

2017 年上半年医药行业发展报告

光明网舆情中心
2017.7

目录

概述.....	4
第一章 政策篇.....	5
一、制药领域.....	5
（一）十三五中医药创新专项规划等发布，政策助推中医药发展升级	5
（二）CFDA 顺利加入 ICH，优质仿制药企业有望长期获益	5
（三）医保谈判目录接纳单抗药物，有望加快生物类似药市场导入	5
二、医药流通领域.....	6
（一）“两票制”全面开展，或促进医药流通行业整合	6
（二）医药电商迎政策机遇，移动端和 O2O 是主要方向	6
（三）2017 年医联体建设试点全面启动，药企可在基层抢占优势地位	6
三、医疗器械领域.....	7
（一）分级诊疗改革进入深水区，医疗器械基层布局提速	7
（二）CFDA 连发征求意见稿，引导鼓励医疗器械创新的趋势明显	7
四、医药投资领域.....	7
（一）支持社会办医顶层政策出台，民营医疗投资热度呈现上升态势	7
（二）市场需求+政策利好，医疗+人工智能市场现投资热潮	7
（三）首部《中医药法》正式施行，产业资本加码布局中医药产业	8
第二章 口碑篇.....	9
一、药企半年声誉度.....	9
（一）总榜单.....	9
（二）分榜单.....	11
二、药企新媒体建设情况.....	14
（一）药企半年度微信影响力排行	14
（二）新媒体品牌建设启示	14
三、医药舆情热点分析.....	15
（一）医药行业舆情热点事件	16
（二）网民涉药企关注点分析	16
第三章 展望篇.....	19
一、药品质量安全话题仍将是公众关注的一大重心	19

二、药品广告夸大宣传成为一大沉珂，虚假宣传亟待纠正	19
三、医药反腐加码，药企贪腐话题或成舆情潜在导火索	19
四、《中医药法》释放利好，中药监管呼声走高	19
五、医药电商“风生水起”，交易监管制度可期	20
关于我们：光明网舆情中心	20

概述

2017 年上半年，医药行业进入政策密集期，新版医保目录、“两票制”等政策剑指结构性调整，医药产业正步入规范发展的快车道。随着国家食药监总局对药品监管力度的加大，假药、不合格药等负面事件不时曝出，触动公众敏感神经，也将相关医药企业推上风口浪尖。切实保障药品安全是每一家药企的基本责任，如何在危机中有效回应公众关切、以实际行动修复企业口碑，如何在日常管理中做到品牌的有效推广、树立企业良好形象，直接关系到医药企业的市场竞争。

继 2016 年年度医药行业发展报告后，光明网舆情中心再度推出医药行业发展半年报，全面梳理 2017 年上半年医药企业发展现况。本报告分为政策篇、口碑篇两大部分，第一部分结合专家对行业政策的解读，分析行业改革发展动向和众多的利好点。第二部分主要从药企品牌关注度和健康度等方面分析药企网络口碑情况及新媒体运用效果，对药企市场形象及自我品牌推广成效做出评估。

信息统计截止到 2017 年 6 月 30 日，相关数据来自光明网舆情监测平台。具体报告如下：

第一章 政策篇

2017 年上半年，政策密集发布。伴随着“两票制”全面推开、《医疗器械优先审批程序》的施行，新版《国家基本医疗保险、工伤保险和生育保险药品目录（2017 年版）》等的出台，医药行业面临新的机遇和挑战。

一、制药领域

（一）十三五中医药创新专项规划等发布，政策助推中医药发展升级

2 月 23 日，人社部公布新版《国家基本医疗保险、工伤保险和生育保险药品目录（2017 年版）》。27 日，国家食品药品监督管理总局局长毕井泉在国新办发布会上表示，要启动中药注射剂药品安全性、有效性的再评价工作。4 月 18 日，人社部官网发布《关于公开征求建立完善基本医疗保险、工伤保险和生育保险药品目录动态调整机制有关意见建议的通知》，就医保药品目录 6 大问题向全社会公开征求意见。6 月 14 日，科技部官网发布《“十三五”中医药科技创新专项规划》。

业内认为，短短两年，中央部委陆续发布中医药行业扶持性政策文件超过 10 份，密度之大鲜有行业可以匹敌。此次 2017 版医保目录对中药的大扩容，亦体现了政策对中医药产业的支持及对中成药发展的鼓励。随着各省医保目录大增补开始，有优质品种资源的中小型药企或有望弯道超车。但值得注意的是，在医保控费的大背景下，未来大量中药注射剂使用将受限。有机构分析认为，绝大部分的清热解毒、心脑血管中药注射剂和部分华药辅助用药都被限二级以上医院使用，基层用量将大幅减少，预计辅助用药整体将长期衰退。

（二）CFDA 顺利加入 ICH，优质仿制药企业有望长期获益

5 月 12 日，由中国医学科学院药物研究所、中国医药工业信息中心、中国食品药品检定研究院联合主办的“中国仿制药蓝皮书发布会”在北京举行。5 月 31 日至 6 月 1 日，国际人用药品注册技术协调会（ICH）2017 年第一次会议通过了中国国家食品药品监督管理总局的申请，总局成为国际人用药品注册技术协调会正式成员。6 月，国家食品药品监督管理总局集中发布《关于仿制药质量和疗效一致性评价工作有关事项的公告(征求意见稿)》、《仿制药质量和疗效一致性评价受理审查指南(需一致性评价品种)(征求意见稿)》、《仿制药质量和疗效一致性评价受理审查指南(境内共线生产并在欧美日上市品种)(征求意见稿)》、《仿制药质量和疗效一致性评价相关单据》和仿制药参比制剂目录(第五批)、仿制药参比制剂目录(第六批)。

业内认为，蓝皮书通过对我国仿制药系统而全面的产业发展分析，对未来中国仿制药的发展方向有深远意义。仿制药一致性评价制度的推出，有利于优化我国制药行业的市场竞争格局，市场集中度将提升。CFDA 加入 ICH，国外仿制药企进入中国注册的门槛将降低，仿制药市场竞争激烈加剧，仿制药企业将面临巨大的转型压力。但也将利好国内的优质仿制药企业，尤其是具备制剂出口能力的医药企业——“进可攻”：制剂出口获得国际市场份额；“退可守”：去腐存精提高国内市场集中度，势必长期受益。

（三）医保谈判目录接纳单抗药物，有望加快生物类似药市场导入

4 月 14 日，人力资源社会保障部办公厅发布的《人力资源社会保障部办公厅关于确定 2017 年国家基本医疗保险、工伤保险和生育保险药品目录谈判范围的通告》，确定 44 个谈判药品名单，其中包含 7 个单抗药物。

有分析认为，医保谈判目录接纳单抗药物，为国内生物类似药的发展提供了支持，有望加快市场导入。有业内人士认为，生物类似药市场正处在爆发前夜，2017 年至 2020 年将是生物类似药发展的黄金阶段。有数据显示，在 2016 年全球销量前 200 名的药品中，生物药

