

家庭医疗

健康

消费

2019中国家庭医疗健康 消费趋势报告

CBNDATA
第一财经商业数据中心

天猫超级品牌日

yuwell 鱼跃

© 2019 CBNDATA. All rights reserved.



TABLE OF CONTENTS 目录

- Part1: 中国家庭医疗健康发展现状
- Part2: 线上家庭医疗健康产品
用户画像及基本消费特征
- Part3: 健康生活新个性
线上家庭医疗健康产品四大消费趋势
- Part4: 总结与展望

01

中国家庭医疗健康发展现状

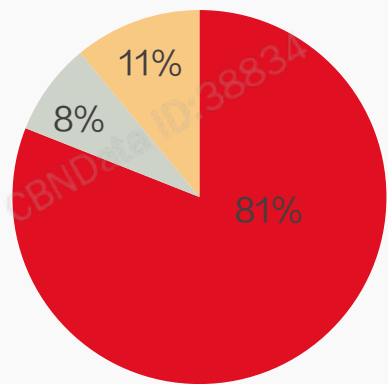


我国居民健康意识强，居民医疗保健支出增速高

伴随着中国经济的快速增长，人民生活水平不断提升，“健康”在人们心中变得越来越重要，重视程度达9.6分。2018年全国居民人均各项消费支出中，医疗保健支出同比增速最高。

