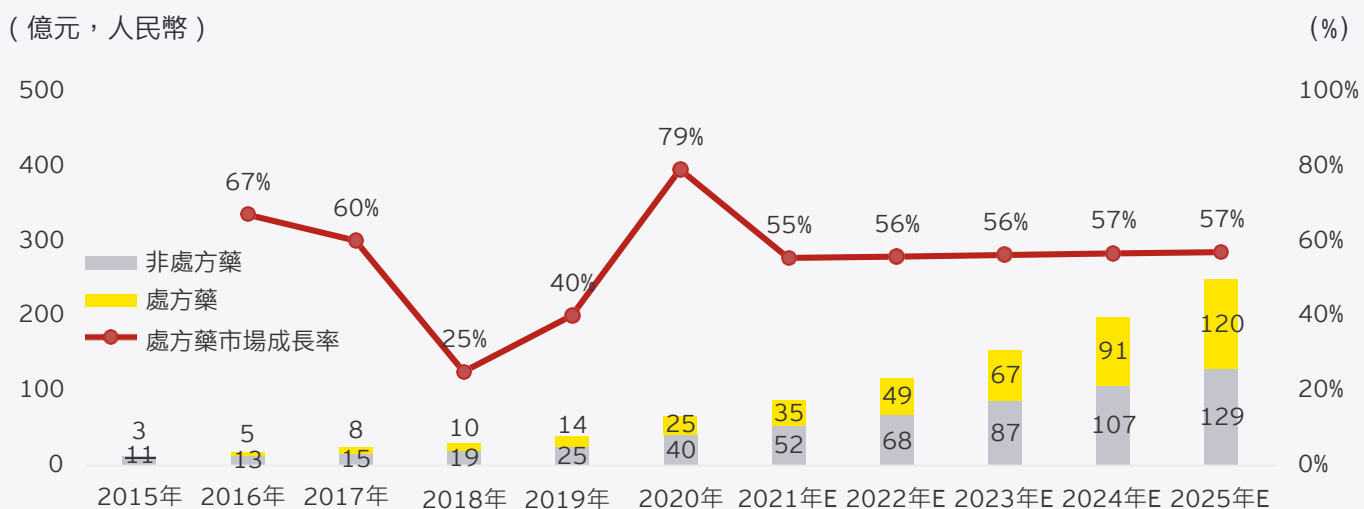
互聯網醫療近年來高速發展，在中國衛生醫療總支出中的比重也不斷提高

- ▶ 2015年至2019年，互聯網醫療產業的年複合成長速度為44%，處於高速發展狀態，根據IQVIA的預測，未來三年內，互聯網醫療規模將以高於20%年複合成長率擴張
- ▶ 2015年以來，互聯網醫療產業收入在中國衛生總支出中的占比不斷提高，2019年互聯網醫療占比為1%，雖然占比不斷提升，未來仍有很大的潛在發展空間
- ▶ 2020年在新冠病毒疫情下，對互聯網醫療線上診療、醫藥電商、線上支付等環節均受到中國政策大力扶持，產業發展前景樂觀



隨處方藥線上銷售解禁，醫藥電商滲透率將提高

2015年-2025年線上零售醫藥電商市場規模及預測



處方藥電商市場加速發展，未來將成為醫藥電商的必爭之地

- ▶ 2020年11月，中國《藥品網絡銷售監督管理辦法（徵求意見稿）》允許網路銷售處方藥和展示處方藥資訊，處方藥正式進入電商市場
- ▶ 由於處方藥的獲利空間更大，市場規模將不斷擴大，五年內將達到人民幣120億元
- ▶ 我們認為互聯網醫療的佼佼者將加速布局處方藥網路銷售，與大型藥企策略合作，推動處方藥網路行銷

資料來源：IQVIA、中國國家統計局、Frost & Sullivan



互聯網和醫療產業基因不同，互聯網企業積極探索兩者融合之路

互聯網醫療核心成長要素是「需求和政策」，雖然相關政策已在過去兩年逐漸打通，但醫療和互聯網的商業邏輯具有差異，至今領先企業依然在探索獲利模式。

1

## 互聯網醫療企業以輕資產模式起步

在初期，互聯網醫療企業以輕資產模式起步，吸引流量。由於互聯網醫療企業以提供免費服務為主，因此其營收能力較差。此階段流量的建立也淘汰了一大批互聯網醫療企業。

2

## 存活下來的領先企業透過不同方式尋求業務模式以實現獲利

存活下來的領先企業透過不同方式尋求新的業務模式，以實現獲利。當互聯網醫療企業嘗試向客戶收費後，發現這並不容易，其中存在兩大難題：

第一，互聯網醫療支付體系不完善，中國醫療保險和商業健康保險相對空白，患者支付比例較大；

第二，互聯網產業和醫療產業屬性不同，難以融合。



醫療產業是一個監理力道強的產業，政府對互聯網醫院診療的業務模式、藥品流通、醫保承保範圍等設限，政策鴻溝使互聯網醫療難以前行。

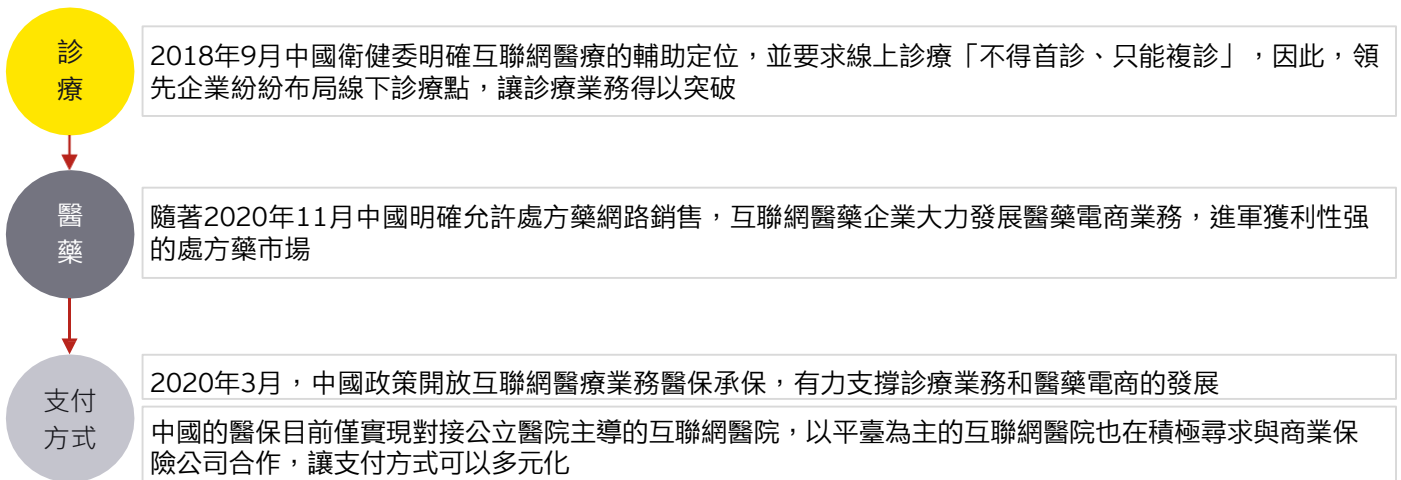
同時，醫療產業的高附加值主要在醫患間的面對面互動，而互聯網診療方式有限，醫患雙方無法進行線下診療，醫患之間的信任難以建立。