占 44%，总金额 1572 亿美元。有机构建议国内生物类似药可以通过价格优势或者进入医保目录获得巨大市场，同时积极布局海外市场。

二、医药流通领域

（一）“两票制”全面开展，或促进医药流通行业整合

1 月 9 日，国家卫计委正式在官网刊发《关于在公立医疗机构药品采购中推行“两票制”的实施意见（试行）》，以及《压缩环节、净化环境——从国际经验看药品流通“两票制”》。同月 24 日，国务院办公厅发文《国务院办公厅关于进一步改革完善药品生产流通使用政策的若干意见》；2 月 7 日，印发《关于进一步加强疫苗流通和预防接种管理工作的意见》；5 月 5 日，印发《深化医药卫生体制改革 2017 年重点工作任务》。6 月 12 日，国家卫计委召开发布会称，对医药购销行为、药品耗材以及疫苗生产、流通等重点领域加强监管力度。有关消息称，2017 年卫计委要全力推进 11 个综合医改试点省和 200 个公立医院改革试点城市率先推行“两票制”，也鼓励其他地区积极推进，争取到 2018 年在全国全面推开。

业内认为，“两票制”的推行意义重大。第一，可以压缩药品流通环节的“过票”“倒票”“转票”等现象，净化流通环节，治理药品流通领域乱象。第二，意味着大规模社会化物流压力的快速生成，使信誉度高、规范性强、终端覆盖广、销售能力强的大型药品流通企业市场占有率迅速提升，行业集中度不断提高。第三，将加速全行业洗牌过程，促使医药流通格局发生重大调整，医药流通行业的兼并重组将迎来高潮，流通巨头或将诞生。

（二）医药电商迎政策机遇，移动端和 O2O 是主要方向

1 月 9 日，国务院印发的《“十三五”深化医药卫生体制改革规划》中明确提出，推广应用现代物流管理技术，规范医药电商发展，健全中药材现代流通网络与追溯体系，促进行业结构调整，提升行业透明度和效率。1 月 21 日，国务院印发的《关于第三批取消中央指定地方实施行政许可的决定》中“取消互联网药品交易服务企业（第三方平台除外）审批”。5 月 8 日，国家卫生计生委办公厅相继发布《互联网诊疗管理办法（试行）》（征求意见稿）和《关于推进互联网医疗服务发展的意见》（征求意见稿）。

这一系列举动被业界解读为“医药电商敞开了”。业内人士认为，《意见》的出台将有效推动医药电商与互联网医疗产业的融合与升级，意味着互联网医疗终于获得应有的合法性地位。这一方面将使各地区的监管部门有了互联网医疗监管的执行方向，促使更多互联网医疗落地；另一方面亦为从业者注入了信心，为医药电商与互联网医疗的结合奠定了基础。同时，业内人士分析，医药电商的发展仍将以移动端和 O2O 为重，移动端是未来趋势，未来的电商战场必然在移动端，而 O2O 模式是医药电商目前分食处方药市场蛋糕的最适模式，今年全年医药电商移动端或将呈倍数增长。

（三）2017 年医联体建设试点全面启动，药企可在基层抢占优势地位

4 月 26 日，《国务院办公厅关于推进医疗联合体建设和发展的指导意见》要求今年所有三级公立医院参与医疗联合体建设。5 月 2 日，卫计委印发《关于做实做好 2017 年家庭医生签约服务工作的通知》，明确今年以省（区、市）为单位要在 85% 以上的地市开展家庭医生签约服务工作，签约服务人群覆盖率达到 30% 以上，老年人、孕产妇、儿童、残疾人以及高血压、糖尿病、结核病等慢性疾病和严重精神障碍患者等重点人群签约服务覆盖率达到 60% 以上。

业内认为，新一轮医改使医疗服务的可及性明显提升，“药店+诊所”模式日益成熟，“药店+诊所”经营资质的零售门店越来越受消费者青睐。有观点建议，药品生产企业可尽早调整营销规划，抢占基层的先机将占据优势地位。一是重视并增加基层常见病、多发病及基层慢病管理所需药品的研发生产；二是将基层医疗市场开发作为重点，医药企业基层医疗事业部的工作重心将转移到销售管理与服务上来。三是考虑到基层客户较分散的特性，满足大量

乡村医疗机构的配送需要。

三、医疗器械领域

（一）分级诊疗改革进入深水区，医疗器械基层布局提速

根据 2015 年国务院办公厅印发的《关于推进分级诊疗制度建设的指导意见》，到 2017 年，基层医疗卫生机构诊疗量占总诊疗量比例不低于 65%。5 月 23 日，《国务院办公厅关于支持社会力量提供多层次多样化医疗服务的意见》提出，“发展社会力量举办、运营的高水平全科诊所……医师可以按规定申请设置医疗机构，鼓励医师到基层开办诊所”。

业内认为，分级诊疗将带来医疗资源配置向基层下沉。随着政策的倾斜与资金投入的侧重，国产优秀的器械品牌，无论是有渠道有产品的大品牌还是在技术上有独到之处的后起之秀，在基层领域或将迎来爆发，尤其是检验诊断设备、慢性病相关家用设备、医用康复器械、医生随诊随访设备、超声等安全简便的影像设备等基层设备领域。

（二）CFDA 连发征求意见稿，引导鼓励医疗器械创新的趋势明显

5 月，国家食品药品监管总局连发四大政策(征求意见稿)，包括《关于鼓励药品医疗器械创新改革临床试验管理的相关政策》(征求意见稿)，《关于鼓励药品医疗器械创新实施药品医疗器械全生命周期管理的相关政策》(征求意见稿)，《关于鼓励药品医疗器械创新保护创新者权益的相关政策》(征求意见稿)，《关于鼓励药品医疗器械创新加快新药医疗器械上市审评审批的相关政策》(征求意见稿)。5 月 19 日，国务院总理李克强签署第 680 号国务院令，公布《国务院关于修改〈医疗器械监督管理条例〉的决定》。6 月 12 日，科技部办公厅印发《“十三五”医疗器械科技创新专项规划》。

来自工信部的统计数据显示，医疗器械行业 2016 年市场规模达到 3700 亿元，过去 6 年来的年复合增长率达到 20.3%。然而，国内市场人均医疗器械费用支出远低于发达国家和地区市场。业内分析认为，此次 CFDA 的政策组合拳从医疗器械的审批、使用、保护创新者权益等多个角度来鼓励创新，医疗器械国产化及进口替代是政策重点鼓励方向，CFDA 的医疗器械注册审批改革或将在今年下半年再提速。

四、医药投资领域

（一）支持社会办医顶层政策出台，民营医疗投资热度呈现上升态势

5 月 3 日，国务院总理李克强主持召开国务院常务会议明确从各方面为社会办医开“绿灯”，我国将大力支持社会办医，促进有实力的社会办中医诊所、门诊部等跨省市连锁经营，吸引境外投资者合资合作兴办高水平医疗机构。5 月 23 日，国务院办公厅印发《关于支持社会力量提供多层次多样化医疗服务的意见》（国办发[2017]44 号）显示，今后将进一步激发医疗领域社会投资活力调动社会办医积极性，并支持社会力量提供多层次多样化的医疗服务。

