

“互联网+”药品采购背景下电商平台的供应链重构与营销转型研究

唐伟杰

江苏大学管理学院, 江苏 镇江

收稿日期: 2025年6月10日; 录用日期: 2025年6月25日; 发布日期: 2025年7月28日

摘要

“互联网 + 药品采购”政策的逐步推进正在重塑我国医药流通格局, 电商平台作为连接医疗资源与终端用户的关键载体, 正由传统交易渠道加速转型为数字健康服务基础设施。本文从电商经济视角出发, 基于平台经济与供应链管理理论, 探讨在政策驱动背景下电商平台如何实现供应链协同优化与营销路径重塑。文章围绕采购协同机制、履约体系建设、合规运营能力及用户服务创新等方面展开论述, 并辅以典型平台案例予以印证。研究发现, 政策导向推动平台不断强化数字能力, 提升供需匹配效率, 并形成以健康数据为基础的精细化运营模式。文章最后提出相关政策建议和企业发展方向, 旨在为数字健康平台生态的构建和“互联网+”政策的落地提供理论参考与实践支持。

关键词

“互联网+”, 电商经济, 药品采购, 精准营销, 数字健康服务, 平台经济

Research on Supply Chain Reconstruction and Marketing Transformation of E-Commerce Platforms under the Background of “Internet+” Drug Procurement

Weijie Tang

School of Management, Jiangsu University, Zhenjiang Jiangsu

Received: Jun. 10th, 2025; accepted: Jun. 25th, 2025; published: Jul. 28th, 2025

文章引用: 唐伟杰. “互联网+”药品采购背景下电商平台的供应链重构与营销转型研究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(7): 2340-2346. DOI: 10.12677/ecl.2025.1472440

Abstract

The gradual advancement of the “Internet + Drug Procurement” policy is reshaping the pattern of China’s pharmaceutical distribution. As a key carrier connecting medical resources with end users, e-commerce platforms are accelerating their transformation from traditional transaction channels to digital health service infrastructure. From the perspective of e-commerce economy and based on the theories of platform economy and supply chain management, this article explores how e-commerce platforms can achieve supply chain collaborative optimization and marketing path reshaping under the background of policy-driven. The article elaborates on aspects such as the procurement collaboration mechanism, the construction of the performance system, the compliance operation capability, and the innovation of user services, and is supplemented by typical platform cases for verification. Research findings show that policy guidance has driven platforms to continuously enhance their digital capabilities, improve the efficiency of supply and demand matching, and form a refined operation model based on health data. At the end of the article, relevant policy suggestions and enterprise development directions are put forward, aiming to provide theoretical references and practical support for the construction of the digital health platform ecosystem and the implementation of the “Internet+” policy.

Keywords

“Internet+”, E-Commerce Economy, Drug Procurement, Precision Marketing, Digital Health Services, Platform Economy

Copyright © 2025 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

随着互联网大健康产业的发展 and “健康中国 2030” 战略的推进，医药电商行业迎来发展机遇，展现出惊人的增长势头。技术进步和市场环境优化推动着医药电商成为医药行业的重要渠道。目前我国网民规模庞大，网上交易额持续增长，医药电商行业在全球呈现出积极的发展趋势和广阔的市场前景。因此药品网络销售受到国家严格监管以确保药品质量和安全，国家在政策层面对医药电商行业给予了高度的关注和重视，通过发布规划、加强监管、等方式，不断推进医药电商行业的健康发展，以满足人民群众日益增长的医疗健康需求。同时医药电商领域涌现出不同的商业模式，包括 B2B、B2C、O2O 等，终端客户连接药企、经销商、零售药房、医院和个人消费者以满足市场需求。“互联网+” 战略的深化实施，促使传统医药采购体系加速向数字化、网络化、平台化方向演进。2020 年以来，以国家组织药品集中带量采购为代表的一系列政策相继落地，在打破原有流通格局的同时，也为电商平台介入药品采购与配送打开了政策空间。作为电商经济的重要组成部分，医药电商平台逐渐承担起连接供需两端、协调产业链上下游、拓展健康服务边界的重要角色。

特别是在“互联网 + 药品采购”政策推动下，电商平台一方面需应对更为复杂的药品合规管理与履约要求，另一方面也迎来服务转型与生态融合的机遇。从平台经济理论出发，电商平台在数字供应链协同、健康数据运营、用户关系重构等方面具备天然优势，正在成为推动“智慧医疗 + 数字消费”融合发展的关键基础设施。

