

互联网医疗潜力及相关个股

该文先为大家讲解互联网医疗及其细分行业，其后分析该行业改革需要的三大因素并整理近年有关政策，为大家提出行业潜力所在，最后列出板块个股作参考。

互联网医疗服务及医药电商重点细分行业

(i) 医疗服务

医院和科技公司主导。第三方研究公司数据显示，预计中国在线问诊市场在2019年至2024年将以高复合年增长率增率，并于2030年达4070亿元。现阶段互联网医疗服务较依赖在线及线下结合发展为主。

(ii) 医药电商

行业发展处早期阶段，渗透率有望突破。中国医药电商作为医药流通的管道之一，受益于全管道的增长趋势，其交易规模逐年增长。新药及特效药、处方外流、技术推动、政策清晰等因素有助推动医药电商发展，其中互联网巨头将成为市场主要参与者。

(iii) 医疗信息化

中国医疗信息化的主要参与者包括传统医院信息数字化参与者以及数据分析及移动化服务厂商。预期于2025年和2030年将分别达到2599亿元和7017亿元。

(iv) 互联网商保

技术赋能商保提升产业链价值。由于国家保险覆盖新特药范围有限、可支配收入提高、医疗健康管理服务提升及新保险产品的发展预计对2030年商业健康保险收入和支出提升有帮助。

行业

互联网医疗行业是指以互联网技术为主体连接移动医疗服务商、医疗设备制造商、互联网巨头、移动运营商、应用开发商、数据公司和保险企业等众多参与者形成了覆盖健康管理、自诊、诊断、治疗、用药和康复的全价值链条进而实现在线问诊、远程医疗、互联网医院、在线医保支付、医药电商、医院管理信息化等场景落地。

中国：拥有庞大的医疗健康市场

医疗健康支出规模庞大且稳步增长。2020年中国医疗健康支出总额位列全球第二，达72306亿元。2016年至2020年复合年增长率为118%；预期于2025年及2030年将分别达到114860亿元及166425亿元，而2020年至2025年以及2025年至2030年的复合年增长率分别为97%及77%。不过，中国人均医疗健康支出在2020年全球十大最高国内生产总值的国家中仅排名第九，反映仍存在增长空间。值得注意的是，在医疗资源分布不均及资源短缺等因素推动下，中国更需要利用互联网特性发展医疗健康产业以提供更为优质全面的服务。

(i) 地域出现医疗资源分布不均

2020年，11870间中国公立医院总数量及三级医院数量、卫生技术人员总数及执业医师数量相对中国中部及西部有优势。

→ 中国的优质医疗卫生资源集中在大型三级和二级医院。大部分三级医院均位于北京及上海等一线城市以及山东、江苏及浙江等较富裕及人口密集的东部沿海省份。

(ii) 服务上医疗资源短缺

截至2017年，中国整体医护资源相比其他发达国家仍有不小的差距，其中护士资源尤其紧缺。

中国互联网医疗市场

市场规模：

由2012年的231亿元增长至2019年的2717亿元，而预期2023年中国互联网医疗市场规模达8761亿元。疫情期间行业新的监管政策出台明显放宽了对互联网医疗的限制，同时打通了医保及支付等多处细分行业。在互联网技术突破下，医疗市场规模发展前景可期。

行业改革三大要素

1) 跨地域

2020年中国三级医院的诊疗人次、入院人数均超过一级医院及二级医院，造成医疗服务整体呈倒三角状态。互联网医疗可以推动区域内诊疗信息互通互联、便携开展预约诊疗及双向转诊帮助优质医疗资源下沉，有利于改善资源分布不均的情况。

2) 时效

互联网所具备的高时效性特征为患者提供及时的送药到家服务，可有效推动了医药电商的发展。

3) 共享性

通过借助大数据及物联网等技术，以APP作媒体，有助形成医疗智能化建设和信息化建设。

政策

网售药品逐步合理化允许在线销售处方药有助于互联网医疗形成死循环。药品相关政策要点如下：

1. 规范医药电子商务丰富药品流通渠道和发展模式
2. 对线上开具处方医疗机构、药品经营企业可委托符合条件的第三方机构配送
3. 网售处方药限制有条件放宽
4. 探索医疗卫生机构处方信息与药品零售消费信息互联互通、实时共享促进药品网络销售和医疗物流等规范发展，以上有助电子处方流转（通过连接网上药房、零售药店和医院药房）

