

张俊：各位业内同仁，大家下午好！我是艾斯信息的张俊。

今天的主要内容是三方面，首先我们一起看一下未满足需求的概念；我们从三个角度具体探索一下医药的未满足需求；第三部分，我们来一个小的总结。

先看一下概念，未满足需求的概念分为三种，第一种是基本型的需求也叫做 Must Be Quality，第二种是叫意愿型需求，第三种叫魅力型需求。这三种需求有什么不同呢？一起来看一下。有横轴和纵轴，先看最上面魅力性需求，当你的物理特性不充足的时候，用户觉得没办法，当你的物理性特别充足的时候，他就觉得很满意。第二种，当你的物理特性不满足的时候，我就不满意，当你的物理特性越来越满足的时候，我就越来越满意。第三种，当物理特性不充足的时候，我会觉得非常不满意，当你觉得做得物理性充足的时候，我会觉得这是理所应当的。

给大家讲一个小的爱情故事，玛丽和约翰的故事，他们两小无猜，从小在一起长大，转眼到了十七八岁，两个人再次相见，四目相对的时候就怦然心动，这个就属于魅力型需求，接下来两个人步入婚姻的殿堂，对于约翰来说，有玛丽帮助料理家务，陪伴照顾他，他就觉得非常满意，当玛丽不在的时候他就觉得不满意。但是随着日子越来越长，如果玛丽没有照顾他，他就会觉得非常不满意。

今天我们主要是看上面，魅力型需求和意愿型需求，主

要是从三个方面想跟大家一起探讨一下。首先第一个方面就是整体的社会的需求；第二个方面就是诊疗医师的需求；第三个方面，就是市场规模的需求。综合这三个因素当中的几种因素，我们做过这样的尝试，我们做的结果就是昨天墙报展示里面我们参加的，很多人比较熟悉了，因为在我们的展台我们也给大家做了很多的分析。

简单说一下，这个横轴是代表医生的诊疗率，越往右诊疗率是越高的，越往左诊疗率是越低的。纵轴是医生的新药需求，越往上需求越高，越往下和需求越低。比如说我公司所关注的是在哪一块，就可以相应的对号入座，让你有一种从上到下俯瞰的感觉。

大家不用拍，因为这是日本的数据，接下来我给大家介绍中国的情况。

我们接下来介绍所有的数据都是来自于我们大规模的医生数据库，叫做 PatientsMap，我们主要提取这三部分的内容和大家做一个介绍。

因为涉及到三个国家，这是这三个国家的一些基本的概要。

分析医药的未满足需求的第一个角度，就是从整体社会的角度，我们从整体医生的诊疗率这个角度和大家做一下分析。我们看一下中国，整体医生诊疗率排名最靠前的十种疾病，跟大家平时的意识、环境是否一致呢？排名最靠前的是

高血压、糖尿病。我不知道大家去日本，对日本的第一印象是什么？很多人去了说日本非常干净，不光是街道干净，连空气都干净。是，日本非常的干净。因为我也在日本工作了三四年，所有的东西都要讲究一个度，如果干净过大的话，可能让你的身体不是那么容易适应身边的环境，可能会出现一些过敏。所以大家猜猜日本排在前面的可能是什么？第一是痴呆，第二就是季节性过敏、花粉过敏、阿尔茨海默症。

中国是以高血压、糖尿病等慢性病为主，日本是以痴呆、过敏、阿尔茨海默症，和老年性疾病有关。大家如果在三月份去日本的话，就会看到不少人戴着口罩，还在不断地打喷嚏，因为这是花粉过敏了。

接下来看的是美国的情况，大家觉得美国整体医生的新药需求排在前面的应该是什么？是肥胖、腰疼，我猜腰疼跟肥胖应该也有关系。我去美国偶尔也想去买一点衣服什么的，我在中国女装是 L 或者 M，但是去美国我要最小号，穿在身上可能还像长袍一样，我可能得找最小号才能适合我。

我们看整体新药需求比例是不一样的，可能我们中国接近 30%，超过 20%，可是日本就是停留在 10%左右。再看日本跟美国，痴呆和阿尔茨海默症，日本是排名比较靠前的，美国也是在前十位。

