

行業概覽

本節及本文件其他章節所載的若干資料及統計數據來自政府官方刊物及其他公開可獲得來源以及弗若斯特沙利文報告。弗若斯特沙利文報告是我們委託獨立市場研究及諮詢公司弗若斯特沙利文編製的一份市場研究報告。我們認為，本節及本文件其他章節所載資料來源屬適當資料來源，且在摘錄及轉載有關資料時已採取合理謹慎措施。我們並無理由相信有關資料屬虛假或具誤導性或遺漏任何事實而導致有關資料屬虛假或具誤導性。該政府官方資料來源並未經我們或參與全球發售的任何其他各方，或我們或彼等各自的任何董事、高級人員或代表獨立核實，且概無就其準確性發表任何聲明。與我們行業有關的風險討論，請參閱「風險因素—與我們的業務及行業有關的風險」。董事經合理質詢及採取合理的謹慎措施後確認，自弗若斯特沙利文報告發佈日期以來，市場資料並未發生可能會限制、抵觸或影響本節資料的任何不利變動。

資料來源

我們委託弗若斯特沙利文對中國醫藥市場進行詳細研究及分析。弗若斯特沙利文為一家於1961年成立，總部設於美國的獨立全球市場研究及諮詢公司。弗若斯特沙利文提供的服務包括各行業市場評估、競爭基準、戰略和市場規劃。我們同意就編製弗若斯特沙利文報告向弗若斯特沙利文支付人民幣850,000元的費用。我們認為支付該費用不會影響弗若斯特沙利文報告所得出結論的公正性。該委託報告由弗若斯特沙利文編製，不受本公司及其他利益相關方的影響。我們已在本節以及本文件「概要」、「風險因素」、「業務」、「財務資料」等章節摘錄弗若斯特沙利文報告的若干資料，為潛在投資者提供有關我們經營所處行業更全面的介紹。除另有說明外，本節所載的所有數據和預測均摘自弗若斯特沙利文報告。

弗若斯特沙利文根據其內部數據庫、獨立第三方報告和知名行業組織的公開可用數據編製報告。必要時，弗若斯特沙利文會聯繫行業內經營的公司，收集和綜合有關市場、價格和其他方面的相關信息。弗若斯特沙利文認為，在編製弗若斯特沙利文報告時使用的基本假設(包括用於進行未來預測的假設)均屬真實、正確且不具誤導性。弗若斯特沙利文已獨立分析該等信息，但其審查結論的準確性在很大程度上取決於所收集信息的準確性。弗若斯特沙利文的研究可能會因該等假設的準確性以及該等一手及二手資料來源的選擇而受到影響。

在編製弗若斯特沙利文報告的過程中，弗若斯特沙利文進行了初步及二次研究，獲得了有關我們經營所處的醫藥市場的知識、統計數據、信息及行業見解。初步研究涉及採訪關

行業概覽

鍵行業專家及領先的行業參與者。二次研究涉及分析來自各種公開數據來源的數據。弗若斯特沙利文報告乃基於以下假設編製：(1)中國整體社會、經濟及政治環境預期於預測期間保持穩定；(2)在整個預測期間內，相關主要驅動因素可能推動中國醫藥市場持續增長；及(3)不存在可能會對本行業造成重大或根本性影響的極端不可抗力或不可預見的行業規定。所有與市場規模有關的預測均基於截至最後實際可行日期的總體經濟狀況，倘COVID-19疫情持續或升級，並對總體經濟產生無法預料的負面影響，則有關預測將會予以調整。

中國醫療健康行業概覽

中國擁有全球最大的醫療健康市場之一。根據弗若斯特沙利文的資料，中國的總體醫療健康支出位列全球第二，於2021年達到人民幣7.6萬億元，並且預計在未來將保持穩定增長，以9.5%的年複合增長率增至2027年的人民幣13.0萬億元。

根據弗若斯特沙利文的資料，中國醫療健康支出主要受到如下因素驅動：

- **人均可支配收入不斷增加。**在經濟與城镇化持續發展的背景下，中國的人均可支配收入預計將由2022年的人民幣36,883元增至2027年的人民幣52,851元，年複合增長率達7.5%。不斷增加的人均可支配收入代表著中國居民的購買力不斷增強，並驅動醫療健康相關的需求不斷增長。
- **人口老齡化趨勢。**隨著人口出生率下降和人均壽命不斷延長，中國已經進入老齡化社會。中國65歲以上的老齡人口數量預計將由2022年的211.3百萬增至2027年的273.6百萬，佔總人口比例將由2022年的約14.9%增至2027年的約19.0%。由於老人通常有更多的疾病管理和治療需求，老齡化的人口結構預計會帶來巨大醫藥和醫療健康服務的市場機會。
- **典型慢性病的發病率上升。**與生活方式和人口老齡化息息相關的慢性疾病，如糖尿病、肝炎、慢性腎炎等，在中國越來越普遍。在中國，與慢性病相關的醫療健康支出佔總醫療健康支出的比例已由2018年的57.3%增至2022年的69.9%，並預計將進一步增至2027年的約75.1%。典型慢性病的發病率上升使得患者對於用藥及健康管理的需求日益上升。
- **有利的法規及政策。**中國出台了一系列政策以鼓勵醫療健康行業發展。由中共中央、國務院於2016年10月印發並生效的《「健康中國2030」規劃綱要》中提出，通過有利的政策及實施相結合，預計到2030年將實現健康服務能力大幅提升，包括優質、高效整合的醫療衛生服務體系和完善的全民健康公共服務體系全面建立，健康保障體系進一步完善，醫療健康科技創新整體實力位居世界前列，醫療健康服務質量明顯提高。此外，在由國家發展和改革委員會、國家衛生健康委員會等於2021年6月印發並生效的《「十四五」優質高效醫療衛生服務體系建設