有观点分析，《意见》中明确提出的扩大市场开放将大大激发社会资本进行医疗投资的热情。受政策支持，多家上市公司加速医疗服务布局。有业内媒体统计，今年以来，A 股超 20 家上市公司通过多种渠道“涉医”。分析人士认为，民营医疗将是未来三五年内持续性的投资主题，在大型医疗集团逐渐成形、中小医院快速扩张的过程中，具有资源优势的公司将会胜出。

（二）市场需求+政策利好，医疗+人工智能市场现投资热潮

1 月 15 日，中共中央办公厅和国务院办公厅印发《关于促进移动互联网健康有序发展的意见》提出加快推进“互联网+政务服务”。全国两会期间，人工智能首次被写入政府报告，正式上升为国家战略。3 月 25 日智慧未来·医疗人工智能前沿峰会上发布了全球首款智能 DR。3 月 28 日，全国医改工作电视电话会议强调，促使远程医疗、分级诊疗、医药分开以

及医生多点执业等方面的改革逐步步入正轨。6月29日，科技部部长万钢在首届世界智能大会上透露，党中央国务院及科技部、发改委等多个部委推动制定的新一代人工智能发展规划和重大项目规划即将发布。

有数据显示，2016年中国人工智能+医疗市场规模达到96.61亿元，增长37.9%。2017年将超130亿元，增长40.7%；2018年有望达到200亿元。有调查显示，日常生活中各种问题关注度排名前十位中，有五项与医疗服务相关。健康医疗是当前及未来老年人普遍关心的问题。有报告认为，医疗人工智能的中国时代已经到来。在健康医疗领域，智能化应用已经有迹象从过去专注医疗器械专业领域，走向日常生活，渗透家庭健康护理。在医疗检测、诊断仪器、生物制药等领域，人工智能正在带来伟大的技术革新。长期护理险作为受政府规范性文件强制力保障实施的第六大独立险种，其发展已迎来政策红利，远程医疗的成长空间巨大。人工智能+医疗近期将形成可穿戴设备、语音识别、影像识别“三大应用”。有学者预测，未来五到十年，人工智能+医疗产业会有更大的发展空间，AI和医疗的结合是以后发展的趋势。而随着医疗机器人这类新的医疗数据终端的逐步普及，都将为智慧医疗行业带来新的发展契机。

（三）首部《中医药法》正式施行，产业资本加码布局中医药产业

1月9日，国家卫计委举行例行新闻发布会，解读国务院医改办等8部门发布的《关于在公立医疗机构药品采购中推行“两票制”的实施意见（试行）》。7月1日，我国首部《中医药法》正式施行。

业内分析认为，连锁药店上市热潮涌现，大中型医药企业兼并的对象开始转向有品牌医保和品牌OTC品种的中小型医药企业，产业资本将加速加码布局中医药产业。有报告显示，已经上市的连锁药店在省外的开店和并购依然在加速。优势大中型医药企业加速兼并的同时，兼并对象逐渐从表面光鲜，不良资产率较高的“高大上”医药企业转向有品牌医保和品牌OTC品种的中小型企业。另有统计显示，2017年以来，发生在中医药行业的并购投资案例约有50起，已与2016年全年中医药行业并购数量持平。从中药饮片、中成药，到中医院、中医诊所等，产业资本已将目光锁定中医药健康服务的全产业链。中医药产业正在迎来良性发展时代。

第二章 口碑篇

口碑篇从声誉度、新媒体建设情况、医药行业热点事件三个角度入手，分析医药行业百余家企业的口碑情况。就上半年情况来看，网媒报道数量的多少成为企业曝光度的决定性因素，并很大程度影响了企业的口碑值，两微等自媒体文章对口碑的影响效力反而相对弱势。普通网民对涉药企相关事件的关注度整体走低。但值得一提的是，药企双微建设情况的好坏，对企业在社交平台的日常口碑有着密切的影响，尤其是微信对于药企品牌塑造的推动作用日显。

一、药企半年声誉度

(一) 总榜单

光明网舆情中心综合企业规模和网络曝光度，筛选百家大中型药企进行口碑分析。具体包含关注度和健康度两大维度。关注度以该药企在各大平台的被提及率为指标，可以窥见该品牌的推广度和覆盖面；健康度以言论的情感属性为判定依据，可以体现品牌在舆论场的正面程度。两大维度综合加权后得出，2017年上半年口碑榜排名前三的药企分别为：云南白药、马应龙、康美药业。前30名榜单如下：

排名	药企名称	关注度	健康度	口碑值
1	云南白药	210.95	49.90	93.56
2	马应龙	92.35	51.90	73.22
3	康美药业	62.61	55.90	71.87
4	同仁堂	124.29	44.50	71.33
5	爱尔眼科	61.28	53.50	69.04
6	莎普爱思	42.67	53.30	65.30
7	东阿阿胶	73.19	47.50	64.86
8	复星医药	102.60	41.90	64.43
9	片仔癀	43.24	52.00	64.01
10	康恩贝	39.91	52.50	63.92
11	仁和药业	24.01	54.60	63.16
12	天士力	35.83	50.30	60.78
13	常山药业	50.95	47.60	60.75
14	修正药业	15.02	53.50	60.27
15	华润双鹤	59.57	45.60	60.24
16	吉林敖东	35.40	49.30	59.63
17	九州通	33.05	49.20	59.08
18	华北制药	65.62	43.00	58.60
19	广州医药	19.94	50.30	57.77
20	上海医药	28.96	48.50	57.55
21	葵花药业	14.13	50.10	56.45
22	正大天晴	1.79	50.30	54.33
23	双成药业	78.95	36.50	54.15
24	汤臣倍健	70.04	37.10	53.10

25	国药一致	21.69	44.70	52.09
26	恒瑞医药	55.45	37.00	50.23
27	九安医疗	34.62	38.90	48.32
28	东北制药	28.99	39.80	48.22
29	科伦药业	20.50	40.00	48.21
30	九芝堂	20.50	40.00	46.82

表 1. 2017 年上半年药企口碑榜 Top30
(数据来源: 光明网舆情监测平台)

总体来看, 上半年药企相关事件在普通网民间的热议程度不高, 医药行业的热点舆情讨论中鲜有直接涉及具体企业。上榜企业在社交平台皆是毁誉参半, 口碑整体差异性不大, 故而健康度指标相对持平。但媒体报道对企业曝光度的影响则是显而易见, 出现了各企业关注度大幅落差的现象, 媒体动向、包括企业宣传推广力度极大地影响了企业最终口碑值。

具体排名而言, 相比去年, 云南白药从 2016 年口碑值第八名, 跃居为 2017 年上半年第一名。研究发现, 尽管云南白药的健康度并未位居前三, 但其关注度远超第二名, 这主要得益于其在微信上的良好表现, 对于助推企业关注度起到了积极的效应。第三名同仁堂“一年六上黑榜”, 但其负面消息基本止于新闻报道, 在微博、微信等社交平台则相对淡漠, 基于同仁堂长期以来的“老牌效应”, 其整体口碑暂未受到太大影响。爱尔眼科和莎普爱思纷纷上榜, 在新闻报道、广告宣传等未出现较大起伏的情况下, 二者在微博平台发起的互动活动(如莎普爱思发起母亲节献孝心活动), 相继“点燃”微博舆论场, 对企业口碑产生了良好的推动效果。“神威药业”因市值损失 6 亿、“拳头产品”受挫等消息, 较之 2016 年总排名第 26 名, 本次未上榜。

