

——疫情之后，乌云亮出“金边”

2021互联网医疗行业洞察



2021年6月

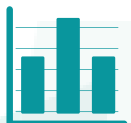
Mob研究院出品

©2021 MobTech 麦博. All rights reserved.



万亿级市场，成长趋势向好

- 行业政策从审慎到开放，政策保障体系不断完善，铸稳了市场扩张基石。2020年突如其来的新冠疫情成为了行业加速器，预计2025年市场规模有望超万亿



挂号问诊流量王者，医药电商增速最快

- 挂号问诊平台中，平安健康一骑绝尘。医药电商平台中，阿里健康流量多元，抢占先机；京东健康供应链卡位，势如破竹；叮当快药把“快”打到极致



市场呈下沉趋势，中青年为主力军

- 互联网医疗用户三线及以下城市占比提升，下沉趋势渐明。男性用户居多，年龄多分布在25岁至44岁，学历高低不影响用户热情



流量红利有望保持，持续探索解决方案

- 互联网医疗借力疫情提高曝光率，培养了用户使用习惯，流量红利有望继续保持。持续探索人工智能及智慧社区医疗模式的应用，有望缓解医疗压力

目录

CONTENTS



- 01. 互联网医疗行业发展概况
- 02. 互联网医疗竞争格局分析
- 03. 互联网医疗行业用户洞察
- 04. 互联网医疗行业发展趋势

01

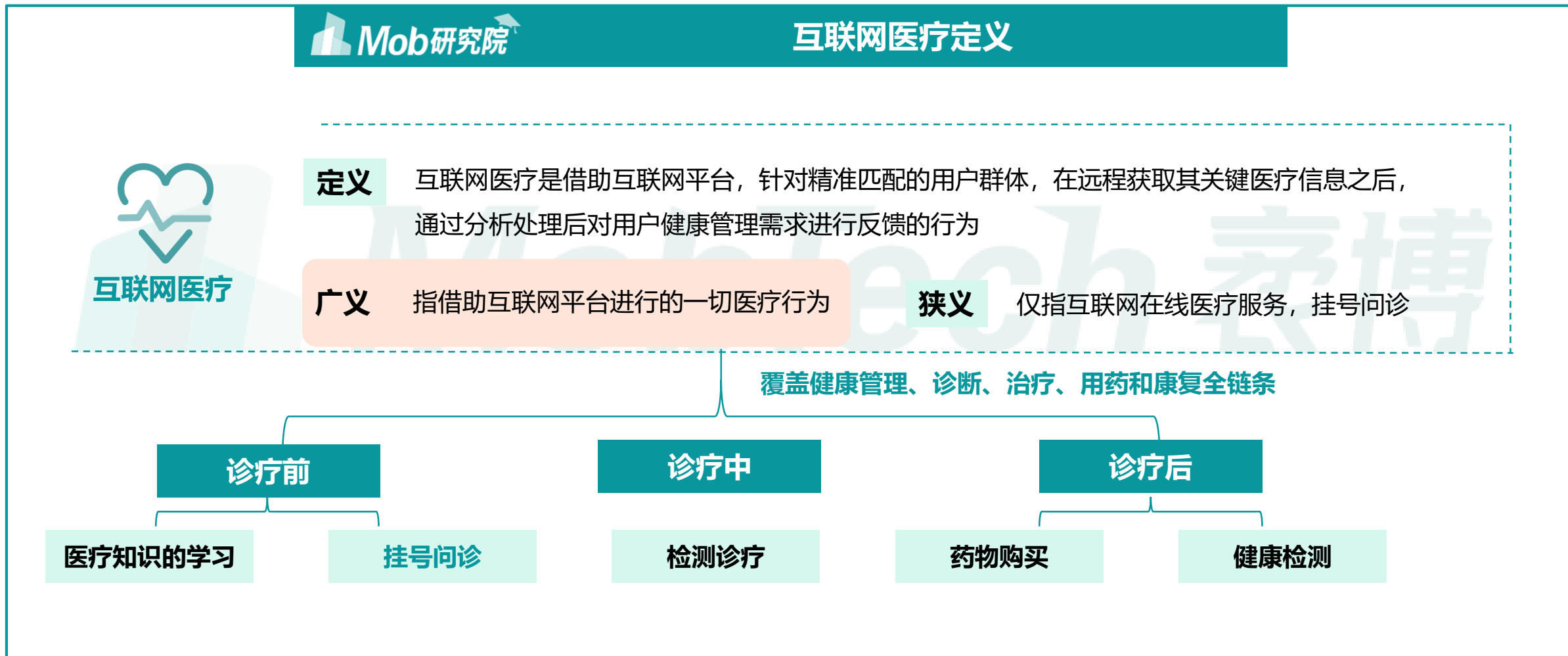


互联网医疗行业发展概况

Industry Development Overview

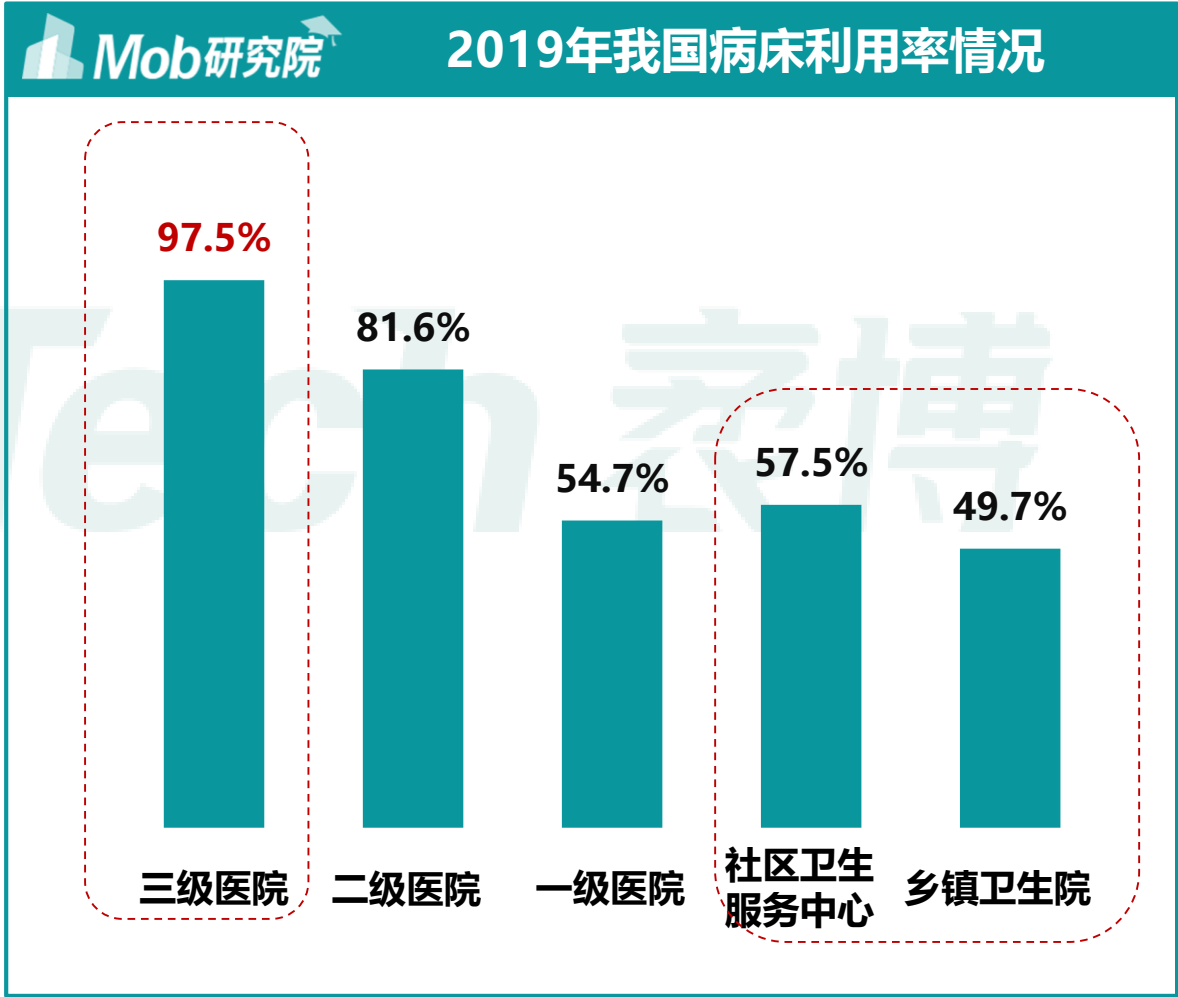
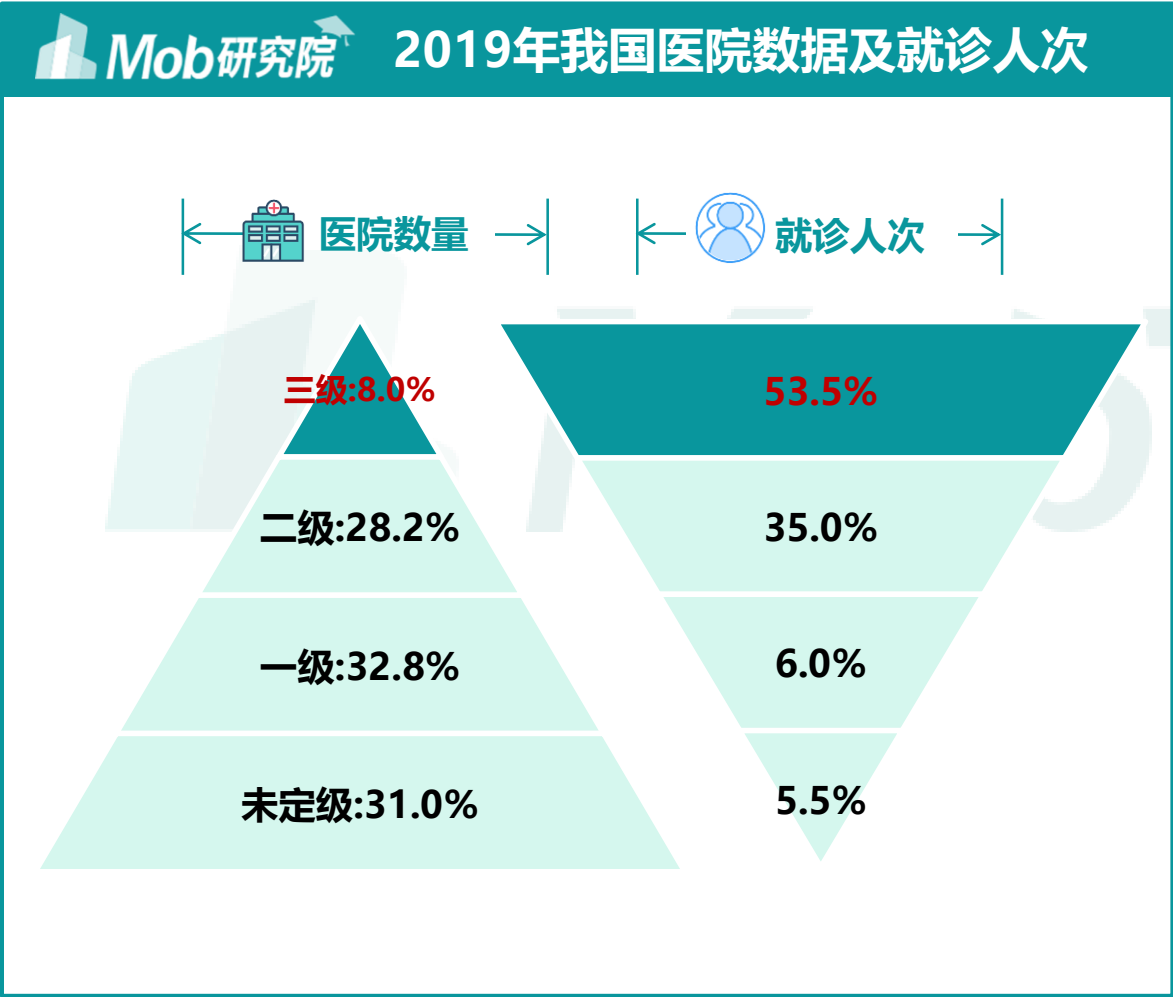
互联网医疗的定义

