

## 行業概覽

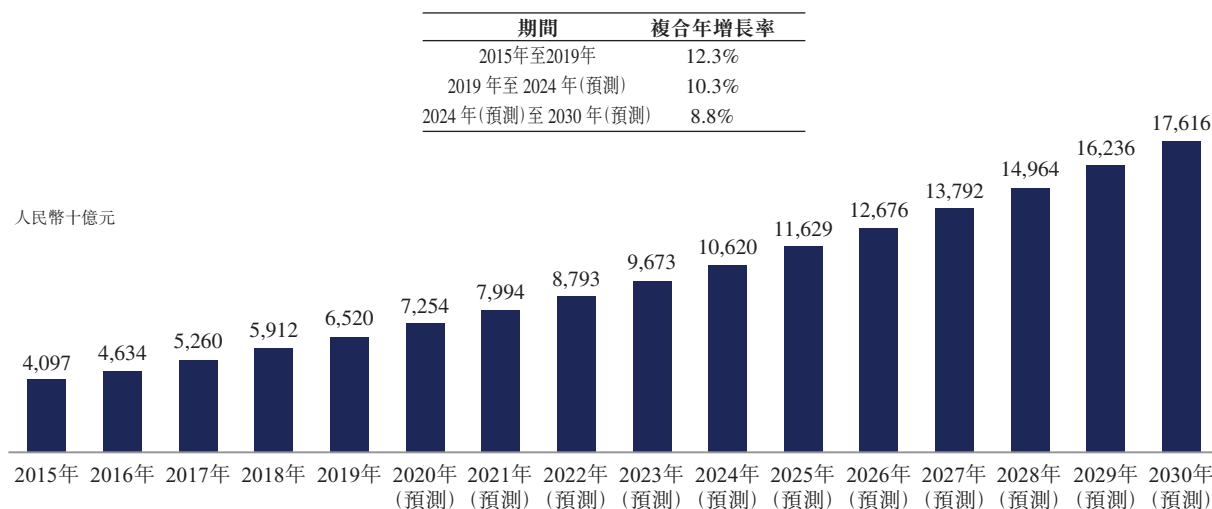
本節及本招股章程其他章節所載資料及統計數據乃摘錄自不同的政府官方刊物、可供查閱的公開市場調查資料來源及其他獨立供應商的資料來源。此外，我們委聘弗若斯特沙利文就全球發售編製獨立行業報告弗若斯特沙利文報告。我們認為，本節及本招股章程其他章節的資料來源屬恰當的資料來源，且我們已合理謹慎摘錄及轉載有關資料。我們並無理由相信，該等資料屬虛假或具誤導性，或任何事實有所遺漏，致使該等資料屬虛假或具誤導性。來自官方及非官方來源的資料並未經我們、聯席代表、聯席全球協調人、聯席保薦人、聯席賬簿管理人、聯席牽頭經辦人、任何承銷商、彼等各自的任何董事及顧問或參與全球發售的任何其他人士或各方(弗若斯特沙利文除外)獨立核實，且概無就有關資料的準確性發表任何聲明。因此，本節所載來自官方及非官方來源的資料未必準確，不應被過份依賴。董事於作出合理查詢後確認，自弗若斯特沙利文報告日期以來，有關市場資料概無任何不利變動，而可能使本節所載資料有所保留、產生矛盾或對該等資料構成重大影響。

除非另有說明，否則本節中所載所有數據及預測均摘錄自弗若斯特沙利文報告。

### 中國醫療健康行業概覽

中國是醫療大國，醫療健康支出規模龐大且穩步增長。根據弗若斯特沙利文報告，中國2019年的醫療健康支出總額排名位居全球第二，達到人民幣65,200億元，預計到2024年及2030年將分別達到人民幣106,200億元及人民幣176,160億元，2019年至2024年的複合年增長率為10.3%，2024年至2030年的複合年增長率為8.8%。

#### 中國醫療健康支出總額，2015年至2030年(預測)



根據弗若斯特沙利文報告，以下因素為中國醫療健康支出增長的驅動因素：

- **人口老齡化**。2019年至2024年及2024年至2030年中國人口預計分別以0.3%及0.3%的複合年增長率增長，2030年65歲及以上人口規模預計將達到309.3百萬人，佔

---

## 行業概覽

---

總人口的21.5% (2019年佔12.6%)。鑒於老年人口普遍對藥物及疾病管理有更大的需求，中國人口結構的轉變將對健康產品及醫療健康服務產生巨大需求。

- **人均可支配收入不斷增加。**隨著經濟增長及城市化進程的加快，中國居民可支配收入不斷增加。2015年至2019年，年人均可支配收入由人民幣21,966元增至人民幣30,733元，複合年增長率為8.8%。根據弗若斯特沙利文報告，醫療健康消費支出預計將在個人支出中佔據越來越重要的部分，估計到2030年將達到人均消費支出總額的27.7%。
- **慢性病患率上升。**與生活方式及年齡相關的慢性病支出一直佔中國醫療健康支出總額的很大一部分。根據弗若斯特沙利文報告，2019年醫療健康支出總額的69.6%用於治療和管理慢性病，且該比例預計到2030年將進一步增至84.4%。根據弗若斯特沙利文報告，該趨勢主要是由快速增長的潛在患者群所帶動，例如，2019年至2024年，中國的乙肝、中風和糖尿病病例數預計將分別以11.1%、4.5%及2.7%的複合年增長率增長。
- **健康意識增強。**隨著人口結構的變化、慢性病患率的上升，以及技術的進步讓更多疾病得以預防或可在早期發現，個人健康管理需求有所增加。COVID-19的爆發突出疾病預防的重要性，進一步加速該需求增長趨勢。因此，人均醫療健康支出預計將由2019年的人民幣4,657元分別增至2024年的人民幣7,471元及2030年的人民幣12,191元。