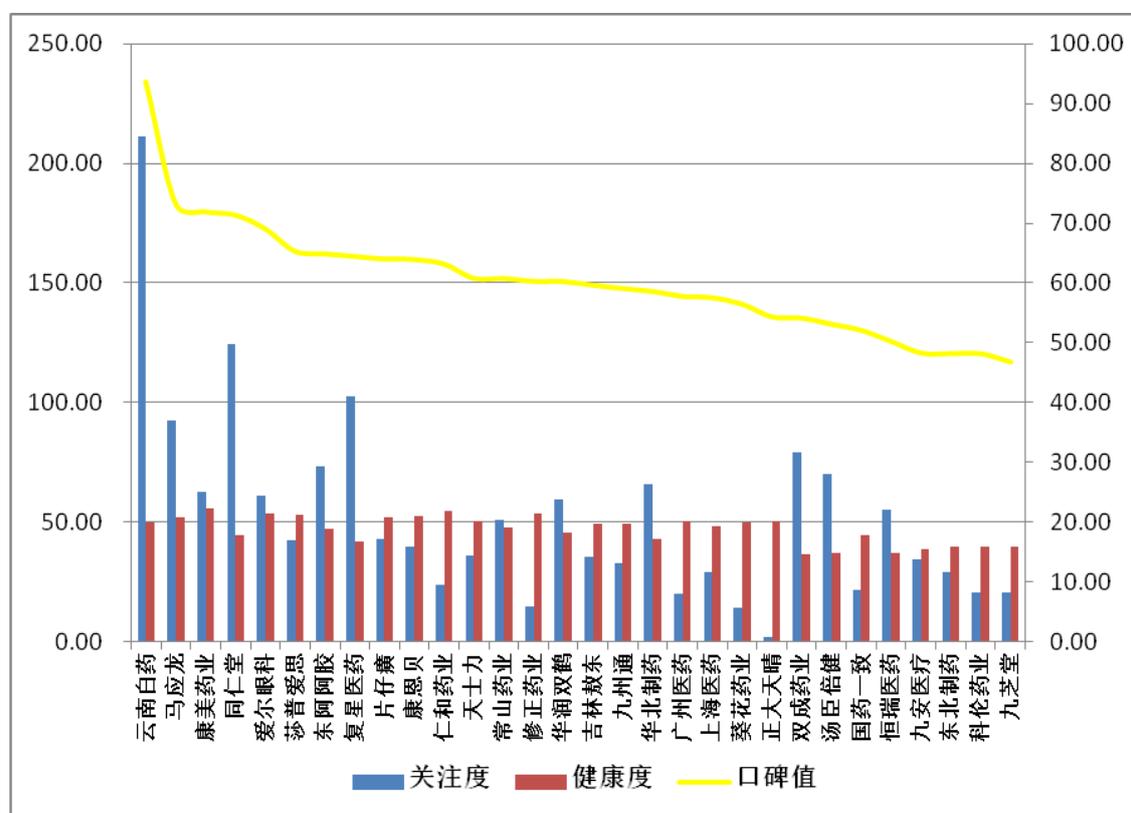


图 1. 2017 年上半年药企口碑榜 Top30

(数据来源: 光明网舆情监测平台)

(二) 分榜单

1. 形象健康度

通过对网上涉相关药企言论的情感属性判定, 将正面、中性、负面信息的占比进行加权统计后, 得出 2017 年上半年健康度排名前三的药企分别为: 康美药业、仁和药业、爱尔眼科。前 30 名榜单如下:

排名	药企名称	健康度
1	康美药业	55.90
2	仁和药业	54.60
3	爱尔眼科	53.50
4	修正药业	53.50
5	莎普爱思	53.30
6	康恩贝	52.50
7	片仔癀	52.00
8	马应龙	51.90
9	天士力	50.30
10	广州医药	50.30
11	正大天晴药业	50.30
12	葵花药业	50.10
13	云南白药	49.90
14	吉林敖东	49.30
15	九州通	49.20
16	上海医药	48.50
17	国药控股	48.20
18	常山药业	47.60
19	东阿阿胶	47.50
20	华润双鹤	45.60
21	国药一致	44.70
22	同仁堂	44.50
23	华北制药	43.00
24	上海复星	41.90
25	北京双鹤	41.10
26	扬子江药业	41.00
27	九芝堂	40.00
28	东北制药	39.80
29	四川科伦	39.80
30	九安医疗	38.90

表 2. 2017 年上半年药企健康度 Top30

(数据来源: 光明网舆情监测平台)

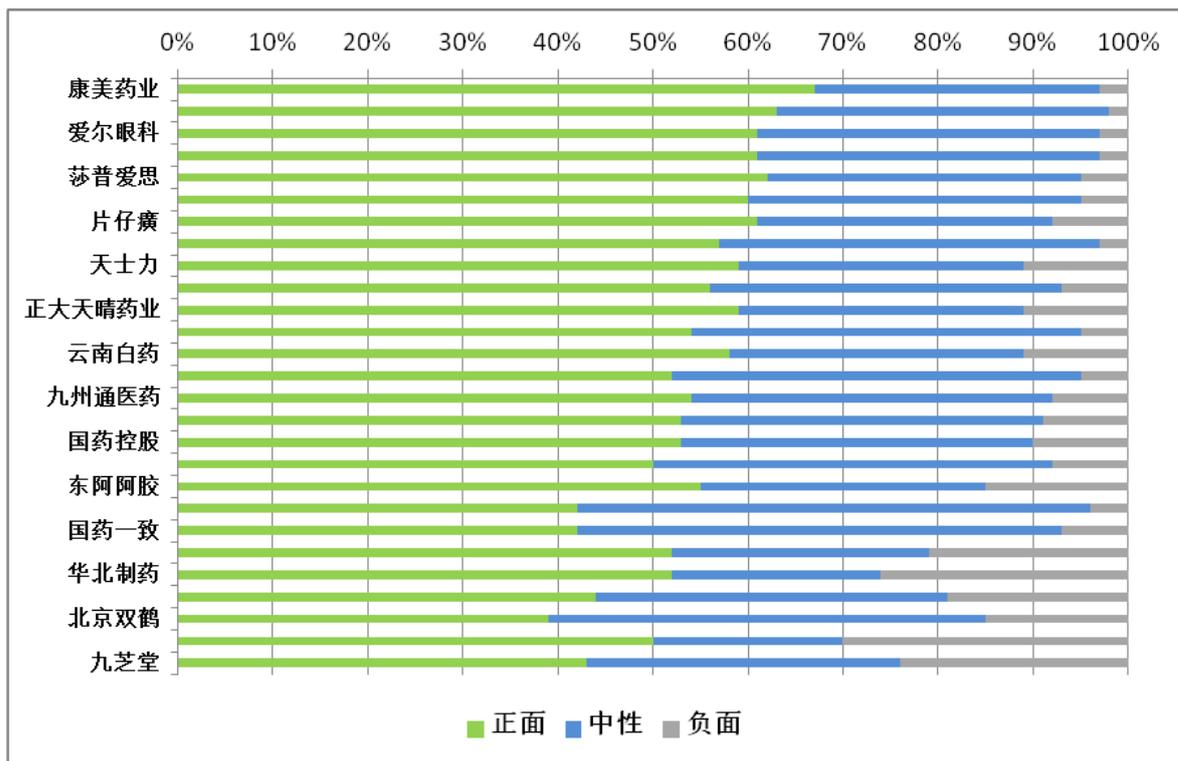


图 2. 健康度排名 Top30 药企
(数据来源: 光明网舆情监测平台)

