

Moojing Market
Intelligence



医药大健康年中报告

SPEAKER: 分析师团队

DATE: 2022年7月

Contents 目录

01 618行业战报

02 半年市场概览

03 热门品类分析

取数规则说明:

- 本次研究选取了淘宝和天猫平台医药类目：OTC药品/非处方药/医疗器械
- 对重点类目，OTC药品/非处方药>米诺地尔酊、奥利司他、维矿品类进行重点分析

618行业战报数据处理规则说明:

- 此数据只包含天猫平台数据，时间维度为5月26日20:00-6月20日24:00，按品牌销售金额排名（指参加618的产品全额销售累计金额，非定金金额，不考虑优惠券等因素）。数据为初步公开信息，未经审计，所得结果与实际情况可能存在差距，仅作参考、交流和学习之用。如有出入，以天猫官方榜单为准。

半年度数据和热门品类数据处理规则说明:

- 时间维度：采集自天猫、淘宝、京东2021年1月-2022年5月份电商平台数据。

医药大健康市场概要

洞察1：医药大健康市场整体稳定上升。OTC市场稳步增长，政策松绑Rx市场迎来爆发

- 2022年上半年，医药电商市场（OTC/Rx/医疗器械）销售额达396.91亿元（天猫+淘宝+京东），同比增长15.2%，618大促期间，处方药和非处方药整体销售额（含预售）在天猫销售额突破22亿，相较于2021年增长37%。2022年1-5月OTC药品市场份总体销售额达64.4亿元，同比增长11.86%；Rx药品在线上销售额为135.55亿元，同比增长54.13%。

洞察2：医疗器械占据绝大部分市场，但增长乏力，OTC市场和Rx市场爆款频发

- 2022年1-5月，医药健康市场OTC占比18%，Rx占比33%，医疗器械占49%。分渠道看OTC药品淘天平台销售额占比为69%，京东平台为31%。Rx药品与OTC药品不同，在京东销售额占63.37%，淘天平台为销售额占比为36.63%。
- 分产品看，OTC产品中，皮肤类用药是目前的销售额规模最大，其中头部品牌蔓迪销售额同比增长167.9%。肝胆用药同比增速超过80%，但整体规模较小。Rx产品中，其中男科类、心脑血管类是主力产品。精神类、安神类是高潜力产品。医疗器械类市场主要靠口罩驱动。

洞察3：医药电商市场整体较分散，Rx市场玩家不断涌入竞争加剧

- 2022年上半年Rx店铺数持续走高，竞争持续加剧。米诺地尔酊细分市场中，蔓迪和达霏欣作两各品牌市场份额占比超过90；奥利司他这一细分市场中，舒尔佳、碧生源、雅塑三家头部品牌市场份额超过83%；维矿品类细分市场中，市场集中效应进一步加剧。目前星鲨市场份额30.05%,同比增加了17.58%。

观察到的方向：

- 目前来看，OTC市场属于增长阶段但增速逐渐放缓。维矿、白发脱发细分市场出现了**星鲨**、**洛芙**等高增长品牌；Rx市场有持续高速增长的趋势，但玩家不断涌入竞争也继续加剧。医药器械市场整体呈下降趋势关注意义不大。

建议：

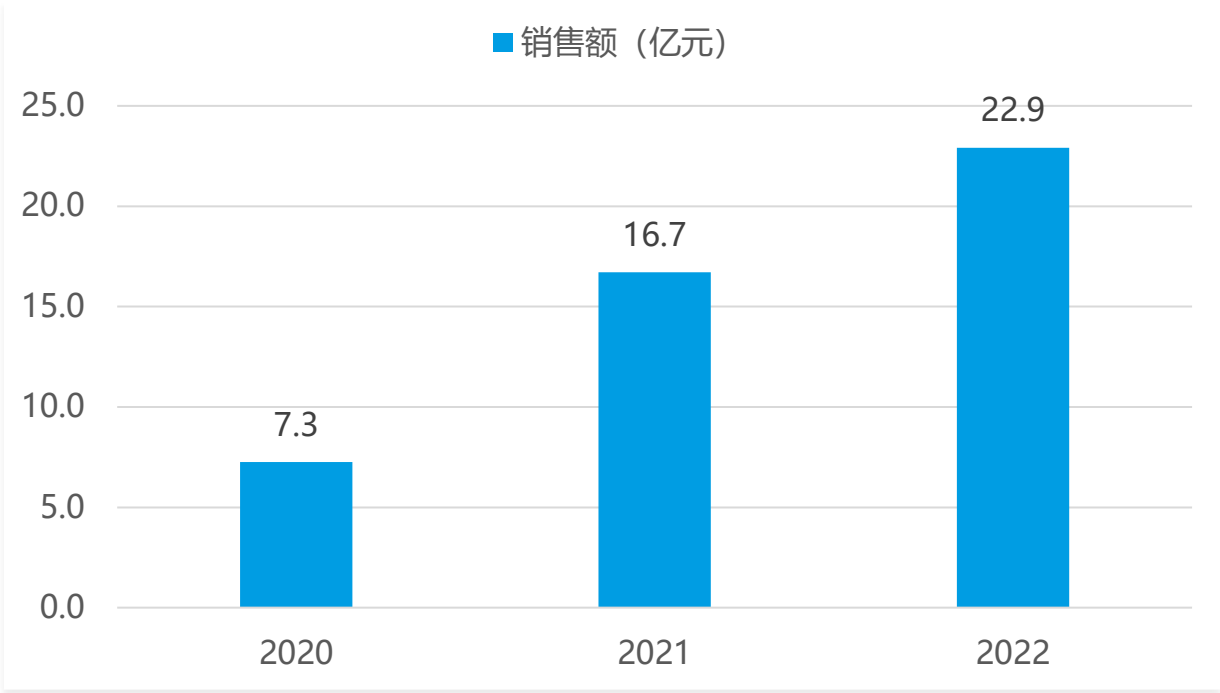
- 瞄准健康需求度更高的特定人群，利用认知度广教育成本低的产品概念，结合新兴媒体渠道和销售渠道进行推广和销售。OTC市场，参考星鲨爆款单品儿童维生素D3，利用90后95后宝妈对孩子骨骼发育的广泛认可度，推出性价比高的补钙维生素产品；Rx市场成分相同的产品在重点功效宣称方面可找准差异化市场定位。

Part1 医药大健康618行业战报

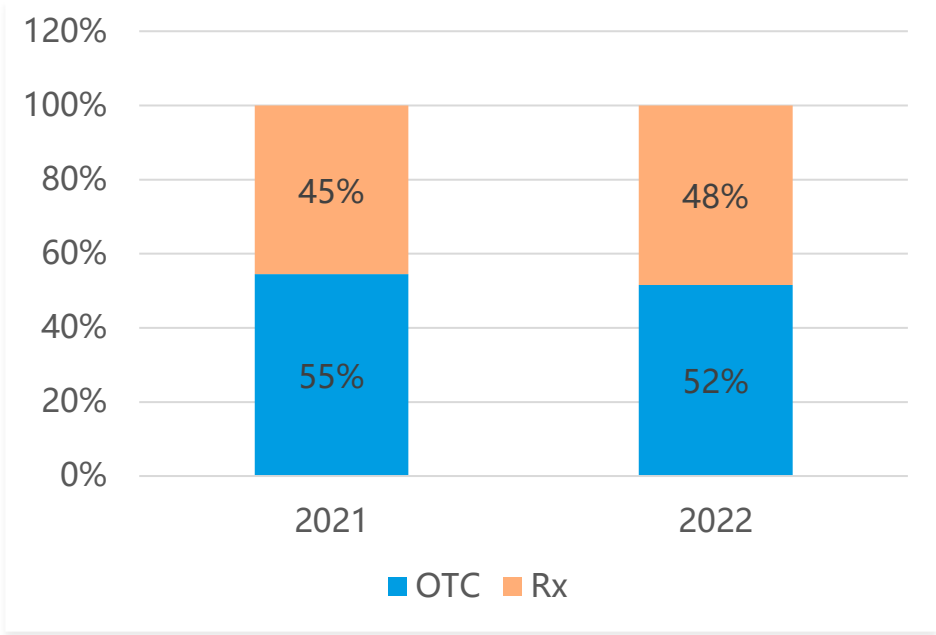
618行业战报：行业整体稳步增长，处方药需求持续提升

- 天猫618期间，处方药和非处方药整体销售额（含预售）突破22亿，相较于2021年增长**79%**
- 2022年618大促中，非处方药占比相较于2021年减少3%，线上**处方药市场增长**受益于政策的支持

OTC药品和Rx药品线上规模趋势



OTC药品&Rx药品线上市场结构

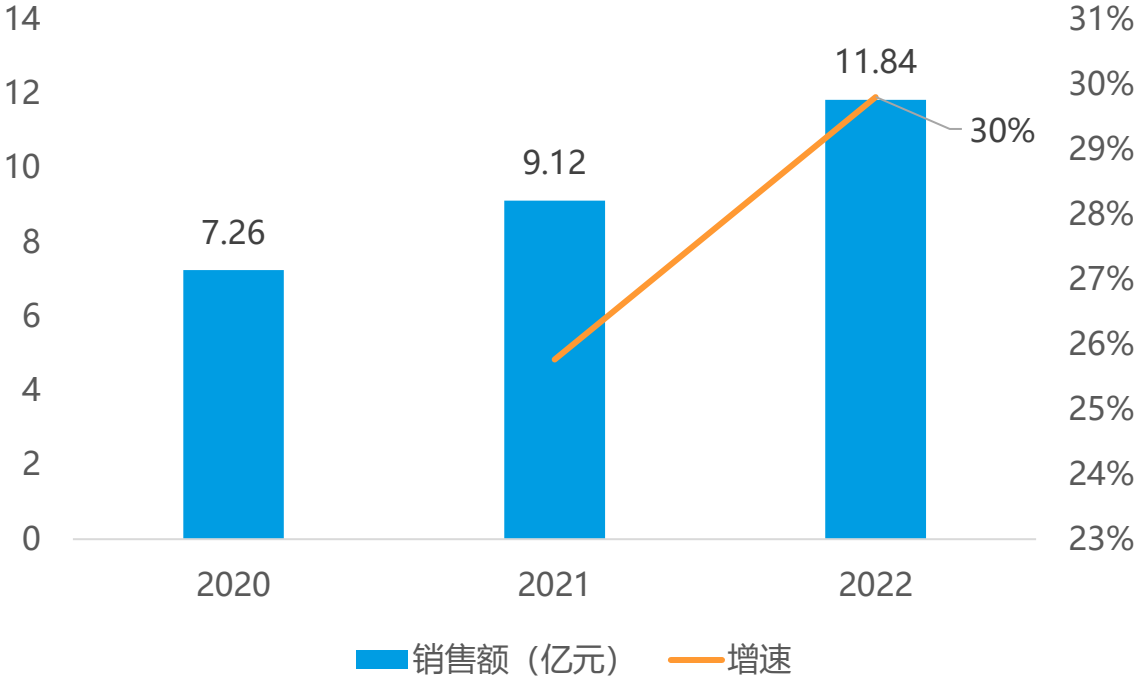


数据范围：天猫平台数据，此数据维度为5月26日20:00-6月20日24:00，按品牌销售金额排名（指参加618的产品全额销售累计金额，非定金金额，不考虑优惠券等因素）。数据为初步公开信息，未经审计，所得结果与实际情况可能存在差距，仅作参考、交流和学习之用。如有出入，以天猫官方榜单为准。

