

2020年4月

前沿视点 VIEW POINT



目录

疫情面面观：中国医药行业的政策和机会观察	02
智者先行，远见者稳进：疫情后新药研发的新思考	05
医者之声：疫情对中国医院诊疗影响的调研和分析	08
对各个医院的影响	
对各个科室的影响	
医者之声	
精研静虑：疫情影响下的中国医疗健康市场格局展望	10
疫情对医药供应价值链各方的销售均产生正面影响	
短期内抗疫相关品类暴涨，但事件性驱动因素不会持续	
中长期而言，疫情将影响医疗供给侧改革推进	
互联网+赋能的以患者为中心的新医疗价值链	
望闻问切：“互联网+”是否是新冠疫情的一帖良方？	17
方兴未艾的互联网医疗与医药电商	
深刻变化的消费者	
“互联网+”的价值创造	
冰火两重天：疫情对器械行业的影响	27
防护和救治类器械发力战“疫情”	
疫情冲击诊断和手术类器械	
中国抗疫医疗物资供应产业链浅析	30
导读	
建立可持续的防疫物资生产链	
重点建设统一储备保障体系	
科学分配，保急保需	
“中国制造”，支援八方	
口罩成生产企业机会，中游企业成投资重点	

疫情面面观： 中国医药行业的政策和机会观察

随着国内疫情逐步得到有效控制，中国以外的国家和地区成为了“抗疫”主战场。在这次疫情中，中国从“被关注”到“被借鉴”，从一开始的风暴中心，转而扮演疾病防控和物资供应的保障者，逐步赢得了这次全球危机的主动权。

疫情的传播，给全球经济、社会治理和政策制定都带来了极大的挑战。中国作为全球稳定的基石，科学开展疾病防控，加速恢复经济内循环的能力，以及中国企业在维护全球供应链中的所承担的作用，在很大程度上将定义全球经济的走势，和未来一段时间内中国和世界的关系。

中国医药的供给侧改革仍处于产业成长周期的早期爬升阶段，中国的供应保障体系尚处在不断建设、调整和完善之中。国内疫情刚刚得到控制，疫情物资保障的需求还很旺盛，各国口岸和进出口程序也可能因为疫情受到不同程度的影响，因此，医疗行业更需要在此时果断预判形势发展，从以下三点进行内外协作（见图1）：

- 国与国之间的监管部门以及和WHO的协作
- 行业内部的分工协作
- 与国际市场医药器械准入和流通伙伴的协作

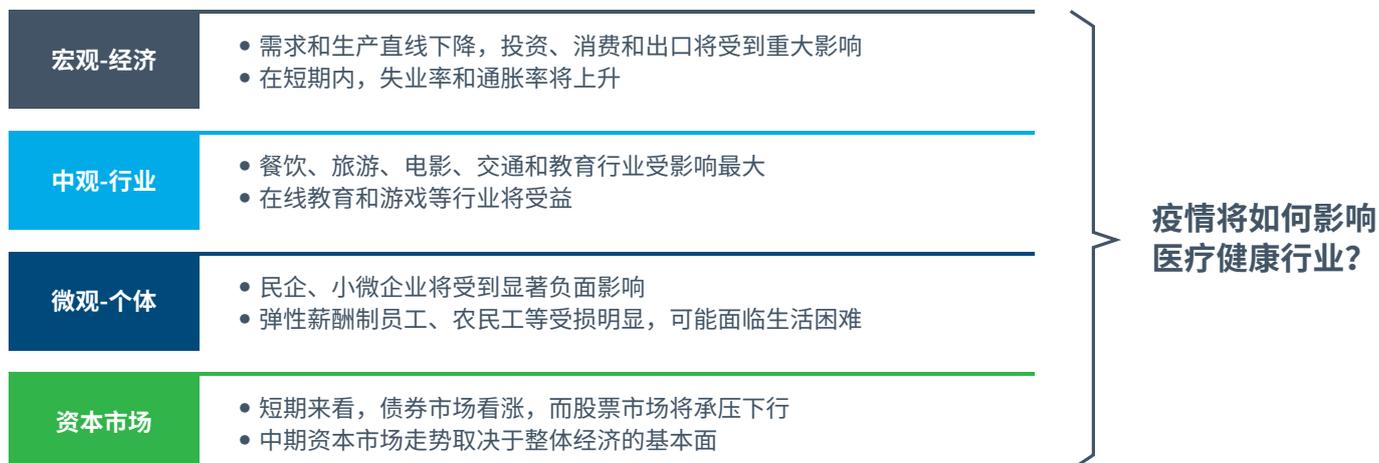
近期，四组重要政策的出台引起业内同仁的关注。

2月14日，中央提出不断完善重大疫情防控体制机制，健全国家公共卫生应急管理体系，相关体系化工作的推进必然需要社会的共同参与，公共卫生领域的投入有机会得到提升。国家将在准入、使用和待遇保障上更多响应公共卫生和慢病人群的需要，今年全国和地方两会的延迟也将为有关工作的推动留有更多空间（见图2）。

2月26日，国家六部委联署的《关于印发加强医疗机构药事管理促进合理用药的意见的通知》，是药品集中采购、药价形成和流通使用的重要制度文件。3月5日，《中共中央国务院关于深化医疗保障制度改革的意见》颁布，这是关于全面建立中国特色医疗保障制度的纲领性文件，规划了今后五年乃至更长时期的医保制度发展方向，它明确提出医疗保障是减轻群众就医负担、增进民生福祉、维护社会和谐稳定的重大制度安排。

疫情重塑了医药商业模式、渠道和消费模式，也就是热议的“互联网+医疗+医药+医保”，《国家医疗保障局关于完善“互联网+”医疗服务价格和医保支付政策的指导意见》的出台，

图1：新冠疫情对中国经济和医疗健康产业的影响



数据来源：TMT Post, IQVIA艾昆纬整理分析

疫情面面观：中国医药行业的政策和机会观察

图2：国家发文提升国家公共卫生应急管理能力

 2020年2月14日，习近平总书记主持召开中央全面深化改革委员会第十二次会议，提出我国不仅应立足当下，科学精准打赢疫情防控阻击战，又要放眼长远，不断完善重大疫情防控体制机制，健全国家公共卫生应急管理体系。

改革方向	15个体系	9种机制	4项制度
提升国家公共卫生危机应对能力	<ul style="list-style-type: none"> 国家公共卫生应急管理体系 国家治理体系和治理能力 国家安全体系 	<ul style="list-style-type: none"> 重大疫情防控体制机制 	
加强国家公共卫生法治能力	<ul style="list-style-type: none"> 国家生物安全风险防控和治理体系 国家生物安全法律法规体系 国家生物安全制度保障体系 		
提升重大疾病预防控制能力	<ul style="list-style-type: none"> 疾病预防控制体系 公共卫生服务体系 	<ul style="list-style-type: none"> 执业人员培养、准入、使用、待遇保障、考核评价和激励机制 防治结合、联防联控、群防群治工作机制 公共卫生重大风险研判、评估、决策、防控协同机制 	<ul style="list-style-type: none"> 全科医生培养/分级诊疗等制度
强化疫情防控救治能力	<ul style="list-style-type: none"> 重大疫情防控救治体系 领导指挥体系 重大疫情救治体系 	<ul style="list-style-type: none"> 重大疫情应急响应机制 科学研究、疾病控制、临床治疗的有效协同机制 分级、分层、分流的传染病等重大疫情救治机制 	
加强应急医疗救助能力		<ul style="list-style-type: none"> 应急医疗救助机制 	<ul style="list-style-type: none"> 重大疾病医疗保险和救助制度 医保异地即时结算制度 特殊群体、特定疾病医药费豁免制度
强化应急物资保障能力	<ul style="list-style-type: none"> 应急物资保障体系 国家应急管理体系 国家储备体系 应急物资采购供应体系 	<ul style="list-style-type: none"> 集中生产调度机制 	

数据来源：IQVIA艾昆纬分析

以及多地在疫情期间加速互联网医院服务的开展，预计将对病患管理、处方管理、供应管理和医保管理产生深远影响。

对于这一系列政策的理解，需要层层剖析，一是要对政策准确溯源、深刻把握；二要对其中的新政策（如国家生物安全风险防控和治理体系，支持“互联网+医疗”支付、个人账户统筹和门诊共济保障机制、应对老龄化医疗负担的多渠道筹资、医保目录退出机制、医疗联合体采购制度、分级药事管理与药学委员会及总药师制度等政策）的实现路径进行研究；三要综合看待众多政策可能对细分行业和企业所形成的联动影响，以及可能存在的业务风险和机遇，针对风险，与

政府有关部门保持沟通，针对政策性机遇，则应积极思考如何转化为业务战略和业务发展。

综上，归纳为五点建议，帮助医疗医药企业理清脉络，从短期和长期应对疫情带来的影响。

建议一

目前，生产和流通企业应在确保国内市场供应的情况下，加强全球供应链的组合式链接和布局，充分考虑和预判疫情可能会引发的全球需求，抓紧研究WHO预认证、PQ等现行国际市场规则，加强国际市场机会风险研究和海外经营人才的储备建设。

建议二

直面疫情所折射出来的研发投资机遇，加快在中国和全球范围内布局敏捷高效的商务网络，构建完善的研发体系，提高获取适合自身文化和组织的关键研发资产的能力。

建议三

创新业务边界，探索业务融合发展之道。看准政策的长期走向，坚定地推动“超越药品和器械本身”的业务创新战略；结合疫情中突显的商业和渠道管理模式转型契机，探索适应于企业自身情况、可落地的发展模式。

建议四

抓住有关公共卫生和卫生投资政策发展的有利契机，积极推动有关疾病检测筛查、健康管理、预防接种的投资和公共管理平台落地，再塑业务发展动能。

建议五

加强今明两年市场准入模式的调整、预判、预演和政策沟通，进一步打开企业在药品创新支付领域的战略性布局和行动，塑造有利于长期发展的良好局面。

更多信息，敬请垂询

IQVIA艾昆纬公共卫生政策研究副总监柴研，
yan.chai@iqvia.com



智者先行，远见者稳进： 疫情后新药研发的新思考

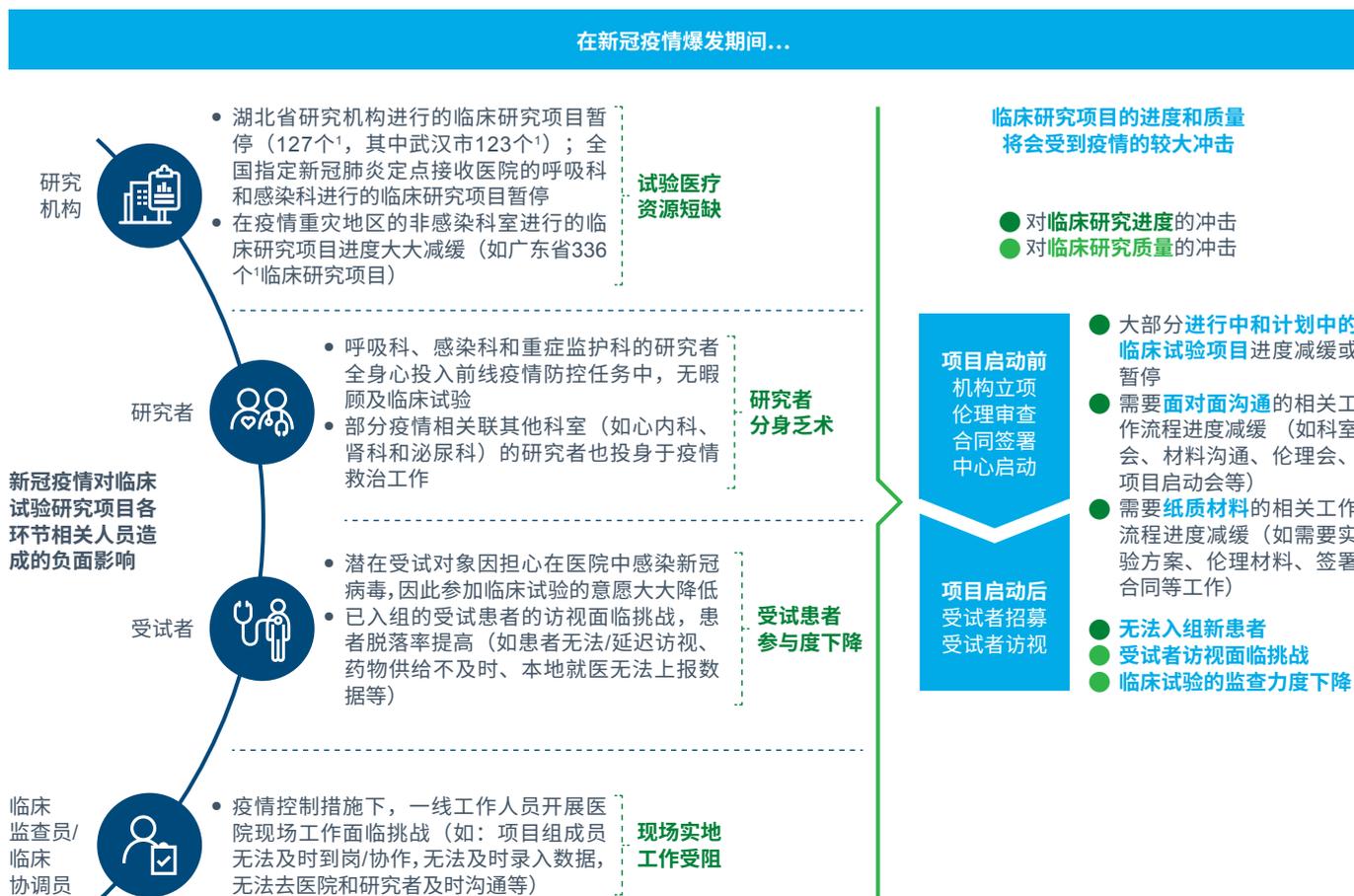
在新冠疫情爆发后的两个月内，中国科学家与研究者行动迅速，在相关领域的研究和临床试验中展现出魄力、努力与实力，例如，武汉病毒研究所在2019年12月30日晚，拿到不明原因的肺炎样品后，于2020年1月5日分类得到病毒毒株；截至2月底，中国不同科研机构已在国际顶级学术期刊发表十余篇论文。

疫情如镜，我们也看到了新药研发现状的不少短板和窘境，本篇文章抛砖引玉，希望探讨在疫情中，我国目前临床研

究体制暴露的问题，以及药企如何进行短期应对和长期布局。

IQVIA艾昆纬观察到，疫情是突发性事件，造成了临床试验不同程度的滞后，为研究机构、研究者、受试者和临床检查员的工作都带来了一定的负面影响。疫情下，也暴露出一些根本问题：1) 临床试验对现场工作 (onsite) 要求高，整体试验流程信息化程度不足；2) 受试者避免外出，招募效率更为低下，已入组受试者依赖回到线下研究机构中进行访视。上述问题为正在进行的临床试验进度带来了不可逆转的影响，也对质量控制提出了持续性挑战 (见图1)。

图1：新冠疫情对我国临床试验研究项目产生负面影响



注释：1. 数字指代在ClinicalTrials.gov网站中标识状态为“进行中，尚未招募”的在中国大陆地区目前正在进行的临床试验数量。此处包含了本土企业和外资企业赞助的临床试验
数据来源：Clinicaltrial.gov，案头研究，IQVIA艾昆纬整理分析

远程智联临床试验 (Virtual Trials) 的确是解决上述问题的一剂良方, 不少领先药企也在疫情期间开展了积极的创新实践, 例如, 拜耳在南方医院已经实现了电子合同签署和递交, 默沙东也快速发起虚拟SOP, CRA可以远程协调患者就近访视。但是需要注意的是, 目前, 在以医院为单位, 研究机构为主体的临床试验开展中, 1) 在各个临床试验环节, 如何细致地实现远程化、数字化; 2) 在受试者的招募与访视过程中, 如何利用现有技术, 实现灵活化、人性化的管理; 3) 在现行体制内, 如何积极利用国家政策与独特的移动技术优势, 建设和完善高效化、特色化的系统 (见图2)。

同时, 我们亦可探索同情用药的诸多机会。在美国, 由患者和医生共同商量进行同情用药, 由申办方递交材料, 由

伦理委员会和药监局共同审查与批准, 此次新冠肺炎爆发初期, 一位美国患者得益于“同情用药”机制接受了瑞德西韦的治疗。中国的同情用药机制仍在探讨和完善中。IQVIA认为, 中国有可能会进一步加速同情用药机制的法规出台; 对药企来说, 企业申办方应考虑利用“同情用药”机制以惠及更多的患者, 同时为潜在的适应症扩张机会收集更多的临床证据 (见图3)。

在中国政府鼓励创新的大背景下, 药企积极投入研发, 积极参与全球创新药的同步上市, 这些药企可视为“智者现行”, 但是, 真正的“远见者”, 需要三思而后行, 深入考虑如何精进整体临床研发体系与能力, 积跬步以至千里。

图2: 我国临床试验从“传统线下模式”转型发展为“远程智联模式”



数据来源: 案头研究, IQVIA艾昆纬整理分析

智者先行，远见者稳进：疫情后新药研发的新思考

图3：新型疫情再一次把“同情用药”制度的建立和完善带入公众视野

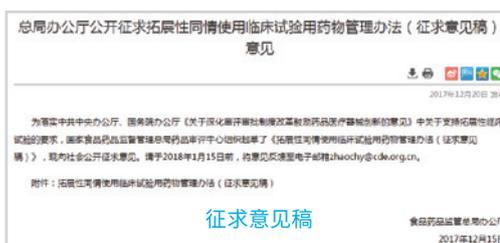
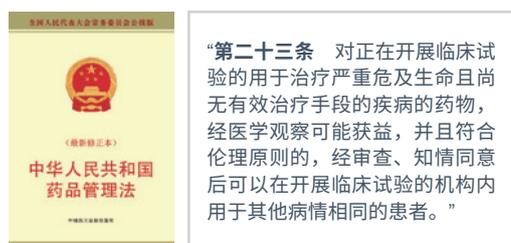
 美国拥有成熟而健全的“同情用药”机制，在这次冠状病毒肺炎（COVID-19）爆发初期，1位美国患者得益于“同情用药”机制接受了瑞德西韦（Remdesivir）的治疗

健全的同情用药机制		
治疗方案 的确定	 患者	<ul style="list-style-type: none"> 与医生共同讨论并决定是否使用尚未获批上市的替代治疗方案
	 医生	<ul style="list-style-type: none"> 监督患者的治疗情况 准备向IRB和FDA递交的申请材料 负责患者在“同情用药”下的用药治疗以及临床数据上报
申请材料的 准备与 提交	 企业申办方	<ul style="list-style-type: none"> 提供申请“同情用药”所需的相关产品信息以协助申请 允许FDA获取与“同情用药”相关的所有临床数据 患者在“同情用药”下产生的医疗纠纷相关的法律责任可被豁免
申请材料的 审查与 批准	 IRB ¹ 伦理委员会	<ul style="list-style-type: none"> 审查“同情用药”实验设计及相关知情同意书 确保患者对于“同情用药”下的治疗方案及潜在风险充分知情
	 FDA 药监局	<ul style="list-style-type: none"> 审查“同情用药”申请，并对于申请进行批复

 而中国的“同情用药”机制仍在建立和完善的过程中，截至目前尚未有针对新型冠状病毒肺炎（COVID-19）的临床试验新药申请/被批准开展“同情用药”²

新修订的《中华人民共和国药品管理法（2019年修订版）》中仅在第二十三条有对于“同情用药”机制进行简单的描述，未提及实施细节...