此外，醫療產業直接影響國民生命安全，中國的優質醫生資源高度集中在公立醫院，互聯網醫療平臺資源相對較弱，診療水準有限，安全性保障不足。由於互聯網和醫療產業的屬性不同，「互聯網+」在其他產業的模式無法簡單複製到醫療產業，需要尋找新的突破。

### 互聯網醫療企業實現業務突破的背景：

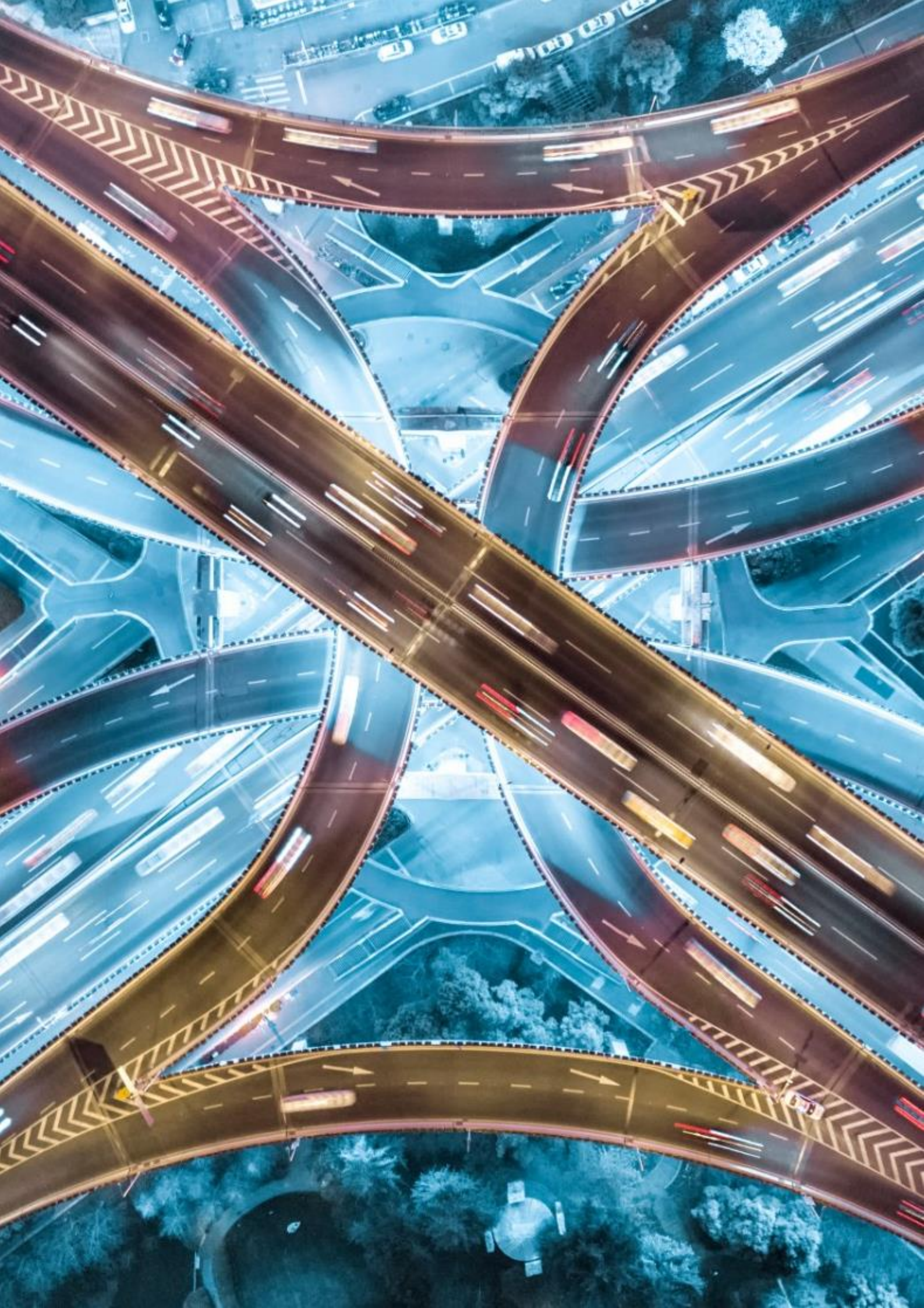
- ▶ 付費業務模式導致客戶流失，需要重新吸引流量
- ▶ 新冠病毒疫情事件爆發，推動互聯網醫療發展
  - ▶ 政策逐漸鬆綁，提出一系列互聯網醫療產業規範制度
  - ▶ 用戶漸漸習慣線上診療，為後續客戶黏著性奠定基礎

