

## 互聯網醫療潛力及相關個股

該文先為大家講解互聯網醫療及其細分行業，其後分析該行業改革需要的三大因素並整理近年有關政策，為大家提出行業潛力所在，最後列出板塊個股作參考。

### 互聯網醫療服務及醫藥電商重點細分行業

#### (i) 醫療服務

醫院和科技公司主導。第三方研究公司數據顯示，預計中國線上問診市場在2019年至2024年將以高複合年增長率增率，並於2030年達4070億元。現階段互聯網醫療服務較依賴線上及線下結合發展為主。

#### (ii) 醫藥電商

行業發展處早期階段，滲透率有望突破。中國醫藥電商作為醫藥流通的管道之一，受益於全管道的增長趨勢，其交易規模逐年增長。新藥及特效藥、處方外流、技術推動、政策清晰等因素有助推動醫藥電商發展，其中互聯網巨頭將成為市場主要參與者。

#### (iii) 醫療資訊化

中國醫療資訊化的主要參與者包括傳統醫院資訊數位化參與者以及數據分析及移動化服務廠商。預期於2025年和2030年將分別達到2599億元和7017億元。

#### (iv) 互聯網商保

技術賦能商保提升產業鏈價值。由於國家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發展預計對2030年商業健康保險收入和支出提升有幫助。

### 行業

互聯網醫療行業是指以互聯網技術為主體連接移動醫療服務商、醫療設備製造商、互聯網巨頭、移動運營商、應用開發商、數據公司和保險企業等眾多參與者形成了覆蓋健康管理、自診、診斷、治療、用藥和康復的全價值鏈條進而實現線上問診、遠端醫療、互聯網醫院、線上醫保支付、醫藥電商、醫院管理資訊化等場景落地。

#### 中國：擁有龐大的醫療健康市場

醫療健康支出規模龐大且穩步增長。2020年中國醫療健康支出總額位列全球第二，達72306億元。2016年至2020年複合年增長率為118%；預期於2025年及2030年將分別達到114860億元及166425億元，而2020年至2025年以及2025年至2030年的複合年增長率分別為97%及77%。不過，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，反映仍存在增長空間。值得注意的是，在醫療資源分佈不均及資源短缺等因素推動下，中國更需要利用互聯網特性發展醫療健康產業以提供更為優質全面的服務。

### (i) 地域出現醫療資源分佈不均

2020年，11870間中國公立醫院總數量及三級醫院數量、衛生技術人員總數及執業醫師數量相對中國中部及西部有優勢。

→ 中國的優質醫療衛生資源集中在大型三級和二級醫院。大部分三級醫院均位於北京及上海等一線城市以及山東、江蘇及浙江等較富裕及人口密集的東部沿海省份。

### (ii) 服務上醫療資源短缺

截至2017年，中國整體醫護資源相比其他發達國家仍有不小的差距，其中護士資源尤其緊缺。

## 中國互聯網醫療市場

市場規模：

由2012年的231億元增長至2019年的2717億元，而預期2023年中國互聯網醫療市場規模達8761億元。疫情期間行業新的監管政策出台明顯放寬了對互聯網醫療的限制，同時打通了醫保及支付等多處細分行業。在互聯網技術突破下，醫療市場規模發展前景可期。

## 行業改革三大要素

### 1) 跨地域

2020年中國三級醫院的診療人次、入院人數均超過一級醫院及二級醫院，造成醫療服務整體呈倒三角狀態。互聯網醫療可以推動區域內診療資訊互通互聯、便攜開展預約診療及雙向轉診幫助優質醫療資源下沉，有利於改善資源分佈不均的情況。

### 2) 時效

互聯網所具備的高時效性特徵為患者提供及時的送藥到家服務，可有效推動了醫藥電商的發展。

### 3) 共用性

通過借助大數據及物聯網等技術，以APP作媒體，有助形成醫療智慧化建設和資訊化建設。

## 政策

網售藥品逐步合理化允許線上銷售處方藥有助於互聯網醫療形成閉環。藥品相關政策要點如下：

1. 規範醫藥電子商務豐富藥品流通管道和發展模式
2. 對線上開具處方醫療機構、藥品經營企業可委託符合條件的協力廠商機構配送
3. 網售處方藥限制有條件放寬
4. 探索醫療衛生機構處方資訊與藥品零售消費資訊互聯互通、即時共享促進藥品網路銷售和醫療物流等規範發展，以上有助電子處方流轉（通過連接網上藥房、零售藥店和醫院藥房）