行業概覽

實施方案》中亦提出到2025年，基本建成體系完整、佈局合理、分工明確、功能互補、密切協作、運行高效、富有經濟韌性的優質高效整合型醫療衛生服務體系。中國醫療行業的發展不斷上升到國家級高度，為行業的健康發展提供了強勁的推動力。

中國醫藥市場概覽

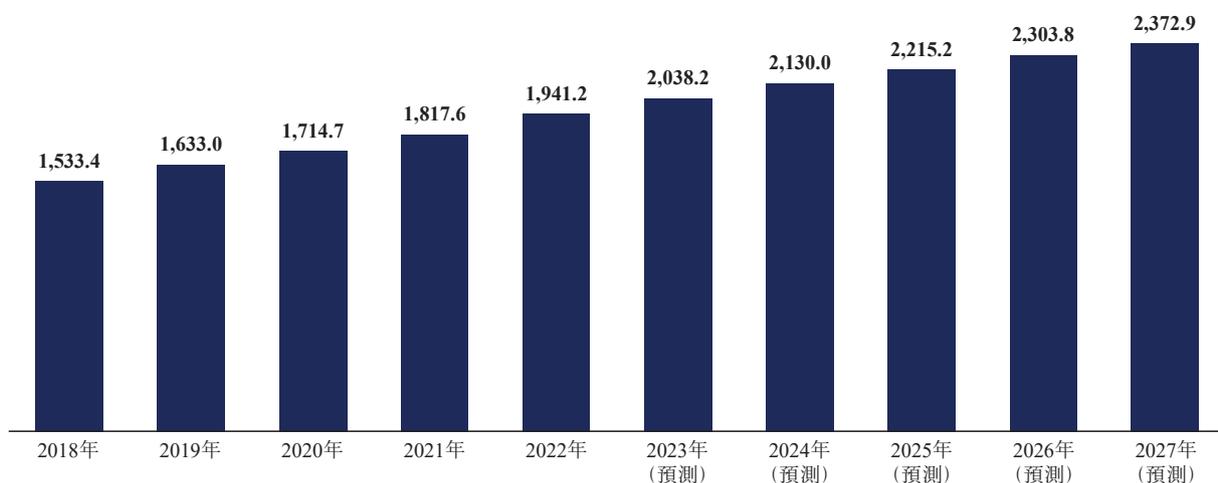
中國醫藥市場的市場規模及產業價值鏈

受到藥品供應多樣化和用藥需求不斷增長的驅動，中國醫藥市場呈現穩步上升趨勢。根據弗若斯特沙利文的資料，以零售端銷售額計，中國2022年的醫藥市場規模已經達到人民幣1.9萬億元。零售端銷售額預計將由2022年的人民幣1.9萬億元以4.1%的年複合增長率增至2027年的人民幣2.4萬億元。