618行业战报：OTC药品市场量价齐增，驱动行业规模继续扩容

- 天猫618期间，OTC类药品销售额（含预售）11.84亿元，相较于2021年增长30%
- OTC市场进行量价拆分，发现销量和价格均有上涨

OTC药品市场趋势



OTC市场表现

时间	销售额 (亿元)	销量 (万件)	均价 (元)
2020	7.26	1225	59.2
2021	9.12	1329	68.7
2022	11.84	1683	70.4

数据范围：天猫平台数据，此数据维度为5月26日20:00-6月20日24:00，按品牌销售金额排名（指参加618的产品全额销售累计金额，非定金金额，不考虑优惠券等因素）。数据为初步公开信息，未经审计，所得结果与实际情况可能存在差距，仅作参考、交流和学习之用。如有出入，以天猫官方榜单为准。

数据来源：魔镜市场情报

618行业战报：皮肤/维矿物质/肠胃类市场规模最大，肝胆用药增速最快

- 皮肤科用药/维矿物质/肠胃用药/补益安神类药物，618期间销售额过1亿
- 肝胆用药、晕车用药销售额，相较于2021年增速超100%

OTC产品细分市场销售额TOP

销售额TOP	细分品类	销售额 (万元)	同比增速
1	皮肤科用药	20,433.7	71%
2	维矿物质	14,089.1	23%
3	肠胃用药	11,512.1	-16%
4	补益安神	11,064.0	16%
5	五官用药	6,996.6	83%
6	儿科用药	6,370.1	17%
7	风湿骨外伤	5,491.1	29%
8	感冒咳嗽	3,417.2	35%
9	妇科用药	2,882.0	40%
10	男科用药	1,688.0	99%
11	解热镇痛	1,433.4	66%
12	避孕	1,209.6	-11%
13	肝胆用药	1115.1148	254%
14	心脑血管	467.9444	12%
15	眩晕晕车用药	233.8203	111%
16	泌尿生殖	52.5644	72%

OTC产品细分市场增速TOP

增速TOP	细分品类	销售额 (万元)	同比增速
1	肝胆用药	1,115.1	254%
2	眩晕晕车用药	233.8	111%
3	男科用药	1,688.0	99%
4	五官用药	6,996.6	83%
5	泌尿生殖	52.6	72%
6	皮肤科用药	20,433.7	71%
7	解热镇痛	1,433.4	66%
8	妇科用药	2,882.0	40%
9	感冒咳嗽	3,417.2	35%
10	风湿骨外伤	5,491.1	29%
11	维矿物质	14,089.1	23%
12	儿科用药	6,370.1	17%
13	补益安神	11064.0079	16%
14	心脑血管	467.9444	12%
15	避孕	1209.6469	-11%
16	肠胃用药	11512.0997	-16%

数据范围：天猫平台数据，此数据维度为5月26日20:00-6月20日24:00，按品牌销售金额排名（指参加618的产品全额销售累计金额，非定金金额，不考虑优惠券等因素）。数据为初步公开信息，未经审计，所得结果与实际情况可能存在差距，仅作参考、交流和学习之用。如有出入，以天猫官方榜单为准。

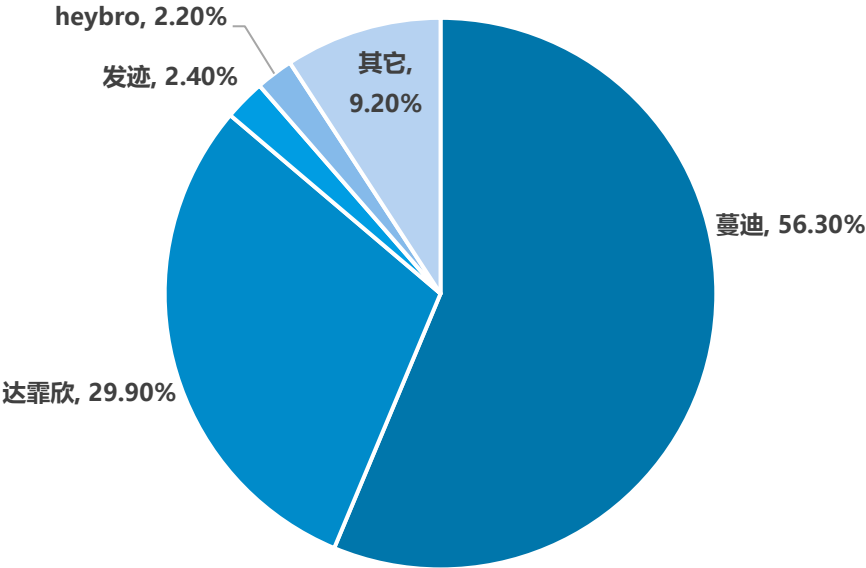
618行业战报：白发脱发品牌蔓迪、达霏欣成为爆款

- **蔓迪**相较于去年618，销售额同比增长170%，占据白发脱发市场56.3%的市场份额
- **达霏欣，洛芙、海露**618期间销售额增速，同比超400%

OTC市场TOP品牌

排名	品牌名称	销售额 (万元)	同比增速	均价	排名变化
1	蔓迪	3887.20	170%	228	+10
2	同仁堂	3802.36	66%	74	+1
3	达霏欣	3001.50	411%	306	+26
4	星鲨	2621.46	-5%	108	-2
5	洛芙	2257.41	420%	58	+34
6	伊可新	2025.94	19%	101	+1
7	elevit/爱乐维	1734.95	15%	340	+3
8	海露	1714.99	401%	108	+42
9	汇仁	1699.31	-9%	409	-3
10	999	1645.12	105%	40	+10

白发脱发市场TOP品牌市场份额

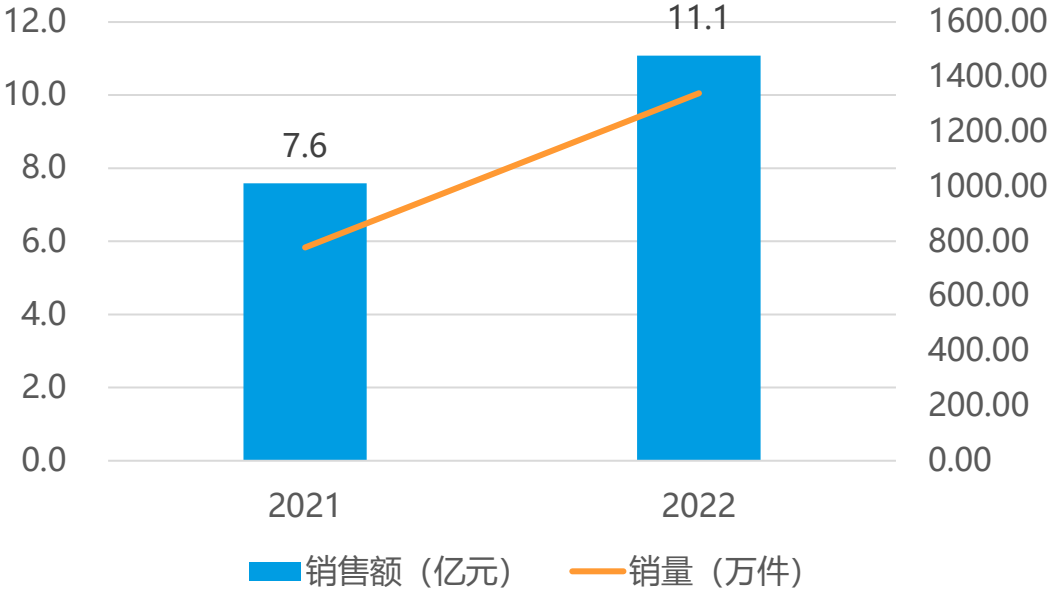


数据范围：天猫平台数据，此数据维度为5月26日20:00-6月20日24:00，按品牌销售金额排名（指参加618的产品全额销售累计金额，非定金金额，不考虑优惠券等因素）。数据为初步公开信息，未经审计，所得结果与实际情况可能存在差距，仅作参考、交流和学习之用。如有出入，以天猫官方榜单为准。

618行业战报：销量激增驱动处方药市场继续走高

- Rx药品整体市场规模11.1亿元，同比增速为**45.97%**
- 618期间，销量增速同比**上升72.25%**，均价同比下降15.25%

Rx销售规模趋势



Rx产品细分市场量价拆分

时间	销售额 (亿元)	销量 (万件)	均价 (元)
2021	7.6	777.8	97.5
2022	11.1	1339.8	82.6

数据范围：天猫平台数据，此数据维度为5月26日20:00-6月20日24:00，按品牌销售金额排名（指参加618的产品全额销售累计金额，非定金金额，不考虑优惠券等因素）。数据为初步公开信息，未经审计，所得结果与实际情况可能存在差距，仅作参考、交流和学习之用。如有出入，以天猫官方榜单为准。

数据来源：魔镜市场情报

618战报：Rx细分市场中男科、心脑血管需求最大，中药镇痛药增速最快

- 处方药细分市场中，男科类、心脑血管用药、皮肤类用药销售规模最大
- 中药用药、儿科用药、解热镇痛用药需求增长明显

Rx产品细分市场销售额TOP

销售额TOP	细分品类	销售额 (万元)	同比增速
1	男科用药	219,181,312.30	72%
2	心脑血管	179,655,317.10	68%
3	皮肤及性病用药	121,170,352.50	101%
4	肝胆用药	71,002,657.22	13%
5	消化系统	59,092,453.09	109%
6	风湿骨外科	55,951,626.20	77%
7	呼吸系统	52,142,213.25	87%
8	神经系统	51,109,544.26	72%
9	妇科用药	51,097,530.48	81%
10	五官用药	46,467,378.53	76%
11	内分泌系统	42,051,088.59	91%
12	补益安神	25,711,572.57	122%
13	特药	22,409,621.82	-
14	肿瘤用药	17,396,426.65	23%
15	儿科用药	17,151,810.55	289%

Rx产品细分市场销售额TOP

增速TOP	细分品类	销售额 (万元)	同比增速
1	解热镇痛	11,881,063.86	528%
2	中药用药	1,348,919.73	390%
3	儿科用药	17,151,810.55	289%
4	移植用药	6,271,790.54	138%
5	补益安神	25,711,572.57	122%
6	消化系统	59,092,453.09	109%
7	皮肤及性病用药	121,170,352.50	101%
8	抗菌消炎	15,523,421.21	97%
9	内分泌系统	42,051,088.59	91%
10	泌尿系统	16,880,578.65	88%
11	呼吸系统	52,142,213.25	87%
12	精神科用药	15,840,313.52	86%
13	妇科用药	51,097,530.48	81%
14	血液系统	684,334.84	80%
15	风湿骨外科	55,951,626.20	77%

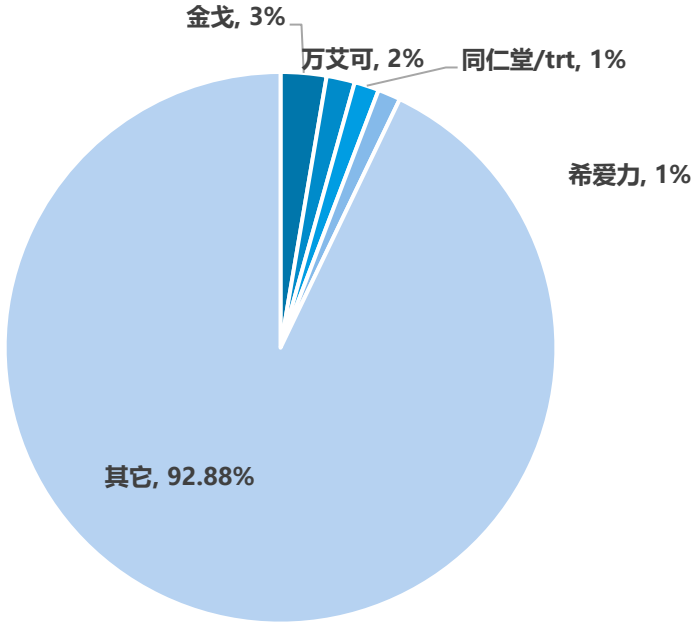
数据范围：天猫平台数据，此数据维度为5月26日20:00-6月20日24:00，按品牌销售金额排名（指参加618的产品全额销售累计金额，非定金金额，不考虑优惠券等因素）。数据为初步公开信息，未经审计，所得结果与实际情况可能存在差距，仅作参考、交流和学习之用。如有出入，以天猫官方榜单为准。