因此，本文将以政策背景为出发点，结合电商平台经济特征，探讨其在供应链重构与营销创新方面

的实践逻辑与发展趋势，旨在为平台企业、监管机构与公共健康体系的协同治理提供理论分析与实践启示。

2. “互联网 + 药品采购”政策与电商平台职能演变

2.1. 政策背景

近年来，国家通过药品集中采购、医保目录准入、处方流转规范等多项制度建设，逐步形成以“高质量 + 低价格”为导向的药品供应新格局。“互联网 + 药品采购”政策则是在此基础上，进一步推动采购、支付、配送、监管等关键环节的在线化与平台化。根据中国电子商务研究中心的最新数据，2022 年我国互联网医疗市场实现了显著增长，市场规模达到了 3102 亿元，较去年同期增长了 39.1%。同比增长 39.1%；其中医药电商市场规模为 2520 亿元，同比增长 36.14%。2022 年中国医药电商市场规模占比为 14.5%，预计 2025 年占比将达 18.4%。药品作为特殊的商品，国家在药品的采购、仓储和分销阶段都有完善的政策进行严格管控。随着线上医保支付逐步完善、处方药线上通道解禁等相关政策的实施，进一步推动了医药电商渠道的开放[1]。

在药品网络销售方面，2022 年，国家市场监管总局正式发布了《药品网络销售监督管理办法》，该办法从药品网络销售管理、平台责任落实、监督检查措施以及法律责任等多个方面进行了全面细致的规定，旨在加强药品网络销售的监管工作，尤其是关于“网售处方药”与“第三方平台”的监管细则，引发了业界的关注和讨论。这一法规的颁布，旨在进一步规范药品网络销售市场，保障药品质量和用药安全，为行业的健康发展提供有力保障[2]。在医药电商的快速发展中，龙头企业的不同商业模式也成为丰富互联网大健康商业环境的关键[3]，医药电商平台作为医药流通领域的关键一环，有效地将药企、经销商、零售药房、医院以及终端用户连接起来。目前国内外医药电商主要分为三种商业模式：分别是 B2B、B2C、O2O。B2C 商业模式的代表平台有京东健康、阿里健康等[4]。

2.2. 电商平台在医药采购体系中的经济功能定位

在平台经济理论视角下，医药电商平台本质上是一种多边市场(Multisided Market)组织形式，其核心功能在于通过技术手段降低多方交易的摩擦成本、整合分散的市场资源，并促进药品供给方(药企、批发商)、需求方(医疗机构、患者)及监管方之间的高效互动。多边市场理论指出，平台的价值来源于各边市场之间的网络外部性，当平台能够同时满足多方参与者的利益诉求时，整体平台生态将呈现正向增长循环。在“互联网 + 药品采购”背景下，电商平台通过统一的规则设计与政策响应机制，有效协调价格、支付、合规、配送等多维要素，推动处方流转、医保支付与用药服务的集成化发展，逐渐演化为医药流通与健康管理交汇的多功能服务节点。

与传统医药流通渠道相比，电商平台具备三大优势：(1) 渠道拓展性：线上渠道有效突破地理限制，实现药品资源在更大范围内的优化配置；(2) 数据整合能力：平台可基于用户行为与市场反馈动态调整供给结构，提升供需匹配效率；(3) 服务导向机制：平台通过构建用户服务体系，实现健康管理、问诊推荐、精准推送等价值延伸。

因此，从电商经济的角度重新审视“互联网 + 药品采购”，不仅是采购流程的优化，更是健康消费结构重塑与服务生态创新的重要契机。

3. 电商平台在“互联网 + 药品采购”背景下的转型路径分析

3.1. 柔性化与数字化的双重转向

伴随“互联网 + 药品采购”政策逐步落地，医药电商平台加速向柔性化与数字化方向转型，构建具

备快速响应与智能履约能力的供应链体系。参考供应链运作参考模型(SCOR 模型),平台在采购协同、智能补货与物流执行等环节的优化实践可划分为“计划(Plan) - 采购(Source) - 交付(Deliver)”三大核心流程。具体而言,平台通过前置仓布局与订单预测系统提升计划精准度;利用政策价格优势开展集中采购与直采谈判优化采购结构;同时,依托冷链物流与智能调度系统强化最后一公里的交付能力。这种围绕数据驱动展开的端到端协同能力,不仅增强了平台履约效率,也提升了平台应对高监管、高敏感、高时效性药品流通需求的韧性。