& ...而国家药品监督管理局起草的“同情用药”管理办法细则尚未颁布，仍处于征求意见稿阶段



- 未明晰“同情用药”机制审批主体
- 未提及在重大突发公共卫生事件（如COVID-19）下的特殊评审流程
-

注释：1. IRB stands for Investigational Review Board, also known as independent ethics committee独立伦理委员会；2. 数据截止至2020年2月20日；3. DLBCL stands for diffuse large B-cell lymphoma弥漫大B淋巴瘤
数据来源：FDA官网，国家药品监督管理局官网，案头研究，IQVIA艾昆纬整理分析

核心发现

1



国家药品监督管理部门将加速“同情用药”管理办法细则的制定和颁布

2



企业申办方应考虑利用“同情用药”机制以惠及更多的患者，同时为潜在的适应症扩张机会收集更多的临床证据

更多信息，敬请垂询

IQVIA艾昆纬管理咨询部总监刘丹妮，

danni.liu@iqvia.com

医者之声： 疫情对中国医院诊疗影响的调研和分析

近期，IQVIA艾昆纬对医务人员进行了在线调研，反映出疫情下，医生的真实需求和国内的诊疗现状。

除湖北省外，在全国疫情最严重期间（2.17-2.20），因担心感染风险，住院和门诊患者均大幅下降，患者量分别下降到日常的32%和19%。需要思考的是，那些原本需要到医院就诊的患者都是如何处理自身疾病？综合IQVIA零售药店渠道销售数据来看，常见病和慢病用药在零售药店的销量也分别下滑了11%和24%，我们认为，许多患者压抑了治疗需求，既没有到医院治疗也没有到药店自行购药。随着疫情的结束，需求是会被逐渐释放，还是会流失一部分患者，我们会持续关注。

对各个医院的影响

从不同等级的医院来看，以周边居民为主要患者源的二级医院，留存了更多的患者，二级医院的病房受影响最小，住院患者维持在疫情发生前的46%。三级医院的住院和门诊患者分别下降73%和82%（见图1）。

对各个科室的影响

从不同科室来看，急诊、感染、呼吸科这些与疫情相关的科室的患者量下降幅度小于其他科室，此外，肿瘤科和以

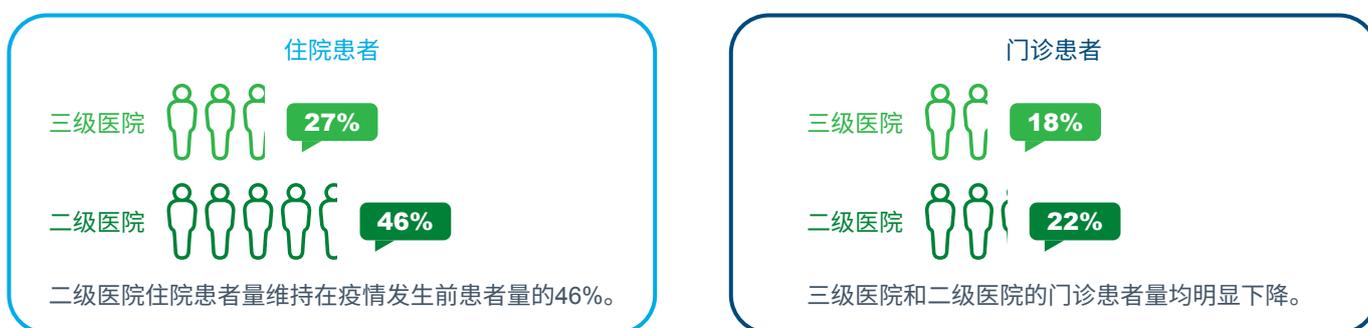
慢病患者居多的科室（如心内科，内分泌科，神内科）的患者量也高于其他科室，可见部分肿瘤患者和慢病患者的治疗需求仍然是刚需。如何确保这些患者在特殊时期既能够接受及时有效的治疗，又能最大限度降低医院的感染风险，是目前亟需采取的行动。此外，我们仍不能忽视部分没有明显症状的慢病患者，他们在疫情期间缺少药物的情况下并未主动就医，首先需从观念上提醒这类患者持续治疗的必要性，真正确保所有慢病患者的治疗在疫情期间得到最有效的保障。五官科、老年科、儿科、骨科等接待轻症患者的科室患者量下降均超过90%以上（见图2）。

医者之声

为了帮助慢病患者在疫情期间持续接受治疗，63%的医生呼吁延长医院单张处方的药物时长，41%的医生鼓励患者在线处方。不同的科室对线上处方的态度略有差异，考虑到复诊需求和患者特征，肿瘤科和老年科对线上处方的需求较其他科室更低。各地陆续出台落地了延长单张处方时长和互联网医院线上处方的措施，但是，政策执行可能需要因医院、科室和疾病治疗需求而异。

同时，调研发现，二线城市可能是目前推广线上诊疗处方最好的阵地，主治级别的医生可能会成为最早一批的接受者（见图3）。

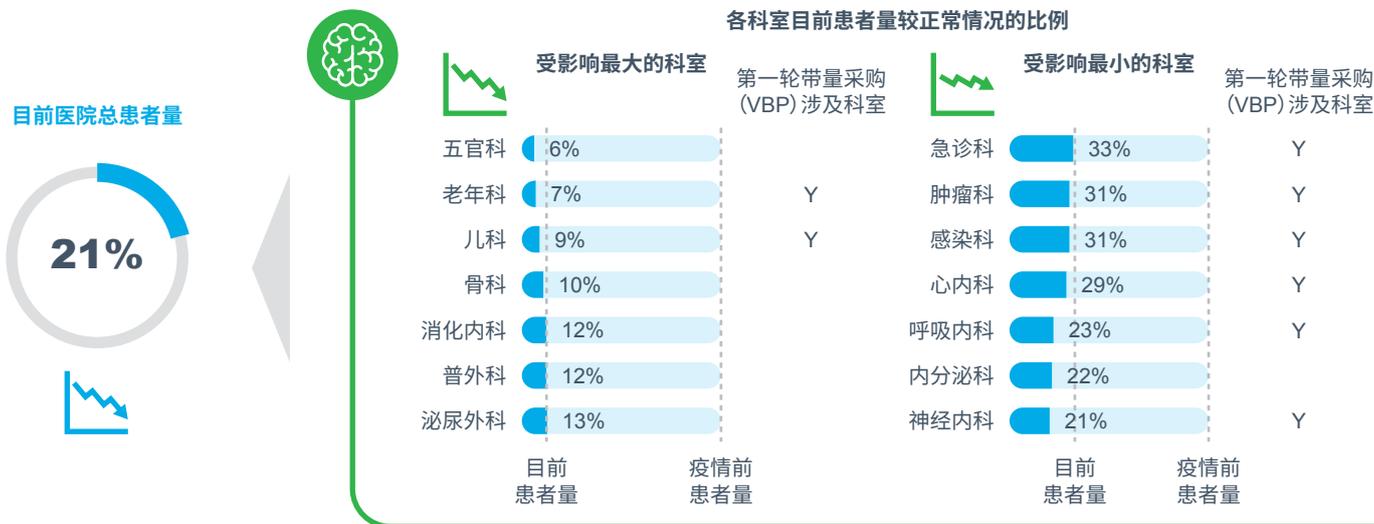
图1：新冠疫情对不同等级医院的住院和门诊患者的影响



Online interviews n=1377；执行时间：2020.2.17-2.20；城市级别 1线:2线:3线=接近各1/3；医院级别 三级:二级=接近2:1
数据来源：IQVIA艾昆纬调研

医者之声：疫情对中国医院诊疗影响的调研和分析

图2：新冠疫情对不同科室患者量的影响

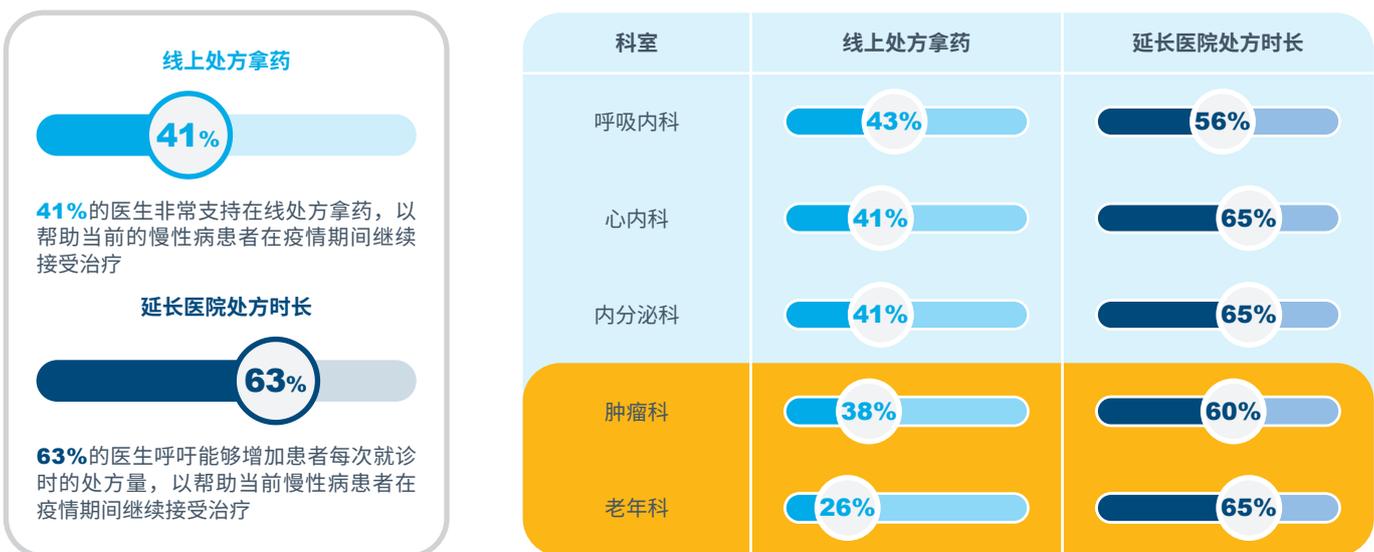


Online interviews n=1447;
 执行时间: 2020.2.17-2.20;
 城市级别 1线:2线:3线=接近各1/3;
 医院级别 三级:二级=接近2:1
 数据来源: IQVIA艾昆纬调研



59%的医生预计，从春节后开始计算，患者量可能在3个月内恢复到疫情前的状态

图3：疫情期间，医院延长单张处方的药物时长或呼吁线上处方



Online interviews n=1447; % (百分比) 代表医生以1-7分评分打7分的医生比例; 执行时间: 2020.2.17-2.20; 城市级别 1线:2线:3线=接近各1/3; 医院级别 三级:二级=接近2:1
 数据来源: IQVIA艾昆纬调研

从本次调研中，IQVIA还洞察到了许多令人意外的发现，希望能为企业按图索骥，高效开拓新科室、探索新市场。

更多信息，敬请垂询
 IQVIA艾昆纬中国区市场洞察业务部
 北京分公司市场洞察业务负责人李娅芳，
 yafang.li@iqvia.com

精研静虑：疫情影响下的中国医疗健康市场格局展望

春节期间，原本相对淡季的药品零售市场，由于COVID-19新冠疫情的影响，反倒实现了销售额和利润的双双增长。但普通大众感受更深的是，这次疫情给整个医疗服务、药品及防疫物资供给体系带来的强力考验。

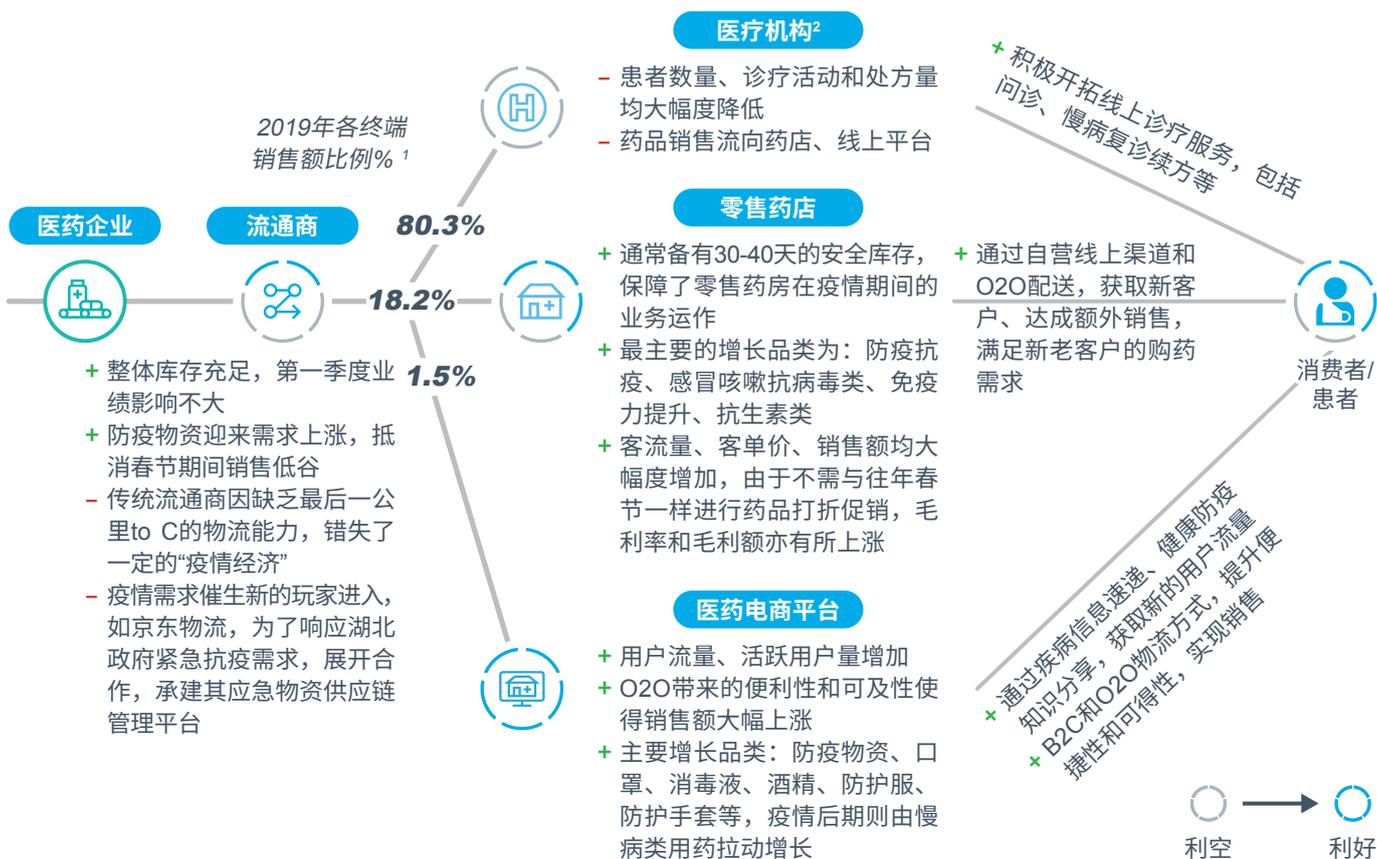
IQVIA艾昆纬消费者健康咨询团队抽样选取了几大连锁药店约1500家门店12月和1月份销售额排名前50的产品销售情况，尝试从特殊时期对药品流通和零售的短期影响入手，探讨中长期医疗服务供给模式、药品流通体系可能受到的冲

击，与随之形成的新体系、新模式和新格局。

疫情对医药供应价值链各方的销售均产生正面影响

根据艾昆纬消费者健康团队观察和分析，此次疫情对中国医药供应体系、商业终端而言，是一次突击检查，但是整体结果较为正面。短期内，价值链环节各参与方受到的影响各不相同，其中线上医药电商和线下零售更为受益（见图1）。

图1：疫情对医药供应体系各方的影响



注释：1. 不包括保健品、中成药、个人护理、器械设备，线上只包括B2C销售；
2. 包括等级医院和基层医疗机构；
数据来源：IQVIA《艾昆纬中国医药市场全景解读》、案头研究、专家访谈、IQVIA艾昆纬整理分析

精研静虑：疫情影响下的中国医疗健康市场格局展望

01. 公立医疗体系

响应疫情治疗防控、其他诊疗活动下降，药品销售外流

医疗机构积极响应疫情治疗，除了急诊和部分重要科室，其他医护人员都紧急调度至发热门诊以及一线抗疫区域，因此医疗机构整体诊疗活动的供给大幅度降低，而多数轻症、慢病患者，为了避免人流聚集带来交叉感染的风险，也选择不到医院就医。医院的整体人流、诊疗活动数量、处方量均大幅度下降。药品销售外流到零售药房和线上渠道。