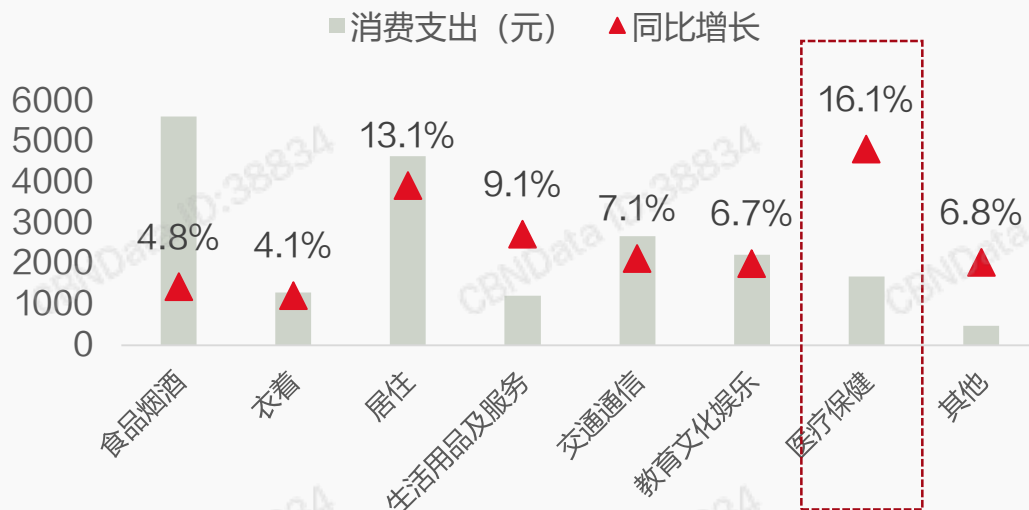
2018年国民健康重视程度

健康重视程度自评分
 ■ 10分 ■ 9分 ■ 0-8分



资料来源：丁香医生&健康报移动健康研究院《2019国民健康洞察报告》

2018年不同类型全国居民人均可支配支出

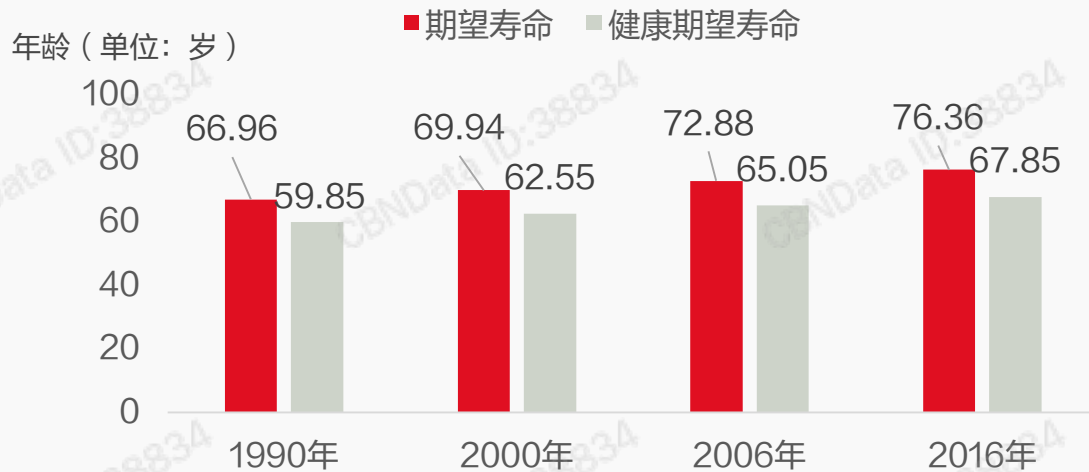


资料来源：国家统计局

公众健康远未达到期望健康值，多种疾病威胁健康水平

虽然人民生活水平不断提高，但公众的健康状况并没有跟上寿命增长的脚步。过去三十年我国人均期望寿命增加了9.4年，但人均健康期望寿命只增加了8年，这意味着更多的人在不健康的情况下生活更长时间。癌症、糖尿病、高血压等疾病困扰着人们的日常生活，倍加受到关注。

