

# 多地线上买药可刷医保卡 医药电商、药店O2O迎来天时地利

线上买药能刷医保卡?北京、上海、广东、安徽等多地已可实现。随着国家“互联网+医疗健康”政策的不断深入及与零售药店相关的医保政策推进加速,不但多地政府已出台相关政策支持医保个人账户用于线上购药,北京、上海、广东等地成为医保线上购药试点,其成功经验将进一步推动医保支付线上购药更广泛地推广和应用,进一步满足人们对便捷医疗服务的需求,也给予医药电商、药店O2O板块更多业绩增长空间。

■新快报记者 梁瑜

1

## 全国范围内 医保线上购药发展加速

2020年11月,国家医保局发布了《关于积极推进“互联网+”医疗服务医保支付工作的指导意见》,明确提出了线上、线下医疗服务实行公平的医保支付政策,并具体规定了“互联网+”医疗服务医保支付的相关要求和流程。

北京市医保局近日消息,7月1日起,北京市参保人员可在美团、京东两家购药平台,使用医保个人账户,在300家医保定点零售药店线上购买非处方药品。

两大支付平台更是频频发力。

7月3日,腾讯健康表示,微信医保支付已接入广东、新疆、江西、湖北、上海、山西、云南等7大省市的1000余家医保定点零售药店,包括海王星辰、高济、大参林、中智大药房、爱心大药房、国大药房、华氏大药房、一心堂、健之佳等十余家国内头部连锁药房,用户可以通过医保服务平台、线上购药服务渠道、药店微信小程序等多种方式,实现医保购药。广东省已有近千家定点零售药店的线上医保支付通过微信结算,覆盖东莞、佛山、中山、珠海、汕头、韶关等十多个地市。

6月7日,支付宝宣布,广东佛山、韶关、东莞、汕尾、中山、汕头、江门七座城市的参保人在支付宝、饿了么等平台线上购药时,可在超1300家药店进行医保线上购药。手机下单,付款时选择“医保支付”即可医保个人账户线上支付,并即时配送药品到家。

全面开放的微信、支付宝医保移动支付能力,推动着线上医保支付相关政策带动医药零售向全面数字化转型。

深圳市走得更快。在多个省市宣布线上购药可刷医保个人账户后,6月18日,深圳市宣布开通医保处方在线支付服务,报销可用医保统筹金额,这在全国范围内还是首例。

而在重庆,重庆医保局搭建“药品一键查、药价智慧比、医保融合支付、药品配送到家”的“渝药易购”微信官方公众号,纳入和平药房、万和、国药控股、桐君阁等药店,让当地群众实现足不出户线上购药。

据悉,目前,北京、上海、浙江、辽宁、广东、四川等地已通过不同形式落实线上医保购药政策。上海仅数月就从试点进展到覆盖全城,如今已有近千家药店实现线上购药直接医保结算。目前,广东已有多个平台开通了医保线上支付服务,包括“粤医保”小程序、京东APP等。通过这些平台,市民可以体验线上复诊、医保报销以及送药上门的一站式服务。



■廖木兴/图

2

## 医药电商市场潜力得到进一步释放

医保购药线上化发展迎来全面加速时代,市场潜力将得到进一步释放。

中康CMH数据显示,截至2024年4月,O2O直送店药品市场规模超33亿元,销售规模同比增长31%;O2O直送店占线下零售药店渠道的重要性同比提升,占比为4.2%。从直送店Top10城市来看,一线城市位列O2O药品市场前四,重庆、苏州、沈阳排名提升。

据了解,目前,美团、京东、饿了么等医药电商已通过各地医保部门合作,实现了医保支付线上购药功能。美团和饿了么抢得了上海试点首批合作平台,京东和美团开启与北京医保试点平台,广东则是与饿了么和支付宝合作试点。

由于各医药电商平台的技术实力、市场份额、用户基数、服务质量及与医保政策的对接程度等有一定差异,医药电商在医保支付线上购药领域走出了不同队列。业内观察人士认为,第一梯队以京东健康、美团、饿了