618战报：片仔癀是Rx市场的明星品牌

- 处方药市场TOP品牌中，金戈以2965.9万元持续保持领先，同比增长8%

排名	品牌名称	销售额 (万元)	同比增速	均价 (元)
1	金戈	2965.9	8%	317.43
2	万艾可	1842.4	18%	596.03
3	同仁堂/trt	1607.0	27%	124.93
4	希爱力	1472.5	49%	1000.51
5	保法止	1459.9	32%	601.49
6	pzh/片仔癀	1379.8	-38%	623.67
7	干威	1290.6	71%	140.43
8	必利劲	1227.8	49%	438.61
9	伟哥	1113.0	377%	288.42
10	韦瑞德	1064.7	-19%	441.96

白发脱发市场TOP品牌市场份额



小结

市场整体趋势

- 疫情影响下，线上医药市场稳步增长。消费者对健康的重视度不断提高，健康理念也越发多元化。其中线上购药习惯的养成就是其表现之一，同时更多的群体也开始针对健康预防、日常保健等方面的需求愈发强烈。

细分市场

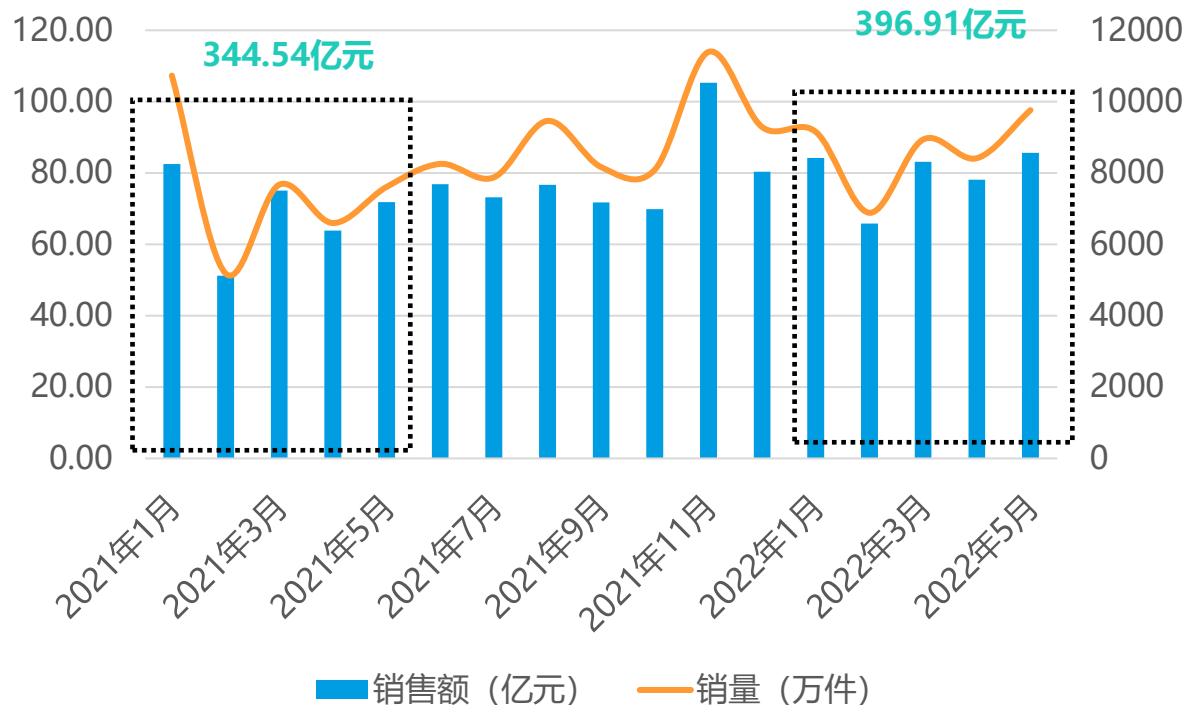
- 白发脱发品类的OTC品牌蔓迪和达菲欣分别占据白发脱发品类的第一二位，2019年蔓迪开始大力扩展药房及线上渠道，销售额由2019年的2.5亿元增至2021年的6.02亿元，牢牢占据白发脱发市场头部品牌位置。脚气喷雾品牌洛芙、滴眼液品牌海露同比增速均超过400%。
- 男科用药在Rx药物整体市场中占比近20%，其中金戈作为国内抗ED药物头部品牌整个RX市场的3%。

Part2 半年度行业概览

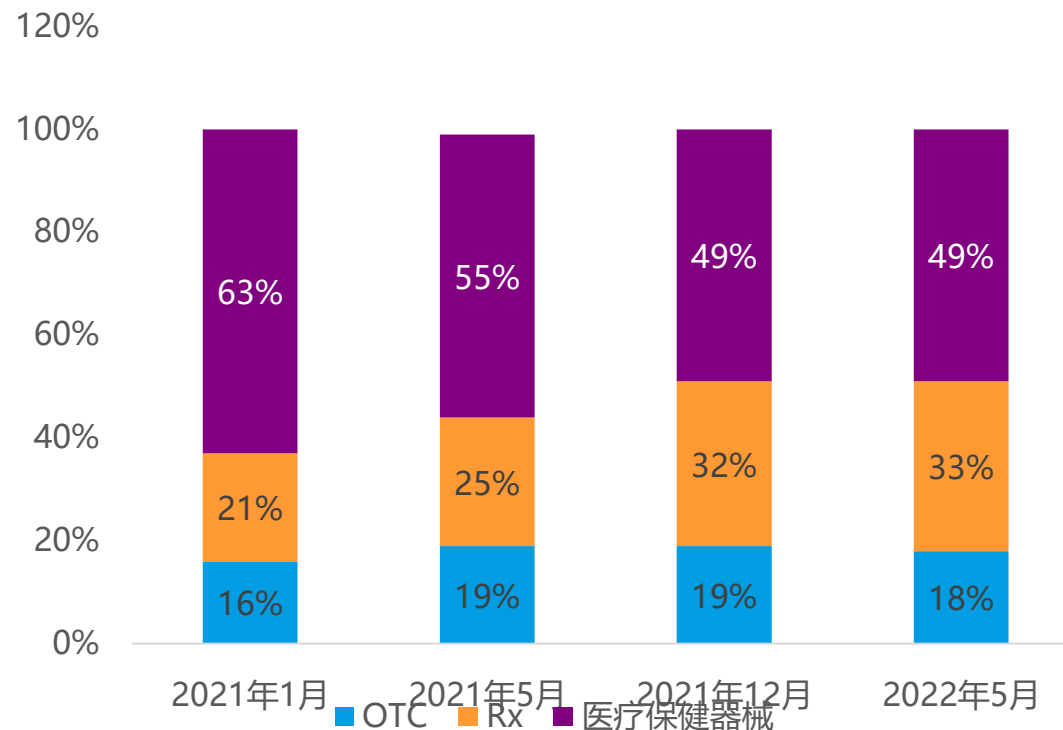
行业半年度概览：行业稳步增长，Rx品类在在医药电商行业中占比持续增加

- 2022年医药电商行业（OTC+Rx+医疗器械）1-5月份总体销售额达**396.91亿元**，同比增长**15.2%**
- 分品类看。OTC药品同比下降1%份额，**Rx同比增长8%**的份额，医疗保健器械同比下降6%的份额