1990-2016年中国人均期望寿命与健康期望寿命变化趋势



资料来源：丁香医生&健康报移动健康研究院《2019国民健康洞察报告》

健康用户最关注的十大疾病

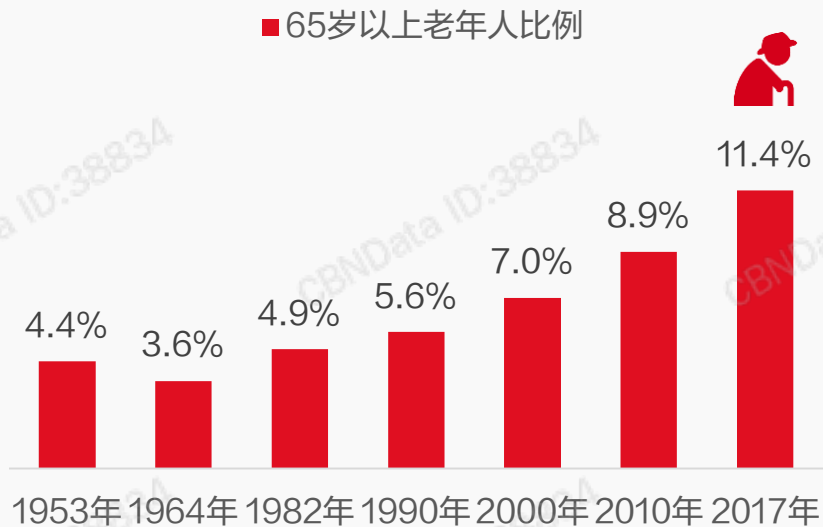


资料来源：2018今日头条&生命时报“2018算数·健康”大数据

人口老龄化加剧，政府扶持力度加大，推进了医疗健康产品市场的快速发展

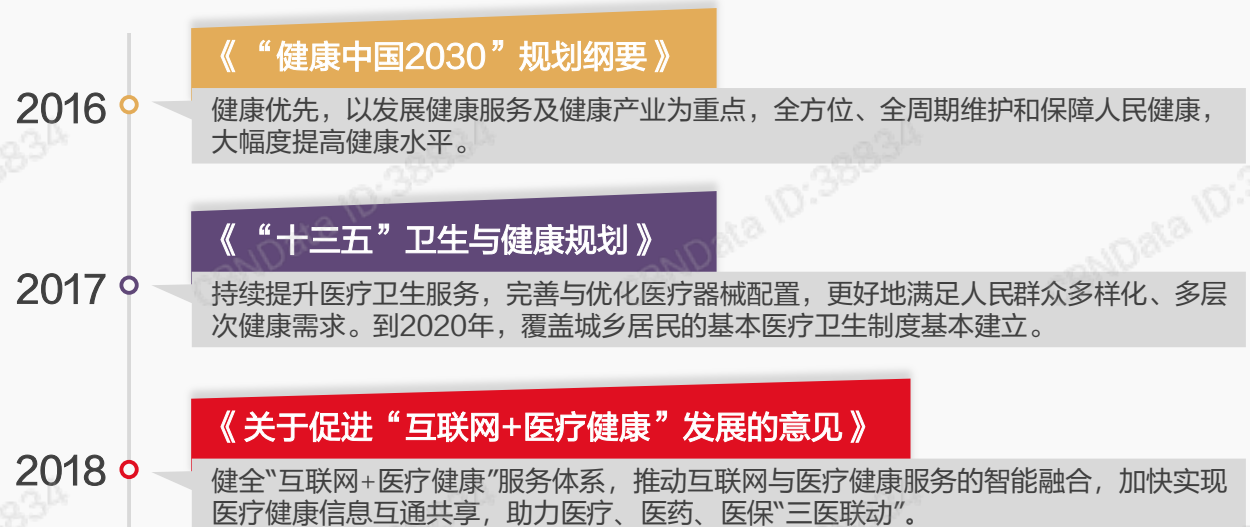
中国老龄化进程加快，2017年中国65岁以上的老年人数量占总人口11.4%，已超过1.5亿；老年人对医疗保健的需求也更大，不仅仅是普通疾病的治疗，日常保健的需求也不断提升。与此同时，国家出台各项措施与政策，进一步推进了中国整体医疗健康产品市场的快速发展。

