

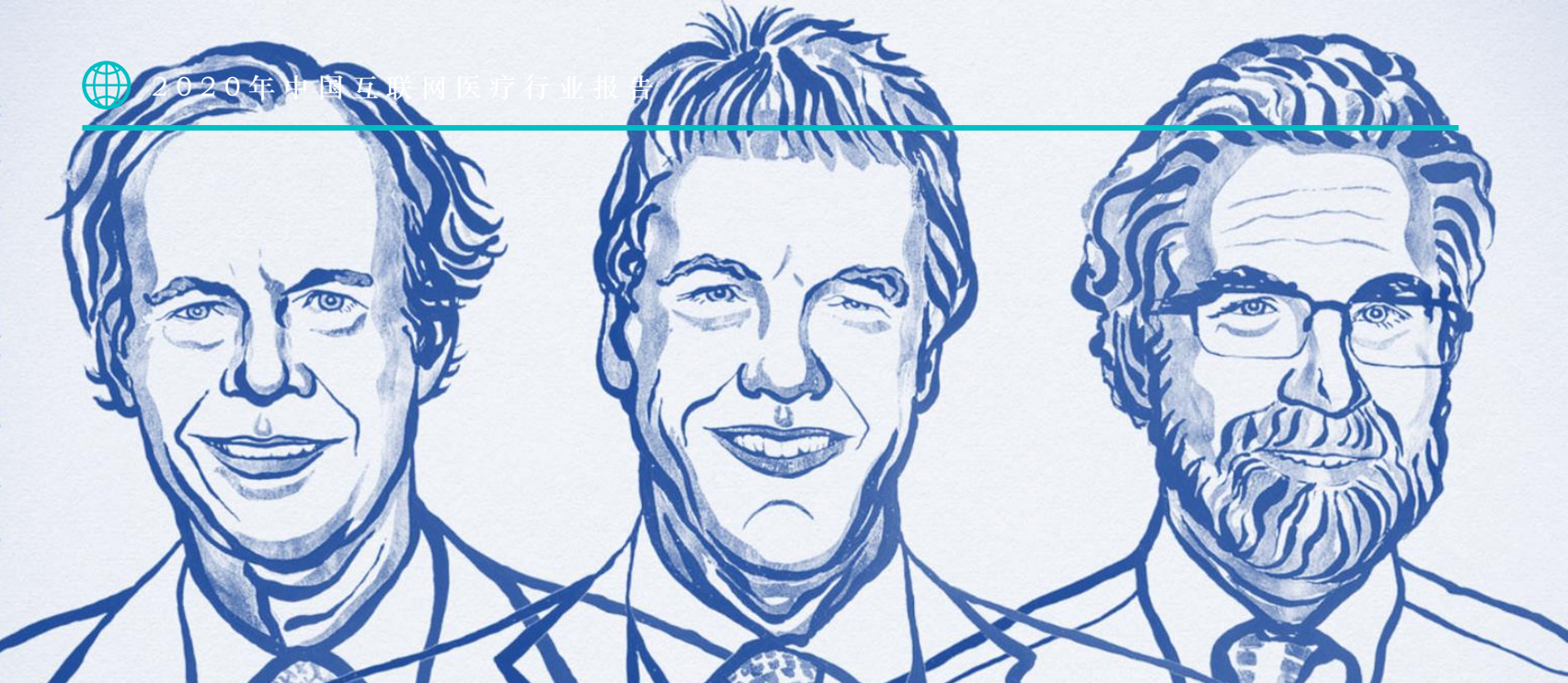


Fastdata极数



# 2020年中国 互联网医疗 行业报告

2020.12



## 前言



2020年10月6日诺贝尔医学奖揭晓，2020年诺贝尔医学奖授予了哈维·詹姆斯·阿尔特、迈克尔·霍顿和查尔斯·赖斯这三位伟大的科学家，奖励他们为抗击血源性丙型肝炎做出的决定性贡献。血源性肝炎是一个全球性的重大健康问题，是导致

肝硬化和肝癌的最主要原因。在病毒肆虐之年，诺贝尔奖基金会将奖项颁给了病毒研究，这无疑是对奋战在抗击传染病、抗击新冠肺炎疫情一线科研及医护人员的极大鼓舞，为人类找到对抗新冠肺炎的新武器注入了无尽希望。

# 数据说明

- **移动端数据**：通过SDK的形式获取用户移动端APP使用数据。包括但不限于频次、时长、浏览路径、订单、移动支付等维度数据的收集，上报、存储及统计分析。
- **PC端数据**：针对特定类型平台进行不同维度及口径的数据抓取、数据结构化处理、存储及统计分析。
- **宏观数据**：来源渠道主要包括Wind、choice、彭博、各国相关统计机构、国际组织、第三方数据机构等。
- **统计周期**：报告重点数据截止日期为2020年11月31日。
- **研究对象**：本报告着重研究互联网医疗行业，由于互联网医疗涵盖领域众多，本报告将立足互联网医疗用户端研究，供给端及互联网医疗各个细分领域的研究将在后续逐步发布。
- **免责声明**：本报告基于独立、客观、实事求是的分析研究，不对任何机构及个人，构成投资及其他决策建议，不分享相关收益，也不承担相关责任。



# 目录

## 内容摘要 5

---

### 1 中国互联网医疗行业发展现状 8

- 中国每年医疗卫生支出近七万亿元，互联网医疗市场潜力大
  - 1-11月互联网医疗融资近350亿元，峰值月活用户超6千万
  - 2020年11月中国持牌网上药店达693家
- 

### 2 中国互联网医疗行业竞争格局 24

- 挂号、线上问诊、医药电商为最普及需求场景
  - 疫情加速医药流通领域电商化趋势，年交易额超三千亿
  - 京东健康与阿里健康双雄争霸，平安好医生快速掉队
- 

### 3 中国互联网医疗用户画像 40

- 互联网医疗快速从大型城市向中小城市渗透
  - 70后及80后用户占比超六成，中年人为主力用户群体
  - 超七成用户已婚已育，挂号及买药男性用户参度高
- 

### 4 中国互联网医疗发展趋势 48

- 用户在线问诊付费意愿持续提高
  - 低频刚需预约挂号服务，用户越来越青睐在超级应用内完成
  - 除在线医疗平台之外，医生建立私域社群的趋势增强
- 



# 内容摘要



**政策加持互联网医疗，用户习惯已养成：**自2018年国务院办公厅印发《关于促进“互联网+医疗健康”发展的意见》以来，互联网医疗得到了长足的发展，特别是疫情发生以来，互联网医疗在线问诊、医药电商等服务，在减少接触、减轻线下门诊机构压力等多方面发挥了重要作用。随后，国家连续出台多项政策鼓励互联网医疗发展，涉及复诊纳入医保、处方流转等敏感领域，互联网医疗正迎来新的发展机遇。

互联网医疗经过多年的发展以及疫情的洗礼，用户对线上医疗服务的使用习惯已经形成，2020年在线医疗月活用户峰值超6000万，线上医疗已经成为重要的医疗服务形态。

**百舸争流、群雄并起：**近三年投入互联网医疗的风险资本超过1100亿元，极大的推动了互联网医疗的发展，医疗创业公司、新型医疗业态层出不穷，互联网医疗行业呈现百舸争流，群雄并起之势。



从目前互联网医疗项目的发起方来看，中国互联网医疗市场存在三股势力，第一类是以传统知名医院为表的竞争力量，积极发展线上医疗服务，拥有线下优质医疗资源，尤其是优质医生资源，竞争力和用户信赖度都非常强，但弱点在与线上获客能力较差，单打独斗、孤军奋战，没有形成规模效应，难以横向扩张。第二类是以大型互联网企业为表的互联网医疗企业，阿里、京东、百度、腾讯等，通过内部孵化、投资、收购、结盟等手段、实现在医疗领域的扩张，优势在于资本及线上获客能力极强，线下医院资源控制力较弱，但目前正在加紧线下医疗资源布局。第三类是中小创业企业，这类企业灵活性较高、在互联网医疗利基市场拥有一定的竞争优势。

**互联网医疗巨头显现，腾讯影子帝国实力强：**当人们在讨论电商的低价假冒伪劣商品正在摧毁制造业及线下实体店、社区团购正在摧毁小商贩的生存空间的时候，互联网巨头对医疗资源的控制野心同样值得我们警惕，毕竟“互联网+莆田系”曾经不仅要了年轻人魏则西的钱，还要了他的命。目前国内互联网巨头的互联网医疗业务竞争力与控制力已经不容小觑，京东健康、阿里健康等已经上市，京东健康市值一度超过6000亿港币。此外，百度更是国内最早涉足互联网医疗的巨头，医疗广告业务仍然是百度重要的收入来源，腾讯通过内部孵化、投资、并购、结盟等形式，建立了广泛而强韧的互联网医疗影子帝国，拥有极强的控制力与竞争力。