02. 医药流通商

整体持稳，面临新进玩家的挑战

过往春节期间，流通商的流量较小，在此次疫情下，大量的防疫物资迎来一波暴涨。分销业务由于上一年四季度的备货，第一季度的业绩基本不受影响；由于医院部分科室停诊导致采购下降，纯销业务受到一定的负面影响；整体而言，一季度业绩基本持平或略有上涨。

流通商在此次疫情期间承担了政府采购、一线物资运输的重要职责，国药、上药、九州通等积极调配库存和流通，保障城市地区的物资供应。但在需求激增和疫情严峻的情况下，传统流通商无法完全满足需求。这也促使了许多新的玩家入场。2月12日，京东物流发布消息，为了响应紧急抗疫需求，与湖北政府展开合作，正式承建其应急物资供应链管理平台。针对疫情亟需物资，提供可视化的追踪、管控调配解决方案。这也是领先的非传统流通企业，通过供应链技术，直接参与到政府部门医药流通工作中的案例之一。

本次疫情下，除了对公的医药物流运输以外，需求暴增的还有个人医药器械类货品的配送，但多数传统流通商因缺乏“最后一公里”的物流能力，错失了一定的“疫情经济”。

03. 零售药房

防疫药品、感冒抗病毒品类大幅带动流量、销售和毛利上涨

零售连锁通常备有30-40天的库存，春节前的库存保障了零售药房在疫情期间常规品类的销量。此外，疫情期间客流量、客单价、销售额均大幅度增加；由于不需与往年春节一样，进行药品打折促销，加上额温计、防疫防护用品及器械、家用医疗器械、保健食品等需求量激增，库存水平大幅下降的同时，毛利率显著提升。

根据抽样逾1500家连锁药店2019年12月至2020年1月的Top 50产品的销售额数据显示，其中最主要的增长来自于四大品类：防疫抗疫、感冒咳嗽抗病毒类、免疫力提升、抗生素及消炎类（见图2）。

我们同时了解到，部分线下连锁药店也开通了App、微信小程序等自有线上渠道，通过自有O2O或入驻O2O平台，如饿了么、美团等，实现网订店送最后一公里，更好地为新老客户提供药事服务，并获取了一部分新的用户群体，实现了额外的销售。

04. 线上医药电商

大量消费者涌入B2C/O2O购买防疫药品，疫情后期慢病复诊续方增长

疫情期间，患者通常选择避免到医院和实体药店购药，并且部分防疫物资在线下药店的库存告急，大量消费者涌入线上购药渠道。阿里健康、京东大药房等各类B2C互联网医药电商，叮当快药、快方等O2O互联网医药电商，均迎来了大幅上涨的流量、活跃人次和购买率。其中，防疫物资如口罩、消毒液、酒精、防护服、防护手套等的搜索量和下单量大幅度上涨，受益的还包括家用民用器械，如体温计、血氧仪等。

同时，疫情期间，减少外出是老年、慢病患者的首要防控措施，然而按时、规范用药同样是保障其基本身体健康的当务之急。我们观察到，虽然前期慢病类产品的销售有一定幅度的下降，但到了疫情后期，随着心脑血管、糖尿病等慢病患者消耗完自有存量药品，特别是服用带量采购类药品的患者，面临两难的局面，此时互联网线上慢病管理和续方售药成了一剂良方。公立医院、阿里健康、京东健康等互联网诊疗平台均推出了线上慢病复诊、续方的服务。互联网平台的慢病问诊量和药品销售额均快速增长。

短期内抗疫相关品类暴涨，但事件性驱动因素不会持续

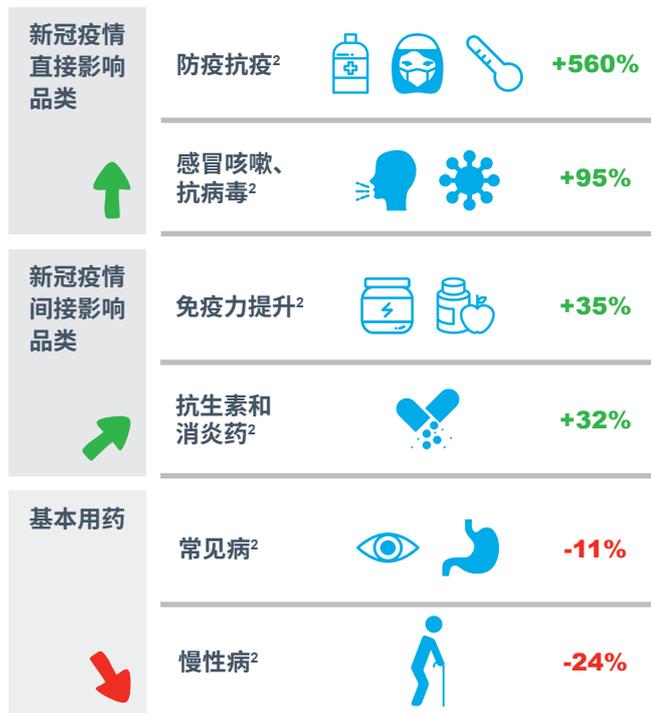
我们认为，疫情虽对医药供应各方造成了较大的冲击和影响，但背后的驱动因素，部分是事件性相关的，并不会持续存在。

大众在个人消毒、防护、监测方面需求激增，而面对疫情的发展不确定性带来的恐慌，以及对物资的抢购存在一定的从众心理，大幅促进了防疫抗疫、感冒咳嗽抗病毒类药品的销售。

图2：疫情期间品类表现及驱动因素

零售药店销售领先产品增长情况¹

2019年12月-2020年1月增长率 (%)



新冠疫情期间增长驱动因素

- 大众在个人消毒、防护、监测方面需求激增
- 疫情发展不确定性带来恐慌，导致物资抢购，存在一定的从众心理
- 零售药房30-40天的安全库存，保障了销售的供应
- 通过自营线上渠道和O2O配送，满足新老客户的线上需求，获取额外的销售增长

- 维生素、免疫力提升产品，也因疫情催生免疫力提升需求，间接增加了销量
- 购买抗生素、消炎药解决各类细菌性感染，以避免到医院就诊的需求同样增长

- 常见病、慢性病用药在家中一般会有一定的库存用药
- 特殊时期下，非紧急类的用药需求，多数患者会避免到药店进行采购
- 慢病用药，尤其在疫情后期，线上渠道的复诊和续方大幅度增加，药品销售激增。其中包括带量采购类药品，在医院部分门诊不开放的情况下，患者选择线上渠道续方购药³

注解：1. 样本来自5家连锁药店的1500家门店，以Top 50产品销售额计算

2. 防疫抗疫：消毒液、口罩、防护服、防护手套、体温计等；

感冒咳嗽、抗病毒：包括各类感冒、咳嗽用药，抗病毒用药；

免疫力提升：各类维生素和补剂；

3. 带量采购用药患者多于医院/医院药店就诊/购药，在库存药品不足且医院部分门诊不开放的情况下，选择到零售药店和线上渠道续方

数据来源：抽样调查、专家访谈、IQVIA艾昆纬整理分析

抗生素和消炎药：各类广谱抗生素药品；

常见病：包括眼科、皮肤、肠胃、止痛类用药；

慢性病：各类心血管慢性病、糖尿病等；

同时，病毒类肺炎的疾病机制特点也使大众认为提高免疫力是预防的重要手段之一，相应的各类维生素、免疫力提升产品也间接获得了增量。

中长期而言，疫情将影响医疗供给侧改革推进

我们认为，部分事件性影响是暂时的，在疫情得到控制后，会恢复常态。但疫情重塑了消费者/患者的认知和行为，也激发了政府、供应体系、商业终端的思考。长远来看，此次疫情将从速度、力度和深度方面，对中国医疗供给侧改革产生进一步的催化作用（见图3）。

我们相信，在这些影响与各方的关注与努力下，中国将形成一个高效的、线上线下一体化的医疗和医药供应体系。在这一体系中，医疗资源有效地分配，新时代消费者/患者升级、个性化以及数字化的需求，将得到满足。（消费者/患者行为模式的变化敬请参见《望闻问切：“互联网+”是否是新冠

疫情的一帖良方？》）（见图4和图5）。

互联网+赋能的以患者为中心的新医疗价值链

在这个新的医疗健康体系中，互联网+将持续赋能，各类新入口、新渠道、新工具、新场景、新模式必将不断涌现，形成以消费者/患者为中心的新健康旅程（见图6）。

经过这次摸底考后，我们认为整个医疗健康体系将发生四大变化：

供给侧改革将持续推进并进一步深化

- 药事服务能力深化，医药分家将使医疗服务和药品流通更加高效
- 分级诊疗强化，进一步加速医联体、医共体建设，以更高效地分配医疗资源，提供高质量的医疗服务
- 商业/社会保险接入互联网，线上购药和慢病复方将持续提高药品的可及性

精研静虑：疫情影响下的中国医疗健康市场格局展望

图3：疫情对中国医疗供给侧改革的深远影响



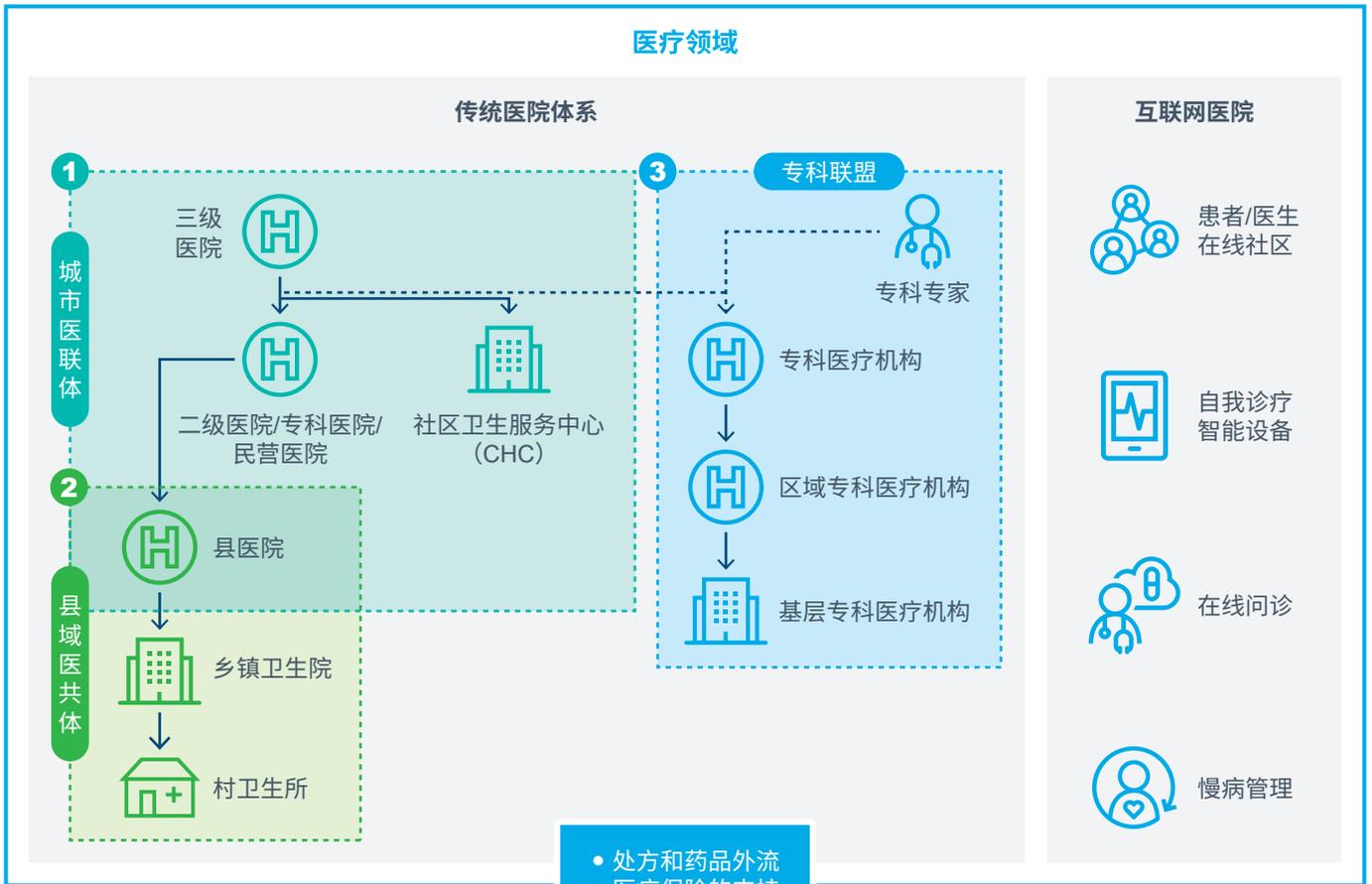
数据来源：IQVIA艾昆纬整理分析

图4：新时代消费者/患者医疗保健新需求



数据来源：IQVIA艾昆纬整理分析

图5：中国医疗健康新格局



注：1 包括各类低层级、基层医疗机构：社区卫生服务中心、县级医院、村镇卫生机构、基层专科医院等；2 DTP=Direct To Patient直接配送到患者
数据来源：案头研究，IQVIA艾昆纬分析整理

精研静虑：疫情影响下的中国医疗健康市场格局展望

图6：互联网+赋能的创新健康旅程

		线上	线下
保健	健康信息交流	1 新工具、新入口、新场景  自我诊断和治疗设备以及数字化工具可在家中收集个人医疗健康体征数据  智能设备制造商/药品厂商/数字化健康管理医疗平台等负责提供医疗健康监测和管理的解决方案  病患和医生可以通过在线社区获取、共享信息	2 新场景  来自社区卫生服务中心和基层医疗的家庭医生可以协助疾病预防、患者教育、定期的全身检查等活动，并通过与数字化健康管理平台连接获得必要的支持
	自我诊断和监测		
	体检		
	预防保健		
医疗	导诊和挂号	3 新入口、新场景  由医院直接运营、或由第三方运营的在线医院均可以提供轻症和常见疾病的在线咨询服务  电子处方从在线医院产生，并进一步流转至线下和线上的药品购买渠道  归档线上、线下的就诊记录信息，整理形成个人健康信息档案	
	咨询		
	诊疗		
	处方		
	购药		
康养	复诊	4 新渠道、新路径、新场景  医保认可的医疗机构和在线医院的处方流出  然后由第三方在线平台通过B2C/O2O模式履行订单	5 新路径和新场景  在线医院的处方流出  医院、DTP再通过O2O履行订单
	慢病管理		
	药品复购		
		6 新工具、新场景 线上线下一体化的慢病管理和药品复购  通过智能设备收集药品使用情况、个人医疗保健和真实世界证据（RWE）数据  由电子健康管理平台提供端到端的慢性病管理服务，并提供定制的康复和药品使用建议	

数据来源：IQVIA艾昆纬整理分析

消费者/患者的行为模式和对医疗健康服务的需求将发生转变

- 利用高科技、智能医疗器械，通过收集、监测、追踪健康体征数据实现自我诊疗

- 更依赖于社交平台、互联网医院和电商/O2O，获取疾病、健康知识，进行线上问诊、购药和慢病管理
- 自我健康意识不断提升，寻求各类端到端、个性化的全生命周期健康管理解决方案

医疗服务供给模式/商业模式和价值创造将发生转变

- 医药企业：积极与各类互联网医疗、医药平台合作，拓展和延伸价值链，通过各种方式逐步构建to C能力，利用消费者/患者医疗健康数据、用药、诊疗、真实世界数据等，提高研发和营销效率
- 医疗机构：积极应用和开拓互联网信息技术，开设线上医院，提供线上问诊和电子处方
- 流通商：拓展最后一公里to C的物流供应能力，构建分销体系闭环
- 零售药房：1) 整合线上和线下业务，拓展一体化的零售和配送能力；2) 从商品运营思维转变为客户、私域流量运营思维

互联网+快速发展

- 行业颠覆者：更多的高科技、互联网、保险行业玩家将加速入场
- 各类创新医疗场景涌现：全流程个人体征/真实世界数据获取

和应用、医疗社交、线上问诊、B2C/O2O购药和配送、线上医保和金融产品等

疫情是一面镜子，折射出传统医疗服务、药品供给体系在未及预警的大规模公共卫生危机前，对社会及民众强有力的保障；但在各方关注下，也让我们看到了整个体系仍有脆弱和亟待改进的地方。我们期待春暖花开再聚时，我们更期待，疫情结束医疗服务、药品流通体系经自我诊断和诊疗后，升级与重塑的新体系、新模式和新格局。