中国老龄化趋势



数据来源：国家统计局

医疗健康产品市场相关扶持政策举例



数据来源：公开资料整理

家庭医疗保健场景更加普及，多样化的家庭医疗健康产品不断涌现

公众健康意识的增强，政策红利的驱动及解决健康问题的需要，家庭医疗保健场景变得越来越普及；得益于家庭医疗健康产品越来越丰富，公众从原先只能在医院或者社区进行定点治疗，到现在也可以在家里完成基本治疗及日常保健。

传统医疗保健场景



愈发便捷的“三位一体”医疗保健场景



家庭医疗健康产品基本分类

- 家用检测类设备
- 家用治疗类设备
- 家庭康复护理类设备
- 家用保健理疗类设备
- 其它（轻健康护理类）

资料来源：根据互联网公开资料整理

伴随互联网的高速发展，线上家庭医疗健康市场持续快速发展

随着互联网的蓬勃发展，消费者足不出户便可以购置家庭医疗健康产品，线上家庭医疗健康市场持续快速发展，年人均消费金额近三年也持续高速增长。

2016-2018年线上家庭医疗健康产品消费趋势

■ 消费金额 — 消费人数



数据来源：CBNDATA消费大数据

2016-2018年线上家庭医疗健康产品

年人均消费趋势

■ 年人均消费 — 同比增速



数据来源：CBNDATA消费大数据



线上家庭医疗健康产品 用户画像及基本消费特征

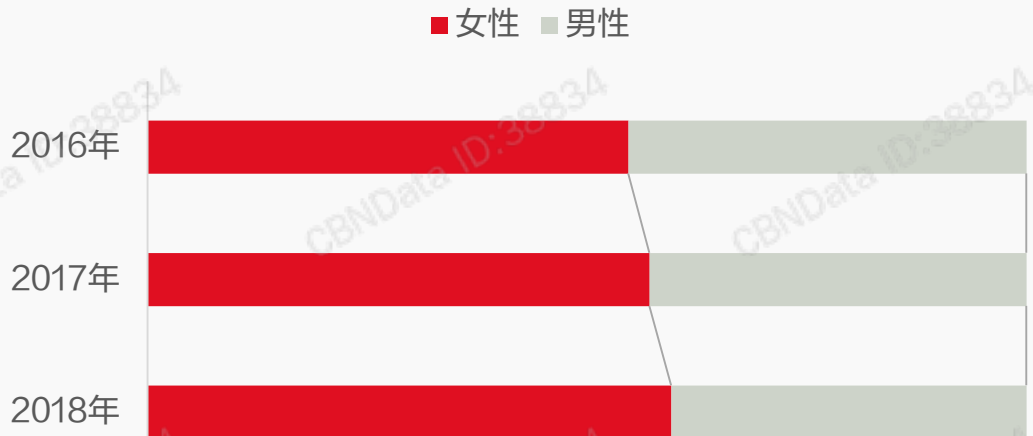


女性是线上家庭医疗健康产品消费的中坚力量，三线及以下城市的消费潜力不容忽视

从性别来看，女性是线上家庭医疗健康产品消费中的主导，近三年消费金额占比逐年提升。

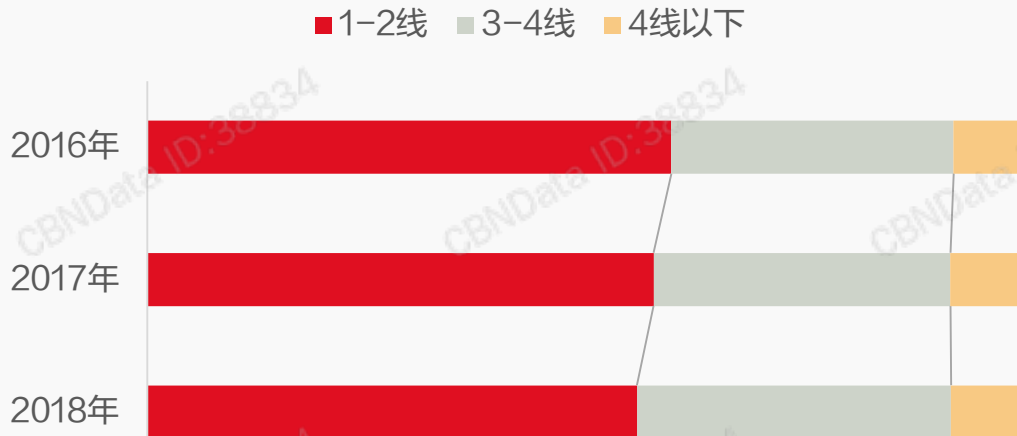
从城市级别来看，一二线城市依然是线上家庭医疗健康产品的绝对消费主力，但近三年城市下沉趋势愈发显著，三线及以下城市的消费潜力不断被激发。

2016-2018年线上不同性别家庭医疗健康产品
 消费金额占比趋势



数据来源：CBNDATA消费大数据

2016-2018年线上不同城市级别
 家庭医疗健康产品消费金额占比趋势



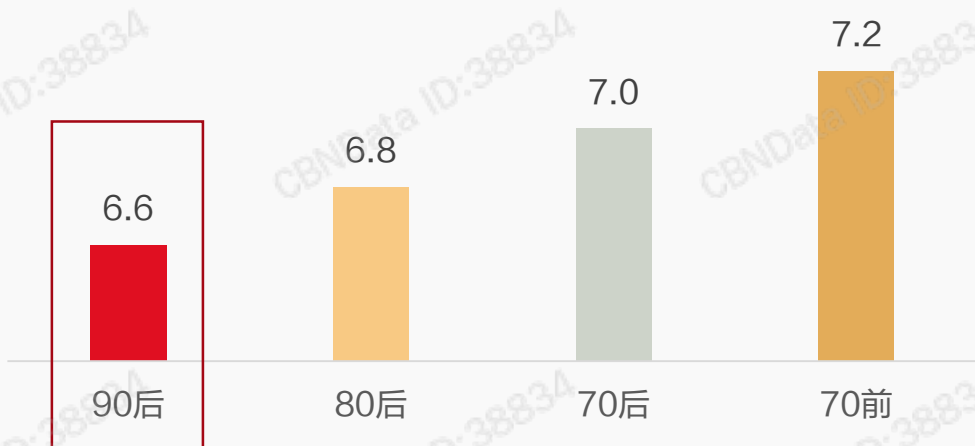
数据来源：CBNDATA消费大数据

90后健康“危机”意识更强，家庭责任感提升，消费潜力迅速提升

相较于其它代际，90后的自评健康得分偏低，反映出他们对健康有更强的“危机”意识；他们也逐渐承担起照顾家人健康的责任，近三年90后线上家庭健康产品消费金额占比快速提升，他们逐渐成为家庭健康管理的“中流砥柱”。