### 中國互聯網醫療的參與者在產業鏈各環節所做的突破點：



互聯網醫療企業從多個切入點尋求突破，試圖實現產業鏈循環。



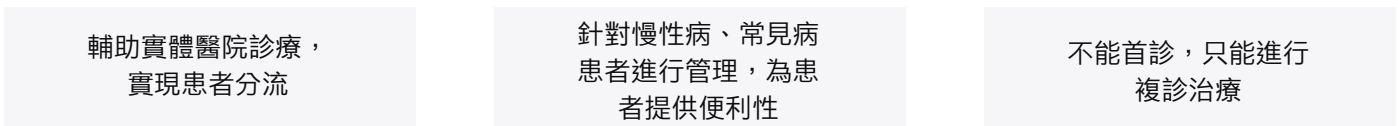


# 中國明確互聯網醫院的定位是線下公立醫院的輔助和補充，並形成「線上+線下」結合的模式

## 互聯網醫院的定義和定位

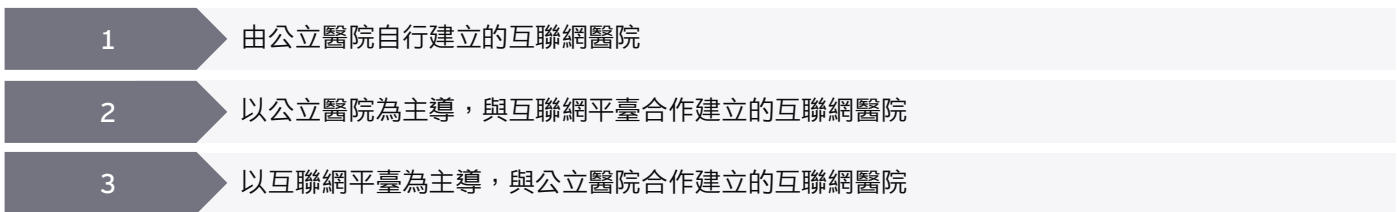
- ▶ 官方定義：互聯網醫院是依託實體醫療機構獨立設置的互聯網醫院，主要利用網際網路等資訊科技進行遠距會診和遠距診斷
- ▶ 市場實際運作理解：互聯網醫院是以實體醫院為依託，以複診和一般諮詢為主，集合問診、處方、支付與配藥於一體的一站式互聯網醫療中心