互联网医疗有广义和狭义之分，广义指借助互联网平台进行的一切医疗行为，狭义仅指互联网在线医疗服务。本报告以**广义概念**为研究对象



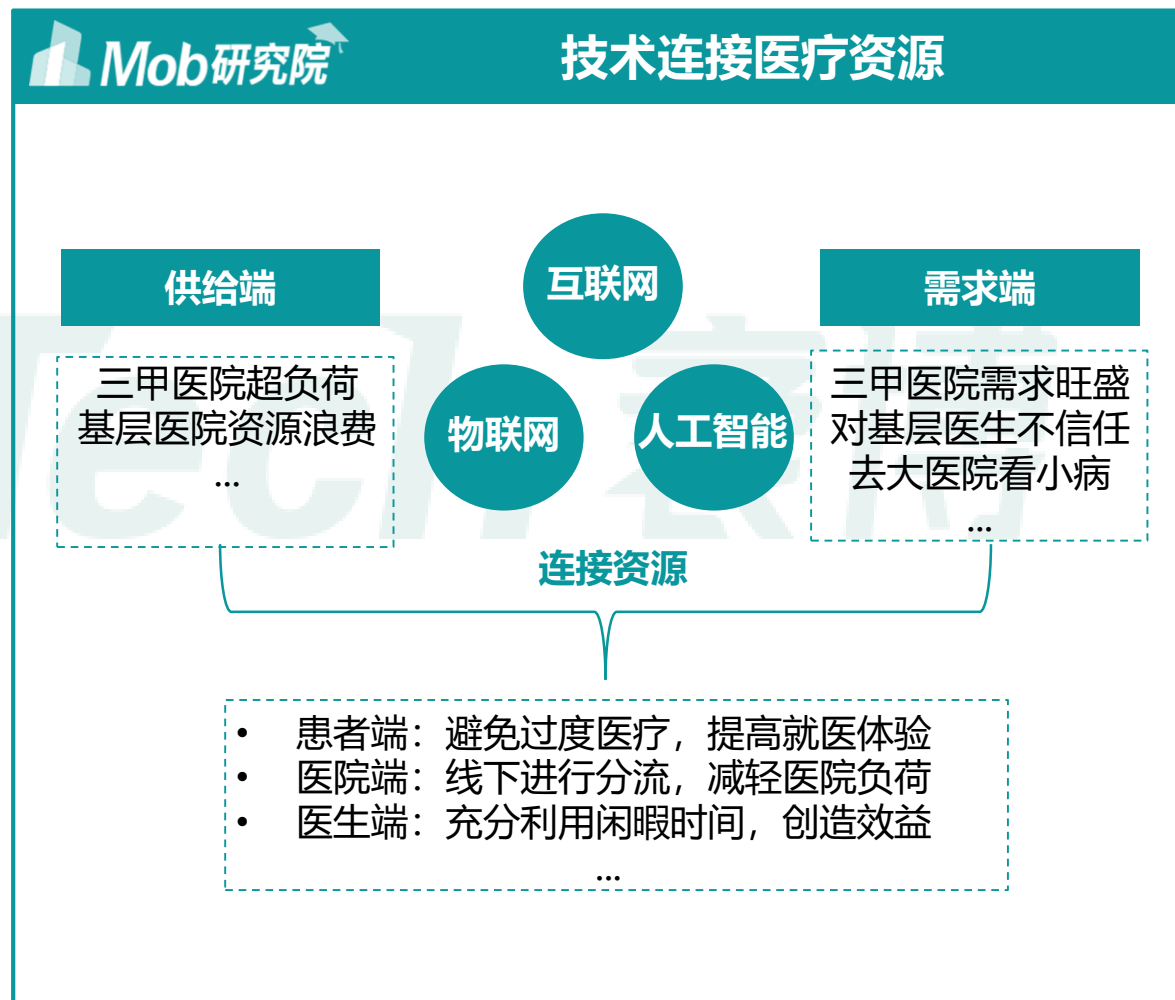
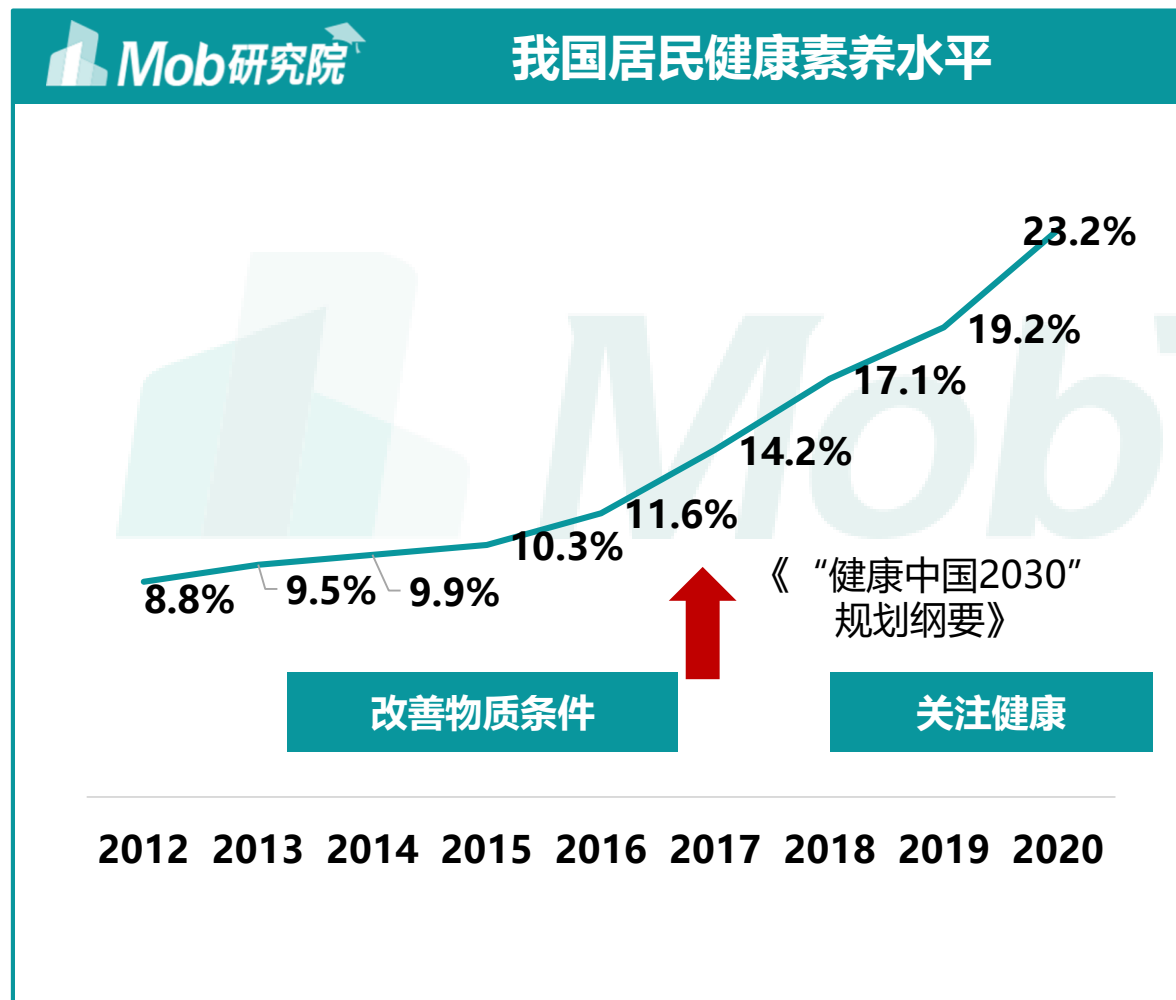
发展背景：我国优质医疗资源不足

我国优质医疗资源不足。三级医院数量占比不及一成，却承载了超五成的医疗需求。三级医院床位利用率超九成，而基层医疗机构床位利用率较低



发展背景：居民健康观念前置，技术连接资源打破困局

我国居民健康素养水平逐年提升，越来越多人关注健康需求。面对着优质医疗资源供给不足的问题时，互联网、人工智能等技术连接资源，有望打破医疗困局



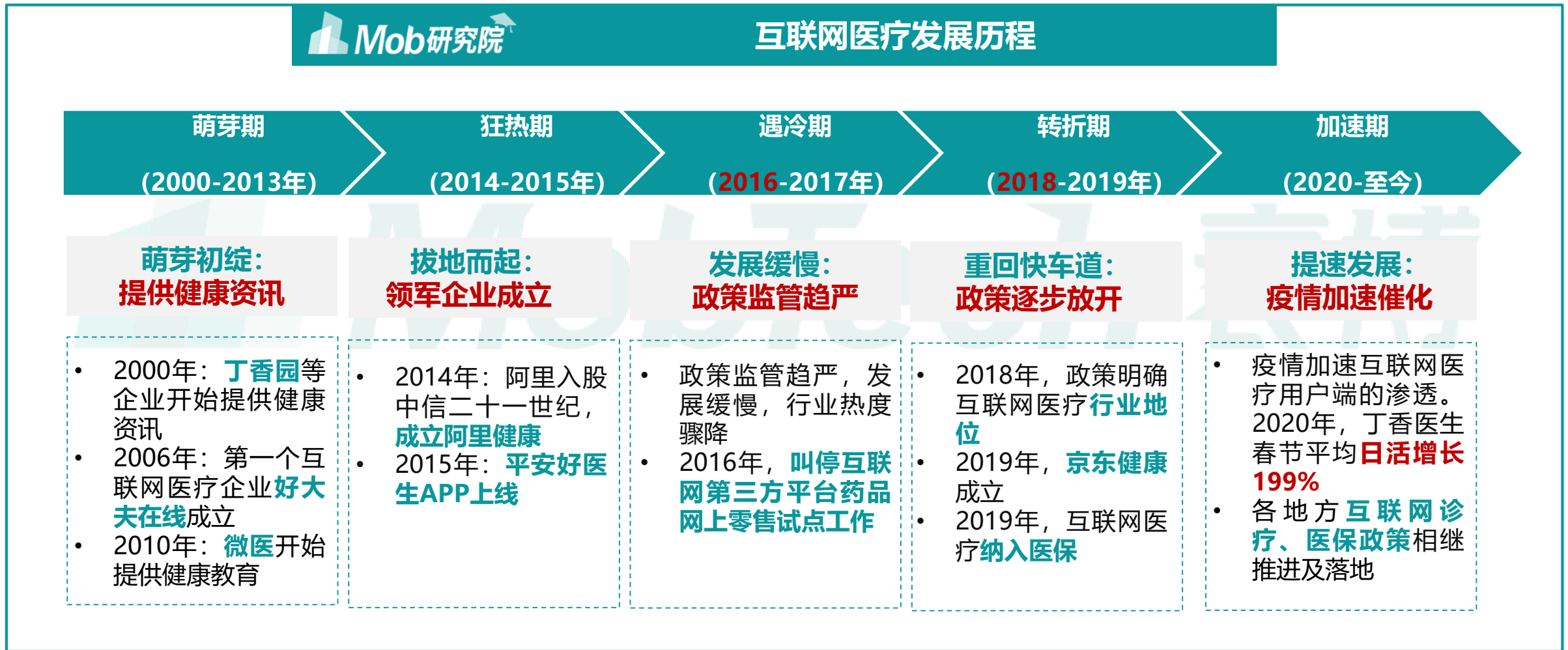
Source: Mob研究院整理，卫健委

注：居民健康素养包括基本知识和理念、健康生活方式与行为、基本技能。上文百分比指我国个人获取和理解素养内容，并运用作出正确决策的人口比例

2016年国务院发布《“健康中国2030”规划纲要》，明确提高人们健康水平

发展历程：疫情催化，互联网医疗提速发展

我国互联网医疗迄今已有二十年历史，在曲折中向上发展。互联网医疗借力疫情提高曝光率，培养用户使用习惯，为行业发展按下加速键

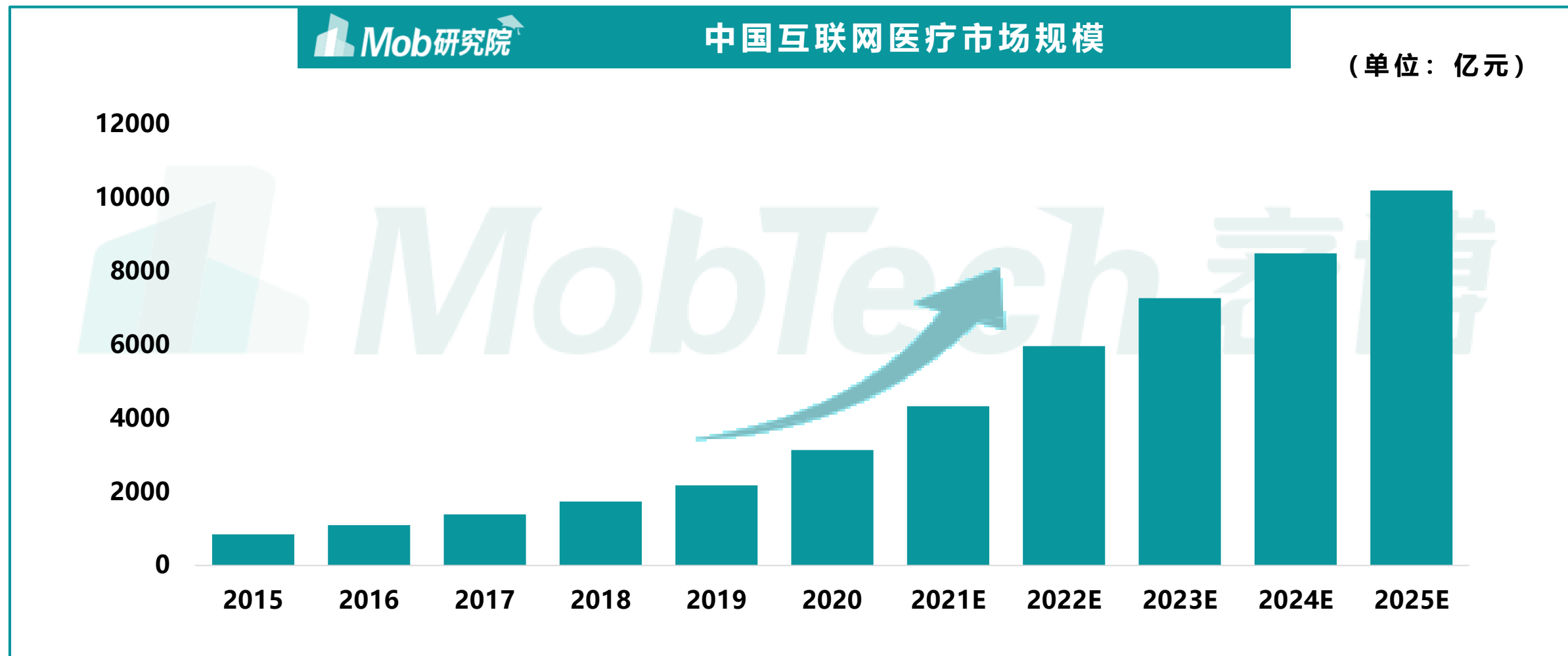


从态度上看，政策态度从审慎到开放。从保障体系上看，从网售药品过渡到核心诊疗再到互联网医保，政策体系不断完善，铸稳市场扩张基石



市场规模：预计2025年将突破万亿元

在疫情黑天鹅和政策利好的共振下，互联网医疗行业迎来黄金成长期，预计2025年规模有望超万亿元



Source: Mob研究院根据自有模型测算

注：包括医生助手平台、医药电商平台、挂号问诊平台、健康管理平台和医疗知识平台。市场规模预测根据我国医疗总支出乘以互联网医疗行业渗透率计算

融资风向：2020年获大额融资企业较多，资本普遍看好

2020年互联网医疗行业大额融资事件频现，资本普遍看好

2020年互联网医疗行业融资情况		
名称	融资金额	融资轮次
丁香园	5亿美元	-
微脉	1亿美元	C+轮
小懂健康	-	战略投资
医护到家	千万级人民币	战略投资
微医	-	战略投资
春雨医生	-	E轮
宜生到家	1亿人民币	B轮
京东健康	8.3亿美元	B轮
妙手医生	6亿人民币	D轮

2020年互联网医疗行业融资情况		
名称	融资金额	融资轮次
名医主刀网	-	C轮
好孕说	380万人民币	种子论
金牌护士	数千万人民币	A1轮
壹零医	数千万人民币	A轮
智云健康	-	未透露
省心卖	千万级人民币	天使轮
朋橙心理	百万级人民币	天使轮
好心情	1.25亿人民币	B轮
薄荷健康	-	C轮



