

# 论数字化转型浪潮下健康管理的电子商务解决方案

张莉

上海工程技术大学管理学院, 上海

收稿日期: 2024年9月11日; 录用日期: 2024年10月16日; 发布日期: 2024年11月7日

## 摘要

随着全球数字化转型的加速, 医疗健康领域正经历深刻变革。鉴于国内健康管理生态尚不成熟, 难以满足多元化的健康需求, 为打造“预防 + 治疗 + 康复”闭环生态, 亟需多方合作与资源互通。电子商务平台以其广泛的用户触达能力和精准的大数据分析能力, 为健康管理提供了个性化、高效便捷的服务模式, 展现了巨大的市场潜力。本研究聚焦于电子商务在健康管理领域的应用现状, 涵盖药品购买、电子处方、医疗器械租赁与购买、在线健康咨询、个性化健康管理及“医疗 + 健康”一站式服务等多方面, 发现伴随着这些创新应用的深入发展, 数据安全、利益协调、服务质量、法律合规、市场竞争等问题也日益凸显。据此, 本研究提出了相应的对策建议, 旨在引导电子商务在健康管理领域发挥更大的作用, 满足用户多样化、个性化的健康需求, 推动行业健康、可持续发展。

## 关键词

数字化转型, 健康管理, 电子商务, 供应链整合

# On E-Commerce Solutions for Health Management in the Wave of Digital Transformation

Li Zhang

School of Management, Shanghai University of Engineering Science, Shanghai

Received: Sep. 11<sup>th</sup>, 2024; accepted: Oct. 16<sup>th</sup>, 2024; published: Nov. 7<sup>th</sup>, 2024

## Abstract

With the acceleration of global digital transformation, the healthcare sector is undergoing profound

changes. In view of the immaturity of the domestic health management ecology and the difficulty of meeting diversified health needs, in order to create a closed-loop ecology of “prevention + treatment + rehabilitation”, multi-party cooperation and resource exchange are urgently needed. With its extensive user reach capabilities and accurate big data analysis capabilities, the e-commerce platform provides a personalized, efficient and convenient service model for health management, showing huge market potential. This study focuses on the application status of e-commerce in the field of health management, covering drug purchase, electronic prescription, medical device leasing and purchase, online health consultation, personalized health management, and “medical + health” one-stop service, and finds that with the in-depth development of these innovative applications, issues such as data security, interest coordination, service quality, legal compliance, and market competition are becoming increasingly prominent. Accordingly, this study puts forward corresponding countermeasures and suggestions, aiming to guide e-commerce to play a greater role in the field of health management, meet the diversified and personalized health needs of users, and promote the healthy and sustainable development of the industry.

## Keywords

Digital Transformation, Health Management, Electronic Commerce, Supply Chain Integration

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

数字化转型正在增加医疗健康行业用于创新患者管理的工具数量，使医疗保健更加容易获得、互联和负担得起[1]-[3]。随着公众健康意识的日益增强和互联网技术的飞速发展，电子商务作为数字经济中发展规模最大、增速最快、覆盖最广、创业创新最为活跃的重要组成部分[4]，正逐步渗透到健康管理的各个环节，为传统健康服务模式带来了革命性的创新。相对于传统 B2C 模式，新型医药电子商务 B2C + O2O 模式通过整合线上线下资源[5]，利用大数据、云计算、人工智能等先进技术，将医疗服务、医保服务、医药服务、物流服务相融合[6]，为用户提供个性化、便捷化、高效化的健康管理服务，成为推动健康产业转型升级的重要力量。然而，尽管电子商务为健康管理带来了新的机遇，但在实践过程中也面临着诸多挑战，如数据隐私保护、服务标准化与个性化平衡、监管体系构建等问题。因此，深入探讨数字化转型背景下健康管理的电子商务解决方案，分析其发展的现状、面临的挑战，并尝试提出对策建议，对于促进健康产业与电子商务的深度融合，提升全民健康水平、实现健康中国战略[7][8]，具有重要的理论价值和实践意义。