### 互聯網醫院的定位：



## 互聯網醫院的類型

- ▶ 互聯網醫院主要分為以下三種類型：

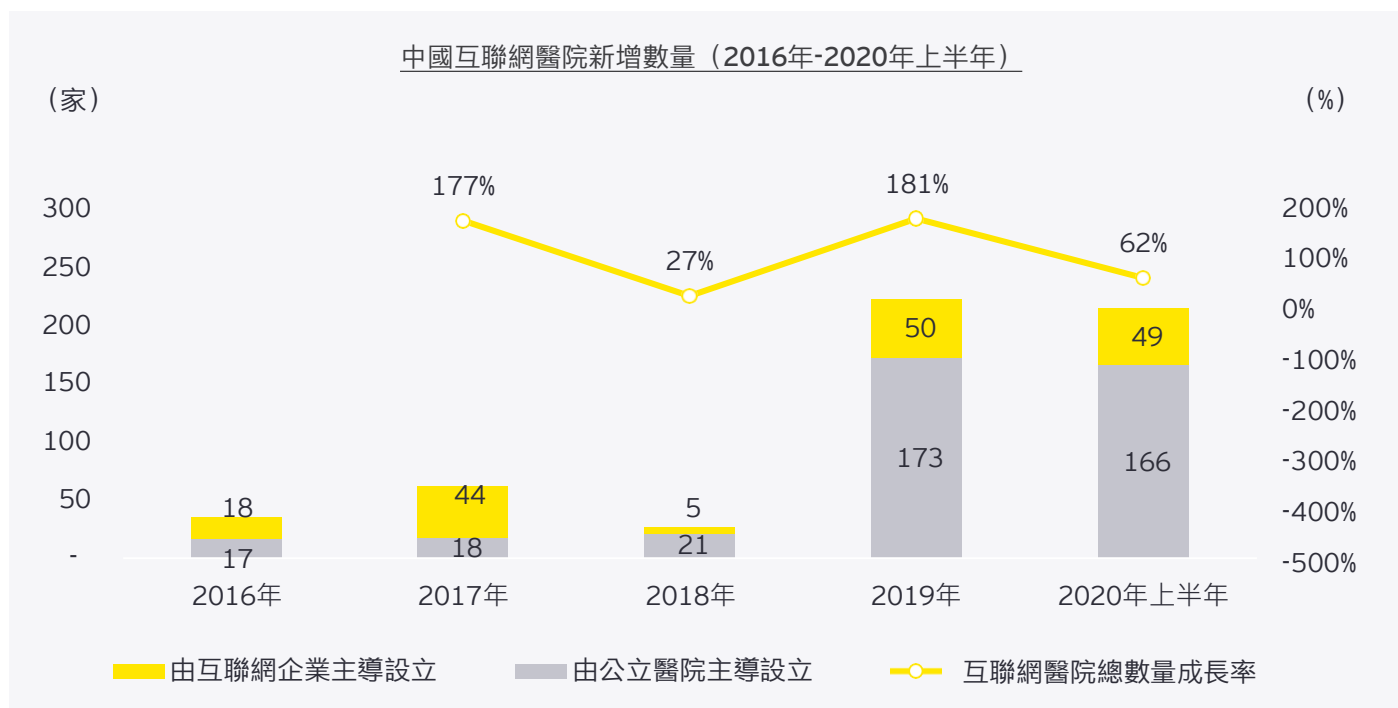


## 互聯網醫院的業務模式

- ▶ 互聯網醫院的業務模式為線上互聯網醫院搭配實體線下醫療機構協助診療



從2019年開始，中國互聯網醫院進入集中建設期，公立醫院已經成為互聯網醫院的設立主體；從地域來看，主要集中在中國山東、廣東、江蘇和浙江等



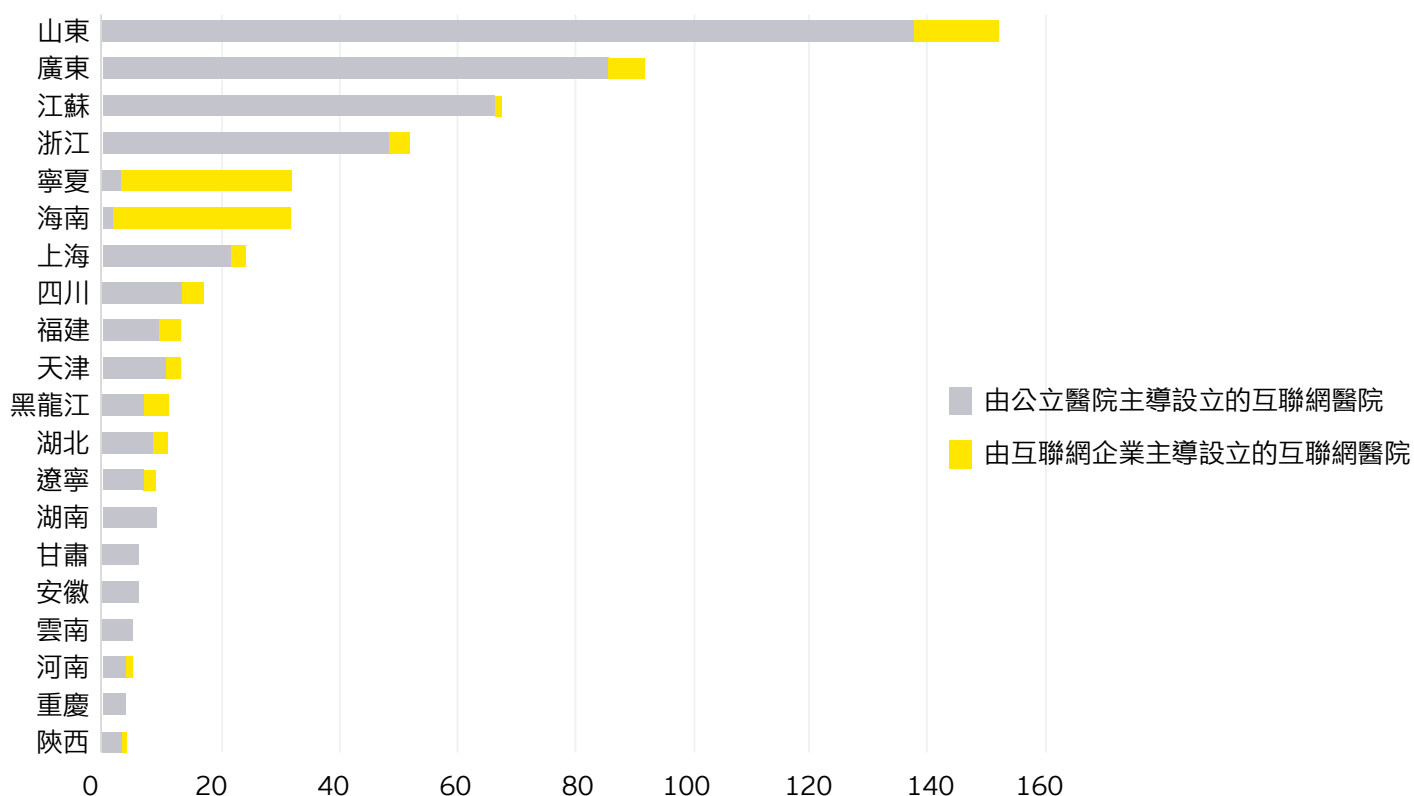
從2019年開始，中國互聯網醫院進入集中建設期，公立醫院已經成為互聯網醫院的設立主體

- ▶ 受政策影響，2019年中國新建互聯網醫院大幅度成長超過430家，之後受到2020年疫情影響，互聯網醫院數量持續成長，目前中國的互聯網醫院達到600家
- ▶ 2018年公立醫院超過互聯網企業成為設立主體，目前中國超過70%的互聯網醫院由公立醫院主導設立



2020年中國互聯網醫院數量最多的前20省分

(家)







從地域來看，中國互聯網醫院主要集中在山東、廣東、江蘇和浙江

- ▶ 當地政府的強力支持，使得山東省互聯網醫院的數量在中國遙遙領先。自2019年中國山東省政府辦公廳計畫全省二級以上醫療機構在2020年普遍設立互聯網診療服務以來，至2020年中國山東省擁有超過150家互聯網醫院，居中國首位
- ▶ 中國寧夏和海南是為數不多以互聯網企業為設立主體的省分，在寧夏設立互聯網醫院的企業包含線上診療平臺和醫藥電商，而海南則以醫藥電商為主
- ▶ 中國互聯網醫院最多的前20個省分中，公立醫院主導設立的互聯網醫院在數量上占絕對優勢

資料來源：中國各級衛健委、醫院官網和官方微信等公開資訊

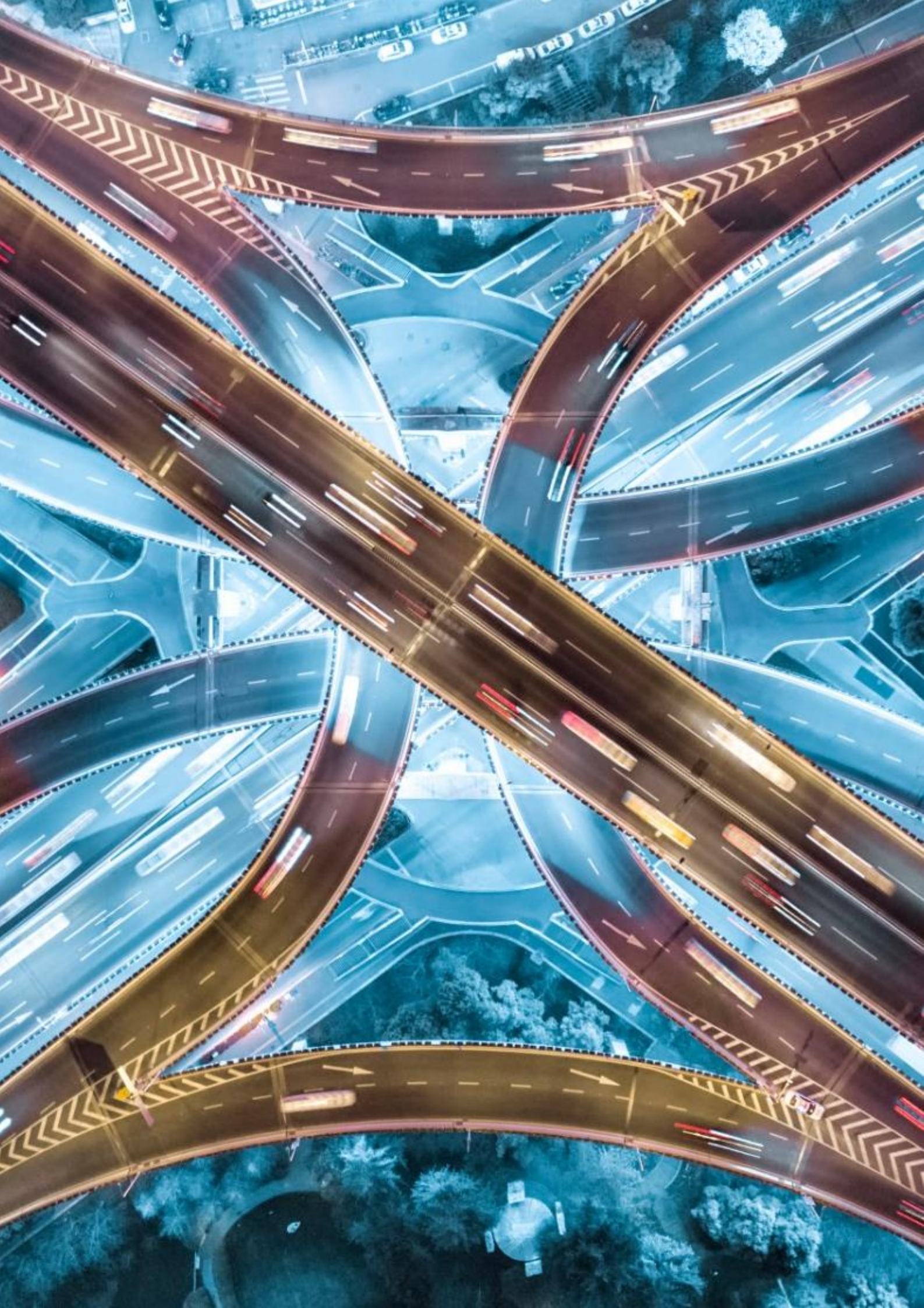
互聯網醫院的設立帶來正面影響的同時，以公立醫院為主導的互聯網醫院面臨著驅動力和導流效果不足的挑戰，而以企業為主導的互聯網醫院則面臨醫療資源匱乏和獲利困難的困境