### 「互聯網+醫療健康」的巨大增長潛力

隨著對醫療健康的需求日益增長，中國的醫療健康行業正在同步經歷前所未有的供給側改革，預計將會通過促進院外渠道的發展以及加速數字化進程對藥品流通和醫療健康服務的提供帶來深遠的影響。近年來已出台多項有利於「互聯網+醫療健康」的政策，包括：

- 消除監管不確定性及表明政府對在線零售藥房作為重要流通渠道的認可的政策，包括允許線上開具處方、線上處方藥銷售；
- 促使醫藥公司及健康產品製造商的分銷戰略趨向更加透明及高效的渠道的政策，包括處方外流、評估醫院藥品銷售收入比例、藥品集中採購、兩票制以及加強對製藥公司營銷開支的監管；
- 促進在線問診拓展的政策，包括在線問診的合法化及標準化、醫保對在線問診的報銷支持以及鼓勵線下醫院建立互聯網醫院的政策；及
- 應對COVID-19疫情，培養用戶習慣，促進「互聯網+醫療健康」的政策。

---

## 行業概覽

---

有關所述政策的詳情，請參閱「法規」。

根據弗若斯特沙利文報告，上述政策帶來了積極的變化，有望為中國的醫療健康行業帶來長期紅利。首先，院外藥品銷售錄得迅速增長，線上分銷比例顯著增長。2015年至2019年期間，院外醫藥市場以10.8%的複合年增長率擴張，同時線上銷售錄得的複合年增長率為30.4%。其次，尤其是自COVID-19疫情爆發以來，越來越多的國民開始使用在線問診。例如根據弗若斯特沙利文報告，2020年第一季度，受國家衛生健康委員會管理的互聯網醫院的在線問診次數較2019年同期增長17倍。

### 中國數字大健康市場概覽

#### 中國大健康市場概覽

中國的大健康市場是醫療健康行業的重要組成部分，包括與維護、恢復及增強健康相關的產品及服務。其主要包括五個子版塊：(i)藥品市場；(ii)非藥品市場；(iii)醫療健康服務；(iv)消費醫療健康服務；及(v)醫療健康基礎設施。醫藥市場指銷售包括非處方及處方藥品在內的藥品。非藥品市場指醫療器械市場及營養保健品市場的組合。消費醫療健康服務指以市場為導向的醫療服務，包括醫學美容、口腔齒科、基因測序、體檢服務、疫苗及孕產服務。醫療健康服務指醫療或理療保健或服務，包括提供住院患者及門診患者檢測以及人類疾病或功能障礙治療，以及配發用於治療的藥品或醫療器械。醫療健康基礎設施指一系列基本與醫療健康相關的設施和系統，例如健康系統、疾病控制系統以及為醫療健康服務供應商、製藥公司及健康產品供應商提供的相關支持系統及設施。

## 行業概覽

根據弗若斯特沙利文報告，2019年中國大健康行業的市場規模達到人民幣81,310億元，預計2030年將增至人民幣217,730億元，複合年增長率為9.4%。下圖載列2015年至2030年中國大健康市場的歷史及預測市場規模。

中國大健康市場細分，2015年至2030年(預測)

複合年增長率	藥品市場	非藥品市場	醫療健康服務	消費醫療健康服務	醫療健康基礎設施	總計
2015年至2019年	7.5%	15.1%	11.4%	24.0%	16.8%	12.0%
2019年至2024年(預測)	6.4%	13.0%	8.6%	21.0%	21.9%	10.5%
2024年(預測)至2030年(預測)	6.2%	8.0%	6.2%	15.0%	16.5%	8.4%

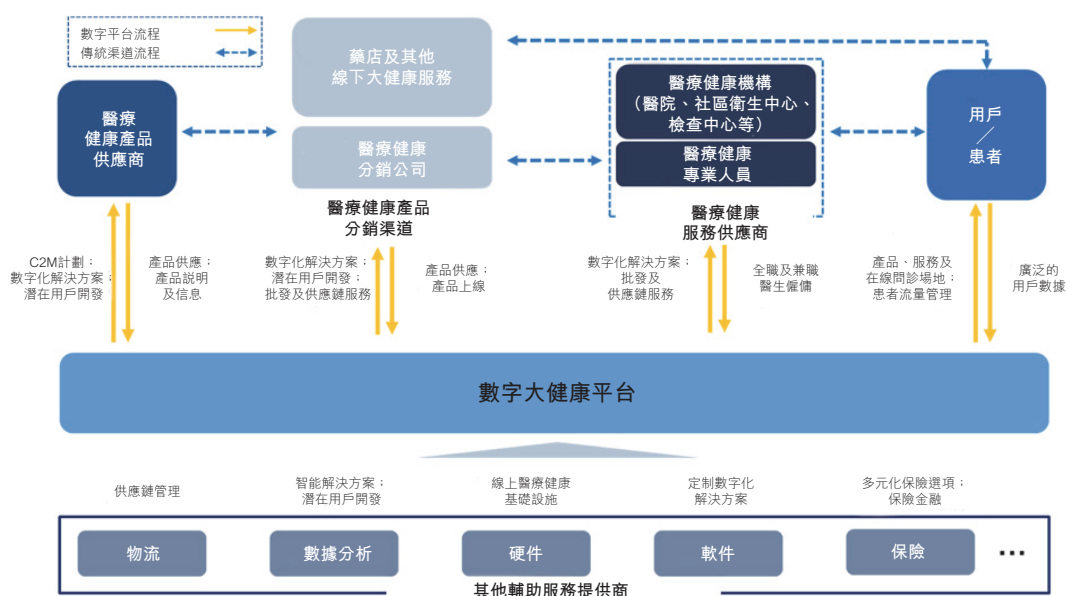
  

總計	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年(預測)	2021年(預測)	2022年(預測)	2023年(預測)	2024年(預測)	2025年(預測)	2026年(預測)	2027年(預測)	2028年(預測)	2029年(預測)	2030年(預測)
總計	5,172	5,834	6,521	7,302	8,131	8,973	9,915	10,944	12,117	13,415	14,761	16,136	17,538	18,911	20,308	21,773
■ 醫療健康服務	2,954	3,317	3,698	4,111	4,543	4,988	5,442	5,905	6,377	6,862	7,342	7,841	8,343	8,843	9,348	9,862
■ 藥品市場	1,221	1,329	1,430	1,533	1,633	1,715	1,826	1,950	2,087	2,229	2,374	2,526	2,682	2,843	3,014	3,194
■ 非藥品市場	582	666	769	890	1,020	1,170	1,335	1,507	1,696	1,880	2,070	2,247	2,426	2,605	2,790	2,981
■ 消費醫療健康服務	319	409	493	617	756	884	1,048	1,257	1,559	1,961	2,393	2,828	3,272	3,681	4,086	4,527
■ 醫療健康基礎設施	96	113	131	151	180	217	264	325	398	484	583	694	815	939	1,071	1,209

