

“互联网+”背景下医药电商直播的现实挑战与优化策略

周紫依

上海工程技术大学管理学院, 上海

收稿日期: 2024年5月31日; 录用日期: 2024年6月14日; 发布日期: 2024年8月15日

摘要

医药电商渠道是近年来快速发展的一个新兴渠道, 它是信息技术和医药产业深度结合的产物, 目前正处于高速发展期。医药电商直播模式的兴起有助于全民健康目标的实现, 它提供了更便捷、可及性更高的医疗服务。这一模式巧妙融合了现代信息技术的高效便捷与医药产业的专业严谨, 极大地丰富了医疗服务的供给方式, 满足了多元化、个性化的健康需求。然而, 在大力推行直播卖药的同时也凸显出一些问题, 从而影响直播医药电子商务模式的良好运营。对此, 文章从医药电商直播的发展前景出发, 旨在分析目前医药电商直播运营模式中存在的问题, 为医疗服务供给的优化与全民健康目标的实现提供建议策略。

关键词

互联网+, 电商医药, 公共政策, 优化策略

Realistic Challenges and Optimization Strategies of Pharmaceutical E-Commerce Live Streaming under the Background of “Internet+”

Ziyi Zhou

School of Management, Shanghai University of Engineering Science, Shanghai

Received: May 31st, 2024; accepted: Jun. 14th, 2024; published: Aug. 15th, 2024

Abstract

Pharmaceutical e-commerce channel is an emerging channel that has developed rapidly in recent

文章引用: 周紫依. “互联网+”背景下医药电商直播的现实挑战与优化策略[J]. 电子商务评论, 2024, 13(3): 7158-7163.
DOI: 10.12677/ecl.2024.133881

years, it is the product of the deep combination of information technology and the pharmaceutical industry, and is currently in a high-speed development period. The rise of the pharmaceutical e-commerce live mode helps the realization of the goal of universal health, which provides more convenient and accessible healthcare services. This model skillfully combines the efficiency and convenience of modern information technology with the professional rigor of the pharmaceutical industry, greatly enriching the supply of medical services and meeting the needs of diversified and personalized medical services. However, while vigorously promoting the live selling of medicines, some problems have also been highlighted, thereby affecting the good operation of live pharmaceutical e-commerce model. In this regard, the article starts from the prospect of the development of pharmaceutical e-commerce live broadcasting, aims to analyze the problems existing in the current pharmaceutical e-commerce live broadcasting operation mode, and provides suggestions and strategies for the optimization of the supply of medical services and the realization of the goal of universal health.

Keywords

Internet+, Pharmaceutical E-Commerce, Public Policy, Optimization Strategies

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

2023 年,我国经济正在加快复苏中展现韧性与活力。在“互联网+”战略的推动下,医药电商之间新一轮的角力再起。自 2016 年《“健康中国 2030”规划纲要》发布以来,我国在医药健康产业的发展上取得了显著成就。这一规划纲要的提出,标志着我国对全民健康和医疗保障的重视程度达到了新的高度。它不仅为医药行业的转型升级提供了明确的方向,更为全民健康保障体系的完善奠定了坚实的基础。医药电商,作为信息技术与传统医药产业深度融合的典范,凭借互联网技术和电子商务平台的双重驱动,开创性地将医药产品与服务直接送达消费者手中,极大地拓宽了医疗健康服务的可及性和便捷性。它打破了时间和空间的限制,使得无论是偏远地区的居民还是都市中的忙碌人群,都能享受到及时、精准的医疗服务和丰富的医药资源,这对于提升国民整体健康素质、缩小城乡医疗服务差距具有深远意义。随着互联网 + 医药的深度融合,医药电商行业进入加速发展期,除了传统的 B2B, O2O 等医药电商形式以外,医药电商直播概念兴起。直播售药是一种新的销售模式。在该模式下,药品企业利用社交化交易平台,打破了以往零售药店“等客上门”的销售模式,通过内容、互动等宣传推广吸引顾客,零售连锁企业借助自营及第三方平台,依靠互联网平台流量优势拓展线上业务。