# 2020年中国互联网医疗市场

医院月接诊患者人次

3亿+

中国每万人拥有医生

23名

已上线互联网医院数量

600家+

持牌网上药店

693家

2020年前11月融资总额

347亿元

互联网医疗月活用户规模

5400万+

1

# 中国互联网医疗行业 发展现状



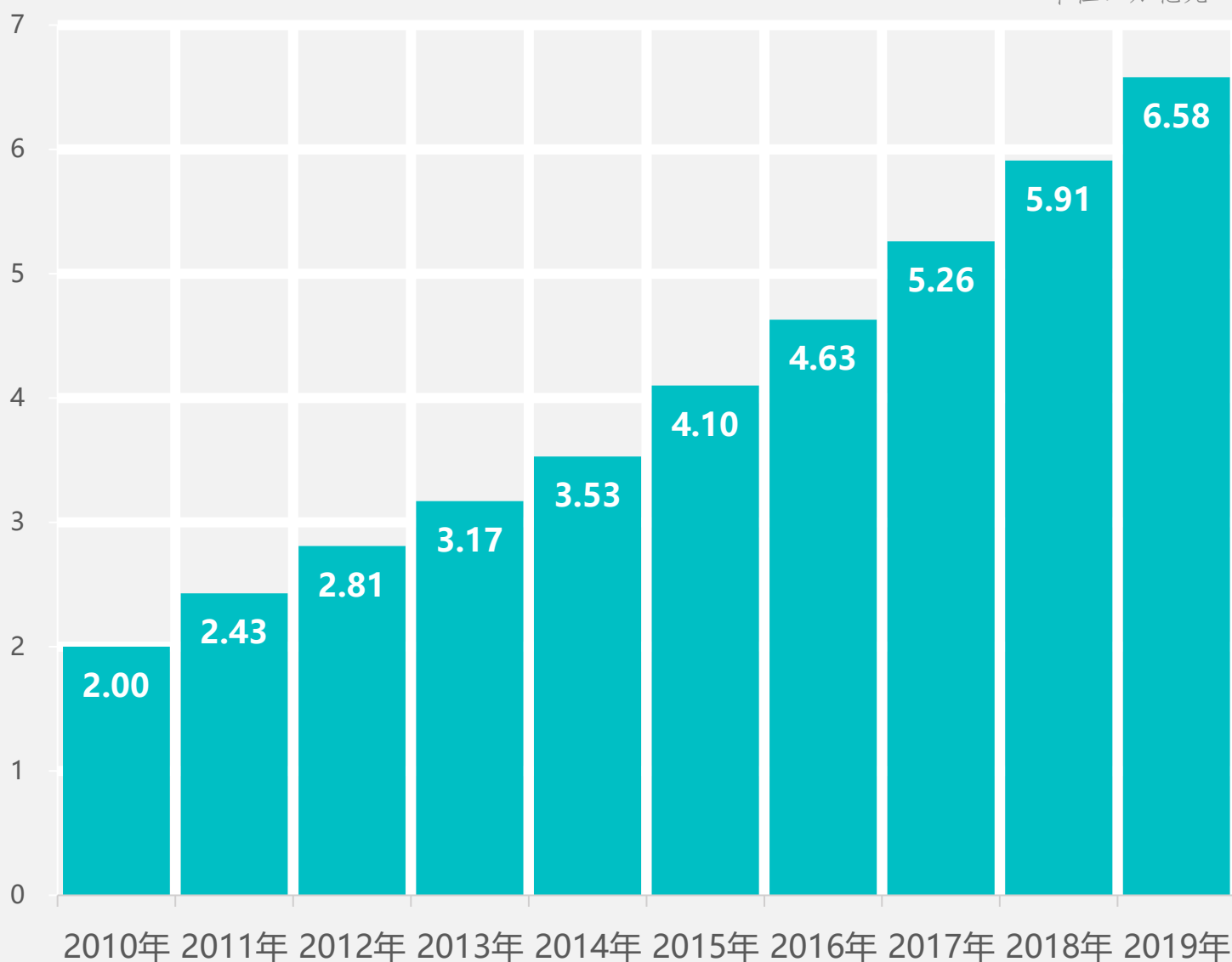


# 中国每年医疗卫生支出总金额近七万亿元 互联网医疗市场空间巨大

## 中国医疗卫生总支出金额

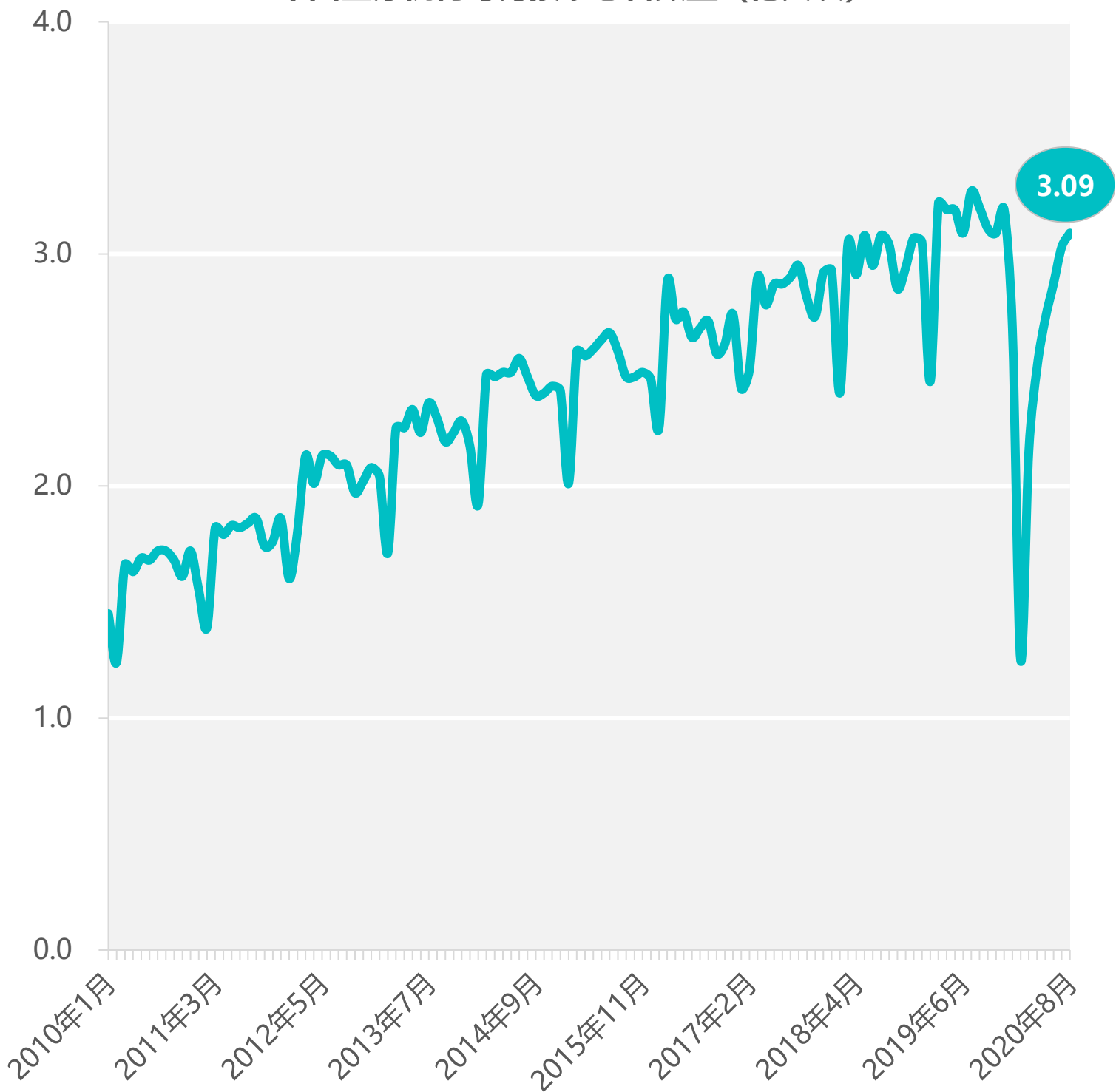
2010-2019年中国医疗卫生总支出金额

单位：万亿元

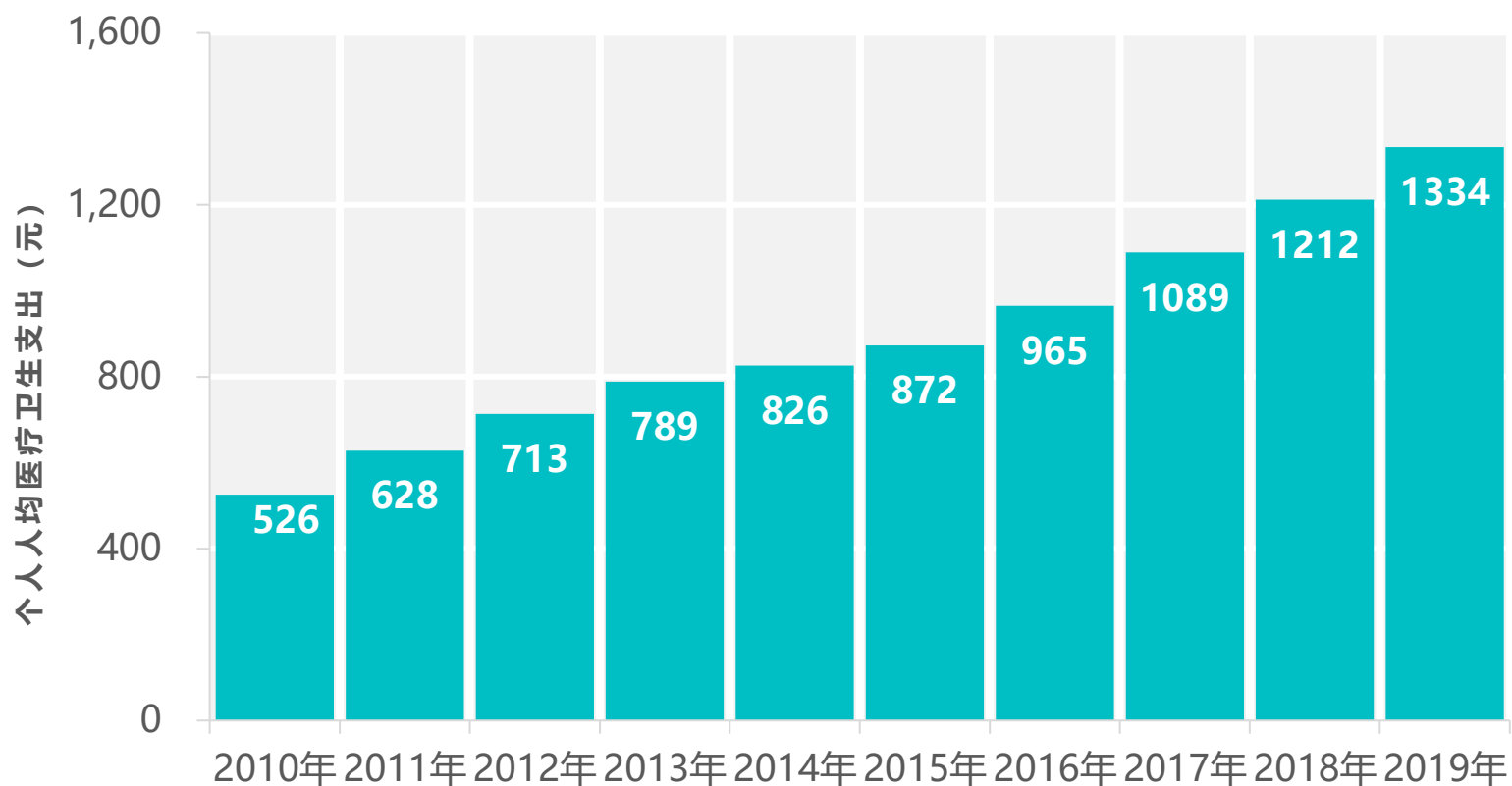


# 中国医疗机构每月接诊患者超3亿人次 拥有海量在线医疗需求

中国医疗机构每月接诊患者数量（亿人次）



# 个人医疗卫生支出持续增加 为互联网医疗付费服务奠定基础



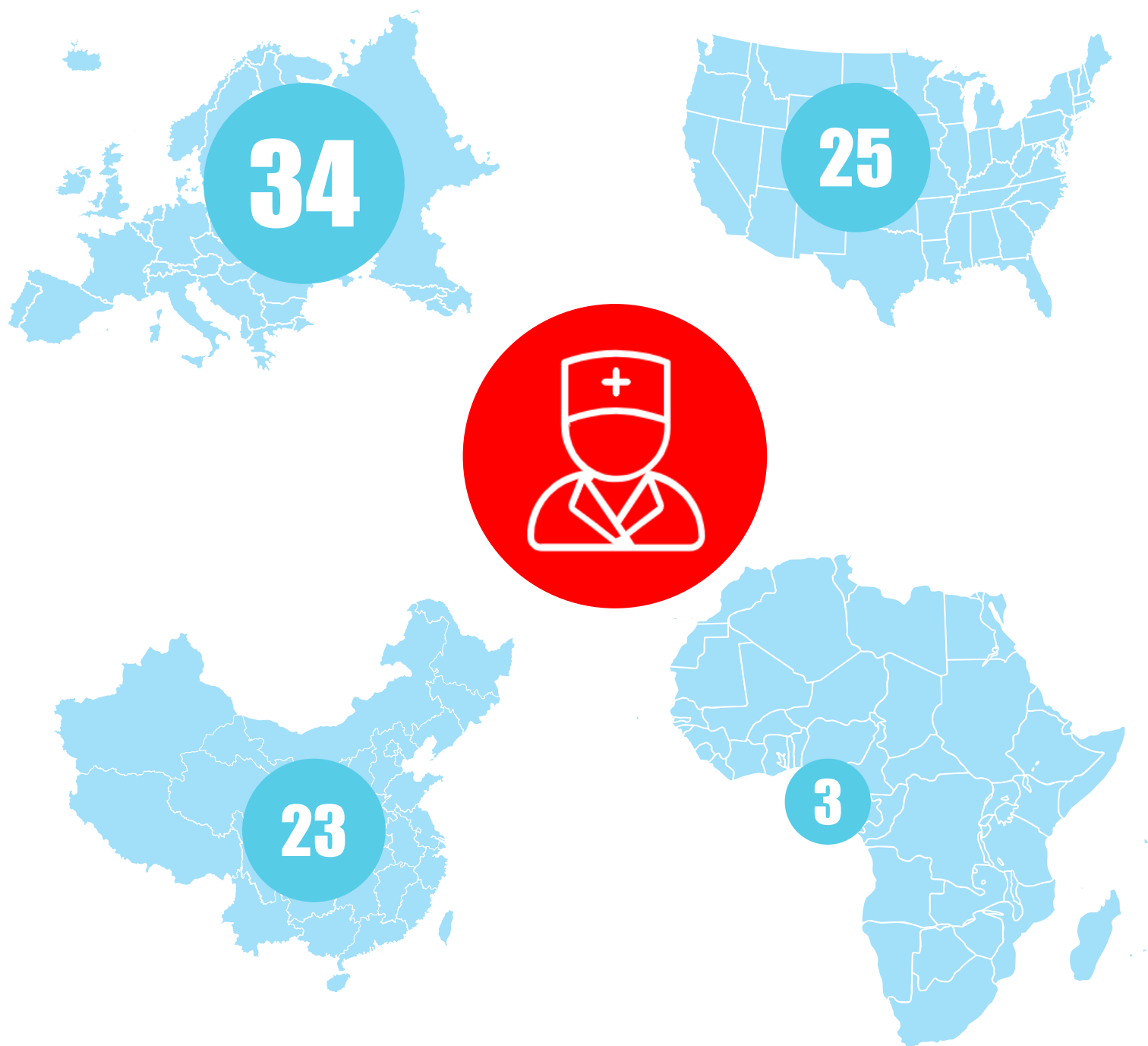
注：个人人均医疗支出指扣除国家及社会支出金额之后，个人实际支付金额



Fastdata极数

# 相比欧洲，中国每万人拥有医生数显著偏低 互联网医疗有助于医生服务更多的患者

每万人拥有医生数量 (位)