中國醫藥市場（以零售端銷售額計）（2018年至2027年（預測））

	2018年至2022年	2022年至2027年(預測)
年複合增長率	6.1%	4.1%

人民幣十億元



資料來源：弗若斯特沙利文

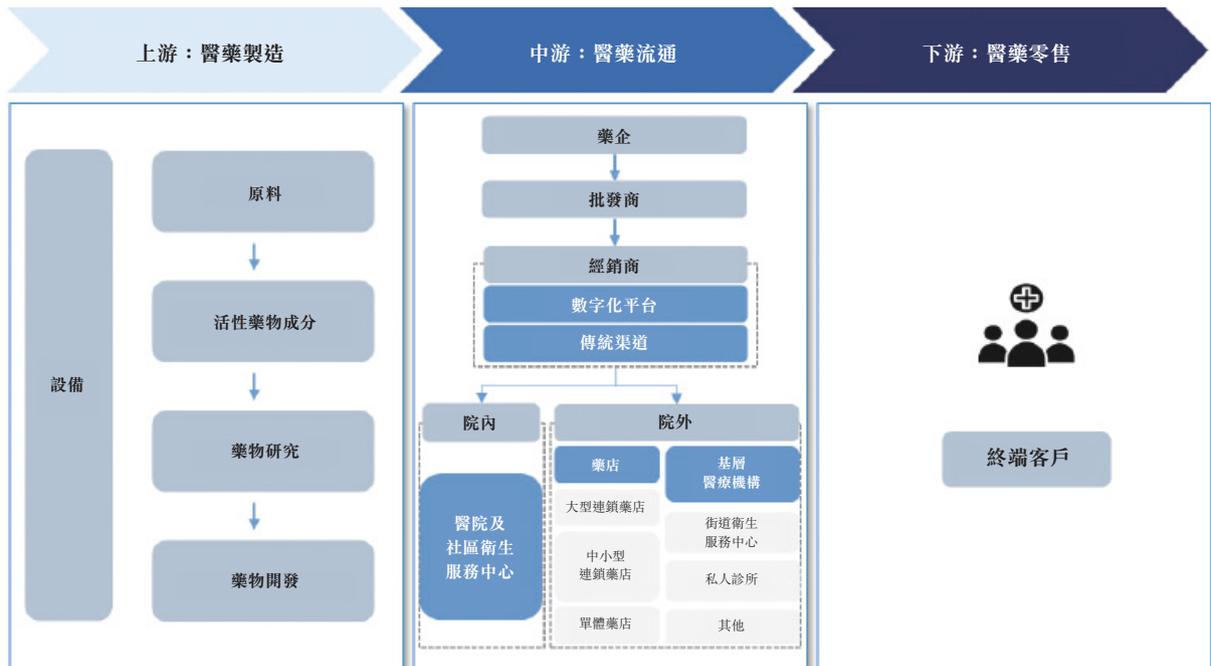
中國醫藥產業價值鏈主要包括醫藥製造、醫藥流通和醫藥零售三個環節。醫藥製造環節指的是藥企購入原料和包材以製造醫藥產品的過程。醫藥流通環節指的是藥品經銷商從上游藥企採購藥品，繼而出售給其他藥品經銷商、下游醫院、藥店等零售終端的過程。醫藥零售環節則指的是終端客戶從零售終端購買藥品的過程。

根據零售終端的類型不同，醫藥市場又可分為院內和院外兩大市場。院內市場終端以各等級醫院為主，院外市場終端由藥店和基層醫療機構構成。藥店按照其規模及經營模

行業概覽

式可進一步分為大型連鎖藥店(500家門店及以上)、中小型連鎖藥店(500家門店以下)和單體藥店。基層醫療機構可進一步分為衛生服務中心/站(街道級及鄉鎮級)、村衛生室及私人診所。考慮到中小型連鎖藥店、單體藥店和基層醫療機構通常分佈在低線城市、偏遠地區或城市非核心區域，主要服務於基層的醫療需求，故我們將其統稱為院外基層終端。

中國醫藥市場產業價值鏈概覽



資料來源：弗若斯特沙利文

高度分散的院外市場

與院內市場終端相比，院外市場終端(特別是基層醫療層級終端)數量更多、規模更小以及分佈分散。此外，院外市場終端的服務區域範圍有限，僅服務於一定地區內的終端客戶。因此，院外市場終端的藥品採購具有頻次高、單次採購金額小、以零散的SKU需求為主等特點。同時，由於院外市場終端的流動性有限、庫存量較小、周轉較快，故要求物流配送迅速與及時。此外，院外市場終端的資金周轉通常比院內市場終端快。院外市場終端的資金周轉一般控制在一個月內。下表列示了院內與院外市場的主要差異。

行業概覽

院內市場與院外市場的比較

	下游終端	上游供應商	SKU	採購頻次	配送要求	資金周轉
院內市場	<ul style="list-style-type: none">一級醫院二級醫院三級醫院	<ul style="list-style-type: none">全國性大型醫藥經銷商	<ul style="list-style-type: none">處方藥非處方藥	<ul style="list-style-type: none">頻次低，每單需求量大	<ul style="list-style-type: none">要求低，難度小	<ul style="list-style-type: none">3至6個月
院外市場	<ul style="list-style-type: none">藥店基層醫療機構	<ul style="list-style-type: none">全國性大型醫藥經銷商區域性中小規模經銷商	<ul style="list-style-type: none">非處方藥(初級)處方藥非醫藥保健品	<ul style="list-style-type: none">頻次高，每單需求量大	<ul style="list-style-type: none">要求高，難度大	<ul style="list-style-type: none">0至3個月

資料來源：弗若斯特沙利文

對院外市場供應端而言，截至2022年末，中國有約14,000家醫藥經銷商，前三大經銷商總共約佔27%的市場份額，遠低於美國市場份額(美國市場份額超過65%)。根據弗若斯特沙利文的資料，儘管中國的醫藥經銷商數量預計在未來五年內不會顯著增加，但院外市場將在一定時間內仍保持這種高度分散的格局。

對院外市場零售端而言，主要的終端為藥店和基層醫療機構。在藥店終端中，截至2021年末，中國共有600,000家藥店，其中大型連鎖藥店佔比為21.0%，中小型連鎖藥店和單體藥店佔比為79.0%。而2020年前二十大藥店市場份額僅約為27%，相較於美國的市場份額50%為低。在基層醫療機構中，截至2021年末，中國有約977,790家基層醫療機構，大多分佈在低線城市和偏遠地區。根據弗若斯特沙利文的資料，近期院外市場終端數量預計將維持穩定增長的態勢，藥店數量自2020年起以7.4%的年複合增長率增至2027年的約928,000家，基層醫療機構數量自2020年起以1.3%的年複合增長率增至2026年的約1,064,000家。