## 互聯網醫院帶來的正面影響

 <p>深化醫療供給，提升優質醫療資源的可及性</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 互聯網醫院的核心在於合理配置有限的醫療資源，貫徹分級診療，幫助基層患者有更便捷的導引就診，實現醫療資源的可及性</li> </ul>	 <p>線上線下互聯互通，提升患者就醫體驗</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 實現互聯網平臺與線下實體醫療機構的互聯互通，為患者省去冗長的掛號和門診等待時間，提升患者就醫體驗</li> </ul>	 <p>為慢性病和常見病患提升就醫便利性，複診購藥不用出門</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 目前在中國部分三、四線城市，慢性病管理已經有醫保承保，利用電子病歷和處方，患者可以不用出門就醫購藥，藥品可以送貨上門</li> </ul>	 <p>試圖為公立醫院起到患者分流的作用</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 幫助擁擠的公立醫院特別是頂級醫院實現患者分流，將部分諮詢、就醫需求轉至線上，但現實上是否真正實現有待觀察</li> </ul>
--	---	--	--

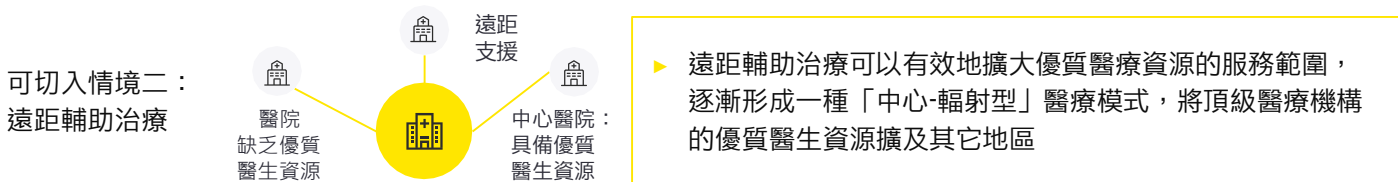
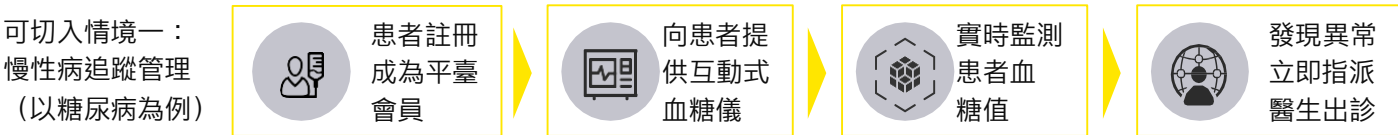
## 互聯網醫院面臨的挑戰

公立醫院主導設立的互聯網醫院			互聯網企業主導設立的互聯網醫院		
定位：公立醫院的線下擴充，因應類似疫情等突發事件			定位：具有互聯網基因，但目前未看到清晰的定位		
以響應中國政策為主	驅動力不足	導流效果不足	簽約醫生資質存疑，公信力普遍不高	支付成為擴大患者的核心阻力	定位難，營運成本高，獲利困難
<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 疫情以來，公立醫院響應中國政策紛紛建立各自的互聯網醫院，在形式上更像是公立醫院的線上平臺，提供的服務範圍有限，偏離互聯網醫院的本質</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 由於「藥品零加成」政策，公立醫院主導的互聯網醫院，其主要收入來源是掛號費，對公立醫院而言沒有驅動力</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 中國三級甲等醫院的醫生處於滿負荷工作狀態，醫院只能安排資質較淺的醫生於線上出診</li> <li>▶ 由於優質醫生稀少問題無法解決，患者仍然更願意去頂級醫院的實體醫院就診</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 平臺醫生資質認證存在疑問，互聯網醫院醫療事故責任界定還處於政策灰色地帶</li> <li>▶ 患者對公立醫院的信任根深蒂固，短期內平臺型互聯網醫院難改變</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 支付成為平臺型互聯網醫院的阻力之一</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 互聯網醫院和線下醫院定位重疊</li> <li>▶ 低頻率的醫療行為無法支撐企業的營運費用，獲利困難</li> </ul>



# 未來互聯網醫院在設立上更應多從患者價值需求出發，建立以患者需求為主要驅動力的應用情境，同時中國也要提升作為互聯網醫院主體的公立醫院驅動力，促進互聯網醫院的發展

- ▶ 未來應多從患者價值需求出發，建立以患者需求為主要驅動的互聯網醫院應用情境
- ▶ 中國互聯網醫院的迅速發展是以控制新冠病毒疫情的意圖為出發點，互聯網醫院設置完善，但是否真正實現患者的醫治需求、解決就醫困難的問題？
- ▶ 我們認為，中國的互聯網醫院更應以患者需求為主，以患者的真正需求設置應用情境，才能使中國的互聯網醫院真正發揮作用
- ▶ 未來可從慢性病管理、遠距輔助治療等情境切入，進一步符合患者的實際需求