因为艾斯信息在医药调研行业有将近 40 年的时间，据说二三十年前，日本和美国的情况跟现在的中国是差不多的，

也是高血压、糖尿病这些生活慢性病为主，新药需求是非常高的。但是随着技术的发展，随着新药的不断入市，这个需求慢慢已经得到部分满足。

看我们中国往后推十年二十年，说不定也有可能朝着欧美或者日本的方向发展。不过我看在座的各位，应该不会出现美国特色的肥胖情况。

我们再从第二个角度，就是诊疗医师的角度，新药需求排名，中国排名前十位的是 AML、ALL 的血液疾病，还有眼科、精神疾病。如果看到日本，如果大家看到这些疾病第一反应是什么？是非常熟悉呢？还是不太熟悉？很多疾病都是属于罕见病，不是那么常见的。我们把中国跟日本做一个交叉的分析，这是中国的 Top10，这是日本的 Top10，有一个疾病是重合的，叫色素视网膜炎，我身边有一个大男孩真的很不幸，得了这个疾病。他小时候的一个症状就是看不见路，夜盲，一开始父母以为他就是夜盲，但是很严重。父亲带他去跑步，父亲在前面跑，下面一个坑，父亲跑过去了，孩子就摔在这里。大家带着孩子去检查，就是这个疾病，而且他是遗传性的，这个孩子将来很有可能传给他的下一代。对于这个男孩，对于这个家庭来说，是非常沉重的一个负担。我们之前提到了未满足需求，魅力型的需求，如果我们的药企可以有办法在这里做到突破的话，肯定是属于魅力型需求。

这一块我给大家讲的，横轴是整体医生的新药需求率，

纵轴就是诊疗医师的新药需求率。中国整体医生的需求率是慢性病为主，而诊疗医师的新药需求率就是罕见病为主的。

再看一下日本，日本的情况是这样。

最后再看一下第三角度，从市场规模、患者人群多少的角度来做一下分析。中国推测的患者人数，比较靠前的疾病，我们给大家在这里展示，推算患者人数超过 800 万的患者，大家看除了感冒、流感之外，就是高血压和糖尿病。在这里要跟大家说一下，我们这里面放大，推测出来的患者人数是诊疗患者人数，而不是说全国的患者人数，是实际上已经到医院看医生的患者人数。

再看一下我们邻国日本患者人数比较多的是哪些呢？总的患者人数是超过 200 万的疾病，日本是过敏性鼻炎患者最多，然后是高血压，下面还是花粉过敏。

我们再把整体医生的新药需求比例和推测的患者人数，横轴是整体医生的新药需求，纵轴就是推测的患者人数，我们再做一下分析，通过这个 Excel 大家可以看一看，觉得潜力比较大的有可能是哪一块呢？是不是右上角？因为它的诊疗新药需求比较高，同时患者人数也是比较多的。

看一下日本，日本也是右上角，对吗？过敏性鼻炎、花粉过敏。

最后做一下总结，刚才讲了三个方面，第一个是整体医生整体社会的需求，整体医生对于新药的需求是怎样的，它

涉及到整个国家的情况以及人民整体的生活习惯，和这个国家的经济水平等，都是息息相关的。第二个，我们讲到了诊疗医师新药的需求，这一块大部分排名比较靠前的都是一些罕见病，所以我们也可以说虽然这个罕见病的患者人数可能比较少，也许全国只有几万或者多一点几十万人，但是对于他们每一个人，每一个家庭来说，是一个非常大的负担。我们可以说从人道主义的角度考虑。

最后，企业一定要追求效益，我们从整体市场规模和患者需求来做分析。根据企业每一个阶段所追求的价值，我们的目标不同，可能我们要选择的要素，考虑的要素也不一样。可能有的时候我们需要考虑其中一个因素，可能是两个，甚至是三个因素。或者除了三个因素之外，我们甚至还要考虑其他的一些因素。

作为研究公司来说，我们是希望能够持续不断地给各位提供一个高质量的数据和服务，去辅助大家做出相对来说比较高效的战略决策。

今天我演讲的内容主要就到这里，如果大家对这个内容有一些不清楚或者是希望进一步探讨的，欢迎大家加我的微信，我们的展台还在 1 号，我们可以进一步探讨。

最后，愿我们各位都平平安安顺顺利利地到达自己所在的城市，并且过一个非常美好的周末。谢谢大家！