院外市場驅動醫藥流通市場持續增長

按照零售市場的類似軌跡，中國醫藥流通市場在過去五年經歷了較快增長，由2018年的人民幣1.3萬億元增至2022年的人民幣1.8萬億元，年複合增長率為6.9%。未來五年，醫藥流通市場預計將保持較為穩定的增長，年複合增長率為4.1%，由2022年的人民幣1.8萬億元增至2027年的人民幣2.1萬億元。

院外醫藥流通市場預計將成為整體醫藥流通市場增長的主要驅動力。院外醫藥流通市場規模由2018年的人民幣3,716億元增至2022年的人民幣6,397億元，年複合增長率為14.5%，佔整體醫藥流通市場的相應百分比由2018年的27.6%增至2022年的36.5%。未來五年，院外醫

行業概覽

藥流通市場預計將由2022年的人民幣6,397億元進一步增至2027年的人民幣1.0萬億元，年複合增長率為9.6%，佔整體流通市場滲透率由2022年的36.5%增至2027年的47.1%。

按GMV劃分的中國醫藥流通市場（2018年至2027年（預測））

年複合增長率	2018年至2022年	2022年至2027年(預測)
合計	6.9%	4.1%
院外	14.5%	9.6%
院內	3.4%	0.4%

人民幣十億元



資料來源：弗若斯特沙利文

院外醫藥流通市場的主要驅動因素

- **國家出台關於處方藥外流的有利政策。**藥品銷售是中國公立醫院以往收入的重要組成部分。過往醫生出具的處方僅可供病人在醫院的藥房購買處方藥。2014年，商務部等六部委聯合發佈《關於落實2014年度醫改重點任務提升藥品流通服務水平和效率工作的通知》（「《通知》」）。《通知》要求零售藥店承擔公立醫院門診提供藥房服務和其他專業服務的責任。此外，國務院於2016年頒佈的《深化醫藥衛生體制改革2016年重點工作任務》指出，禁止醫院限制處方外流，患者可自主選擇在公立醫院門診藥房或憑處方到零售藥店購藥。2017年頒佈的《深化醫藥衛生體制改革2017年重點工作任務》提出探索醫療機構處方信息、醫保結算信息與藥品零售消費信息互聯互通、實時共享。該等政策持續推動處方藥從院內市場流向院外市場，為院外市場處方藥銷售帶來增量。
- **向院內市場推廣新藥的門檻不斷提高。**國家一直以來大力支持新藥研發與推廣，納入《國家醫保藥品目錄》的創新藥越來越多。然而，創新藥進醫院的「最後一公

行業概覽

里」卻障礙重重。根據中國藥學會調查數據顯示，於2018年至2019年納入《國家醫保藥品目錄》的腫瘤創新藥中，截至2020年第三季度，進院比例僅為15%至25%。院內系統進入門檻的提高導致部分新藥流入院外流通市場，終端客戶可以通過藥店選擇購買的SKU種類更多。

- **藥企向院內市場供應藥品動力降低。**2018年，國家醫療保障局發佈《4+7城市藥品集中採購文件》，在北京、天津、上海等11個城市為首批藥品集中採購試點城市，要求醫療機構優先使用集中採購藥品。首批試點集中採購計劃的藥品價格平均降幅52%，最大降幅超過90%。截至2022年2月，國家已將7批藥品納入「集中採購」計劃，涉及多達290個SKU。藥品的集中採購常態化、提速擴面的趨勢已成為市場共識。醫藥集中採購將轉移藥企經營戰略重心，將向作為新分銷渠道的院外市場傾斜。
- **醫療資源下沉趨勢。**開發基層醫療資源一直是中國醫療制度改革的重中之重。根據國務院辦公廳2015年發佈的《關於推進分級診療制度建設的指導意見》，要求以強基層為重點完善分級診療體系，此後又推出了更加細化的國家及地方政策。儘管政策利好，2022年中國基層醫療機構承擔的診療人次佔比仍僅約為50%，基層醫療仍有很大增長空間。未得到滿足的診療需求使患者前往更高線城市中設備更好但極度擁擠的三甲醫院，加重資源錯配問題。作為院外市場的重要組成部分，基層醫療機構在居民問診、購藥、醫療檢測、治療等領域扮演的角色將日益重要。
- **科技和新業務模式助力院外市場發展。**互聯網、大數據、雲計算、AI等技術的發展為傳統醫藥流通行業帶來了新的活力。數字化醫藥交易打破了地域疆界的限制，對交易數據的管理和應用提高了醫藥供應鏈的效率。相較於格局較為集中、高度監管的院內體系而言，院外終端所在的市場環境相對靈活，使科技和

