

跨境医药政策开放对互联网医疗的正面影响

1 跨境医药政策开放的背景和未来展望

2 目前互联网医疗业务范围

3 跨境医药政策开放如何助长互联网医疗

1) OTC的销售短期盈利可观

2) 新特药进口和相关业务的市场极具潜能

3) 提供给医患双方关于进口医药的最新信息，
同时了解用户需求，获取并巩固流量

时间	事件
2019年12月30日	《北京市跨境电商销售医药产品试点工作实施方案》颁布 中国首次将医药类产品加入跨境电商进口的 <u>正面清单</u> 我国医药产品的 B2C 进口方式变得合法正规
2020年6月18日	阿里健康作为跨境医药电商首个试点在电商节正式开仓销售 跨境非处方药品自营业务同比增长 100% 以上 保税仓药品实现“一物一码”，快速发货
2021年1月29日	北京药品监管局同意药兜为跨境医药电商提供仓储物流第三方服务 国内首次批准企业作为跨境医药零售仓储中心 消费者购买境外药品到货速度提升
2021年5月8日	国务院同意在河南省内开展为期三年的跨境电商零售进口药品试点 “快”：药品通关单无需检验； “省”：交易限制内关税为 0 ，增值税、消费税为法定应纳税额的 70%

1) 可进口医药产品种类增加。

(目前：已取得中国境内上市许可的13类非处方药和卫生用品，基本为护理类产品，比如药酒、药膏，精油，香膏，药食同源类的中药产品，维生素等等。)

2) 随着更多第三方仓储物流企业获批为跨境医药电商服务，允许跨境医药产品向境内试点外企业和单位销售，开放B2B，O2O模式，不只局限于B2C为主的电商平台。

- 非处方
 - 跨境电商正面清单外
 - 国内已上市
- 非处方
 - 境外已上市
 - 国内未上市
- 处方
 - 国内已上市
- 处方
 - 国内未注册
 - 医疗机构临床急需

互联网医疗：以互联网为载体融合并延伸传统医疗健康服务。

主要提供的业务有：

- 在线问诊咨询
- 对接医药电商、线下药店和**DTP**药房的处方药续方和药品零售
- 对于患者的长期康复与健康管理
- 面向医生和患者的医疗内容

跨境医药政策的放宽意味着我国国内医药**产品丰度大大提高**，医患双方都将面临更多选择。

互联网医疗能通过提供关于新产品的相关信息和获取的高效渠道**吸引用户**——互联网医疗盈利的基础。

短期内盈利可观：

用户对已获批药品品种的需求量大：

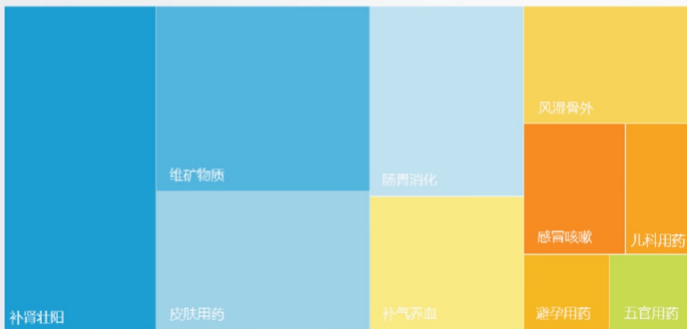
目前，补益，皮肤，维矿物质类非处方药销量占据第一梯队——消费者会“囤货”。

消费者的健康意识提升，对用药选择更为精细：
“海外购”出现更多医药保健品。

合法渠道有更好的质量保障和购买使用体验：
境外消费回流至境内——风险低(一物一码)，提供用药指导，确保药品信息准确性，到货速度快。

图2-8：2016-2019年医药电商非处方药类别销量TOP10类目

■ 补肾壮阳 ■ 维矿物质 ■ 皮肤用药 ■ 肠胃消化 ■ 补气养血
■ 风湿骨外 ■ 感冒咳嗽 ■ 儿科用药 ■ 避孕用药 ■ 五官用药



数据来源：京东健康

跨境高价新特药或成为未来盈利重点：

例如，中国目前罕见病相关诊断和治疗资源稀少：

罕见病群体需求迫切，难以在国内得到所需服务；后期准入罕见病治疗药品，线上下服务结合，可满足病患长期用药需求，形成全周期管理的闭环。



增加消费者黏性的机会：

提供便捷高效的购买渠道和多样化的选择：

填补关于进口药品的信息空缺：

包括使用经历分享，品牌介绍，药效对比，药品说明，等等。

与用药咨询和健康管理业务结合：

提供关于药品的服药建议，专家咨询；

设置药物购买/使用提醒，

提高用户依从性。

亿欧智库：2021年互联网医疗用户主要目的



补充提供给医生和企业的医疗信息：

整合供医生参考的相关资讯：

比如国外相关药物研发进度，跨境医药政策预测，国内外药物效用对比和科普等，可以优化医生提供的治疗方案。

基于已有用户数据分析需求：

帮助国外药企服务国内患者，引导药品的研发、上市、和进口。

跨境医药政策的放宽使得更多海外的医药产品流入国内市场，增加了医患的用药选择。有利于完善互联网医疗闭环，制造更多盈利和扩大用户群的机会。

感谢聆听

THANK YOU FOR LISTENING

简单 · 高效 · 谦逊 · 拼搏