2022 年 12 月 1 日,《药品网络销售监督管理办法》施行。该办法对药品网络销售管理、第三方平台管理以及各方责任义务等进行了明确规定,也打开了医药电商直播的阀门。同月,抖音商城上线 OTC 类目,正式开启医药电商之路。此后,抖音先后试水直播卖药、调低医药入驻专营店门槛、开放同城 O2O 板块,一步步扩大业务版图。此外,快手也在 2023 年 9 月开放了 OTC 店铺准入,允许感冒咳嗽、解热镇痛等 17 种药物在平台上销售。而日活人数超 1 亿的小红书,大健康类产品的销售增速已经达到三位数,预计 2024 年将达到百亿规模。电子商务的兴起给医药企业带来了巨大的机遇,同时也带来了巨大的挑战[1]。在医药电商直播成交额日益上升的今天,同样也有人提出质疑,认为我国医药零售终端市场已经成熟,可以满足消费者的购药需求,长期来看消费者通过直播购药的需求并不大[2]。综上所述,有必要对

我国医药电商直播的现状进行分析,研究目前“互联网+”背景下医药电商直播发展面临的现实挑战,并对医药电商直播长期向好发展提出对策建议。

2. 我国电子医药直播的发展现状

2.1. 技术创新推动医药电商直播发展

在当前数字化转型的浪潮中,医药电商直播作为新兴的销售模式,正逐步改变着传统医药行业的面貌。技术创新无疑是推动这一领域发展的核心驱动力。首先,技术的进步使得直播平台能够提供更加稳定、高清的直播体验,这对于医药产品而言至关重要。例如,通过 AR (增强现实) 技术,观众可以在家中如同亲临药店一般,360 度查看药品详情,甚至模拟药品使用效果,这种沉浸式的体验极大地增强了消费者的信任与购买意愿。其次,大数据和人工智能的应用为医药电商直播提供了精准营销的基础[3]。平台可以根据用户浏览、搜索等行为数据,智能推荐个性化医疗健康解决方案或相关产品,如阿里健康、京东健康等平台已成功运用此策略,有效提升了转化率和用户满意度。比如,京东健康在 2020 年疫情期间,利用大数据分析预测需求趋势,迅速调整供应链,通过直播形式及时为用户提供急需的医疗物资和健康咨询服务,展现了技术驱动下医药电商直播的高效响应能力。

2.2. 政策支持规范医药电商市场秩序

国家为全面提升我国居民的健康水平和质量,在 2016 年提出了《“健康中国 2030”规划纲要》,加快了医药健康产业的发展 and 转型升级,推进药品、医疗器械流通企业向供应链上下游延伸开展服务,形成现代流通新体系。我国医药直播的快速发展进程中,政策支持无疑起到了核心的引领与规范作用,为医药电商直播构建了一个既充满活力又井然有序的发展环境[4]。年 12 月 1 日,《药品网络销售监督管理办法》正式实施,对药品网络销售管理、第三方平台管理及各方责任义务等作出明确规定。该办法强调了对互联网药品信息服务和交易服务的严格管理,要求从事医药直播的平台和主播必须具备相应的资质认证,确保传播信息的真实性和专业性。这些规定从根本上遏制了虚假宣传、不实信息的传播,为消费者营造了可信的购物环境,增强了公众对医药电商直播的信任度。不仅如此,政策还鼓励创新与合作,支持医疗机构、医药企业和互联网平台的深度融合,通过直播等形式拓宽医疗服务范围,提升服务效率。诸如“互联网 + 医疗健康”“智慧医疗”等国家战略的提出,为医药电商直播的模式创新和产业升级提供了政策导向,激发了行业潜能。根据中商产业研究院发布的《2022~2027 年中国医药电商市场需求预测及发展趋势前瞻报告》显示,2022 年医药电商市场规模为 2520 亿元,同比增长 36.14%。预计 2023 年我国医药电商行业市场规模将达 2852 亿元。