行業概覽

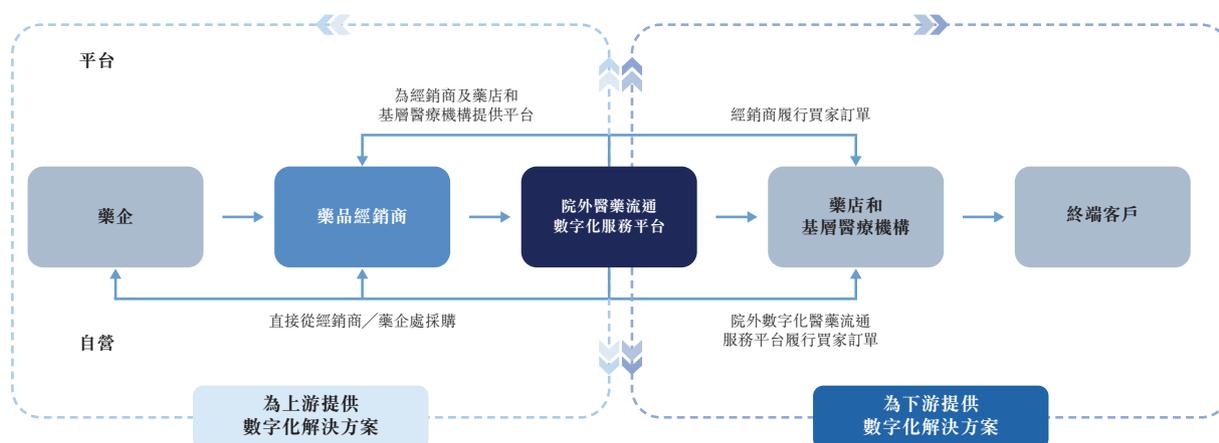
業務模式得以更好的應用，且相對分散、體量較小的院外終端也亟待科技賦能帶來的效率提升。

中國院外數字化醫藥流通服務市場概覽

中國院外數字化醫藥流通服務市場概覽

互聯網和大數據的發展推動了院外業務向數字化服務發展，該等技術的應用不僅促進線上醫藥流通，還為院外市場參與者提供數字化解決方案。數字化醫藥流通交易可分為平台模式和自營模式兩種業務模式。就平台模式而言，其作為平台連接上游的賣家和下游的買家並撮合醫藥線上交易。就自營模式而言，參與者自建並自營供應鏈，在平台上以電商交易的形式直接為院外終端供應藥品。

院外數字化醫藥流通服務市場的業務模式



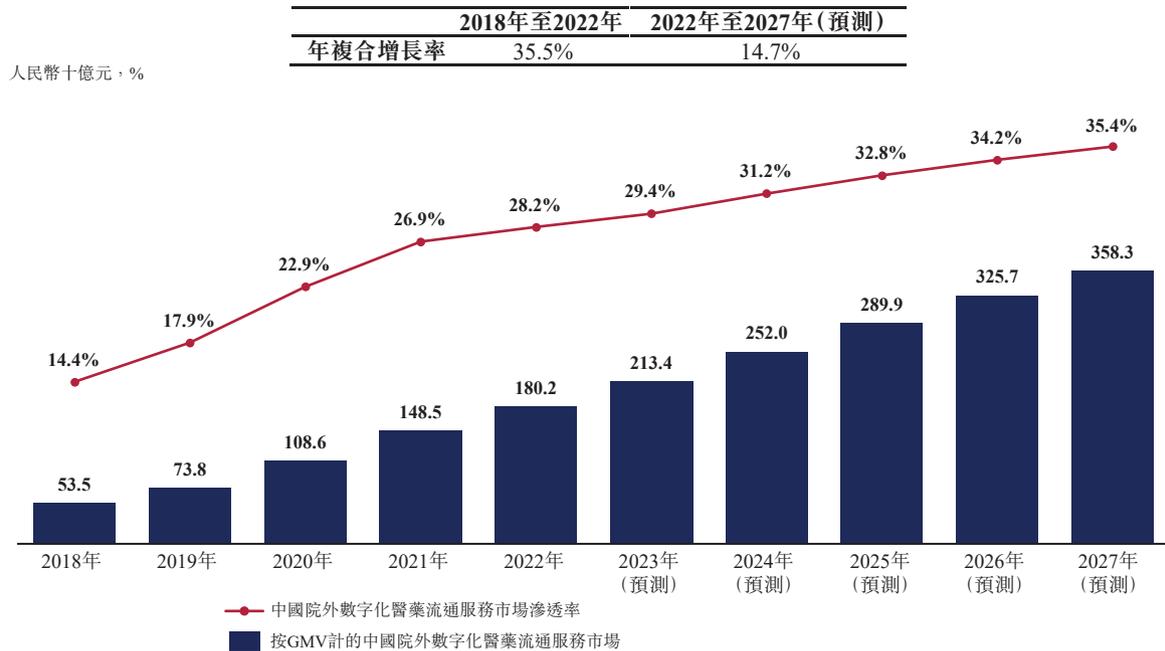
資料來源：弗若斯特沙利文

中國院外數字化醫藥流通服務市場近年來高速增長。根據弗若斯特沙利文的資料，按GMV計，中國院外數字化醫藥流通服務市場的市場規模由2018年的人民幣535億元增至2022年的人民幣1,802億元，年複合增長率為35.5%。然而，院外醫藥流通的數字化仍處於早期階段。中國院外醫藥流通的數字化始於2008年至2010年前後，且主要基於個人計算機。伴隨著4G及5G等信息技術的良好發展，基於移動設備的數字化模式始於2014年至2015年前後。截至2022年，按GMV計，中國院外數字化醫藥流通服務市場對整體院外醫藥流通市場的滲透率僅為28.2%，相較於美國同期超過35%的數字化率，預計會有相當大的進一步增長空間。根據弗若斯特沙利文的資料，按GMV計，中國院外數字化醫藥流通服務市場的市場規模預