## 2. 跨界融合：政策引领下的健康管理 with 电子商务创新发展

健康管理作为一种全面的健康促进和疾病预防策略，在 20 世纪末被引入中国，并在学科体系、产业实践和人才培养方面都取得了较为长足的发展。电子商务作为一个概念，于 1997 年被正式引入中国，并从 1999 年开始鼓励医药电子商务试点，不断对医药电子商务法律法规、商务模式等进行探索[9]。传统健康管理方法包括定期体检、医生咨询、药物治疗和生活方式干预等，通常依赖于面对面的医疗服务，缺乏个性化指导和实时数据支持，且医疗资源分配不均。

随着互联网的普及，移动医疗逐渐成为电子商务在医疗领域的重要应用方向，患者可以通过电子商务平台预约挂号、在线咨询、远程诊疗、购买药品、监测健康数据等，大大节省了时间和精力。通过深度

学习和算法分析,医生可以更加准确地诊断疾病,制定个性化的治疗方案。同时,基于患者的健康数据,还可以提供定制化的健康管理建议,帮助患者预防疾病、改善健康状况。基于节省开支的目的,中国人寿、中国平安等保险公司将健康管理服务嵌入到保险产品中,通过提供健康风险评估、健康咨询、健康干预等服务,降低参保人的疾病发生率和医疗费用支出。电子商务与医疗机构、保险公司等跨界合作,推动了医疗行业的创新和发展,形成了新的商业模式和服务形态。这种合作不仅打破了传统医疗服务的界限,还通过数字化手段提高了医疗服务的可及性和效率。

与此同时,国家出台了大量政策推进健康中国、数字中国两大战略融合落地,为电子商务在医疗领域的应用提供了有力支持。2018年8月,《中华人民共和国电子商务法》作为电商领域的首部综合法律,为电子商务的健康发展提供了法律保障。2019年8月,国家医疗保障局《关于完善“互联网+”医疗服务价格和医保支付政策的指导意见》就“互联网+医疗服务”的项目管理、定价机制提出统一的指导意见,并将其纳入医保覆盖范围。2022年8月《药品网络销售监督管理办法》对药品网络销售管理、平台责任履行、监督检查措施及法律责任作出了规定,并对药品网络销售违法行为依法明确了相应的法律责任。这些政策不仅鼓励了医疗机构的数字化转型,还促进了电子商务企业与医疗机构的深度合作。

### 3. 现状与趋势: 多元化格局和趋向于整合的多板块服务形式

医药电子商务主要分为B2B(Business-to-Business,企业对企业)比如京东旗下的京药采、药师帮等;B2C(Business-to-Customer,企业对消费者)按照是否自营可以分为第三方平台B2C如淘宝,和自营模式B2C如京东健康和阿里健康等;O2O(Online to Offline,线上到线下)主要依赖分布广泛的实体药店和医疗机构,也分为自营式和平台式;以及DTP(Direct to Patient,药企对患者)这一全流程药事服务管理的模式,在健康管理领域形成了医药电商市场的多元化格局,并与药企、医疗机构、保险公司、物流企业合作,打造了跨界合作生态和趋向于整合的多板块服务形式,包括药品购买与电子处方服务、医疗器械租赁和购买服务、在线健康咨询与问诊服务、个性化健康管理服务和医疗+健康一站式服务。其中,除了医药行业抢占电子商务领域的几种模式,还存在电商企业建立第三方医药平台的形式,可以为交易双方提供业务涉及的各类服务,使医疗卫生机构、医药企业和电商平台等获得共赢。京东、阿里等作为以电商起家的互联网大厂,通过淘宝、天猫、支付宝、京东等流量入口,消费医疗服务可全方位地触达潜在用户,在从事健康服务方面有天然的优势。当今医疗机构如果没有线上内容运营、IP打造和引流能力,将面临生存压力,因此迫切需要对健康服务项目进行拆解、细分、整合,加快线上化和电商化进程,通过建立强大的线上存在和优化用户体验,来吸引和服务更多的患者。