(i) 部分药品相关重要政策

时间	机构	药品相关政策	主要内容
2005	国家药监局	《互联网药品交易服务审批暂行规定》	开始网售处方药目前依旧维持包容审慎的监管规定：在线线下一致、处方来源真实及患者的用药安全得到保障时处方药才可进行网上销售。
2016	国务院	《健康中国2030规划纲要》	推进药品、医疗器械流通企业向供应链上下游延伸开展服务形成现代流通体系。
2018	国务院	《关于促进互联网医疗健康发展的意见》	允许依托医疗机构发展互联网医院、在线开具部分常见病、慢性病处方及互联网医疗机构，可以将在线处方转到合作第三方以支持药品配送。
2019	药监局	《药品管理法》	正式实施旨在加强药品管理保证、药品质量保障、公众用药安全和合法权益。
2020	卫健委	《关于加强信息化支撑新型冠状病毒感染的肺炎疫情防控工作的通知》	充分发挥互联网医院、互联网诊疗的独特优势鼓励在线开展部分常见病、慢性病复诊及药品配送服务降低其他患者线下就诊交叉感染风险。
2020	药监局	《药品网络销售监督管理办法征求意见稿》	允许网络销售处方药和展示处方药信息。

(ii) 医保相关政策重点

- (1) 推进互联网医疗保障结算服务，从门诊慢特病开始逐步扩大至医保对常见病及慢性病的互联网医疗服务支付范围
- (2) 对在线及线下医疗服务，实行公平的医保支付政策发生的药品费用同价
- (3) 目前上海、浙江及江苏等地区将定点医疗机构的常见病和慢性病的在线复诊，以及在线购药纳入医保

潜力行业

医药电商：行业发展处早期阶段，渗透率有望突破。

医药电商的发展始于2005年，先后经历初创期、探索期、快速发展期和洗牌期行业格局逐渐形成。此外政策对医药电商行业的支持力度逐渐明朗。

- 《健康中国2030规划纲要》丰富了电商平台的药品流通渠道和发展模式两票制有利于压缩药品流通环节进而淘汰不合规企业、《药品管理法修订稿》规定可以有条件地放开网售处方药等

小结

医药电商备案、审核、经营范围、价格管理等制度和规范愈加明晰；政策促进药品质量提升、着力减少药品流通环节；网售处方药、电子处方流转逐渐放开等一系列政策的规范与完善将给医药电商带来巨大机遇。

- 中国自2006年开始实行医药电商准入制，即不同商业模式的企业在早期市场需要申请不同资质证书进行药品交易。2017年国务院取消了医药电商A/B/C证审批由事中事后监管代替准入制。

医药电商的商业模式的区别：主要包括B2C、B2B和O2O

商业模式		运营模式	盈利模式	商业模式
B2C	自营式	医药连锁企业自建官网或电商巨头进军医药与消费者之间的电子交易	销售价差在线交易佣金	卖方直接面对最终消费者：买方通过平台在线比价扩大消费者选择种类
	平台式	第三方，B2C平台以中立身份为买卖双方提供虚拟交易平台服务	在线交易佣金	
B2B	政府主导	非盈利性的药品集中采购平台	非盈利	企业自建综合性要商务：实现现代化的医药分销完成医疗机构与药企之间的信息对接
	药企B2B	原材料供货商与药厂之间药厂与医药批发之间医药批发商与零售商之间的电子交易平台	交易佣金、广告物流配送	
O2O	自营平台	自营APP送药到家	销售差价、在线交易佣金	连接产业供给侧和需求侧：实现在线上线下的有机融合将药品实现区域内专业化的实时配送解决消费者的急需
	第三方平台	与药房合作，送药到家		
	外卖平台	与药房及自营平台合作，送药到家		

行业发展机遇：互联网企业入局

在市场政策环境向好和医疗需求增加的情况下，互联网公司进入医疗服务、医药电商等领域布局寻求需求端、支付端、供应端的业务增长点。互联网巨头自带巨大的流量优势和技术优势能够将内在用户转化为医药平台用户进而能够提升互联网医疗在整个医疗行业的市占率和推动互联网医疗循环的形成。

→ 支付端：立足主动收入管理，争夺在线医保支付流量

社会医疗保险是医药行业最重要的支付方之一，医保实现在线支付后能够促进慢病管理服务及购药、在线诊疗等发展为互联网医疗市场带来增量。

总结

中国拥有庞大的医疗健康市场，医疗健康支出规模庞大且稳步增长。但地域上医疗资源分布不均、人口老龄化、慢性病患者率上升及人均医疗保健支出相对较低等因素推动互联网医疗新业态的成长，以致近年来中国互联网医疗始终保持高增长。未来多种应用场景将会促进互联网医疗的整合，包括医疗信息化、医药电商、互联网商保、医疗智能硬件等将成为行业重点形成完整的医药循环。

相关个股：

1) 京东健康(6618.HK)

构建互联网医疗健康生态提供一体化服务

2) 阿里健康(241.HK)

联同阿里的流量获取能力持续升级服务体验

3) 平安好医生(1833.HK)

确定会员制收费，差异化服务获增值获取收入