

医药电商苦寻突围姿势

■ 李锋 陈克远

试点两年，国家食品药品监督管理总局（以下简称“国家食药监总局”）再度叫停网上售药试点平台。在此背景下，探寻 B2B 市场似乎成为当前医药电商的最大机遇，B 端市场规模更甚于 C 端市场。不过，也有分析表示，传统药品销售渠道中的供应链关系难以被打破，B2B 医药电商目前难以做出规模。能否找到一种有效的模式切入市场，是 B2B 医药电商亟待破解的难题。

前路难明

网上售药正成为一个敏感话题被摆到行业台前。天猫医药馆日前因向入驻平台商家发出《关于药品类目紧急管控措施的通知》，并要求商家即日起不得再发布销售药品而引起业内关注。此后不久，另外两家 A 证试点医药电商平台 1 号店、八百方医药健康网购商城（以下简称“八百方”）也先后传出被国家食药监总局叫停的消息。

互联网第三方平台药品网上零售试点工作于 2013 年开始实施，首家获得对应的《互

联网药品交易资格证书》A 证的企业为河北慧眼医药科技 95095，而这家企业于 2014 年被阿里巴巴集团收购。八百方、1 号店则分别于 2014 年 2 月、6 月获得相应证书。有知情人士表示，三家医药电商平台网上售药的试点工作早应于去年到期，但考虑试点效果迟迟没有执行，此次被叫停或许是国家食药监总局将进一步对行业做出规范。

中国互联网协会信用评价中心法律顾问赵占领表示，互联网药品交易服务资格证件包括四类，即 A 证、B 证、C 证以及 A 证基础上的试点资格，分别对应为药品生产企业、经营企业和医疗机构之间提供平台的服务资格、药品批发资格、实体零售药店的售药资格以及在网开展药品零售业务的资格。分析认为，天猫医药馆、1 号店和八百方属于 A 证基础上的试点资格，此次被叫停，意味着互联网第三方平台售药业务遭遇“急刹车”。

亟待破局

相较于国家食药监总局对互联网第三方平台药品网上零售业务开放态度的摇摆不定，开展 B2B 业务对于医药电商来说似乎更

为稳定。目前京东医药 B2B 业务已经正式上线，而类似于互联网药品 B2B 服务平台药品终端网获得融资等的利好消息也是不断传来。

根据商务部发布的报告显示，去年我国累计有 106 家企业拥有批发交易类 B2B 证书（B 证），新增企业 33 家。此外，在商务部直报系统医药电商 476 亿元的销售总额中，B2B 市场规模达 444 亿元，占比达 93.3%，规模远超 B2C 市场规模的 32 亿元和 6.7% 的销售占比。

但值得注意的是，尽管线上 B2B 业务在医药电商市场的份额占比不小，但相较于万亿元级规模的医药市场来说仍然只是冰山一角。“药企间信息化的对接较难实现，医药电商的 B2B 业务发展十分缓慢”，一位资深医药行业人士表示，大部分的医药销售仍然是通过医院等医疗机构进行，对于这一类的医药供应服务，医药电商很难介入。此外，对于规模较大的医药零售终端来说，各地都有卫计委指导建立的药品集中采购平台，而且是非盈利性质，而各大连锁药房也有自己固定的药品批发渠道。如何打开上下游资源的突破口是 B2B 医药

电商当前面临的又一难题。

打通渠道

政策的不明朗、传统渠道的压力并不能让电商企业放弃医药市场这块大蛋糕。京东方面表示，通过与上海医药集团（以下简称“上药集团”）合作，双方正在摸索医药产业企业与电商企业成功对接的模式。如在处方药电子商务领域开展排他独家合作形式，在合法合规的前提下，双方将共享各自与处方药电子商务业务相关的数据及资源。上海医药方面表示，通过信息化把传统垂直的行业渠道打通，将医院、患者、供应商放在一个平台上，对于消费者以及行业发展都有益处。

医药 B2B 业务主要是指平台对企业与医疗机构提供服务，并通过收取交易佣金、广告费用和物流配送等费用盈利，而接入 B2B 业务不论对医药电商还是传统药店来说，也是对医药 O2O 布局的未雨绸缪。在上述研究人士看来，京东与上药集团合作，可以视为打破传统药品供应链渠道的一种典型模式，但能否成功撬动下游市场，还要从日后对接的销售终端规模和药品供应量来看效果。



