

互联网医疗蓝皮书

BLUE BOOK OF INTERNET HEALTHCARE

中国互联网医疗 发展报告

(2016)

主编/宫晓冬

ANNUAL REPORT ON CHINA'S INTERNET HEALTHCARE
DEVELOPMENT (2016)

 社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

2016
版

互联网医疗蓝皮书

BLUE BOOK OF
INTERNET HEALTHCARE



中国互联网医疗发展报告 (2016)

ANNUAL REPORT ON CHINA'S INTERNET HEALTHCARE DEVELOPMENT
(2016)

主 编 / 宫晓冬



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

图书在版编目(CIP)数据

中国互联网医疗发展报告. 2016 / 宫晓冬主编. --
北京: 社会科学文献出版社, 2016. 9

(互联网医疗蓝皮书)

ISBN 978-7-5097-9621-4

I. ①中… II. ①宫… III. ①互联网络-应用-医疗
保健事业-研究报告-中国-2016 IV. ①R199.2-39

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第196709号

互联网医疗蓝皮书

中国互联网医疗发展报告(2016)

主 编 / 宫晓冬

出 版 人 / 谢寿光

项目统筹 / 恽 薇 高 雁

责任编辑 / 高 雁 黄 利

出 版 / 社会科学文献出版社·经济与管理出版分社(010)59367226

地址: 北京市北三环中路甲29号院华龙大厦 邮编: 100029

网址: www.ssap.com.cn

发 行 / 市场营销中心(010)59367081 59367018

印 装 / 北京季蜂印刷有限公司

规 格 / 开 本: 787mm × 1092mm 1/16

印 张: 20 字 数: 303 千字

版 次 / 2016年9月第1版 2016年9月第1次印刷

书 号 / ISBN 978-7-5097-9621-4

定 价 / 89.00 元

皮书序列号 / B-2016-531

本书如有印装质量问题, 请与读者服务中心(010-59367028)联系

▲ 版权所有 翻印必究

《中国互联网医疗发展报告（2016）》

编委会

顾 问 刘 伟 李振吉 张伯礼 黄璐琦 王 琦
谢 钟 王 键 何清湖 李灿东 潘华峰
张光霁

主 编 官晓冬

编 委 （按姓氏笔画排序）

王 济 王洪斌 刘 涌 闫志安 江宗岳
李 峰 李 晶 杨 光 杨宏云 杨 继
陈立奇 周 斌 詹 鸿 潘隆盛 穆 晨

主编单位 北京岐黄中医药文化发展基金会
北京乾元丹溪科技有限责任公司

支持单位 世界中医药学会联合会
中华中医药学会
中国中医科学院
安徽中医药大学
湖南中医药大学
福建中医药大学
中华中医药杂志社

中国医药教育协会
北京市海淀区医学会
中国民间医药研究开发协会健康与公共传播
分会
北医投资管理（集团）有限公司

主要编撰者简介

宫晓冬 1969年11月7日生，南开大学金融学硕士、北京大学经济学博士，北京岐黄中医药文化发展基金会会长。多年从事医疗及互联网行业研究，对医疗行业有独到的认识和理解，并热心公益和医疗事业。2009年作为主发起人设立非营利性社会公益组织——北京岐黄中医药文化发展基金会，捐资在中国中医科学院、北京中医药大学、西藏藏医学院等单位设立了多个奖项，旨在奖励在中医药传统文化与经典的传承、发展方面做出贡献的专家学者和优秀学生，并与世界中医药联合会、中央电视台等单位合作共同摄制了《中医走向世界》系列片，在中医界引起了极大反响。

北京岐黄中医药文化发展基金会

北京岐黄中医药文化发展基金会（以下简称“岐黄基金会”）成立于2009年7月，是由企业家宫晓冬先生个人发起、经北京市民政局批准设立的公益基金会，属于非营利性、非政府的民间组织。秉持“继承中医药文化遗产、弘扬中医药传统文化”的创会宗旨，与国内外中医学界、医界建立广泛的沟通合作，致力于推动中医药经典传承、中医药文化传播、中医药优秀诊疗技能推广相关的文化教育卫生事业。

岐黄基金会成立7年来，与中国中医科学院、北京中医药大学、湖南中医药大学、福建中医药大学、安徽中医药大学、西藏藏医学院、国家及北京名老中医工作室（站）、中华中医药杂志社及中央电视台等机构合作，累计设立公益项目超过500万元。通过与学界、医界及公众的良好沟通，岐黄基金会正在成为推动中医药传统文化发展的重要力量，也为弘扬中医药文化积累了一定的资源。