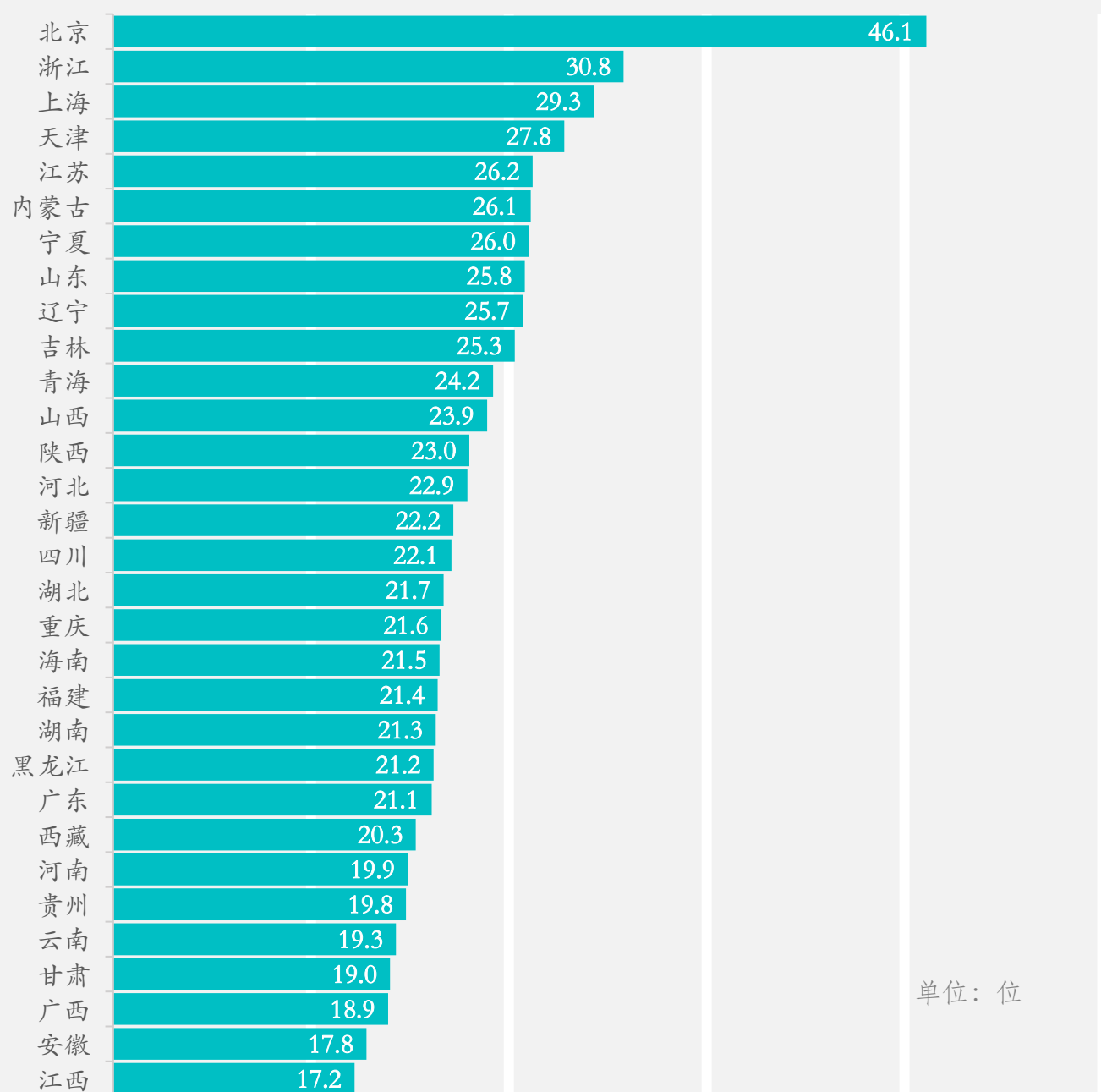


# 中国地区间医疗资源分布严重不均衡

## 互联网医疗有效提升医疗普惠

### 每万人执业医师数量

截止2019年末，中国各省/直辖市每万人执业医师数量



# 互联网在医疗服务领域的应用百花齐放 不断提升医疗服务的便捷性与普惠性

## 互联网医疗主要细分领域



预约挂号



医疗教育  
健康管理



问诊与医疗社区



互联网医院



处方与用药



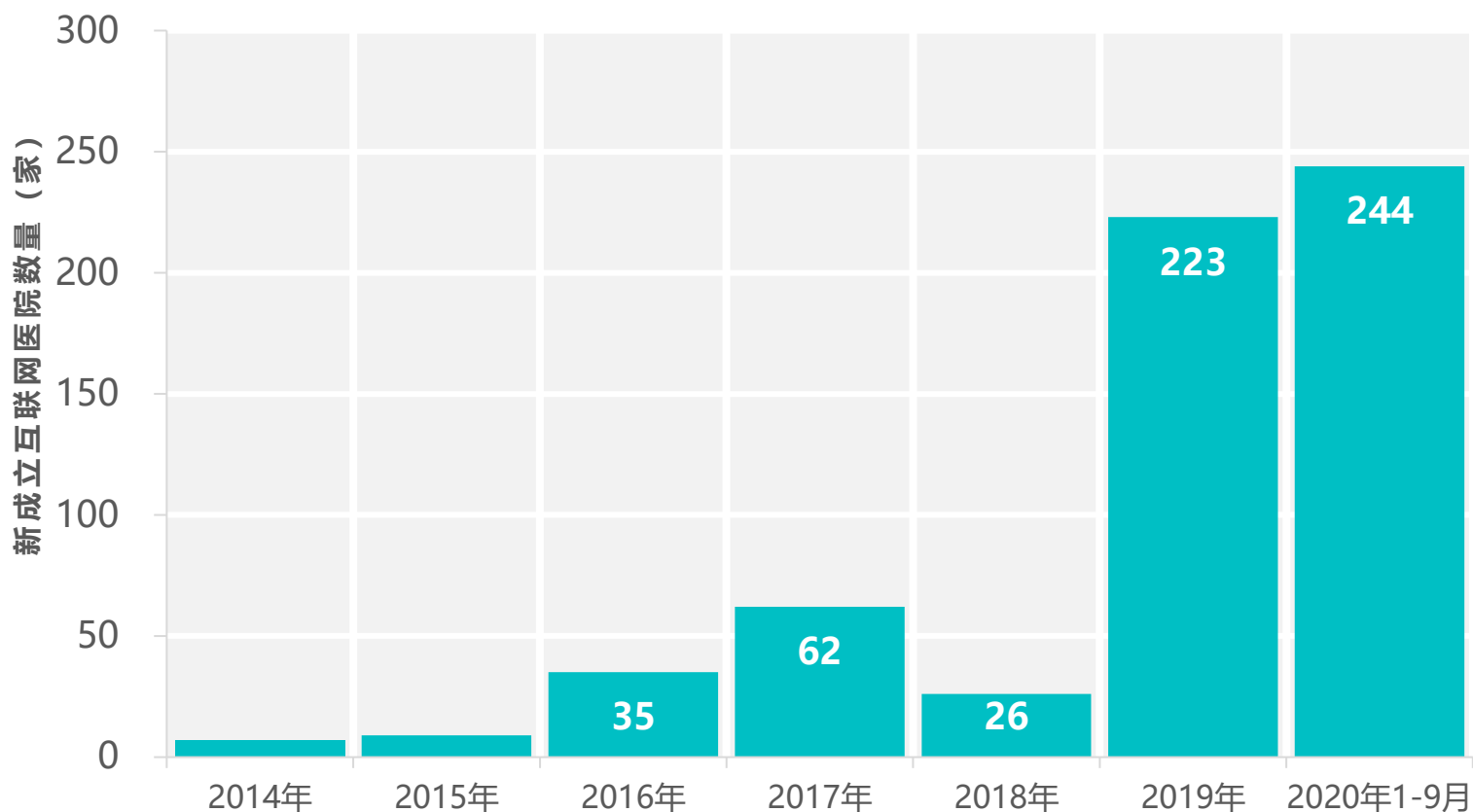
医药电商



医生助手



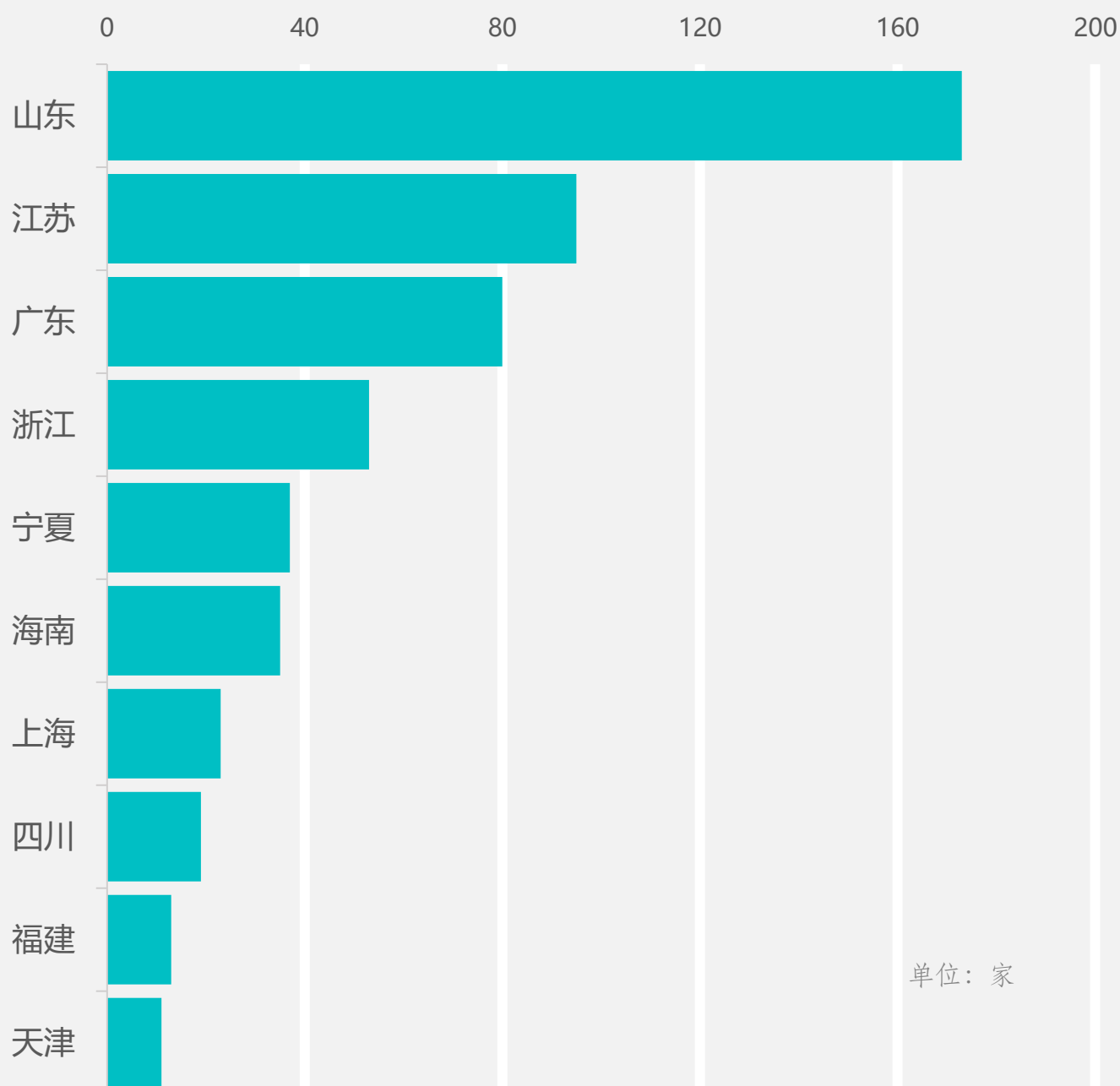
## 近两年，互联网医院建设呈现井喷式增长 中国已上线互联网医院超600家



# 先行先试、分步推进“互联网+医疗” 超一半互联网医院聚集在山东、江苏与广东

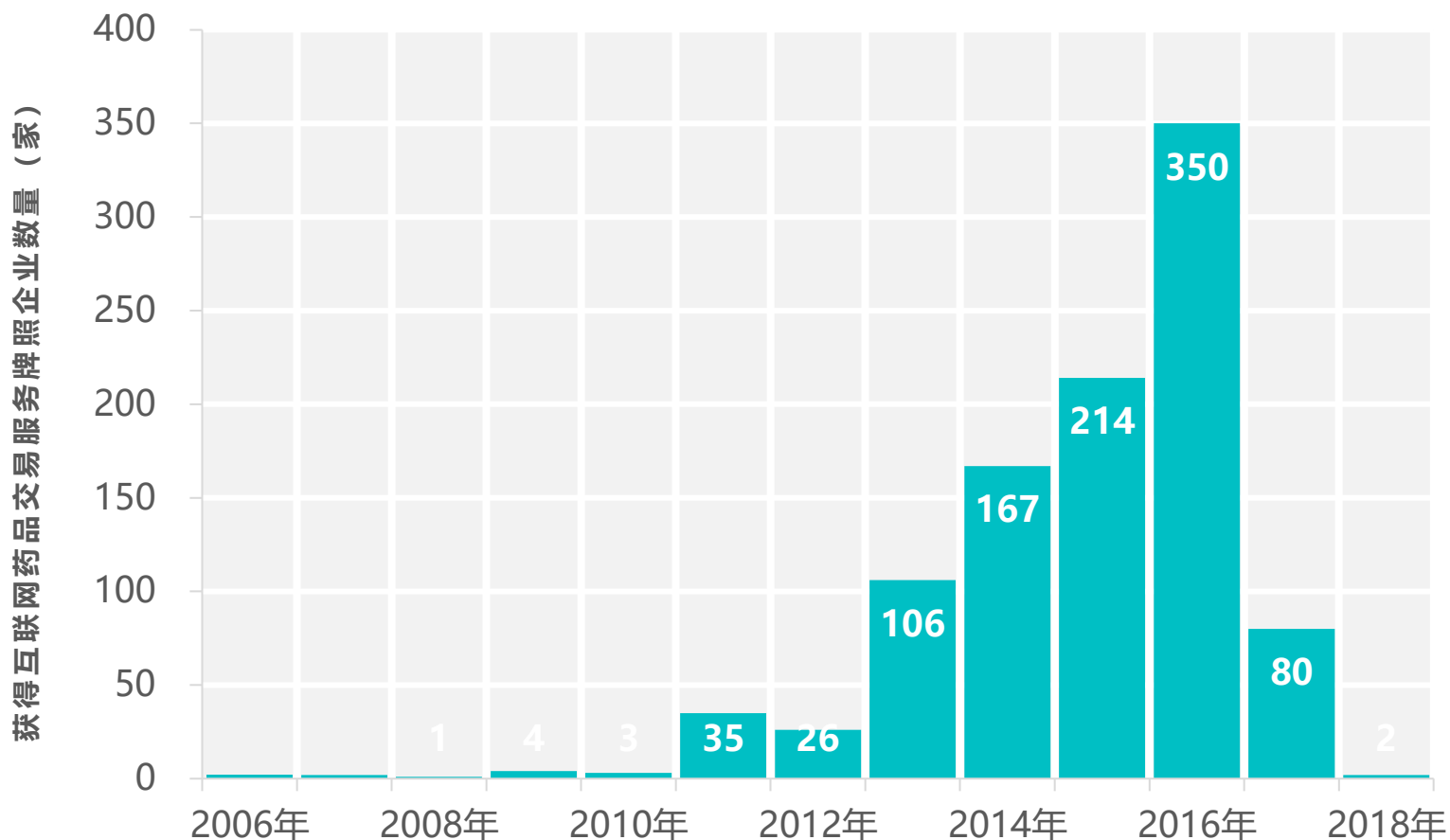
## 互联网医院数量

截止2020年9月末，中国部分省/直辖市互联网医院数量





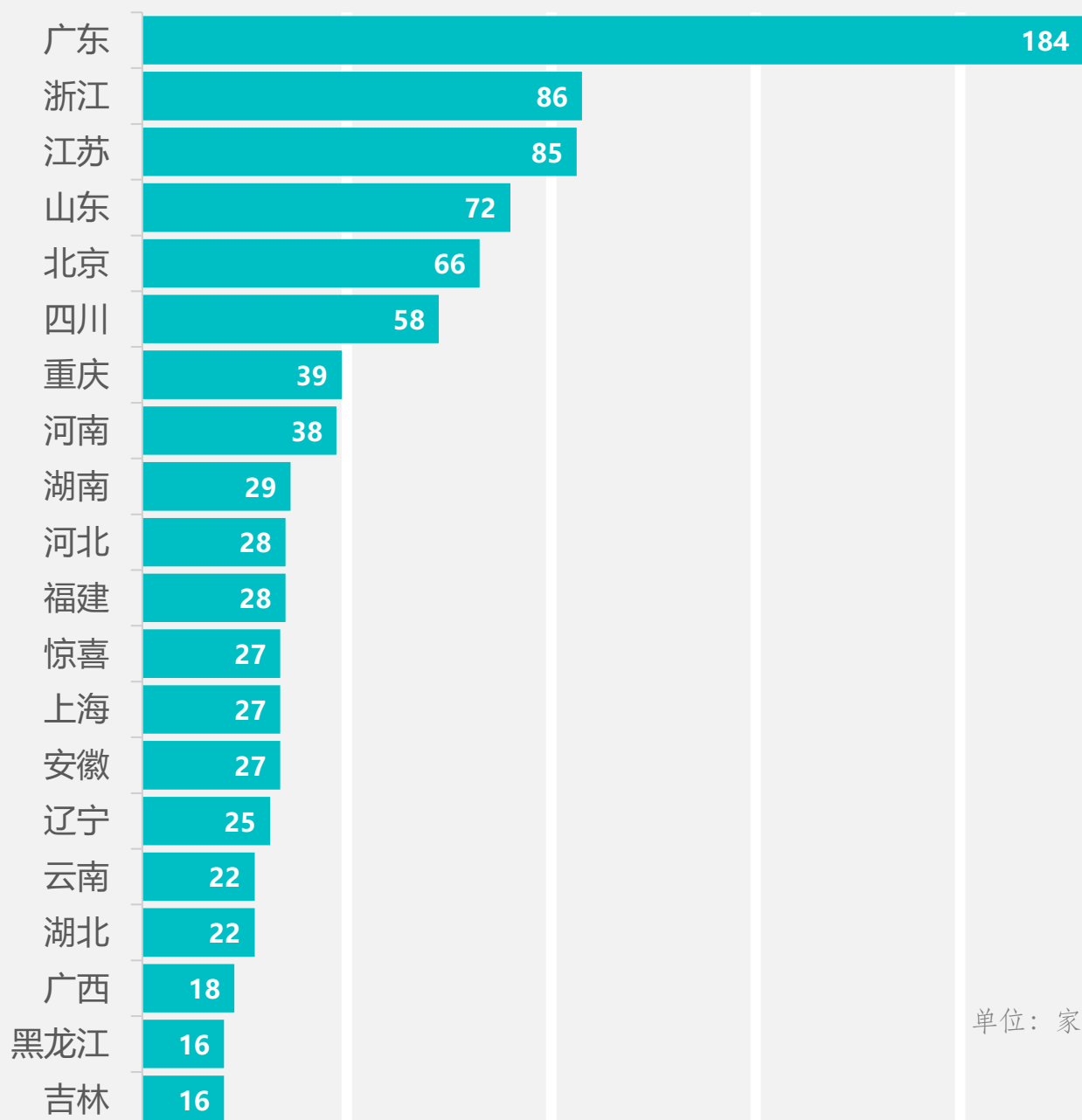
# 已发放互联网药品交易服务牌照992家 网上药品交易服务已经成熟



# 珠三角、长三角及北京 是互联网药品交易服务企业最集中地区

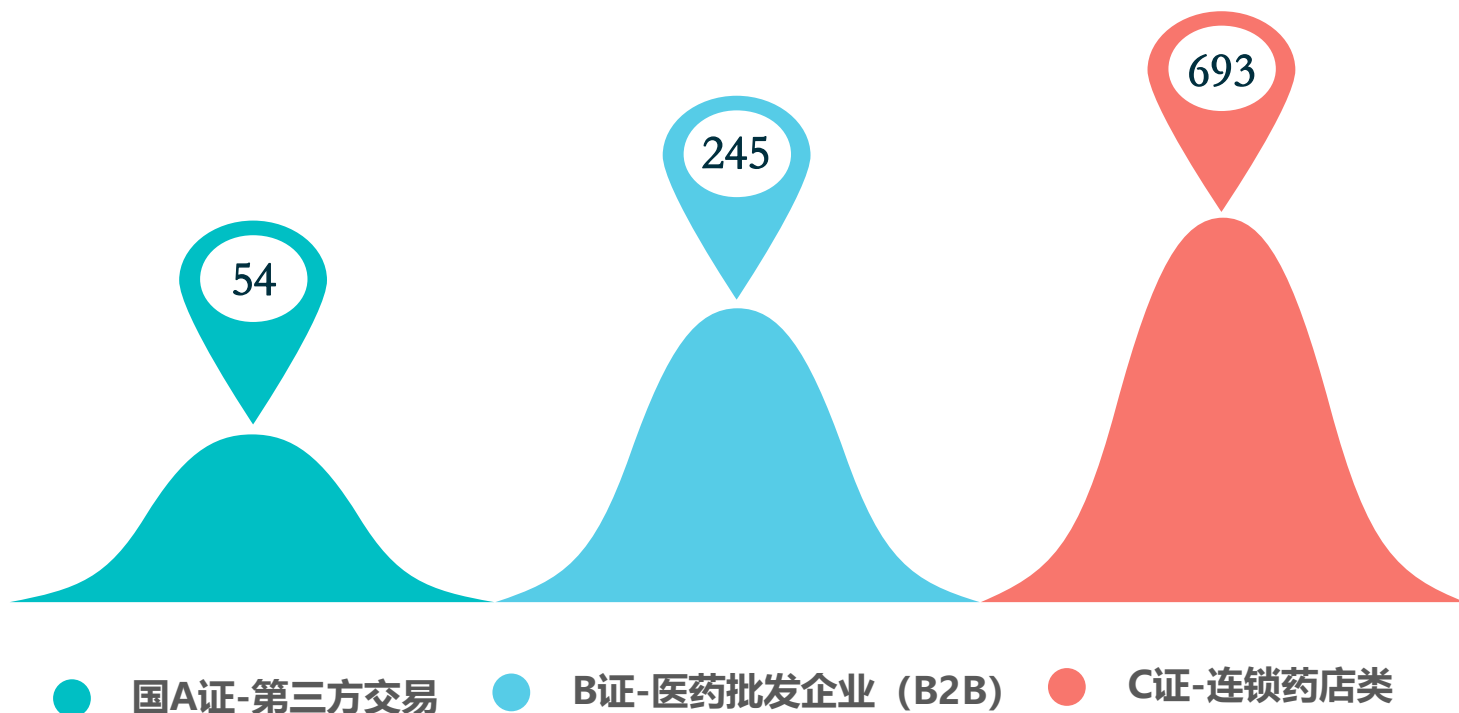
## 互联网药品交易服务商

截止2020年11月末，中国部分省/直辖市互联网药品交易服务商数量



# 第三方交易平台、B2B批发与B2C模式 是互联网药品交易的三大典型模式

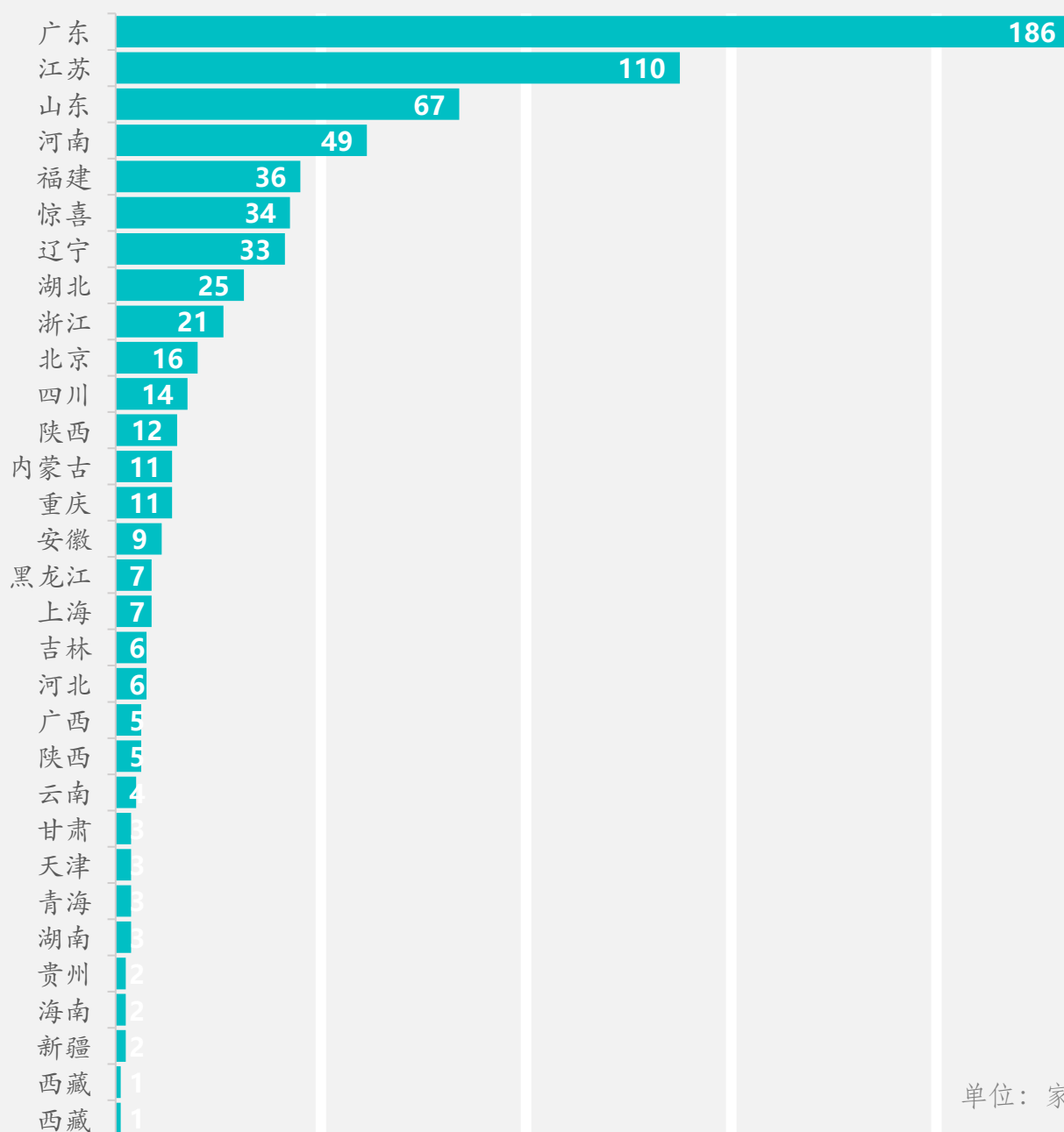
不同类型互联网药品交易服务证核发数量



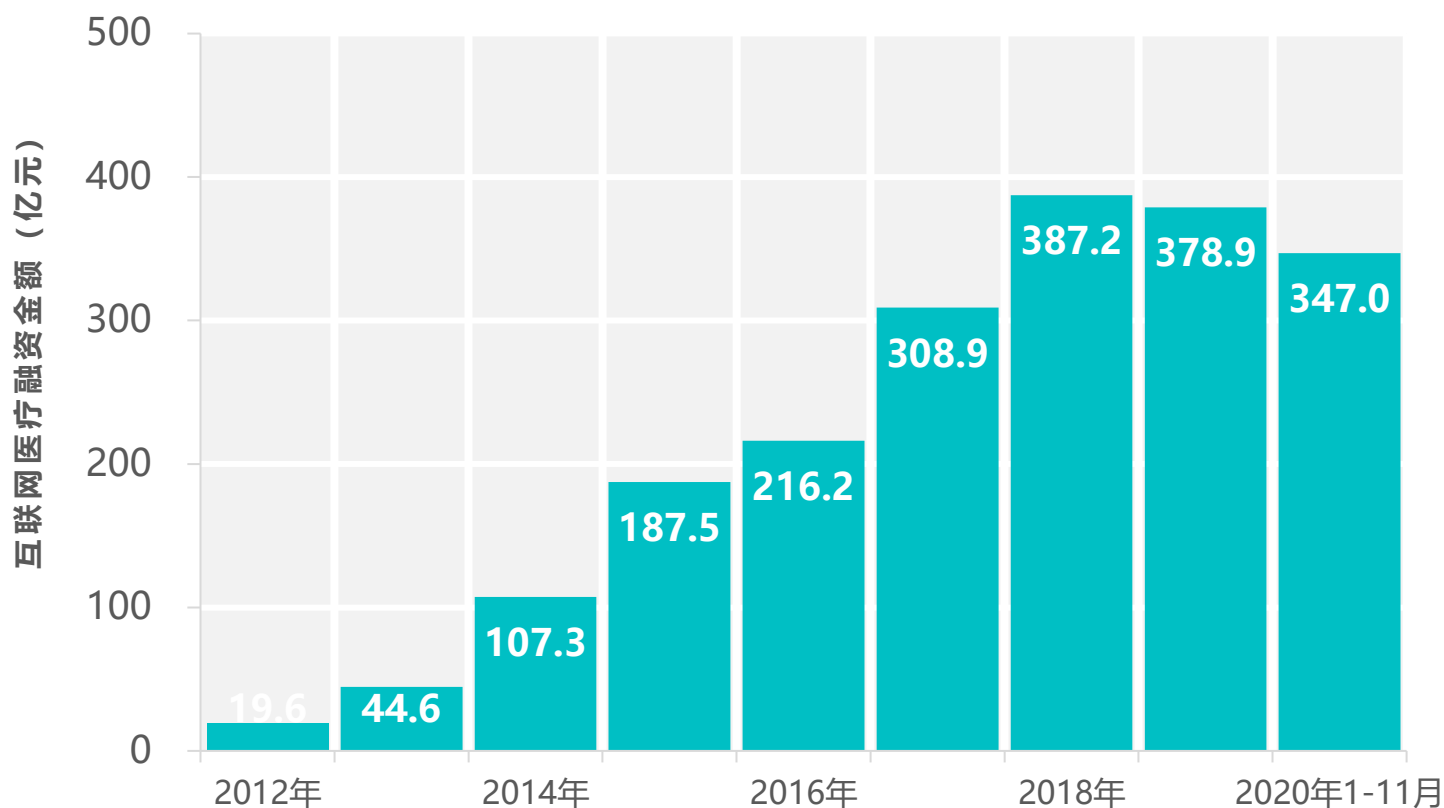
# 截止2020年11月，中国持牌网上药店达693家 超一半位于广东、江苏及山东