#### 3.1. 药品购买与电子处方服务

药品购买与电子处方服务作为电子商务在健康管理领域的重要应用之一,正逐步改变着人们的购药方式和用药习惯。首先,电商平台会对入驻的药店和药品供应商进行严格的资质审核和质量检查,并完整保存供货企业资质文件、电子交易等记录,具有安全性和可追溯性;其次,医生开具的处方会经过电商平台的处方审核系统进行审核,审核通过的处方会流转至患者选定的药店或电商平台自营药房,确保处方的合理性和合法性;同时,电商平台会提供用药指导服务,帮助患者了解药品的用法用量、注意事项等信息,电子处方系统内置了强大的药物数据库,能够自动识别并提示医生关于药物之间可能存在的相互作用风险,确保患者用药的安全性;另外,电商平台还汇聚了众多药店和药品供应商,患者可以在平台上轻松搜索并比较不同品牌、不同价格的药品,选择最适合自己的产品;而且,许多电商平台与物流公司合作,提供快速配送服务,确保患者能够及时收到药品,具有极大的便捷性。

药品购买通过电商平台实现了便捷、安全、可追溯的交易过程,而电子处方服务则帮助患者远程获

取了专业医生开具的处方，确保了用药的合法性、安全性和有效性。通过电子商务平台，消费者可以方便地购买到所需的药品，并且结合电子处方服务，实现了从问诊到购药的闭环，具有价格透明优惠、选择丰富、隐私保护、方便快捷等优势，如阿里健康大药房、京东大药房、美团买药、叮当快药、药网等。

### 3.2. 医疗器械租赁与购买服务

随着医疗市场和养老服务市场的扩大，对高端医疗护理器械的需求增加，医疗器械租赁和购买服务逐渐成为电子商务的新兴业务。首先，平台对供应商进行资质审核和认证，确保产品质量可靠、符合相关标准和规定；同时，平台会对目标用户的需求进行深入分析，根据需求提供丰富的医疗器械产品信息，并支持用户按类别、品牌、价格等条件进行搜索，用户可以在平台上直接下单租赁或购买所需器械，支持多种支付方式，并享受免押金租赁、短期租赁、分期付款、以旧换新等灵活的经济方案；另外，平台提供详细的产品信息及用户评价，确保用户能够做出科学合理的购买决策；最后，平台会提供安装调试、维修保养等完善的售后服务，确保用户能够安全、有效地使用产品。

迈瑞医疗电商平台、鱼跃医疗电商平台等专注于医疗器械的电商平台，不仅拥有丰富的医疗器械产品可以选择，还通过优化供应链、提升物流效率等方式降低了产品价格，提高了消费者购买医疗器械的便捷性和性价比，加上完善的售后服务体系，具有灵活性强、技术更新、风险分担、成本控制等优势，方便医疗机构和患者获取所需的医疗设备、满足家庭与个人的健康管理需求。

### 3.3. 在线健康咨询与问诊服务

随着人们生活水平的提高和健康意识的增强，对于健康咨询和问诊服务的需求也日益增长。在线健康咨询与问诊服务是指利用互联网技术，通过在线平台的图文、语音、视频等多种形式，实现医生和患者之间的远程交流和诊疗。首先，电商平台邀请具有执业资格的医生入驻，并对医生的资质进行严格审核，确保医生的专业性和权威性；其次，患者和医生均需在上进行注册，并通过实名认证，确保信息的真实性和安全性；同时，集成支付系统、预约挂号可以减少等待时间，电子病历记录了个人健康状况和就医历史，方便医生结合患者描述来了解病情，对于需要进一步检查的病例，医生可以开具电子检验单，患者可以在线预约检查并获取结果；最后，平台采用加密技术保护用户信息的安全，确保患者与医生之间的沟通不被泄露。

在线健康咨询与问诊服务借助电商平台，实现了患者与医生之间的远程沟通和交流，打破了地域限制，使得患者能够随时随地获取专业的医疗建议和治疗方案，具有跨地域性、实时性、个性化、低成本等优势，如小荷健康、医联、春雨医生、好大夫在线、平安好医等。

### 3.4. 个性化健康管理服务

个性化健康管理服务是随着互联网技术和医疗健康的深度融合而兴起的一种新型服务模式，是一种基于患者个人健康状况、生活习惯、遗传因素、环境因素等多维度数据，为患者量身定制健康管理计划的服务模式。其核心在于“个性化”，即根据每位患者的独特情况，提供针对性的健康指导和建议，以达到预防疾病、促进健康、提高生活质量的目的。