資料來源：弗若斯特沙利文報告

## 中國數字大健康市場概覽

大數據、雲存儲及人工智能等數字技術的進步和可及性已從本質上改變提供健康產品及服務的方式。數字大健康市場主要包括在線零售藥房、在線問診、線上消費醫療健康及數字醫療健康基礎設施等。下圖載列中國數字大健康市場的價值鏈。得益於包括物流和數字化保險在內的創新解決方案，數字大健康平台能夠服務並賦能傳統醫療健康價值鏈中的各現有利益相關者。



資料來源：弗若斯特沙利文報告

---

## 行業概覽

---

目前，中國醫療健康行業仍處於數字化初期階段。2019年，中國僅有2.4%的藥品通過院外在線零售藥房分銷。同樣，2019年，就中國門診量而言，在線問診佔總問診量的6.0%。此外，2019年，中國大健康市場的數字化比例佔中國醫療健康支出總額的3.3%。

然而，在「互聯網+醫療健康」相關政策及技術不斷進步的推動下，以及在COVID-19疫情的催化下，大健康市場的線下參與者越來越關注其數字化戰略。例如，互聯網醫院的總數已由2018年12月的119家增至2020年4月的497家，增幅為317.6%。在2020年第一季度，新建數字大健康公司的數量超過11,000家。此外，由於健康產品與服務之間的內在關聯性，大健康一個領域的數字化發展會同時帶動其他方面的發展。根據弗若斯特沙利文報告，隨著更多互聯網醫院的出現，將會帶動對在線問診及藥品的需求增加，這又會推動線上流量並進一步加快數字化進展。

下文乃根據弗若斯特沙利文報告作為按主要子版塊劃分的中國大健康市場數字化的主要推動因素的概述。

**在線零售藥房：**根據弗若斯特沙利文報告，在線零售藥房指通過互聯網及其他現代信息技術銷售醫藥和健康產品(包括藥品、醫療器械及營養保健品)。在線零售藥房類別包括自營、平台及線上至線下的全渠道佈局。除我們以外，主流參與者包括阿里健康、健客網及平安好醫生。

- 由於處方外流增加，院外零售藥房市場蓬勃發展。處方外流是正在進行的供給側改革的直接重點，預計這將顯著增加線下及線上零售藥房的規模。根據弗若斯特沙利文報告，估計中國門診藥品銷售額中高達87.6%可以在院外流通，而該銷售額中高達32.5%可以在線上分銷，這表明中國處方外流的市場潛力巨大。
- 在線零售藥房的滲透率上升。中國消費者熟悉線上零售平台。根據弗若斯特沙利文報告，2019年消費品零售總額的25.8%通過線上分銷。相比之下，2019年，院外藥品銷售中僅7.6%的藥品通過線上分銷及醫療器械零售中16.8%的醫療器械通過線上分銷。醫療健康產品的標準化性質及慢性病相關的重複性購買需求預計會迅速擴展該等健康產品的線上滲透率。預計到2030年，27.5%的藥品將通過院外藥品銷售渠道進行線上分銷，及40.9%的醫療器械將通過醫療器械零售渠道進行線上分銷。
- 線下藥房效率低下。醫療健康消費者持續尋求以實惠的價格獲得優質健康產品；然而，傳統線下零售藥房高度分散，削弱了其在定價談判中的議價能力。與此



---

## 行業概覽

---

同時，線下藥房亦易受效率低下及相對較高的營運成本影響。根據弗若斯特沙利文報告，2019年，中國前五大線下藥房的平均存貨周轉天數為86.1天，而美國為33.8天。因此，消費者越來越多地被在線零售藥房所吸引，而越來越多的線下藥房正試圖通過與線上渠道合作利用線上流量，進行全渠道佈局。

- **卓越的線上平台用戶體驗。**在線零售藥房能夠提供卓越體驗，使得用戶可以獲得各種優質產品及從問診到處方續簽的一系列支持性醫療健康服務。這樣可以更好地滿足用戶對質量及便利性的需求，有效地產生信任及黏性。根據弗若斯特沙利文報告，中國消費者在大健康方面的支出不會那麼衝動，往往會對自己信任的平台及品牌保持忠誠。

**在線問診：**根據弗若斯特沙利文報告，在線問診指通過互聯網醫院進行的醫療健康服務，包括在線問診及慢性病管理。除我們以外，主流在線問診供應商包括阿里健康及平安好醫生。

- **線下醫療資源分配不均。**中國醫療資源集中在大型三甲醫院，該類醫院僅佔全國醫院總數的8%，但2019年門診量佔總門診量的52%。三甲醫院集中在較富裕的城市及省份。醫療資源及診斷需求嚴重倒置且分配不均，導致患者體驗不佳。例如，根據弗若斯特沙利文報告，2019年，平均診斷時間僅佔門診就診人均3小時的4.4%（8分鐘）。相比之下，在線問診效率高，無論身處何處都可為患者提供便捷的優質醫療資源。更重要的是，在線問診預計將有效實現線上線下患者分流而成為中國實現分級診療系統的關鍵組成部分，從而進一步減輕當前中國醫療健康系統的負擔。
- **不斷擴大的服務能力及影響力。**通過與線下醫療機構的雙向轉診及線上醫療技術的進步，線上醫療健康服務變得更多更好。預計在線問診在整個諮詢鏈上的影響力將擴大，涵蓋從疾病預防到病後護理的服務，同時整合線上及線下的醫療資源。