医药电商市场规模趋势

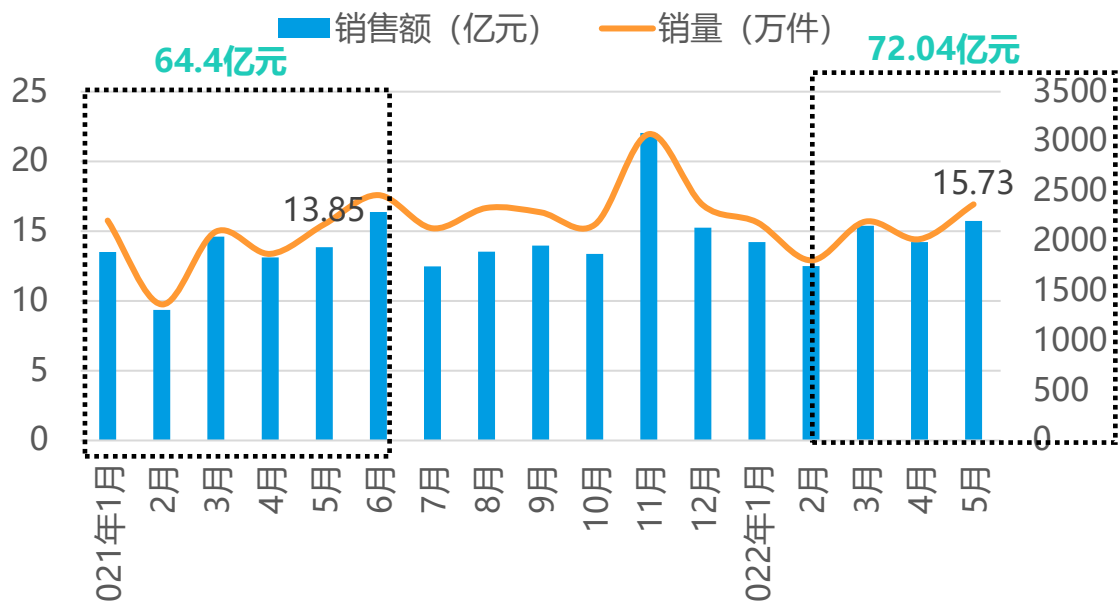


医药电商市场结构趋势

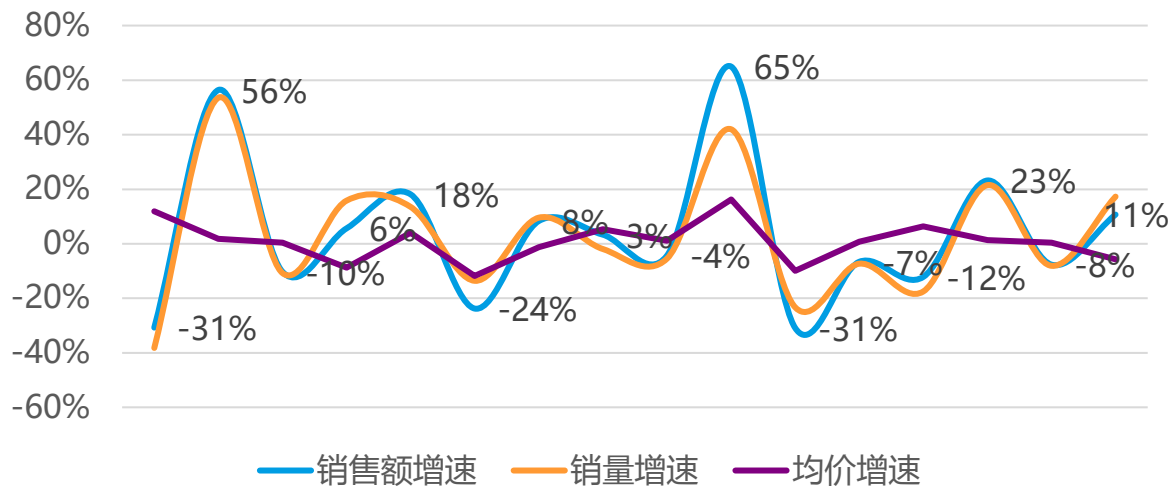


行业半年度概览：量增驱动OTC市场平稳增长

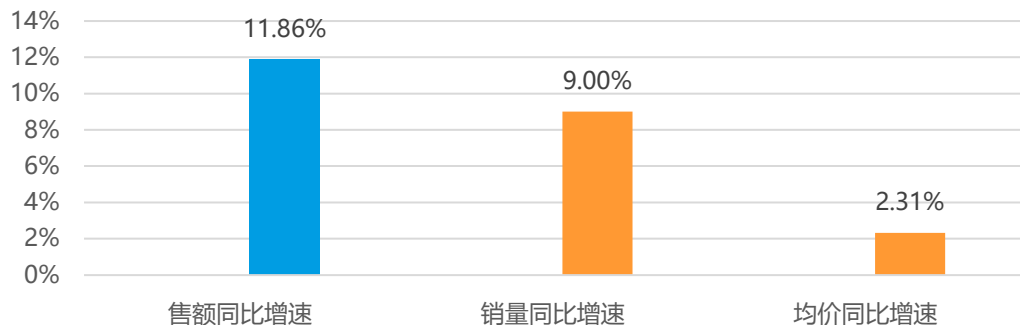
OTC市场规模趋势



OTC市场环比增速



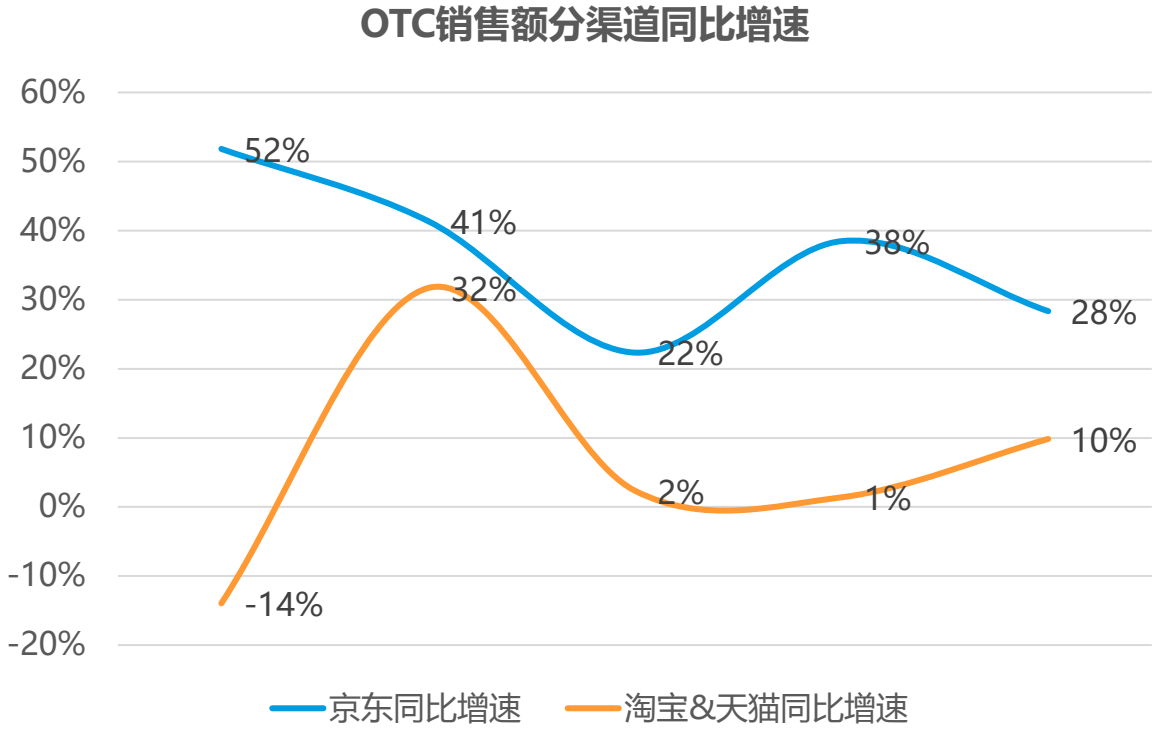
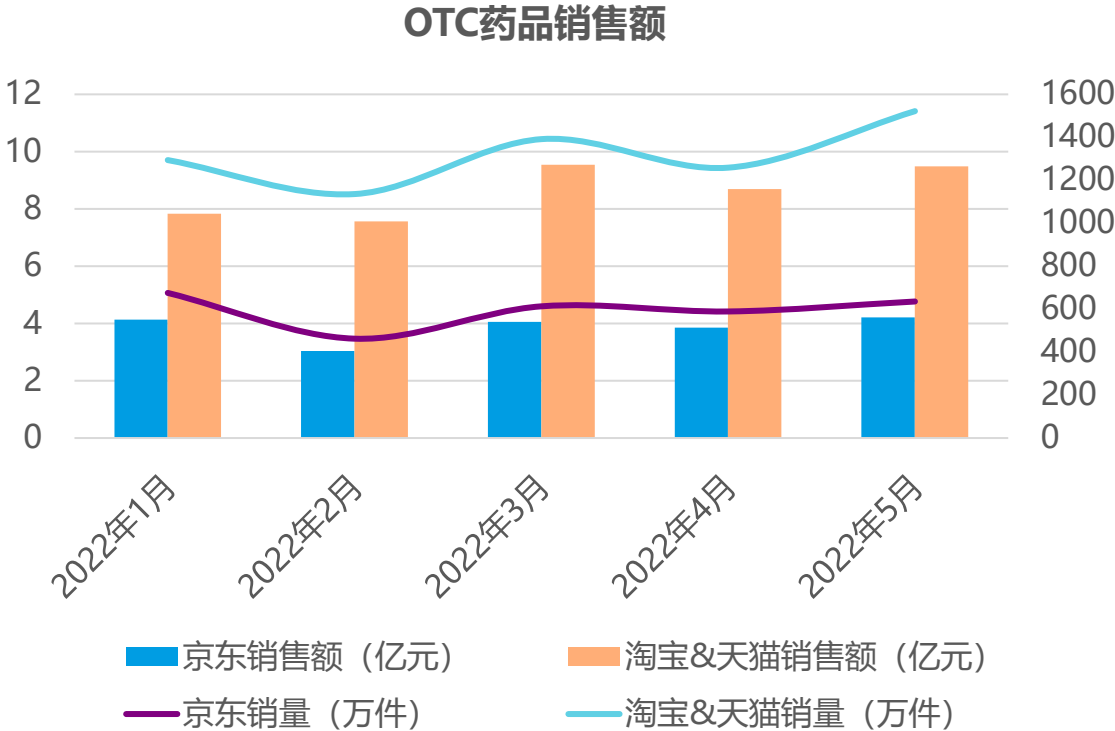
OTC市场1-5月份同比增速



- 2022年OTC药品市场1-5月份总体销售额达**72.04亿元**，**同比增长11.86%**
- 拆分量价数据发现。OTC药品市场价格相对稳定，均价同比增速2.31%，**销量同比增速9%**。市场规模增长主要靠销量增长驱动

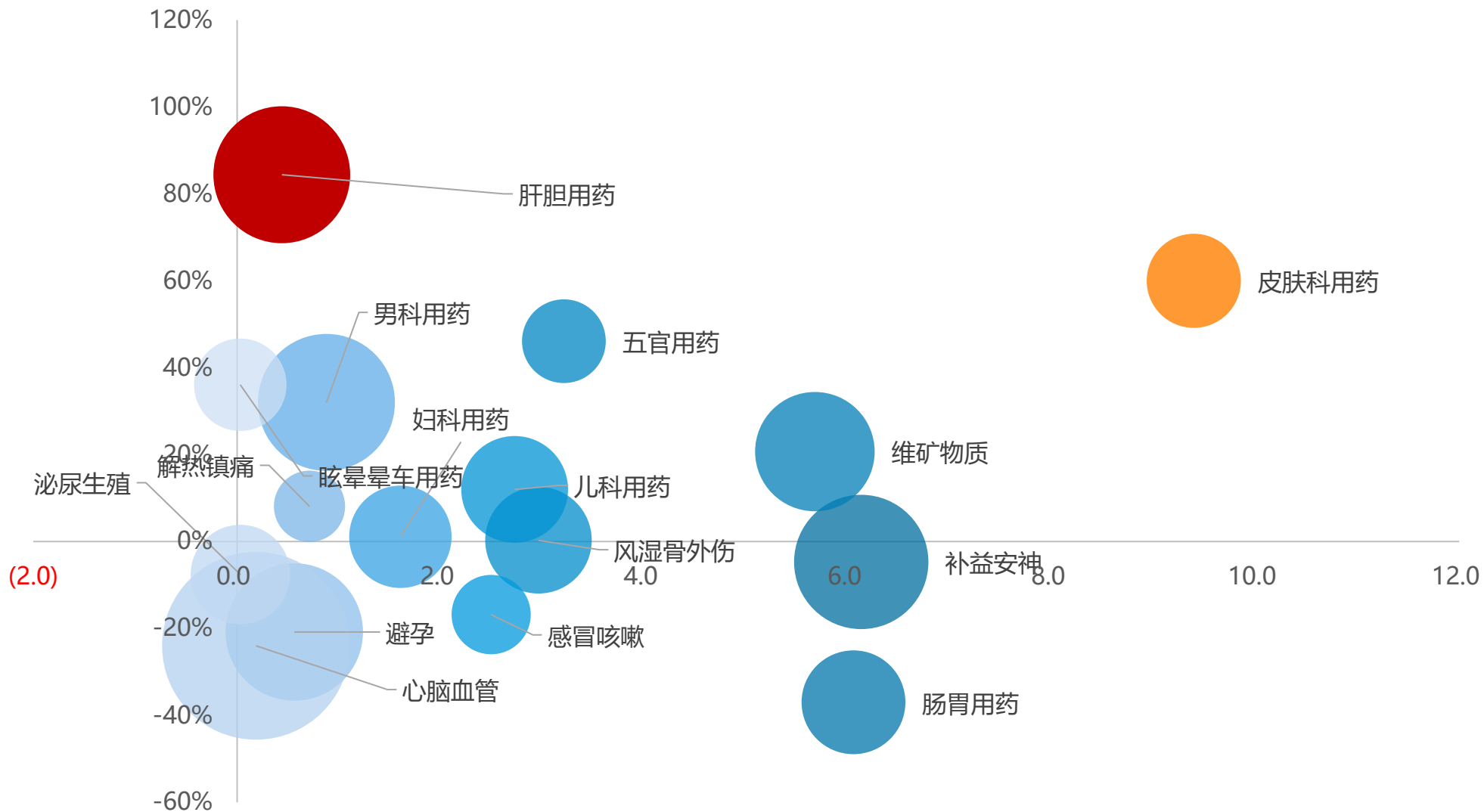
行业半年度概览： 淘宝&天猫平台是OTC药品的主要线上渠道

- 2022年1-5月份，OTC药品在**淘宝&天猫平台**销售额占比为**69%**，京东平台为31%
- 分渠道看，OTC药品京东渠道的增速在20%以上，淘宝&天猫渠道增速在10%左右