更多信息，敬请联系：

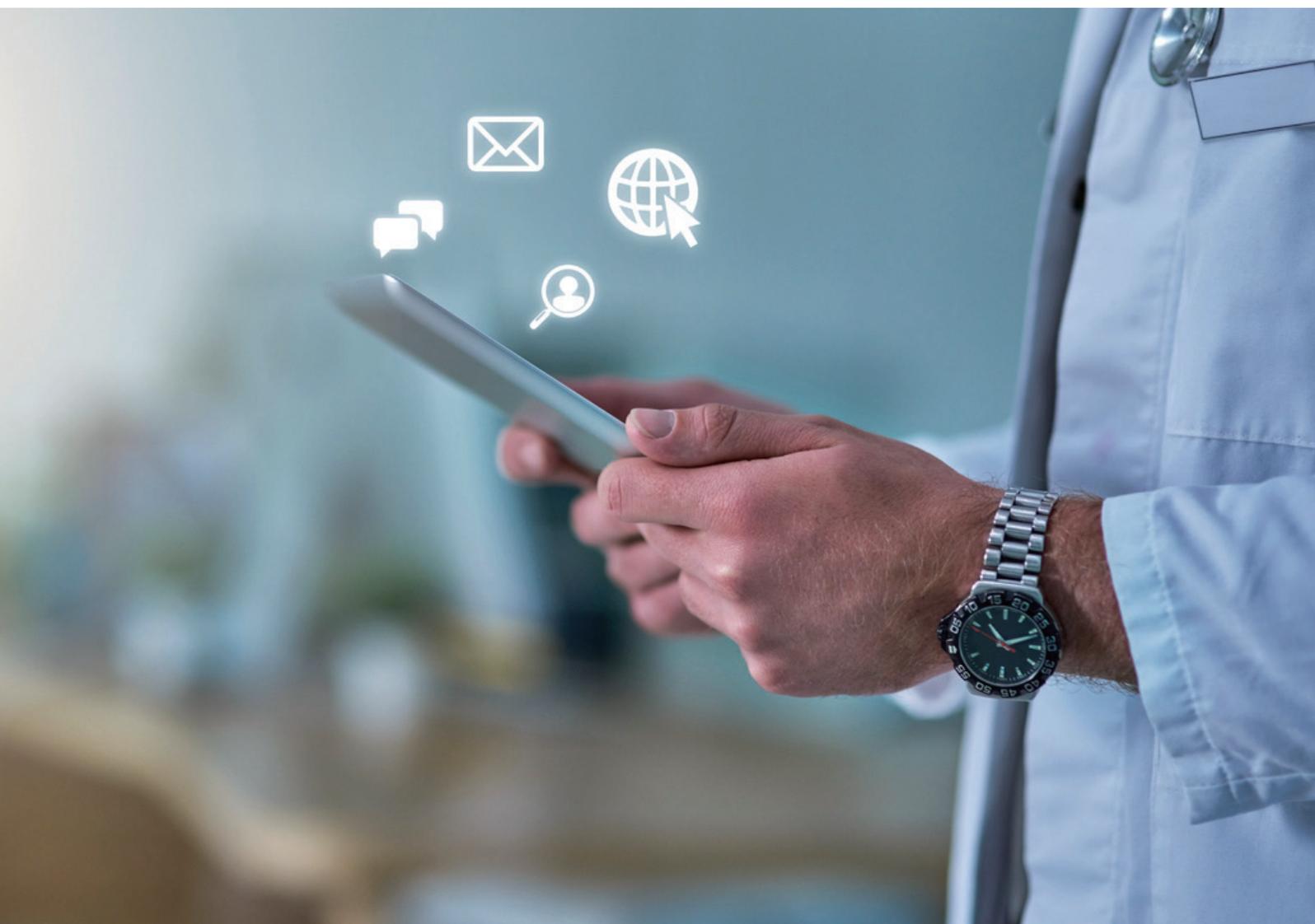
IQVIA艾昆纬中国区管理咨询部

消费者健康咨询业务负责人

唐正晔 Neil Tang

neil.tang@iqvia.com

艾昆纬商业运营产品总监王璐、洞察创新研究总监刘颀、消费者健康咨询团队咨询顾问郑文欣、顾健俊，对本文亦有贡献。



望闻问切： “互联网+” 是否是新冠疫情的一帖良方？

当下，在多方的共同努力下，国内新冠疫情已经得到有效控制（见图1）。

在这场没有硝烟的抗疫战场上，互联网作为赋能工具，在保障疫情信息的公开透明、引导舆论导向、传递防疫抗疫知识、保障民生、协调与配置医疗资源等五方面均发挥了重要的作用。国家卫健委分别于2月4日和7日连续发布《国家卫生健康委办公厅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》和《关于在疫情防控中做好互联网诊疗咨询服务的通知》，更是凸显国家对当前和未来互联网与信息技术手段在防疫、控疫、国民健康保健工作中作用的

认可。

艾昆纬消费者健康咨询团队深入分析和研究了国内外互联网医疗与医药电商的发展历程与演进过程，积累了深刻的理解和洞察，并撰写了互联网医疗健康系列白皮书，分为上下两期，上篇已发布，与关注互联网医疗和医药电商的读者们分享。系列白皮书对互联网医疗与医药电商的前世今生进行了梳理，并对未来“互联网+”医疗健康市场格局及各类玩家的价值创造路径进行了展望。

本文部分内容节选自系列白皮书，抛砖引玉，与各位读者相互启发。

图1：新冠病毒疫情发展时间轴



数据来源：国家卫健委、新闻汇总、IQVIA艾昆纬整理分析

方兴未艾的互联网医疗与医药电商

回顾2003年蔓延全国的“非典”疫情，全国人民被迫足不出户，这也给互联网的蓬勃带来了莫大的机会。彼时，2003年5月10日晚8点整，筹备了26天的淘宝网正式上线，这也是阿里巴巴公司被整体隔离的第4天；已成为“电子行业国美”的刘强东关闭了12个柜台，留下的员工集中办公，并积极通过门户网站、垂直类网站和QQ推销产品，并最终促使其决定砍掉线下业务，全面转型电商。在2016年出版的《阿里巴巴：马云和他的102年梦想》中，作者邓肯·克拉克写道：“非典证实了数字移动技术和互联网的有效性，因此成为使互联网在中国崛起为真正的大众平台的转折点。”

2010年以前，中国互联网行业仍处于起步阶段，互联网医疗健康行业还在萌芽期，医疗医药资讯、疾病知识科普是这个阶段的主旋律，也是众多医药零售、医疗服务的产物前身。此阶段，少量医药电商企业成立，通过互联网售药的形式，向患者展示药品信息和用法用途。

2011年后，随着电商政策逐步放开，医药电商领域的玩家不断出现，BAT等传统互联网公司、医疗行业产业链玩家如流通商、连锁药店逐步开始进入医药电商领域。随后的两年，医药电商已呈燎原之势，不少玩家同时也在思考，如何介入由前期互联网化解决了信息壁垒的新患者医疗路径。

2014年，国家卫生计生委发布《关于推进医疗机构远程

医疗服务的意见》，首次提出医疗机构通过信息技术手段对机构外的患者开展远程服务属于远程医疗。此后，互联网挂号、轻问诊等模式涌现，互联网平台、科技公司、医疗保险，利用传统业务积累资源，开展依托于其主营业务资源的创新互联网医疗+模式的探索和尝试。在此阶段，虽然不同类型的互联网医疗服务产品形态涌现，但本质仍然在解决信息不对称和信息流通效率低的痛点。

2015年开始，互联网医疗与医药电商相关政策密集出台，同时，各地医疗资源不匹配的问题也被不断放大（见图2）。

供给侧改革催生出了大量第三方平台，如好大夫、微医、丁香园、春雨医生、医联等20多家互联网医疗企业，投入资源、资金，开始在单一互联网医疗产品的基础上，将商业模式延伸至面向患者的核心诊疗环节。

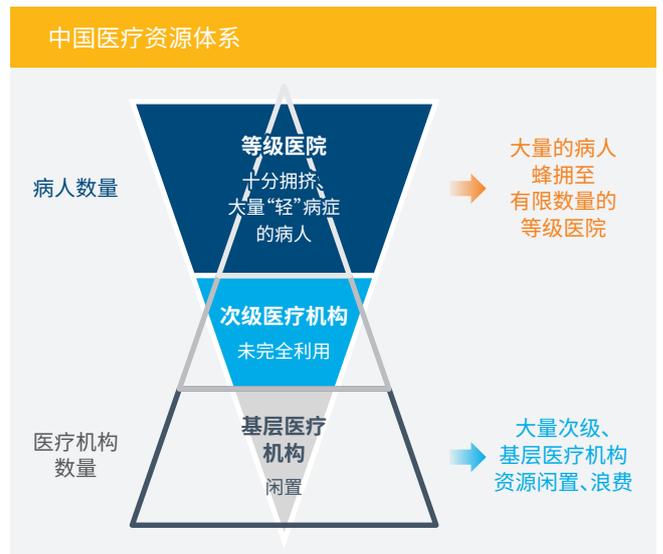
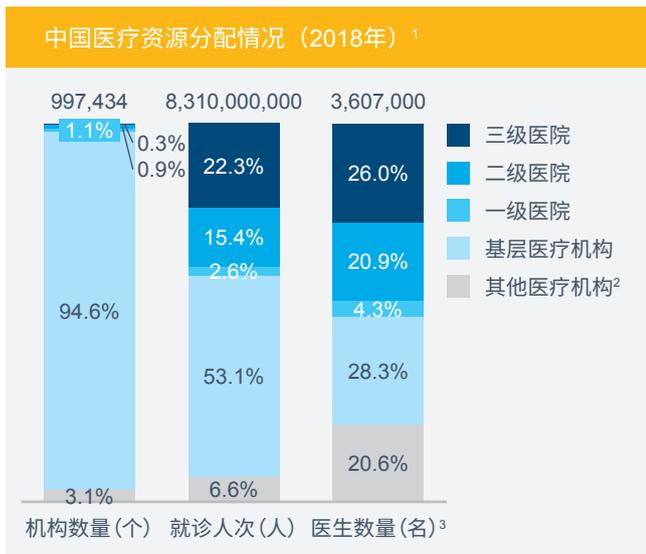
经过近10年的发展，当前中国互联网医疗健康行业主要由五大细分领域组成，互联网诊疗、互联网医药电商、互联网医保、线上公共医疗服务和其他，在医疗健康产业链提供的产品、服务以及价值定位各有不同：

互联网诊疗

通过互联网技术开展网上诊疗服务，目前发展业态包括咨询、挂号预约、问诊以及家庭医生疾病管理等。

互联网医药电商

图2：中国医疗资源体系及分配情况



注释：1. 国家卫健委《2018年我国卫生健康事业发展统计公报》；2. 其他医疗机构包括专业公共卫生机构+未定级医院+非公共卫生医疗机构；3. 医生包括：执业（助理）医生
数据来源：IQVIA艾昆纬整理分析

望闻问切：“互联网+”是否是新冠疫情的一帖良方？

通过互联网手段，进行药品销售，目前包括处方药、非处方药、保健品，业态多以电商平台为主，参与企业包括传统医药企业、互联网科技平台以及专注医药电商的互联网电商企业。

互联网医保

通过开放医保结算系统、与第三方支付平台进行合作，连接参保人员的医保账户，实现医保支付的互联网化，更好地支持医药电商和互联网诊疗的发展。

线上公共医疗服务

公立医疗体系和政府平台，通过互联网手段，开展线上服务，包括预约、挂号、问诊以及复诊续方等。

其他

医疗健康相关的互联网化业态不局限于以上四大类，仍有许多其他属性的业态存在，如疾病保健知识查询、医生社交、医疗资讯、医疗工具、医院数字化解决方案、IoT、AI等。

艾昆纬消费者健康团队就互联网医疗健康行业的发展进行了详细的分析解读，我们看到，2020年新冠疫情出现，国务院、国家卫健委、医保局连续出台政策，强调大力发展互联网诊疗服务，支撑疫情防控需求，并在医保制度层面进行保障支持。从政策、市场规模发展以及主要玩家布局策略的三大角度，我们认为，中国互联网医疗健康行业的发展历经数十年，已经迈入4.0时代（见图3）。

在4.0时代，行业玩家已完成了领域的细分、依托于其核心资源与能力构建起了商业模式与竞争壁垒，形成了一定的

产业格局（见图4）。

深刻变化的消费者

1. 消费升级

随着国民收入水平的提高，中产人群和富裕人群的占比逐渐增大，消费升级有了重要的推动引擎；随着人们消费观念由生存型消费向享受型消费转型，人们对体验好、疗效明确的产品、诊疗一体化服务的追求将进一步加强，疾病的自我预防与保健意识进一步提升（见图5）。

百度“新型冠状病毒”的搜索指数1月25日的高点相较于1月20日确认新冠病毒“人传人”后，增长超过了800%，也从侧面印证了大众对公共安全事件和自身健康情况较高的关注度（见图6）。

2. 数字化

我们注意到，当前“千禧一代”约占人口总数30%，其消费行为模式具备较强的数字化特征，这个群体将在今后的10年成为消费/消费决策的主力，预计将进一步影响约60%人口的决策（见图7）。

在互联网工具的赋能下，新冠疫情时期，“千禧一代”患者的诊疗旅程发生了很大的变化，并且在他们运用互联网工具和信息后，出现了许多创新的医疗场景和行为（见图8）。

我们将2003年非典疫情出现后，与2020年新冠疫情出现后普通大众/患者在资讯获取、日常防护保健，再到出现不适症状后的就医进行了对比（见图9）。

图3：互联网+健康产业发展阶段



数据来源：IQVIA艾昆纬整理分析

图4：互联网+医疗健康产业格局（非详尽）

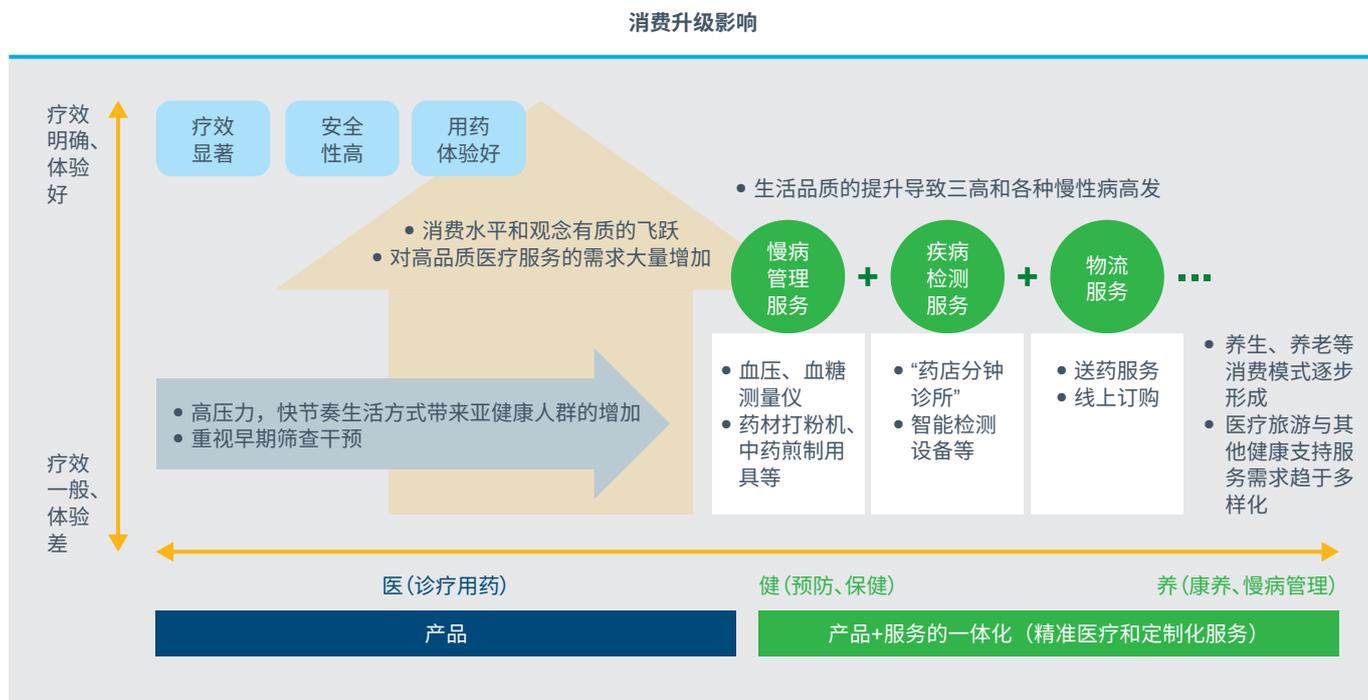
● 新晋玩家 ● 业务进展

	互联网医疗健康1.0 (2010年以前)	互联网医疗健康2.0 (2011-2014年)	互联网医疗健康3.0 (2015-2017年)	互联网医疗健康3.5 (2018-2019年)
互联网医药电商	<p>● 健客 第三方独立平台,起步于线下药店,获取牌照后开始B2C电商业务</p> <p>● 京卫大药房 作为线下连锁药店,尝试B2C电商业务</p> <p>● 7乐康 建立线下连锁药店,获牌照后,同时开启B2C电商业务</p>	<p>● 健客 不断扩大医药电商业务,建立线下药店服务能力</p> <p>● 京卫大药房 自建物流建立医药电商O2O模式</p> <p>● 7乐康 入驻其他电商平台,非处方药电商销售不断增长,自建物流系统</p> <p>● 阿里健康 收购中信21世纪获得互联网医药电商牌照,开设天猫医药馆</p> <p>● 京东 与九州通合作,尝试网上售药业务</p>	<p>● 京卫大药房 被仁和药业收购,进展B2C+O2O业务,开启B2B</p> <p>● 健客 DTP辅助线上电商,开启O2O业务。与实体医疗机构共建互联网医院</p> <p>● 7乐康 持续聚焦医药电商业务,建立慢性问诊、复诊互联网医院</p> <p>● 阿里健康 持续扩大天猫医药馆电商销售;作为技术服务上辅助公立医院建设互联网医院</p> <p>● 京东 投资布局医疗健康领域,京东大药房开展B2B、B2C和O2O业务。自建互联网医院</p> <p>● 叮当快药 专注医药电商O2O平台</p>	<p>● 健客 建立在线家庭医生业务扩充慢病互联网医院诊疗业务+B2C+O2O</p> <p>● 7乐康 疑似处方药业务受阻,规模压缩,维持慢性互联网医院业务和部分B2C业务</p> <p>● 阿里健康 同时进展B2C+信息化服务+综合性互联网医院业务</p> <p>● 京东 持续发力互联网医疗,互联网医疗平台接入大量公立医院</p> <p>● 叮当快药 持续发展O2O业务,开展在线问诊+复诊业务</p>
互联网诊疗	<p>● 微医 前身挂号网,提供医院预约挂号、院外候诊等服务</p>	<p>● 微医 接入更多医院,提供预约挂号,同时信息化技术服务于医院</p> <p>● 春雨医生 春雨医生创始,提供在线自诊+问诊服务</p> <p>● 平安好医生 平安集团宣布成立平安好医生</p> <p>● Tencent 腾讯 自建微信智慧医院,推出微信预约挂号、缴费等服务;开始投资布局互联网医疗板块</p>	<p>● 微医 更名为微医,同时整合医生集团资源建立互联网医院</p> <p>● 春雨医生 建立互联网医院,开始建立医生社区功能以打造医生端资源品牌</p> <p>● 平安好医生 自建综合性互联网医院,提供家庭医生、在线问诊、健康社区</p> <p>● 好心情 由恩华药业搭建精神专科在线诊疗+复方服务</p> <p>● Tencent 腾讯 腾爱医生上线:联合医生集团建立医生端服务,开展慢病患者管理并配套慢性设备;推出企鹅医典提供医疗资讯科普;企鹅医生:线上线下诊疗服务,提供医生端多点执业发展空间</p>	<p>● 微医 规模扩张,建立医院联盟,连接全国范围内多家医院</p> <p>● 春雨医生 进展在线自诊+问诊服务,问诊O2O服务进展不佳,转为链接公立医疗机构,同时平台连接公立互联网医院</p> <p>● 平安好医生 IPO成功,扩大合作医院规模,增加消费型医疗板块,问诊、家庭医生以及电商业务扩大</p> <p>● 好心情 建立精神专科互联网医院</p> <p>● Tencent 腾讯 持续投资完整医疗场景服务企业</p>
其他垂直领域	<p>● 开始打造医疗专业群体论坛</p>	<p>● 进展医生社区,并开展患者论坛建立医患交流</p> <p>● 提供糖尿病患者管理服务</p> <p>● 提供医疗机构管理者资讯服务</p>	<p>● 开始提供患者在线咨询,自建丁香诊所、聚焦慢病的互联网医院</p> <p>● 进展糖尿病患者管理服务,同时提供信息化技术协助公立医院互联网糖尿病管理,持续获取医生和患者流量</p> <p>● 扩大受众面到医疗行业从业人员</p> <p>● Tencent 腾讯 腾讯旗下保险平台微保取得经营保险代理业务许可证</p>	<p>● 持续运作医生社区和慢性病主导的互联网医院,搭建诊所联盟,提供信息化服务</p> <p>● 进展糖尿病患者管理服务,提供糖尿病患者咨询+复诊服务,同时问诊链接好大夫互联网医院</p> <p>● 持续聚焦医疗行业资讯服务,丰富线上线下融合形式进行变现,如KOL提供线下资讯会议</p>