02

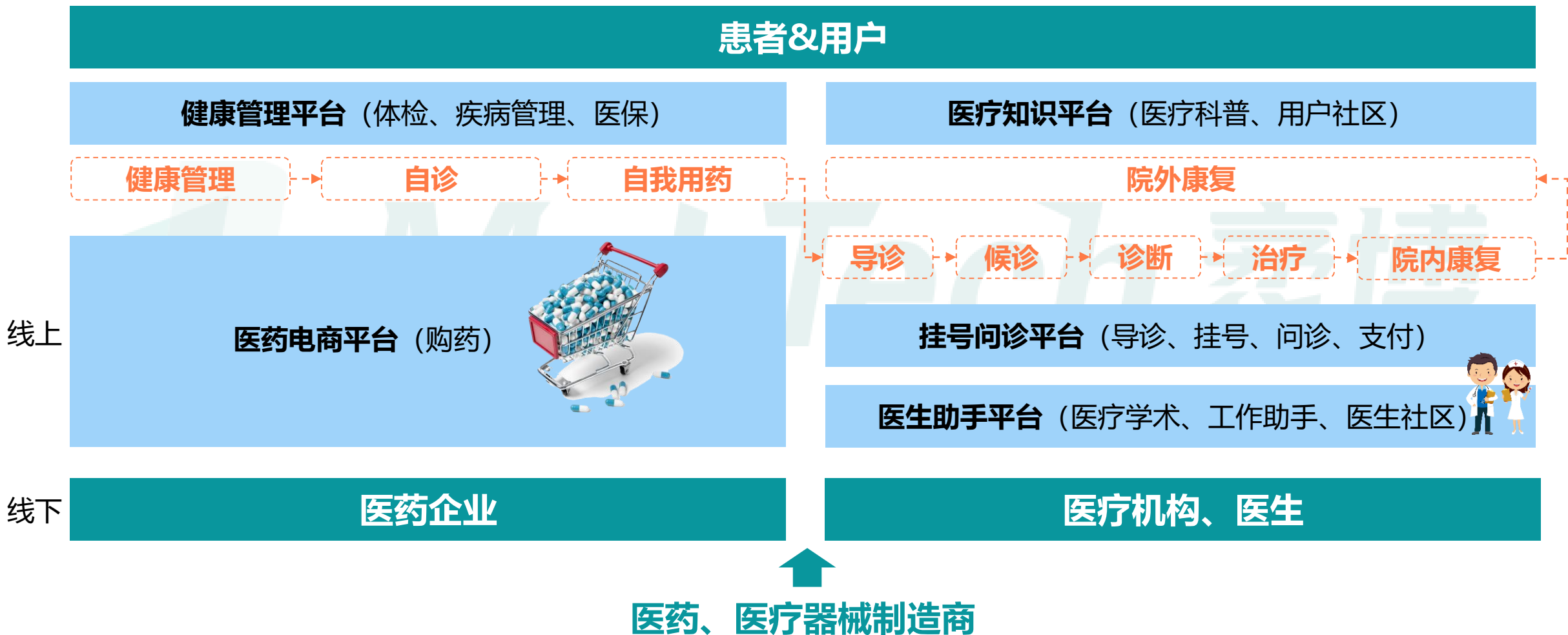


互联网医疗竞争格局分析

Competition Analysis

市场结构：四种主体、五类平台

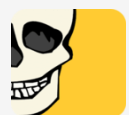
围绕患者、药企、医疗机构、医生这四种主体，诞生了五类互联网平台



市场图谱：五类平台，百花齐放

互联网医疗主要包括医生助手平台、医药电商平台、挂号问诊平台、健康管理平台和医疗知识平台

医生助手平台



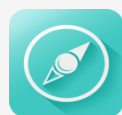
3Dbody



丁香园



用药助手



临床指南



医脉通



医口袋



小禾医助

医药电商平台



阿里健康



1药网



药房网商城



药师帮



1药城



益药购



快方送药



怡康到家



叮当快药



八百方正品药



我的医药



康美中药城

挂号问诊平台



平安健康



微医



好大夫在线



丁香医生



华医通



北京协和医院



就医160

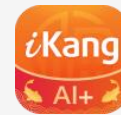
健康管理平台



优健康



体检宝



爱康



公共卫生
服务平台



中国家医



康康在线



记健康



经络穴位图解



中医通



中药大全



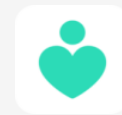
艾灸治百病



中医智库



急救



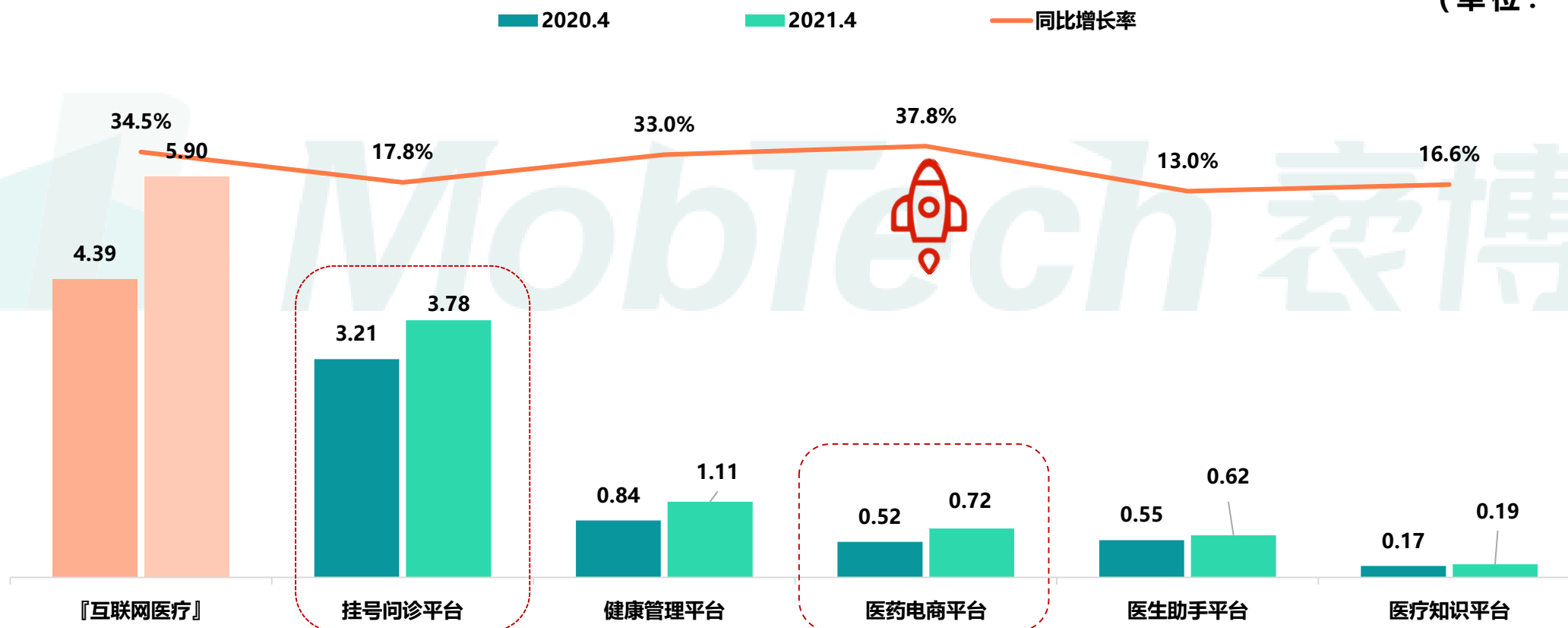
自测用药

医疗知识平台

竞争格局：挂号问诊流量王者，医药电商增速最快

在五大平台中，挂号问诊平台用户流量最大，占比已超6成。医药电商平台用户增速最快。后文重点研究挂号问诊与医药电商两大平台

(单位：千万)



挂号问诊：互联网医院+在线问诊平台

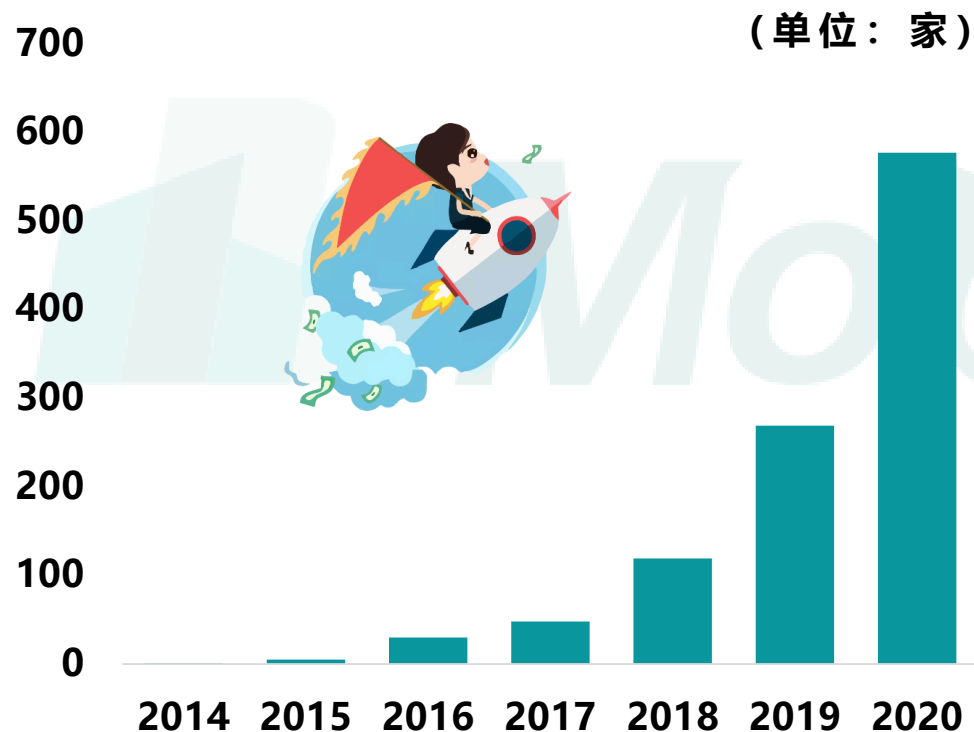
挂号问诊平台主要包括**互联网医院**、**在线问诊平台**两种模式

	互联网医院	在线问诊平台
主要模式	作为 实体医疗机构第二名称 搭建互联网医院	符合条件的 第三方机构 搭建互联网平台
申请资格	实体医疗机构、第三方依托实体医疗机构均可申请	互联网公司与企业可申请互联网问诊平台
医生来源	主要为本院医生 ，也可利用其他医院的院医生	自有签约医生、外部医生
定位	线下实体医院的线上延伸， 分散线下就医压力	主要目的为获得 盈利
典型代表	浙大医学院附属邵逸夫医院互联网医院	平安好医生

挂号问诊—互联网医院：高速增长，医疗信息化厂商迎来发展机遇

近两年互联网医院数量呈现井喷式增长，但在IT能力、运营能力方面存在欠缺，而**医疗信息化厂商**能为其提供**IT建设及联合运营服务**

我国互联网医院数量情况



医疗信息化厂商案例



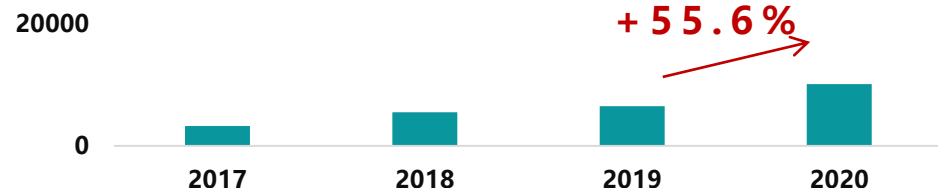
纳里健康
NGARihealth

IT
建设
+
联合
运营

- **基本情况**：2009年成立，卫宁健康子公司
- **成就**：助力**100多家**医院获得互联网医院牌照，标杆**浙江省邵逸夫医院**
- **服务**：**IT建设+联合运营**

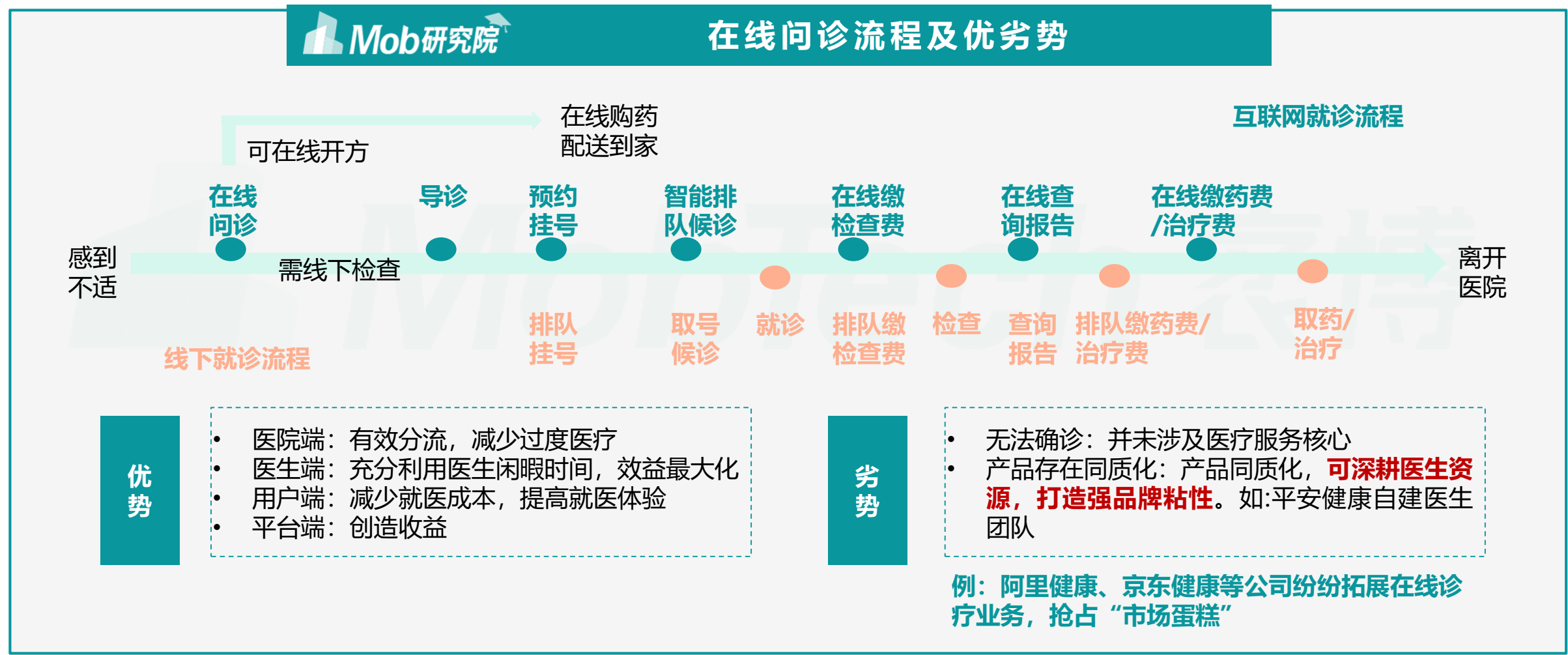
- **IT建设**：涵盖就医服务、健康管理服务、互联网诊疗服务、远程医疗协同等主流板块
- **联合运营 (核心)**：包括**医患端**的推广运营与诊后运营，**医生端**的品牌打造和激励等

纳里健康营收情况 (单位：万元)



挂号问诊—在线问诊平台：深耕医生资源，打造强品牌粘性

在线问诊平台在带来优势的同时，依旧存有痛点。可通过**深耕医生资源**，培养用户粘性



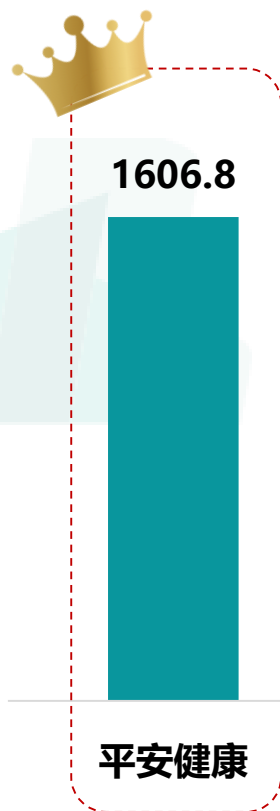
在线问诊平台竞争格局：平安健康一骑绝尘

群雄逐鹿，平安健康月活用户数大幅领先，一骑绝尘

Mob研究院

在线问诊平台活跃用户规模

(单位：万)