行業概覽

計於2027年將達人民幣3,583億元，年複合增長率為14.7%，而其對整體院外醫藥流通市場的滲透率預計於2027年將達35.4%。

按GMV計的中國院外數字化醫藥流通服務市場
(2018年至2027年(預測))



資料來源：弗若斯特沙利文

傳統院外醫藥流通市場面臨的挑戰

中國院外醫藥流通行業(尤其是基層醫療層級)存在挑戰，具體而言：

- **市場分散，供需失衡。**中國院外醫藥交易及服務市場分散及區域化。大型賣家缺乏動力滿足小規模零散買家的需求，尤其是對長尾SKU的需求。由於缺乏規模及資源，小型賣家可能無法或不願滿足若干下游需求。因此，買家在諸多方面存在服務缺口，例如SKU選擇不足、產品的數量及質量受限、流程複雜導致履約及交付緩慢以及缺乏售前諮詢與售後服務。
- **多層級市場導致高交易成本及低效率。**中國醫藥流通市場層級過多，在基層醫療層級尤其如此。多層級結構導致效率低下，交易成本提高，買家體驗不佳。此外，賣家缺乏有效技術工具來快速識別及定位市場需求，因此無法完全抓住潛在的市場機會。
- **價格不透明、產品溯源難。**市場高度分散、層級過多，導致行業參與者信息不對

行業概覽

稱，進一步導致價格不透明、產品溯源難、不公平競爭等問題，從而損害醫藥價值鏈各參與者的利益及醫藥交易的整體安全性。

- *基層醫療層級缺乏數字化管理工具*。缺乏數字化管理工具導致基層醫療層級的供應鏈管理、店內管理及技術培訓等基本管理及運營需求方面存在巨大的未被滿足的需求。

院外數字化醫藥流通服務市場的新興趨勢

- *線上平台打破地域疆界，無縫連接業務上下游*。針對傳統醫藥流通過程中因供需失衡及多層級流通環節帶來的低效率、高成本的痛點，線上交易平台已成為不可或缺的解決方案。線上平台使得賣家能夠以低成本觸達傳統模式未充分覆蓋的買家，從而帶來業務增量機遇。同時，平台使得下游的中小型買家可以採購到更多SKU種類，滿足其長尾需求。線上平台取代了傳統多層級流通體系，使得買家形成虛擬聯盟，從而提升其議價能力，降低採購成本。此外，資質交換平台也使得傳統線下資質交換實現線上化，最大程度減少人力，減少遵守監管要求所需時間，並提高存儲及交換信息的準確性。
- *數字化解決方案提升運營效率*。數字化工具的應用正逐步滲透到院外市場參與者運營和管理的各個環節。對於藥店來說，SaaS解決方案可以協助其實現更好的存貨管理、貨架管理、營銷及會員管理、GSP規範等日常運營環節。對醫藥經銷商來說，技術賦能使其供應鏈能力大幅提升，得以實現更精準的採購、更標準的存貨管理和更優化的物流解決方案，從而降低產品成本，提高履約效率，使下游交易體驗更佳、買家參與度更高。
- *使用數據洞見發現商機並使之商業化*。線上平台交易數據的沉澱為數字化營銷提供了良好的基礎。基於成熟的大數據分析工具，服務提供商可為上游參與者提供寶貴的數據洞見，讓其精準捕捉下游的需求，從而有針對性推廣產品。此外，行業參與者也提供了創新的數字化營銷方式，如團購、直播等，使上游參與者可以更有效地觸達下游目標客群並與之互動。

行業概覽

中國院外數字化醫藥流通服務市場的競爭格局和進入門檻

競爭格局

按數字化醫藥流通業務的業務模式劃分，中國院外數字化醫藥流通服務市場的參與者可分為兩類。第一類為純線上平台，第二類為傳統線下醫藥經銷商自建並運營的線上平台。第一類參與者是市場的主力軍，其主要的業務模式包括匹配上游供應及下游需求並收取佣金的平台業務，以及建立及運營自有供應鏈並通過電商交易形式向下游直銷的自營業務。作為增值服務，線上平台亦向上下游提供數字化解決方案。此舉可使平台整合平台與終端間的交易信息，使賣家及買家更方便高效地在平台上交易。此外，通過引入有助於提高運營效率的數字化解決方案，平台能增強用戶參與度並提高品牌知名度。根據弗若斯特沙利文的資料，目前中國院外數字化醫藥流通服務市場競爭集中，前五大參與者佔據市場份額63.5%以上。下表載列中國院外數字化醫藥流通服務市場的主要參與者：