岐黄基金会项目秉承创会宗旨，主要围绕“人才传承”“文化传播”“民生服务”三大板块开展。其中“人才传承”板块下的“岐黄传承发展奖”作为岐黄基金会影响最大、最重要的品牌项目得到业内人士的高度肯定。该奖项面对中医药高等院校和科研机构，奖励长期坚持中医药和民族医药传统经典研究、教学和临床的博士生导师、硕士生导师。目前已在三个院校设立该奖项：中国中医科学院、北京中医药大学、西藏藏医学院。该奖项设立6年间共有60位获奖者，其中，既有王永炎、路志正、陈可冀等国医大师，也有郭志强、郭伟琴、田德禄、武维屏等国家名老中医。

摘 要

2015 年我国互联网医疗得到了极大发展，规模不断增长，模式不断创新，在医疗领域的话语权和影响力也日益扩大。不同于以往互联网医疗专注于解决医患双方信息对称的模式，政府、传统公立医院、医药厂商以及保险公司，开始与互联网医疗进行深度对接，加上原有互联网医疗领域企业在产品形式创新和服务模式方面取得的许多突破，使得原本相对保守医疗领域开始全面与开放的互联网深度结合，并形成相互促进的局面，对患者乃至普通大众的影响在 2015 年进一步加大。

同时，需要明确的是，互联网医疗的本质还是医疗。并没有改变医疗服务和药品的基本功能和属性。由于公立医院在当前医疗卫生事业中占绝对主导地位，互联网医疗将专注于对原有医疗流程的改善以及基于医患沟通场景的延伸类服务。医疗产业链相关主体机构的“互联网+”以及互联网巨头对医疗领域的大力参与，也会推动互联网医疗向纵深发展。

通过对互联网医疗行业的全方位扫描与分析，梳理互联网医疗发展的内在逻辑和表现方式，其商业模式和发展驱动因素，也将通过理论研究得到总结。从我国基本国情出发，互联网医疗不太可能出现“颠覆性”产业重构，结合实际国情和法律体系，互联网医疗将以一种温和的、循序渐进的方式充实和完善现有医疗服务体系

关键词：互联网医疗 医疗本质 医疗产业

目 录

I 总报告

B.1 互联网医疗行业发展研究综述	001
一 行业宏观形势	002
二 行业发展现状	004
三 各类互联网医疗模式的特点梳理及观察	019
四 互联网医疗整体发展趋势及展望	022

II 政策篇

B.2 影响互联网医疗的年度关键政策与当前政策壁垒	027
B.3 互联网医疗如何成为国家医改先锋	043

III 产业篇

B.4 互联网与医疗产业升级、行业重构	049
B.5 互联网巨头的医疗板块布局	066
B.6 互联网医疗投融资分析	087



IV 市场篇

B.7	患者入口：互联网医疗在线问诊平台分析·····	100
B.8	医药入口：移动医药电商市场发展研究·····	131
B.9	医院入口：互联网医院模式探索·····	148
B.10	医生入口：互联网模式下医生自由执业的机遇与挑战·····	158
B.11	支付入口：医保控费与互联网商业健康险的发展与应用·····	167

V 专题篇

B.12	可穿戴设备在医疗健康领域的应用·····	175
B.13	医疗健康大数据在互联网的创新运用·····	185
B.14	2015年互联网中医行业发展报告·····	195
B.15	中医药信息化应对与大数据应用·····	218
B.16	“互联网+中药资源”的战略选择与实践路径·····	225

VI 热点篇

B.17	新医疗金融报告·····	241
B.18	慢病市场发展报告·····	251
B.19	养老轻资产创业模式探析·····	264
B.20	互联网母婴健康市场发展报告·····	275
B.21	参考文献·····	293
B.22	致谢·····	296
Abstract·····		297
Contents·····		298

总 报 告

General Report

B.1

互联网医疗行业发展研究综述

摘 要： 总报告分为四个部分。第一部分从政策、市场、产业、客户四个方面总结了2015年互联网医疗行业宏观形势；第二部分概括了2015年互联网医疗行业的发展现状，包括市场发展状况、互联网医疗用户情况、互联网医疗企业分布与类型、行业投融资情况，重点分析了市场竞争格局；第三部分总结归纳了各类互联网医疗模式的特点；第四部分对互联网医疗整体发展趋势进行了分析和展望。综合来看，2015年中国互联网医疗继续保持健康快速的发展态势，业务范围进一步扩展，产品与服务进一步趋向跨界融合，业务创新源源不断，细分领域的竞争开始变得激烈。随着市场规模的不断扩张以及商业模式的日益复杂化，互联网医疗势必将吸引监管、资本以及产业链相关方的越来越多的关注，行业将继续保持高速增长。