2.3. 跨界合作丰富市场竞争,推动行业进步

2020 年 7 月,国家发改委、商务部等多部门联合发布了《关于支持新业态新模式健康发展激活消费市场带动扩大就业的意见》,其中明确提出要支持在线教育、互联网医疗等新个体经济发展,鼓励跨界融合创新。这些政策导向为医药电商直播与其他行业的深度合作提供了政策土壤,激发了市场活力。跨界合作作为一股强劲的动力,显著丰富了市场竞争格局,为行业的创新与进步注入了鲜活能量。这一模式通过打破医药行业与科技、传媒、教育等其他领域的传统界限,实现了资源与优势的高效整合,不仅拓宽了医药产品的推广路径,也深化了健康服务的内涵[5]。以“腾讯健康”与多家医院、药店合作推出的直播项目为例,结合腾讯的技术优势和合作伙伴的医疗资源,通过直播平台开展健康讲座、专家在线答疑、药品使用指导等多元化内容,有效提升了公众健康信息获取的便利性和准确性。这种合作不仅增加了医药直播的吸引力,也通过精准对接用户需求,提高了服务的针对性和满意度,展示了跨界合作在

推动行业服务模式创新方面的巨大潜力。不仅如此，跨界合作还激发了市场的活力与创造力，促成了多个创新业态的诞生。例如，健康科技公司与电商平台联手，利用大数据分析消费者健康需求，个性化推荐医药产品与健康服务；教育机构与医疗平台合作，在线直播医学课程与技能培训，加速医疗人才的培养与知识更新。这些合作不仅拓宽了医药直播的边界，还通过不断迭代的服务与产品创新，满足了市场的多元化需求，推动了整个产业链的协同发展。

3. 我国医药电商直播面临的现实挑战

3.1. 用药安全受到质疑

我国医药电商直播的兴起，虽然极大便利了公众获取医药产品和服务的途径，但随之而来的用药安全问题及直播间卖药可信度的质疑，构成了制约其发展的重大现实挑战。这一问题的核心在于如何确保在直播这种新型营销方式下，既能保持信息传播的高效性，又能维护药品信息的准确性和安全性，保障消费者的合法权益。在直播间内，药品作为一种特殊商品，其安全性与有效性直接关系到消费者的生命健康，任何关于药品质量、来源、适用性的误导或错误信息都可能带来严重后果[6]。一方面，由于直播带货的即时性和互动性特点，相较于传统销售模式，药品信息的审核难度增大，不实宣传、夸大效果的现象时有发生，这不仅损害了消费者权益，也严重破坏了医药电商直播的行业信誉。另一方面，部分主播缺乏必要的医药知识背景，对药品的介绍可能不够准确或全面，导致消费者在缺乏专业指导的情况下盲目购药，存在安全隐患。

3.2. 药品监管面临挑战

当前监管体系在应对新业态时，显露出监管力量的相对不足、专业人才的紧缺、监管手段的滞后，以及检验检测能力的局限性等问题，这些成为了制约行业健康发展的重要瓶颈。监管力量薄弱体现在面对海量的网络交易数据和快速变化的直播场景，监管机构难以实现全面、高效的覆盖。加之专业人才的缺失，尤其是具备医药知识与互联网技术双重视角的复合型人才不足，使得监管的有效性和针对性大打折扣。例如，一些不法商家利用直播的即时性和互动性特点，进行夸大宣传或销售未经批准的药品，而监管滞后往往难以迅速识别并干预此类违法行为。监管方式的落后主要表现在传统监管手段难以适应互联网时代的需求，特别是对实时性、隐蔽性强的网络行为监控不足[7]。在医药电商直播中，如何快速甄别虚假信息、确保药品信息的真实性与合规性，成为一大难题。监管技术的革新，如利用人工智能、大数据分析等技术手段提升监管效率与精度，显得尤为重要。

3.3. 市场竞争与转型压力

在当今数字化经济的浪潮下，我国医药行业正处于一个历史性的变革期，传统医药企业面临着前所未有的挑战与机遇并存的局面。随着互联网技术的飞速发展，尤其是医药电商直播的兴起，消费者购物习惯的转变迫使传统医药企业不得不向新零售模式转型，以求在竞争激烈的市场环境中维持并扩大其市场份额。在此背景下，构建并维护一个稳固的私域流量池成为了转型成功的关键所在。私域流量池，意味着企业直接拥有并能反复触达的用户群体，相比于公域流量，它具有更高的用户粘性、更强的互动性和更精准的营销效果。对于医药企业而言，通过医药电商直播平台建立私域流量，不仅能够减少对第三方平台的依赖，降低营销成本，还能基于用户的健康数据和购买行为，提供更加个性化、精准的医药产品与服务，从而增强顾客忠诚度和品牌影响力。然而，医药电商直播不仅要克服法律法规的严格约束，确保所有直播活动都在合法合规的框架内进行，还需密切关注用药安全，避免因信息误导或不准确而导致的健康风险，这是维护消费者信任的基石。不仅如此，如何在众多同质化的直播