对比本网去年发布的《2016 年度医药行业发展报告》发现, 2016 年排名健康度排名第一的“天士力”本次排名跌至第九名, 因其中药材被检测出含有农药残留引发网民讨论; 同期, “爱尔眼科”凭借组织丰富多样的公益活动, “莎普爱思”凭借#母亲节孝心大行动#等活动收获了良好的口碑, 纷纷名列前茅。

2. 品牌关注度

关注度榜单主要与药企在不同信息平台的被提及程度相关。2017 年上半年关注度前三名的药企分别为: 云南白药、同仁堂、复星医药。前 30 名榜单如下:

排名	药企名称	关注度
1	云南白药	210.95
2	同仁堂	124.29
3	复星医药	102.60
4	马应龙	92.35
5	双成药业	78.95
6	东阿阿胶	73.19
7	汤臣倍健	70.04
8	华北制药	65.62
9	康美药业	62.61
10	爱尔眼科	61.28
11	华润双鹤	59.57
12	恒瑞医药	55.45
13	常山药业	50.95
14	辅仁药业	45.26

15	中国医药集团	45.11
16	片仔癀	43.24
17	莎普爱思	42.67
18	江中药业	42.17
19	天目药业	41.87
20	尔康制药	40.70
21	康恩贝	39.91
22	李时珍医药	37.02
23	天士力	35.83
24	吉林敖东	35.40
25	九安医疗	34.62
26	九州通	33.05
27	国药股份	31.22
28	誉衡药业	30.57
29	奥瑞德	30.04
30	丽珠集团	29.79

表 3. 2017 年上半年药企关注度 Top30
(数据来源: 光明网舆情监测平台)

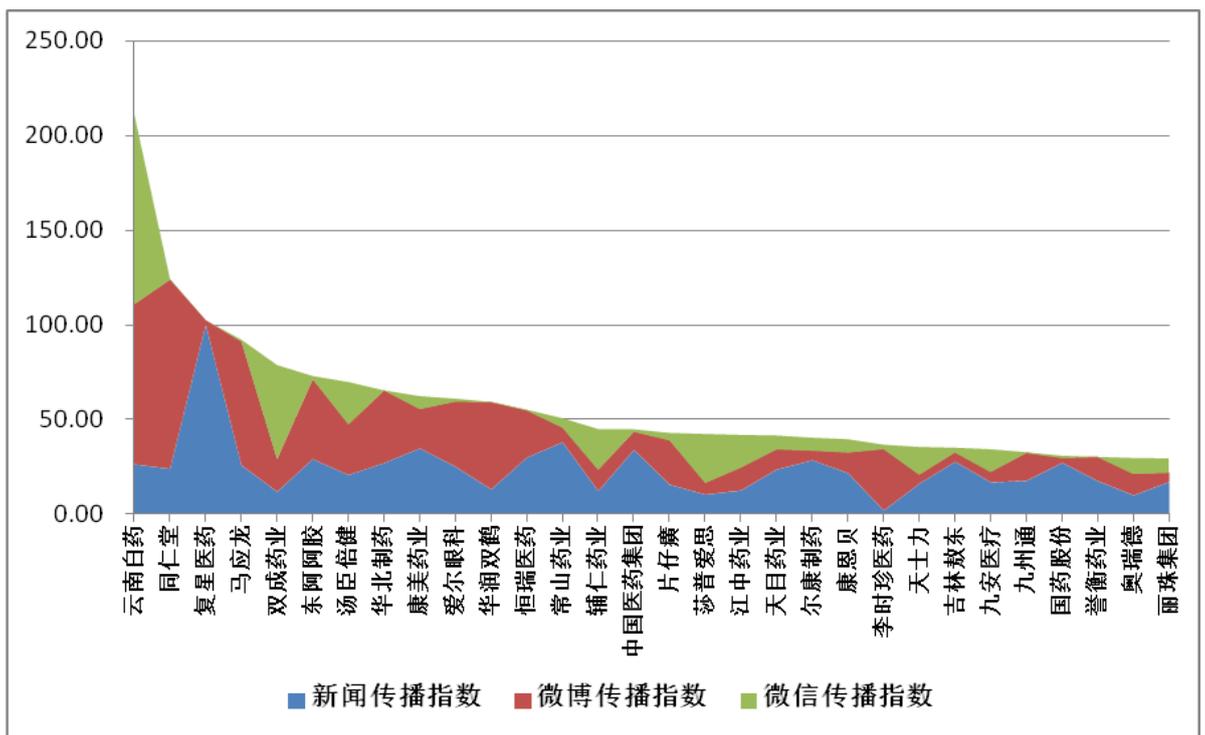


图 3. 2017 年上半年药企传播力及新闻、微博、微信传播指数占比
(注: 药企关注度根据药企的网络信息新闻传播指数、微博传播指数、微信传播指数加权得出, 传播指数与相关信息数正相关
数据来源: 光明网舆情监测平台)

对比去年, 2017 年上半年, 云南白药、同仁堂的关注度明显上升。研究发现, 云南白药在包括“三生三世十里桃花”等热播网剧中投放牙膏广告, 收获了良好的效果, 复星医药

凭借在网媒中相对高的曝光，跻身第三名。相较去年，国药控股、太极集团、齐鲁制药的相关新闻、微博、微信文章数均有下降，总排名跌出前 30 名。相关企业的品牌推广度有待进一步提升，建议提高企业正面曝光率，增强自我知名度。

二、药企新媒体建设情况

就半年度情况来看，药企双微建设与药企在全网的口碑有着较为密切的关联，尤其是微信对药企口碑的推动作用日益凸显，上半年微信公众号活跃的药企，品牌推广度、口碑值等都相对居前。而微博方面，据粗略统计，有超过半数的药企微博已处于停更状态，亦有部分药企未设立微博，微博的“口碑助推力”虽亦不可忽视，但和微信相比，相对式微。

（一）药企半年度微信影响力排行

经过对百家样本的数据统计发现，药企在新媒体应用品牌建设方面侧重于使用微信公众号传播。开通微信公众号的药企数量同比明显上升，微信公众号阅读量较去年同期也有所增加。其中，云南鸿翔一心堂微信公众号影响力排名第一，自身定位比较明确，成为外界了解企业的一大窗口。

排名	药企	微信号	总阅读数
1	一心堂	yxtonline	218 万+
2	康美中药养生	kmzyys	31 万+
3	保灵药业	blyy1985	11 万+
4	汤臣倍健	tcbj2013	12 万+
5	云南白药健康汇	ynbyjkh	11 万+
6	汉森制药	hs002412	94963
7	以岭药业	cnylyy	28398
8	天士力大健康	taslydajiankang	68489
9	齐鲁制药集团	QiluPharmaGroup	40369
10	达因伊可新	dayin-yikexin	31347