数据来源：魔镜市场情报

行业半年度概览：OTC细分产品



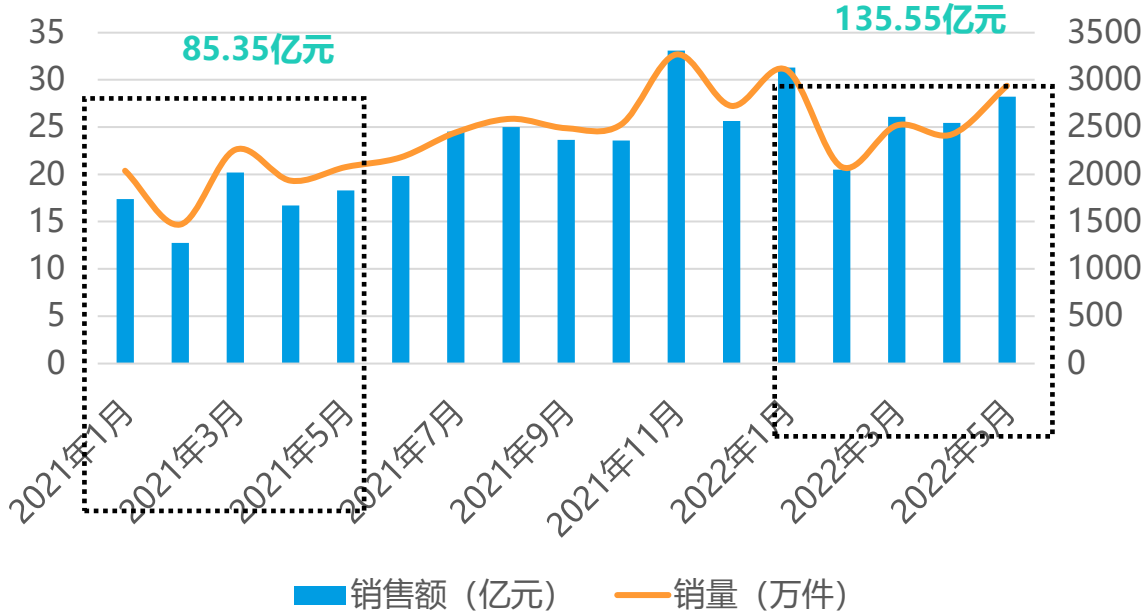
数据说明：横轴表示市场规模(亿元)，纵轴表示同比增速。数据选自天猫淘宝平台2022年1-5月, OTC药品/国际医药->OTC药品

数据来源：魔镜市场情报

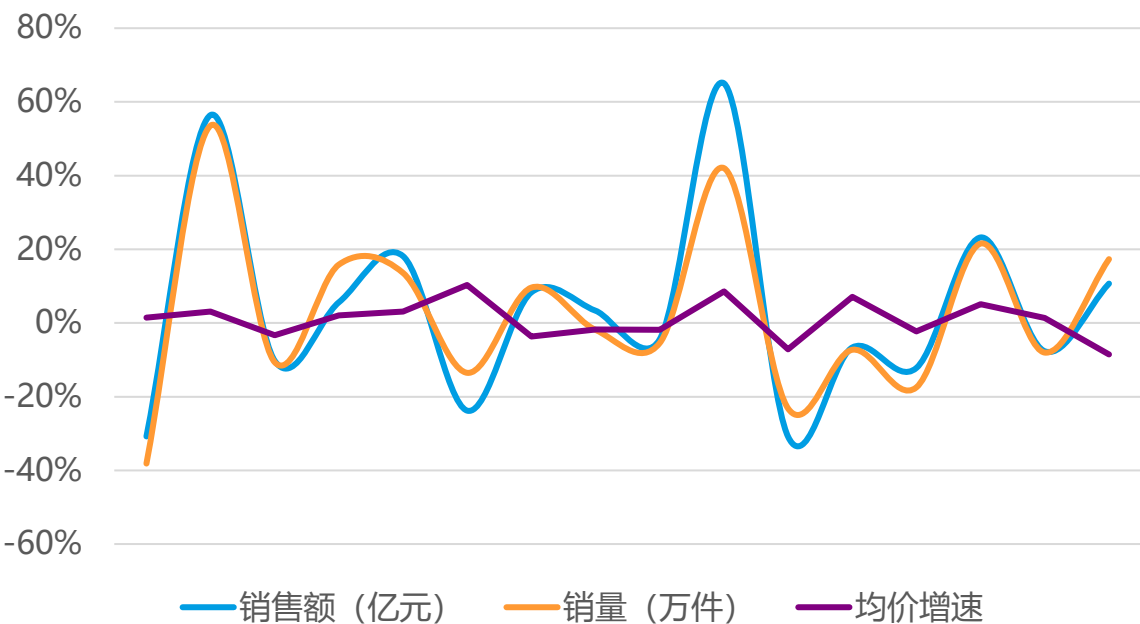
行业半年度概览：量价齐增，推动Rx市场增速明显提升

- 2022年1-5月份，Rx药品在线上**销售额为135.55亿元**，**同比增长54.13%**
- Rx药品均价同比上涨15.68%，销量同比增长33.52%，**量价齐增**推动市场规模的增加

Rx市场趋势



Rx市场环比增速

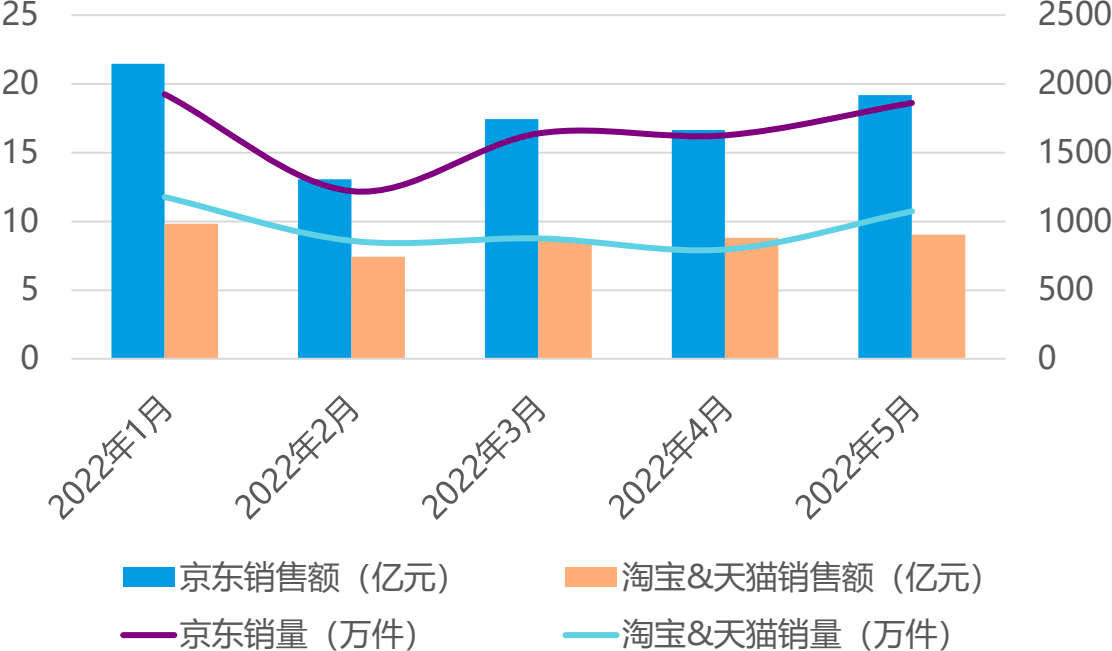


数据来源：魔镜市场情报

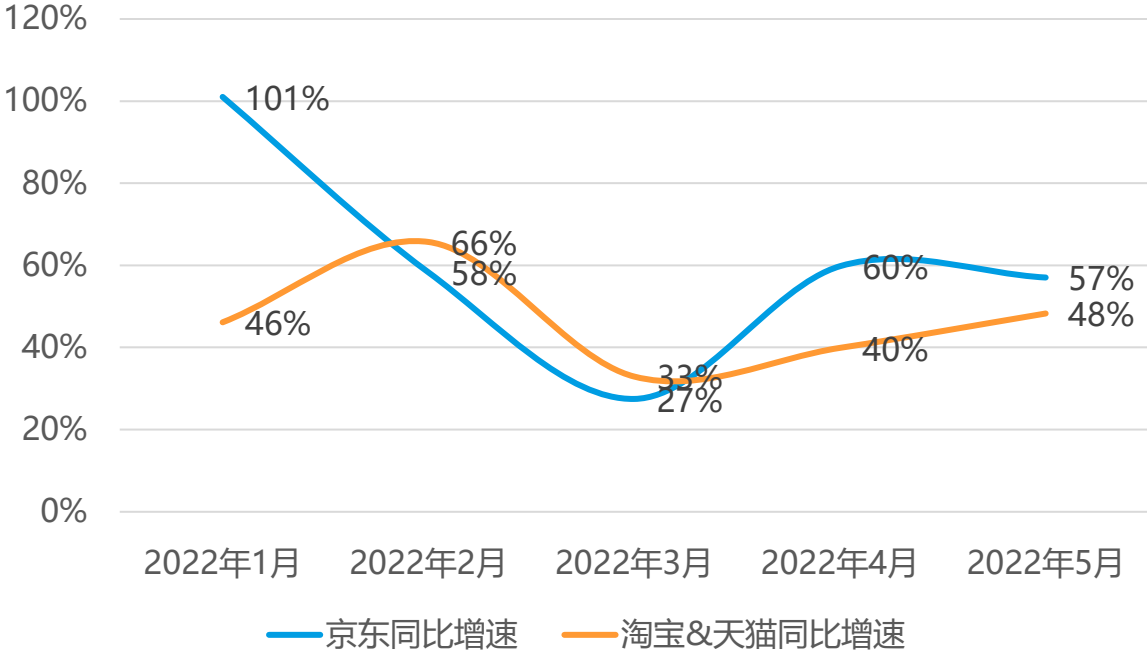
行业半年度概览：京东平台是Rx产品线上销售的主要市场

- 2022年1-5月份，Rx药品与OTC药品不同，在**京东**销售额占**63.37%**，淘宝&天猫平台为销售额为36.63%
- 分渠道看，Rx药品在不同渠道上的环比增速差异性没有OTC品类大，整体京东增速高于淘宝&天猫