首先，通过问卷调查、体检报告、可穿戴设备监测等多种方式，全面收集患者的健康信息，如体脂率、心率、血压、血糖、睡眠质量、运动量等，利用大数据和人工智能技术，对患者的健康数据进行深度挖掘和分析，评估其当前的健康状况、潜在的健康风险以及生活方式的影响因素；接着，根据患者的健康评估结果，与其共同设定可实现的健康目标，如减重、改善睡眠、控制血压等，并能结合患者的个人偏好、生活习惯、工作性质等因素，量身定制健康管理计划，包括饮食调整、运动建议、心理调适、疾病

预防、药物管理、生活方式调整等多个方面，还可以将健康管理计划分解为若干个小目标，分阶段实施，确保计划的可操作性和可持续性；最后，通过智能客服进行健康随访，了解其健康管理计划的执行情况、健康状况的变化以及遇到的问题，根据随访结果，对患者的健康管理效果进行评估，及时调整健康管理计划，确保其针对性和有效性，为患者提供持续的健康管理服务，包括健康咨询、紧急救援等，确保患者在整个健康管理过程中都能得到及时、有效的支持和帮助；同时，提供健康社区与互动，进行健康打卡、健康教育与科普、在线咨询与问诊、药品与保健品引流和购买，打破了信息不对称和资源不平衡的问题，提供了更加便利和高效的健康管理服务。

### 3.5. “医疗 + 健康”一站式服务

健康管理与电子商务的融合不仅体现在单一服务的创新上，更体现在综合服务的整合上，“医疗 + 健康”一站式服务是指集医疗、健康、养老、保险等多项服务于一体的综合性服务，是电子商务在健康管理领域的综合应用。通过整合医疗资源、健康产品、健康咨询等多种服务，为用户提供全方位、一站式的健康管理解决方案，不仅能够为用户提供更加全面、便捷和高效的健康管理服务、满足用户多样化的健康需求，还能够促进资源的优化配置和医疗健康的协同发展。首先，用户可以更便捷地获取到来自全国乃至全球的优质医疗资源，包括专家咨询、远程诊疗等，有效缓解医疗资源分布不均的问题；同时，平台不仅提供基础的药品销售服务，还涵盖了保健品、医疗器械、健康食品等多种健康产品，满足不同用户的个性化需求；另外，从健康咨询、在线问诊、药品器械购买到慢病管理、养老服务等，一站式服务覆盖了用户健康管理的全生命周期，提高了服务的连续性和完整性；最后，一站式服务模式促进了医疗健康产业的数字化转型和升级，推动了新技术、新模式在医疗健康领域的应用和推广，通过整合各方资源，实现了医疗健康资源的优化配置和高效利用，避免了资源的浪费和重复建设。

如京东健康整合了京东集团旗下的医药零售、医药批发、互联网医疗、健康城市等业务板块，形成了包括医药健康电商、互联网医疗、健康服务、智慧解决方案在内的四个业务版块；阿里健康从医药电商和追溯平台出发，逐步将业务扩展到互联网医疗、消费医疗、数字医疗领域，构建了一个多元化的医疗健康服务体系；健客网是广东首家 B2C 药品经营合法企业，提供药品零售、在线问诊、慢病管理等多种服务，致力于为用户提供全方位的健康管理解决方案。

## 4. 问题与挑战：健康管理与电子商务融合的五大风险

### 4.1. 隐私与数据安全风险

电子商务在健康管理领域的应用依赖于大量个人敏感信息的建档与采集，包括但不限于身份信息、生理指标、健康状况、生活习惯等。这些数据具有高度敏感性，一旦泄露或被滥用，将给个人带来巨大风险，如身份盗窃、欺诈、恶意营销等，甚至引发法律纠纷。因此，如何确保这些敏感信息的安全传输、存储和使用成为首要挑战。同时，信息系统愈发繁复，软件隐患突显，且存在用户信息安全意识淡薄、缺乏专业信息安全维护团队、对信息安全法律法规理解不足的问题。另外，网络攻击、黑客入侵数据库以及数据绑架等数据安全问题亦构成当前数据安全领域的重大挑战[10]。