3.2. 数据驱动的合规保障与风险控制机制

在药品流通数字化过程中,合规性与安全性是电商平台必须应对的核心挑战。平台普遍建立起多层次的“处方药核验 - 医生资质审核 - 药品来源追溯 - 用户身份校验”机制,通过区块链、AI 识别、大数据对比等技术手段提升监管透明度。

平台的数据能力还可服务于监管机构,实现基于数据的精准监管。例如,在部分试点地区,电商平台与药监局共建药品流向大数据平台,实时上传订单、发货、签收与用户反馈信息,形成“药品从生产到使用全过程留痕”的可视化体系。这一过程中,平台不仅是被监管对象,也逐步演化为合规共建方与治理协同者。

3.3. 用户运营与健康服务生态融合

电商平台正在从单纯交易导向转向用户健康价值导向。在“互联网 + 药品采购”政策驱动下,平台积极拓展线上问诊、智能续方、个性化推荐等服务,逐步构建用户健康全生命周期管理体系。

此外,健康内容营销与用户教育成为提升用户黏性的重要手段。平台通过打造“药师直播”“健康讲堂”等合规内容场景,一方面强化用户对平台专业信任,另一方面也形成差异化竞争优势。最终实现“从购药工具到健康陪伴”的价值跃迁。

在此背景下,平台营销策略从传统流量驱动转向“健康信任驱动”,借助内容生态、社群运营、健康档案等工具,实现精准触达与服务闭环。

4. 平台案例分析

4.1. 京东健康:从供应链整合到精准营销闭环

京东健康作为国内首家在港上市的互联网医疗平台,凭借母公司京东集团的供应链基础,快速响应“互联网 + 药品采购”政策,积极构建自有的医药商品供应网络与履约体系。其业务模式主要是以供应链为核心,医疗服务为抓手,数字驱动的用户全生命周期全场景的健康管理。涵盖了 B2B + B2C + O2O 多种电商模式[5]。

在上游采购方面,京东健康逐步采用直采 + 合规集采的模式,与数百家重点药企建立战略合作关系。平台积极对接国家带量采购目录,基于政策价格优势调整产品结构,提升核心品类的性价比和供给保障能力。

在营销层面,京东健康探索“内容 + 服务 + 场景”融合的精准化路径。平台推出“京东药师说”栏目,联合三甲医院医生、药师开展疾病科普、用药指导、产品推荐,提升用户健康认知与品牌信任度。基于用户购药行为与疾病周期,平台推行会员机制与智能推荐,形成涵盖“购药 - 用药 - 复购”的健康服务闭环。

值得注意的是,京东健康特别重视“合规营销”边界。在其“互联网医院”板块,严格区分 OTC 与处方药信息展示,并通过实名认证、电子处方系统等方式确保线上售药合法合规。这一做法不仅顺应监

管要求，也为平台赢得了用户与政府的双重信任[6]。

4.2. 阿里健康：以数据驱动的全域运营策略

阿里健康则更侧重于以大数据与多平台协同为核心的生态化运营思路。依托领先的数字技术和数字运营能力，以“云基建”为基础、“云药房”为核心、“云医院”为引擎，为亿万家庭提供普惠便捷、高效安全的医疗健康服务。阿里健康的主营业务包括医药自营业务、医药电商平台业务、医疗健康及数字化服务业务，凭借其互联网科技与数字技术领域的优势，以及深耕多年的品牌优势与资源，阿里健康在医生、药企商家及患者用户间构筑起解决供需关系的关键桥梁，打造出线上线下一体化的医药健康品服务平台，并不断提升用户体验。