公司 ⁽¹⁾	GMV (人民幣 百萬元， 2022年 十二月)		月均 活躍買家 (2022年 十二月 的月均數)		市場排名 (按月均 活躍買家 計算)	2022年 平台模式 GMV的 百分比	2022年 自營模式 GMV的 百分比
	市場份額 (按GMV 計算)	市場排名 (按GMV 計算)	市場份額 (按GMV 計算)	市場排名 (按GMV 計算)			
藥師幫股份有限公司	37,833	21.0%	1	308,000	1	59.8%	40.2%
競爭對手A ⁽²⁾	23,000	12.8%	2	120,000	4	99.0%	1.0%
競爭對手B ⁽³⁾	20,000	11.1%	3	230,000	2	100%	0
競爭對手C ⁽⁴⁾	17,969	10.0%	4	175,000	3	25.4%	74.6%
競爭對手D ⁽⁵⁾	17,101	9.5%	5	110,000	5	<5%	>95%

資料來源：弗若斯特沙利文

附註：

- (1) 主要參與者的身份屬於商業敏感信息。對有關信息的披露可能會對我們的經營造成負面影響。
- (2) 競爭對手A是於2017年正式推出的藥品批發平台，向終端(包括藥店和基層衛生機構)提供全國範圍的醫藥流通服務。公司A亦可以提供數字解決方案(如ERP系統)以提高其客戶的業務效率。
- (3) 競爭對手B是一家於2015年在武漢成立的醫藥服務公司，主要在平台模式下提供B2B醫藥流通服務，數字醫療培訓服務是其創新業務的一部分。
- (4) 競爭對手C是一家於紐交所上市的醫藥電子商務公司，於2013年在上海成立，主要提供平台模式和自營模式下的B2B醫藥流通服務。
- (5) 競爭對手D是一家於上海證券交易所上市的醫藥服務公司，於1999年在武漢成立，主要提供自營模式下的B2B醫藥流通服務、醫藥物流服務、醫藥零售服務及醫藥製造服務。

進入門檻

- **用戶群與參與度。**用戶規模及其參與度對線上平台至關重要。更龐大的買家群體吸引更多的賣家進駐平台，而更多的賣家以更豐富的產品進一步吸引更多買家，形成飛輪效應。此外，平台提供的綜合性增值服務能夠培養用戶的消費習慣，進一步提高了用戶參與度。領先平台的先發優勢有利於其培養廣泛且忠誠的用戶群，因此為新進入者製造了更高的進入門檻。除非提供大量補貼，否則

現有平台的用戶轉換平台的意願不會很高。此外，考慮到平台為用戶提供數字化解決方案，提高他們在日常運營及管理方面的工作效率，用戶更換平台帶來的成本較高。

- **產品質量與品牌知名度。**醫藥流通受到高度監管，產品質量也因藥品的特殊性而變得尤其重要。因此，下游終端在選擇平台時對產品質量及履約能力有很嚴格的要求。領先的平台深耕行業多年，累積了重要的專業知識、資源及經驗，並基於此培育了良好的品牌知名度，與用戶建立起值得信賴的夥伴關係。相較而言，新進入者需要很長的時間去建立關係、積累經驗及創建標準化管理系統，並最終樹立值得信賴的品牌形象。
- **數據分析與技術能力。**數據是數字化交易的核心所在。數據分析能力是平台的核心競爭力。此外，先進技術研發及技術的商業化對平台來說也很重要。領先的平台已累積了海量交易數據，並作出長期投入，獲得及培訓信息技術人才及提高技術水平。他們所構建的深刻的數據洞見、行業專業知識及技術壁壘，使得新進入者難以在短期之內複製並超越。

中國第三方醫學實驗室市場的概況及前景

第三方醫學實驗室獲許可獨立於醫院之外從事臨床檢驗或病理診斷檢測服務。醫院將其診斷檢測工作外包予第三方醫學實驗室以實現顯著的規模效應。第三方醫學實驗室的規模化經營及專業化分工極大地提升了檢驗效率。

根據2016年發佈的《國務院關於印發「十三五」深化醫藥衛生體制改革規劃的通知》，國家政府鼓勵舉辦專業醫學檢驗機構，推進同級醫療機構間以及醫療機構與第三方醫學實驗室間檢查檢驗結果互認。此後，國家政府出台一系列政策鼓勵及規範第三方醫學實驗室行業的有序發展。根據弗若斯特沙利文的資料，於2022年，中國第三方醫學實驗室市場規模已達到人民幣406億元，在過去五年實現強勁的年複合增長率22.3%。未來五年，預計該市場將保持穩定持續增長，於2027年市場規模將達到人民幣574億元。