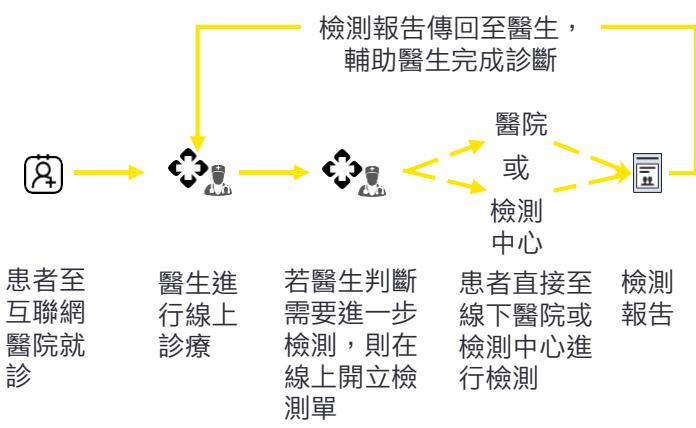


隨著技術的發展，如人工智慧、感應技術的精準度提高，再加上5G網路對資料發送和儲存帶來的便利，這些技術的發展和應用，將使未來醫療行為自然而然地從線下向線上轉移，改變目前的診療行為和習慣。

為了互聯網醫院更長遠的發展，患者的需求應當被放在首要位置，保證患者可得到滿足。

## 提升公立醫院驅動力，放開檢測業務

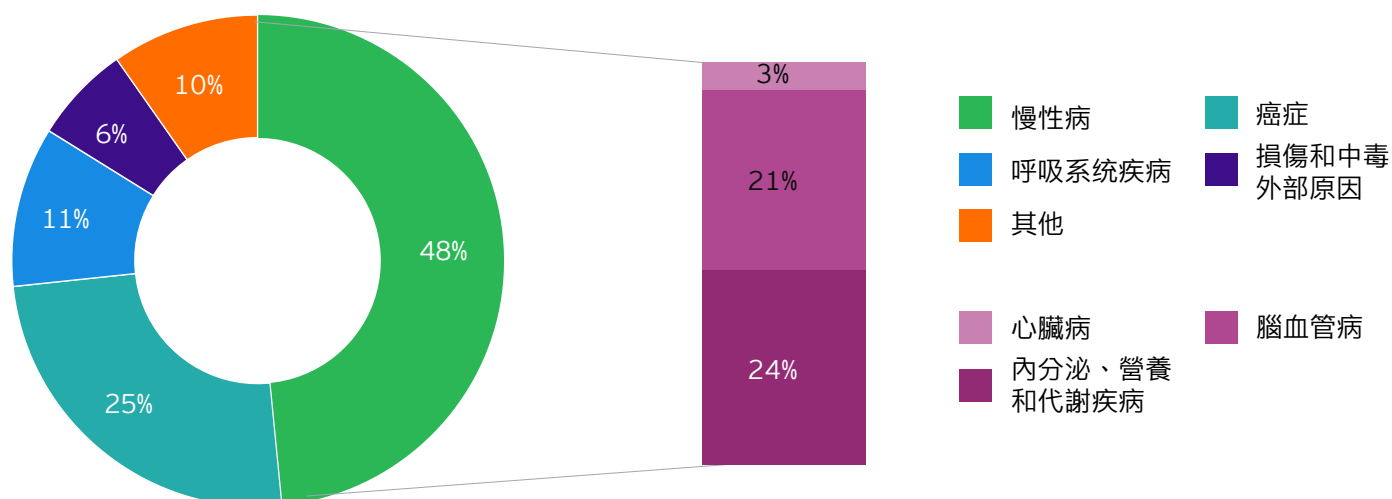
- ▶ 根據《中國衛生健康統計年鑒》分析，中國2019年全年各級醫院檢查收入共計人民幣2,660億元，規模相當可觀。在各級綜合醫院門診收入結構中，占據前三名的收入分別為藥品銷售（40%）、檢測（28%）、治療（13%）
- ▶ 未來如果中國開放線上檢測業務，實現線上開單線下檢測模式，公立醫院設立互聯網醫院的驅動力將得到大幅提升