内容中脱颖而出，创造出差异化的价值，吸引并留住用户，成为了医药企业转型过程中必须解决的难题。

4. 我国医药电商直播的优化策略

4.1. 确保用药安全，提升直播信赖

面对医药电商直播中用药安全问题及直播间卖药可信度的质疑，应从加强监管、提升专业性、透明化信息及增强消费者教育四个方面入手，构建一个既高效又安全的直播销售环境。

第一，强化监管机制是保障用药安全的基石。政府部门需制定专门针对医药电商直播的监管政策，明确药品直播销售的规范和标准，加大对违法行为的查处力度，如建立药品信息审核快速反应机制，确保直播中的药品信息真实无误，来源合法可追溯。同时，引入第三方专业机构进行定期审核与监测，为直播内容提供权威背书，提升消费者信任度。第二，提高主播及后台团队的专业门槛至关重要。要求参与医药产品直播的人员必须具备一定的医药专业知识或接受系统培训，确保他们能够准确传达药品信息，避免误导消费者。此外，鼓励医药企业内部专业人士参与直播，或邀请具有执业资格的医生、药师作为嘉宾，增加直播内容的权威性和可靠性。第三，实现信息的高度透明化，是消除消费者疑虑的有效手段。直播中应详细展示药品的批准文号、成分、适应症、禁忌症、副作用等关键信息，并明确告知购买和使用药品的正规流程，以及在遇到问题时的求助渠道。同时，建立用户评价与反馈系统，公开消费者对药品的实际使用体验，形成良好的市场监督氛围。第四，加强对消费者的健康教育和药物知识普及同样重要。利用直播平台的广泛覆盖性，定期举办公益性质的健康讲座和药物科普节目，提高公众的自我保护意识和辨别能力，引导消费者在充分了解基础上理性购药，减少因信息不对称导致的安全风险[8]。

4.2. 重构监管体系，助力医药电商发展

面对医药电商直播等新型销售模式带来的监管挑战，构建一个适应互联网时代特性的综合监管体系，是保障公众健康安全与促进行业可持续发展的关键[9]。该体系的构建需围绕增强监管效能、培养专业人才、创新监管技术和优化法规环境四方面展开，形成协同作用，共同应对挑战。第一，针对监管力量不足的问题，需要整合并优化现有资源，通过数字化转型增强监管效能。建立全国统一的药品网络销售大数据平台，集成直播、社交媒体等多源数据，运用云计算和人工智能技术进行智能分析，实现对异常交易行为的实时监测和预警。这样不仅能提高监管的覆盖面和响应速度，还能精准定位问题，有效分配监管资源。第二，加强人才培养与引进，打造一支懂医药、精技术、善管理的复合型监管队伍。与高校、科研机构合作开设相关课程和培训项目，提升现有监管人员的互联网技术应用能力和医药专业知识水平；同时，吸引具有跨界背景的专业人才加入，为监管工作注入新鲜血液，确保监管措施既符合医药行业特点，又紧跟互联网发展趋势[3]。第三，创新监管手段，充分利用现代信息技术提升监管的智能化和精准化水平。例如，开发基于人工智能的虚假信息识别算法，对直播内容进行实时监控和自动筛查，及时发现并处理违法宣传；利用区块链技术追踪药品流通全过程，确保信息的真实性和不可篡改性，增强消费者信心。第四，完善法律法规，为新型销售模式下的药品监管提供坚实的法律基础。修订或制定适应互联网时代的药品管理法规，明确医药电商直播的法律责任、经营规范及消费者权益保护措施，加大对违法行为的惩处力度，形成强大的法律震慑力。

4.3. 构建私域流量池，强化用户体验

在数字化经济的推动下，医药企业向新零售模式转型，尤其是在医药电商直播领域构建私域流量池，

是一个既充满挑战又蕴藏机遇的过程。为有效应对这一转型中的复杂局面，企业需采取一系列综合性策略，确保在遵循法律法规的基础上，兼顾用药安全、内容差异化与用户体验的优化，从而在激烈的市场竞争中稳健前行。