## 持牌网上药店数量

截止2020年11月末，中国部分省/直辖市持牌网上药店数量

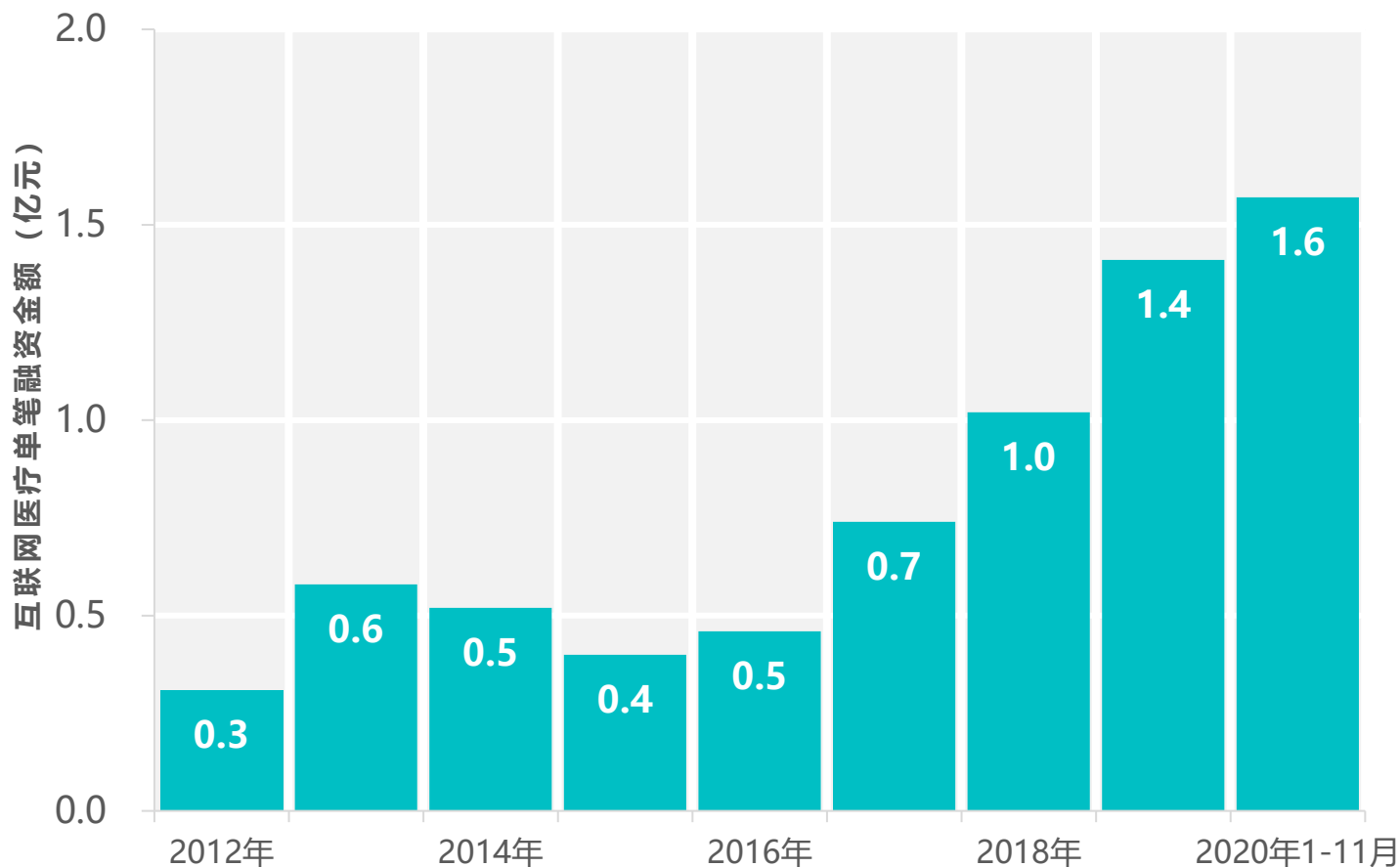


# 2020年1-11月，互联网医疗融资近350亿元





## 互联网医疗单笔融资金额持续攀升 2020年1-11月，平均单笔融资达1.6亿元

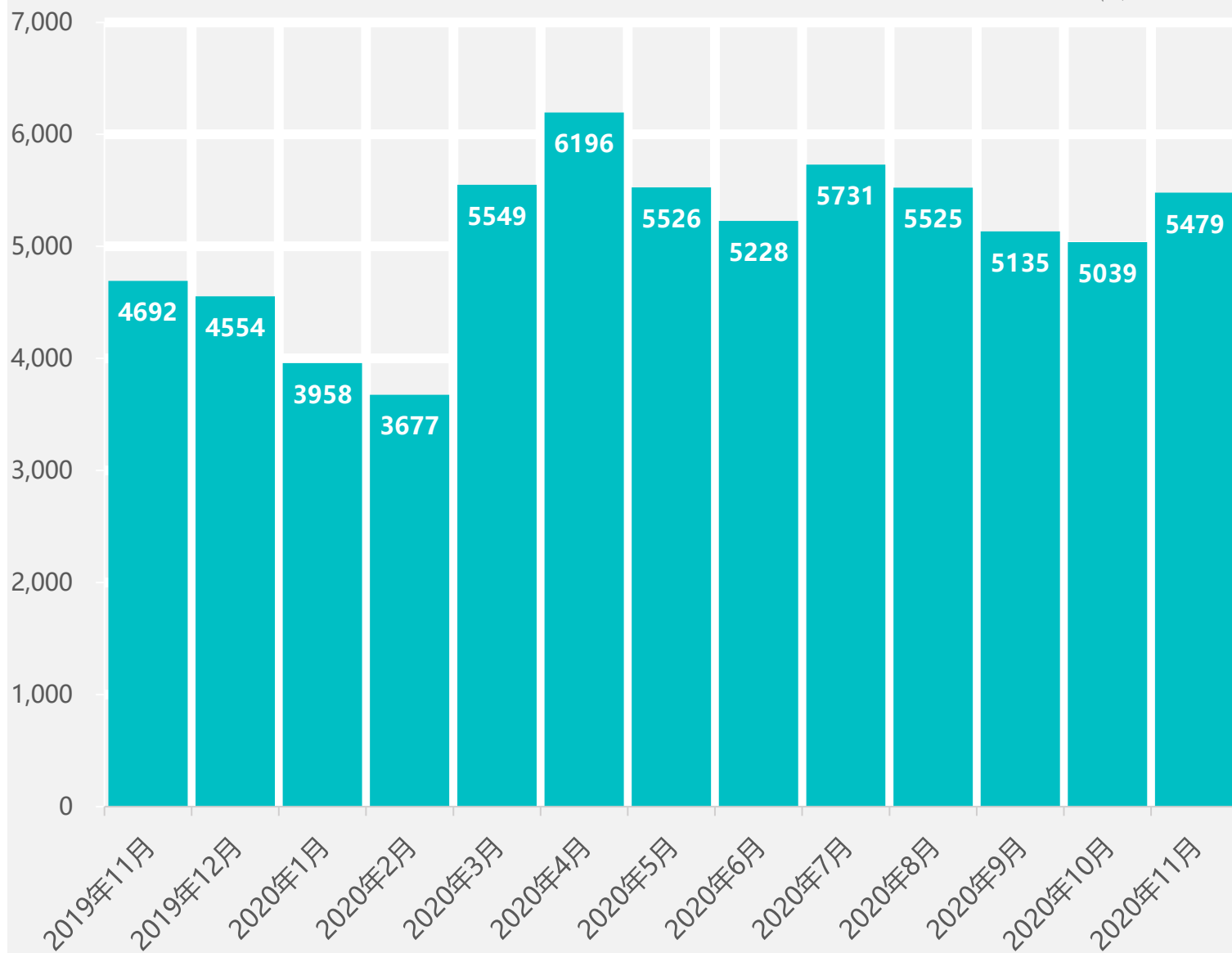


# 2020年互联网医疗月活用户峰值超六千万 线上已成为重要的医疗服务供给渠道

## 互联网医疗月活用户数

2019年11月-2020年11月互联网医疗月活用户数

单位：万



注：数据包括线上问诊、挂号、医药电商、互联网医院、医生助手等全渠道数据

2

# 中国互联网医疗 竞争格局





# 互联网医疗涉及细分领域众多

## 挂号、线上问诊、医药电商为最普及需求场景

### 互联网医疗主要业态典型企业

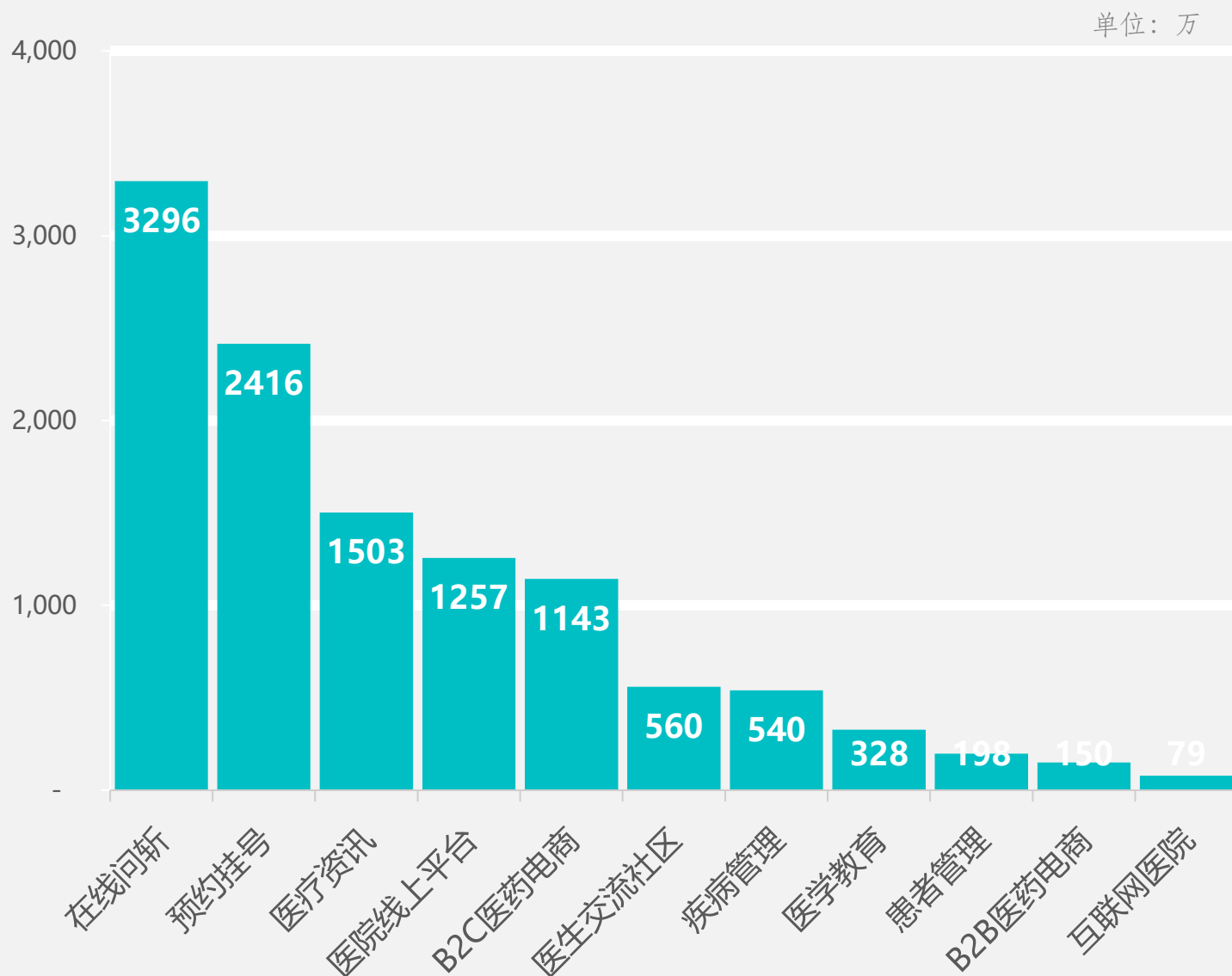


注：由于互联网医疗平台平台混业经营不断加强，上述分类仅根据平台主要业务进行归类。

# 在线问诊与挂号为互联网医疗最重要应用场景 B2C医药电商用户规模超千万

## 月活用户规模

2020年11月主要互联网医疗细分领域月活用户规模



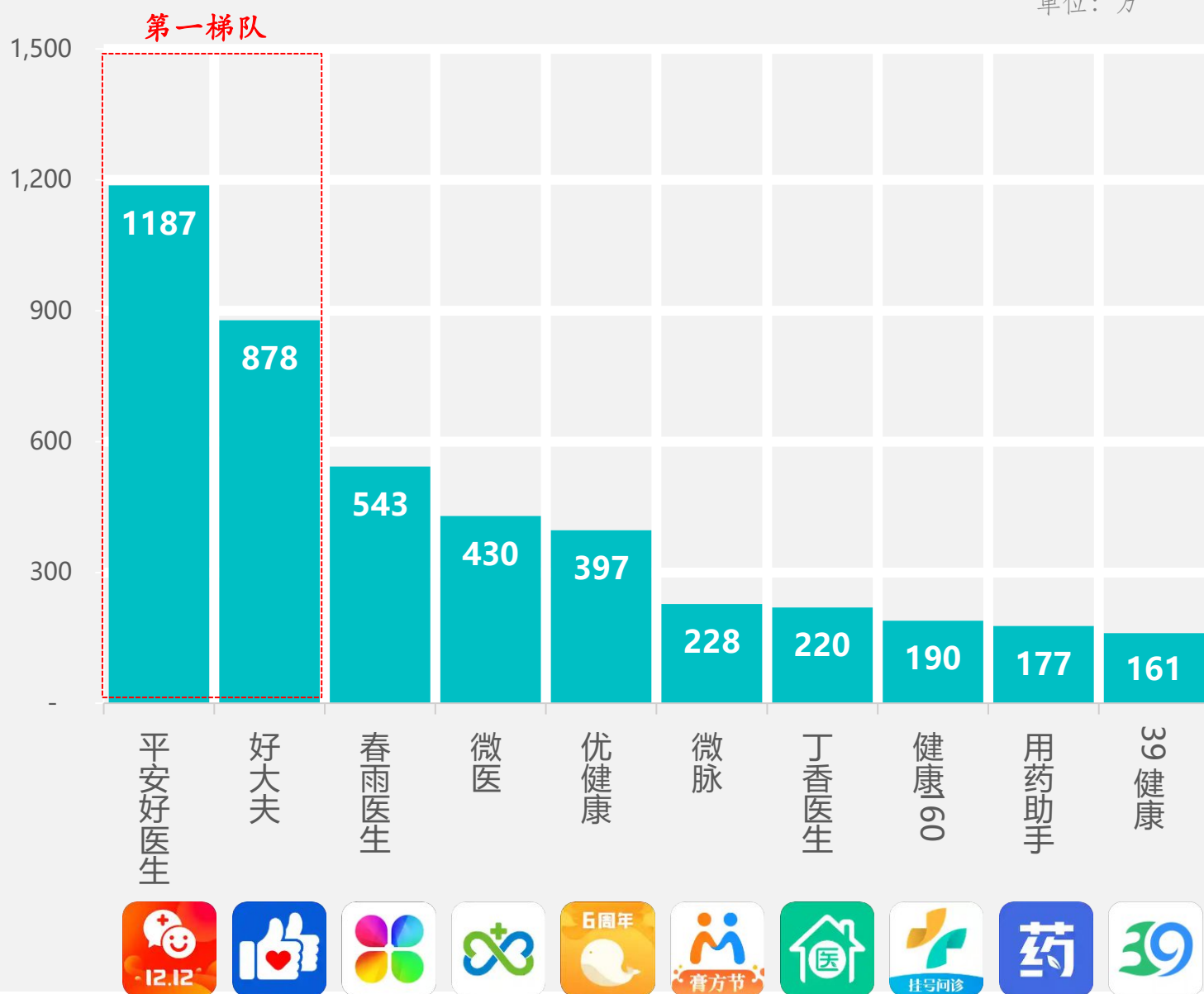
注：1.分类按照平台主要特色功能进行分类，各分类间存在业务交叉情况。  
2.细分行业用户统计为非去重数据，如一个用户同时使用挂号与在线问诊两款应用，在统计各细分行业活跃用户时各计一次，在统计互联网医疗用户时只记一次。