未來中國如果放開線上檢測業務，將大幅提升公立醫院設立互聯網醫院的驅動力。

## 慢性病管理乃至健康管理是互聯網醫療未來發展的重要引擎，未來十年，中國慢性病族群將近五成

中國居民主要疾病死亡率及構成（2019年）



中國慢性病管理需求大，以慢性病管理為主要業務的互聯網醫院發展潛力大

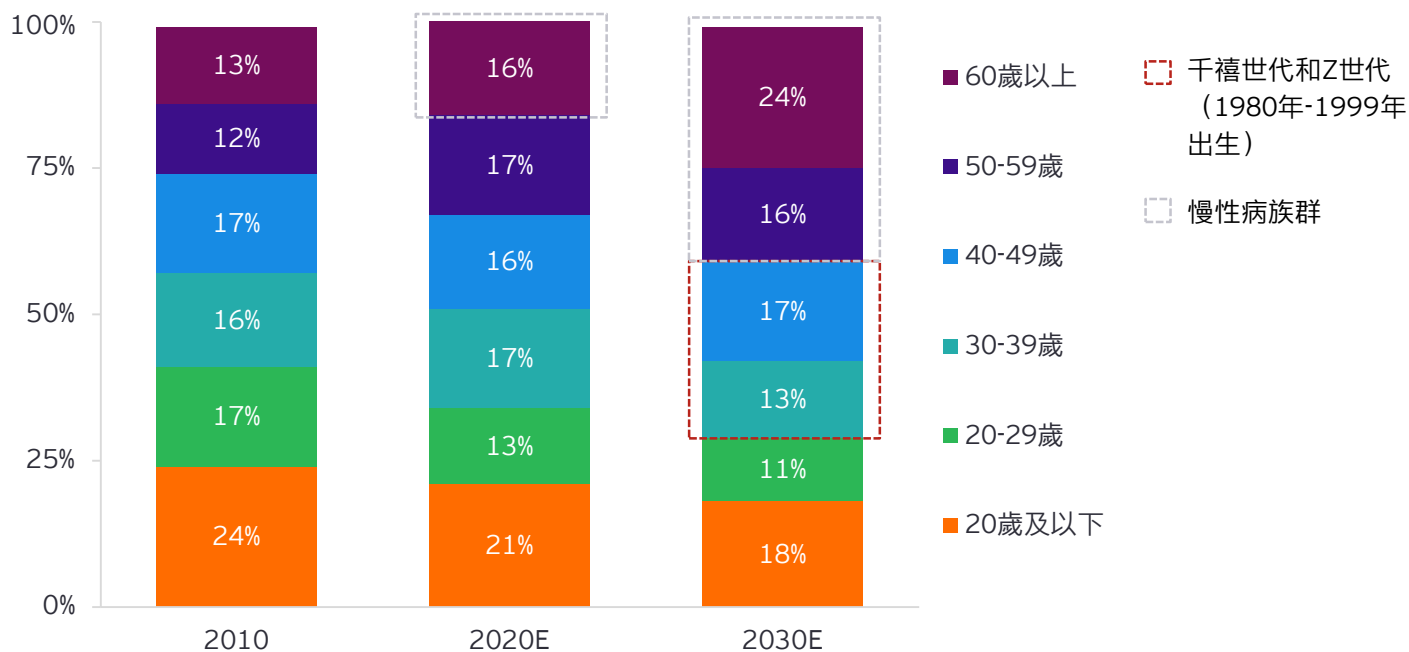
- ▶ 2019年，在主要疾病類型中，慢性病的死亡率高達48%，遠遠超過癌症等疾病
- ▶ 原本60歲以上族群是慢性病的主要患病人群，隨著現代生活「亞健康」等因素，病患年齡不斷下降，50歲以上人口成為慢性病高盛行族群；鑒於互聯網醫療在慢性病管理上的布局，我們預計慢性病在中國互聯網醫療的市場潛力相當大





## 「千禧世代」和「Z世代」將占中國30%人口，未來他們將習慣採用互聯網醫療就醫

中國年齡結構變化及趨勢



註：因採四捨五入關係，各年齡層比例合計可能不等於100%。

未來十年內，中國慢性病族群將占四成，擁有互聯網醫療習慣的人口另占三成

- ▶ 中國高齡化特徵持續明顯，隨著慢性病患者年齡不斷下降，2030年，50歲以上人口將占總人口的40%，他們將為互聯網醫療帶來廣大的市場潛力，其中包括慢性病綜合管理、慢性病用藥的購買和配送、定期診療安排等服務
- ▶ 2030年，中國受數位化醫療行為深深影響的「千禧世代」和「Z世代」將占中國30%人口，他們習慣採用互聯網醫療的方式就醫


資料來源：中國國家統計局，IQVIA，2020年《中國衛生健康統計年鑒》



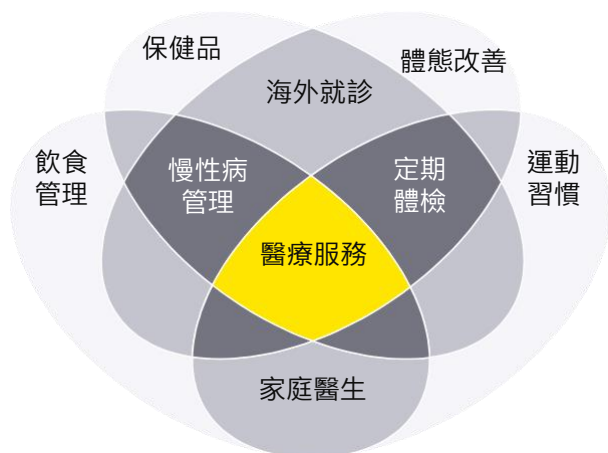
# 中國互聯網醫療的未來更應該跳出「有病治病」的思維模式，往健康管理方向發展

為了避免政策不確定和模式不明確，我們認為，未來中國互聯網醫療的發展可以跳出遠距診療傳統業務，向大健康管理模式轉型，以診療為核心業務並向外延伸，從「有病治病」的被動醫療模式轉變成民眾主動進行大健康管理。

中國亞健康群體不斷擴大，民眾健康管理意識不斷提升，政策利多，健康管理市場具有相當大的潛力

中國亞健康人口占比越來越高	民眾健康管理意識提升	中國政策扶持健康管理產業發展
<ul style="list-style-type: none"> <li>2016年以來，中國亞健康人口比例超過70%，人口規模超過9.5億，中國亞健康族群潛在健康管理需求大</li> </ul>  <p>70%</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>根據相關資料調研，中國80%以上的消費者有健康管理服務支付意願，其中30至50歲的醫療服務使用頻率較高，意願較強</li> </ul> <p>30至50歲消費者支付意願調研</p> <p>85%</p>	<p>2016年，中國國務院發布《「健康中國2030」規劃綱要》，支持發展第三方醫療服務評價、健康管理服務評價等</p> <p>2021年，中國「十四五」規劃提出「強化慢性病預防、早期篩查和綜合干預」是國民健康體系未來的建設方向</p>

發展健康管理能使互聯網企業跳脫出嚴格的醫療政策限制，以醫療為核心，發展衍生業務



資料來源：世界衛生組織，BCG，IDC

兩個切入健康管理領域的可行措施

### 穿戴式裝置

穿戴式裝置主要面對慢性病患者，同時也是健康管理的重要載體：

血壓測量	血糖測量	血氧測量
睡眠監測	緊急呼叫	運動紀錄

- 根據IDC統計，2020年中國穿戴式裝置市場出貨量達1.07億個，未來的功能將持續豐富
- 中國人口高齡化導致老年人健康管理需求急劇上升，穿戴式裝置能使老年人的子女實現對家人健康的遠距監測並因應突發性事件
- 穿戴式裝置未來在設備性能上的突破是其作為切入健康管理措施的重要前提

### 網路直播

- 近年來互聯網發展迅速，聚集了大量流量，為健康管理產品流量提供良好的資源
- 1980年後出生的世代更容易接受互聯網形式的健康理念傳播和產品推廣，也能更好地實現消費者健康理念教育