Rx药品销售额

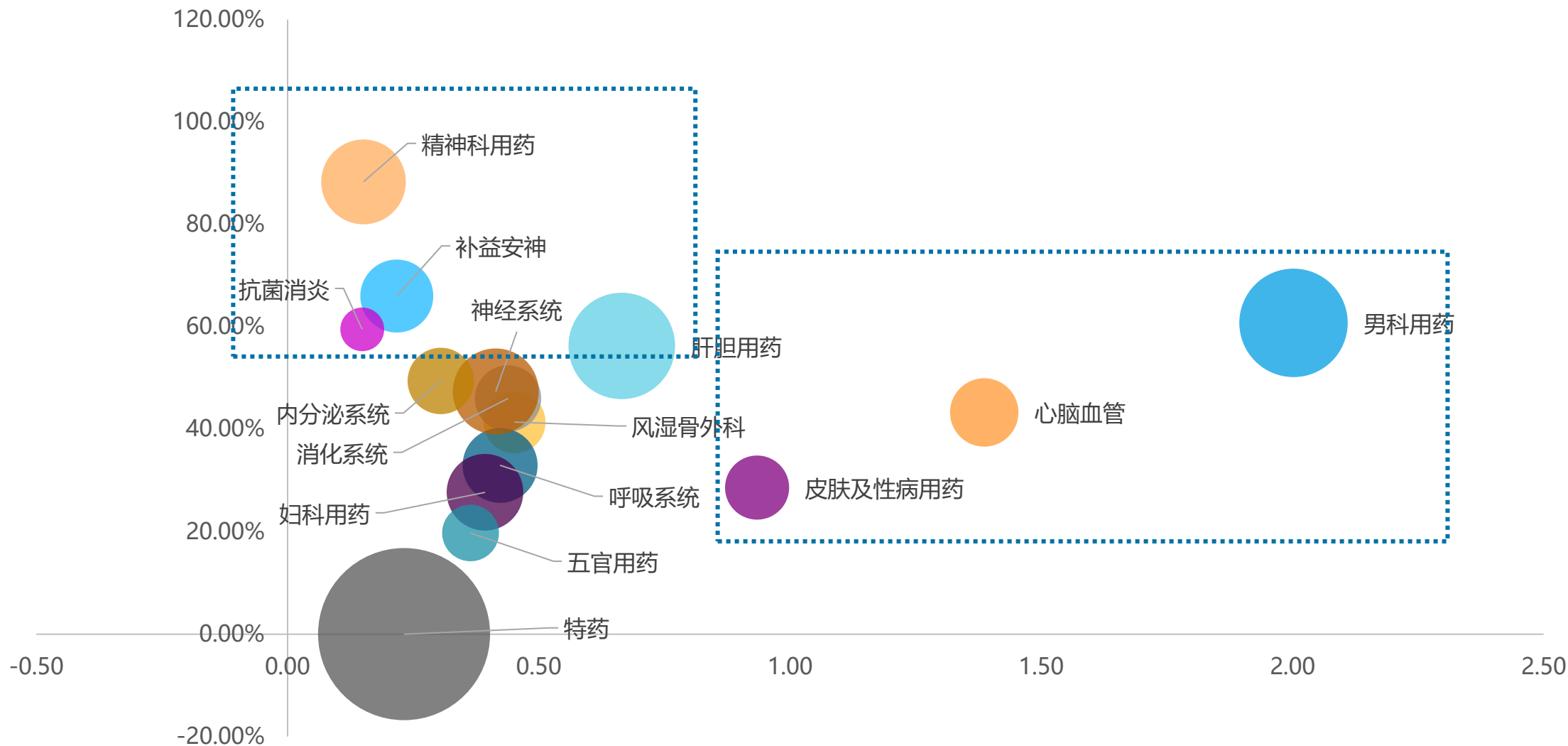


Rx同比增速



数据来源：魔镜市场情报

行业半年度概览：Rx细分产品



数据说明：横轴表示市场规模(亿元)，纵轴表示同比增速。

数据说明：横轴表示市场规模，纵轴表示同比增速。数据选自天猫淘宝平台2022年1-5月，处方药一级类目

数据来源：魔镜市场情报

行业半年度概览：OTC&Rx爆款产品

- 星鲨、洛芙是2022年5月份OTC市场的爆款产品，**增速超200%**
- 片仔癀、威哥是2022年5月份OTC市场的爆款产品，**增速超200%**

2022年5月OTC市场TOP品牌

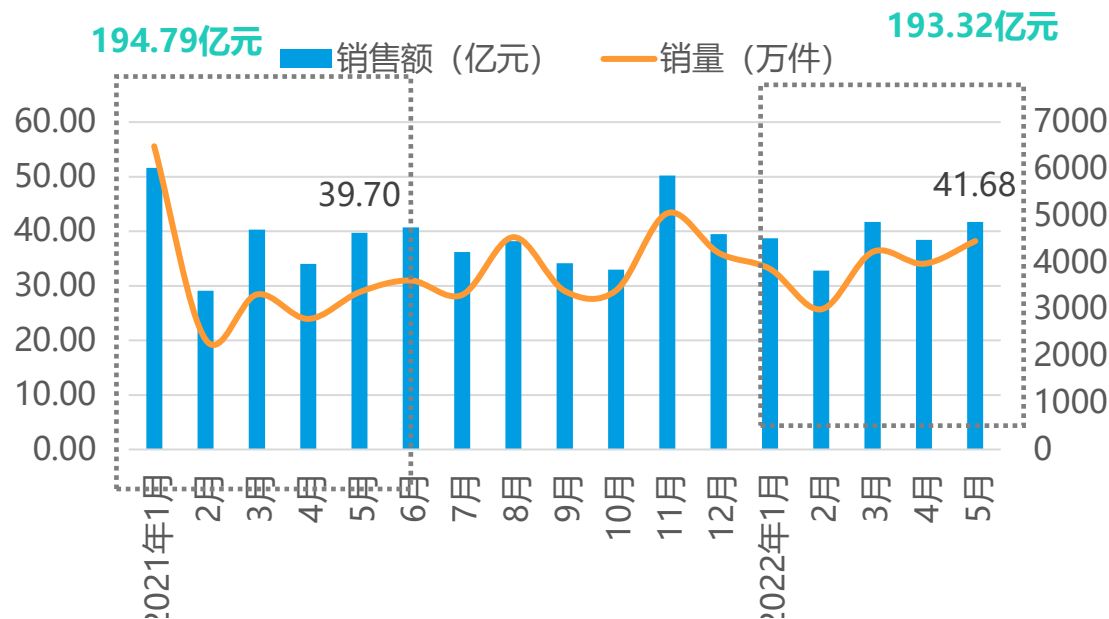
TOP品牌	细分品类	销售额 (万元)	同比增速
1	星鲨	4,282.01	251%
2	同仁堂/trt	3,953.74	15%
3	九芝堂	3,385.45	18%
4	蔓迪	2,633.14	87%
5	丽芙	2,065.31	60%
6	达霏欣	2,032.89	173%
7	洛芙	1,984.85	386%
8	999	1,936.88	-12%
9	汇仁	1,722.13	-32%
10	东阿阿胶/dongyue	1,681.97	44%
11	舒尔佳	1,569.58	-53%
12	伊可新	1,422.50	3%
13	海露	1,416.24	311%
14	马应龙	1,365.32	52%
15	d-cal/迪巧	1,328.73	36%

2022年5月Rx市场TOP品牌

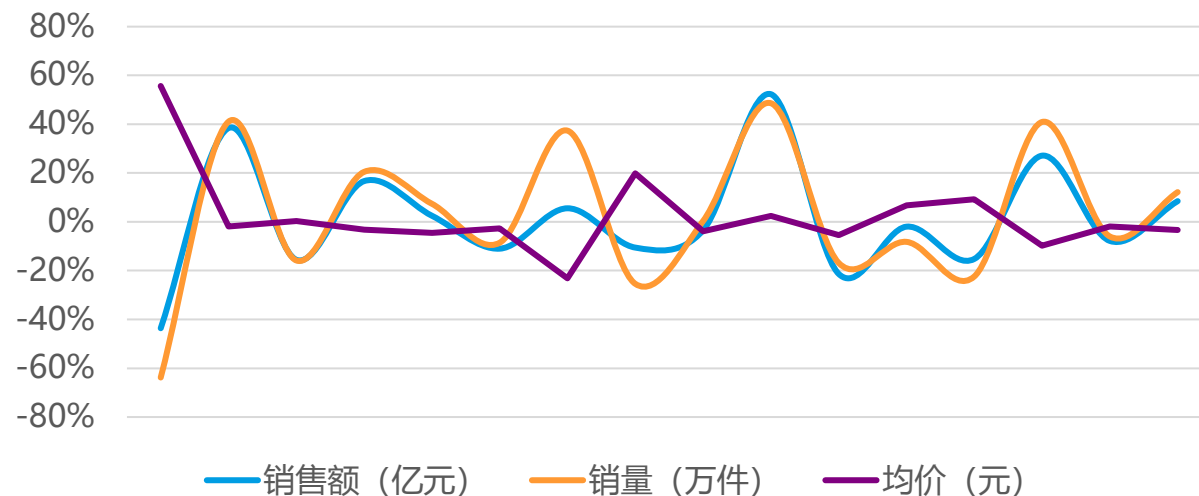
TOP品牌	细分品类	销售额 (万元)	同比增速
1	金戈	2,914.35	-4%
2	pzh/片仔癀	1,775.20	224%
3	同仁堂/trt	1,626.38	29%
4	千威	1,548.26	194%
5	万艾可	1,350.33	-16%
6	艾时达	1,318.42	139%
7	爱廷玖	1,138.48	159%
8	韦瑞德	1,125.99	8%
9	惯爱	1,098.40	-
10	伟哥	1,060.70	7110%
11	jissbon/杰士邦	950.42	398%
12	仁和	823.90	65%
13	必利劲	801.30	-15%
14	步长	676.13	60%
15	可定	675.42	325%

行业半年度概览：医疗器械市场增长乏力

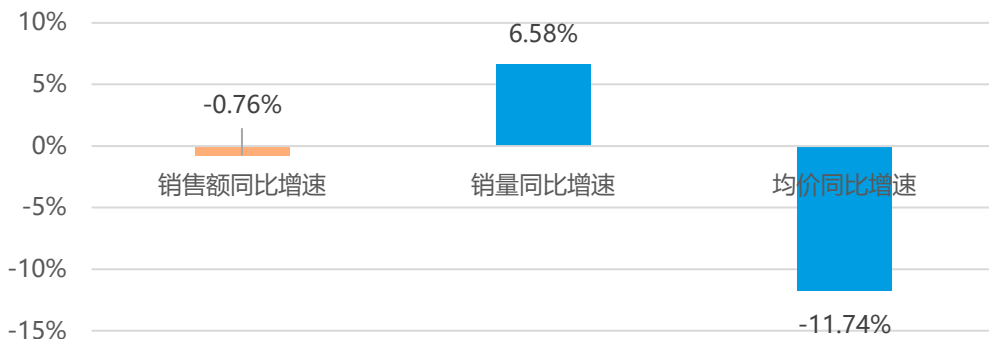
医疗器械市场趋势



2022年1-5医疗器械市场环比增速



2022年1-5月医疗器械市场同比增速

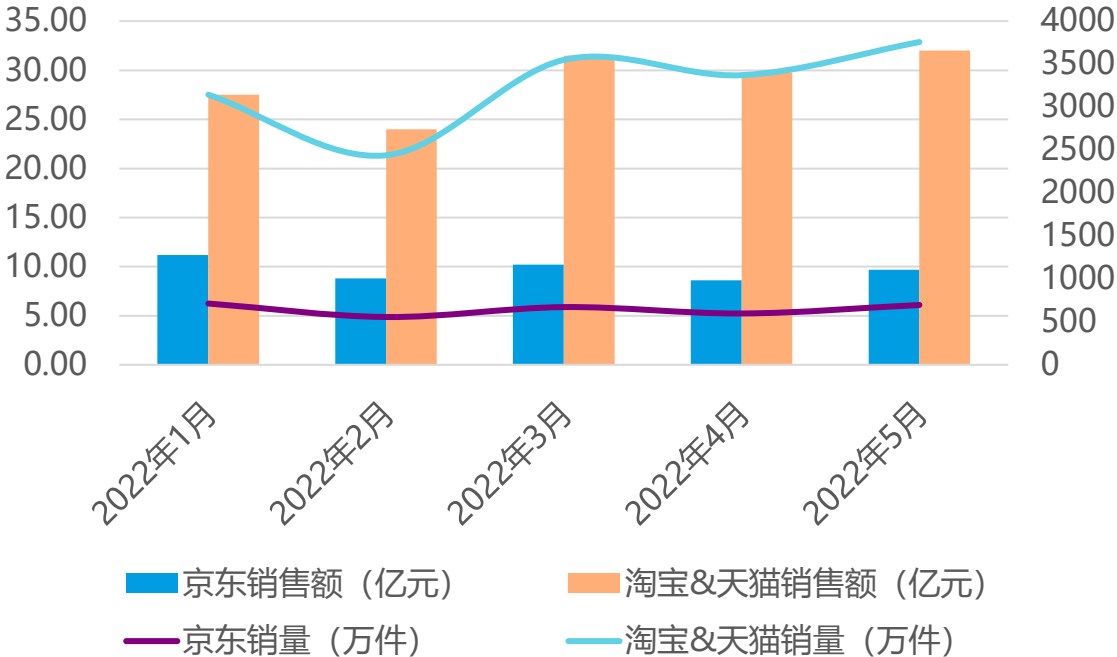


- 2022年1-5月份，医疗器械市场在线上销售额为193.22亿元，同比下降0.76%
- 医疗器械销量同比下降0.76%，均价同比下降11.74%，销量同比微增6.58%，均价下降导致整个市场规模下降的主要因素