# TOP10互联网医疗应用群雄逐鹿 在线问诊与挂号APP占据主导地位

## 互联网医疗APP月活用户排名

2020年11月互联网医疗APP月活用户排名

单位：万



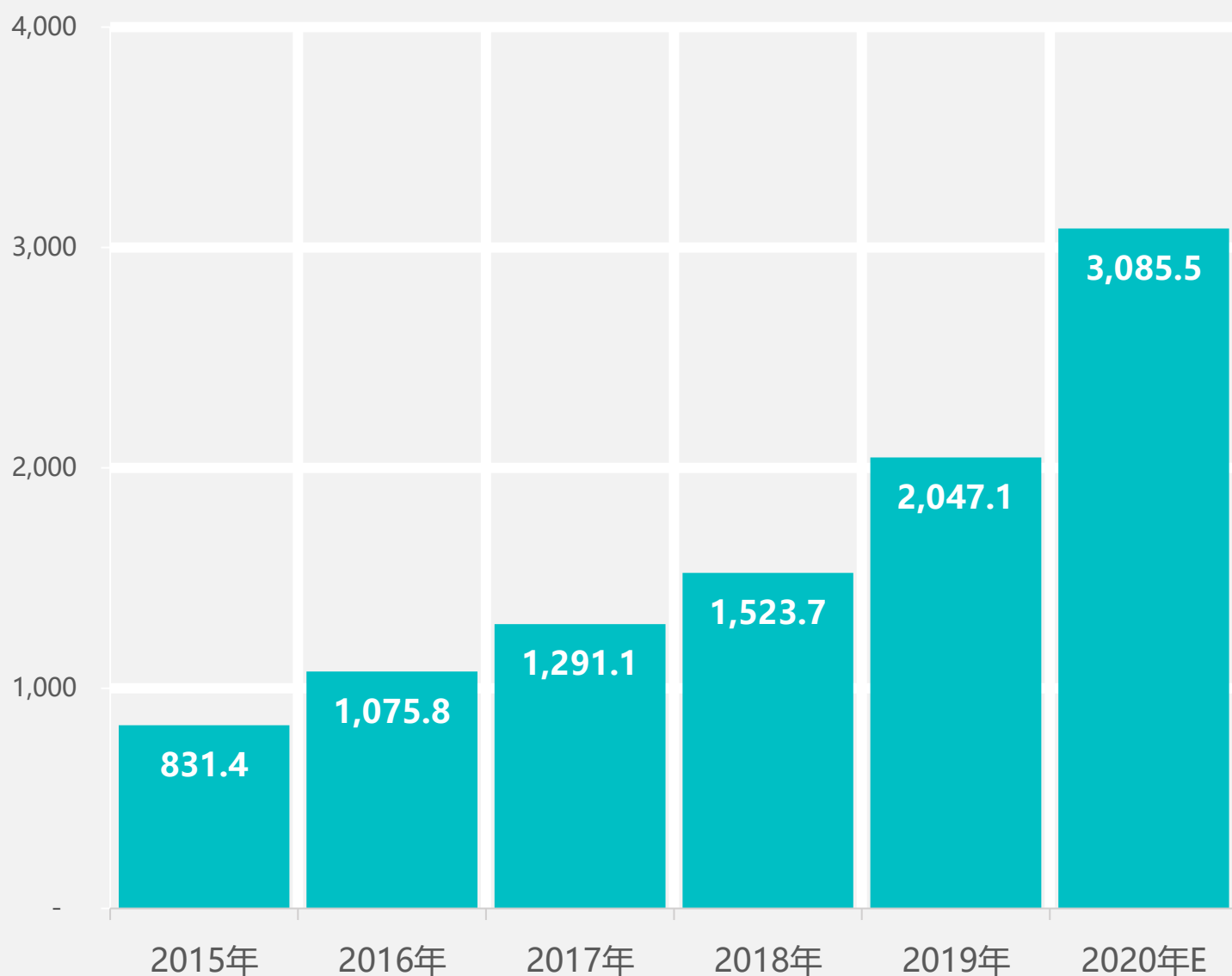
注：数据不包括应用内数据，仅统计独立APP数据

# 疫情加速医药流通领域电商化趋势 预计2020年B2B医药电商交易额超三千亿元

## B2B医药电商交易额

2015-2020年E中国B2B医药电商交易额

单位：亿元



# 药师帮月活用户达22.8万，居B2B医药电商榜首 京东健康旗下药京采入围前五

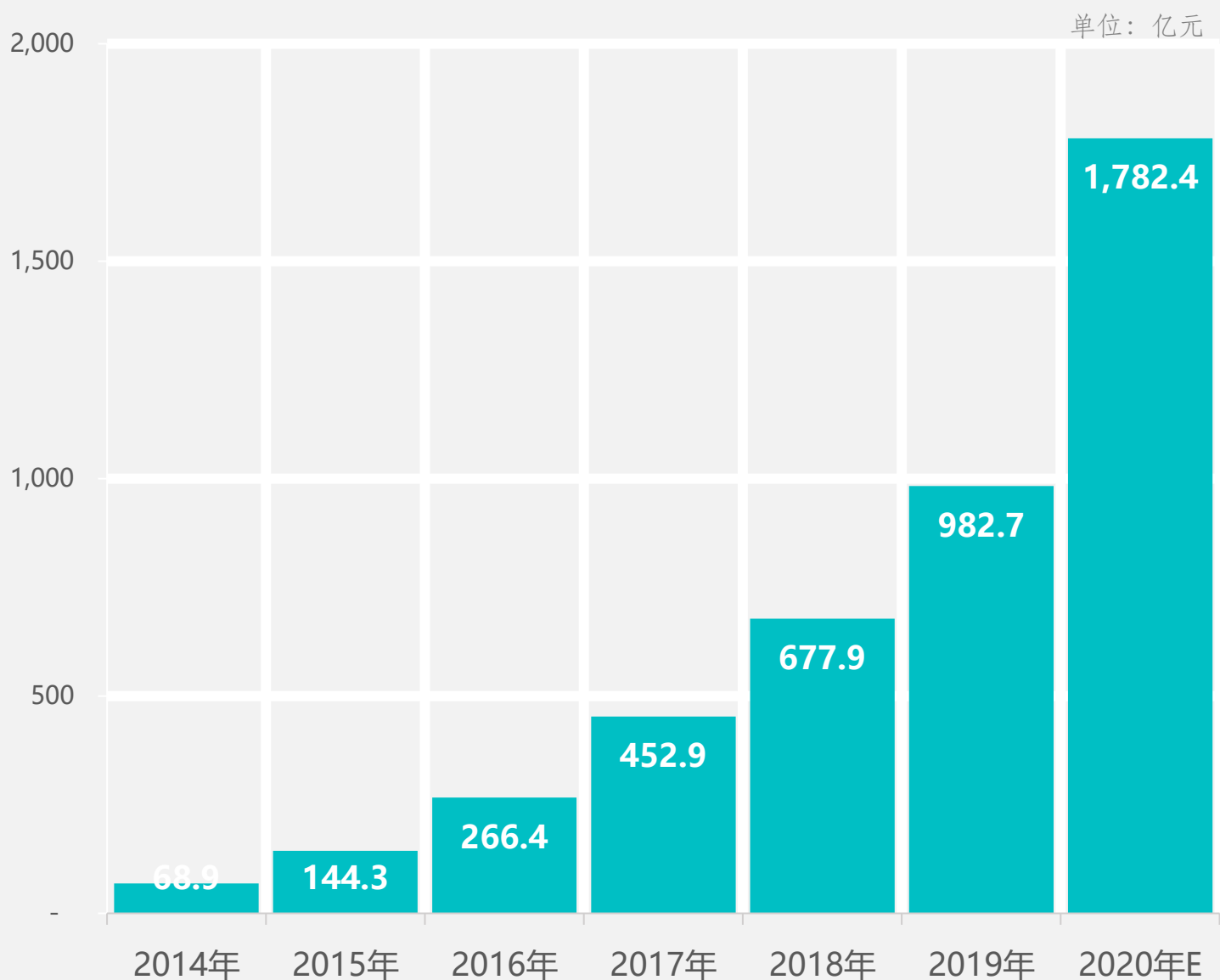
2020年11月主要B2B医药电商平台月活用户



# 2020年，B2C医药电商交易额近1800亿元 同比增长81.4%

## B2C医药电商交易额

2014-2020年E中国B2C医药电商交易额



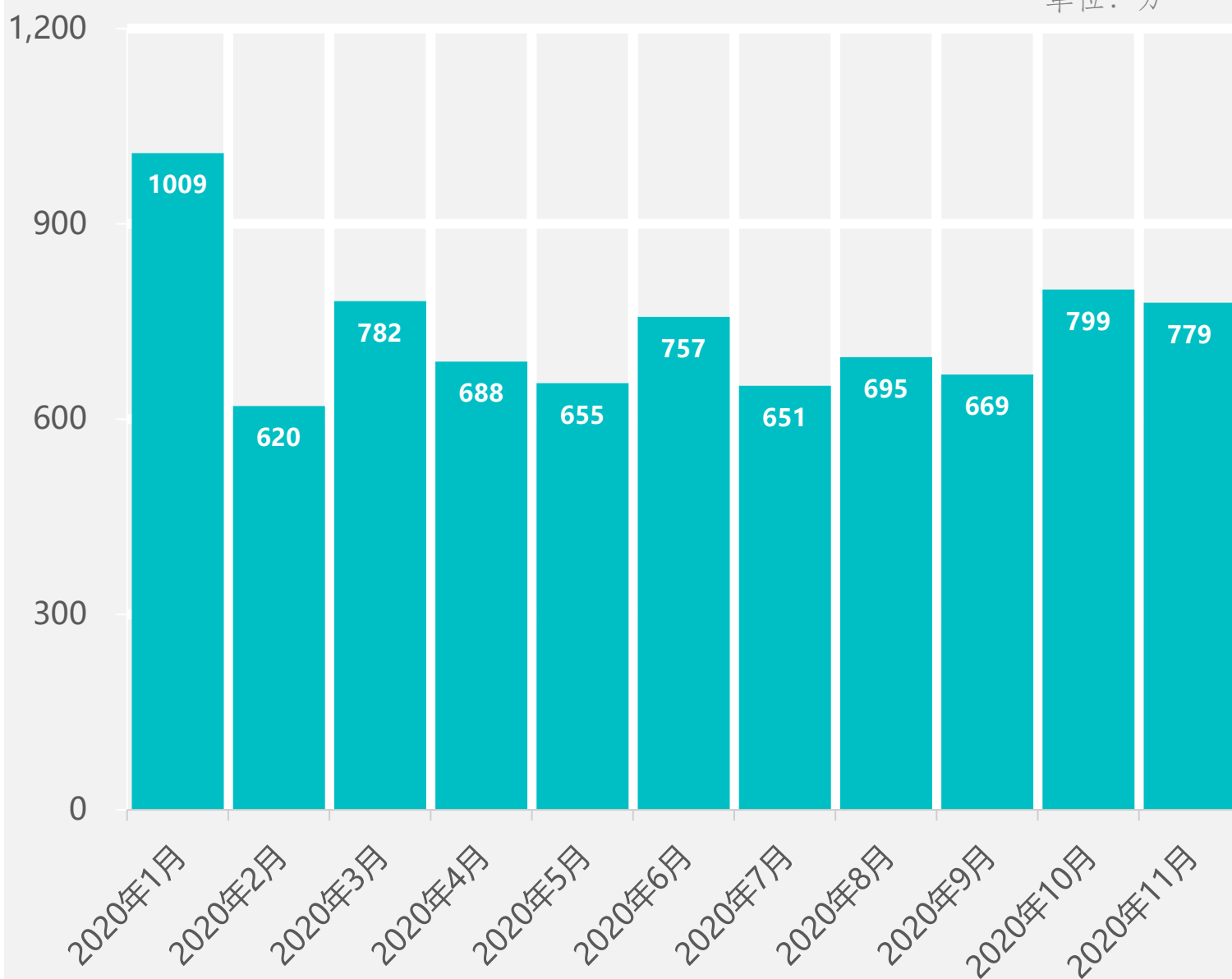
# 新冠疫情强化用户医药电商使用习惯

## 2020年11月，月活用户达779万

### 医药电商月活用户数

2020年1月-2020年11月医药电商月活用户数

单位：万



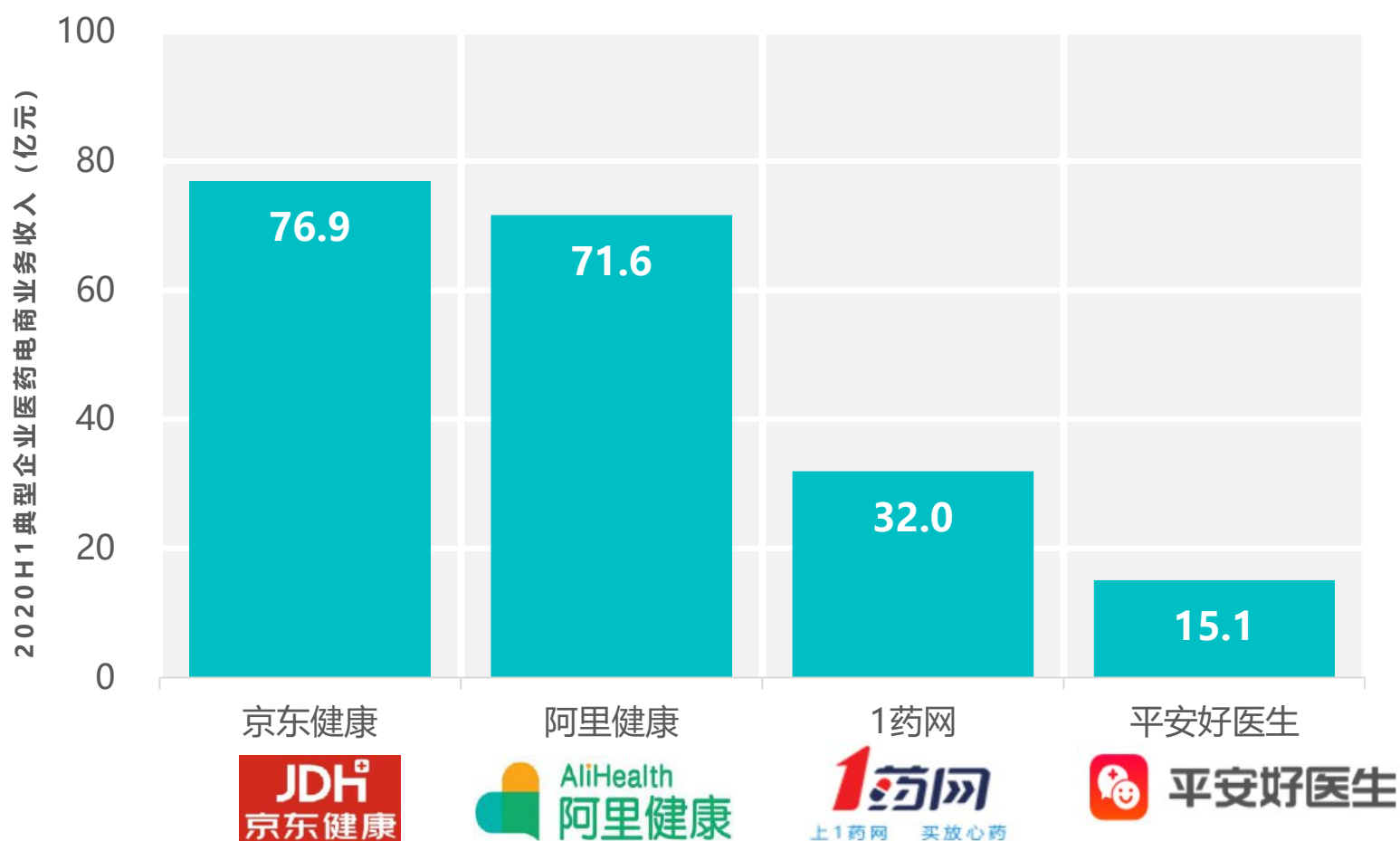
## B2C医药电商竞争激烈

### 1药网、健客及叮当快药月活用户排名前三

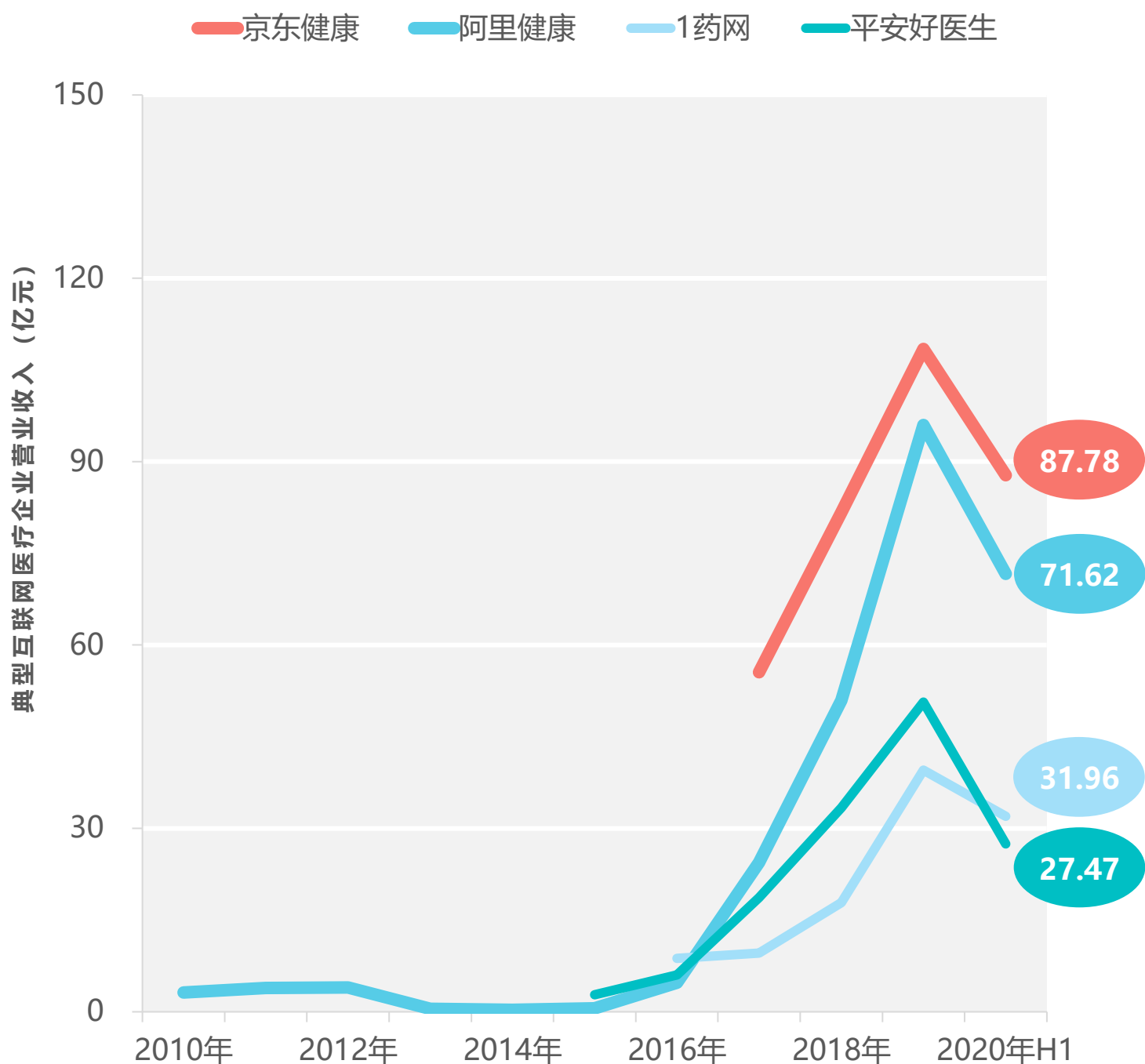




## 京东健康营业收入暂居B2C医药电商榜首 阿里健康、1药网分列二三位



# 京东健康与阿里健康互联网医疗领域双雄争霸 平安好医生快速掉队



# 阿里健康通过并购及天猫之间的业务腾挪 营收不断做大，成为互联网医疗巨头之一

## 阿里健康发展历程





# 重点发力医药电商，京东健康竞争力强劲 最高市值超六千亿，为市值最高互联网医疗企业

- 京东大药房（青岛）连锁有限公司获得网上药店牌照
- 药采京正式上线，首次开展药品零售业务
- 京东互联网医院上线试运营
- 京东互联网医院线下医院落地，第一笔医保购药订单在京东完成
- 完成A轮10亿美元融资，估值70亿美元