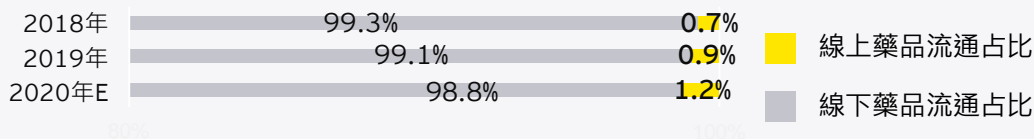
# 對於藥企而言，這一波互聯網醫療浪潮並未帶來實質性影響，但未來，藥企可以根據具體情況，運用資料為藥企帶來短期或長期的價值

**現在**

當前，互聯網醫療並未對藥企帶來實質性影響。

- ▶ 隨著中國開放線上銷售處方藥，線上管道成為藥品銷售的一個通路，從統計數據來看，線上藥品銷售的占比逐年上升，但仍然維持較低比例
- ▶ 對藥企而言，互聯網醫療目前只是將部分線下藥品銷售轉移至線上，整體來看，互聯網醫療並未給藥企帶來藥品銷售成長

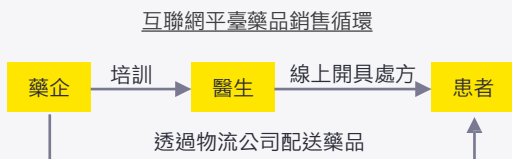
中國藥品流通管道結構（2018年至2020年）



**未來短期**

互聯網醫療有望為藥企的銷售推廣提供另一種管道。

藥品的銷售完全依賴醫生開具處方，處方對藥企來說至關重要。針對某些新藥的推廣，特別是患者比較注重隱私而又不需要很多線下檢測，藥企可以與互聯網醫療平臺公司合作，透過對醫生進行新藥培訓，讓線上醫生在治療時有更多選擇，同時也讓藥企的銷售增加。



隨著中國實施「帶量採購」政策，藥企，特別是跨國藥企，可以積極布局中國三、四線城市。藥企可以透過與互聯網醫療平臺合作，提高藥品銷售量。



在慢性病管理領域，如罕見病、癌症等自體免疫疾病的患者，很多不願意定期去醫院領藥，如果互聯網醫療平臺在這些領域選擇與具有公信力的藥企合作，這部分患者將可能願意在線上定期配藥，而這也是藥企實現成長的一種情況。

**未來長期**

實現患者資訊數據化，幫助藥企提升新藥研發和精準行銷。

- ▶ 未來，互聯網醫療平臺可以透過電子化記錄患者資訊、病史、用藥歷史等數據，形成患者資訊資料庫，實現更精準的患者畫像
- ▶ 患者資料庫對藥企和互聯網醫療平臺都具有極大的影響
  - ▶ 藥企可以透過資料分類、分析，輔助現有藥品優化和新藥的研發；同時，透過更精準的患者族群畫像，提高供應鏈和行銷效率
  - ▶ 互聯網醫療平臺可以透過獲取消費者全生命週期的資料，追蹤患者狀態和有針對性的患者教育

資料來源：中國商務部，IQVIA

## 聯繫安永

黃建澤  
審計服務部 營運長  
安永聯合會計師事務所  
+886 2 2757 8888 ext. 88886  
James.C.huang@tw.ey.com

劉惠雯  
稅務服務部 營運長  
安永聯合會計師事務所  
+886 2 2757 8888 ext. 88858  
Heidi.Liu@tw.ey.com

何淑芬  
總經理  
安永財務管理諮詢服務股份有限公司  
+886 2 2757 8888 ext. 88898  
Audry.Ho@tw.ey.com

張騰龍  
總經理  
安永諮詢服務股份有限公司  
+886 2 2757 8888 ext. 88863  
Tony.Chang@tw.ey.com

陳明宏  
審計服務部 執業會計師  
安永聯合會計師事務所  
+886 4 2259 8999 ext. 88689  
Jonathan.Chen@tw.ey.com

沈碧琴  
稅務服務部 執業會計師  
安永聯合會計師事務所  
+886 2 2757 8888 ext. 88877  
Ann.Shen@tw.ey.com

劉安凱  
執行副總經理  
安永財務管理諮詢服務股份有限公司  
+886 2 2757 8888 ext. 88806  
Ankai.Liu@tw.ey.com

高旭弘  
執行副總經理  
安永企業管理諮詢服務股份有限公司  
+886 2 2757 8888 ext. 88811  
Charlie.Kao@tw.ey.com

## 安永 | 建設更美好的商業世界

安永的宗旨是致力建設更美好的商業世界。我們以創造客戶、利害關係人及社會各界的永續性成長為目標，並協助全球各地資本市場和經濟體建立信任和信心。

以數據及科技為核心技術，安永全球的優質團隊涵蓋150多個國家的業務，透過審計服務建立客戶的信任，支持企業成長、轉型並達到營運目標。

透過專業領域的服務 - 審計、諮詢、法律、稅務和策略與交易諮詢，安永的專業團隊提出更具啟發性的問題，為當前最迫切的挑戰，提出質疑，並推出嶄新的解決方案。

加入安永LINE@好友

掃描二維碼，獲取最新資訊。



安永是指 Ernst & Young Global Limited 的全球組織，加盟該全球組織的各成員機構都是獨立的法律實體，各成員機構可單獨簡稱為「安永」。Ernst & Young Global Limited 是註冊於英國的一家保證（責任）有限公司，不對外提供任何服務，不擁有其成員機構的任何股權或控制權，亦不作為任何成員機構的總部。請登錄ey.com/privacy，了解安永如何收集及使用個人資料，以及個人資料法律保護下個人所擁有權利的描述。安永成員機構不從事當地法律禁止的法律業務。如欲進一步了解安永，請瀏覽 ey.com。

安永台灣是指按中華民國法律登記成立的機構，包括：安永聯合會計師事務所、安永管理顧問股份有限公司、安永諮詢服務股份有限公司、安永企業管理諮詢服務股份有限公司、安永財務管理諮詢服務股份有限公司、安永圓方國際法律事務所及財團法人台北市安永文教基金會。如要進一步了解，請參考安永台灣網站 ey.com/zh\_tw。

© 2022 安永台灣。  
版權所有。

APAC No. 14006474  
ED None

本材料是為提供一般信息的用途編製，並非旨在成為可依賴的會計、稅務、法律或其他專業意見。請向您的顧問獲取具體意見。

[ey.com/zh\\_tw](http://ey.com/zh_tw)