### 4.2. 利益协调风险

在错综复杂的数字健康生态圈内，患者、监管部门、制药企业、商业公司、医疗服务提供商、科研人员、政策制定者及投资者等各利益相关方受各种激励机制的驱使。一方面，若服务定价不合理，会导致用户负担过重或平台盈利能力不足；各利益主体之间的利润分配不公，会影响合作稳定性和服务质量；服务标准不统一，会导致用户体验差异大，影响用户信任。另一方面，各利益相关方皆共享同一健康数

据集，然而各自目标迥异，导致数据利用率低下、生产要素转化进程迟缓、利益分配失衡。如何协调这些利益关系，是电子商务在健康管理领域需要解决的问题。

### 4.3. 服务质量与用户信任风险

健康管理服务的质量直接影响用户的健康状况和满意度，如果服务提供者的专业水平不足，导致误诊、误治或给出不恰当的健康建议，将直接威胁用户的健康状况；若服务响应速度慢，出现咨询响应慢、预约服务等待时间长等问题，无法满足用户的紧急需求，会影响用户体验和平台口碑；由于电子商务平台的开放性，服务提供者可能来自不同背景，服务质量难以统一，如果不能根据用户的个性化需求提供定制化服务，将损害平台的整体形象和信誉；部分商家还可能夸大服务效果或隐瞒服务风险，以吸引用户购买，如果用户在使用过程中发现实际效果与宣传不符，会产生心理落差和信任危机，甚至引起法律纠纷。

### 4.4. 法律与道德风险

电子商务和健康管理均涉及众多的法律法规和道德规范，以确保行业的健康发展和用户权益的保障，如医药相关法规、电子商务法、广告法、数据安全法规、消费者权益保护法等。在商业利益的驱动下，部分健康管理服务提供商可能与药品、保健品等厂商存在利益关联，从而推荐不适合消费者的产品或服务，存在提供的健康管理服务未达到行业标准或承诺的服务质量；销售未经批准或假冒的药品、保健品、医疗器械等健康产品；未经用户同意或超出必要范围收集用户的个人信息；通过虚假交易、刷单等方式提高销量和好评率；进行虚假促销、虚构原价等行为，欺骗消费者购买；未向消费者提供真实、全面的商品或服务信息；无正当理由拒绝消费者的退换货要求；通过虚假报账、隐瞒收入等方式逃避税收义务；在健康讲座、义诊、体检等活动中进行违法违规的诊疗行为等，不仅违反了相关法律法规和道德规范，也损害了消费者和行业的利益。

### 4.5. 市场竞争风险

随着电子商务在健康领域的不断发展，越来越多的企业和资本涌入该领域，市场竞争日益激烈，可能存在价格战风险、品牌声誉风险和技术创新风险。首先，由于市场参与者众多，为了争夺市场份额和用户流量，不少平台选择通过降价促销来吸引消费者，虽然能在短期内提升销量，但长期来看，可能对平台利润造成挤压，甚至引发行业内的恶性竞争，损害行业生态，降低整体服务质量和用户体验；其次，品牌声誉对于平台的生存和发展至关重要，一些平台可能因产品质量问题、售后服务不佳或虚假宣传等行为而损害品牌形象和声誉，在健康领域，消费者对产品质量和安全性的要求更高，一旦品牌声誉受损，恢复起来将更加困难；最后，技术创新是推动电子商务在健康领域发展的重要动力，但技术创新需要投入大量的人力、物力和财力，且结果具有不确定性，可能无法达到预期效果甚至失败，导致平台研发投入无法收回、市场竞争力下降甚至被淘汰出局。如何在激烈的市场竞争中脱颖而出，保持竞争优势，是平台和服务提供商需要面对的重要问题。

## 5. 对策与建议：推动健康管理与电子商务融合稳健前行

### 5.1. 构建多层防御体系，加强数据安全与隐私保护

针对数据安全与隐私保护缺失的问题，首先，要加强数据安全治理，采用加密技术对敏感信息进行加密传输，确保数据在传输过程中不被截获或篡改，并实行严格的访问控制机制，只有经过授权的人员才能访问特定的数据资源，并记录每一次数据访问行为以便追踪和审计；其次，加强用户隐私保护意识