2018年不同年龄段自评健康得分

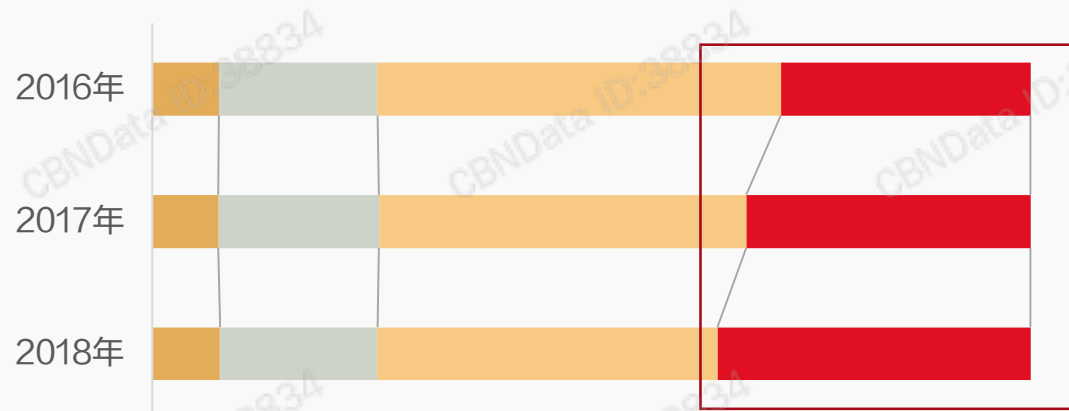
■ 90后 ■ 80后 ■ 70后 ■ 70前



资料来源：丁香医生&健康报移动健康研究院《2019国民健康洞察报告》

2016-2018年不同年龄段线上家庭医疗健康产品消费者消费占比趋势

■ 70前 ■ 70后 ■ 80后 ■ 90后

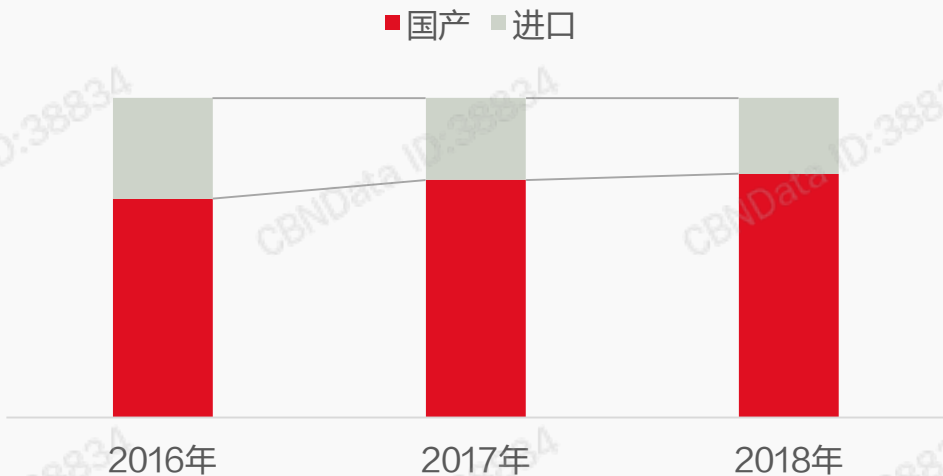


数据来源：CBNDATA消费大数据

国产品牌越来越受青睐，鱼跃成为线上最受欢迎的家庭医疗健康产品品牌

线上家庭医疗健康市场中，国产品牌在近三年持续发力，受到越来越多消费者的肯定，消费金额占比逐年稳步提升，占据了主导地位。2018年鱼跃为最受欢迎的线上家庭医疗产品品牌，其深耕医疗健康产品领域，为消费者提供了从检测、治疗到康复护理及日常保健等多元化的健康产品。

2016-2018年不同国别线上家庭医疗健康产品
 消费金额占比



数据来源：CBNData消费大数据

2018年线上最受欢迎的家庭医疗产品品牌TOP3



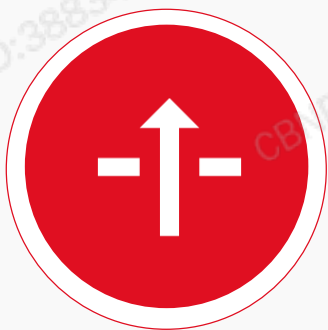
数据来源：CBNData消费大数据，TOP3品牌根据消费金额排序

OR

健康生活新个性
线上家庭医疗健康产品四大消费趋势



线上家庭医疗健康产品四大消费趋势



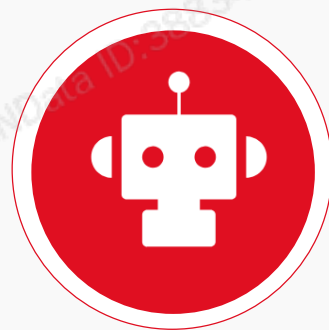
使用“不设限”

院用治疗类
医疗产品家用化



呵护更“精准”