关键词： 互联网医疗 移动医疗 医疗产业



一 行业宏观形势

自我国新医改启动以来，由于优质医疗资源高度集中及分配不平衡等医疗现状，在医改的进程中医疗行业有很大的发展空间。移动互联网技术带来的产业跨界融合、医疗效率提升以及医院、医生、患者之间全新的医疗服务关系，推动互联网医疗进入高速发展期。

在政策方面，利好不断，“互联网+医疗”高速发展。继2014年国家卫计委、药监局相继出台“多点执业”“线上处方药”“远程诊疗”等政策方案后，2015年《关于推进和规范医师多点执业的若干意见》《关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》《关于推进分级诊疗制度建设的指导意见》等一系列政策意见为移动医疗健康市场的发展指明了良好的发展方向。医疗卫生监管部门也明确表示鼓励利用物联网、云计算、大数据等移动互联网前沿科技推动医疗与公共卫生事业的发展，互联网医疗在分级诊疗的实现、区域医疗大数据平台的建构、医院医疗服务水平的提高和医疗成本的降低等方面发挥了越来越重要的作用。从国家层面释放的政策利好给行业发展带来了极大的信心，有力地推动了整个互联网医疗产业的发展。

在市场方面，中国医疗体系中长期的资源配置倒挂及存在的一些低效率或医疗关系扭曲等现状，为互联网医疗的发展提供了有效生存空间。数据显示，2014年中国互联网医疗市场规模达114亿元，2015年市场规模已经达157.3亿元，增长率为37.98%。高增长背后的深层次原因主要是传统医疗服务无法有效满足广大患者乃至医生的需求及存在需求对接问题，这些问题通过互联网得到了一定的改善。从患者的角度看，互联网医疗在线咨询服务基本为零门槛，大多数患者的问题可以得到有效的解答，便捷的在线挂号渠道也能使患者较为方便地找到适合治疗自己病症的医生，一些在线慢病管理服务也使众多被慢性病所困扰的患者的病情得到了有效控制。从医生的角度看，互联网的辐射效应使有意愿的医

生能接触大量的患者，使诊疗、科研、教学等的效率得到提升，医生可自由把握服务的范围和强度，并有效地管理自己的患者，这也推动了医生自由执业的进程。由此可见，互联网医疗通过为医患双方搭建透明、平等、高效的网络平台，在一定程度上解决了传统医疗服务不能解决的问题。

在产业方面，互联网技术对医疗供应链的渗透促进了效率的提升，引发了医疗与其他行业的融合，拓展了互联网医疗的发展空间。互联网强大的联结性引发了许多产业的革命，产业内部的产品、技术和服务相互交叉渗透，多个产业结合的新兴产品如医养结合、健康险等开始不断涌现，原有的产业界限也日益模糊化。如乌镇互联网医院，作为全国首家互联网医院于2015年12月正式运营，其推出的医院官网与“乌镇医院”移动APP客户端，定位为向用户提供以在线复诊为核心的服务。这迈出了医疗领域“互联网+”创新性的一步，乌镇互联网医院整合线上、线下医疗资源的同时，开了在线诊疗、电子病历共享、电子处方等改革的先河，给互联网医疗的发展创造了巨大的想象空间。

在客户方面，人口老龄化加剧、收入提高等使人们的健康管理意识增强，医疗资源供不应求、供不对求、信息不透明及运作效率低下的传统医疗服务体系已经无法满足持续增长且不断多样化的国民医疗服务需求。相较于传统医疗机构，互联网的特性使得互联网医疗的服务对象和业务范围无地域性，大众更容易获得精准便捷的医疗服务。互联网有效直接地切入客户需求的特征，使互联网医疗的发展更具“长尾效应”。互联网对医疗的影响还体现在医疗消费观念的代际差异上，“80后”“90后”是成长于计算机与互联网时代的一代，相较于前一代的疾病医学理念（有病了才治病），其更注重健康医学观念（有效预防疾病），这也催生了新的健康医学市场，也给互联网医疗的发展带来了极大的空间。通过互联网，医疗服务方可以近距离地与客户沟通，得到用户的长期医疗健康数据，从而分析客户需求，开发出更适合新时期用户的医疗服务产品。



二 行业发展现状

（一）市场发展状况

2014年，互联网医疗进入启动期。资本市场对互联网医疗的关注度加大，巨头企业借势纷纷进入市场，以腾讯入股挂号网、丁香园为代表的投融资事件成为全年互联网医疗领域的焦点。同时，互联网医疗呈现出问诊、挂号、自诊自查、疾病管理等多个垂直细分领域共同发展的形势。