平安健康

好大夫

春雨医生

微医

优健康

微脉

平安健康核心优势：“AI+自有医生”，强化品牌粘性

平安健康业务包括在线医疗、消费型医疗、健康商城、健康管理及互动业务。在不断培养自有医生的基础上，利用AI提高问诊效率，强固品牌粘性

在线医疗

AI
自有医疗团队
外部医疗资源

在线咨询
二次诊疗
转诊挂号
住院安排

消费型医疗

整合医疗健康
机构
标准化服务

体检
医美
口腔治疗
基因检测

健康商城

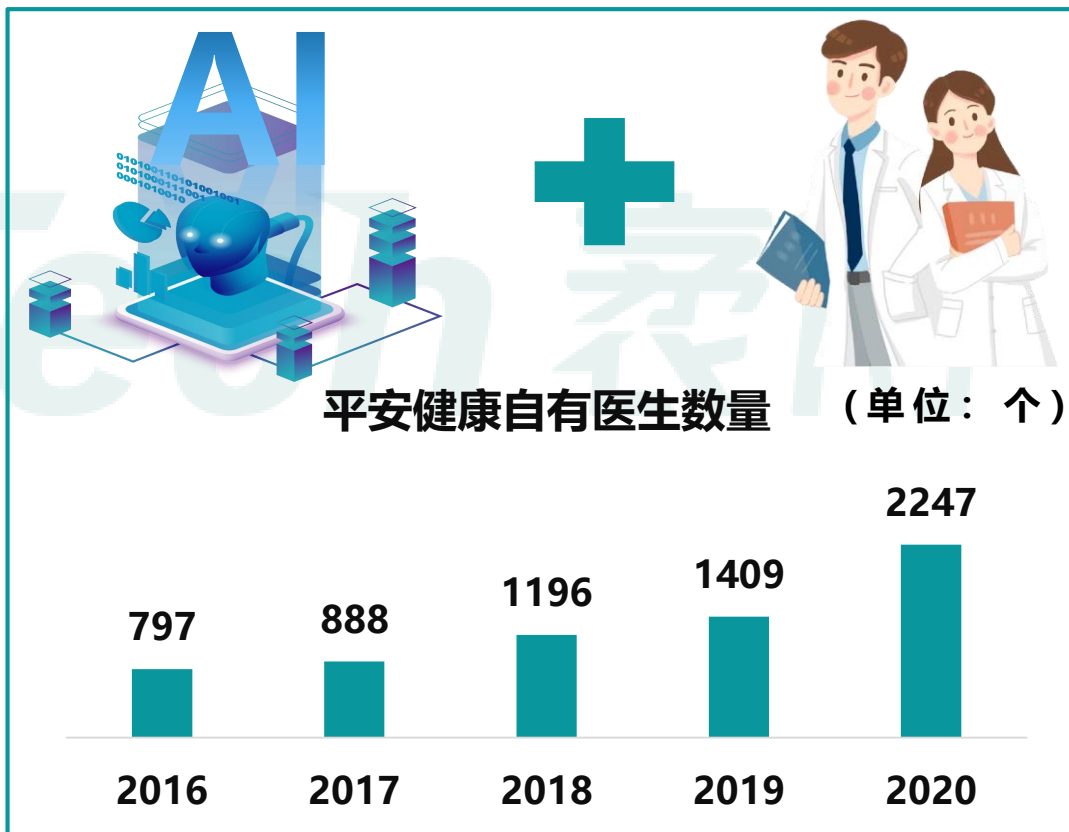
自营+平台

中西药品
保健品
医疗器械
母婴育儿

健康管理及互动

健康数据
用户精准画像

健康头条
奖励计划
健康计划
健康评测



平安健康核心优势：四大渠道，海量获客

平安健康抓住个人用户端、保单用户端、企业服务端、线下医院端**四大渠道入口**，海量获客



平安健康获客渠道

个人用户端

- 我国**最大的在线医疗入口平台**，活跃用户数高达1606.8万人

保单用户端

- 通过**平安金管家插件将公司业务渗透至中国平安的客户**，向平安寿险及平安健康险的部分用户提供在线医疗服务，如定制化的医疗健康+保险服务组合产品

企业服务端

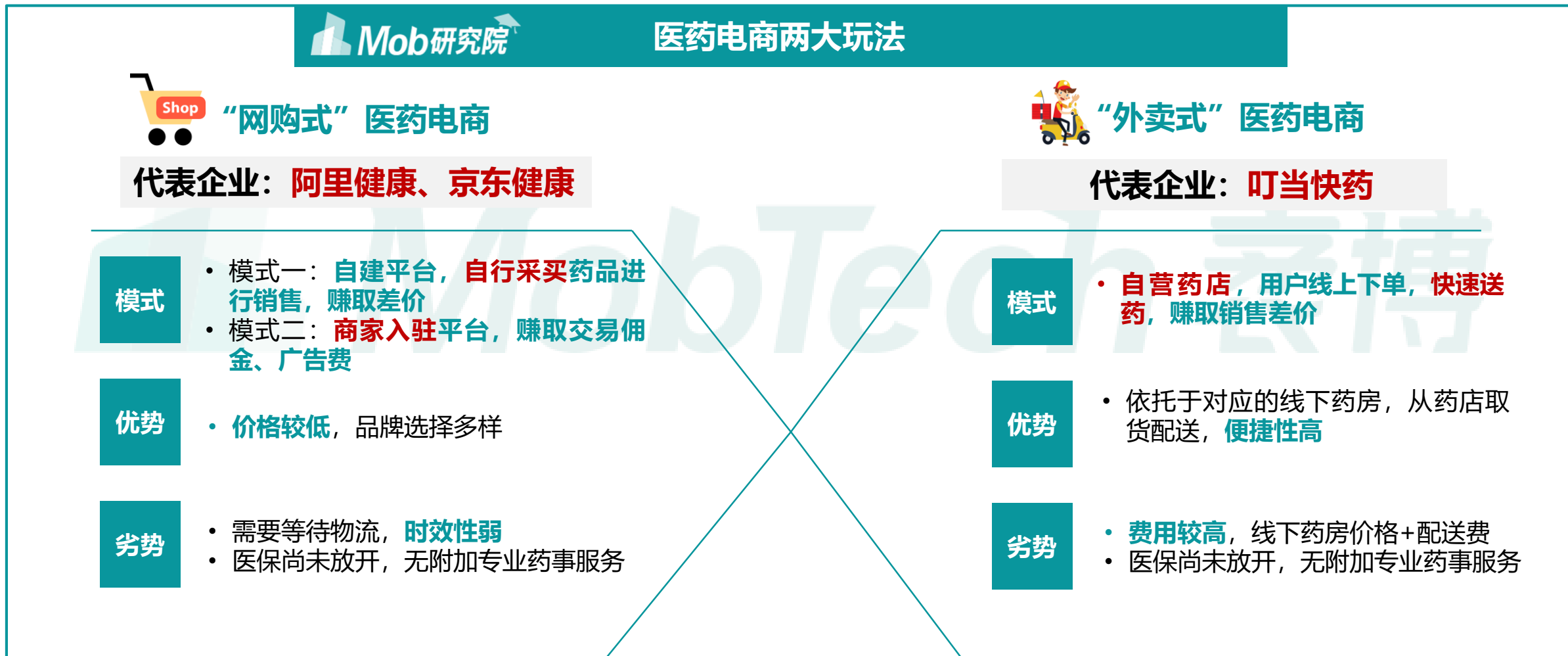
- 截至2020年底，已经拓展了超过**1100家企业客户**（大型国企、头部互联网公司、知名金融机构等），实现销售金额达**5.8亿元**
- 平安集团拥有超**400万企业客户**，凭借**平安综合金融**生态中庞大的企业客户网络，平安健康有望扩大企业用户规模

线下医院端

- **打通线上线下医疗服务闭环**。通过自建或共建互联网医院形成重要的渠道和流量入口，**依托于线下实体医院实现精准获客**。全国互联网医院增速明显，**平安健康市场占有率达11%**