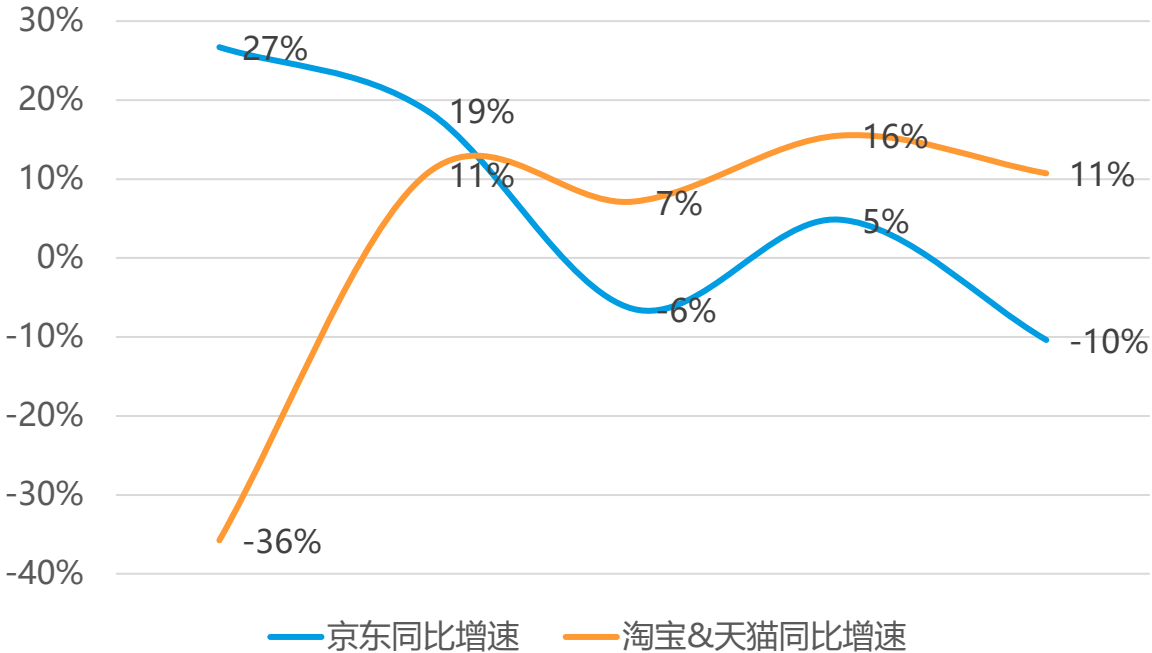
行业半年度概览：淘宝&天猫平台是医疗器械线上主要销售渠道

- 2022年1-5月份，医疗器械市场在**淘宝&天猫**销售额占比为**74.90%**，京东平台为销售额为25.10%
- 分渠道看，医疗器械品类市场规模在京东平台增速整体稳步向上，淘宝&天猫平台整体呈下降趋势

医疗器械销售额

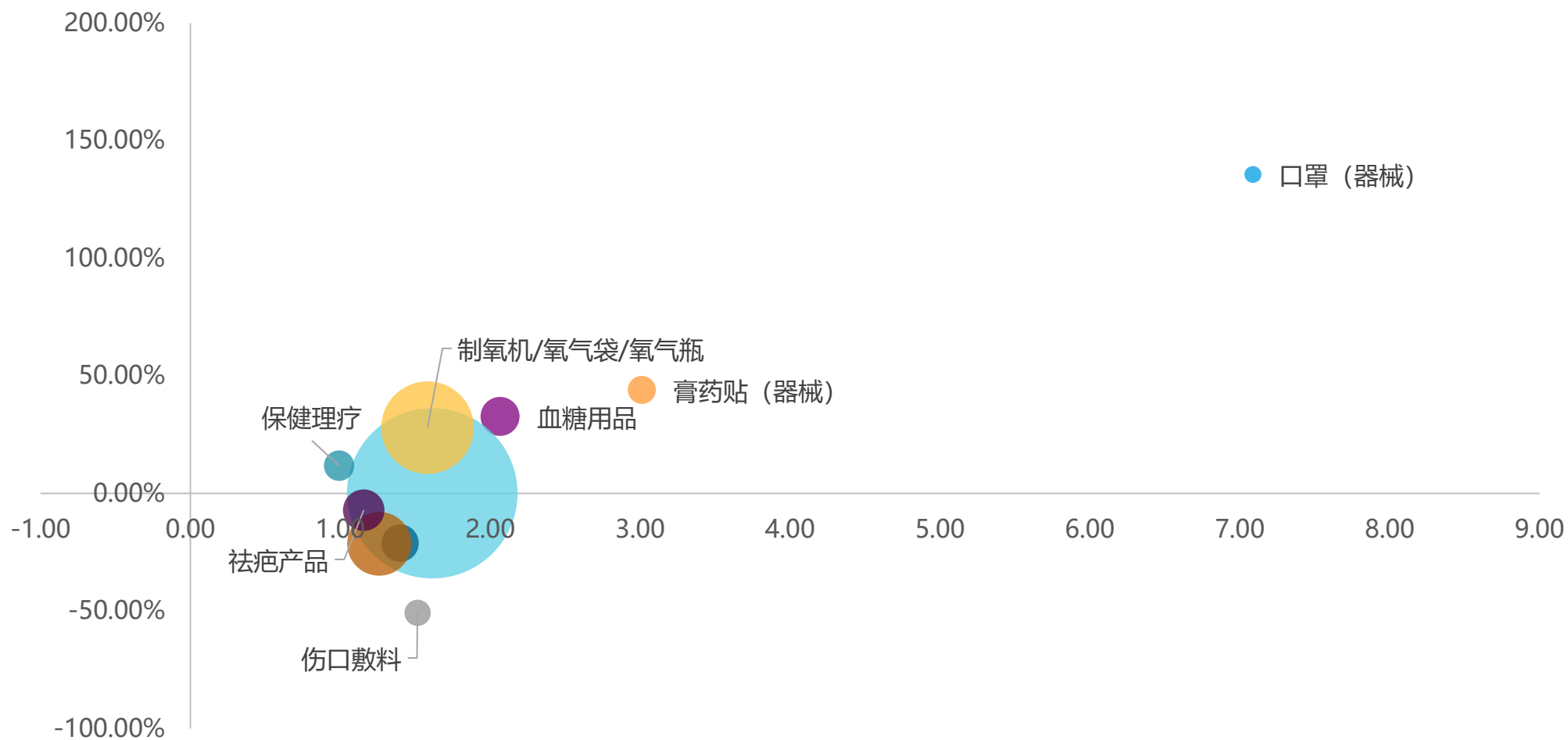


医疗器械同比增速



行业半年度概览：医疗器械细分品类

医疗器械



数据说明：横轴表示市场规模，纵轴表示同比增速

数据来源：魔镜市场情报

小结

行业整体

- 行业整体稳步增长，电商行业2022年1-5月份总体销售额达**396.91亿元**，同比增长**15.2%**

细分市场

- OTC市场规模稳步缓增，同比增长11.86%。主要靠销量增长驱动。淘宝&天猫是主要销售渠道，但京东增速快。按品类看，皮肤、维矿、安神品类属于主要品类，肝胆和男科用药是增速较快的品类。
- Rx市场规模增长明显，市场规模同比增长54.13%。量价齐增推动市场规模持续走高。增长主要靠销量增长驱动。京东渠道占比达63.37%，两个渠道上半年整体增长趋势差异不大，但京东增速更高。按品类看，男科、心脑血管、皮肤品类属于主要品类，精神科用药、安神用药、肝胆用药增速较快。
- 医疗器械市场规模无明显增长，同比下降0.76%，均价下降和京东渠道的下滑是导致整个市场规模下降的主要因素。分品类看，口罩是支撑医疗器械市场规模和增长的主要产品。