2015年，以春雨医生为代表的互联网医疗企业将业务拓展至线下，通过投资并购、自建或合作的方式开展线下诊所业务，并力求与线上业务形成无缝对接，逐步建立医疗生态闭环。平安好医生等互联网医疗企业还通过投资、合作的方式构建“医疗+药品+保险支付”的服务体系，从而助力其商业模式的创新，实现盈利。

预计到2017年，互联网医疗市场在产品服务、商业模式不断创新的基础上将获得飞跃式变革，资源丰富、模式创新的企业将脱颖而出，成为不同细分领域的领先者，市场竞争格局在逐渐形成。

作为医疗服务的重要一环，互联网医药市场也同样进入快速发展期，国家相关政策尝试放开、用户网上购药意识不断增加，促进企业通过规模运营优化、服务创新提升用户忠诚度，行业的资本关注度也有所提升。

国家出台《互联网食品药品经营监督管理办法（征求意见稿）》，征求放开处方药的网上销售，鼓励了更多医药、互联网医疗、大健康企业开始通过投资并购的方式加速布局医药电商，许多传统药企也借势进行互联网化。

2015年，阿里健康反向收购天猫医药，形成以阿里健康、1号店为代表的平台式B2C，以1药网、康爱多网上药店为代表的自营式B2C主流企业集团。同期，以叮当快药、药给力为代表的医药O2O企业规模逐渐扩大，再加上百度直达号、京东到家、饿了么等陆续切入送药服务，使医药O2O快速发展，成为行业新兴服务模式。

随着巨头凭借投资并购布局医药 B2C 业务的不断升级，市场集中度逐渐加深，主流商业模式探索开始。对于企业来说，获得 C 证即可开展自营 B2C 业务，而盈利模式成为较难突破的关键点。目前，自营式 B2C 盈利以销售价差为主，即获取产业链利润；平台式 B2C 盈利以收取流量佣金为主。

预计到 2016 年，自营 B2C 企业中将出现领先企业，领先企业具备多样化产品服务模式，将发展重心从售药逐渐转移到为用户提供定制化服务上，并具备较强的政策应对能力。

1. 市场规模

数据显示，2015 年互联网医疗市场规模已达 157.3 亿元，其中移动医疗市场规模达 42.7 亿元，增长率为 44.7%（见图 1）。

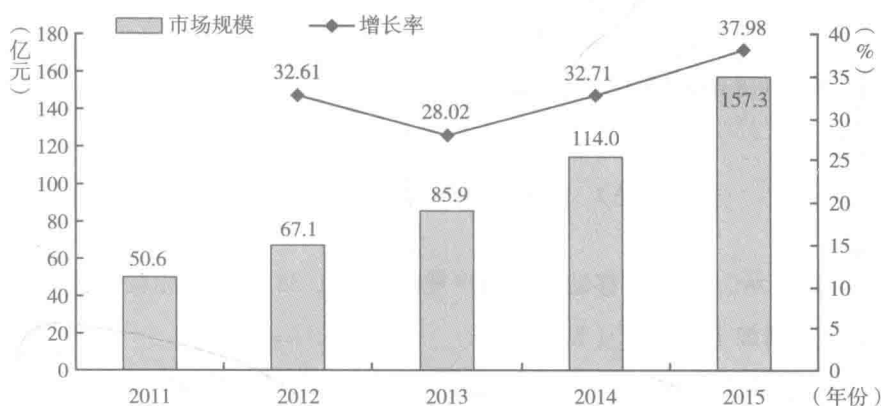


图 1 2011 ~ 2015 年中国互联网医疗市场规模

在资本的强力驱动下，中国移动医疗产品正在逐渐趋向成熟，产业生态圈正在逐步完善。在互联网企业及传统医疗机构的共同努力下，中国移动医疗市场将继续保持高速增长。

2. 用户规模

中国互联网络信息中心（CNNIC）发布了《第 37 次中国互联网络发展状况统计报告》。截至 2015 年 12 月，我国互联网医疗用户规模为 1.52 亿人，



占网民的 22.1%，相比于其他网络应用，互联网医疗的使用习惯仍有待培养。其中，诊前环节的互联网医疗服务使用率最高——在线医疗保健信息查询、在线预约挂号和在线咨询问诊应用总使用率为 25.3%；医药电商使用率占网民的 4.6%；而在慢病管理、预约体检、健康保健等 O2O 医疗健康领域，使用率都低于 1%（见图 2）。