表 6. 2017 年上半年药企微信影响力排行 Top10

（数据来源：光明网舆情监测平台）

（二）新媒体品牌建设启示

研究传播影响力排名靠前的微信公众号发现，药企在运用新媒体进行品牌建设的过程中，有如下启示：

1. 独特风格定位是稳定粉丝群的基础

相比于大多数药企微信公众号，“云南白药健康汇”的整体风格出奇，具有“时尚中兼顾稳重”的文章风格，与一心堂、同仁堂等戳中中老年受众需求不同，“云南白药健康汇”的受众偏向年轻化，所发文章内容并非每篇均与产品相关，却依靠文章质量收获了一批稳定的粉丝。比如，《是时候离开地球了？》一文归纳了浪费时间的 13 种迹象，如睡眠不足、胡乱饮食、停止学习等，文章配之以黑白写实照片，引年轻人思考。为推荐云南白药“春风十里旅行套装”，微信公众号发文《你有一封冯唐的视频信未查收？》，文章图文并茂，介绍作家冯唐的旅行态度——追求质量的极简居所，而后推荐春风十里洗漱套装，称其为百年品牌云南白药匠心缔造，以不变的品质，应对旅途中的多变。

2. “实用贴士+广告”易戳中中老年网民心理

微信公众号“一心堂”发布实用贴士，常常戳中广大中老年用户的心理，并适时推送广告，文章得到广泛阅读的同时，也推广了自身产品。如《她随手把橙子扔到了鸡翅锅里，老

公回家后惊呆了》文章介绍了一道创意菜“香橙鸡翅”，在做鸡翅的同时，放入橙子皮和橙子肉，味道酸酸甜甜解油腻，文章图文并茂，阅读数超过1万。再如，在夏天来临之际，“@一心堂”发布解暑防蚊虫小贴士，比如《一个啤酒瓶竟能让蚊子一个夏天都不敢进你的房间！赶快学起来!》、《喝了一碗绿豆汤，她差点丢了命！这4类人不适宜喝》等，均斩获过万的阅读数。

3. 专家讲授有利于增强内容可信度与关注度

药企在运用新媒体扩大自身影响力时，邀请中医名家进行讲授，可以增加内容的可信度。比如“同仁堂健康”发文《春季养生，中医名家告诉你怎么才能不上火》，邀请京城名医施今墨后人徐佳老师为大家传授养生经验，文章阅读数约3万。“康美药业订阅号”设“国医课堂”板块，发文《国医大师吴咸中：神奇两剂方，和胆结石彻底说“拜拜”》推荐中医名家吴咸中治疗胆结石患者的两剂方子，“茵陈胆道汤”和“胆道排石汤1号”，对于中医的普及起到一定作用。《迟迟怀不上宝宝？国医大师助您一臂之力!》一文通过讲解中医名家颜德馨治疗不孕症的案例，普及女性经期病疾知识，并推荐自家的当归产品。

4. 丰富互动形式是吸引受众的一大关键

排名居前的微信公众号常组织多种多样的活动，强化与网民的互动。比如，康美药业举办“父亲节捶背挑战赛”，参与游戏能为爸爸领取父亲节奖品，公众号推送文章《父亲节，为父亲做一个专业的“捶背师”》介绍了捶背的好处、正确的捶背方法，如快慢适中、空心拳等。在康美药业的“我画你猜”板块，举办“看图猜中药，福利等你来”的活动，参加方式是在评论区猜出图画中的中药名称，就有机会得到奖品。比如让网民猜测下图中所画中药材。（答案是枸杞）



图8. “我画你猜”板块“看图猜中药”活动

三、医药舆情热点分析

（一）医药行业舆情热点事件

统计 2017 年上半年的上百起医药行业热点事件发现，医药行业正面及中性事件占比略多于负面事件，其中医疗改革动向信息倍受关注，尤其《中医药法》的施行和中药注射剂使用受限成为舆论焦点。

序号	医药舆情热点事件	事件属性	新闻热度
1	“四大广告神医”身份被曝光	负面	759
2	发改委：公立医院 9 月底前全部取消药品加成	中性	658
3	《中医药法》实施在即 产业迎来“转”与“变”	中性	422
4	医药不正之风案将入征信系统	中性	201
5	国家食药监总局通报 61 批次中药饮片不合格	负面	141
6	人社部：44 种药品进入医保谈判范围	中性	134
7	新国家医保目录发布 中药注射剂使用受限	中性	132
8	清华大学研发团队回应“滴血测癌”有误读	负面	120
9	同仁堂一年六次登上质检黑榜 管理缺陷令人忧	负面	100
10	我国启动首批胚胎干细胞临床研究项目	正面	82

表 5. 2017 年上半年医药舆情热点事件 Top10

（数据来源：光明网舆情监测平台）

但整体来看，负面热点极易形成“爆款”。如，“四大广告神医被曝光”成为 2017 年上半年医药领域显著热门，舆论围绕虚假医药广告乱象持续热议，对药品生产厂家、监管机构的职责反思声音走强。此外，国家食药监总局连续通告中药饮片质量不合格引发广泛关注。有观点分析，中药饮片的不合格会加剧中成药不合格的风险。同仁堂、云南白药、康美药业等知名企业均被提及，比如，同仁堂一年六次登上质检黑榜，千金药业等 93 家企业被通报，在中药饮片中被检出柠檬黄、胭脂红，存在染色问题，为不合格产品。药企对于负面信息的回应普遍止步于“分公司出现问题”、“监测标准不统一”等，在应对负面事件时，尚未形成一套行之有效的舆情应对机制，在后续口碑修复方面，同样有待提高。

（二）网民涉药企关注点分析

针对网上提及的药企信息进行综合性数据抽取，发现网民关注点主要集中于企业信息和产品信息两大类，分别占比 69%和 23%。其中谈及企业信息的关注点又可细分为企业发展类和突发事件类两种。根据监测数据的产品信息类言论来看，网民关注主要集中于产品功效、产品定价和药品安全三方面。