**線上消費醫療健康服務：**根據弗若斯特沙利文報告，線上消費醫療健康服務指通過互聯網交易並在線下完成的以市場為導向的醫療服務，包括醫學美容、口腔齒科、基因測序、體檢及疫苗預約以及孕產服務。專注於各類線上消費醫療健康服務的參與者數量眾多，除我們以外，主流參與者包括新氧、美唄及更美。

- **預防健康的興起。**隨著人們越來越關注個人健康與保健，尤其是自COVID-19疫情爆發以來，人們對體檢、疫苗預約、基因測試及個人診斷工具等服務的需求預

---

## 行業概覽

---

計會增加。這進一步得益於更準確的對嚴重疾病(如癌症)的早期檢測和診斷，為患者有效降低費用負擔。

- **更精確及高效的用戶定位。**利用大量的線上用戶流量及目標用戶精準推薦技術，線上渠道將吸引更多的尋求精準和高效的用戶定位的線下醫療健康服務供應商。
- **有效的新型分銷渠道。**與傳統線下營銷渠道相比，線上渠道能有效觸達廣泛用戶，並提供有效的用戶教育。線上分銷渠道對於營銷新創新產品(例如基因測試)尤為有效。

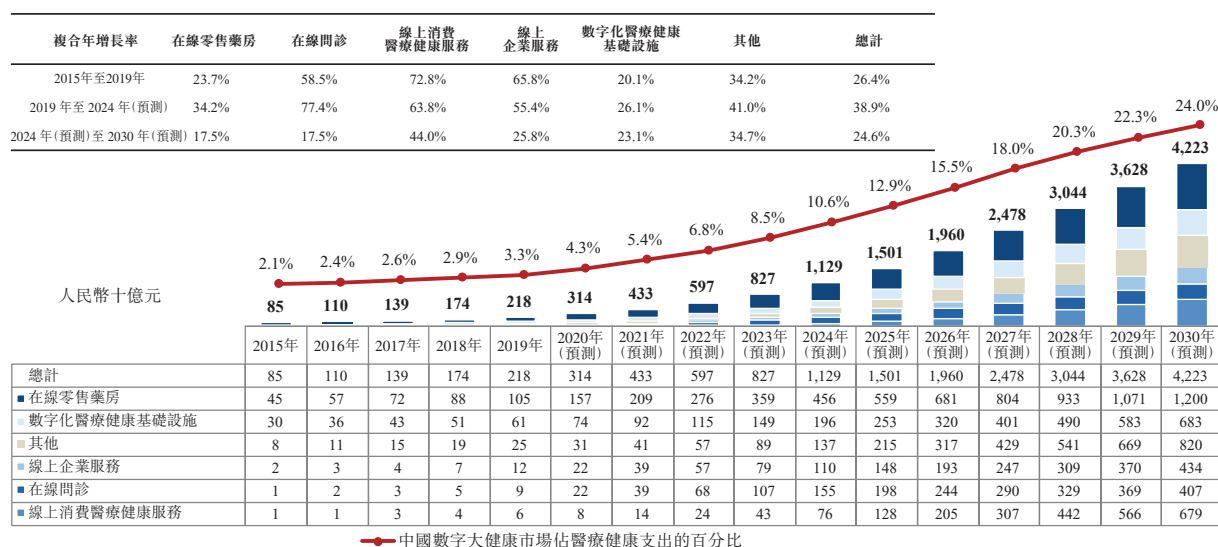
**數字化醫療健康基礎設施：**根據弗若斯特沙利文報告，數字化醫療健康基礎設施指一套基於數字化技術、網絡技術、通信技術、電子技術及信息技術的醫療健康基礎設施及系統。其是由數字化驅動，用於醫療健康相關服務的創新現代服務系統。除我們外，數字化醫療健康基礎設施的其他供應商包括阿里健康及微醫。

- **技術進步。**技術進步為傳統醫療健康服務行業帶來重大變革。人工智能和大數據技術為分級診療系統提供支持，而物聯網和5G亦在監測、預防、診斷及病後護理方面創新健康管理方式。
- **全醫療健康價值鏈數字化升級。**受為提高效率而進行數字化升級驅動，製藥公司及醫療健康機構等利益相關者對相關數字化基礎設施的需求逐漸增加。製藥公司正以數字化改進其研發及製造過程。醫院等醫療健康機構正在積極建立互聯網醫院，以豐富院外服務供應，加速向擴大線上業務轉型。
- **線下藥房數字化。**由於線下藥房過去一直面臨缺乏議價能力、缺乏規模經濟、營運與採購成本高、營運資金需求高及市場需求洞察力有限等問題，所以線下藥房對數字化策略升級的需求日益增加。

因此，鑒於中國數字大健康市場的轉型特性，市場規模將會由2019年的人民幣2,180億元分別大幅擴張至2024年及2030年的人民幣11,290億元及人民幣42,230億元。根據弗若斯特沙利文報告，中國大健康市場的數字化佔中國醫療健康總支出的比重預計將由2019年的3.3%分別快速增至2024年及2030年的10.6%和24.0%。下圖根據弗若斯特沙利文報告說明中國數字大健康市場按子版塊劃分的規模及預計增長以及數字化率。

# 行業概覽

## 按交易總額劃分的中國數字大健康市場明細，2015年至2030年(預測)



資料來源：弗若斯特沙利文報告

### 中國數字大健康市場的競爭動態

數字大健康市場為醫療行業中正在被數字技術改變的各子版塊按交易金額計算的集合。由於此乃新興市場，目前有眾多參與者專注於數字大健康市場的不同方面，其中許多參與者目前正在探索各種商業模式並傾向於在某一特定子版塊發展。然而，憑藉強大的醫療健康資源網絡及供應鏈能力，若干數字大健康市場的主要參與者已通過專注於發展平台模型來實現各業務版塊之間的協同效應，在多個子版塊中實現佈局，如下所示。該等主要參與者被稱為在線醫療健康平台公司。