在政策响应上，阿里健康强化平台与国家医保局、地方卫健委的信息互联机制，推进集采品种线上流通。根据其 2024 年财报，阿里健康全年实现总收入 270.27 亿港元(约合人民币 270.3 亿元)，同比增长 1.0%；盈利能力显著提升，净利润达 8.83 亿港元，同比大幅增长 64.6%，经调整后利润 14.38 亿港元，增速高达 90.8%。分业务板块看：医药自营业务作为核心支柱(占总收入 86%)，贡献收入 237.39 亿元，同比增长 0.6%，增长动力主要来自 SKU(库存商品单元)持续扩充及用户体验优化；医药电商平台业务收入 23.29 亿元，同比增长 4.1%，主要受益于天猫健康广告运营权整合后的服务闭环效应；医疗健康及数字化服务收入 9.58 亿元，同比增长 2.6%，涵盖药品追溯平台“码上放心”及在线诊疗等增值服务。用户规模方面，天猫健康平台年度活跃购买用户数达 3 亿，服务商家超 3.5 万家(同比增长 28%)；自营会员数增至 7700 万，会员年均消费(ARPU)同比增长 17%，反映用户黏性持续增强[7]。

在网络营销方面，阿里健康强调以用户标签和健康数据为基础的“千人千面”策略。例如，在三高、糖尿病、女性健康等垂直领域，平台通过大数据画像构建细分人群推荐模型，结合直播带药、健康问答、疾病知识课程等内容形式开展场景式营销。

同时，阿里健康也投入资源建设合规技术体系，包括内容审核系统、广告合规检查机制等，确保营销内容既符合监管要求，又能发挥引导消费的作用。

4.3. 对比分析讨论

从上述两个案例来看，京东健康更注重“物流能力 + 专业服务”导向的供应链整合策略，打造快速履约与药事咨询一体化平台；而阿里健康则凭借生态资源与数据优势，强化多渠道营销与用户全生命周期管理。

两者在政策响应与电商经济结合上呈现出三大共性特征：(1) 在供应链重构方面，平台主动参与集采品种流通，优化库存结构与上下游协同逻辑，形成政策牵引下的柔性供应体系；(2) 在营销路径重塑方面，聚焦健康内容与互动服务，推动从“流量促销”向“价值运营”升级，形成用户健康资产积累；(3) 在合规与风控机制建设方面，平台以技术手段增强内容合规、用药安全与订单溯源能力，稳固政策红线下的商业持续性。

总体来看，“互联网 + 药品采购”政策不仅是平台发展的合规底线，更催生出新的增长逻辑与技术创新空间。未来电商平台需进一步打通“政策 - 供给 - 服务”链条，以数字驱动方式构建稳健、高效、可持续的健康消费生态。

5. 政策建议

(1) 完善“互联网 + 药品采购”配套政策体系。当前政策以集采为核心，但在线上药品流通环节的定价机制、医保结算路径、合规边界等方面仍有不明确之处。建议进一步明晰线上处方药销售的医保支持标准，推动医保电子凭证与平台无缝对接，并出台细化的电商平台药品监管操作规程，防止灰色地带

滋生[8]。

(2) 加强对平台合规能力的监督与指导。监管部门可通过制定统一的药品网络销售平台准入标准，建立合规评级与动态监管机制，并推动“监管沙箱”试点，在保障安全的前提下释放平台创新空间。鼓励平台建设可追溯的药品流通与用药信息系统，实现药品来源、处方流转、配送路径等数据的全流程留痕与实时可查。平台在合规方面的技术投入，也可成为其竞争优势的一部分，推动形成“合规即价值”的市场共识。

(3) 推动数字化供应链建设与“平台即服务”能力发展。政策层面应鼓励平台打通药品供应链上下游环节，支持构建从药企到用户的全链条数字化系统，完善动态库存管理、智能补货、柔性履约等机制。尤其应针对药品“高频低值、效期敏感”等特点，引导平台建设数据驱动的柔性履约体系，以提升运营效率与服务稳定性。同时，支持大型平台向“健康服务基础设施”角色转型，通过开放系统接口对接医保、医院与药企，实现处方调配、医保结算、库存共享等功能，推动从商品交易平台向生态赋能平台演进。

(4) 推动个性化健康服务与精准健康营销发展。应在保护数据隐私的前提下，鼓励平台利用 AI、大数据与用户画像技术，开展以用户健康为导向的个性化药品推荐、健康提醒、线上问诊等服务，探索内容电商与健康管理融合的新范式。政策可引导企业构建以用户全生命周期为中心的服务体系，实现“用药 + 健康”一体化闭环，为居民提供更科学、便捷的用药支持。