### (i) 部分藥品相關重要政策

時間	機構	藥品相關政策	主要內容
2005	國家藥監局	《互聯網藥品交易服務審批暫行規定》	開始網售處方藥目前依舊維持包容審慎的監管規定：線上線下一致、處方來源真實及患者的用藥安全得到保障時處方藥才可進行網上銷售。
2016	國務院	《健康中國2030規劃綱要》	推進藥品、醫療器械流通企業向供應鏈上下游延伸開展服務形成現代流通體系。
2018	國務院	《關於促進互聯網醫療健康發展的意見》	允許依託醫療機構發展互聯網醫院、線上開具部分常見病、慢性病處方及互聯網醫療機構，可以將線上處方轉到合作協力廠商以支持藥品配送。
2019	藥監局	《藥品管理法》	正式實施旨在加強藥品管理保證、藥品品質保障、公眾用藥安全和合法權益。
2020	衛健委	《關於加強資訊化支撐新型冠狀病毒感染的肺炎疫情防控工作的通知》	充分發揮互聯網醫院、互聯網診療的獨特優勢鼓勵線上開展部分常見病、慢性病複診及藥品配送服務降低其他患者線下就診交叉感染風險。
2020	藥監局	《藥品網路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。

### (ii) 醫保相關政策重點

- (1) 推進互聯網醫療保障結算服務，從門診慢特病開始逐步擴大至醫保對常見病及慢性病的互聯網醫療服務支付範圍
- (2) 對線上及線下醫療服務，實行公平的醫保支付政策發生的藥品費用同價
- (3) 目前上海、浙江及江蘇等地區將定點醫療機構的常見病和慢性病的線上複診，以及線上購藥納入醫保

## 潛力行業

醫藥電商：行業發展處早期階段，滲透率有望突破。

醫藥電商的發展始於2005年，先後經歷初創期、探索期、快速發展期和洗牌期行業格局逐漸形成。此外政策對醫藥電商行業的支持力度逐漸明朗。

- 《健康中國2030規劃綱要》豐富了電商平台的藥品流通管道和發展模式兩票制有利於壓縮藥品流通環節進而淘汰不合規企業、《藥品管理法修訂稿》規定可以有條件地放開網售處方藥等

### 小結

醫藥電商備案、審核、經營範圍、價格管理等制度和規範愈加明晰；政策促進藥品品質提升、著力減少藥品流通環節；網售處方藥、電子處方流轉逐漸放開等一系列政策的規範與完善將給醫藥電商帶來巨大機遇。

- 中國自2006年開始實行醫藥電商準入制，即不同商業模式的企業在早期市場需要申請不同資質證書進行藥品交易。2017年國務院取消了醫藥電商A/B/C證審批由事中事後監管代替准入制。

醫藥電商的商業模式的區別：主要包括B2C、B2B和O2O

商業模式		運營模式	盈利模式	商業模式
B2C	自營式	醫藥連鎖企業自建官網或電商巨頭進軍醫藥與消費者之間的電子交易	銷售價差線上交易佣金	賣方直接面對最終消費者：買方通過平台線上比價擴大消費者選擇種類
	平台式	協力廠商，B2C平台以中立身份為買賣雙方提供虛擬交易平台服務	線上交易佣金	
B2B	政府主導	非盈利性的藥品集中招標採購平台	非盈利	企業自建綜合性要商務：實現現代化的醫藥分銷完成醫療機構與藥企之間的資訊對接
	藥企B2B	原材料供應商與藥廠之間藥廠與醫藥批發之間醫藥批發商與零售商之間的電子交易平台	交易佣金、廣告物流配送	
O2O	自營平台	自營APP送藥到家	銷售差價、線上交易佣金	連接產業供給側和需求側：實現線上線下的有機融合將藥品實現區域內專業化的即時配送解決消費者的急需
	第三方平台	與藥房合作，送藥到家		
	外賣平台	與藥房及自營平台合作，送藥到家		

## 行業發展機遇：互聯網企業入局

在市場政策環境向好和醫療需求增加的情況下，互聯網公司進入醫療服務、醫藥電商等領域佈局尋求需求端、支付端、供應端的業務增長點。互聯網巨頭自帶巨大的流量優勢和技術優勢能夠將內在用戶轉化為醫藥平台用戶進而能夠提升互聯網醫療在整個醫療行業的市占率和推動互聯網醫療循環的形成。

### ➔ 支付端：立足主動收入管理，爭奪線上醫保支付流量

社會醫療保險是醫藥行業最重要的支付方之一，醫保實現線上支付後能夠促進慢病管理服務及購藥、在線診療等發展為互聯網醫療市場帶來增量。

## 總結

中國擁有龐大的醫療健康市場，醫療健康支出規模龐大且穩步增長。但地域上醫療資源分佈不均、人口老齡化、慢性病患率上升及人均醫療保健支出相對較低等因素推動互聯網醫療新業態的成長，以致近年來中國互聯網醫療始終保持高增長。未來多種應用場景將會促進互聯網醫療的整合，包括醫療資訊化、醫藥電商、互聯網商保、醫療智慧硬體等將成為行業重點形成完整的醫藥循環。

### 相關個股：

#### 1) 京東健康(6618.HK)

構建互聯網醫療健康生態提供一體化服務

#### 2) 阿里健康(241.HK)

聯同阿里的流量獲取能力持續升級服務體驗

#### 3) 平安好醫生(1833.HK)

確定會員制收費，差異化服務獲增值獲取收入