数据来源：案头研究，IQVIA艾昆纬整理分析

望闻问切：“互联网+”是否是新冠疫情的一帖良方？

图5：消费升级导致的医疗行为模式变化



数据来源：案头研究，IQVIA艾昆纬整理分析

图6：“新型冠状病毒”百度搜索指数

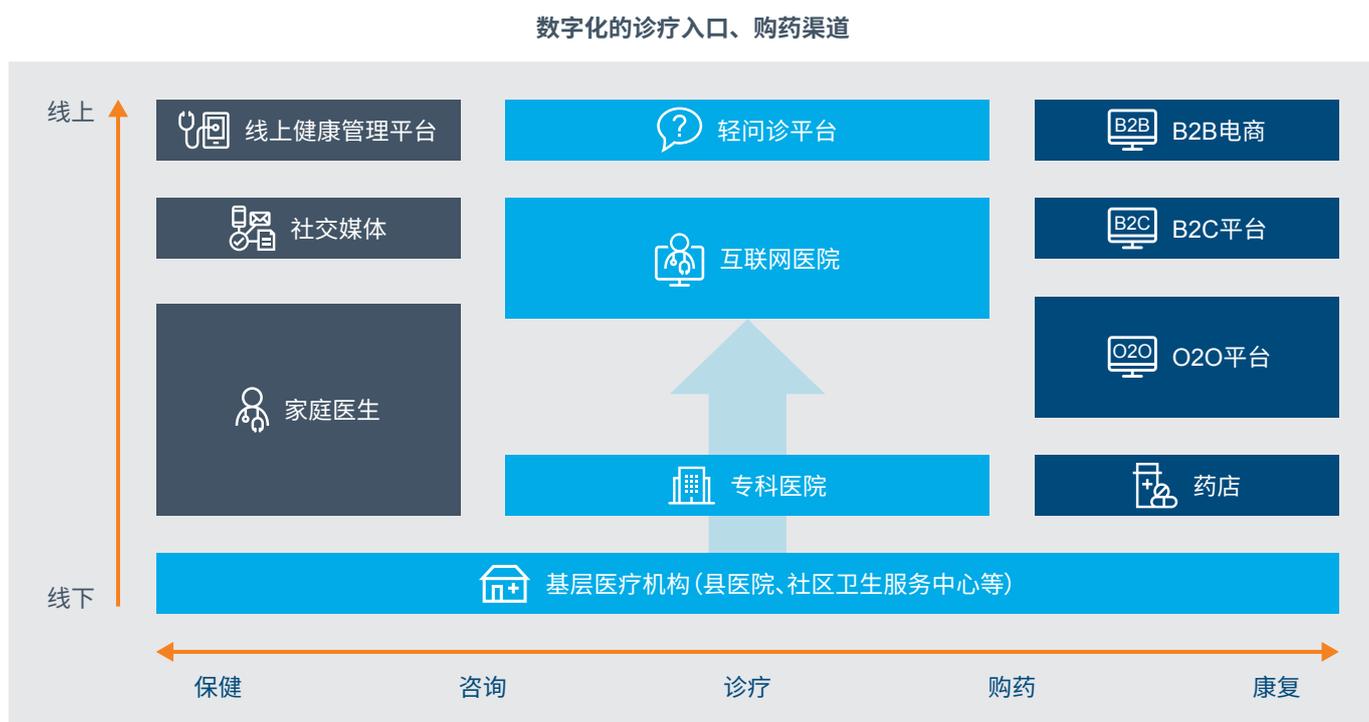


数据来源：百度指数，IQVIA艾昆纬整理分析

图7：人群年龄结构变化趋势及预估



图8：互联网环境下的新场景与新渠道



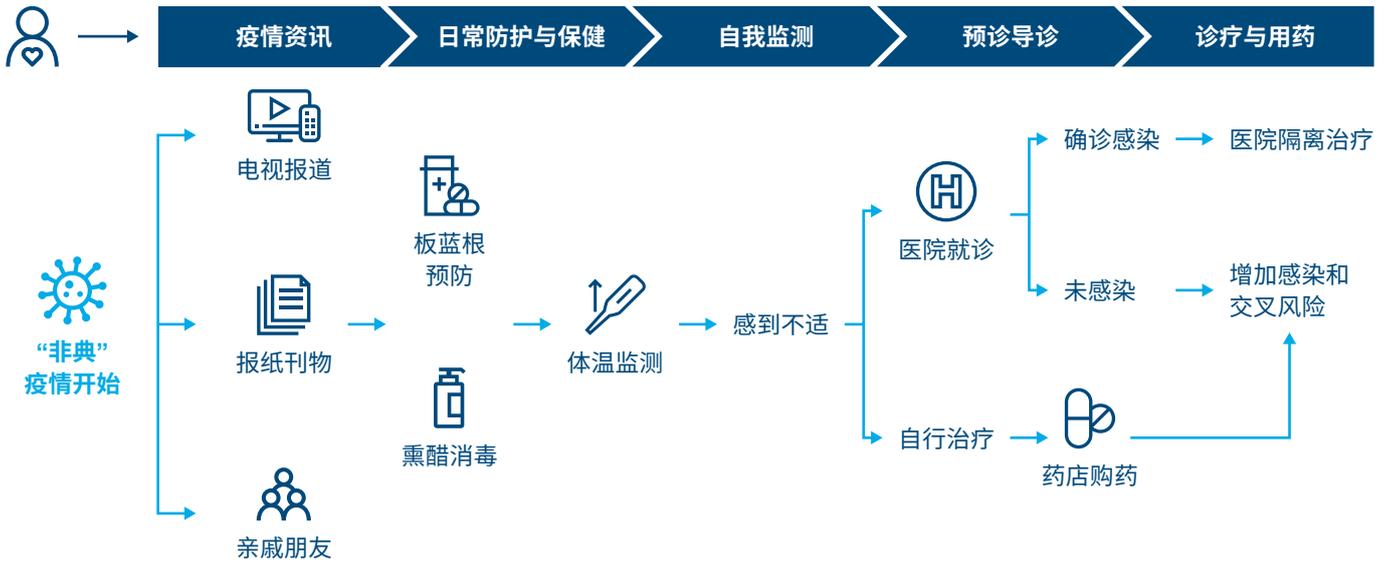
数据来源：案头研究、IQVIA艾昆纬整理分析

望闻问切：“互联网+”是否是新冠疫情的一帖良方？

在非典疫情时期，大众获取疫情相关信息基本来自于电视、报纸以及亲朋好友，对信息的真实性，尤其是针对防护和保健类信息无法鉴别真伪，而能够做的日常防护行为陷入“板蓝根”和“熏醋消毒”的怪圈，自我监测也以个人体温监测这

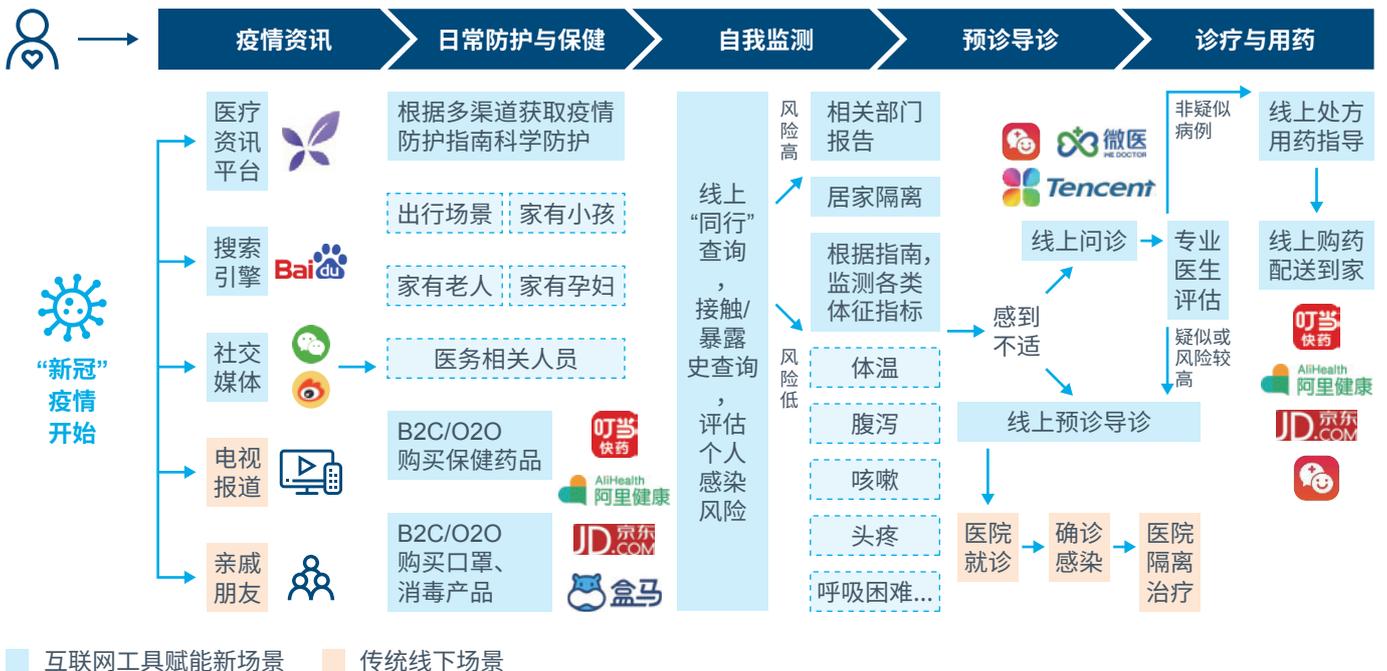
个单一指标来进行，缺乏其他辅助信息。当出现不适，大众也只能选择到人口聚集的医院就诊，或到药店购药，医疗资源难以获取，同时增加交叉感染的风险（见图10）。

图9：非典时期患者寻医问诊购药流程



数据来源：案头研究、IQVIA艾昆纬整理分析

图10：新冠时期患者寻医问诊购药流程



数据来源：案头研究、IQVIA艾昆纬整理分析

17年后，在新冠病毒疫情期间，互联网工具的出现，使得大众在病毒面前不再“束手无策”，各类资讯平台提供疫情相关、防护相关的科学知识，大众可以交叉验证，溯源权威信息，并根据信息科学地进行防护。在自我监测方面，还能够利用全国联网的信息资源，自查暴露接触史，评估风险等级，根据疾病流行病学特征，监测各项体征指标。

在此次全国大众抗击疫情中，上述手段发挥的效用和赋能举足轻重。当人民大众出现身体不适等症状，医院求证和就诊不再是唯一选择。在前述供给侧和消费者需求发生变化的双重作用下，互联网把脉新冠疫情、为患者望闻问切成为可能。

“互联网+”的价值创造

未来，在医疗服务体系供给侧改革和大众对医疗保健服务需求的作用下，中国的医疗服务体系将形成“下沉”与“上浮”两级市场（见图11）：

- 基础性诊疗通过“分级诊疗”机制“下沉”至社区医疗机构，药品也将跟随患者流从高等级医疗机构下沉到基层医疗机构和零售渠道
- 另一部分轻症和慢性疾病的诊疗需求，将“上浮”到互联网医