腾讯 2016 中国“互联网 +”峰会：为医者赋能，共建互联网医疗生态

■ 胡璇

6 月 16 日，由腾讯主办的 2016 中国“互联网+医疗”高峰论坛在北京举行。作为“互联网+医疗”领域的顶级峰会，论坛云集了国家卫计委等政府部门领导，中科院院士等医疗行业专家，互联网知名企业高管及各大媒体，众多嘉宾共襄盛举。

本次论坛围绕“互联网+医疗”新阶段布局，互联网技术与医疗结合模式，分享了新思路，新成果，共同探索“互联网+”时代的新型医疗服务模式。

“互联网 + 医疗”呈现精细化、生态化趋势

近年来，来自政策层面的支持极大地推动了“互联网+医疗”的发展。在 6 月 8 日的国务院常务会议上，李克强总理强调了应用医疗大数据助力健康医疗服务，进一步为“互联网+医疗”的发展指明了方向。

在互联网与医疗从业者不断的探索与创新之下，我国“互联网+医疗”产业生态已初具规模。中国互联网络信息中心（CNNIC）发布的报告显示，截至 2015 年年底，我国互联网医疗的用户规模达到了 1.52 亿，每五个网民中就有一人获得了互联网医疗服务带来的便利。

现阶段，“互联网+”技术已经应用到了医疗产业各环节。以 BAT 为首的互联网企业进入医疗领域。阿里巴巴实行大健康战略，围绕移动支付开展合作，打造在线医疗平台和医药电商平台生态圈；百度以“连接医患+人工智能”为主线，依托自身的大数据与流量优势，打造医前智能问诊平台，并在人工智能领域展开探索。腾讯则利用自身的社交基因和大数据能力，搭建“互联网+医疗”开放平台，打造中国医疗产业与互联网的连接器。

在各大互联网企业各有所有的“互联网+医疗”体系探索中，已经形成了“互联网+医疗”精细化、生态化的主流趋势。

赋能与融合 是“互联网 + 医疗”核心

论坛上互联网企业代表，腾讯腾爱医疗总经理吴波、丁香园创始人李天天、微医创始人廖杰远、医联创始人王仕锐分别从拓展互联网医疗信息通路、“互联网+医疗”的演进路径、互联网与医疗服务、互联网与医生多点执业等角度，分享了各自在“互联网+医疗”领域的实践经验。政府部门代表，来自国家卫计委、贵州省卫计委的程龙主任、严刚主任，以及医疗领域代表，上海瑞金医院副院长宁光，分别为我们带来运用“互联网+医疗”构建国家健康体系的思想，以及互联网+慢性病管理的经验分享。

在嘉宾的分享与讨论过程中，总结出了通过大数据平台、创新技术提升诊疗效率，以互联网技术实现医疗流程结构优化、促进医疗资源的精准分配等宝贵实践经验。同时，在论坛上，嘉宾们也探讨了医疗行业存在专业壁垒、我国优秀医生资源短缺、医患关系紧张等问题，指出了医生、医院等医疗主体主动拥抱互联网，深度介入、积极参与互联网和医疗融合的重要性。在圆桌论坛上，与会嘉宾达成了坚持需求导向，以“互联网+”思维、大数据手段加快打造“医、养、健、管”大健康全产业链，促进大健康与大数据融合发展的共识。

本次论坛中嘉宾也展示了“互联网+医疗”当前取得的成果。如腾讯与贵州省卫计委、百灵药业联合进行的“互联网+慢病管理”战略合作试点工作取得了良好成效，智能在线挂号平台优化就医流程，可穿戴健康设备进一步普及等等，让我们看到了“互联网+医疗”切实为社会民生带来了福利。

未来，“互联网+医疗”将持续向纵深发展，为医者赋能，助力医疗服务更加普惠民生。

进口医疗器械“入围”抽查重点

■ 徐端玉

这边厢，中药饮片正如火如荼开展全产业链整治；那边厢，医疗器械也从临床实验到流通渠道都迎来严查。记者获悉，日前国家食药监总局接连发布两则重磅通知，要求各地药监系统对医疗器械流通领域违法经营行为开展集中整治；而在临床试验抽查领域，进口医疗器械则“入围”成为抽查重点。