医药电商两大玩法：“网购式”医药电商+“外卖式”医药电商

我们将医药电商分为“网购式”医药电商和“外卖式”医药电商

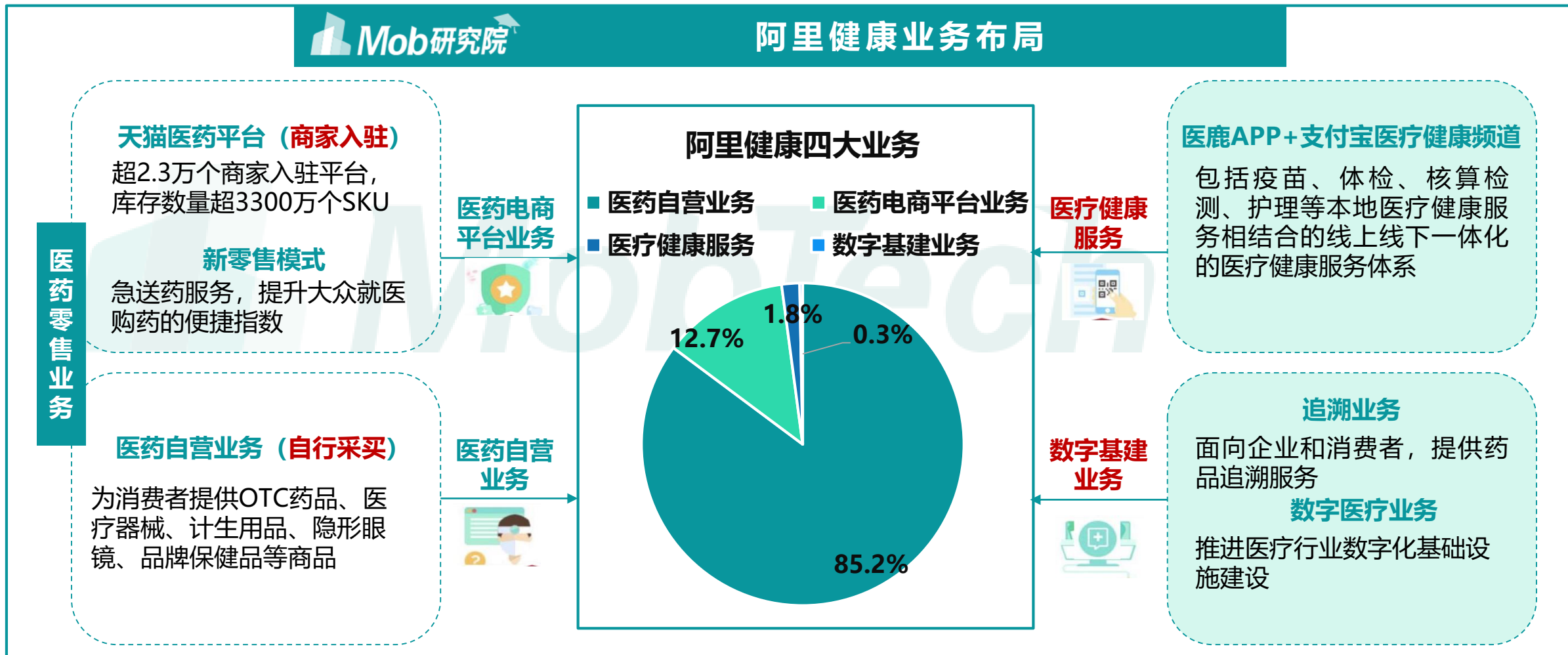


Source: Mob研究院整理

注：阿里健康、京东健康“网购式”业务占比较高，故将其归类

阿里健康业务布局：布局医疗科技业务，完善战略版图

阿里健康以医药零售业务为主，占比超9成。在此基础上不断探索医疗健康服务和数字基建业务，打造全领域布局的医疗科技和服务企业

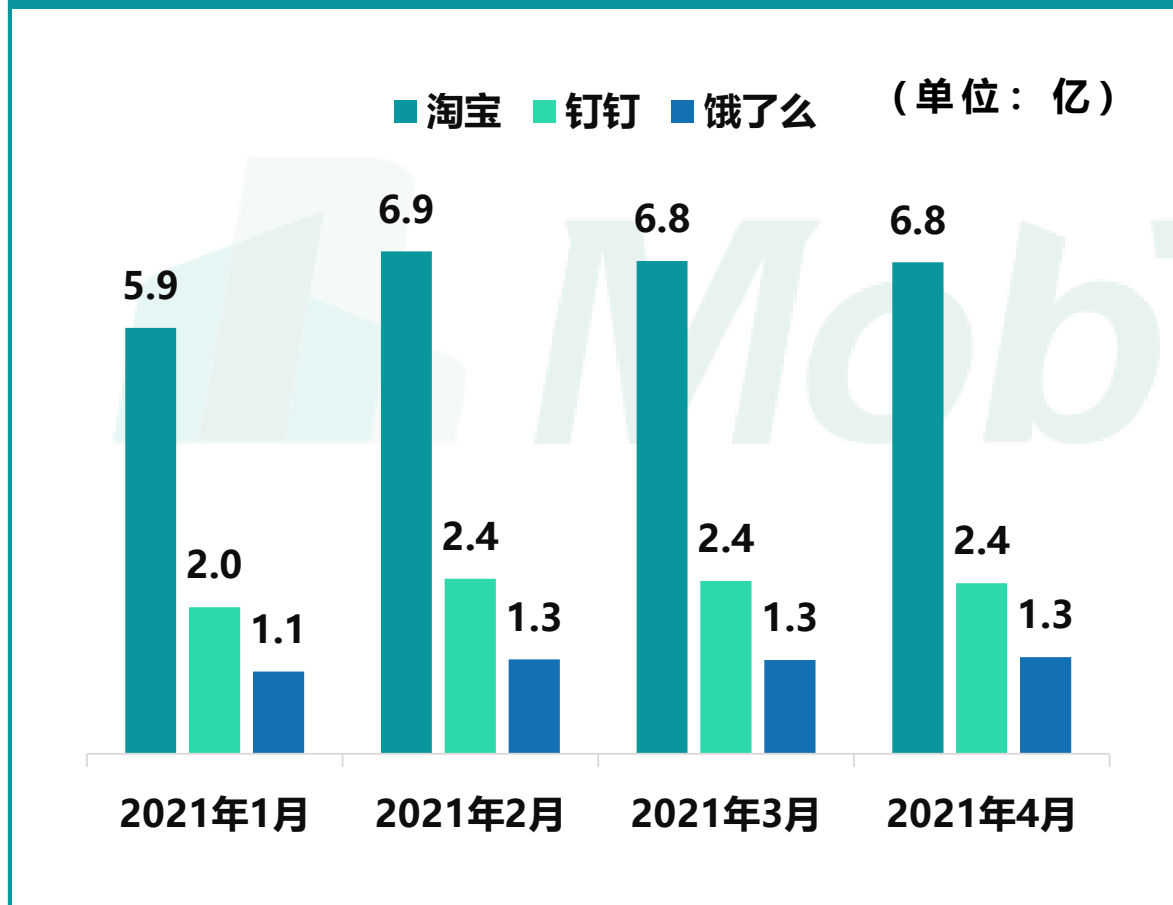


阿里健康核心优势：背靠“阿里系”，助力业务高速增长

2021财年营业收入155.2亿元，天猫平台年活跃用户规模超2.8亿。“背靠大树好乘凉”，有着来自阿里系强大的资源和流量支持，近年来阿里健康业务保持高速增长

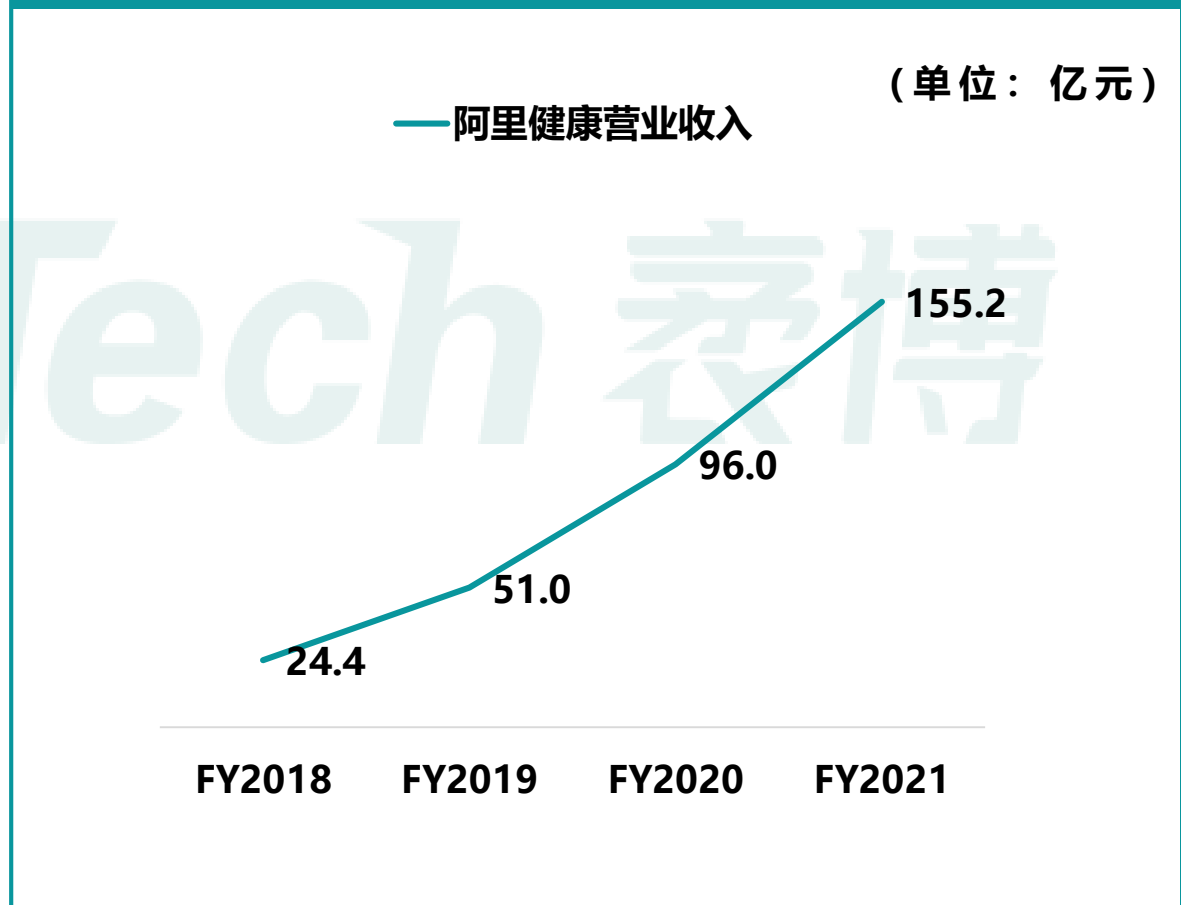
Mob研究院

阿里系APP活跃用户数



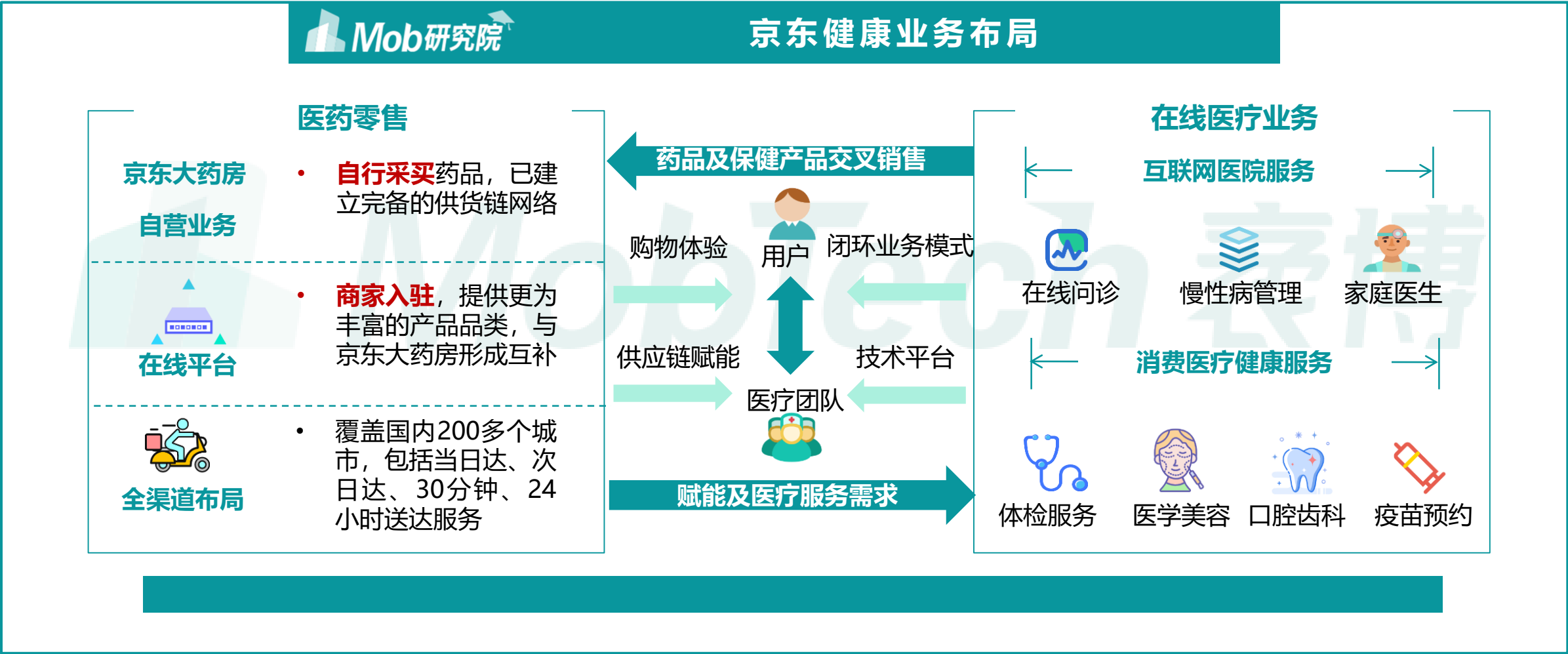
Mob研究院

阿里健康营业收入情况



京东健康业务布局：医药联动，打造闭环

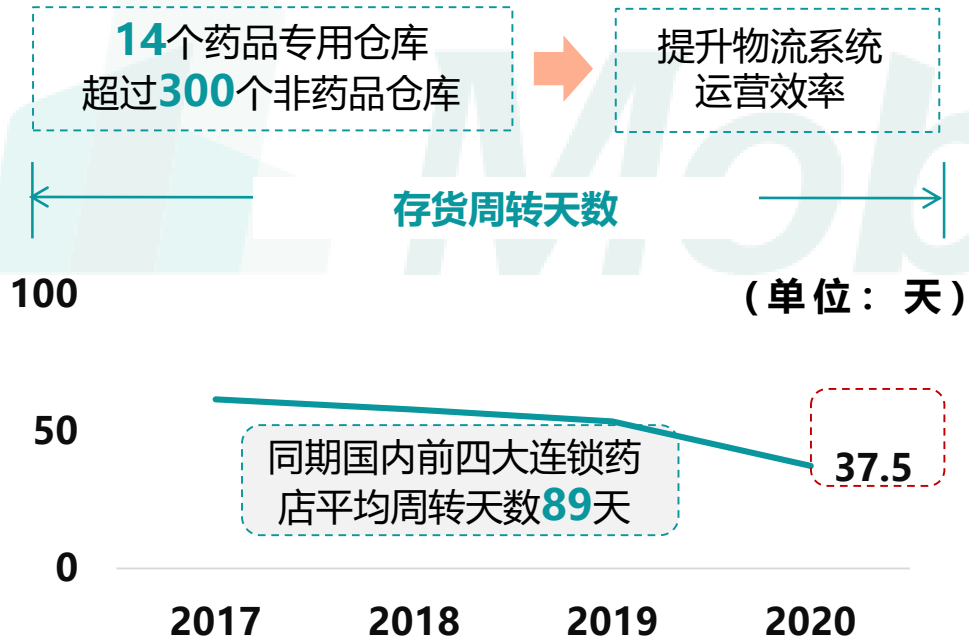
京东健康主营业务包含医药零售和在线医疗业务，医药零售占比超8成。医药零售与在线医疗业务相互引流，形成“医药闭环”



京东健康核心优势：完备供应链，构筑护城河

京东健康传承着“京东系”完备供应链，吸引着零售药房的入驻，也为消费者提供高效的送药体验

业内顶尖的仓储以及物流系统



供应链优势带来的好处



在线平台业务

超过2000万种SKU

超1.2万第三方商家入驻

与自营平台形成互补



全渠道布局

覆盖超过300个城市

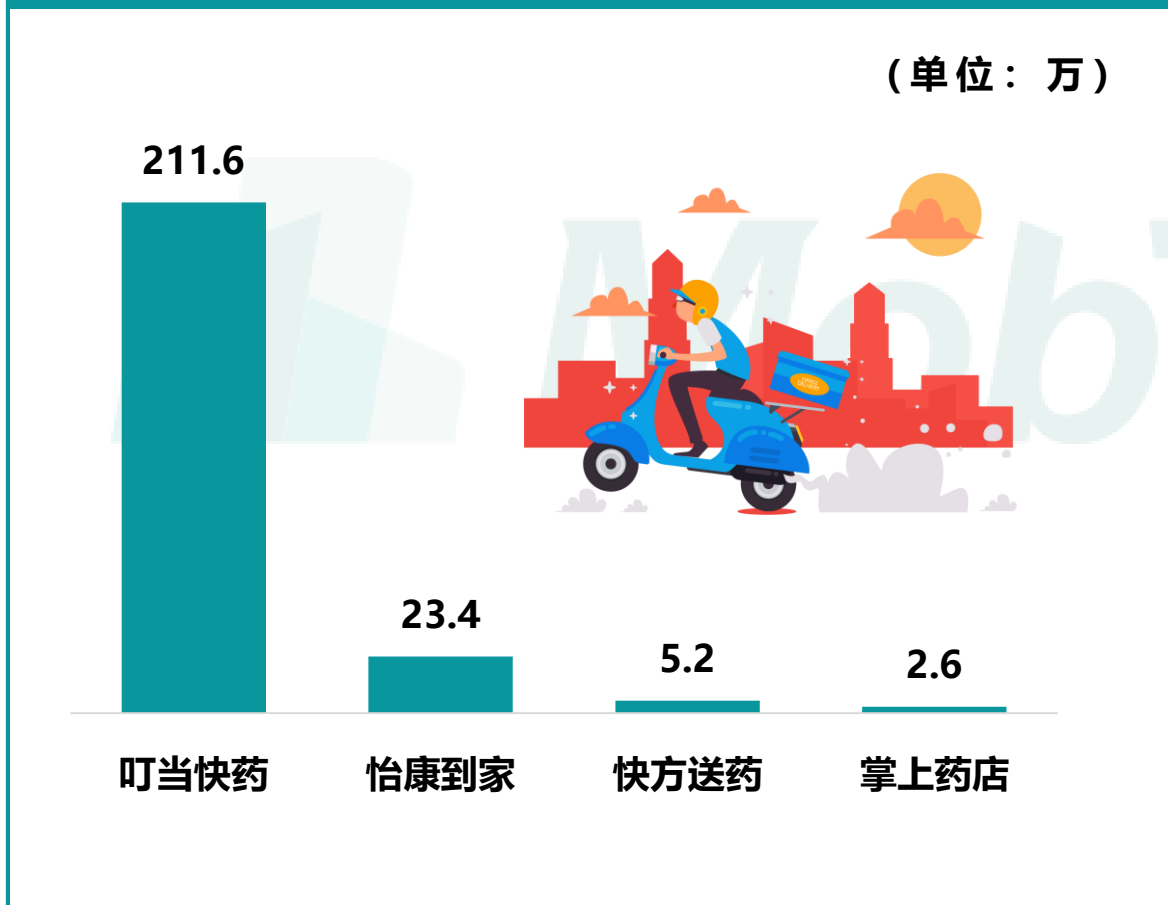
次日达、当日达

30分钟、7*24小时

叮当快药用户规模：独占鳌头，呈上升态势

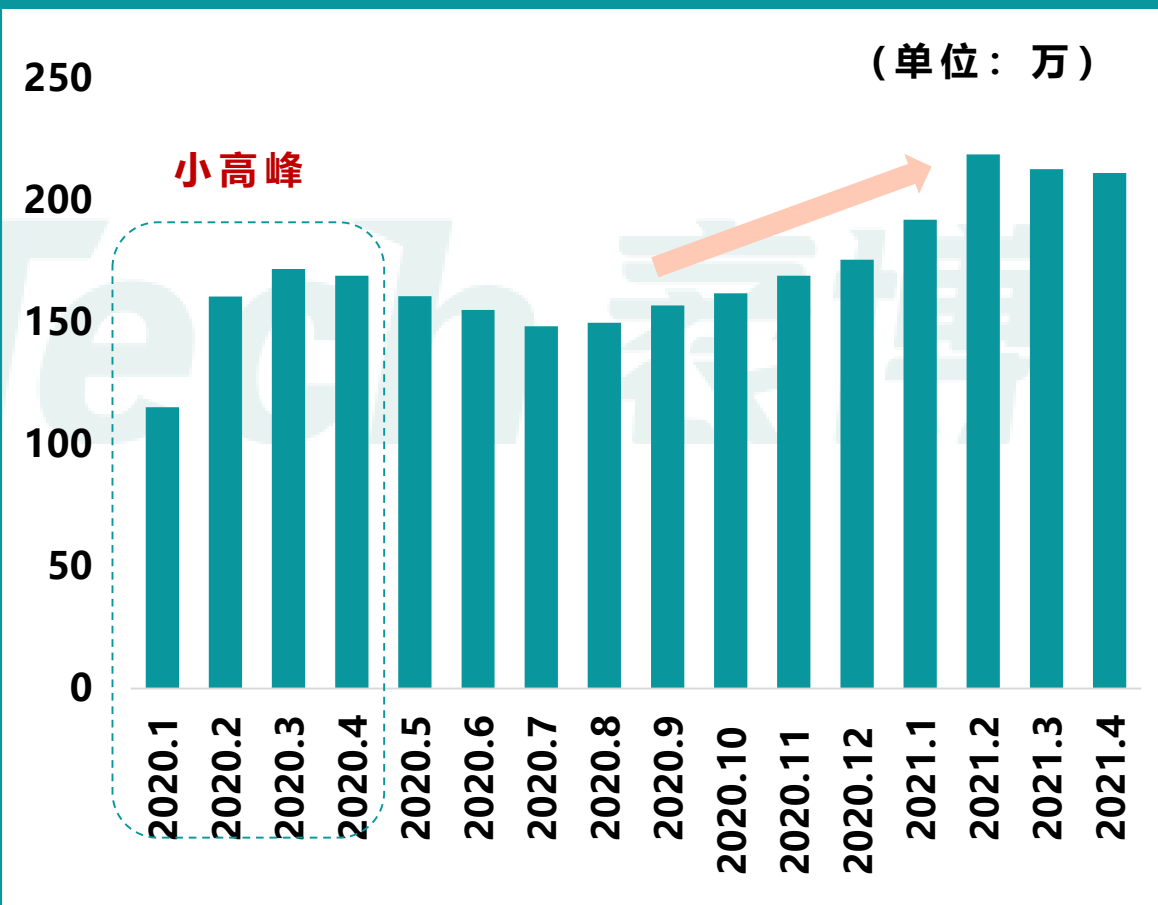
叮当快药月活跃用户数远超其他玩家。在疫情期间，其月活迎来小高峰，并且随着用户习惯的养成，整体月活规模呈上升态势

Mob研究院 2021年4月“外卖式”医药电商月活排名



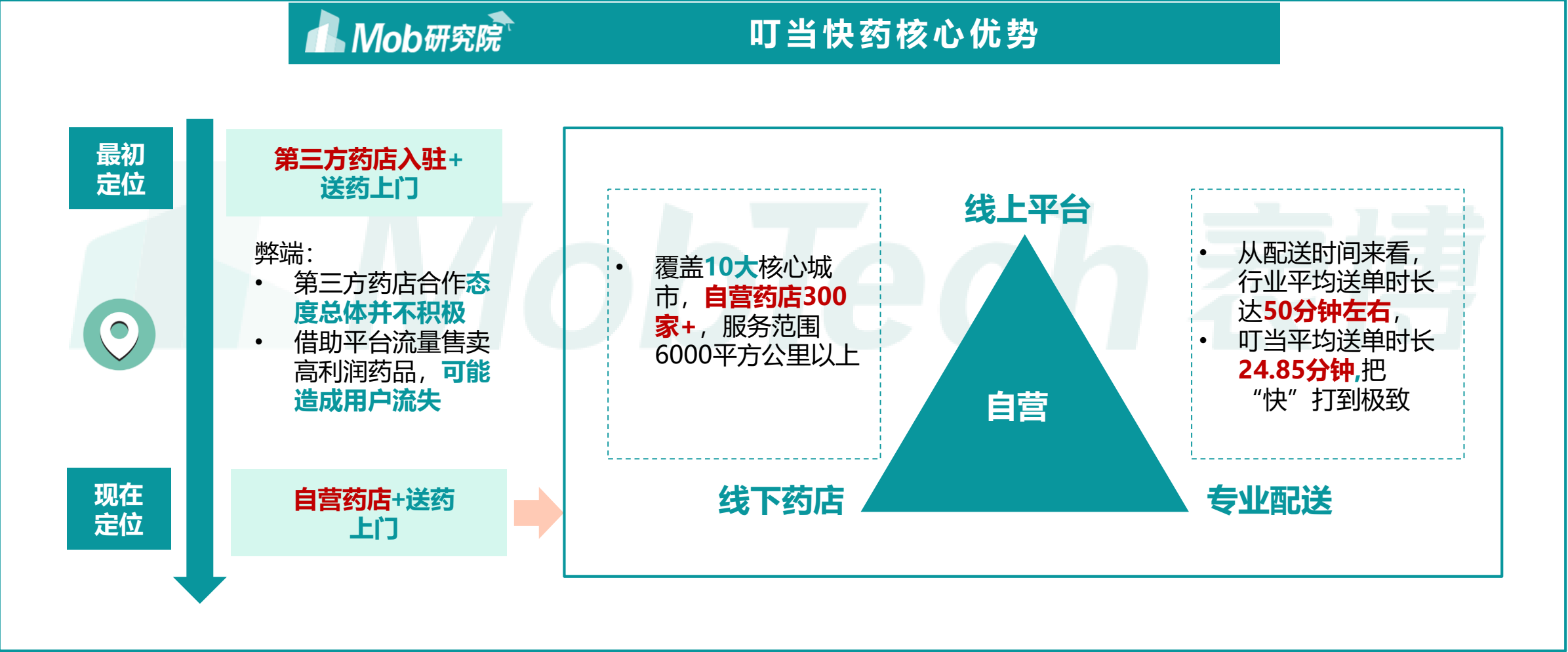
Mob研究院

叮当快药月活情况



叮当快药核心优势： 注重用户体验， 唯 “快” 不破

叮当快药由” 第三方药店入驻+送药上门” 转变为 “**自营药店+送药上门**” 模式， 通过不断进行门店复制（**300家+**） 及自建配送团队（**24.85分钟**）， 完成快速覆盖