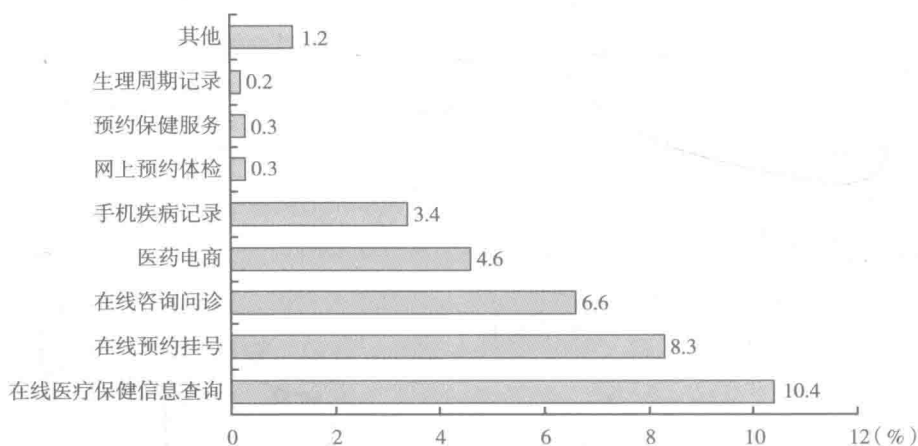


图 2 2015 年互联网医疗用户使用率

数据显示，2015 年移动医疗用户规模约为 1.38 亿人，相较于前一年的 0.72 亿人增加了近一倍（见图 3）。

随着移动互联网技术的不断升级，移动医疗市场开始被广泛关注，创业者们开始加入不断升温的移动医疗创业浪潮中，推出了许多业务模式创新、产品体验与竞争力兼具的优秀产品，使得移动医疗用户数不断增加。

（1）移动医疗用户行为的基本情况。

①移动医疗产品使用率。

数据显示，虽然移动医疗市场备受关注，但表示使用过移动医疗产品的手机网民用户仅占网民总人数的两成。仍有近八成的用户从未使用过移动医疗相关产品，从这方面看，相较于移动购物、移动社交而言，移动医疗还有相当巨大的市场可拓展（见图 4）。

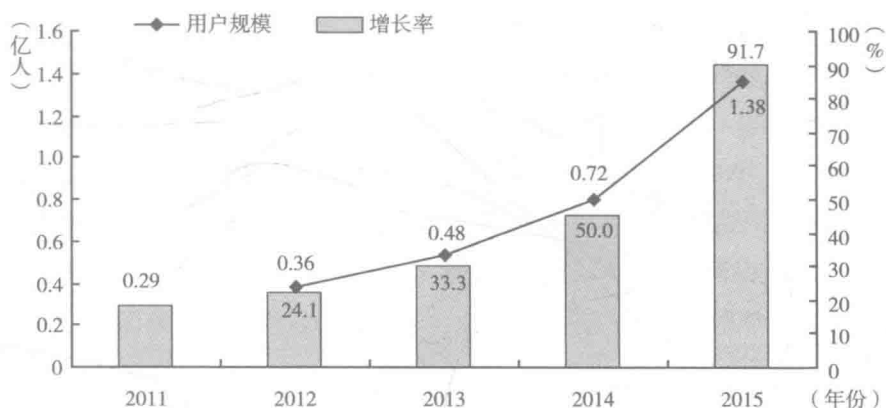


图3 2011~2015年我国移动医疗市场用户规模及增长率

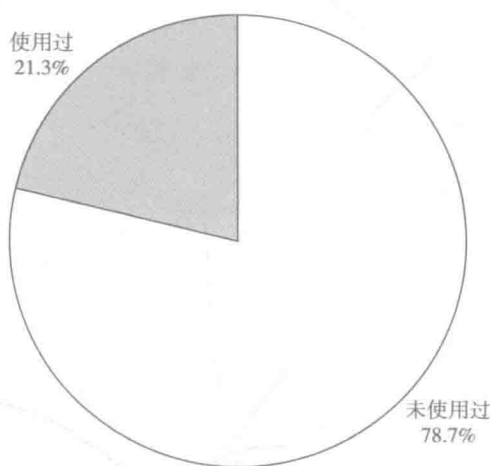


图4 2015年上半年中国手机网民移动医疗产品使用率

②了解产品的信息渠道。

从2015年的统计数据看，当前我国手机网民主要通过亲人好友推荐渠道以及通过基于信息不对称的网络广告了解移动医疗产品的相关信息，尚缺乏专业、权威、多样化的信息渠道。可以预见的是，随着行业业务模式及形态的不断发展和演进，移动医疗产品的宣传渠道将趋于多元化，这也将进一步加快用户普及速度（见图5）。