么为代表,由于拥有强大的技术支持,能够较迅速响应医保政策的变化进行系统升级和改造。同时,第一梯队的医药电商占据了市场的较大份额,拥有庞大的用户基数和丰富的商品资源,能提供高效的物流配送、专业的药师服务以及全面的健康管理。更为关键的是,他们能与多地医保部门合作,成功接入当地医保支付平台,为患者提供医保支付购药服务。第二梯队以叮当快药、阿里健康、1药网等为代表,这些平台在医药电商领域也具有一定的知名度和市场份额,但相较于第一梯队,可能在技术实力、用户基数或服务品质等方面略逊一筹。

医保线上购药对医药电商平台至关重要。对于电商平台而言,线上购药医保支付成为了一个重要的流量入口,有助于提升平台整体活跃度。医药专业人士指出,更重要的是,医药电商平台开通线上医保支付功能,意味着获得了中国医药市场最大单一买单

方——医保的信任。医保必然是引流王者,未来可以将用户引导向大健康甚至其他领域,而不仅限于药品,实现交叉销售,为平台未来发展注入巨大潜力。

可以肯定的是,随着政策的支持、人口老龄化导致市场需求增加、电商平台的发展以及医保线上购药的开展,使得人们能够更加方便地获取所需药品,从而增加医药电商的销售业绩。

中商产业研究院发布的《2019-2024年互联网+医疗市场前景研究报告》数据显示,2022年中国互联网医疗行业市场规模已达3099亿元,同比增长39%。该报告预测,到2024年,我国互联网医疗行业市场规模将进一步增至4190亿元。

不过,在医保支付线上购药快速铺开的同时,医药电商也面临强监管。近期推出的医保药品比价平台,将逐步拉平价格差,线上价格优势或将消失,对医药电商未来发展形成挑战。

3

## O2O布局让药店外卖卖药更快接入医保

除了医药电商平台,大型连锁药店也积极拥抱外卖卖药医保支付新趋势,尤其是布局了O2O业务的药店。

在上海,第一医药、海王星辰、益丰大药房等已接入医保支付;在北京地区,海王星辰是首批正式开通线上医保支付功能的药店之一;大参林在清远市实现了线上“两病”(高血压、糖尿病)门诊复诊处方流转的医保支付服务,在中山市也开通了医保个账线上支付功能,允许参保人在微信小程序上使用医保个账支付药品费用,并享受配送到家;在青岛,漱玉平民大药房的80%以上门店已开通线上医保支付功能……

对头部连锁药房来说,这是提升市场份额、巩固市场地位的重要机遇。其实早在这之前,上市连锁药房已纷纷加大线上线下全渠道的布局力度,新零售地位越来越重。据财报梳理,2023年六家头部连锁药店新零售业务规模均实现同比增长,新零售收

入以37.88%的平均增速跑赢总营收增速,新零售业务对总营收的平均贡献率达到11.97%。据了解,连锁药店的新零售业务主要包括O2O和B2C两大板块,其中O2O板块的比重较高,占据了越来越重要的地位,成为推动营收增长的关键因素。

据财报披露数据,六大连锁药房2023年O2O板块表现良好:大参林2023年全年新零售业务(O2O+B2C)销售同比增长45.25%,其中O2O送药服务覆盖门店上线率达到79.17%;老百姓大药房O2O外卖服务门店达11263家;益丰药房2023年B2C、O2O全年实现销售收入18.18亿元(不含税),其中O2O(不含加盟)实现销售收入13.99亿元,O2O销售收入约占新零售收入的77%;一心堂2023年新零售总销售额为5.99亿元,其中O2O业务完成销售4.83亿元;漱玉平民在B2C、O2O与私域运营三驾马车带动下,整体销售额达到12.9亿元,同比增

长39.6%;健之佳在2023年线上渠道(包括O2O业务)实现营业收入总计21.64亿元,较上年同期增长54.58%,O2O业务占新零售收入比例约为38%。

对传统药店来说,线上购药平台的兴起使得竞争压力激增,越来越多药店接入医保线上支付后,传统药店压力进一步增大。要想适应线上购药新趋势,就得加快数字化转型。

有行业观察人士指出,随着线上购药习惯的逐步加强,医保支付线上购药将往线上购买处方药、实现医保统筹等纵深方向发展,市场将紧攥在医保承接能力最强的那部分医药电商和药店手中。谁能更好地发挥O2O的渠道价值,谁就更能竞争中脱颖而出。



扫码获取更多  
健康医药资讯