公司	上市狀態	業務模式	2019年總收入 (人民幣百萬元)
本集團	非上市	<ul style="list-style-type: none"> <li>運營零售藥房及在線醫療健康服務</li> <li>零售藥房的運營模式包括自營、線上平台及全渠道佈局</li> <li>在線醫療健康服務包括互聯網醫院服務和消費醫療健康服務</li> </ul>	10,842
公司A	上市	<ul style="list-style-type: none"> <li>運營醫藥電子商務平台業務、醫藥自營業務、互聯網醫療健康業務、消費醫療服務業務及追溯業務和數字醫療業務</li> <li>其醫藥電子商務平台和醫藥自營業務通過B2C(自營和平台)、B2B及O2O經營</li> </ul>	9,596 <sup>(1)</sup>
公司B	上市	<ul style="list-style-type: none"> <li>運營在線醫療健康服務、消費醫療服務、醫藥電子商務業務及健康管理和互動</li> <li>醫藥電子商務業務包括自營和平台</li> </ul>	5,065

附註：

(1) 公司A的會計年度於3月31日結束。因此，其2019年收入是指截至2020年3月31日止會計年度的經營業績。



### 中國數字大健康市場的主要准入壁壘

*卓越的供應鏈能力*：根據弗若斯特沙利文報告，藥品集中採購和兩票制等政策預期會降低上游供應商及分銷商的利潤率，促使其尋求更透明、更具成本效益的銷售及市場推廣渠道。鑒於在線零售藥房的高效率及低成本，且得益於技術驅動的端到端供應鏈能力，在線零售藥房是最具競爭力的解決方案。

我們認為兩票制和藥品集中採購將對數字大健康市場及我們的業務產生積極影響。於2018年出台了兩票制，即藥品採購鏈中最多開具兩張發票的機制，一張由製藥廠開具、另一張由分銷商向醫療機構開具。兩票制基本原理簡單且有說服力：更少的分銷層級將更具透明化，最終降低分銷商利潤率，實現更規範的商業行為、更親民的價格，最終整合分銷格局。我們持續關注兩票制的發展，且認為兩票制將促使醫藥和健康產品供應商尋求具有高效供應鏈能力的銷售及市場推廣渠道，最終使本公司受益。

此外，根據弗若斯特沙利文報告，中國正在進行的藥品集中採購是國家政府通過降低價格控制藥品成本並加速醫療健康服務與藥品銷售分離的最新嘗試，杜絕藥品銷售濫用以支持醫療健康服務。隨著改革第一階段(遴選藥品及全國供應商招標)的完成，根據弗若斯特沙利文報告，改革已初見成效，推動價格大幅下降並重塑藥品市場質量—數量價格平衡。儘管對結果作出最終判斷還為時過早，但採購改革預計將重塑中國醫藥市場的未來。同時，96%的上市藥品不在集中採購範圍內，該等藥品的大部分銷售可能愈發依賴院外渠道，尤其是線上渠道。我們持續關注藥品集中採購體系改革的發展，且認為改革將為擁有廣泛及高效供應鏈網絡的公司創造大量機遇並最終使本公司受益。

*已經驗證及盈利模式清晰的業務模式*。數字大健康市場是中國醫療健康行業相對較新的版塊。許多業內參與者仍在探索能夠實現可持續收入和盈利能力的業務模式。在數字大健康市場的眾多子版塊中，在線零售藥房佔2019年市場總額的48.0%。憑藉多年的用戶積累和培養，在線零售藥房可能在可預見的未來繼續實現強勁增長。相比之下，在線問診市場變現策略仍在接受市場考驗。依賴在線問診的業務模式是否能夠實現大規模可持續增長仍存在不確定性。因此，在線零售藥房的強大實力對於平台在數字大健康市場中取得更高市場地位而言具有決定性作用。

*強大的醫療健康資源網絡*。分級診療系統和家庭醫生服務的推廣促成了居民健康管理體系的建立。為管理用戶的長期醫療健康需求，相關醫療健康管理平台在供給側需要大量資源，包括與醫院的合作關係、獲得優質醫生資源及建立患者信任關係。大型參與者在

---

## 行業概覽

---

建立醫療健康管理平台上更有可能取得成功，因彼等擁有更多包括網絡、技術和供應鏈服務在內的資源，可為醫院提供服務並為醫生連接線上和線下行醫場景。

### 中國數字大健康市場的主要機遇

擴大處方藥外流。處方外流為院內處方經院外渠道流通的過程，是該行業的一個重要新趨勢。根據弗若斯特沙利文報告，處方外流的潛在滲透率預計將達到中國門診藥品銷售額的87.6%。預計處方外流將在未來5至10年逐步推進。已與現有基本醫療保險掛鈎的醫院和基層醫療機構附近的藥店預計短期內將從該趨勢中受益；然而，具有大量SKU、強大供應鏈能力及處方流通能力的平台預計將成為長期受益者。下圖列示中國醫藥市場的院外渠道增速預計高於院內渠道，根據弗若斯特沙利文報告，線上渠道大大領先其餘渠道，2019年至2024年的複合年增長率為38.1%，而同期院外渠道線下銷量的複合年增長率為13.2%。