疗和医药电商等新入口和新渠道予以满足

随着诊疗新通路、购药新渠道、新供需模式的形成，未来消费者健康市场将形成一个由互联网手段与工具赋能、全面升级的消费者/患者一体化诊疗需求的全新战场（见图12）。

互联网医疗健康产业的出现和各类业态的发展，必定会为医疗健康产业创造新的价值点，也正是这些价值创造点，解决了价值链参与者的各类痛点，提高了行业整体效率：

价值创造点1：提高医疗资源分配的合理性

互联网手段实现了医疗资源按需分配，提高了合理性，改善了当前医疗资源错配的现象。响应国家的三医改革举措，利用信息化手段承接处方外流、赋能分级诊疗。

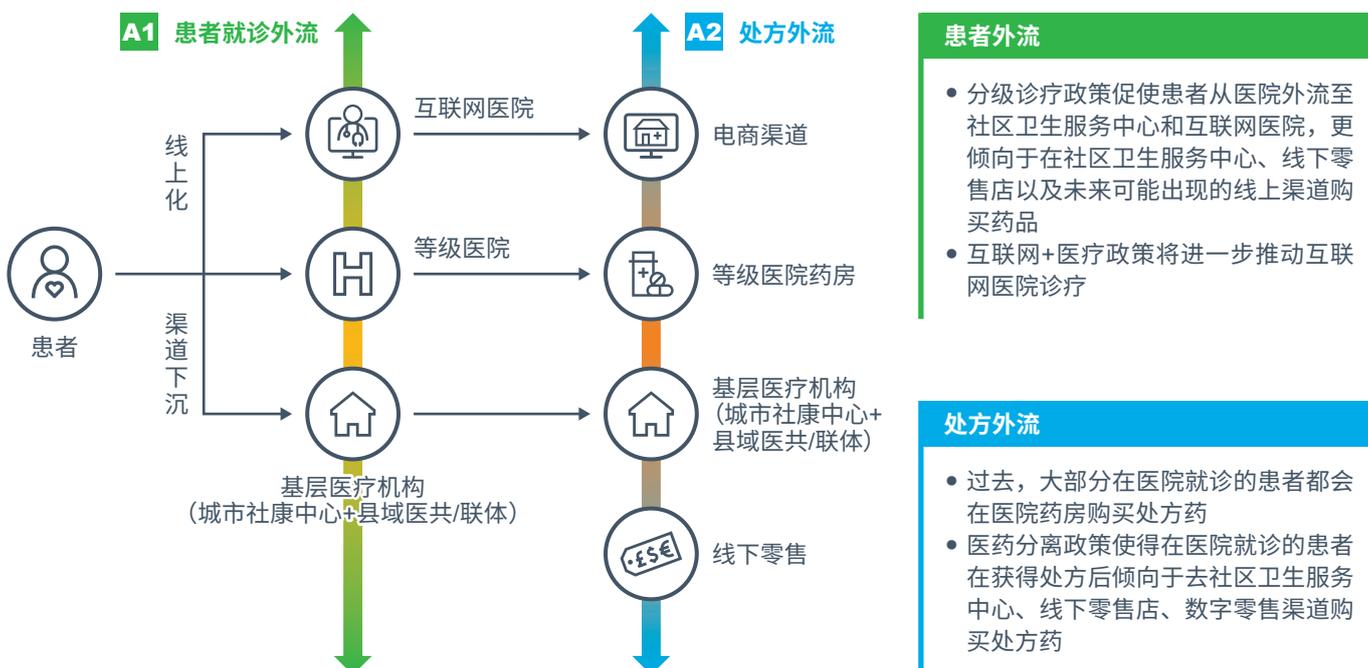
价值创造点2：赋能线下诊疗，提升就诊效率和便捷性

为线下医疗机构提供更多互联网、信息化解决方案，提升内部运营效率。同时利用线上与线下的融合，引流患者群体至适合的诊疗机构，提高就诊的便捷性。

价值创造点3：提高药品可及性

打破传统购药渠道，医院、药房的地域限制。透明化、

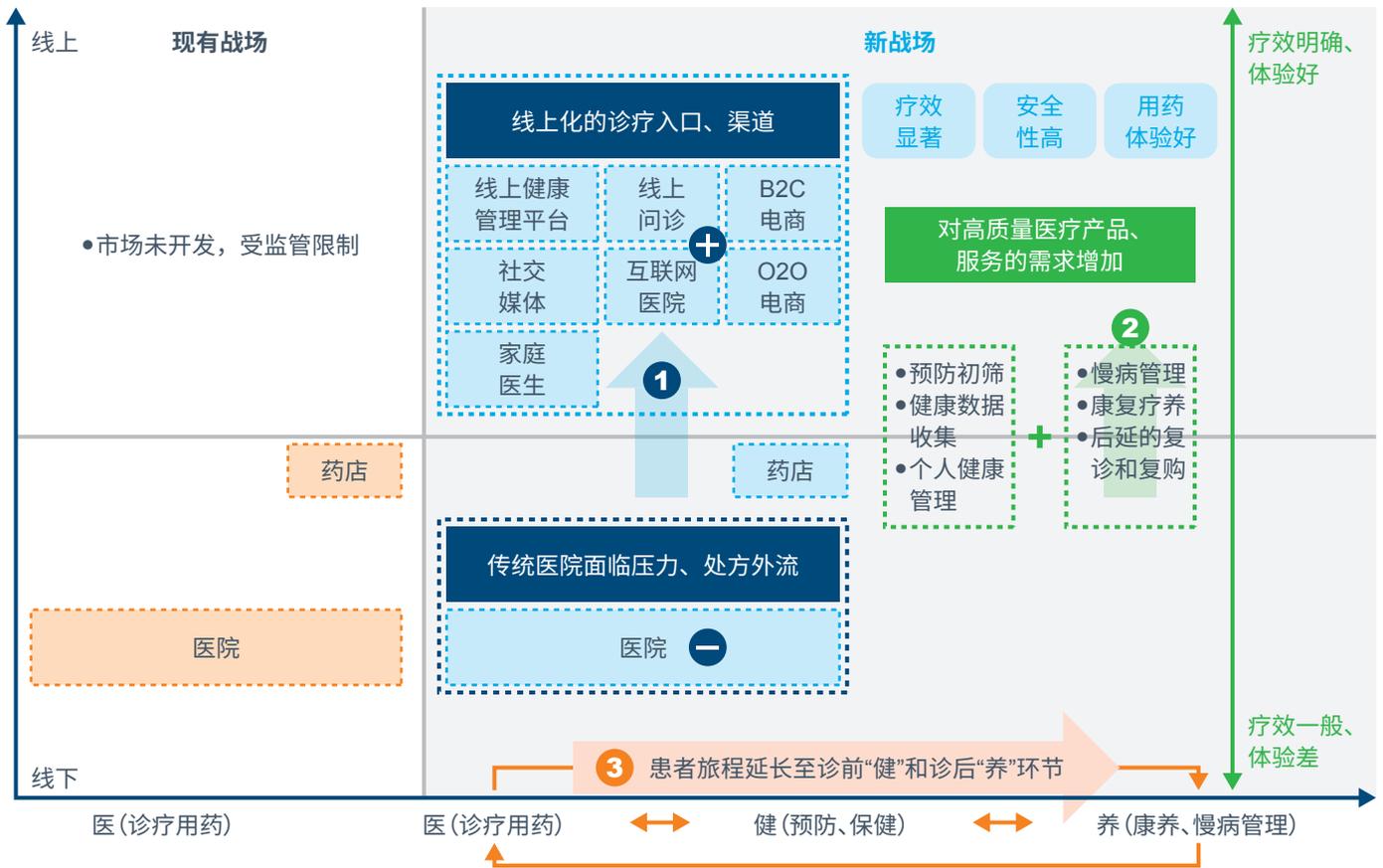
图11：分级诊疗新格局



数据来源：案头研究、IQVIA艾昆纬整理分析

望闻问切：“互联网+”是否是新冠疫情的一帖良方？

图12：消费者健康新战场



数据来源：案头研究、IQVIA艾昆纬整理分析

市场化后，患者对疾病、药品相关知识的获取途径增加，同时患者能够获得更多所需的药品选项。

价值创造点4：突破单个服务的低效性和割裂性，打通医疗全链条，提高患者就诊率和依从性

从过去链式、开放式、各个环节割裂的医疗服务，到平台式、全链条的生态系统，患者的医疗行为得以记录，全生命周期的需求均得到满足。在互联网医疗平台的引导下，逐渐从“治疗”的这一单个医疗场景，向“健”（保健预防）以及“养”（康养管理）的多元医疗场景演变，并形成闭环。患者的就诊率和依从度也将逐步提升。

我们认为，短期内互联网医疗健康产业将有以下进展：

互联网医疗

1. 互联网、数字化工具赋能全周期的个人健康管理
2. 线上线下进一步融合，创新模式不断出现，更多的医疗环节

将被纳入互联网医疗，可及性和效率进一步提高

互联网医药

1. 互联网购药覆盖品种进一步扩大，纳入创新药、特殊用药
2. 互联网购药服务进一步升级，可及性、便捷性进一步提高
3. 通过互联网购药、诊疗以及消费者其他网络行为大数据的综合应用，反哺药企提高运营效率

互联网医保

1. 传统医保进一步覆盖线上诊疗、购药行为，创新互联网诊疗服务纳入医保支付范围
2. 商业保险作为互联网医疗健康创新的合作伙伴，为患者互联网医疗活动提供经济保障

从长期发展来看，互联网医疗健康将逐步颠覆传统医疗价值链。未来，医疗价值链将从当前的链式演化成去中

心化的生态系统。在新的生态系统中，必将出现实体或虚拟的互联网医疗健康平台，扮演相对全能的角色，对接匹配资源、解决痛点以及提高效率，用最快速的路径同时解决患者、医院、医生、医药器械企业、互联网医疗与医药电商企业、支付方、政府等主要参与方在价值链中各个环节的痛点与诉求（见图13）。

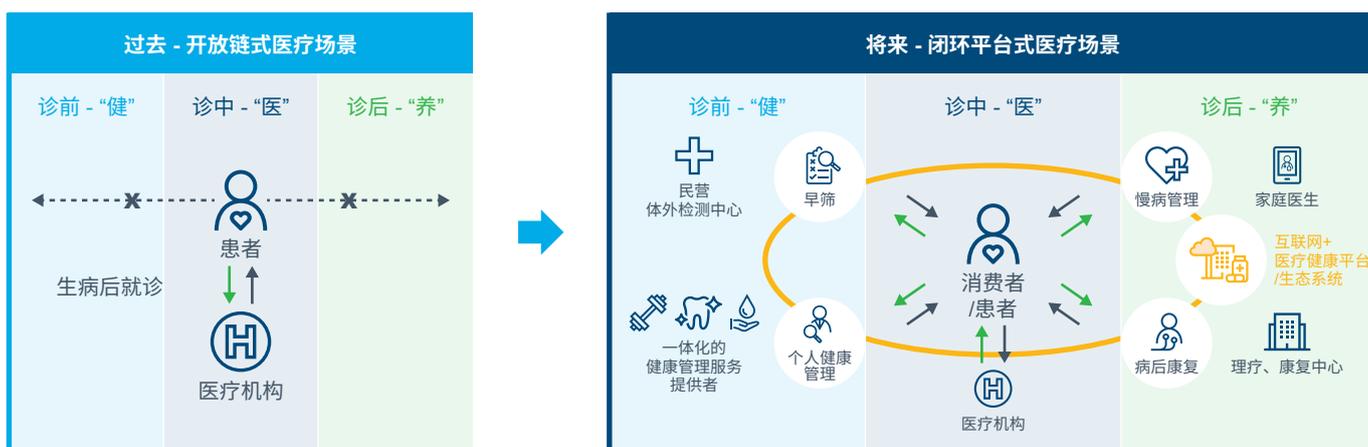
艾昆纬消费者健康团队的“互联网+医疗健康”系列白皮书将进一步梳理互联网医疗、医药电商的前世今生，以热点事件解读行业发展趋势，透过趋势，展望未来产业格局，并进一步针对产业链各类参与方的价值创造路径提出深刻的独家

观点。您可联系客户经理，获取《破茧成蝶：互联网+医疗健康白皮书》。

更多信息，敬请联系：
 IQVIA艾昆纬中国区管理咨询部
 消费者健康咨询业务负责人
 唐正晔 Neil Tang
 neil.tang@iqvia.com

艾昆纬消费者健康咨询团队咨询顾问郑文欣、顾健俊，对本文亦有贡献。

图13：互联网医疗健康实现的医疗场景



患者流向 ——> 产品/服务销售流向 ——>

数据来源：IQVIA艾昆纬整理分析



冰火两重天：疫情对器械行业的影响

从普通民众关心的能否买到口罩，到资本市场对器械板块的关注，新冠肺炎疫情使医疗器械行业成为全国焦点。从短期来看，疫情对不同细分领域的医疗器械产生了截然不同的影响，但从长期来看，对整体行业有利好态势。

防护和救治类器械发力战“疫情”

以2月12日（国内确诊病例单日峰值）当天来看，当日医用防护用具严重告急，供需缺口达到60-80%，其中医用口罩需求量缺口达80%，医用防护服需求量缺口达63%，湖北省内的400台ECMO机器很难满足临床需求（见图1）。

随着政策引导和工厂的加班加点，截至2月25日，核酸

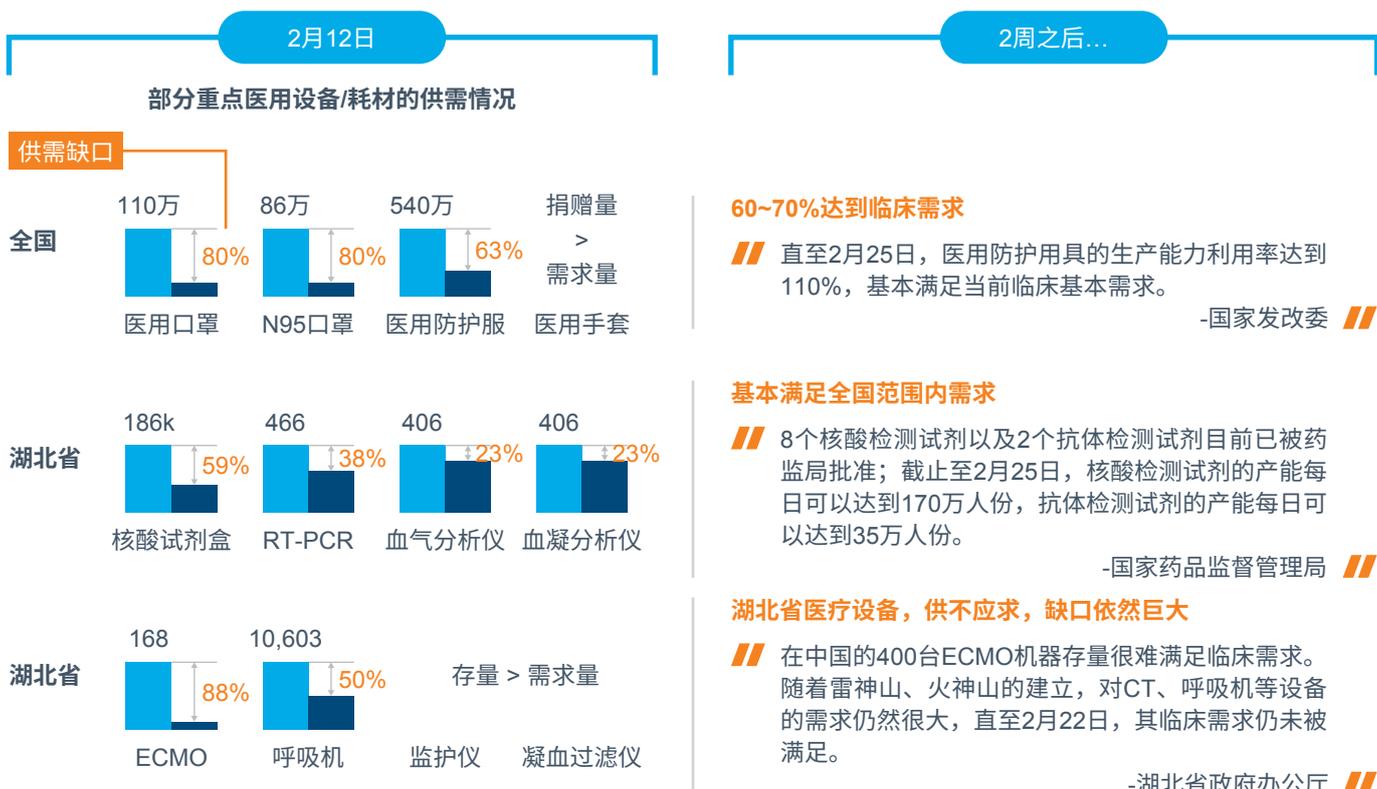
检测试剂的产能每日可达到170万人份，抗体检测试剂的产能每日可达到35万人份，核算试剂盒的供给已经远大于需求。但是，截至3月初，在与医生的访谈中了解到，防护服和口罩等医用物资仍然处于紧张的状态。

疫情冲击诊断和手术类器械

在疫情相关医疗器械供不应求的另一面，临床手术及诊断设备在第一季度均受到了较大的冲击。

2020年第一季度中，国内医院手术量比去年同期下降近50%，80-90%原本计划于一、二月份进行的医院手术和门诊被推迟或取消，预计其中部分手术及门诊量将会在未来数月逐

图1：部分医用设备及耗材受疫情影响，需求量短期内激增



数据来源：中国医学装备协会；中华人民共和国国家卫生健康委员会；IQVIA艾昆纬案头研究

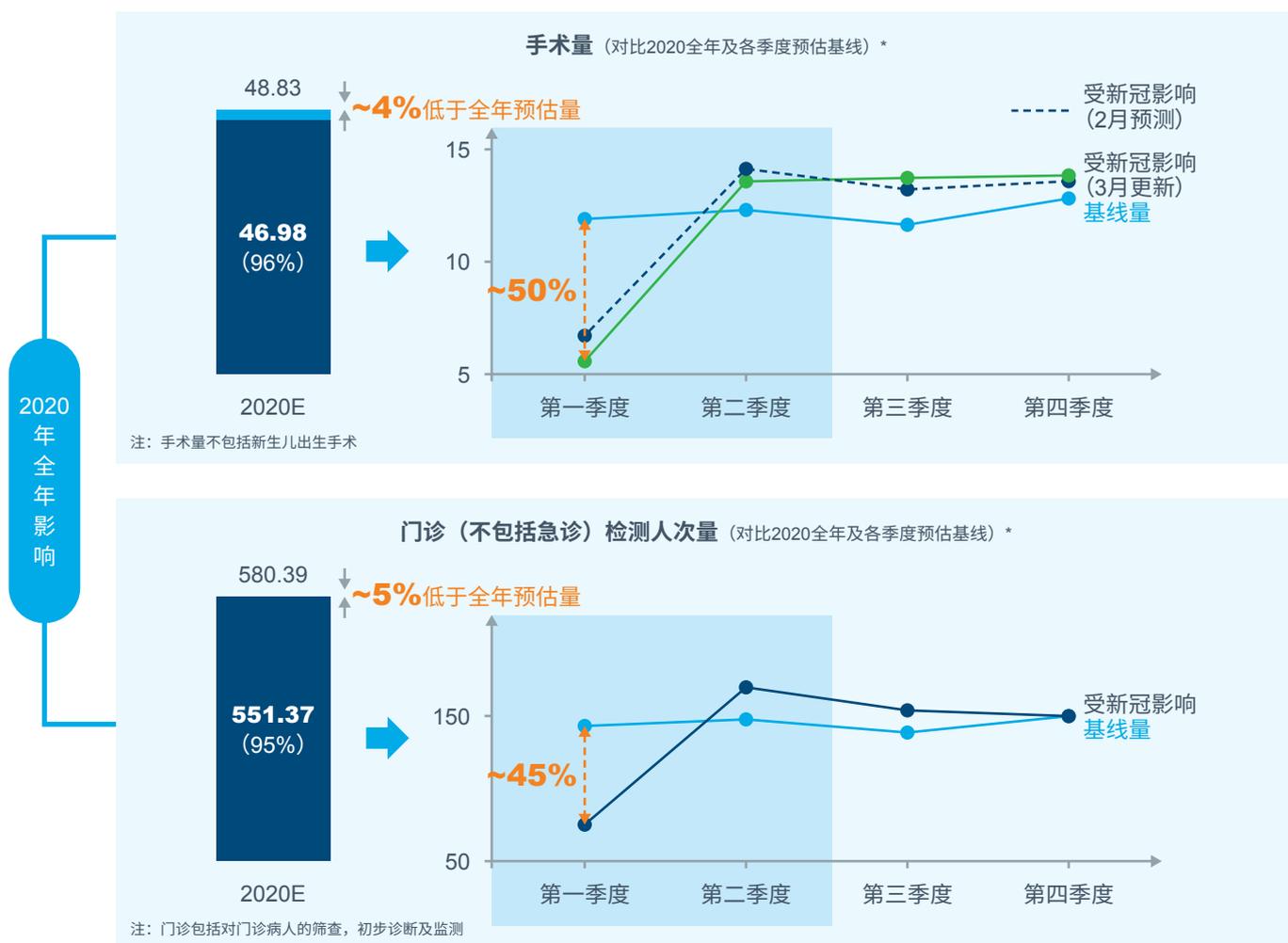
渐补回。但是直至3月10日，从医生端获取的手术信息来看，手术量的回暖不及预估乐观。其中的原因可能有：其一，医院需要逐步放开接待大量患者；其二，患者跨省市就医减少，以及高等级医院接待外地患者还需时日；其三，针对择期手术，患者有较强的意愿延期进行；其四，由于疫情，大量医院的血库告急。从全年来看，一、二线城市大医院手术及门诊检查量已经趋于饱和，Q2/3/4的门诊和手术量将不足以完全弥补Q1的流失量。

疫情期间，患者不便于跨省市就医，因此，三、四线城市开始接受自一、二线城市下沉的手术和门诊病人，承担更多一二级手术，如疝气手术、泌尿结石手术、子宫肌瘤切除术等，也肩负起更多病人的初步筛查和检测（见图2）。

长期来看，中国新发传染疾病的处理能力和ICU接诊能力都将被提上战略级议程。一方面，疫情让相关部门意识到建设和升级公共卫生定点传染病医院的必要性，包括新发传染病专科医院和大型医院的独立感染院区。随之，基建和相关能力建设都将从质和量催生对医疗器械类产品的需求，如免疫学检测、PCR、POCT、抗体检测产品等。此外，疫情还暴露出中国ICU救治能力的短板，中国ICU病床仅占到全国病床的3-7%，而在发达国家这一数据达到约15%。因此，ICU设备和器械亟待扩容和升级，如强制性设备，包括监护仪、呼吸机、叶克膜等，以及高值ICU耗材，如72小时气管插管等，都将迎来崭新机遇（见图3）。