03

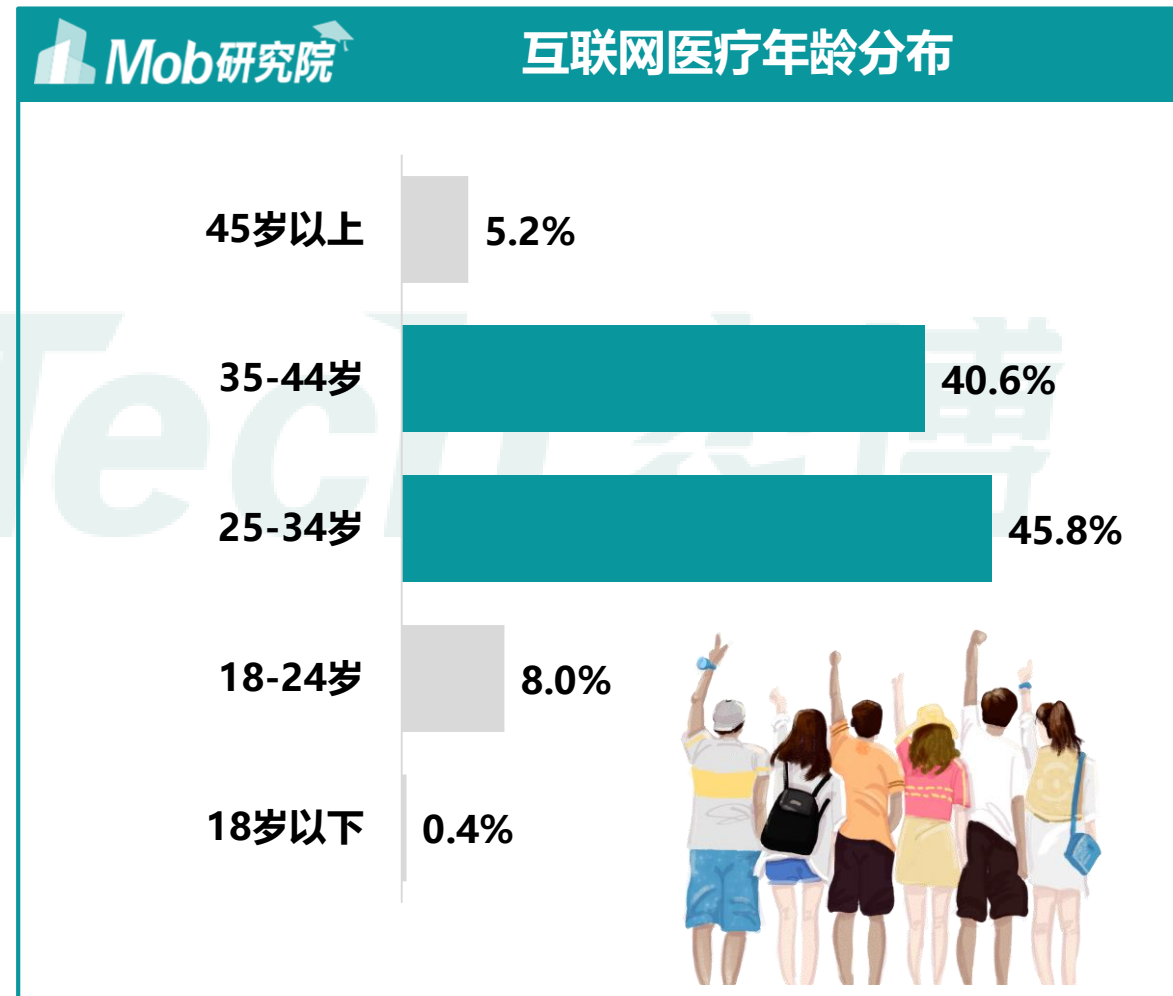
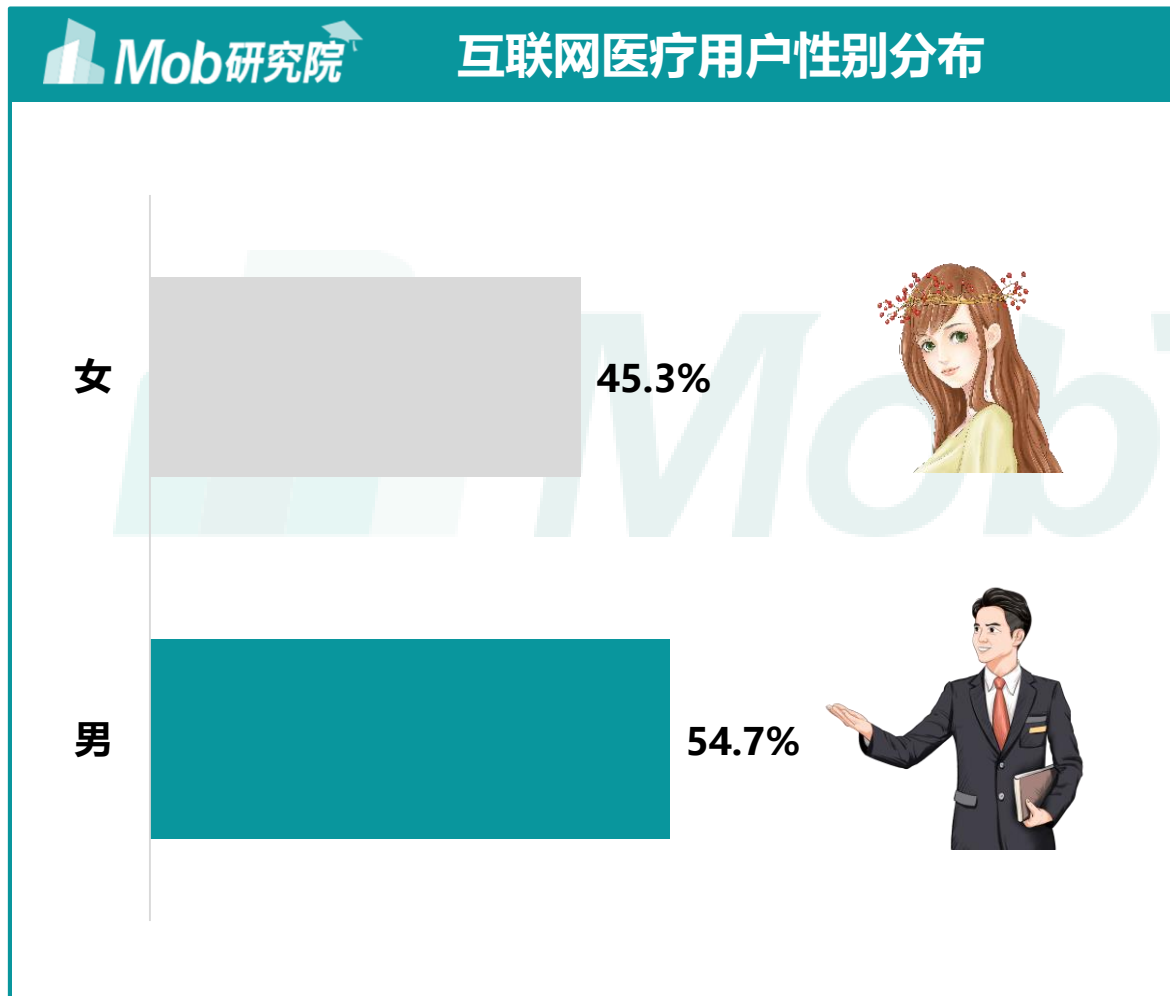