此外，根據弗若斯特沙利文報告，處方外流的情況增加通常已獲得政策及監管環境的支持，原因如下：

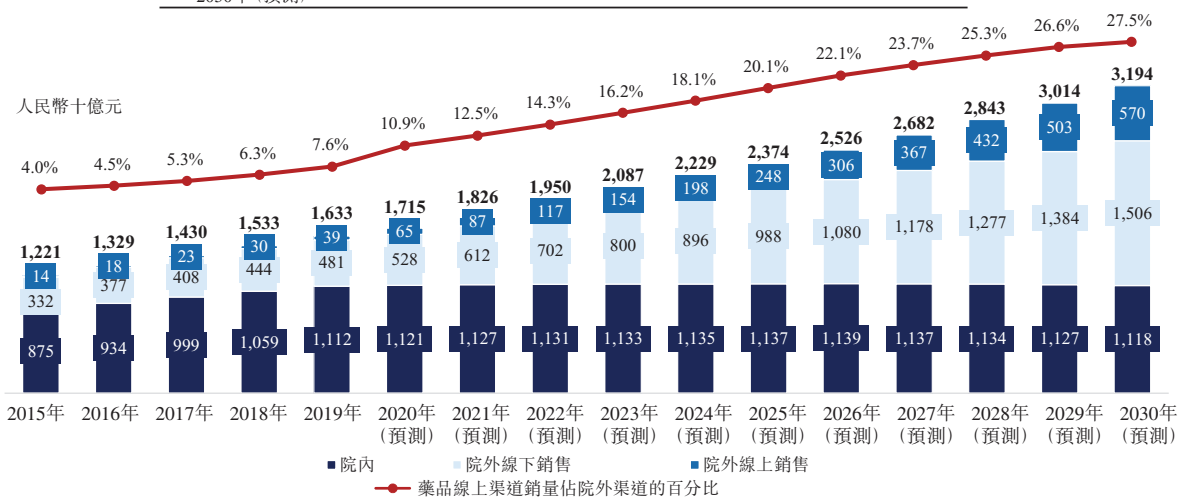
- 根據《「十三五」深化醫藥衛生體制改革規劃》，全面深化公立醫院改革，並嚴禁公立醫院提高藥品價格。受此政策影響，公立醫院無法通過藥品銷售獲利，從而降低了公立醫院藥品銷售的積極性，導致公立醫院藥品銷售收入貢獻日益減少；
- 因對醫院藥品銷售收入貢獻的監管及評估日漸嚴格，醫院更樂意患者通過院外渠道(包括線上線下零售藥店)購買藥品；
- 其他政策，包括《全國零售藥店分類分級管理指導意見(徵求意見稿)》及《關於進一步改革完善藥品生產流通使用政策的若干意見》，亦對處方藥院外流通改革作出了指引。

受處方外流影響，預計未來通過院內渠道銷售藥品的比例將有所下降，表明本公司業務不易受醫院採購風險影響。

## 行業概覽

### 按院內及院外渠道劃分的中國醫藥市場明細，2015年至2030年(預測)

複合年增長率	院內	院外	院外		總計
			線下銷售	線上銷售	
2015年至2019年	6.2%	10.8%	9.7%	30.4%	7.5%
2019年至2024年(預測)	0.4%	16.0%	13.2%	38.1%	6.4%
2024年(預測)至2030年(預測)	-0.2%	11.3%	9.0%	19.3%	6.2%

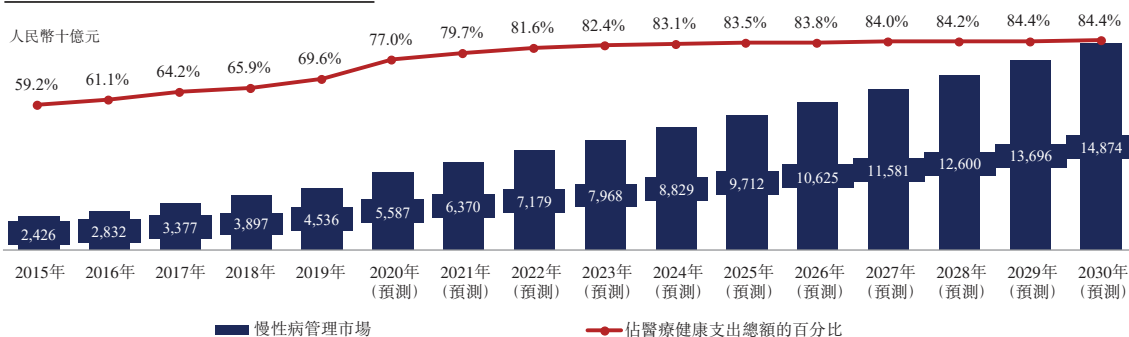


資料來源：弗若斯特沙利文報告

龐大的慢性病市場反映了數字化的巨大潛力。與在線零售藥房相比，在線問診的費用產生率通常較低，從而往往高度依賴流量和醫生聲譽。然而，在各種服務供應中，慢性病管理對醫生的品牌效應要求相對較低。患者通常需要定期複診、長期重複的處方續簽和治療。因此，相較於其他服務(如一般諮詢)，醫生與患者的互動更為頻繁，且患者往往更關注所提供服務的穩定性和可靠性。如下圖所示，由於慢性病管理市場總體上佔中國醫療健康開支的很大一部分，因此有很大的機會將大部分該市場進行數字化。同樣，醫療健康管理服務(如家庭醫生)亦能產生重複性收入，原因是用戶可能需要進行定期健康檢查以預防疾病。因此，慢性病管理和醫療健康管理能在促進進一步的在線零售藥房需求的同時，成為可行的變現方式。預計具備全週期產品和服務供應的平台將直接受益於該等服務的增長。