首先要建立健全的合规体系，确保直播活动的合法性与安全性。这包括但不限于深入了解并严格遵守相关法律法规，如《药品管理法》《互联网药品信息服务管理办法》等，设立专门的法律合规团队或顾问，对直播内容进行预审，确保药品信息的准确无误，来源合法，以及营销宣传不夸大其词，避免误导消费者。同时，建立应急响应机制，对直播中可能出现的合规风险迅速识别并妥善处理，维护企业形象和消费者权益。

其次，强化用药安全教育与信息透明度。在直播中设置专门环节，邀请医药专家就药品使用、副作用、禁忌症等内容进行科学、客观的讲解，提升公众的健康素养。同时，公开药品供应链信息，让消费者了解所购药品的来源与质量保障措施，增强购买信心。为了在同质化竞争中脱颖而出，医药企业需创新内容与形式，打造差异化价值。这要求深入分析目标用户群体的需求与偏好，定制个性化直播内容，如专题健康讲座、疾病预防小课堂、患者经验分享等，增加互动性和实用性。利用大数据与 AI 技术分析用户行为，精准推送个性化健康解决方案与产品推荐，提升用户参与度与满意度。除此之外，构建私域流量池还需注重长期用户关系管理。通过建立会员制度、社群运营等方式，持续提供增值服务，如健康咨询、用药提醒、会员专享优惠等，增强用户粘性与品牌忠诚度。

5. 结语

本文系统性地探讨了互联网 + 环境下医药电商直播所面临的挑战，诸如合规监管、信任缺失、内容专业性不足及技术支持局限等，并相应地提出了策略优化路径。综合分析可以得见，在克服现存障碍挑战后，医药电商直播模式在促进医疗资源普及与服务创新方面有着巨大的优势与潜力。

随着 5G、大数据、人工智能等先进技术的不断融合与应用，医药电商直播将迎来更加智能化、个性化的发展阶段。这不仅将推动医疗服务的边界进一步拓宽，实现从信息传播到在线诊疗、健康管理等全方位服务的升级，还将极大提升药品流通效率与安全性，使患者能够更加便捷、高效地获取所需医疗产品与服务。总的来说，医药电商直播作为数字医疗领域的新兴力量，它的发展前景十分广阔。未来，通过跨领域合作、技术创新与政策引导的协同作用，有望构建一个高效、安全、可信赖的在线医疗生态，为全球医疗健康产业的数字化转型树立标杆。

参考文献

- [1] 《2024 年小红书健康生活趋势研究报告》[EB/OL]. https://www.sohu.com/a/779524178_121755728, 2024-05-18.
- [2] 李雪梅, 周雪, 姜枫, 等. 我国医药电子商务服务发展现状研究[J]. 中国管理信息化, 2023, 26(17): 88-91.
- [3] 田跃清. 医药电商的新机遇[J]. 中国药店, 2022(1): 48-50.
- [4] 欧阳雨萍. 电商医药发展背景下的智慧仓储优化研究[J]. 物流科技, 2023, 46(10): 133-135.
- [5] 张秋, 李伊玲, 郑柏枫, 等. 我国跨境医药电商进口模式的新思考——以 OTC 药品为例[J]. 广东药科大学学报, 2023, 39(4): 1-6.
- [6] 翟运开, 李思琪, 孙东旭, 等. 面向“互联网 + 医疗健康”的医药电商平台构建[J]. 中国卫生事业管理, 2021, 38(3): 161-163+202.
- [7] 何贤英, 孙东旭, 王琳琳, 等. “互联网+”背景下医药电商服务体系构建研究[J]. 中国卫生事业管理, 2021, 38(4): 241-243+247.
- [8] 陈德宝. 我国医药电子商务发展面临的问题及改进措施[J]. 对外经贸实务, 2016(1): 38-40.
- [9] 蒋范黎, 周晶晶, 王文玥, 等. 医药电商现状及问题探究——以互联网医疗和网上药店为例[J]. 现代商贸工业, 2018, 39(3): 9-11.