互联网医疗行业用户洞察

User Portrait Insight

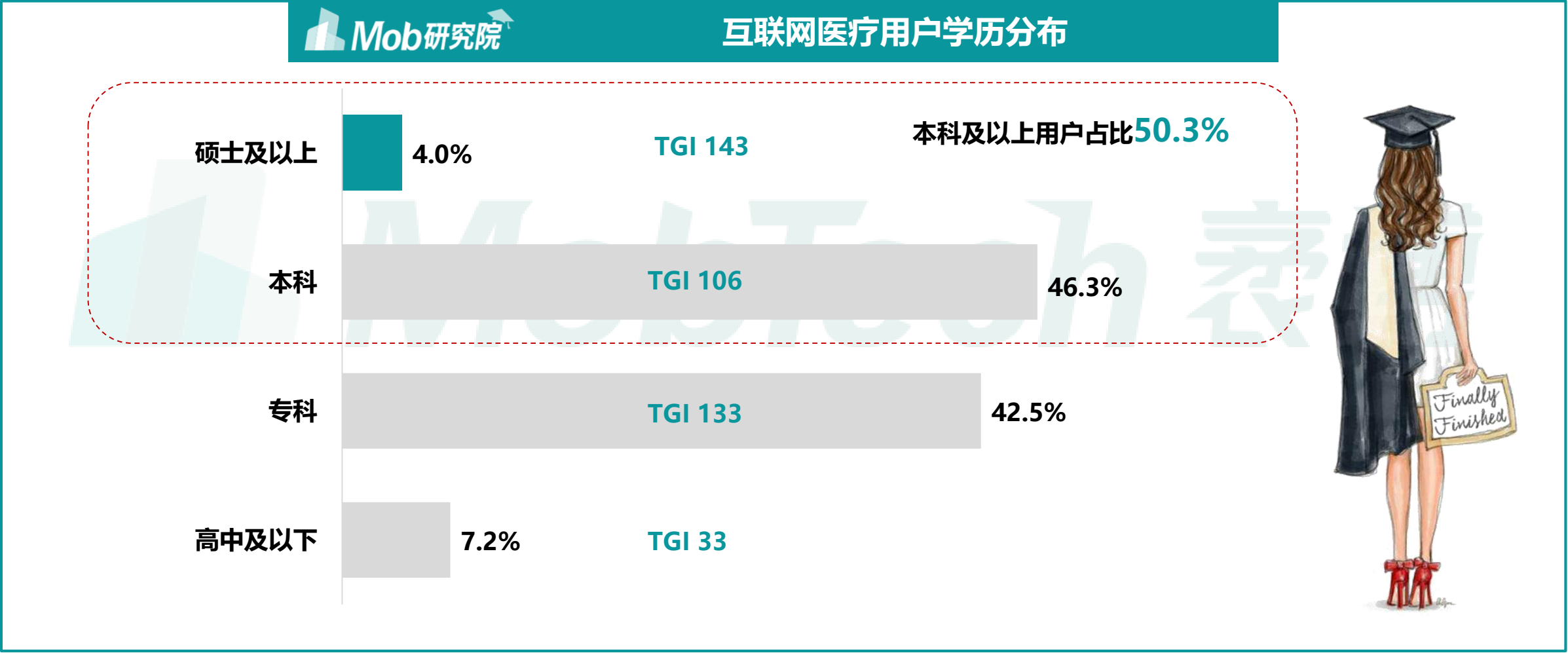
互联网医疗整体用户：中青年为主力军

互联网医疗用户男性居多，年龄多分布在25岁至44岁



互联网医疗整体用户：高知人群互联网医疗接受度更高

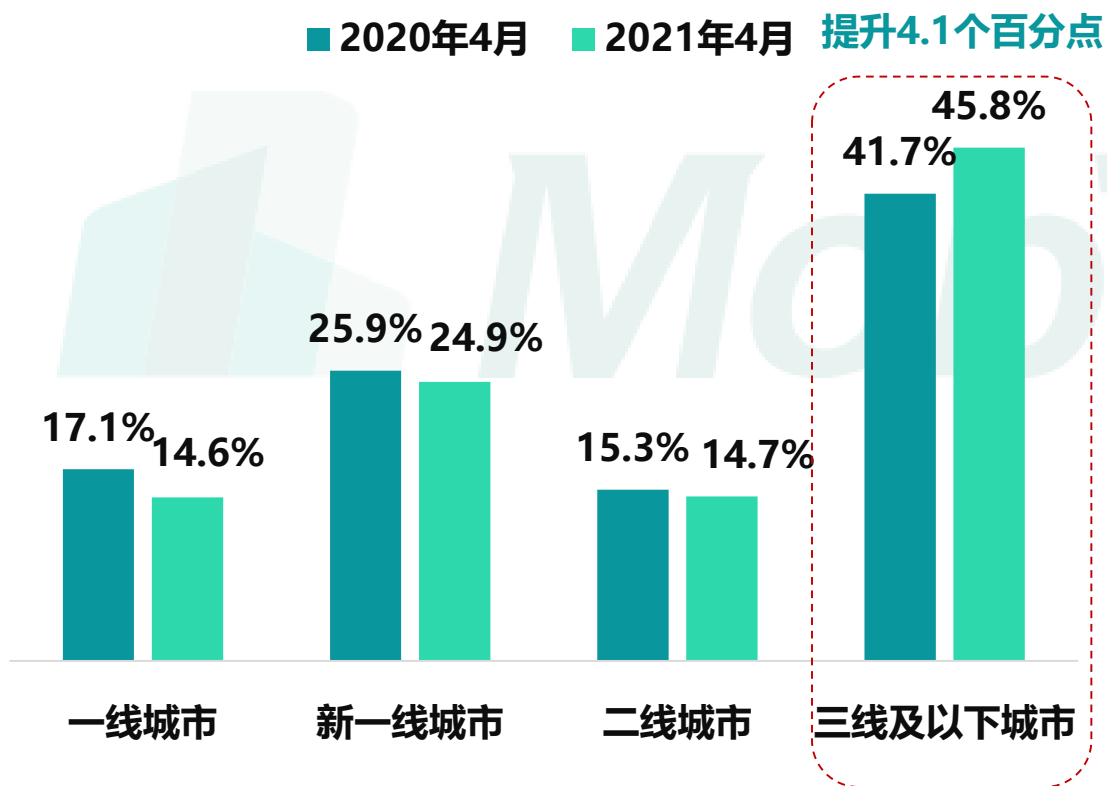
5成用户学历本科及以上，高中及以下学历占比不及1成



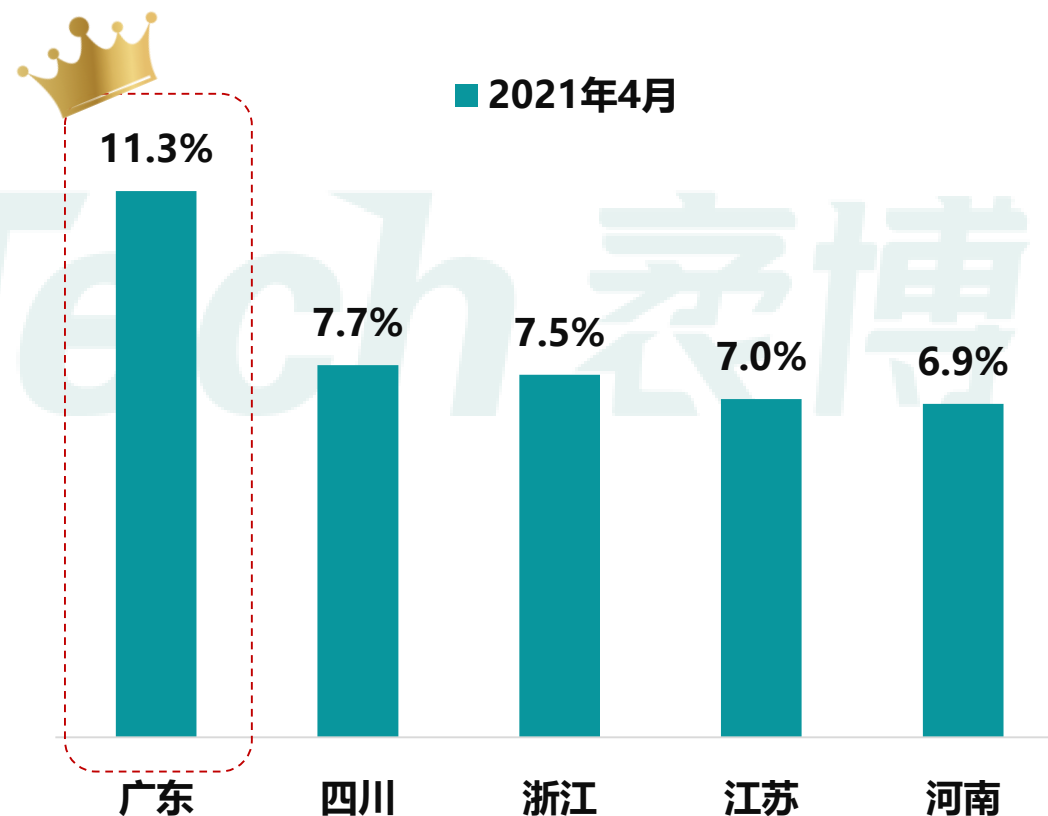
互联网医疗整体用户：市场呈下沉趋势，广东用户占比最高

互联网医疗用户二线及以上城市占比均下降，三线及以下城市占比提升。广东用户占比远超其他省份

互联网医疗用户城市等级分布



互联网医疗用户城省份分布TOP 5

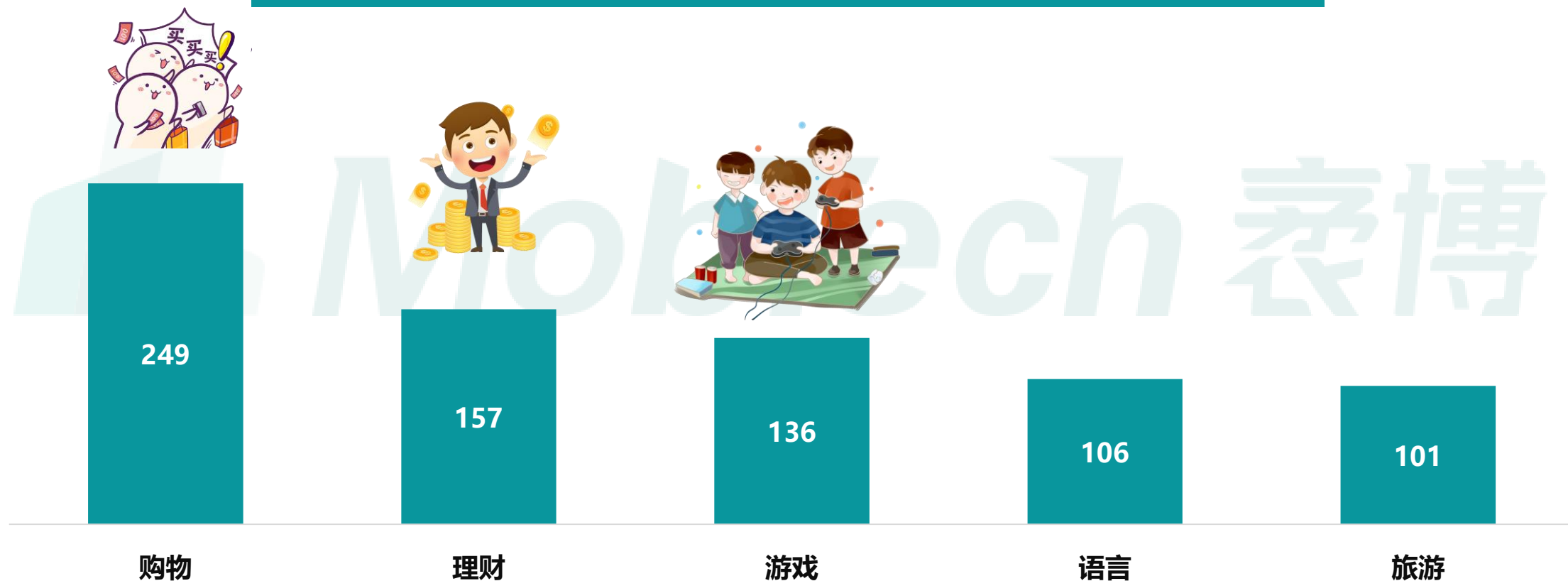


互联网医疗整体用户：左手“剁手”，右手“理财”

互联网医疗用户偏好TOP3为购物、理财、游戏类APP，同时也喜欢语言学习、旅游类APP

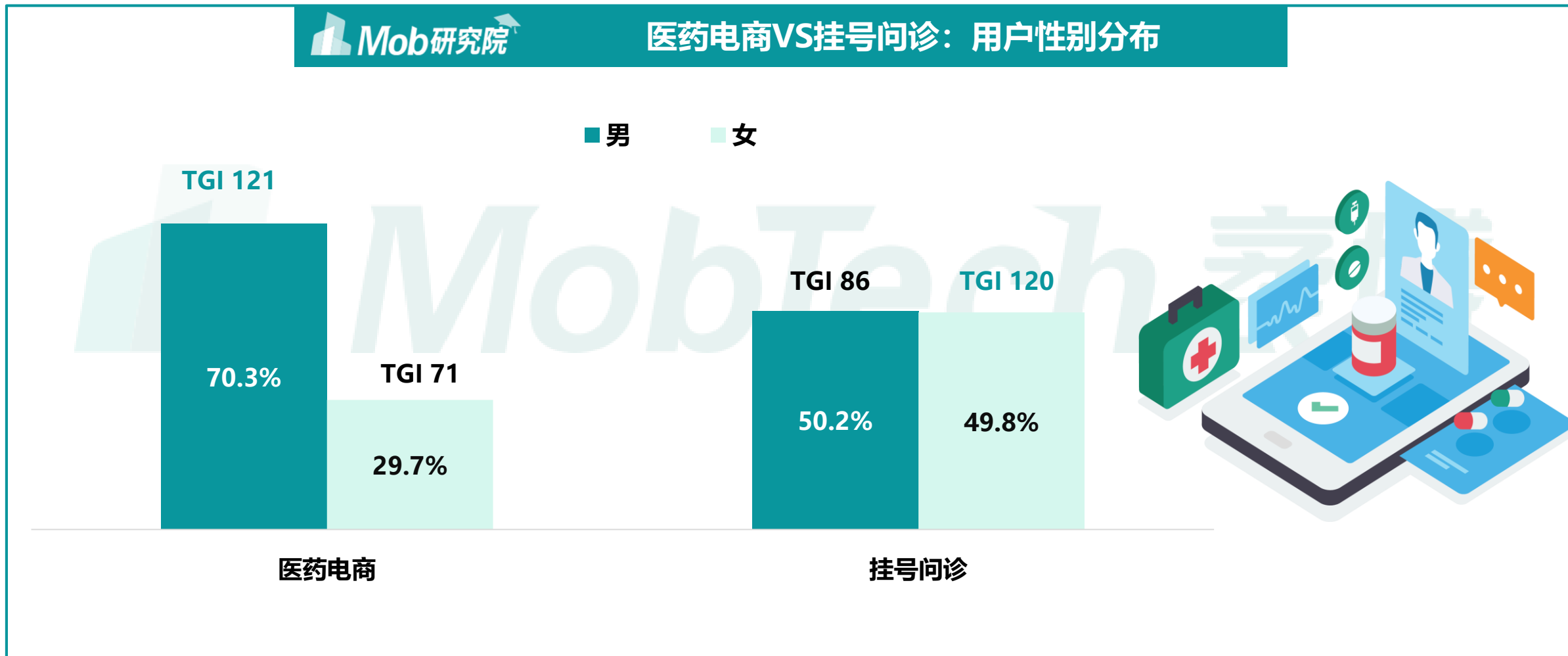
Mob研究院

互联网医疗用户媒介偏好 (TGI)