### 中國慢性病管理市場，2015年至2030年(預測)

期間	複合年增長率
2015年至2019年	16.9%
2019年至2024年(預測)	14.2%
2024年(預測)至2030年(預測)	9.1%

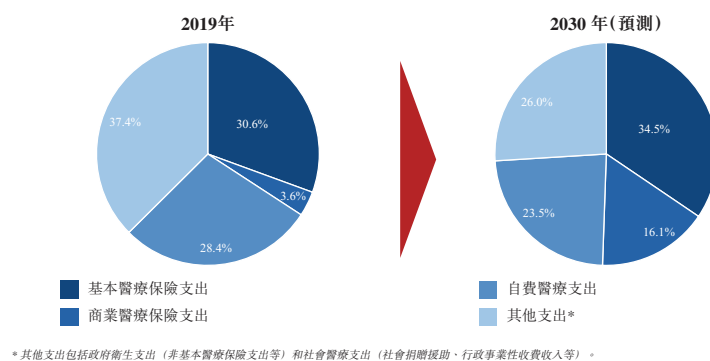


資料來源：弗若斯特沙利文報告

## 行業概覽

日益完善的醫療健康支付系統。如下圖所說明，預計到2030年，中國醫療健康支出的支付結構可能會在基本醫療保險、商業保險和自費間分佈更加均衡。基本醫療保險項目線上支付的實施，有利於在線問診的發展，原因是其充當連接線下醫院和處方流的門戶，因而增加了用戶群。隨著線上基本醫療保險支付系統的發展，越來越多的藥品和線上醫療健康服務將被納入醫保或報銷，這是大勢所趨。根據《關於積極推進「互聯網+」醫療服務醫保支付工作的指導意見》，基本醫療保險支付相關政策應平等地應用於線上線下醫療服務。擁有品牌認可度、技術優勢及服務網絡優勢的平台將在與基本醫療保險接軌方面成為領先者。商業保險長期專注於用戶體驗，因此具有強大服務能力和密集網絡的平台能夠充分發展與其的深度合作關係。此外，數字化平台過去已吸引大量自費用戶。展望未來，預計此類用戶繼續優先選擇具有品牌認可度、信任度和卓越用戶體驗的平台。

按支付方式劃分的中國醫療健康支出總額明細，2015年至2030年(預測)



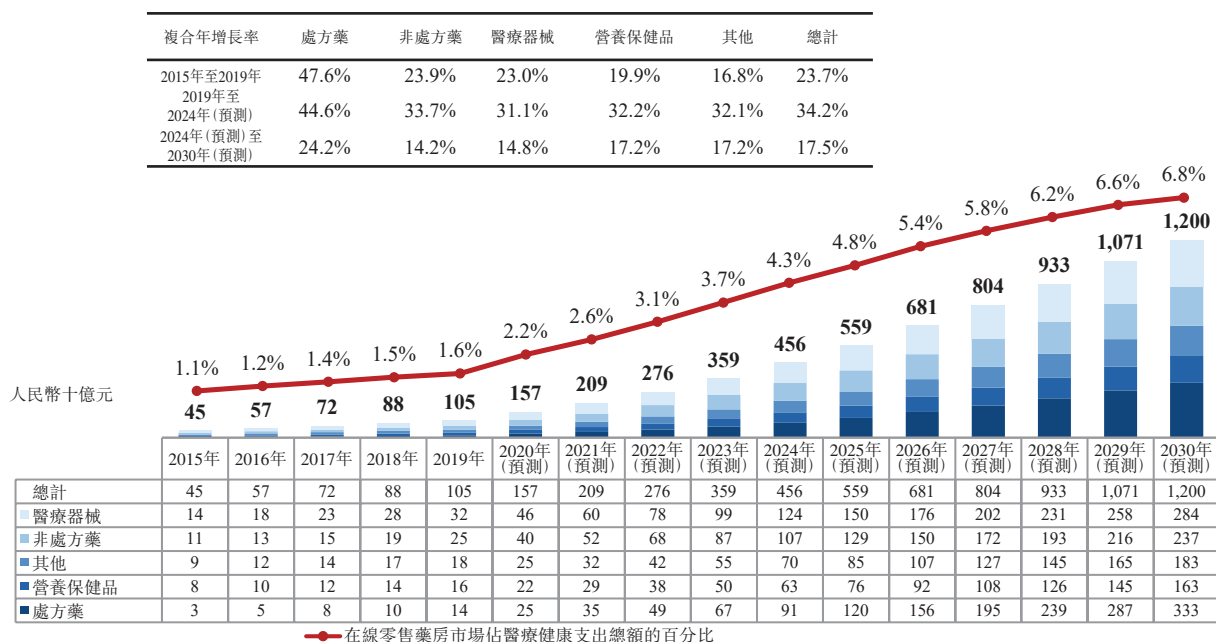
資料來源：弗若斯特沙利文報告

### 中國在線零售藥房行業概覽

「互聯網+醫療健康」政策框架和技術轉型已促使中國在線零售藥房市場蓬勃發展。中國在線零售藥房市場於2019年增至人民幣1,050億元，2015年至2019年的複合年增長率為23.7%。根據弗若斯特沙利文報告並基於前述因素，預計中國在線零售藥房市場規模將迅速擴張，並分別於2024年及2030年達到人民幣4,560億元及人民幣12,000億元，複合年增長率分別為34.2%及17.5%。下圖載列在線零售藥房市場的規模、增長和明細。

## 行業概覽

### 按交易總額劃分的中國在線零售藥房市場，2015年至2030年(預測)



資料來源：弗若斯特沙利文報告

根據弗若斯特沙利文報告，中國在線零售藥房市場的主要趨勢為：

- **在線零售藥房和醫療健康服務的結合。**雙軌提供「醫療健康產品加醫療健康服務」有利於在線零售藥房(特別是藥品)的銷售增長。採購藥品和醫療健康服務彼此互補，而與更專注於單一業務的平台相比，兩者兼具的平台在獲取更大需求方面佔據有利地位。
- **持續提升的用戶體驗。**技術驅動的數字化平台已經在許多垂直領域為消費者提供卓越的用戶體驗。消費者亦對其於醫療健康行業的體驗提出更多要求。與其他行業一樣，能提供具有競爭力的價格、個性化及便利的線上平台可進一步提升用戶黏性。
- **供應鏈整合能力。**具有強大供應鏈能力的平台能夠妥善合併零散線下零售藥房市場，以提升對上游參與者的議價能力或進入院內市場。



## 行業概覽

### 中國在線零售藥房行業的競爭動態

根據弗若斯特沙利文報告，於2019年，在線零售藥房佔數字大健康市場的48.0%，且預計將於未來十年維持為最大子版塊，從而成為最重要的子版塊。下表按主要參與者的市場份額說明2019年中國在線零售藥房市場的競爭格局。