- 2011年与九州通合资组建好药师
- 2013年京东将持有的好药师股权全部转入给九州通
- 2013年推出全资医药电商项目，首次开展保健品零售业务
- 2014年收购青岛安吉堂大药房
- 安吉堂大药房更名“京东大药房”
- 第三方药品零售平台上线
- 智慧医疗、智慧医保、智慧医药业务全面发力
- 京东健康APP上线
- 京东健康香港主板上市，市值最高超4000亿港币



## 百度深耕互联网医疗多年 医疗广告、医药百科等影响力广泛而深远

时间	百度医疗布局
2013年及之前	2010年，百度涉足互联网医疗，与好大夫合作向用户推送优质医疗内容，同时医疗广告业务稳步推进，2013年百度医疗智能问诊平台上线，推出DULife
2015年	百度医疗事业部成立，产品线报告百度医生、拇指医生、百度医疗大脑等业务
2016年	魏则西事件发酵，将百度医疗与医疗广告业务推上风口浪尖、成为众矢之的
2017年	百度医疗事业部整体裁撤，百度医生APP下线
2018年	推出百度灵医，推进“AI+医疗”业务落地，投资MORE Health、Atomwise、趣医网、至真健康等企业
2019年	百度加入中国抗癌协会科普专委会，百度健康医典与国家皮肤与免疫临床医学研究中心达成战略合作，联合国家药品监督管理局启动药品权威科普工程，投资、动脉网、健易保、东软医疗等多家企业
2020年	成立百度健康子公司，百度健康糖尿病中心上线，投资微脉、Broncus堃博生、及一脉阳光、Atomwise、医来等多家医疗企业

# 腾讯涉足互联网医疗多年 相比阿里、腾讯更擅长在医疗领域“织网”

时间	腾讯医疗布局
2014年	资本先行，投资丁香园、微医等互联网医疗企业
2015年	腾爱糖大夫智能血糖仪发布
2016年	腾爱医生APP上线、企鹅医生成立，运营线下诊所、推出医疗检测设备、信息化系统等业务
2017年	发布腾讯觅影,通过AI辅助医学诊断，发布医学科普产品企鹅医典（后改名腾讯医典）
2018年	企鹅医生与杏仁医生合并
2019年	腾爱医生APP下线、腾讯投资高济医疗
2020年	泰康在线与腾讯达成合作、WHO与腾讯达成合作、全球开源新冠肺炎AI自查助手，投资老百姓等企业



# 在医疗领域腾讯构建了自己的影子帝国

## 具备极强的掌控力和影响力

参与方式	医疗服务	医疗软件信息系统	医疗保险	医药研发及流动
投资	<ul style="list-style-type: none"> <li>更美</li> <li>微医</li> <li>新氧</li> <li>丁香园</li> <li>好大夫</li> <li>汇医在线</li> <li>邻家医生</li> <li>罗宾医生</li> <li>妙手医生</li> <li>企鹅杏仁</li> <li>森亿智能</li> <li>思派网络</li> <li>碳云智能</li> <li>体素科技</li> <li>唯医骨科</li> <li>Grail</li> <li>Watsi</li> <li>有品Clearlabs</li> <li>ScanaduScout</li> <li>Locus Bosoenoos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>卓健科技</li> <li>京颐股份</li> <li>森亿智能</li> <li>太美医疗科技</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>水滴互助</li> <li>量子健康</li> <li>腾讯微保</li> <li>思派健康</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>健康元</li> <li>新格元</li> <li>老百姓</li> <li>晶泰科技</li> <li>微泰医疗</li> <li>原基华毅</li> <li>科望医药</li> <li>高济医疗</li> <li>Atomwise</li> </ul>
内部孵化	<ul style="list-style-type: none"> <li>腾讯觅影</li> <li>腾讯医典</li> <li>企鹅医生</li> <li>电子健康卡</li> <li>电子社保卡</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>微信智慧医院</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>微信医保电子凭证</li> </ul>	
合作	<ul style="list-style-type: none"> <li>飞利浦</li> <li>九安医疗</li> <li>云杉医疗</li> <li>北大医疗</li> <li>创业软件</li> <li>和人科技</li> <li>理邦仪器</li> <li>西门子医疗</li> <li>Practo</li> <li>Babylon Health</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>东华软件</li> <li>中电数据</li> <li>WebMD</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>易联众</li> <li>众安保险</li> <li>泰康人寿</li> <li>镁信健康</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>礼来</li> <li>赛诺菲</li> <li>天士力</li> <li>九州通</li> <li>罗氏制药</li> <li>诺华制药</li> <li>阿斯利康</li> <li>紫云股份</li> <li>上药云健康</li> </ul>

3

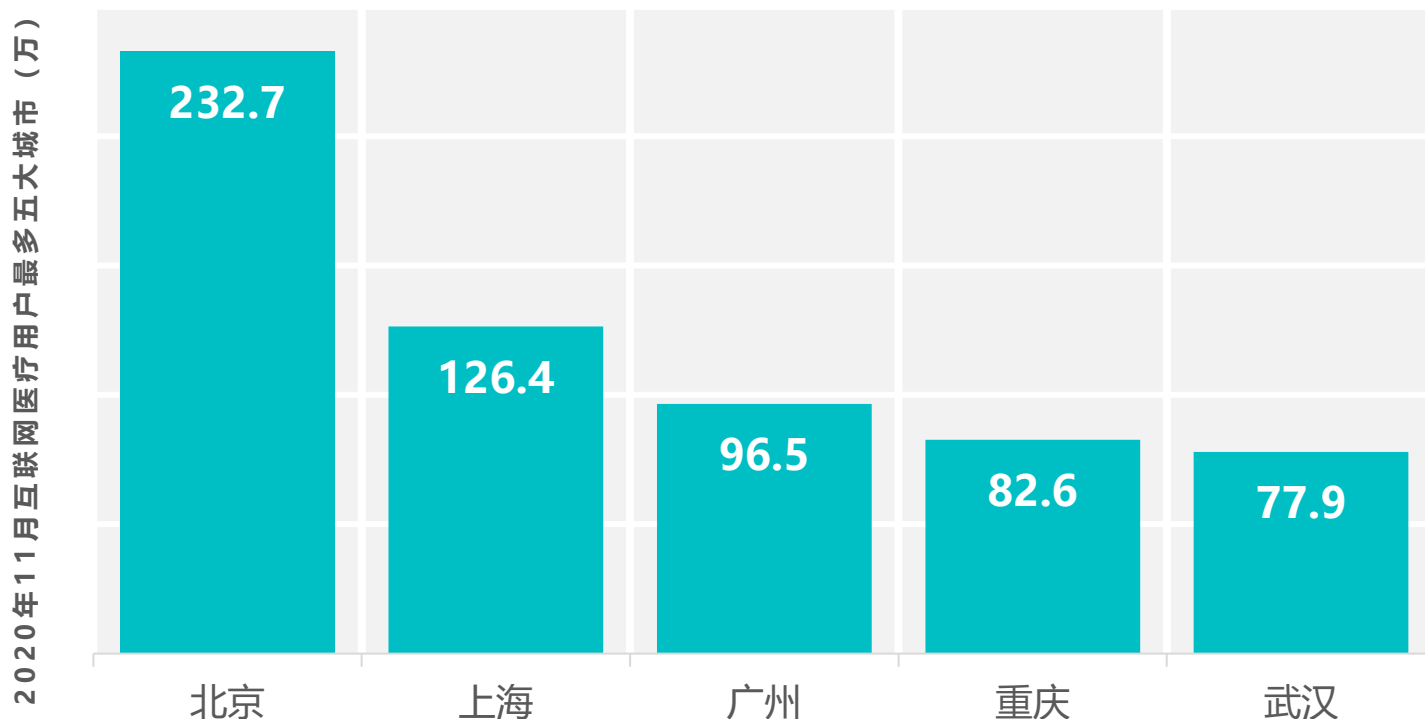
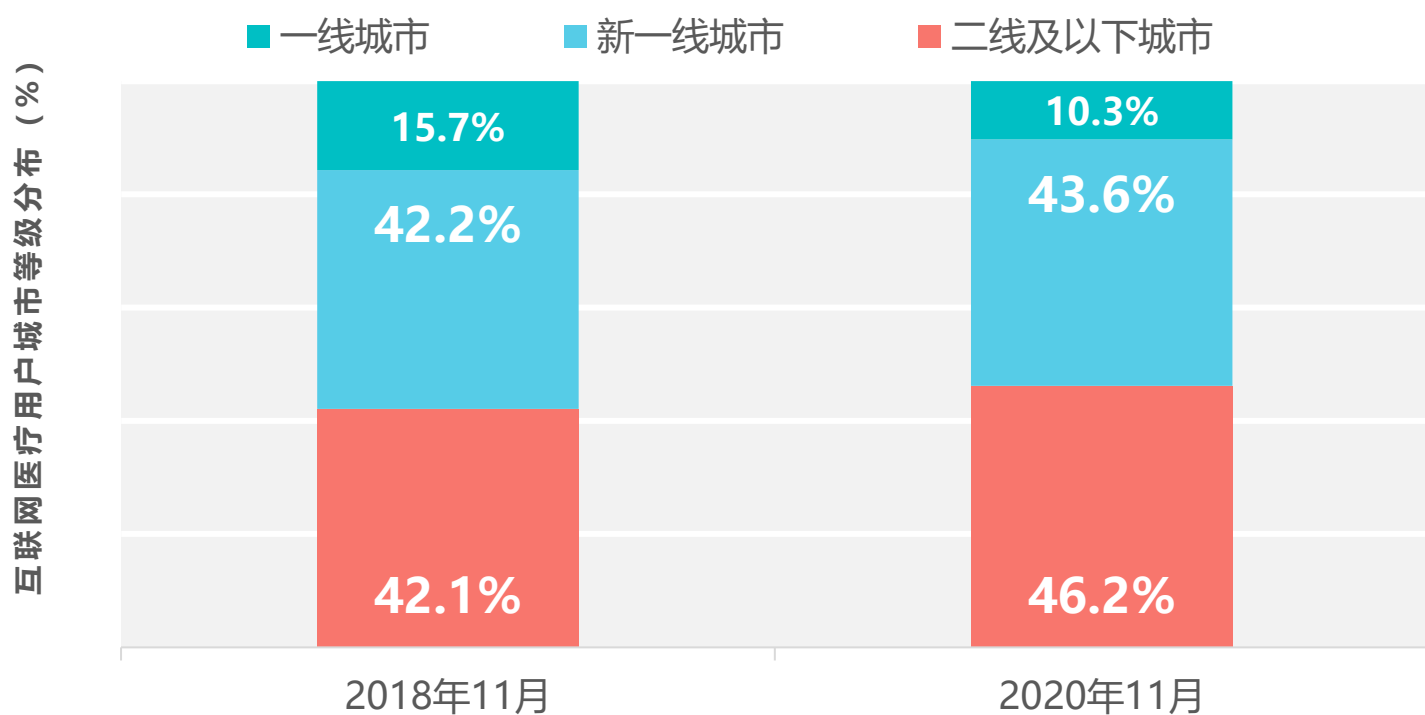
# 中国互联网医疗 用户画像





# 互联网医疗快速从大型城市向中小城市渗透

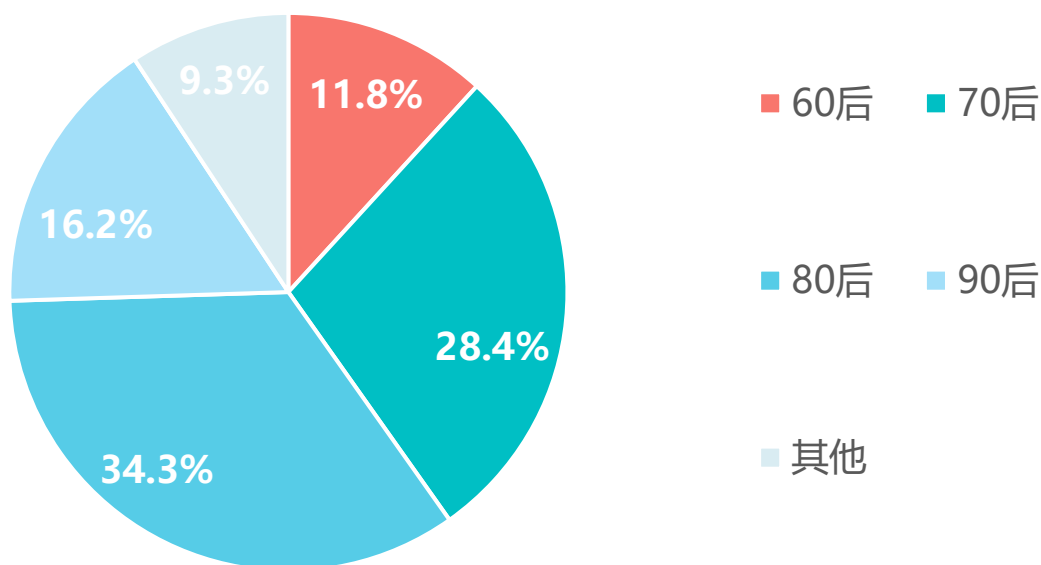
## 北京互联网医疗用户规模远超其他城市



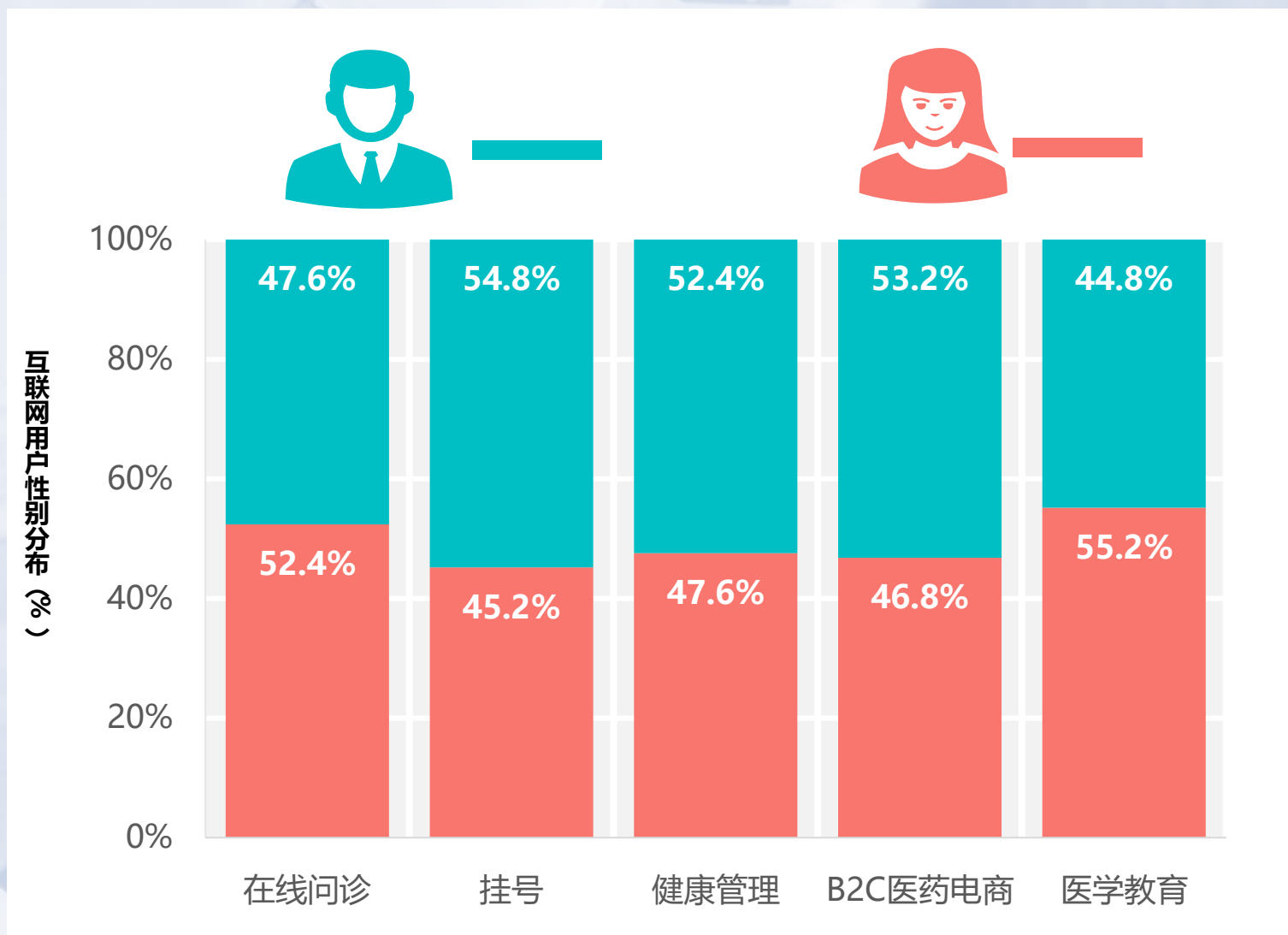
注：数据根据用户使用互联网医疗APP时地所在理位置统计，如果用户当月在不同城市使用互联网医疗APP，则每个城市分别计算一次。