图2：2020年临床手术和诊断设备受疫情负面影响

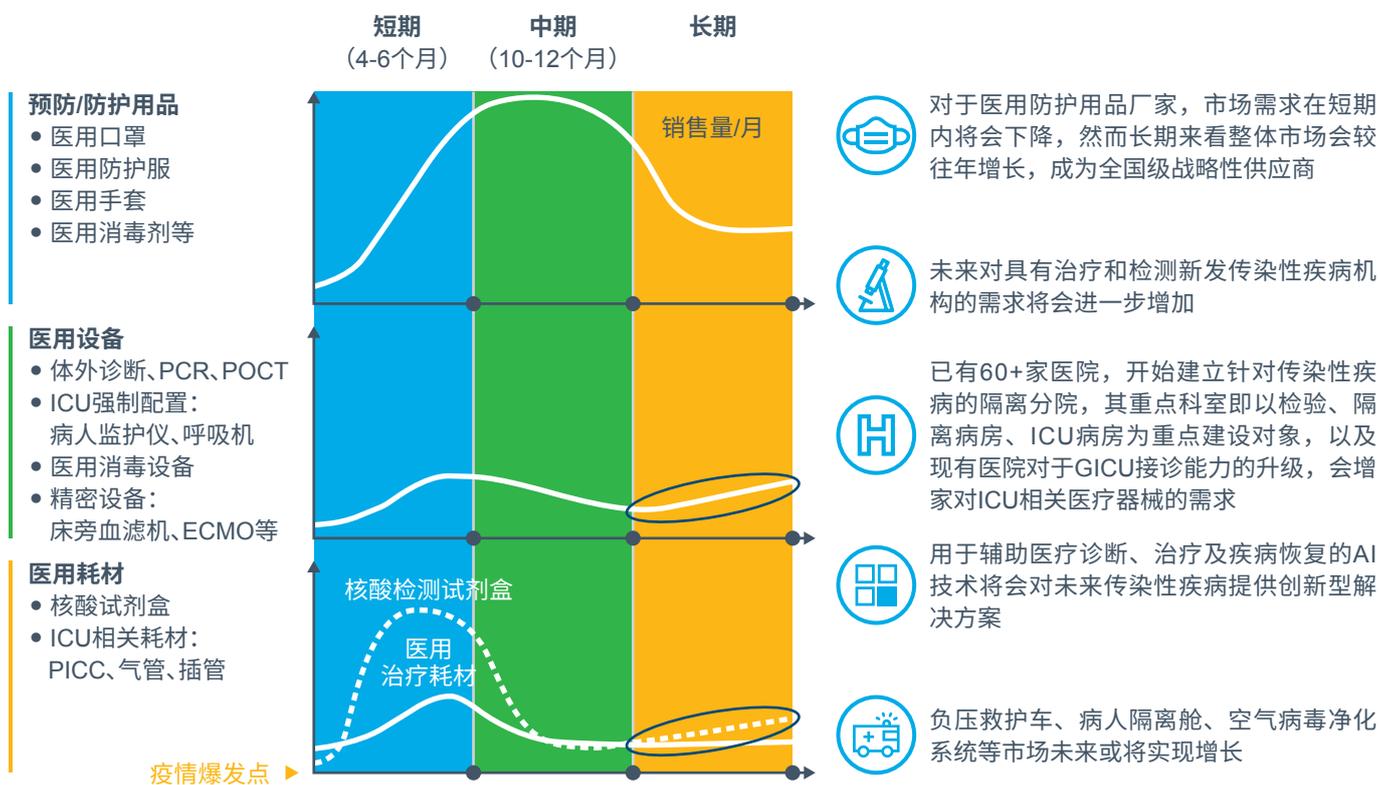
2020年，临床手术及诊断设备（如体外诊断设备）因受疫情影响预计Q1下降40-50%，全年预计下降-5%左右



数据来源：中华人民共和国国家卫生健康委员会；IQVIA艾昆纬调研数据

冰火两重天：疫情对器械行业的影响

图3：长期来看，疫情对医疗器械板块利好



数据来源：IQVIA艾昆纬整理分析

更多信息，敬请垂询
IQVIA市场洞察部总监朱叶
ye.zhu@iqvia.com



中国抗疫医疗物资供应产业链浅析

导读

兵马未动，粮草先行，保障医疗应急物资供应是打赢这场疫情战的重点。随着国家大力鼓励扩产、转产，目前医疗物资统一调配和供应保障逐步强化，实现了从最初“十分紧缺”，到“紧平衡”，再到“基本满足”的转变。防疫物资的分配和调运落实是重中之重，随着海外疫情逐渐严峻，防疫物资需求仍在激增，我国将通过物资出口在全球范围支援防“疫”。

2019年底，由于新冠疫情爆发，医疗防控物资出现严重紧缺，尤其是以医用口罩、防护服、护目镜为主的防护用品供不应求。一线医护人员以及民用防护的巨大缺口，均体现了防护物资的供应结构性不足（见图1）。

本文中，IQVIA艾昆纬将以消耗量和需求量最大的口罩

为例，探讨中国医用防护物资的生产能力、储备现状、分配机制，以及如何应对海外出口援助。

建立可持续的防疫物资生产链

防疫物资生产制造大国，常规产能较大

中国是世界上最大的口罩生产和出口国，年产量占全球的50%左右。行业产值长期保持两位数增长，2019年口罩产值达102亿元；过去，市场供需基本保持平衡，大量产能供给出口，国内需求占比不高。受本次新型冠状病毒感染的肺炎疫情影响，2020年行业增速有望大幅提升（见图2）。

集中于华东/华中地区，本地企业为主，龙头企业尚未形成

图1：医疗防控物资缺口现状



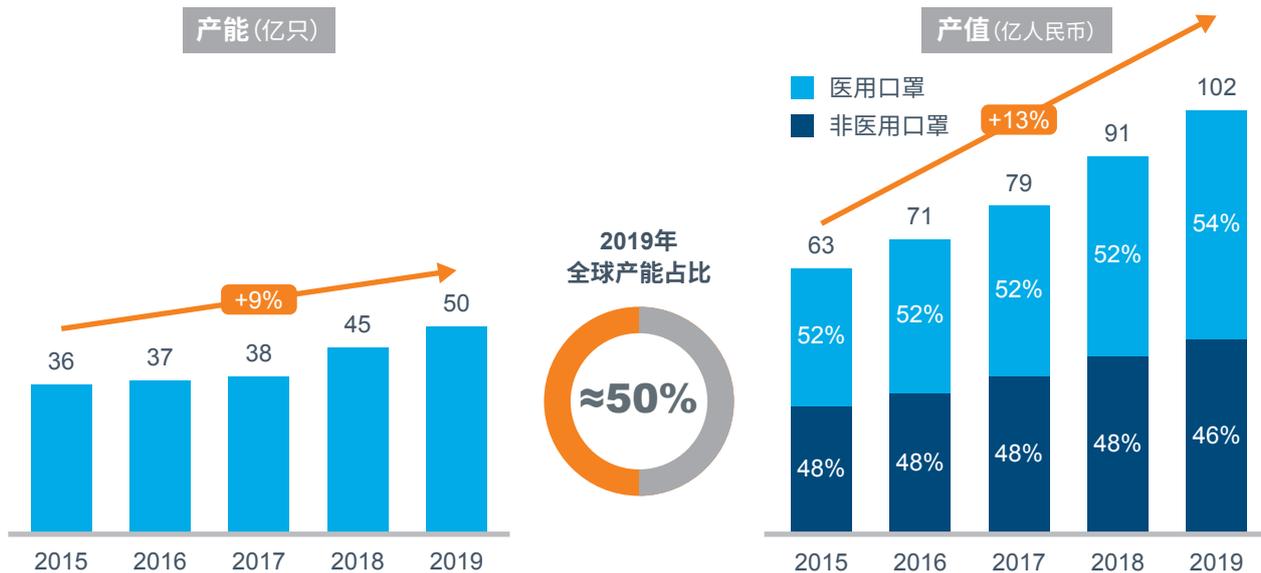
数据来源：IQVIA艾昆纬整理分析

中国抗疫医疗物资供应产业链浅析

全国生产医疗防护物资（口罩、医用帽、面罩、防护服）的企业共有384家（不包括疫情发生后紧急审批获证企业）。基于上游原材料无纺布的资源优势，产能主要集中在河南、

湖北（仙桃）、江西、江苏等省，其中湖北的无纺布原料产量约占全国的60%，是重要生产基地。生产厂家多以小规模本土企业为主，整体市场小而散（见图3）。

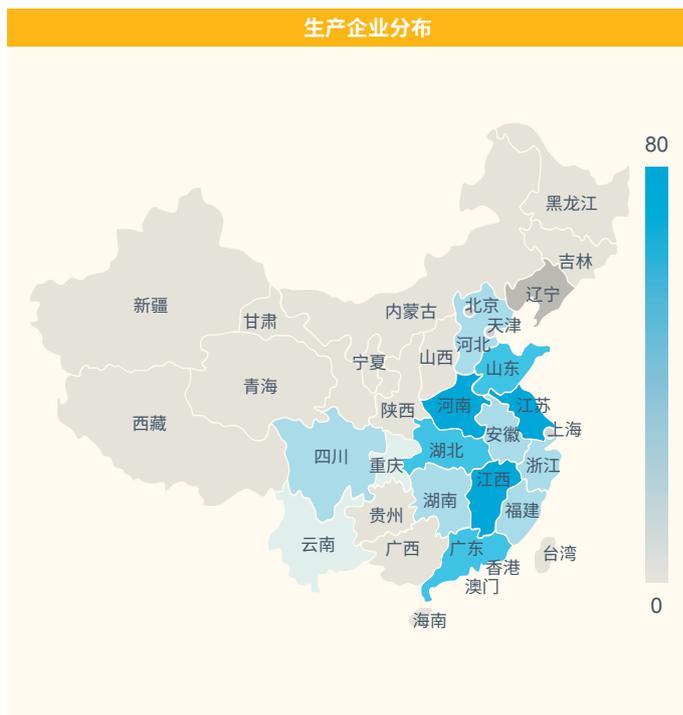
图2：中国口罩产业整体产能/产值



数据来源：中国纺织品商业协会、IQVIA艾昆纬整理分析

备注：非医用口罩包括工业防尘口罩、民用防护口罩、普通纱布口罩；
医用口罩包括：普通医用口罩、医用外科口罩、
医用防护口罩（N95/KN95）

图3：中国医疗防护物资生产企业分布



数据来源：国家药品监督管理局、企查查、IQVIA艾昆纬整理分析

以口罩为例，我国共有21000多家企业涉及口罩生产经营，获得医用口罩生产批文的企业仅348家（不包含56家应急获批的新增企业），大多为全球代工，产品偏向中低端；而生产医用防护级别口罩（N95/KN95）的企业仅58家。

应急产能加速曲线凸显中国制造实力，有效缓解供需矛盾

尽管我国口罩产业供给能力较强，产能相对较高，但在突发疫情和春节假期两重因素下，行业产能正值利用率低谷，短期巨大的需求变化产生了严重的供需缺口（见图4）。

随着国家发改委大力推动企业复产和扩产，多家企业跨界转产支援，口罩产能利用率持续提高，目前口罩日产能已经突破1亿只，为2019年最大产能的6倍；其中医用口罩的日产能3212万只，医用N95口罩196万只，但市场供需仍然存在一定缺口（见图5）。

口罩生产涉及原材料、设备、厂房、资金、人力、准入许可、生产周期等诸多要素。目前制约扩产的第一要素是熔喷布原材料的紧缺，其次是口罩14天解析期（使残留的环氧乙烷释放，达到安全含量标准）的硬性生产要求。3月初，国家发改委表示，中国口罩日产能和日产量双双破亿。

IQVIA认为，本次疫情下，诸多企业涉足防护产业，加剧市场竞争，未来提升产品质量，增加技术含量是企业核心竞争力，聚焦专业防护产品，树立品牌意识将促进整个行业升级。疫情过后，过剩产能将由政府统一兜底收储，相关企业在保留应急产能储备的同时，也可进行产品结构（高端、

医用或民用）、客户结构（工业或消费者）调整，实现转型升级（见图6）。

重点建设统一储备保障体系

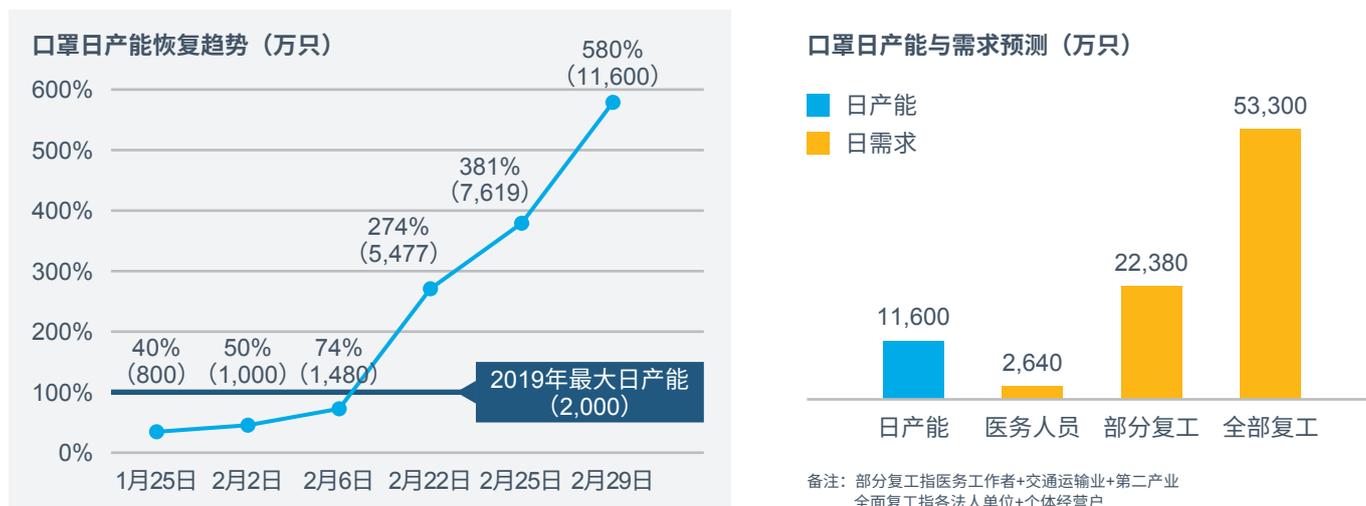
新冠肺炎疫情凸显防护物资储备短板

03年SARS疫情后，我国开始逐步建立和完善应急医疗物资储备制度。出台了多项法规条文，建立了以中央与地方两级医药储备制度，实行品种控制、总量平衡、动态管理、有偿调用的体制（见图7）。

本次疫情应急物资储备，并未得到及时响应和调度的主要原因如下：

- 1) 政策法规对于医药物资储备的具体数量/品种并没有具体要求，各地政府医疗物资储备工作相对随意，缺乏强制性、规范性。
- 2) 储备意识薄弱，且受限于有效期，防护服、口罩等防护物资并未成为各地医疗物资的储备重点。以湖北省为例，N95口罩，防护服等属于易耗品，且由于常规使用量有限，并未将其列入药械储备重点。
- 3) 运营成本压力下，医院尚未建立有效的应急物资常规储备制度。对于日常医疗需求较低，使用场景有限的防护服与护目镜，医院基本零库存；以湖北省为例，2016年所有医院储备的应急医疗防护物资的实物价值仅67.01万元，远未达到国家要求的储存水平。