(5) 引导平台参与多层次药品保障体系建设。政府应积极推动头部电商平台参与国家公共卫生体系建设，如基本药物配送、基层慢病管理、边远地区药品覆盖等任务。可通过政府采购、战略合作等方式，将平台资源嵌入基层医疗服务体系，提升药品可及性与保障能力，尤其解决“最后一公里”用药难题。

(6) 推动电商平台跨界融合创新。在保障药品安全底线基础上，鼓励平台发展“药 + 医 + 险”融合新业态，如开展“互联网医院 + 在线保险 + 慢病用药”一站式服务，提升用户体验；或推动中医药文化传播、电商平台传统药品品牌出海，形成新增长点。此外，还应探索“平台即治理单元”的模式，鼓励平台参与制定行业标准与信用体系，承担更多社会责任。

6. 结论与研究展望

在“互联网 + 药品采购”政策持续深化的背景下，医药电商平台作为连接供需两端与制度体系的重要中介力量，正在经历由交易撮合型通道向数字化、服务化、智能化的健康基础设施平台的深度转型。本文立足于平台经济与供应链管理理论，融合多边市场机制、SCOR 流程模型，从理论与实践两个层面系统梳理了电商平台在供应链重构与营销模式革新中的逻辑路径，聚焦其在采购协同、履约效率、合规运营及用户服务迭代方面的关键实践，通过京东健康与阿里健康等代表性案例进行验证分析，揭示了平台如何在政策驱动下实现由“渠道逻辑”向“生态逻辑”的战略性跃升。研究表明，在政策红利叠加数字技术支撑的双重驱动下，平台通过推动采购流程的扁平化与履约链条的柔性化，有效提升了医药商品的流通效率与供应保障能力；同时，平台依托健康数据与用户画像技术，在精准营销、个性化推荐与健康陪伴服务等方面不断深化创新，逐步形成以用户健康价值为核心的商业模式，推动医药电商从流量转化型营销走向关系维系型运营。在此过程中，平台的合规能力建设不仅体现为技术手段的完善，更彰显其向治理主体角色转变的趋势，与政策监管形成互动共治的合力格局。

尽管如此，本文研究仍存在一定局限：一是理论分析以结构逻辑为主，尚缺乏对平台绩效变化的量化检验，未能从实证层面验证政策对平台运营能力的影响路径；二是案例类型集中于头部平台，尚未涵盖区域性平台或中小型主体的策略差异；三是数据来源主要依托公开材料，尚缺乏平台内部运营数据或用户反馈信息支撑，难以全面揭示平台行为机制的深层逻辑；四是关于营销策略与监管响应机制之间的

联动关系仍有待进一步建构。

未来研究可围绕平台绩效评估、多平台模式比较、用户行为干预机制、数字技术集成效应以及平台治理逻辑演化等方向展开更为深入的探索，从而丰富对医药电商平台在政策引导与公共健康服务协同体系中战略角色的系统性认知，助力构建更加高效、透明、以用户为中心的“互联网 + 药品采购”平台生态。

参考文献

- [1] 李莲姬. 中国医药电商行业现状及供应链管理模式研究[J]. 物流工程与管理, 2020, 42(5): 90-91.
- [2] 余欣. 药品网售新规落地影响[J]. 中国药店, 2023(1): 20-22.
- [3] 刑开允. 医药电商, 一个中心、两大产品、三种经营模式[EB/OL]. 发现报告. <https://www.fxbaogao.com/detail/2467102>, 2021-03-11.
- [4] 肖佳欣, 李雪, 曲嵬琦, 等. B2C 医药电商运营存在的问题及优化策略研究[J]. 大众标准化, 2022(12): 116-118.
- [5] 丁景芝. 京东、阿里、平安抢滩互联网医疗[J]. 英才, 2021(Z1): 66-67.
- [6] 梁泽钰. 京东健康数智医疗价值创造的效果研究[D]: [硕士学位论文]. 南宁: 广西财经学院, 2024.
- [7] 阿里健康信息技术有限公司. 截至 2024 年 3 月 31 日止年度末期业绩公告[EB/OL]. 香港交易所. <https://www1.hkexnews.hk/listedco/listconews/sehk/2024/0527/2024052701249.pdf>, 2024-05-27.
- [8] 余奕磊, 马爱霞. 我国网上药店发展的特点及存在问题的原因分析[J]. 现代经济信息, 2012(6): 94.