基础检测类家庭健康产品
功能更新换代



健康“智能”化

“黑科技”赋能家庭医疗，
健康更懂你的心



护理“轻盈”态

健康需求成日常，
轻健康护理悄然流行

消费特征一 使用“不设限”

院用治疗类医疗产品
家用化

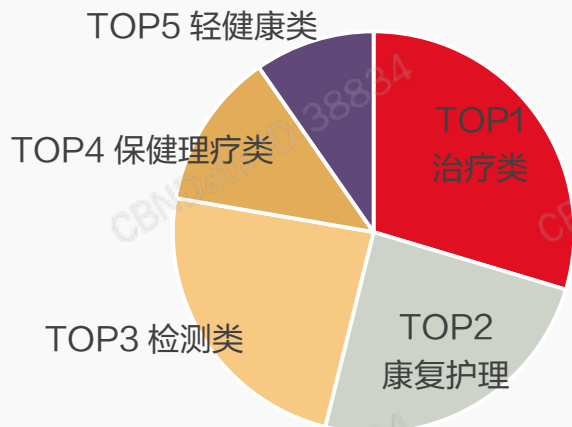
- 使用场景“不设限”
- 使用人群“不设限”



使用“不设限”，院用治疗类医疗产品家用化

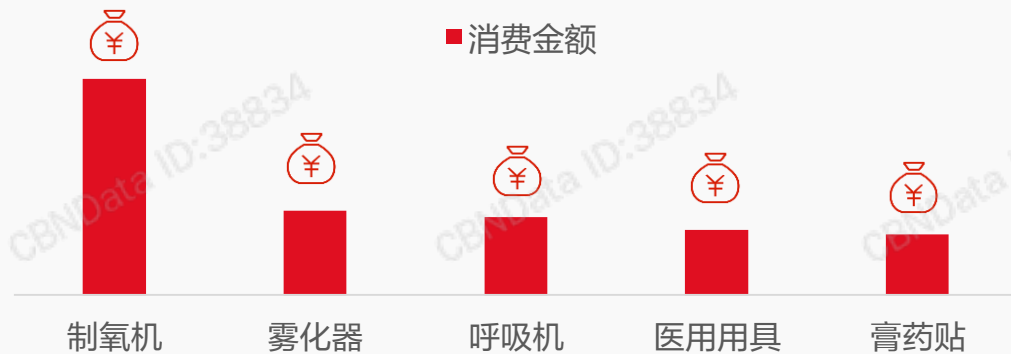
家庭医疗健康产品以解决患者身体疾病的健康需求为基础，在检测、治疗、护理等多方面为健康保驾护航。2018年线上最主要消费的家庭医疗健康产品是治疗类医疗健康产品，其中制氧机、雾化器及呼吸机的消费位列前三。