# 70后及80后用户占比超六成 中年人成为互联网医疗的主力用户群体

2020年11月互联网医疗用户年龄分布

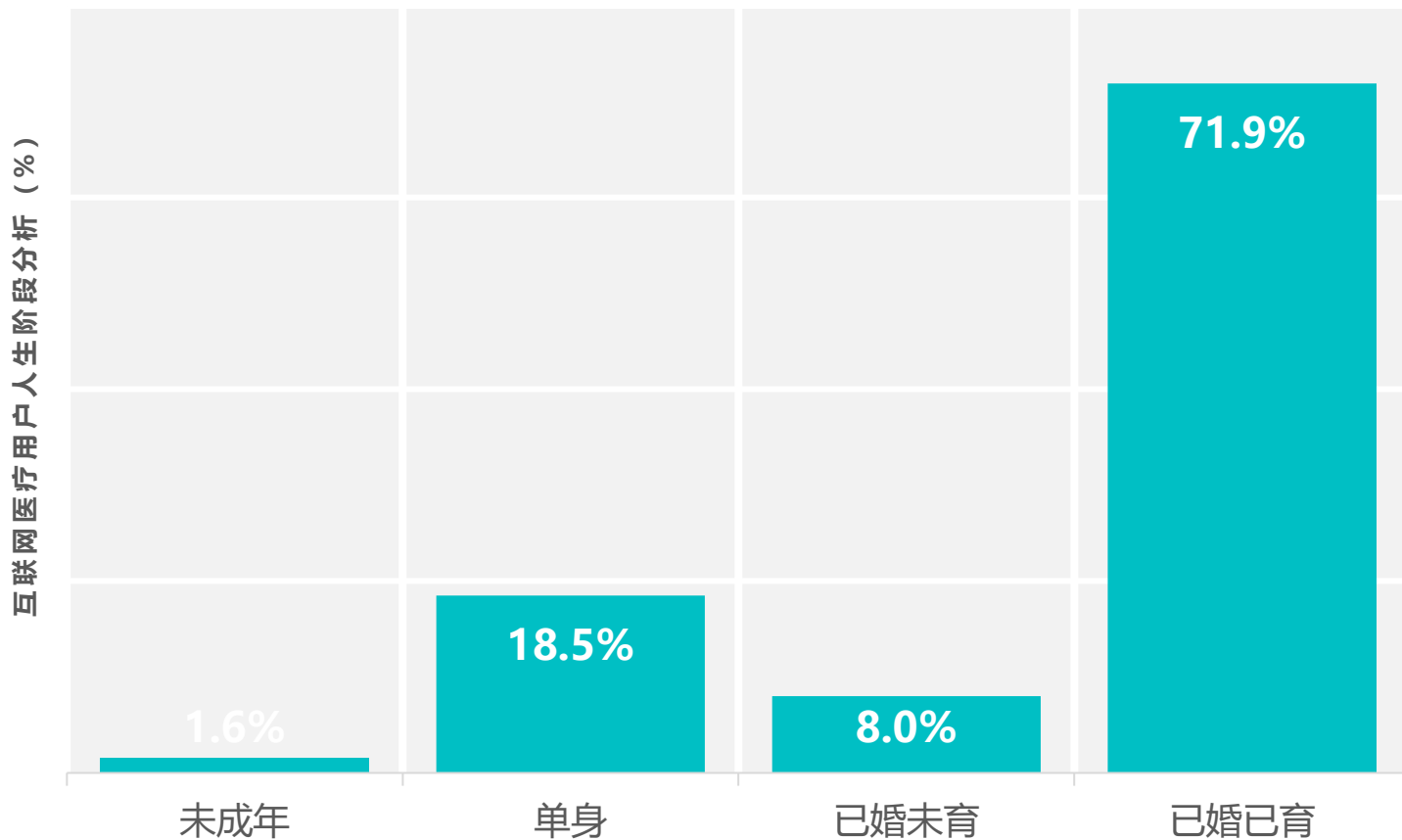


# 男性与女性用户医疗应用使用场景差异显著 挂号及买药男性用户参与度显著高于女性



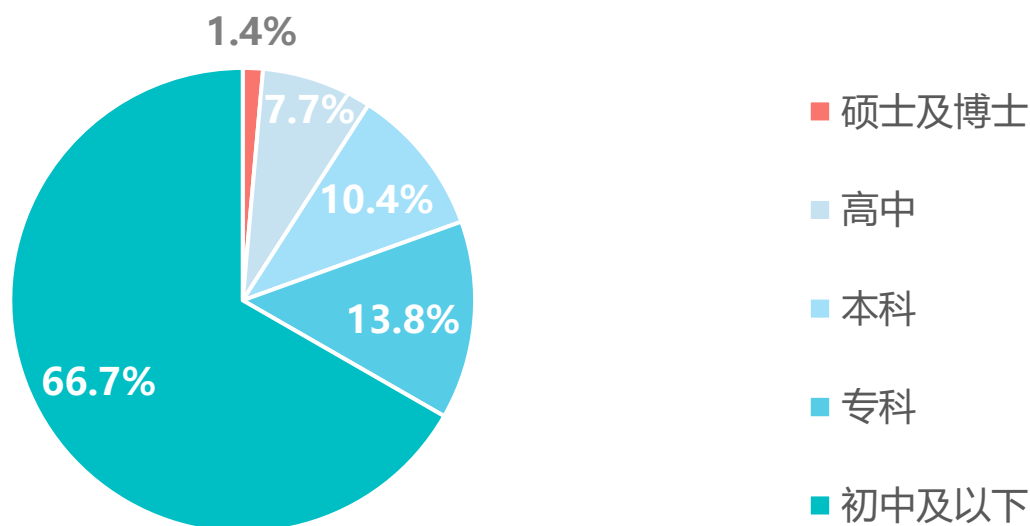


## 超七成互联网医疗用户已婚已育

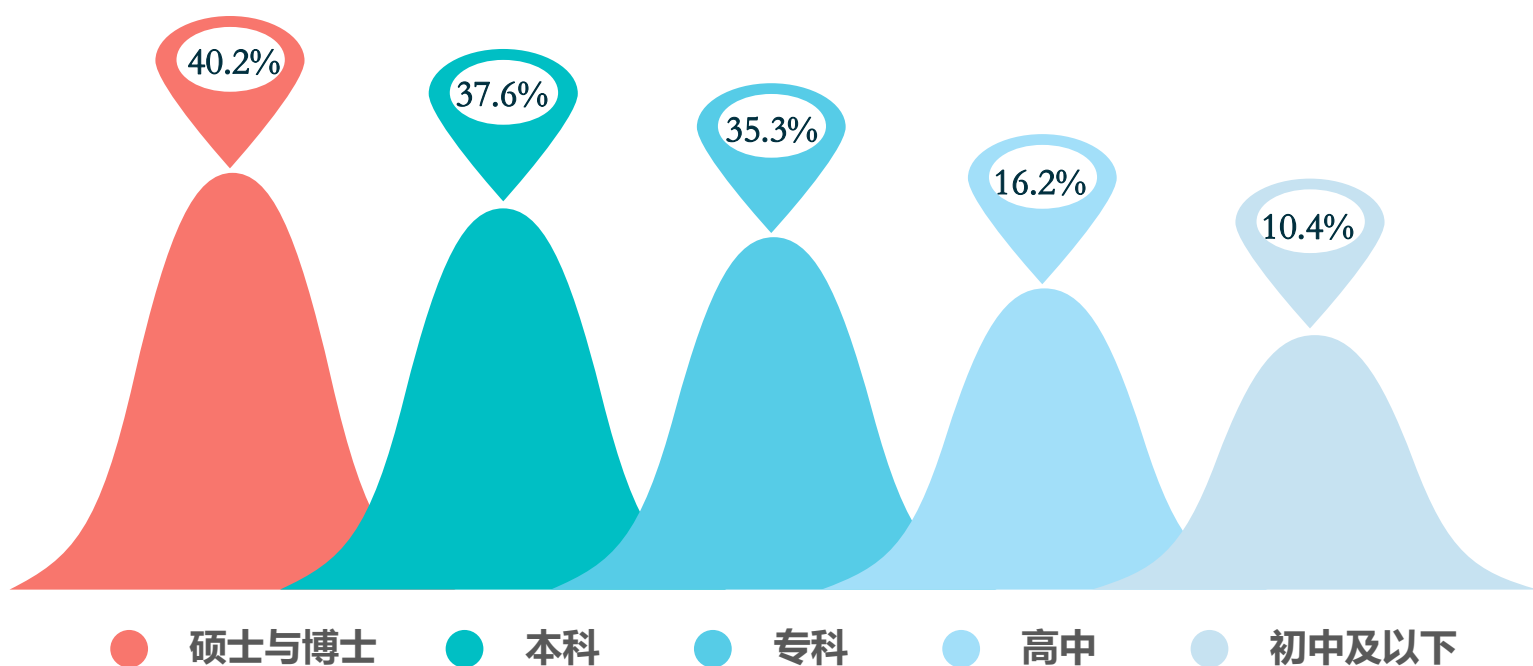


# 近七成互联网医疗用户不具备高中学历 医疗应用便捷性、易用性至关重要

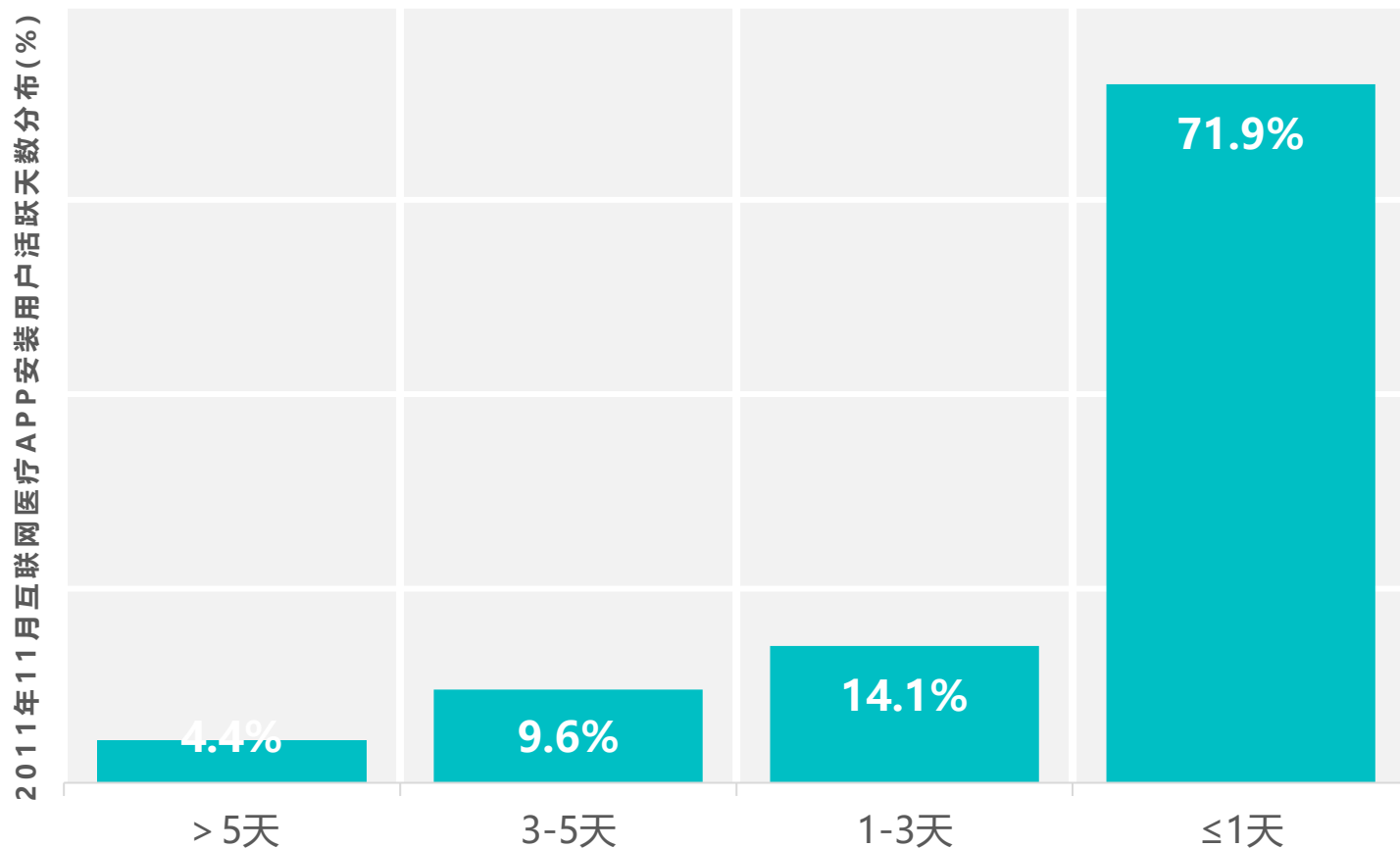
2020年1-11月互联网医疗用户学历分布



2020年11月不同学历用户互联网医疗APP安装覆盖率

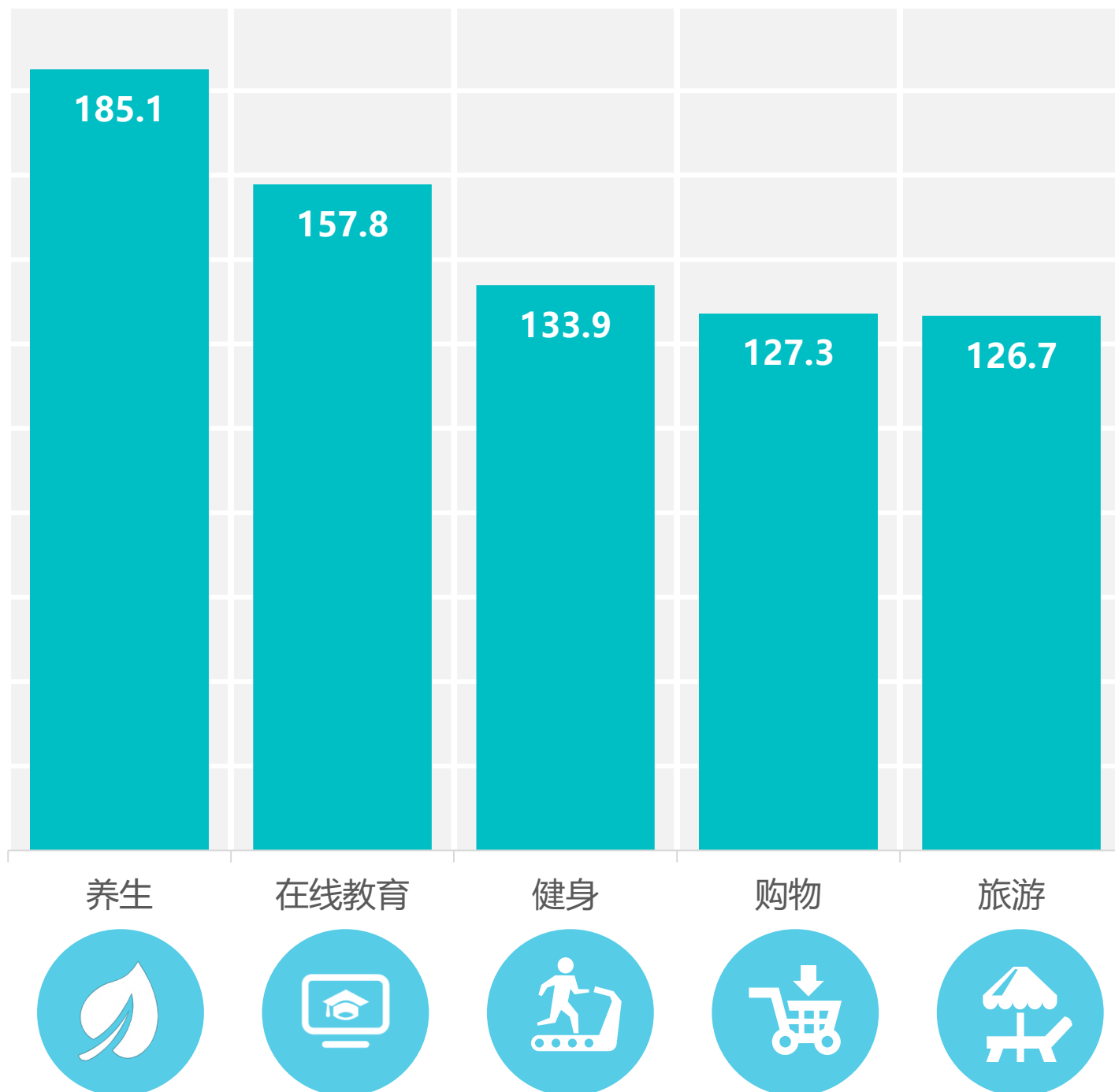


# 互联网医疗刚需低频特征显著 超七成安装用户月度活跃天数不超过1天



# 相比全网，互联网医疗用户热衷养生 注重不断提升自我

互联网医疗用户其他类型APP使用偏好，相对全网TGI指数



4

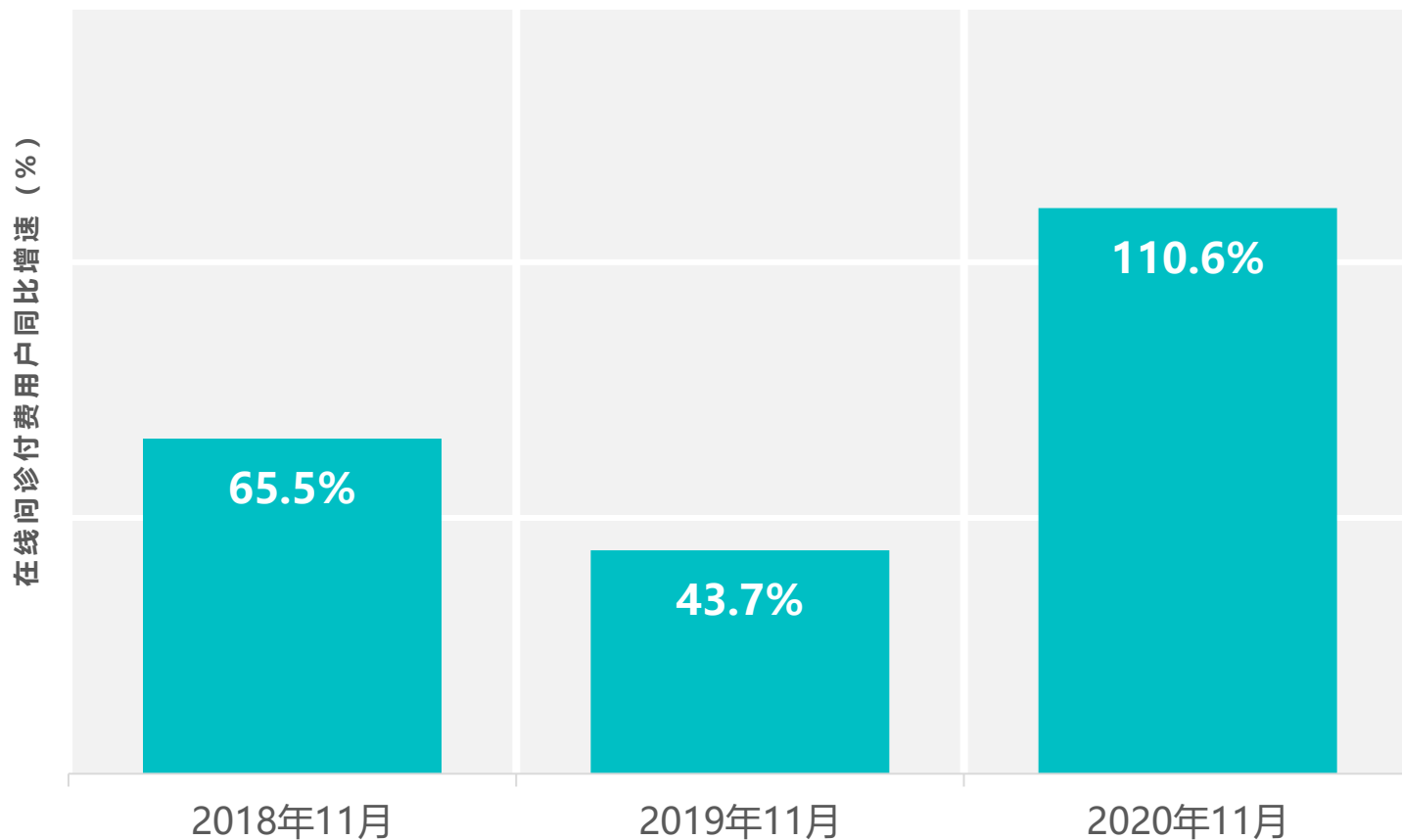
# 中国互联网医疗 发展趋势





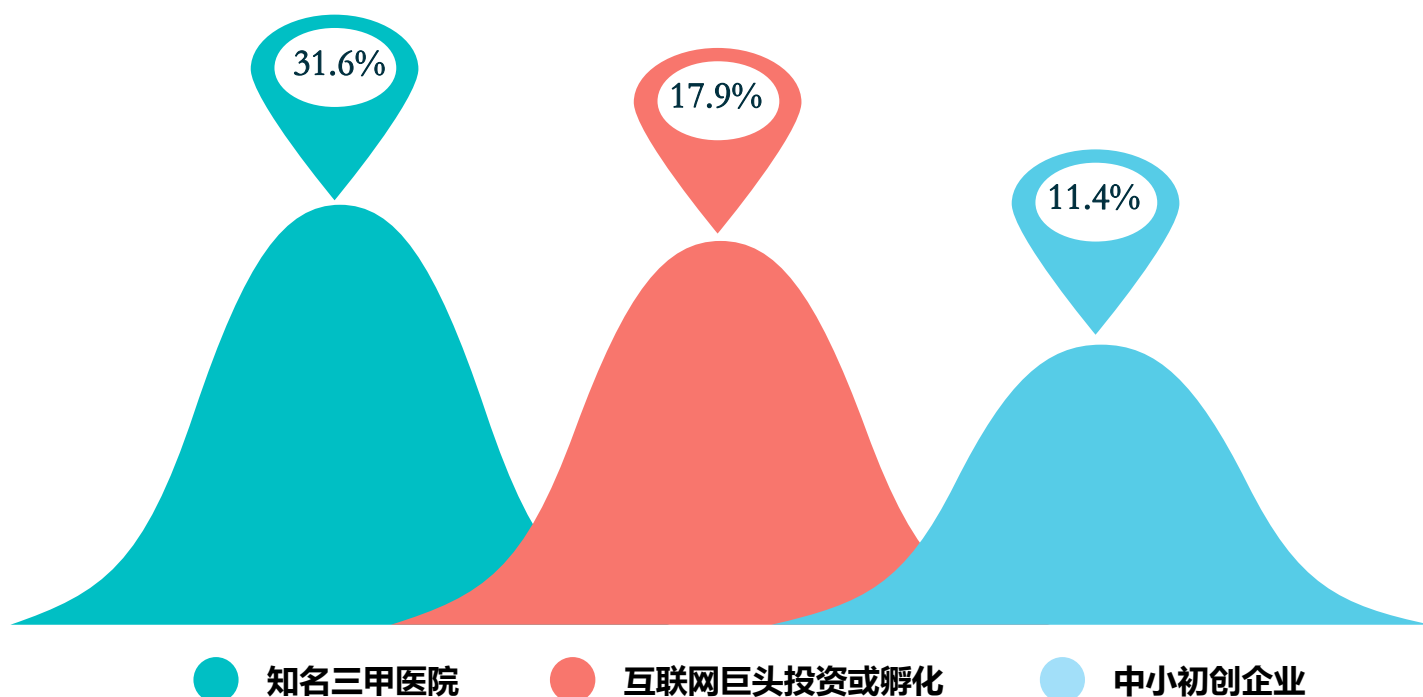