公司	上市狀態	在線零售藥房的業務模式	按收入劃分的2019年市場份額	排名
本集團	非上市	運營模式包括自營、線上平台及全渠道佈局	29.8%	1
公司A <sup>(1)</sup>	上市	運營模式包括醫藥電子商務平台及醫藥自營業務(通過B2C(自營及平台)、B2B及O2O經營)	27.1%	2
公司C	非上市	醫藥及醫療健康產品的B2C自營	6.4%	3

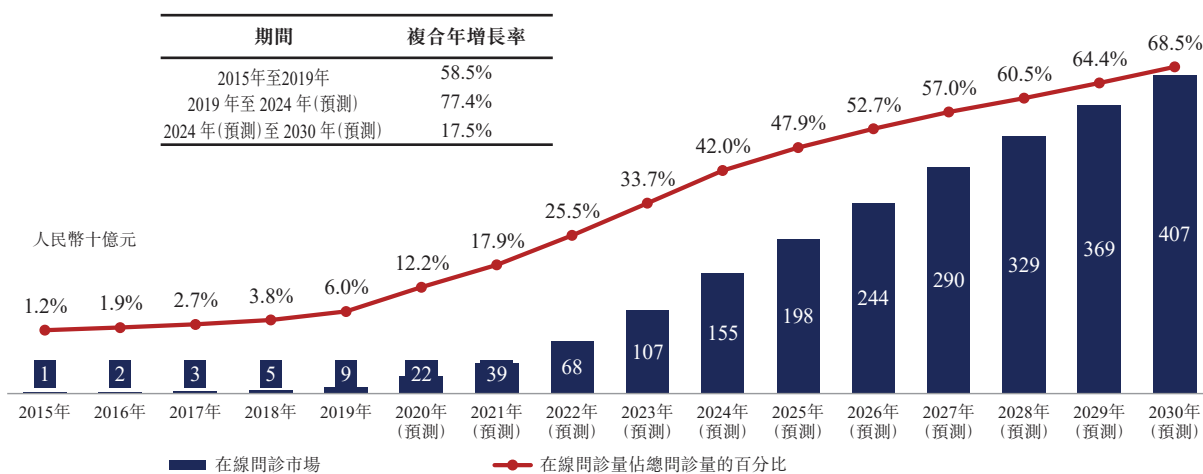
附註：

(1) 公司A的財政年度於3月31日結束。因此其2019年的收入指其截至2020年3月31日止財政年度的經營業績。

### 中國在線問診行業概覽及展望

在線問診一般涵蓋諮詢和處方續簽、複診、醫院預約及慢性病管理。COVID-19疫情不僅提高了大眾的健康與保健意識，亦使該等服務的接受度增加，從而使消費者養成使用在線問診的長期習慣。結合預期會進一步規範服務的扶持政策環境，在線問診將變得更高效、更可靠且質量更好。因此，預計中國在線問診市場在2019年至2024年將按77.4%的複合年增長率增長，由2019年的人民幣90億元大幅增至2024年的人民幣1,550億元，並於2030年達致人民幣4,070億元，成為醫療諮詢的主要方式，佔中國總問診量的68.5%。下圖說明中國在線問診市場的規模和增長情況。

中國在線問診市場，2015年至2030年(預測)



資料來源：弗若斯特沙利文報告

---

## 行業概覽

---

根據弗若斯特沙利文報告，中國在線問診市場的主要趨勢如下：

- *有效的慢性病管理*。預期慢性病管理將愈發依賴數字化。線上數字化診斷和治療服務可成為管理患者健康檔案和支付整個慢性病生命週期(如糖尿病、高血壓和冠心病)治療費用的有效工具。
- *個性化的治療*。可以更好地存儲和在線分析個人健康檔案，從而更精確地匹配患者和可能的治療方案。隨著在線醫療健康服務規模的進一步擴大，可以收集更多的數據，為用戶提供更易於使用、更加個性化的治療方案。
- *醫學專家的參與度提高*。專家、知名醫生及醫生群體傾向專注於更複雜和更嚴重的疾病。然而，如果數字化平台能夠吸引相關主要人員並讓他們投入時間在線上執業，則該等平台將擁有顯著的先發優勢，以進一步擴展其提供的服務。

### 資料來源

就全球發售而言，我們已委聘弗若斯特沙利文進行詳盡分析，並編製有關我們經營所在市場的行業報告。弗若斯特沙利文為一家於1961年成立，總部設於美國的全球獨立市場研究及諮詢公司。弗若斯特沙利文提供的服務包括市場評估、競爭基準以及各行業的策略及市場規劃。我們就編製弗若斯特沙利文報告產生合共人民幣600,000元的費用及開支。支付有關款項並不取決於我們成功上市或弗若斯特沙利文報告的內容。除弗若斯特沙利文報告外，我們並未就全球發售委託任何其他行業報告。

我們已將弗若斯特沙利文報告的若干資料載入本招股章程，原因是我們認為有關資料有助於有意投資者了解我們經營所在市場。弗若斯特沙利文根據其內部數據庫、獨立第三方報告及從知名行業組織獲得的公開可得資料編製該報告。如有需要，弗若斯特沙利文會與於該行業內營運的公司聯絡，以收集及匯集有關市場及價格的資料以及其他相關資料。弗若斯特沙利文認為，於編製弗若斯特沙利文報告時所用的基本假設(包括用於進行未來預測的該等假設)均屬真實、準確及無誤導成份。弗若斯特沙利文已獨立分析有關資料，但其審閱結論的準確性主要取決於所收集資料的準確性。弗若斯特沙利文的研究或會因該等假設的準確性及所選擇的該等一手及二手源料而受到影響。

於編製弗若斯特沙利文報告時，弗若斯特沙利文依賴來自多個數據來源的市場資料，包括外部資料渠道及弗若斯特沙利文內部數據庫。外部資料渠道由一手及二手研究構成，包括(i)治療指引及專家共識；(ii)中國藥品審評中心；(iii) ClinicalTrials.gov；(iv)國家藥品監督管理局；(v)公開發表的文獻材料及行業研究報告；(vi)上市公司披露的年度報告及產品開發資料；及(vii)行業專家訪談。