流通领域

清查八大违法行为

近期食药监总局先后发布《关于整治医疗器械流通领域经营行为的公告》以及《关于开展医疗器械临床试验监督检查工作的通知》，不但要清查流通领域违法经营行为，同

时还将医疗器械临床试验工作纳入了监管体系。“随着医疗器械在临床乃至民用领域占比越来越重，成为继传统医药老大哥之外的‘后起之秀’，监管部门的重视程度也越来越高，而该新领域从临床试验到流通也都存在不少问题，所以整顿很有现实意义。”一位行业观察人士这样认为。

据了解，食药监总局规定医疗器械经营企业应将 2014 年 6 月 1 日以来的医疗器械经营行为对照相关问题逐一自查，对存在的问题详细描述所用手法、经过、涉及医疗器械和人员，认真制定整改措施和计划，形成自查与整改报告，及时报送当地食药监管部门。

记者梳理发现，此番监察的重点主要放在以下三点：一是对日常管理水平低、购销渠道混乱、案件多发等问题较多，且自查发现问题少、整改措施不力的企业；二是对从事需要

低温、冷藏医疗器械经营企业；三是对进口医疗器械境内代理商要作为重点检查对象，并对每个重点检查企业抽取若干品种，开展流向和票据真实性的上下游延伸检查。跨区域区域的案件，要采取案件协查与实地调查相结合的方式彻查。

进口医疗器械“入围” 业内称并非“区别对待”

在临床试验领域，食药监总局要求，要对在审的医疗器械注册申请中的临床试验数据真实性、合规性开展监督检查，查处临床试验违法违规尤其是弄虚作假行为。据了解，抽查将包括所有境内第三类及进口医疗器械在中国境内通过临床试验方式获取临床试验数据的注册申请项目，综合考虑其风险程度、进口

第四届南博会上云南医药刮起“最炫民族风”

■ 张晓莉 梁东婕

傣医、彝医、藏医……在中医药文化大放异彩的当下，民族医药也逐渐从幕后走到台前，第四届南博会上首次设立健康休闲馆，其中，中医药和民族医药首次以独立设馆的方式进行参展。

从特色疗法认识中医

本届南博会，健康休闲馆首次亮相，云南省中医医院、昆明市中医医院、西双版纳州傣医医院、云南省彝医医院等众多中医医院参展，通过与南亚、东南亚国家和地区的中医药学术交流与合作，进一步推动中医药“走出去”。

“我们是第一次参加南博会，主要是通过特色疗法和院内制剂，展示中医形象，最终把中医做大做强，走出国门，让更多人能了解中医。”云南省中医医院党委书记陈燕溪说。

在南博会上，云南省中医医院推出火疗、推拿、拔罐、穴位贴敷等传统中医外治疗法，不少市民争相排队体验。

“在国际区域经济合作不断深化和国家实施‘一带一路’建设的背景下，传统医药已成为云南省对外交流的重点合作领域之一。作为唯一一所省级中医医院，我们参展一方面展示医院的核心中医技术、中医疗法、丰富的临床中医团队，一方面也是希望更多人能对中医加深认识，从而让中医走出国门。”陈燕溪说。

长期以来，云南中医界与东南亚各国的医药文化交流密切。其中，云南省中医医院自上世纪八十年代以来，就有不少外籍人员到该院参观、访问、进修。云南省中医医院以南博会为契机，让南博会成为推进中医药健康服务“走出去”的桥梁，同时也进一步推进中医药教育科研广泛合作。

从八十年代中期至今，很多国家对传统中医药就抱有浓厚兴趣，云南省中医医院先后接待了多国参观团。作为香港大学专业进修学院实习医院和云南中医学院与泰国宋卡王子大学合作项目的交流实习医院，还定期接收香港学生和泰国学生实习。

民族医药的深度吸引力

以彝医和傣医为主的民族医药，以自成体系的传统疗法也首次在南博会上进行展示，进一步弘扬中医药文化的博大精深。

傣医是我国的四大民族医药之一，已有 2000 多年的历史。作为全国唯一的傣医医院——西双版纳州傣医医院，医院设有风湿病科、骨伤科、传统特色疗法科、治未病科 4 个国家级重点专科，其中风湿科以国家非物质文化遗产“暖雅”（睡药疗法）治疗风湿、类风湿及中