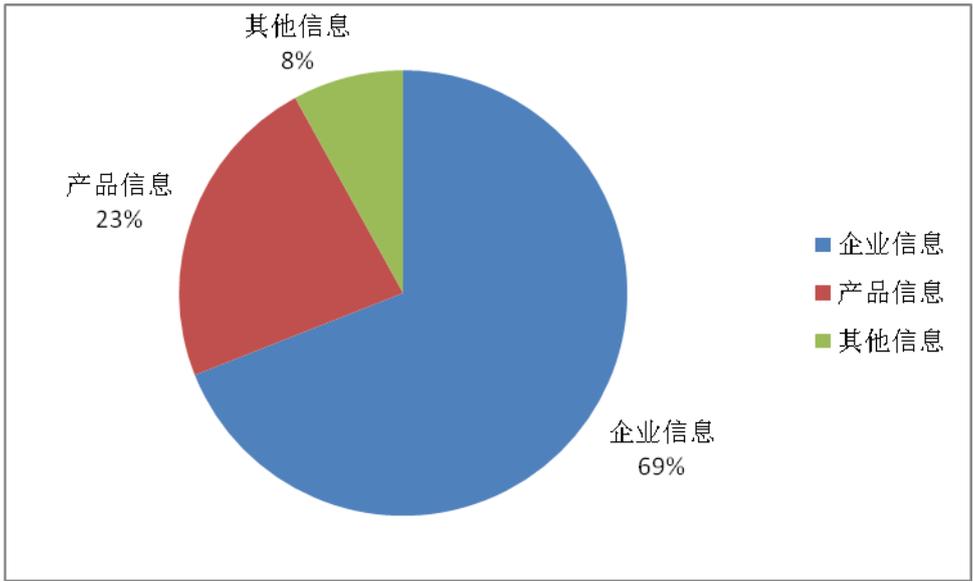


图 5. 网民关注点占比

(数据来源: 光明网舆情监测平台)

通过细分数据显示, 网民对于企业信息的关注点大致可分为 12 类。其中企业发展类以正面和中性信息为主, 分别占比: 公益 (8%)、合作 (7%)、股票 (12%)、利润 (7%)、并购 (4%)、人事 (2%); 企业突发类信息以负面为主, 包括: 污染 (7%)、停产 (6%)、贪腐 (8%)、事故 (3%)、搬迁 (2%) 等。

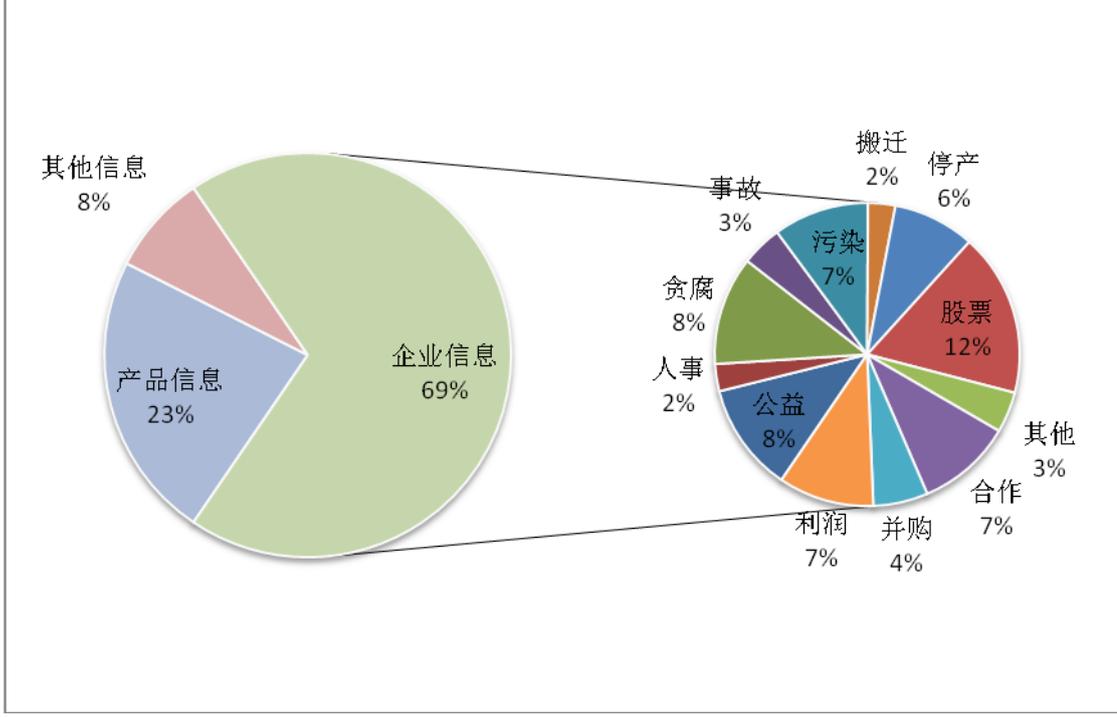


图 6. 网民关注点占比—企业信息

(数据来源: 光明网舆情监测平台)

就网民对于产品信息的关注点来看, 主要集中于药品安全类 (11%)、产品功效类 (7%) 和产品定价类 (5%)。

在涉及药品安全的话题中, 国家食药监局 2017 年上半年不定期抽查各药企产品质量的

频率增高，假药、不合格药品等相关信息备受网民关注。如，2017年1月，千金药业等93家企业被通报。4月20日，食药监总局通告33批次不合格中药饮片。5月17日，山东药监局通报41批次中药饮片不合格。此类负面信息直接引发网民对中药质量问题的质疑，网民对同仁堂、云南白药、康美药业等中华老字号、知名药企出现产品质量不合格的现象表示惋惜，一定程度上削弱了该类药企在医药行业此前树立的品牌形象。

在涉及产品定价的话题中，随着医药改革，药价逐渐降低成为讨论热点。2017年1月，国务院印发《关于进一步改革完善药品生产流通使用政策的若干意见》，部分网民认为，该《意见》一定程度上降低了虚高药价，减轻了群众负担。新政之下，各药企的药品定价较去年同期有所降低。

此外，在涉及药品功效的话题中，网民意见不一。对于同一产品而言，既有肯定药效，也有讨论药品副作用的。在监测过程中发现，网民对知名的品牌药品好感度较高，负面评价较少。例如，监测中发现，网民普遍认同云南白药创伤喷雾、江中健胃消食片分别在治疗创伤和健胃方面功效较好。

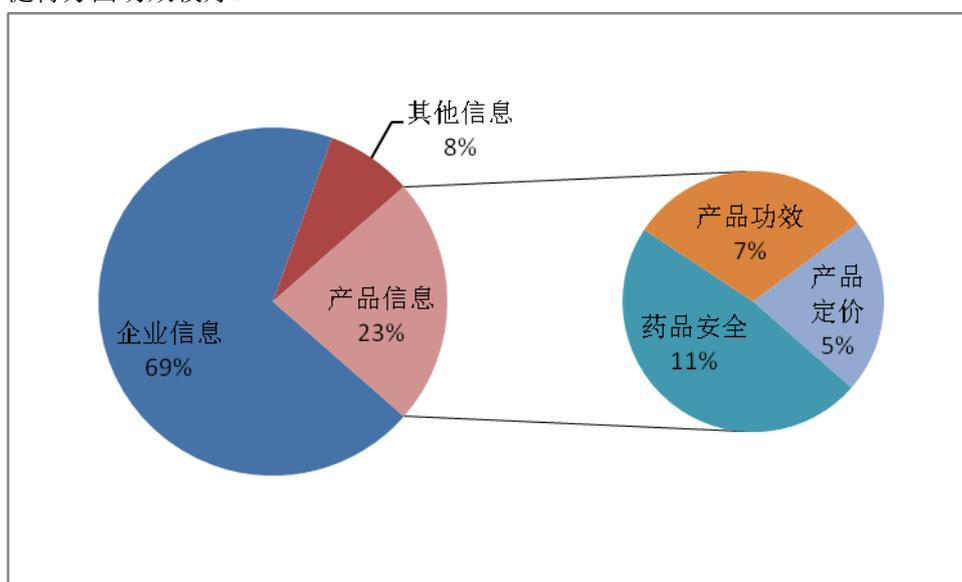


图 7. 网民关注点占比—产品信息
(数据来源：光明网舆情监测平台)