教育，明确告知用户数据收集、使用和分享的目的、方式及保护措施，采用多种方式向用户普及数据安全知识和防范技能，提醒用户在使用平台时注意保护个人信息，避免在公共网络环境下进行敏感操作；最后，建立专业的信息安全维护团队来负责系统的日常安全维护、漏洞修复、应急响应等工作，定期对团队成员进行安全培训和技能提升，确保团队具备应对各种安全威胁的能力；同时，建议与行业领先的安全机构、研究机构、行政机关等建立合作关系，共享最新的安全技术和最佳实践。

## 5.2. 明确参与主体的权责分工，构建多元化利益协调机制

针对利益分配不均与协调机制缺乏的问题，首先，要提高合作准入门槛，重塑生产者网络内部结构[11]，通过建立可操作性强、公开透明的共享制度与基于贡献度的利润分配机制，厘清监管者、提供者、使用者等各相关方在各环节的职责与权益[12]；同时，依循前端控制与全过程管理的思想，构建“激励-协调-保障-制约”四大机制，形成“事前-事中-事后”的完整闭环，以应对合作过程中面临的动力不够、管理不畅、风险较大和开发不足等困境[13]；另外，建立定期的沟通机制，通过举办行业论坛、研讨会等活动，加强交流与合作，鼓励形成利益共同体意识，共同应对挑战并分享发展机遇，推动数字健康生态圈的发展；最后，可引入第三方监管机构或行业协会，对相关主体的利益分配进行监督和管理，通过多元化的纠纷在线解决机制，方便、快捷、专业、妥当地化解潜在的利益纠纷[14]。

## 5.3. 建立健全服务质量监控体系，提高用户信任感与满意度

针对服务质量参差不齐与监管缺失的问题，首先，平台要加强服务提供者的审核和培训，严格审核医生的资质、加强人才培养和吸纳力度，通过系统培训来确保服务团队的专业性和权威性；同时，优化服务流程和响应机制、建立完善的服务质量控制体系，利用大数据和人工智能技术，深入了解用户需求，提高服务响应速度和处理效率，减少误诊误治的发生，并确保在紧急情况下能够及时为用户提供有效的帮助；另外，要建立完善的患者评价体系，加强与用户的沟通和互动，了解用户需求，鼓励用户反馈服务体验，以便及时改进服务；最后，要定期进行服务满意度调查，根据反馈结果不断优化服务流程和标准。

## 5.4. 健全合规审查与自律响应机制，加强合规管理与行业自律

针对法律合规与道德风险增加的问题，一方面，随着法律法规的不断完善和更新，平台需密切关注政策动态和法律法规变化，定期进行合规性审查和自我评估，及时调整业务模式和经营策略，将合规经营纳入行业发展战略中，确保业务活动符合相关法律法规要求；同时，严格把控产品质量，确保所销售的药品、保健品、医疗器械等健康产品均经过国家相关部门的批准和认证，杜绝假冒伪劣产品的出现，加强健康管理服务的专业性和规范性。另一方面，倡导行业道德标准，加强自律管理，避免不正当竞争和违法违规行为；对于可能出现的社会舆情，平台应持有开放、透明和负责任的态度，通过提前预防、快速响应、沟通协商、正面引导和持续改进等措施，积极应对并妥善处理。

## 5.5. 制定差异化竞争策略，以品牌建设提高核心竞争力

针对市场竞争激烈与产品同质化严重的问题，平台应避免陷入价格战陷阱，而是加强市场调研，灵活调整产品与服务，通过创新服务模式和提升服务质量来提升产品附加值。政府和相关监管机构也应加强市场监管，规范市场竞争秩序，遏制恶性价格战行为。关于提升市场竞争力，一方面，可以通过引入利益相关主体的入驻来丰富平台的内容生态，以更高的专业度、精准化消费服务、互动式体验模式等，发力健康管理内容营销，并通过私域化管理对社群进行差异化营销，增强用户的依从性，实现平台目标人群画像的拓宽和忠诚度培养；另一方面，平台应根据市场变化及时调整自己的产品和服务策略，加强