●市民在南博会现场体验神秘的傣药。 李海曦/摄

风偏瘫等疾病，吸引不少患者慕名而来。

“傣医的治疗方法，经验大多记载在各种傣医书籍中，像远古时期的贝叶经。我们医院为了保护传承傣医精髓，整理出版了 33 部傣医著作，筛选整理出傣医传统经方、验方七千多个。”西双版纳州傣医医院副院长谭志刚介绍。

云南省彝医医院则带来了彝医诊疗技术、彝医药书籍和相关物品。彝医药在一些疑难杂症、大病、慢性病的治疗方面有其独到的优势，在骨伤科和止痛方面有独到的用药经验。“彝医水膏药疗法”、“彝族药认知方法”已分别列入第三批国家级非物质文化遗产名录和云南省第二批省级非物质文化遗产名录。

让民族医药“走出去”

云南省卫计委副主任郑进曾表示，在国际区域经济合作不断深化和国家实施“一带一路”建设的战略背景下，传统医药已成为云南省对外交流的重点合作领域之一。

其实，无论是傣族的傣医，又或是彝族的彝医，在当地都有极高的声望，不少当地百姓有个小病小痛都愿意选择自己的民族医药，不仅因为价格便宜，还有老一辈人的制药情怀。南博会上，这些民族医药都大受关注，如白族的哈秀灯得通络灵电热药袋、岛苏续骨灯、傣族的灯台叶止咳合剂、喉舒宝含片，彝族的膏药药疗法等等，都吸引不少国内外

嘉宾上前咨询试用。

玉溪市民族医药文化研究会会长张丽华介绍，从 2012 年开始，她和协会的工作人员对玉溪七县两区的民族民间医药做了普查，其中涉及彝族、傣族、白族等十余个民族，将他们的专长及民族医学来源做了十万多字的普查报告。“老人已经走了，民族民间医药处于濒危阶段，在普查当中就走了 8 个民族民间医生，再不好好保护，以后就很难再看到了。”

大面积展台拿下大单

“仅 6 月 12 日上午，我们就与成都一企业签下了 5000 万元的合作项目，这是我们今年南博会的开局第一单，也足以证明我们云南的药企有实力，也有潜力走出去。”云南普瑞生物制药（集团）股份有限公司区域经理张俊说。

云南普瑞生物制药（集团）股份有限公司是集产品研发、基地建设、饮片生产、中药提取、药品深加工、医疗服务等为一体的现代化中药企业。目前，公司拥有一个蕙仁批发交易物流园，已形成以种植、生产、科研、销售为一体的产业链。此次与成都一企业合作，是就云南蕙仁产业园建设项目具体事项达成一致。

张俊介绍，在大力发展大健康产业的当下开发出的蕙美人系列产品，通过制药的环境制作而成，不仅让该产品的安全得到保障，

更让这一健康食品服务大众。“这款产品于 2014 年年初研发而成，去年南博会时，我们在南博会上有过一次亮相，但展位很小，今年我们特意在健康休闲产业馆这个主题展区中，以 153 平的面积做了大规模的展示和品牌宣传，收到很好效果，也为我们省外以及国际市场打开了销路和合作关系。”张俊说。

做实做强海外合作

昆中药是云南特有的百年老字号药企，然而这样一个企业也早在 2010 年底便成立了海外事业部，与泰国、老挝、越南等十多个国家有合作往来。此次南博会上，昆中药以古色古香的昆中药展区进行设展，将昆中药的精品系列进行陈列。

昆明中药厂有限公司招投标及政府事务部总监王晓路介绍，此次昆中药是第一次参加南博会展展，因此公司特意从 150 多个品种中选出了目前大家熟知的感冒、消化、补益类产品以及一些大健康产业的新品进行展出，如梅苏颗粒、舒肝颗粒、手工冷凝皂等。

“多年前公司就已经积极开拓海外市场，例如舒肝颗粒已在泰国、越南、美国等地注册，此次参展，不仅可以提高知名度，搭建国际市场，而且也能让更多人了解昆中药，所以对于这样的展会，我们总经理很支持，今后还会来参加。而且据了解，在南博会结束后，尼泊尔药企代表团将来我们厂里参观。”王晓路说。