## 用户在线问诊付费意愿持续提高 线上医疗服务将成为重要的医疗业态



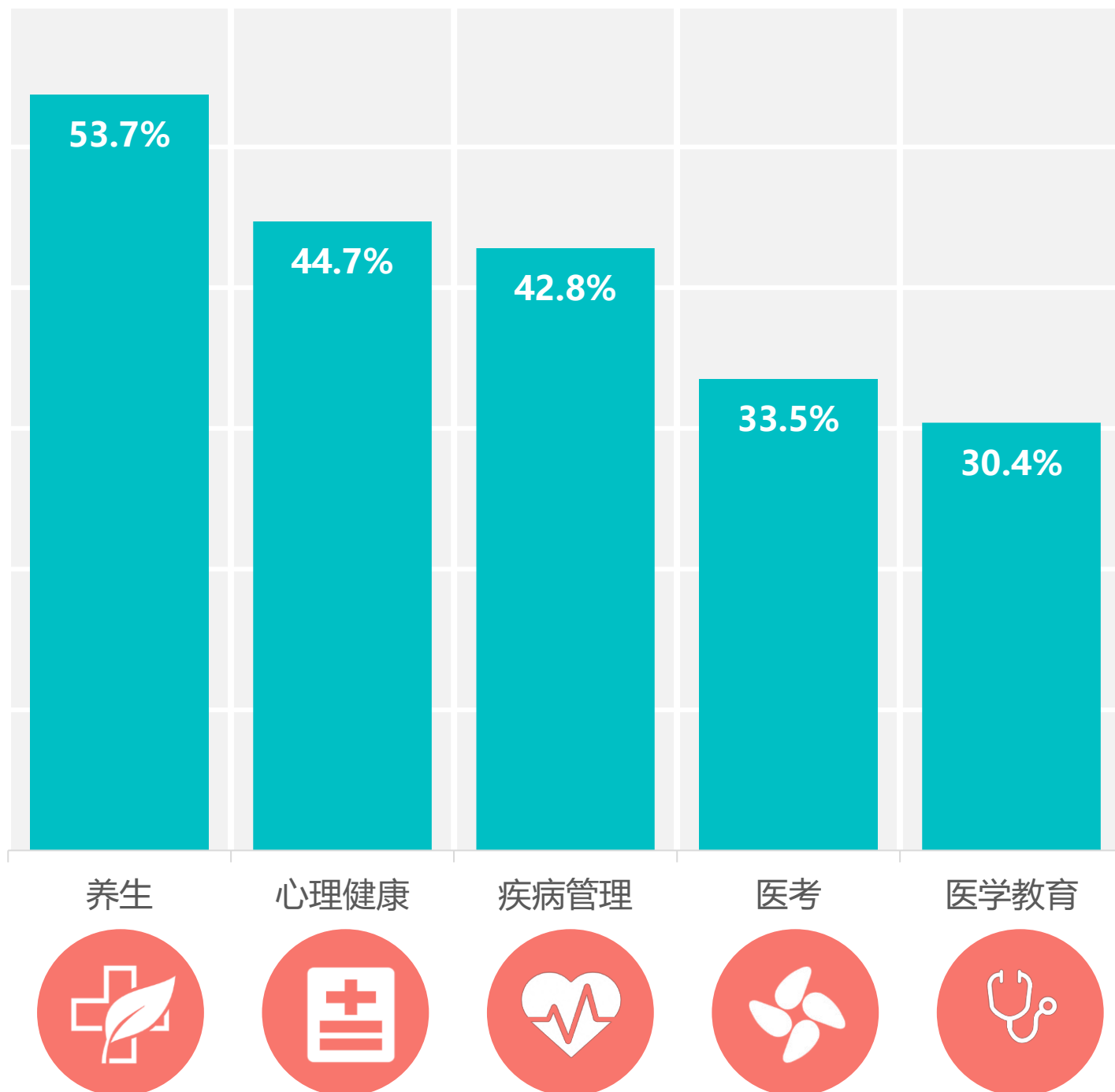
# 线下优质医疗资源与线上流量获取能力 成为互联网医疗用户增长的关键所在

2020年11月不同不同背景互联网医疗平台活跃用户同比增速 (%)



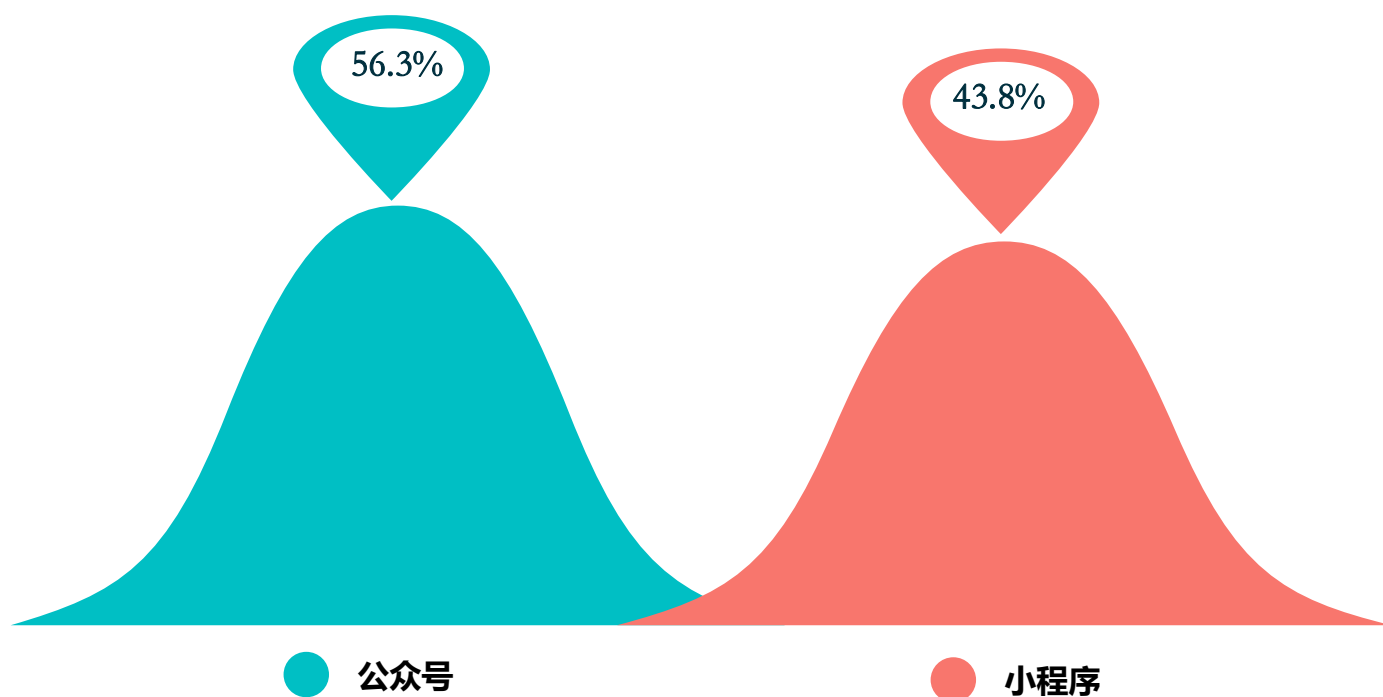
# 疫情影响，用户对身心健康更加重视 学医考医需求增长强劲

2020年11月不同类型互联网医疗APP用户使用时长同比增速 (%)

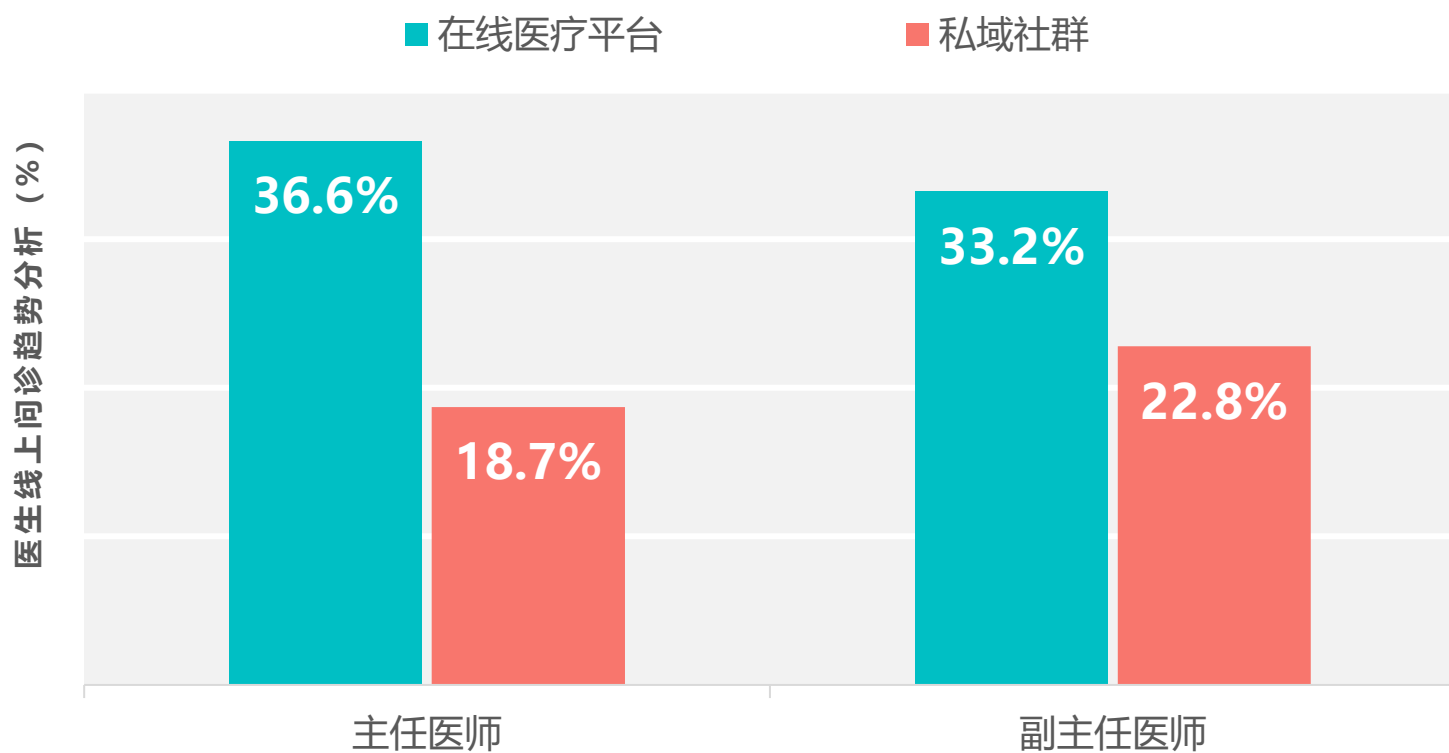


## 低频刚需预约挂号服务 用户越来越青睐在超级应用内完成

2020年11月不同渠道预约挂号活跃用户同比增速 (%)



# 除在线医疗平台之外 医生正通过建立私域社群，扩大影响力



# Contacts Us

商务合作:

[zhangteng@ifastdata.com](mailto:zhangteng@ifastdata.com)

+86 1777808108

[guoliang@ifastdata.com](mailto:guoliang@ifastdata.com)

+86 18910644671

技术合作:

[businessservice@ifastdata.com](mailto:businessservice@ifastdata.com)

+86 18510809459