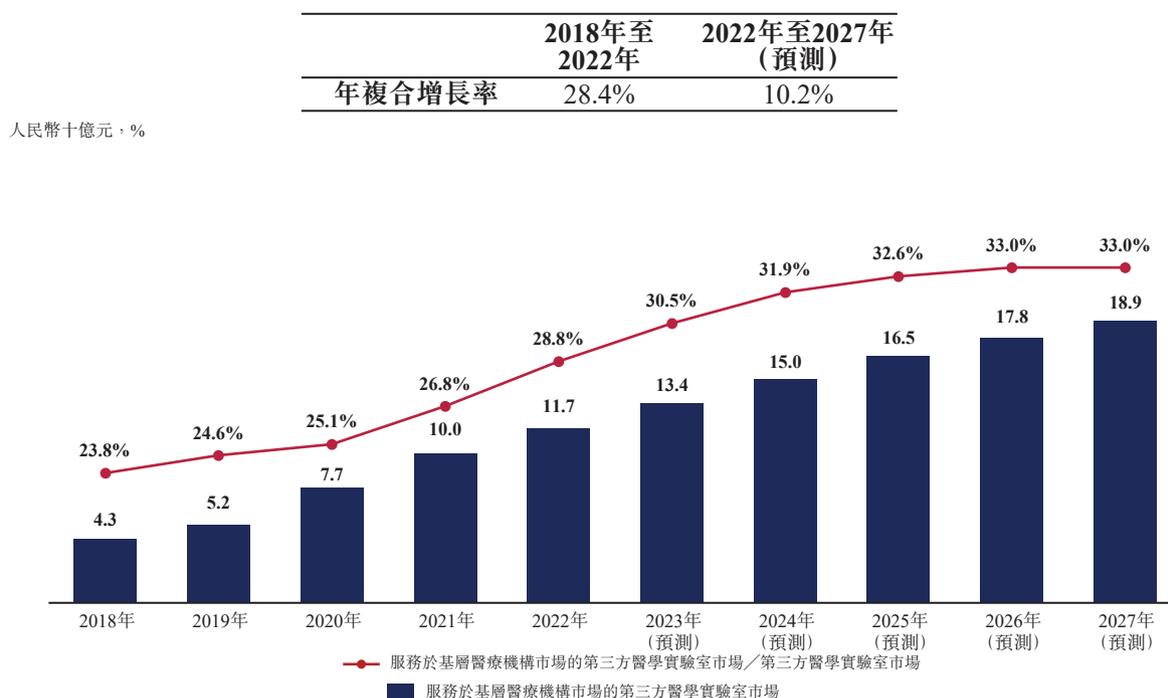
基層醫療市場是第三方醫學診斷檢測服務需求的重要來源。隨著分級診療制度的逐步推行，患者的檢測需求將逐漸下沉至基層醫療機構。然而，基層醫療市場醫療資源稀缺、技術力量相對不成熟，尤其是病理、檢驗等人才匱乏。同時，大多數基層醫療機構一次性

行業概覽

投入檢測及診斷設備資金能力也相對有限，IT基礎設施和管理能力也相對滯後。因此，基層醫療機構難以消化快速增長的患者檢測需求，帶來了基層醫療層級檢測服務不足的問題。

第三方醫學實驗室成為基層醫療機構痛點的解決方案。第三方醫學實驗室可以分擔部分檢驗服務需求，在降低基層醫療機構自建檢驗能力的成本的同时，提高檢測效率與服務質量。根據弗若斯特沙利文的資料，基層第三方醫學實驗室市場於整體第三方醫學實驗室市場的滲透率預計由2022年的28.8%增至2027年的33.0%。

中國服務於基層醫療機構市場的第三方醫學實驗室市場，按收入計
(2018年至2027年(預測))



資料來源：弗若斯特沙利文

中國無人智慧藥櫃市場的概況及前景

藥店是向終端客戶提供基本保健產品及服務的關鍵。藥店，尤其是中小型藥店，愈加需要提高其表現，以應對行業內激烈競爭帶來的挑戰(如智慧化水平低、生產力有限及大型連鎖藥店擴張)。

無人智慧藥櫃是藥房硬件智慧化的重要部分。各行各業的企業均呈現出採用數字化和智能技術提高運營效率及改善客戶體驗的趨勢。無人智慧藥櫃僅佔地七至八平方米，可向終端客戶提供便利的購藥體驗。除了便利的購藥流程外，無人智慧藥櫃可實現24小時無間斷服務，不但彌補了傳統藥店夜間經營時間的問題，也解決了傳統藥店日間營業低坪效

行業概覽

和低人效的問題。此外，相較於在傳統藥店的購物體驗，無人智慧藥櫃為終端客戶提供了一個更注重隱私的購藥環境。

儘管中國無人智慧藥櫃市場仍處於發展初期階段，但隨著產品設計優化，無人智慧藥櫃的應用將更加廣泛。除了基本的醫藥銷售功能外，在線問診、醫保交互等功能也已開發，滿足終端客戶的多元化需求。根據弗若斯特沙利文的資料，通過無人智慧藥櫃實現的交易GMV預計將達到人民幣800億元至人民幣1,000億元，對院外醫藥市場整體GMV的滲透率預計於未來十年內將超過10%。據推算，藥店在購買無人智慧藥櫃上的投入預計於未來十年內將達到人民幣1,700億元。