供应链整合与产品质量保障,根据用户反馈持续改进服务。同时,建立健全的质量管理体系和售后服务体系,确保产品质量和用户体验。最后,平台要加大技术创新和研发投入,通过与高校、科研机构等主体合作,积极引进和培养创新型人才,开展创新研发活动,并建立健全的技术创新风险评估机制,科学评估技术创新项目的可行性和风险程度。另外,作为社会的一份子,平台还应承担起相应的社会责任和义务,积极参与公益事业和社会活动,提升自身的品牌形象和社会声誉,实现经济效益与社会效益的双赢。

## 6. 总结

技术驱动、市场需求、政策引导为电子商务与健康管理的融合发展提供了广阔的空间和机遇。通过资源共享、服务互补和融合发展模式的探索与实践,不仅可以为公众提供更加便捷、高效、优质的商品和服务,还可以充分发挥技术优势来突破资源不均衡、不充分的供给状态,缩小我国与数字健康系统较发达国家之间的差距。未来,随着技术的不断进步和政策的不断完善,健康管理和电子商务融合发展的前景将更加广阔。但同时,也需要关注并解决发展过程中可能出现的问题和挑战,确保创新实践的顺利进行和可持续发展。

## 参考文献

- [1] Biancone, P., Secinaro, S., Marseglia, R. and Calandra, D. (2023) E-Health for the Future. Managerial Perspectives Using a Multiple Case Study Approach. *Technovation*, **120**, Article ID: 102406. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2021.102406>
- [2] Batko, K. and Ślęzak, A. (2022) The Use of Big Data Analytics in Healthcare. *Journal of Big Data*, **9**, Article No. 3. <https://doi.org/10.1186/s40537-021-00553-4>
- [3] Seethalakshmi, S. and Nandan, R. (2020) Health Is the Motive and Digital Is the Instrument. *Journal of the Indian Institute of Science*, **100**, 597-602. <https://doi.org/10.1007/s41745-020-00190-5>
- [4] 赵一凡, 刘子玉. 电子商务发展对农村居民生活满意度的影响——基于 2020 年中国乡村振兴综合调查(CRRS)数据[J]. *经济与管理*, 2024, 38(4): 9-18.
- [5] 魏明月, 王淑, 王淼, 等. 基于“互联网+”的跨区域医疗信息共享与服务协同平台设计[J]. *中国卫生资源*, 2021, 24(5): 547-550.
- [6] 孙东旭, 路薇, 卜彩虹, 等. 面向“互联网+医疗健康”的医药电商服务业务流程分析[J]. *中国卫生事业管理*, 2021, 38(3): 168-170+206.
- [7] 余玉刚, 王耀刚, 江志斌, 等. 智慧健康医疗管理研究热点分析[J]. *管理科学学报*, 2021, 24(8): 58-66.
- [8] Shah, B., Allen, J.L.Y., Chaudhury, H., O'Shaughnessy, J. and Tyrrell, C.S.B. (2022) The Role of Digital Health in the Future of Integrated Care. *Clinics in Integrated Care*, **15**, Article ID: 100131. <https://doi.org/10.1016/j.intcar.2022.100131>
- [9] 殷猛, 李琪, 刘霁堂. 医药企业电子商务转型的影响因素及策略研究[J]. *卫生经济研究*, 2016(3): 25-28.
- [10] 赵海强. 数字医疗时代健康档案数据开放共享研究[J]. *兰台世界*, 2023(3): 93-95.
- [11] 杨叶, 张娟, 陈皓阳, 等. 我国互联网医疗政策执行困境及优化策略——基于政策网络理论[J]. *卫生经济研究*, 2022, 39(8): 14-17.
- [12] 吉萍, 祝丹娜, 谢杨晓虹, 等. 健康医疗数据的科研共享应用思考[J]. *医学与哲学*, 2022, 43(1): 5-8.
- [13] 黄新平, 朱思媛. 数字医疗时代健康档案数据开放共享机制研究[J]. *北京档案*, 2022(9): 9-13.
- [14] 罗涛, 赵越, 徐婷, 等. 试论互联网医疗纠纷在线解决机制的构建[J]. *中国医院*, 2022, 26(5): 64-67.