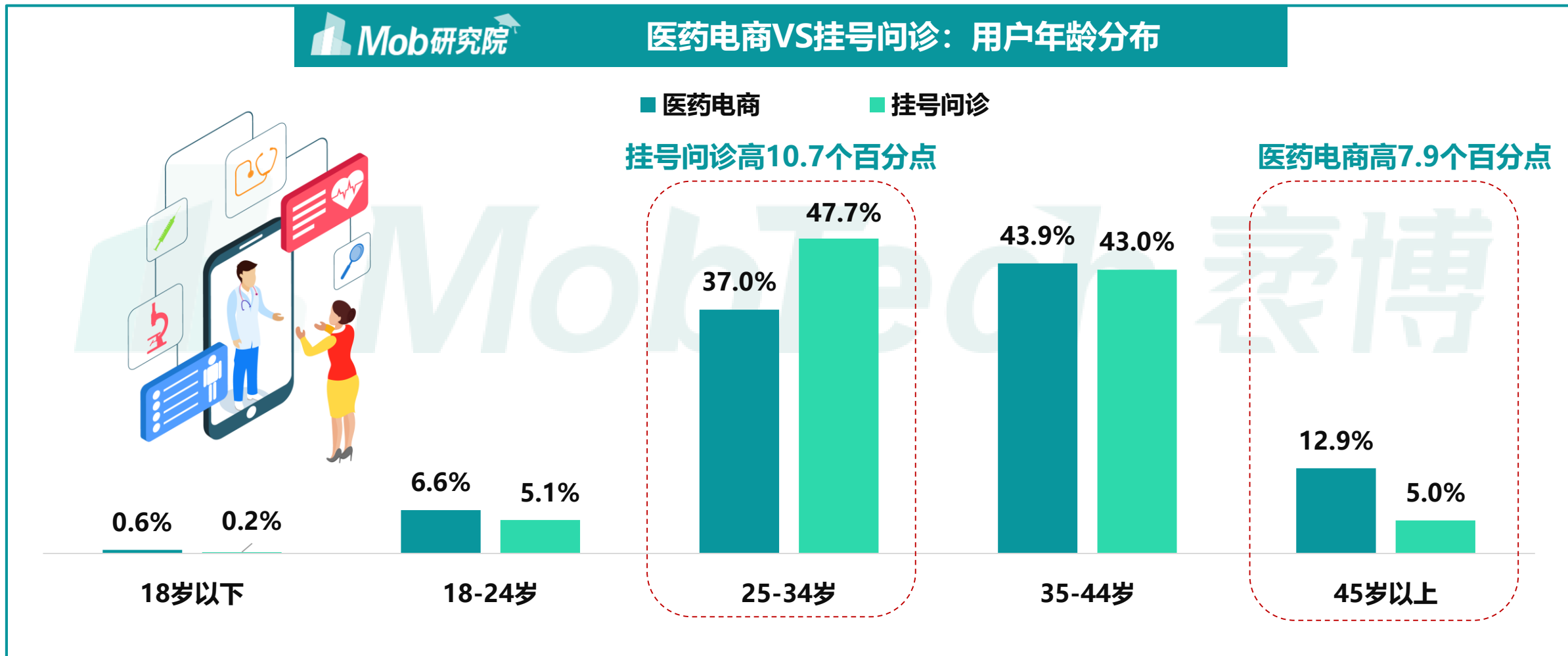
医药电商VS挂号问诊：男性爱网上购药，女性爱挂号问诊

医药电商用户中，男性参与度显著高于女性；挂号问诊用户中，男女性占比相当，但女性偏好更高



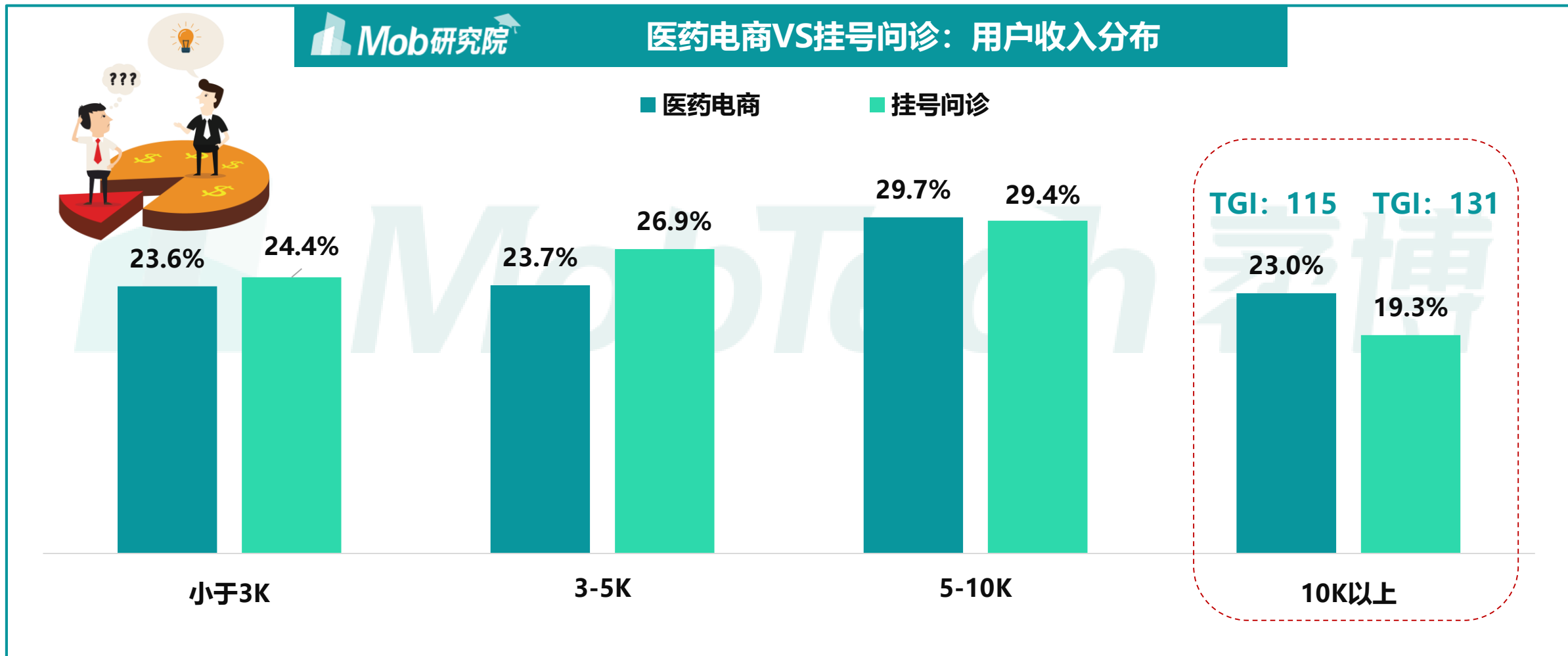
医药电商VS挂号问诊：年轻人爱挂号问诊，中老年愿网上购药

中青年为医药电商和挂号问诊的主力军，25-34岁的青年人群更青睐线上挂号问诊，而45岁以上中老年人群更愿网上购药



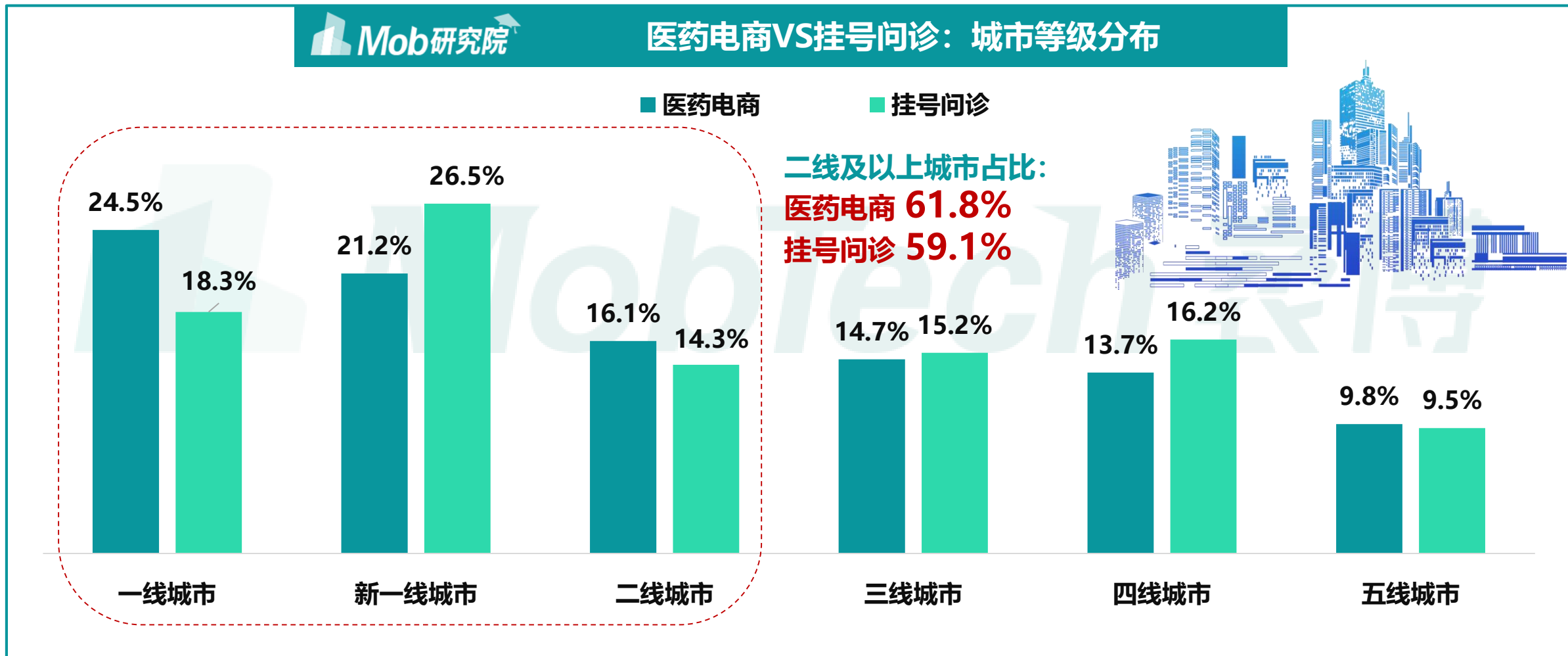
医药电商VS挂号问诊：2成用户收入10K以上

医药电商平台与挂号问诊平台均受高收入人群青睐，其中医药电商10K以上占比略高于挂号问诊



医药电商VS挂号问诊：高线城市渗透率高

医药电商与挂号问诊均在高线城市渗透率更高，二线及以上城市用户占比均达6成



04



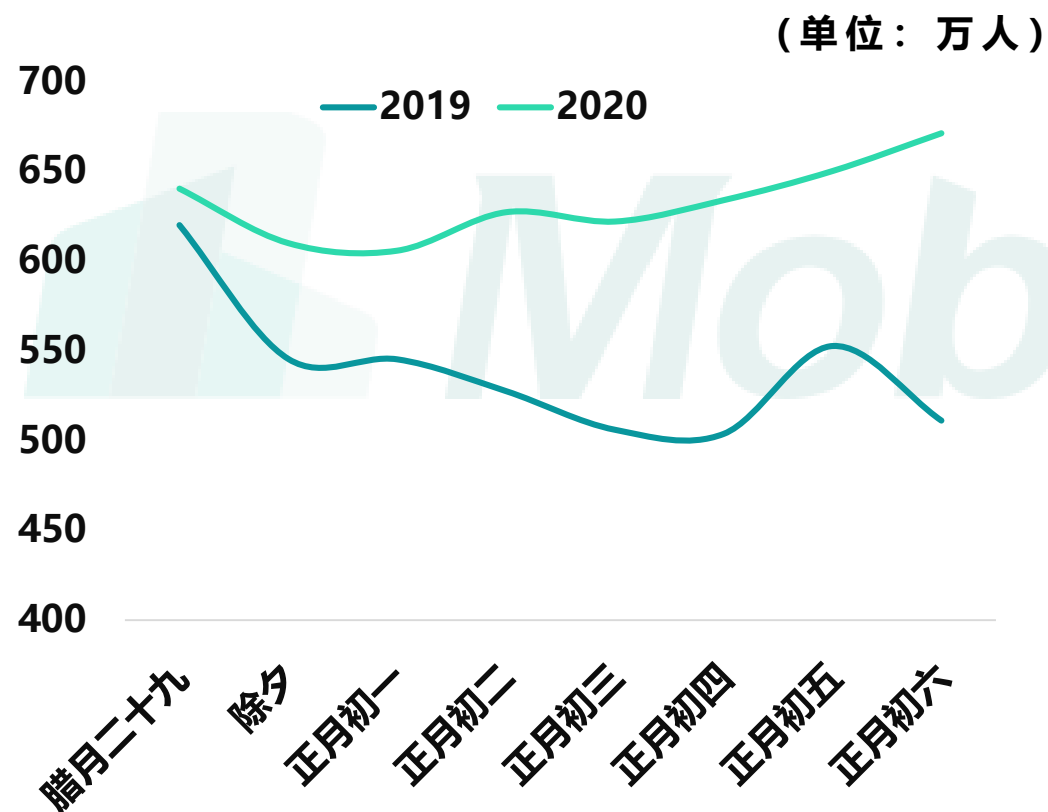
互联网医疗行业发展趋势

Industry Development Trend Analysis

短期：疫情之下，流量红利有望保持

2020年春节期间用户日活显著提升，用户满意度高，有利于用户习惯的形成，流量红利有望继续保持

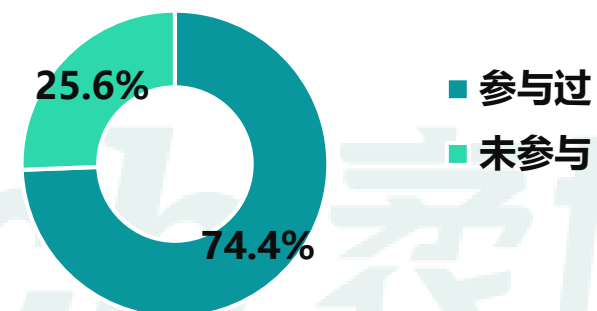
Mob研究院 2019&2020年春节期间挂号问诊日活



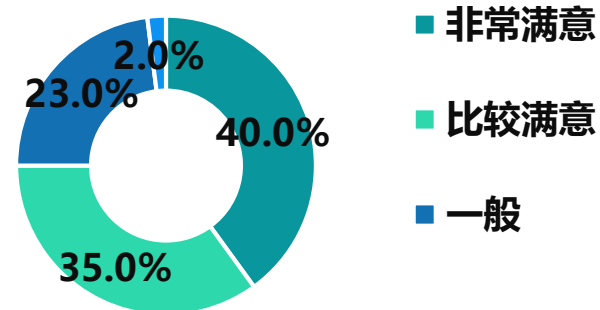
Mob研究院

互联网医疗用户满意度情况

疫情期间是否参与互联网医疗服务

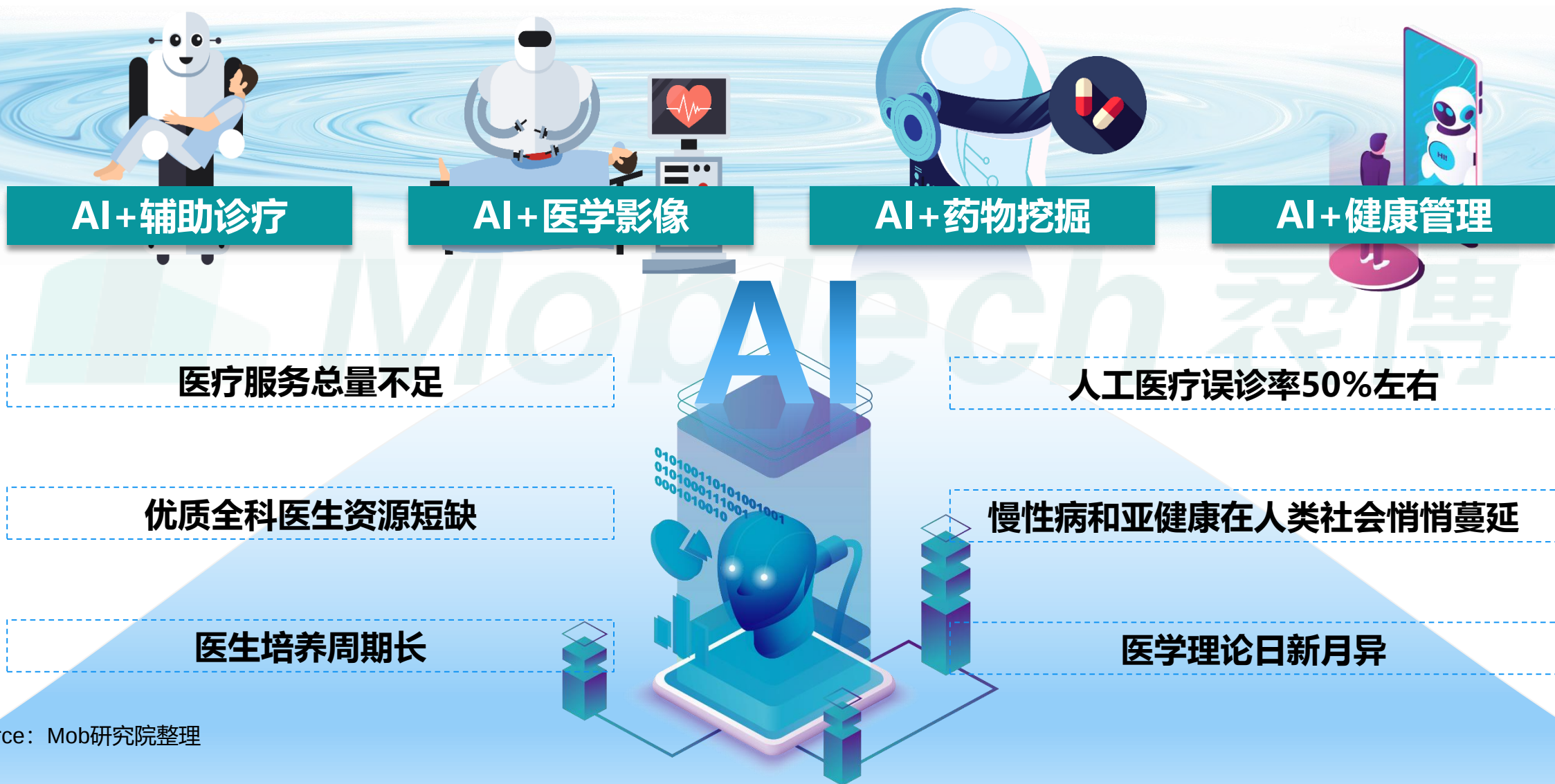


互联网医疗治疗效果调查



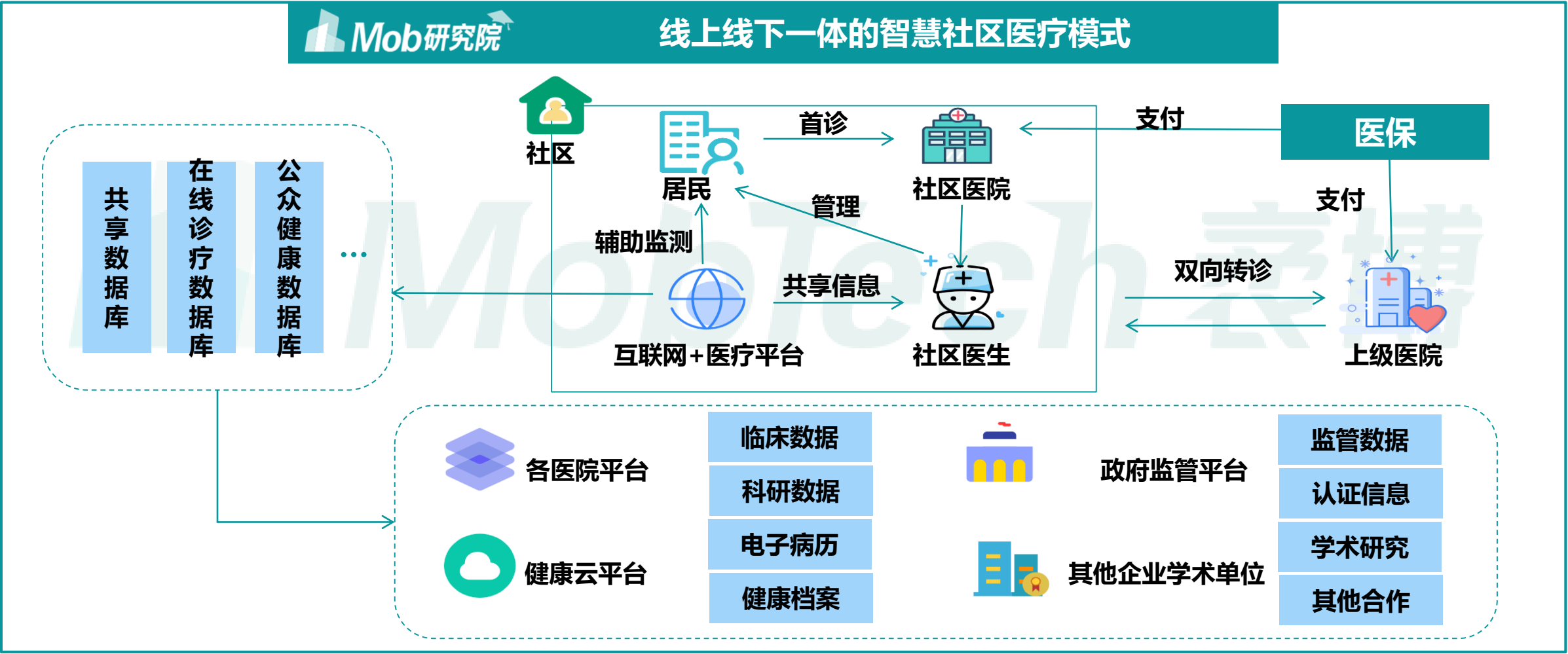
中期：“人工智能+医疗”，前景可期

医疗行业的诸多痛点有待人工智能给出全新解决方案，AI或将成为下一剂良方



远期：落实分级诊疗，构建智慧社区医疗

智慧社区医疗有助于形成“基层首诊、双向转诊、上下联动、急慢分治”的分级诊疗，缓解医疗压力



数据说明

1.数据来源

MobTech报告数据基于市场公开信息，MobTech自有监测数据，以及MobTech研究模型估算等来源。

2.数据周期及指标说明

报告整体时间段：2012.01-2021.04

具体数据指标请参考各页标注

3.版权声明

本报告为MobTech制作，报告中所有的文字、图片、表格均受有关商标和著作权的法律保护，部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原作者所有。没有经过本公司新媒体许可，任何组织和个人不得以任何形式复制或传递。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

4.免责条款

本报告中行业数据及市场预测主要为分析师采用桌面研究、行业访谈及其他研究方法，并且结合MobTech监测产品数据，通过统计预测模型估算获得，仅供参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。任何机构或个人援引或基于上述数据信息所采取的任何行动所造成的法律后果均与MobTech无关，由此引发的相关争议或法律责任皆由行为人承担。