细分品牌

- 星鲨、洛芙是2022年5月份OTC市场的爆款产品，**增速超200%**；片仔癀、威哥是2022年5月份OTC市场的爆款产品，**增速超200%**

数据说明：横轴表示市场规模，纵轴表示同比增速

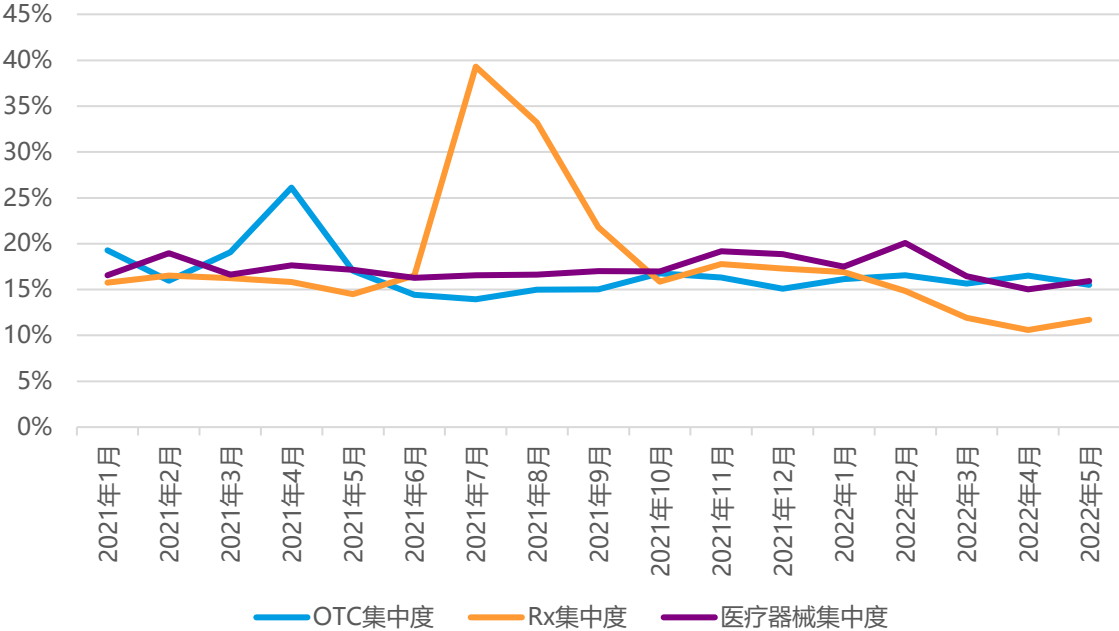
数据来源：魔镜市场情报

Part3 热门品类竞争分析

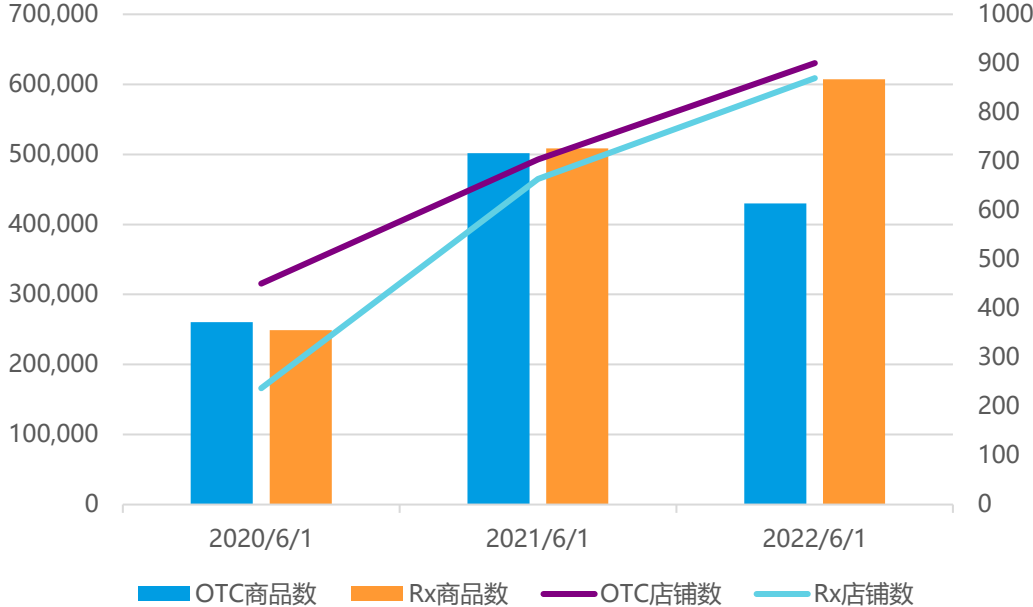
竞争分析：行业整体较分散，细分市场竞争加剧

- 处方药市场、非处方药市场、医疗器械市场，三个细分市场集中度CR5**不高于16%**
- Rx类**店铺**从2022年开始**激增**，相比1月份增速达到46%。OTC品类店铺数微增为9%

细分市场CR5趋势



细分市场竞争者数量趋势



数据来源：魔镜市场情报

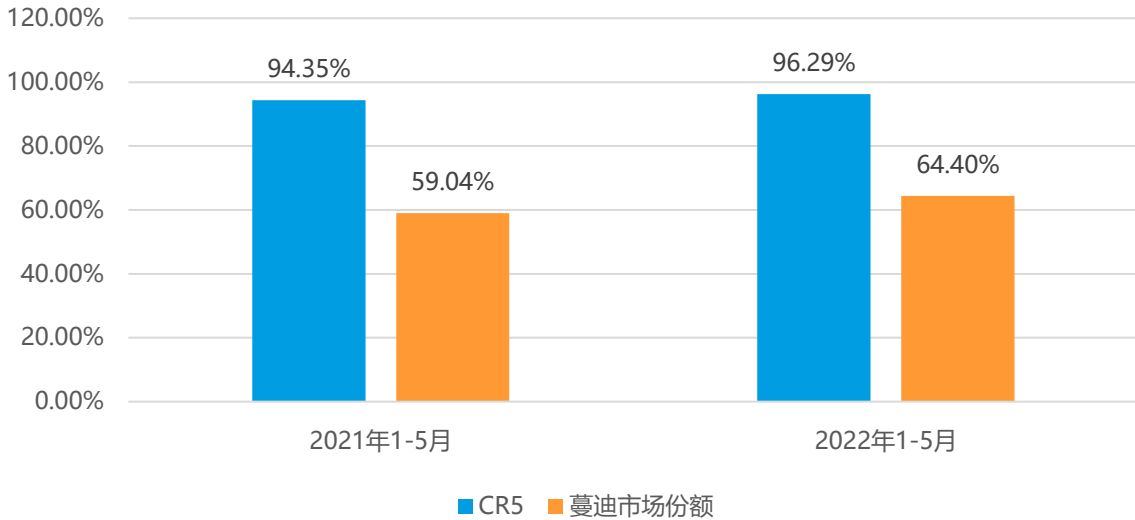
米诺地尔酞：头部效应明显，蔓迪市场份额继续增加

- 米诺地尔酞相关的OTC产品市场，整体集中度高CR5达到**96.29%**，比2021年集中度进一步提升
- 蔓迪**和**达霏欣**作为米诺地尔酞头部品牌，市场份额在不断扩张，达霏欣市场份额**增加13.59%**，蔓迪市场份额提升了5.36%

米诺地尔酞品类1-5月份TOP品牌

品牌	销售额 (万元)	市场份额	排名
蔓迪	23,176.99	64.4%(+5.36%)	1
达霏欣	9,064.54	25.19%(+13.59%)	2
heybro	913.60	2.54%(-5.83%)	3
发迹	844.00	2.35%(-5.34%)	4
斯必申	653.75	1.82%(-5.82%)	5

米诺地尔酞CR5市场份额及活跃品牌



数据来源：魔镜市场情报

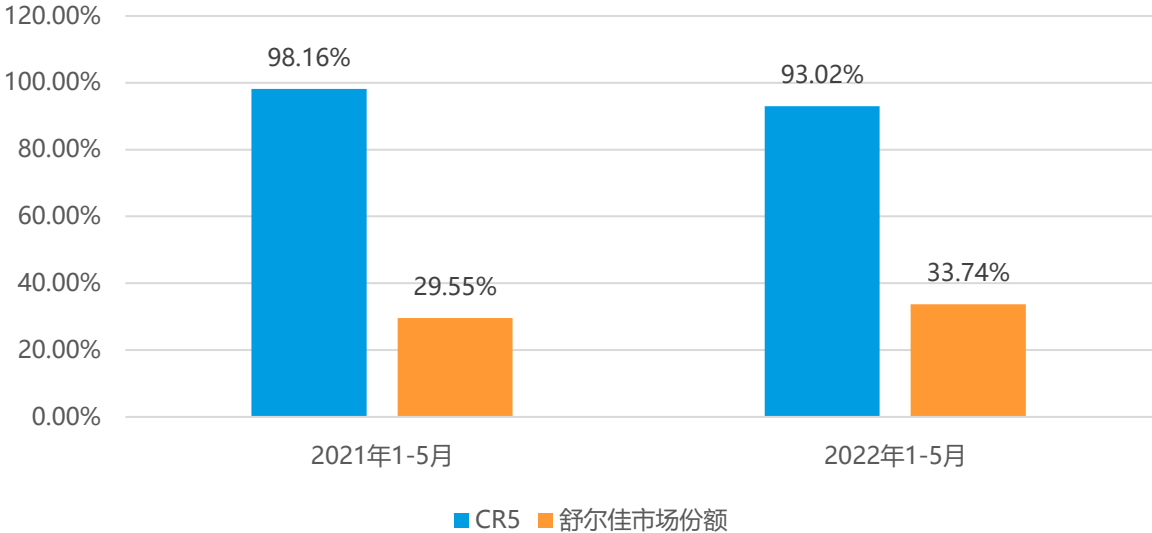
奥利司他：市场格局基本稳定

- 含奥利司他的OTC药品市场，整体集中度高**CR5达到93.02%**，同比2021年集中度下降5.14%
- 舒尔佳和碧生源作为奥利司产品的头部品牌，市场份额在不断扩张，舒尔佳市场份额同比增加4.04%，碧生源市场份额同比提升了3.98%

奥利司他品类1-5月份TOP品牌

品牌	销售额 (万元)	市场份额	排名
舒尔佳	8150.05	33.74%(+4.04%)	1 (+1)
碧生源	8099.06	33.53%(+3.98%)	2 (-1)
雅塑	4004.07	16.58%(-7.17%)	3
艾丽	1650.57	6.83%(-7.69%)	4
伊宁曼	564.67	2.34%(+1.71%)	5 (+23)

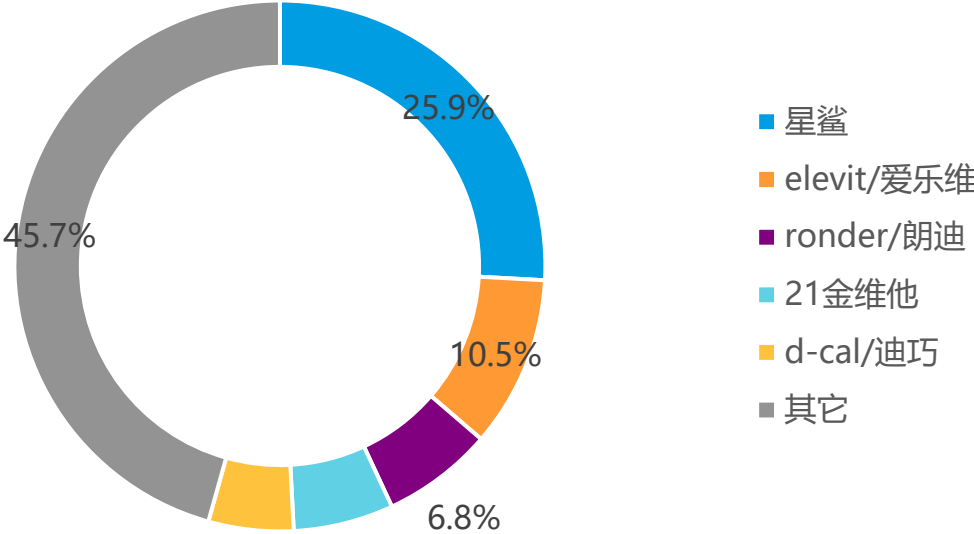
奥利司他CR5市场份额及活跃品牌



维矿品类：头部品牌正在形成，星鲨是该市场明星产品

- 维矿品类市场，1-5月份整体集中度高CR5达到43.2%，同比2021年集中度下降5.14%
- 星鲨作维矿品类的明星产品，5月份市场份额增加17.58%

维矿类产品1-5月份市场份额分布



奥利司他5月份TOP5品牌

排名	品牌	销售额 (万元)	市场份额
1	星鲨	4,037	30.05% (+17.58%)
2	ronder/朗迪	1,014	7.55% (-0.75%)
3	elevit/爱乐维	957	7.12% (-5.21%)
4	21金维他	826	6.15% (-0.03%)
5	d-cal/迪巧	750	5.58% (-0.53%)

数据来源：魔镜市场情报

小结

整体市场:

- 医药市场细分程度高，在一二级类目中，集中度不高。2022年5月份三个细分市场集中度CR5位于10%-16%之间。Rx上半年店铺数相较于1月份，店铺总数新增46%，竞争最为激烈。

细分市场:

- 米诺地尔酊，主要用于治疗脱发、斑秃。米诺地尔酊细分市场，蔓迪和达霏欣作为细分市场的头部品牌，蔓迪处于绝对统治地位，两家市场份额占比超过90%，规模超两亿。
- 奥利司他，主要作用减少热量摄入、控制体重。在这一细分市场中，舒尔佳、碧生源、雅塑三家头部品牌市场份额超过83%，头部效应明显。
- 维矿品类，作为OTC药品主要用于治疗缺乏维生素矿物质导致的身体疾病。相较于保健类产品性价比更低。在这一细分市场中，市场格局暂未稳定但集中效应进一步加剧。21金维他是国内第一家生产OTC维矿产品的品牌。但星鲨近两年增速和市场份额快速增长，目前星鲨市场份额30.05%，同比增加了17.58%。

Mktindex.com

联系我们

北京淘幕科技有限公司
北京市朝阳区望京SOHO塔1A座2005
联系电话：010-84785451
邮箱：100102

关注我们



联系我们



Moojing Market Intelligence



魔镜市场情报

MKTINDEX.COM