图4：中国口罩日产能与需求分析



数据来源：国家药品监督管理局、企查查、IQVIA艾昆纬整理分析

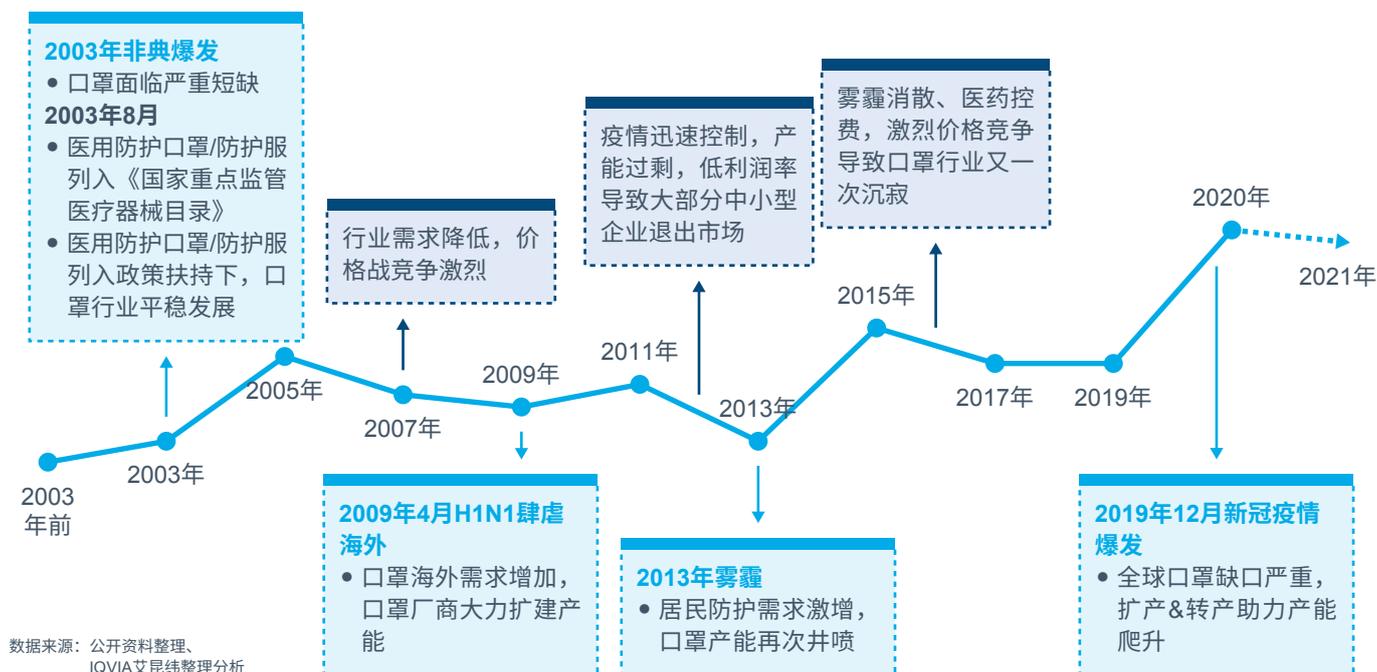
中国抗疫医疗物资供应产业链浅析

图5：中国口罩产业链



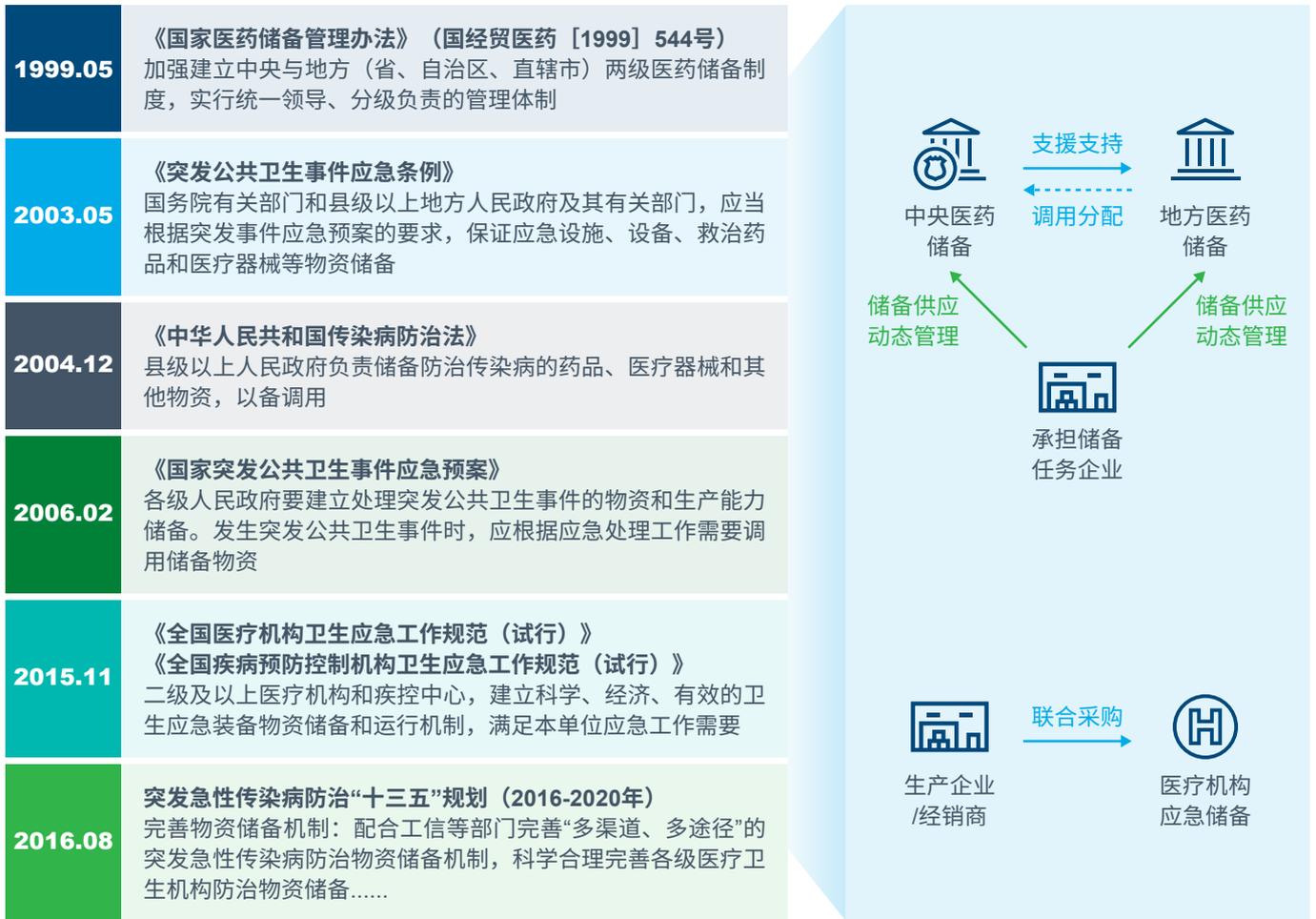
数据来源：公开资料整理、IQVIA艾昆纬整理分析

图6：中国口罩产能发展历程



数据来源：公开资料整理、IQVIA艾昆纬整理分析

图7：中国医药应急物资储备体系



数据来源：工信部、国家发改委、IQVIA艾昆纬整理分析

IQVIA认为应从法规制定、储备网络建设、监督体系等多方面进一步建立统一的应急物资储备和管控体系（见图8）：

- 1) 制定完善的应急物资储备标准，确保储备物资保质保量。明确国家、省、市、县四级政府物资储备的品种、规格、数量、时间、更新等。
- 2) 各级政府科学储备应急医疗物资。根据历史的经验，包括历年发生的突发公共卫生事件，科学测算出潜在需求，以及需要储备物资的数量和品种。
- 3) 分级建立医疗物资储备库。以国家医疗物资储备库为龙头，地方医疗物资储备库为辅助，形成相互衔接的储备网络。
- 4) 实物储备与合同/生产储备相结合，保证应急生产供应能力。建立健全应急物资政府采购和定点生产制度，引导社会

资源投向物资储备和生产。

- 5) 建立严格的医药物资储备的监督检查体系。以确保医药物资储备体系的落实和完善。

科学分配，保急保需

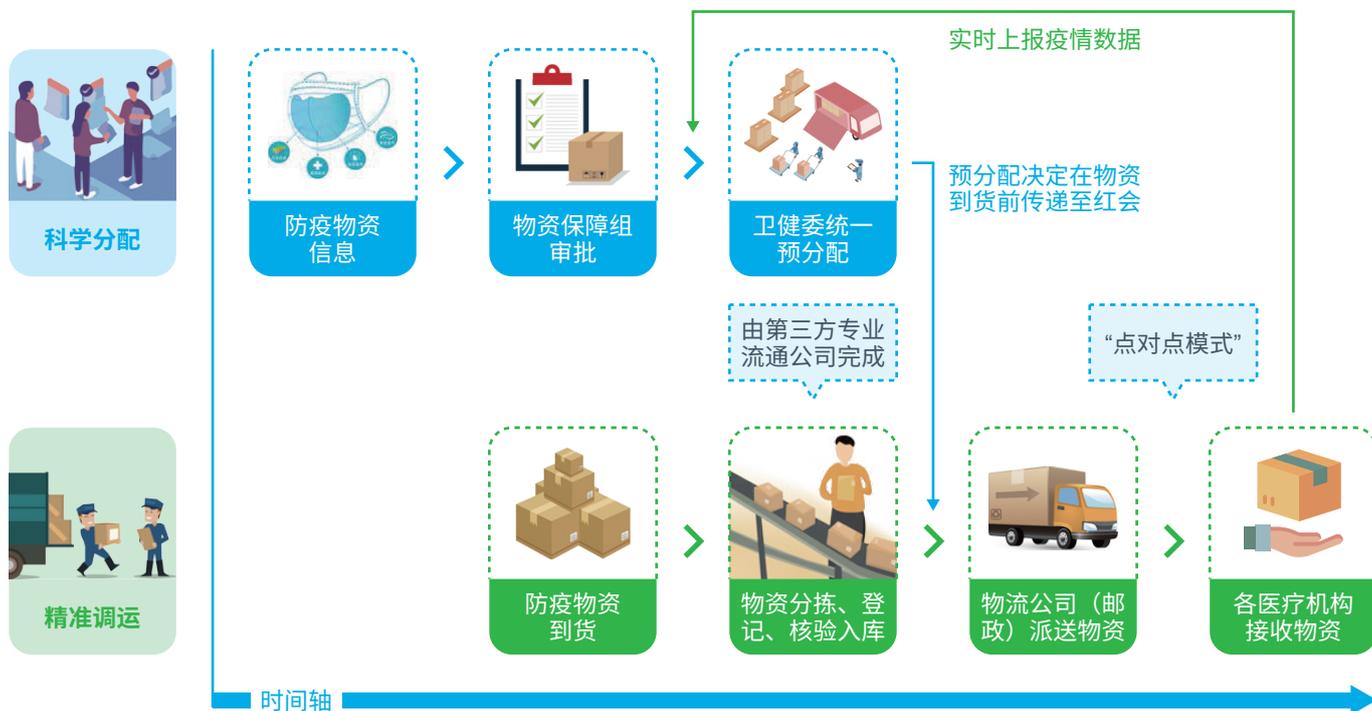
防疫物资可采取预分配机制，信息“捷足先登”，提前确定分配方案

预分配是指物资实际到货前，卫健委即可根据物资数量种类等信息，综合考虑各医疗机构需求，实现对防疫物资的提前分配。物资到达后，即可迅速完成核验装车等，以保证物资可在第一时间调配。防疫物资的预分配机制执行需由以下两方面共同配合完成：

- 1) 物资分配专人负责制：物资合理分配建立在信息准确和上

中国抗疫医疗物资供应产业链浅析

图8：防疫物资分配和调运流程设计参考



数据来源：IQVIA艾昆纬整理分析

传及时的基础上。各医疗机构按规定实时向卫健委上报疫情信息，卫健委因掌握着医疗机构的物资需求，而成为物资分配环节的不二人选。

2) 信息化手段助力高效分配：现代信息化手段有助于提高物资分配效率。如运用信息化手段建立预警机制，对有可能出现断供的地区和医疗机构进行实时监测预判，从而保障点对点的应急调动，确保不断供。

根据科学分配机制，公开、公平、公正地对防疫物资进行精准测算和分配

物资的分配不仅需要及时有效，更需要科学合理。对于政府统一分配的防疫应急物资（不包括日常民用物资），可从物资用途重要性和危险性等级两大维度进行测算，科学引入分配系数，如危重病、确诊、疑似、发热病例数等，并结合不同岗位防护配送标准得出最优分配结果，最终实现“保重点、保高危、保急需”（见图9）。

精准调运，快送快达，第三方专业医药流通公司优势显现

物资的精准调运是个庞大又复杂的体系，在本次疫情应急物资管理中，因为一些原因导致物资发放滞后，引发公众

信任危机。相较而言，第三方专业医药流通公司在精准调运方面则优势尽显，2小时内完成物资入库到出库全流程，其高效调运主要得益于以下三点：

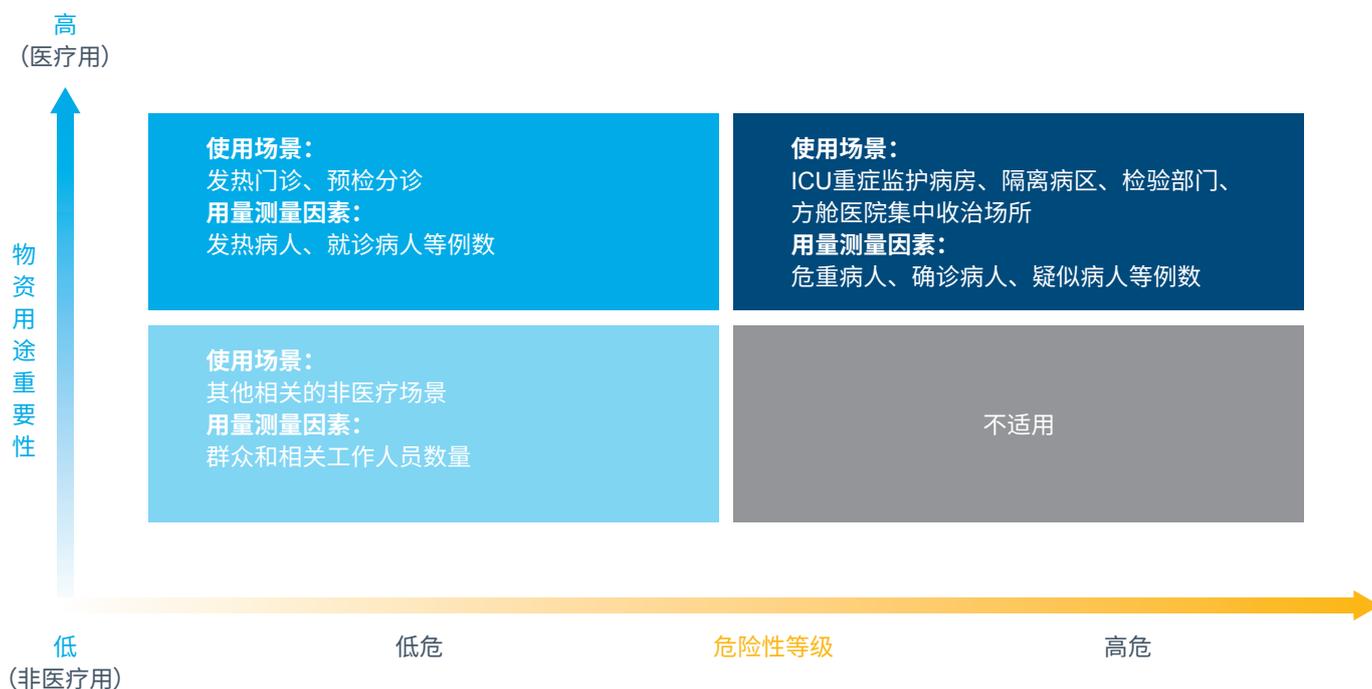
- 1) 健全的现代化信息系统：信息化系统是专业医药物流公司所具备的独特优势。如九州通自主研发的九州云仓库管理软件，传统手工或办公软件在速度与准确性上都无法与其匹敌。
- 2) 专业的流通技能：专业医药流通公司的业务人员在医药领域具备丰富的药品、耗材、器械专业配送经验，可做到医用防护物资的精准挑拣，大大降低了调运出错率。
- 3) 深厚的医疗领域合作基础：医药流通公司与临床医疗机构多年的业务合作基础，使其对定点医院缺少的防疫用品反应更快，从而实现更为精准的物资对接。

“中国制造”，支援八方

目前，疫情已扩展至全球，不同国家出现不同程度的防疫物资短缺，美国、意大利、韩国、日本、伊朗或将成为中国防疫物资出口的主要国家。

- **意大利**：作为欧洲重灾区，意大利的物资迅速告急。同时，

图9：防疫物资科学分配机制



备注：该分配机制为仅针对政府统一分配应急物资的分配机制，不包括日常民用物资
数据来源：IQVIA艾昆纬整理分析

由于欧洲大部分口罩制造商生产线都设在中国，欧洲本身产能十分有限。

- **美国**：确诊和疑似病例飙升，口罩缺口上亿。
- **伊朗**：物资长期依赖进口，不仅口罩现储备几乎为零，并且口罩生产力严重不足，无法覆盖疫区人口。

相比之下，日本和韩国虽产能尚可，但面对如此巨大需求，依然难以填补防疫物资缺口。

- **日本**：政府宣布启动24小时生产制，在3月实现口罩供应量增至6亿只，但由于前期对中国的大力援助和出口，应急物资仍有巨大缺口。
- **韩国**：得益于政府提前动员扩产，目前口罩日产量约1,100万只。为保障国内需求，韩国政府从3月6日起全面禁止口罩出口。

口罩成生产企业机会，中游企业成投资重点

在所有防疫物资生产行业中，口罩行业进入壁垒低，新增生产线时间短，生产效率高，全球市场需求也极高，又有政策红利，不用担心产能过剩，因此是较好的机会点。虽然

防护物资的市场需求也较高，但由于行业壁垒较高或筹备周期较长等各种原因，并非最佳的机会点。

健康的资金流入也将促进生产物资进一步跟上市场需求。从产业链来看，口罩产业链上游（即原材料企业，如喷融无纺布）新增生产线投资额大，建造期长，难以为短期的需求缺口做出贡献，因此中游生产企业可作为投资重点。

国内防疫物资储备和分配机制建设是一场关键、持久的工程，我们在SARS和新冠疫情中汲取到的宝贵经验，将成为预防类似疫情，以及积极应对和控制卫生紧急事件的明灯。

本文作者：

- 张畅，IQVIA艾昆纬管理咨询部总监
 - 崔琦，IQVIA艾昆纬管理咨询部高级顾问
 - 李梦瑶，IQVIA艾昆纬管理咨询部顾问
 - 毛佳妮，IQVIA艾昆纬管理咨询部顾问
- 更多信息，敬请垂询张畅总监，
chang.zhang@iqvia.com

关于 IQVIA

IQVIA艾昆纬（纽交所代码：IQV）是全球领先的信息、创新技术和研发外包服务企业，致力于通过使用数据和科学，帮助医疗健康行业客户为患者提供更好的解决方案。IQVIA利用医疗信息、技术、分析和人类智慧的进步，提供一系列解决方案，推动医疗健康行业的发展。IQVIA帮助客户不断改善临床研发效率和提高商业绩效，坚信创新的力量，提高病患治愈的可能。IQVIA全球逾6万名员工，遍布100多个国家，齐心致力于充分彰显人类数据科学的力量。IQVIA CORE™是我们业务解决方案的基石，完美结合大数据、先进技术和海量行业信息分析，形成有实际指导意义的行业洞见。

IQVIA是保护患者个人隐私的全球领导者。IQVIA拥有多种多样的加强型隐私技术和保障手段，能够在保护个人隐私的同时对信息进行管理，从而推动医疗的发展。这些洞见和执行能力帮助生物科技、医疗设备、制药公司、医学研究者、政府机关、支付方以及其他医疗利益相关方，获得对疾病、人类行为和科技进步更深入的理解，共同朝着治愈各类疾病的方向迈进。

IQVIA 中国公司

艾昆纬企业管理咨询（上海）有限公司

上海市静安区北京西路 968 号
嘉地中心 12 和 15 楼
+86 21 3325 2288

艾昆纬企业管理咨询（上海）有限公司北京分公司

北京市东城区王府井大街 138 号
新东安广场 3 座 11 楼 1101-1117 室
+86 10 8567 4500

艾昆纬医药科技（上海）有限公司

上海市徐汇区枫林路 388 号
枫林国际大厦 A 号楼 3 楼和 5 楼
+86 21 2422 8888

艾昆纬医药科技（上海）有限公司北京分公司

北京市东城区王府井大街 138 号
新东安广场 3 座 9 楼 901-919 室
+86 10 5911 7888

艾昆纬医药发展（大连）有限公司

辽宁省大连高新技术产业园区
汇贤园 1 号楼 10 层 10-02/04
+86 411 8498 8188

IQVIA 全球总部

83 Wooster Heights Road
Danbury, CT 06810
United States



扫一扫
权威报告免费下



敬请关注
IQVIA 艾昆纬咨询
官方微信



敬请关注
IQVIA 艾昆纬研发
官方微信



更多详情，请登录官网www.IQVIA.com查询