第三章 展望篇

就下半年来看，随着《中医药法》的施行，舆论对于中医药行业的关注度预计将持续，中药饮品质量、中药注射剂或成“风暴眼”；医药电商“风生水起”，舆论就建立交易监管制度的呼声或将继续走高。同时，药品质量、医药广告等话题仍是舆情一大敏感点，极易随着相关事件的曝光而出现舆情的爆发。

一、药品质量安全话题仍将是公众关注的一大重心

2017年上半年以来，食药监总局多次突击抽样检查药企的产品质量安全，多家药企因产品质量不合格而被通报，《食药监总局通告33批次不合格中药饮片》、《多家药企生产不合格中药 云南白药中药材两次上黑榜》等引发网民热议。食药总局局长毕井泉在十二届全国人大常委会第二十八次会议上表示，接下来还要严防药品质量安全风险。督促企业落实质量安全主体责任，做到药品研发、临床试验、加工制造、物流配送、零售使用过程各项行为持续合规，相关数据如实、及时记录。对篡改数据、选择性使用数据、弃用或毁灭相关数据以及违反批准的配方和工艺生产药品等违法行为，通过加强现场检查，及时发现，坚决禁止，严肃查处。食药监总局的重拳出击，预计会推热“药品安全”话题继续高温，治理制售劣药、假药的相关动向或成为舆论的关注焦点。自觉提升行业自律，做好药品质量的自我监管，应是企业的首要职责。

二、药品广告夸大宣传成为一大沉珂，虚假宣传亟待纠正

2017年上半年，多家企业因涉嫌药品虚假宣传被查，其中不乏知名药企。如，2月27日，国家食品药品监督管理总局曝光10种涉嫌虚假宣传、欺骗和误导消费者的药品，安徽天长亿帆制药上榜。4月13日，食药监局通告10起虚假宣传广告，辽宁华源天利上榜。6月14日，17种药品3种保健品夸大宣传被查处，汉王药业上榜。一系列药品虚假广告被查，引发网民对药品疗效的质疑。6月底，以“虚假医药专家”刘洪滨为代表的电视广告“四大神医”纷纷被戳穿，更是成为2017年上半年舆论关注“爆款”事件。分析认为，2017年下半年药品广告宣传仍然是舆论关注点之一，药企在产品广告宣传中需把握尺度，真实客观，警惕夸大宣传带来的“反效应”。

三、医药反腐加码，药企贪腐话题或成舆情潜在导火索

十八大以来，贪腐问题一直是舆论关注的焦点，医药行业也不例外。2017年3月，9家药企对食药官员行贿被曝光，该事件引发舆论对该类药企行业资质的强烈关注，质疑该类药企的产品是否符合相关标准。5月19日，国家中医药管理局印发《大型中西医结合医院、民族医医院巡查细则(2017年版)》再度加码医药反腐，深入治理医药购销领域商业贿赂，药企捐赠、培训等都将严查。分析认为，2017年下半年国家加码医药反腐，医药反腐话题或将走热。一旦有相关事件曝光，很可能带来“连锁式反应”，成为舆情热点的潜在导火索。

四、《中医药法》释放利好，中药监管呼声走高

2017年上半年，国家相继出台规范性文件，对中药材及中药注射剂的发展产生显著影响。酝酿了30年的《中医药法》的实施，是中国首次从法律层面明确中医药的重要地位、发展方针和扶持措施，为中医药事业发展提供法律保障。《中医药法》中指出，中医医生只要准备齐相关材料，即可申请“开业牌照”，相比以前申请周期大大缩短。而医生开诊所，

需要解决的就仅剩“硬件”问题。诸如此类条款引发业内人士期待，中国中医科学院首席研究员、中国针灸学会会长、世界针灸学会联合会主席刘保延指出，“《中医药法》是中医药产业复兴的新风口，法律的落地，将会给中医药行业带来诸多改变，但关键是要落实好。”

于此同时，2017年上半年关于中医药饮片、中药注射剂的监管类举措频出，国家食药监总局通报61批次中药饮片不合格、新国家医保目录发布：中药注射剂使用受限，种种监管举措的背后，引发舆论对于中药效果的追问与担心。预计2017年下半年，《中医药法》的正式施行将给中医行业带来种种利好，但是同时，关于中药质量问题的话题仍将延续，二者将呈现出相互并行的态势，共同督促使中医药行业步入规范化发展的快车道。

五、医药电商“风生水起”，交易监管制度可期

随着“互联网+”的兴起和普及，我国医药电商发展风生水起，医药领域的跨境电商已从当初的个人代购、旅游购买等模式发展到企业化、平台化运作。但通过网络销售非法添加药品保健品、跨境电商代购假药屡见不鲜，医药电商在经营范围控制、药品质量监管、配送过程保障等方面仍存在很多薄弱环节。特别是对假冒伪劣药品监管难、控制难、取证难、维权难等问题确实很难解决。

2017年6月，第十二届全国人大常委会第二十八次会议上，全国人大常委会副委员长兼秘书长王晨在代表药品管理法执法检查组作报告时表示，药品管理法的一些理念滞后于全面深化改革要求，主要表现之一是对一些新兴药品经营业态如网上售药等缺乏规定；法律责任中对违法行为的处罚力度偏轻，未有效体现“处罚到人”的原则，违法成本较低等，“药品管理法迫切需要抓紧修订。”分组审议中，多位委员希望药品监管部门能够适应形势发展的需要，进一步加强对互联网药品销售的管理，创新监管手段，强化监管效能，解决药品网络销售环节中存在的损害人民群众利益的突出问题，保障人民群众用药安全。

预计2017年下半年，医药电商监管法律体系将得到进一步健全与完善，就目前来看，围绕“合理设置医药电商准入机制、管理标准和适用范围”，“建立系统完备的网上医药交易监管制度”等的期待走高。舆论呼吁强化监管手段，建立专业化物流配送体系，加大对违法行为的打击力度，有效保障网上购药质量安全。

关于我们：光明网舆情中心

光明网是最早从事网络舆情监测、分析服务的机构之一。依托自主研发，搭建了先进的网络舆情监测平台，在舆情领域形成了独特优势。2012年至今，光明网连续4年荣获国家互联网信息办公室评选的“年度互联网舆情工作先进集体”，中宣部颁发的“年度舆情工作先进集体”及多篇“年度好信息奖”，由中央纪委宣传部颁发的“全国反腐倡廉网络舆情信息工作年度先进集体”等诸多奖项，在网络舆情方面居于业内领先地位。

目前，光明网建立起了以舆情中心为核心的全员工作机制，专业团队涵盖传播学、统计学、管理学等多学科背景，能够从定性分析、定量分析两个方面提供科学准确的舆情报告，帮助各级政府部门和企事业单位及时掌握与自身密切相关的网络舆情，解读舆论趋势，提高危机应对能力。

合作或详情了解请联系：010-58926218；010-58926217