2018年线上不同类型家庭医疗健康产品
 消费金额占比



数据来源：CBNDATA消费大数据

2018年线上最受欢迎的治疗类
 家庭医疗健康产品TOP5



数据来源：CBNDATA消费大数据

家用制氧机免去了患者定点去医院氧疗的麻烦，满足更多家庭的日常氧疗需求

更便携更小巧的家用制氧机成为越来越多消费者的健康助手。近两年线上制氧机持续热销，鱼跃成为2018年最受欢迎的品牌。

使用不限



传统医用制氧机

体积大，多采用机械化罐装，一般用于危重病人的抢救，氧气浓度往往接近纯氧

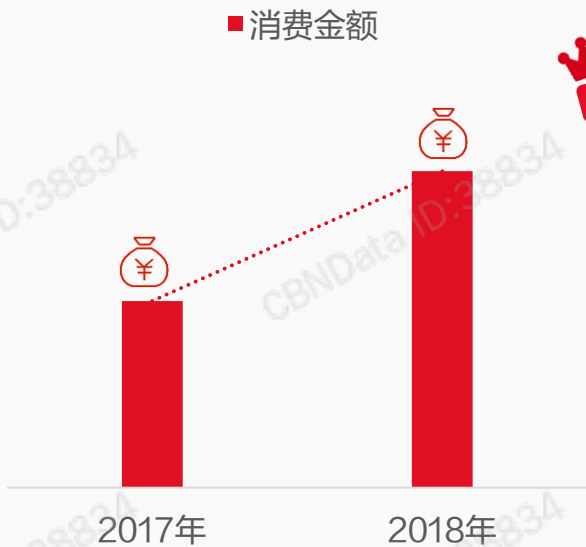


家用制氧机

体积小，轻便易携带，能辅助治疗一些呼吸道疾病，也可用于日常氧疗保健

图片来源：互联网

2017-2018年线上制氧机消费趋势



数据来源：CBNDATA消费大数据

大数据·全洞察

2018年线上最受欢迎的制氧机品牌TOP3



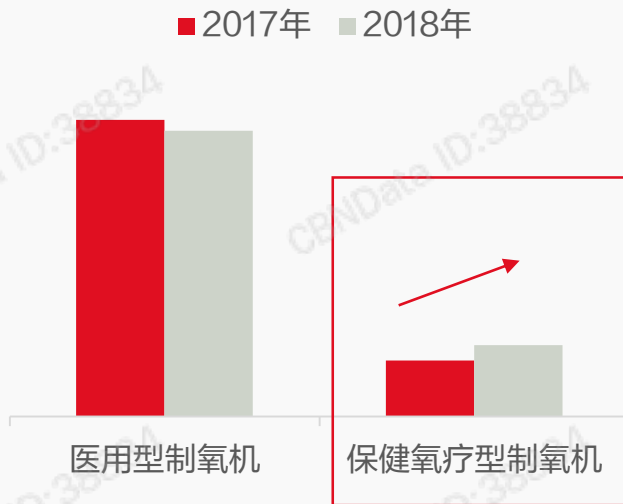
数据来源：CBNDATA消费大数据，TOP3制氧机品牌根据消费金额排序

保健氧疗型制氧机热度提升，时尚的外观造型更适合家庭使用

线上有各种不同氧流量的制氧机可供选择，近两年保健型制氧机热度提升，其氧流量主要在1L；其轻巧时尚的外观也更适合家庭使用。同时保健型制氧机贴合了更多人群日常氧疗需求，如孕妇、长期用脑的办公室白领、学习紧张的学生等。

使用不限

2017-2018线上不同类型制氧机消费金额占比



数据来源：CBNData消费大数据

代表性产品举例：



数据来源：CBNData消费大数据

家用制氧机，使用“不设限”



带万向轮，体积轻巧，适合车载等多场景



不只适用于有呼吸道疾病的患者，同样也适用于长期从事脑力劳动的学生/白领等人群，时尚外观也迎合年轻人喜好

消费者青睐更方便的雾化治疗方式，手持型雾化器“解锁”更多使用场景

严重的空气污染会导致或加重咽喉炎、支气管炎和哮喘等呼吸道疾病；相比于去医院，家庭雾化治疗更加便捷省时。手持式雾化器可随身携带，近三年消费占比提升明显。

使用不限

不同雾化吸入治疗方式



传统雾化治疗模式

- 定时去医院
- 有交叉感染的可能



家庭雾化治疗模式

- 在家即可，省时
- 安全快速有效
- 避免交叉感染

资料来源：公开资料整理

2016-2018线上手持式雾化器 消费金额占比

■ 手持式雾化器 ■ 其他类型



数据来源：CBNDATA消费大数据

大数据·全洞察

手持雾化器产品举例：



使用“不限”

- 小巧轻便一手可握，随时随地使用
- 低噪音颗粒小，既适用于呼吸道疾病，也可作日常

数据来源：CBNDATA消费大数据

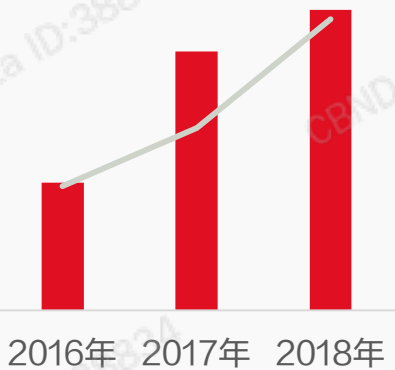
传统呼吸机家用化，缓解更普遍的日常睡眠鼾症问题

传统院用呼吸机对于治疗呼吸衰弱、慢阻肺等心肺疾病有重要作用，但需要患者定点前往医院治疗。而家用呼吸机使用便捷，越来越受到消费者欢迎。2018年鱼跃成为线上最受欢迎的呼吸机品牌。2018年线上家用单水平呼吸机消费金额占比更高，适用于更普遍的睡眠鼾症问题，缓解睡眠障碍。

使用不限

2016-2018年线上呼吸机消费趋势

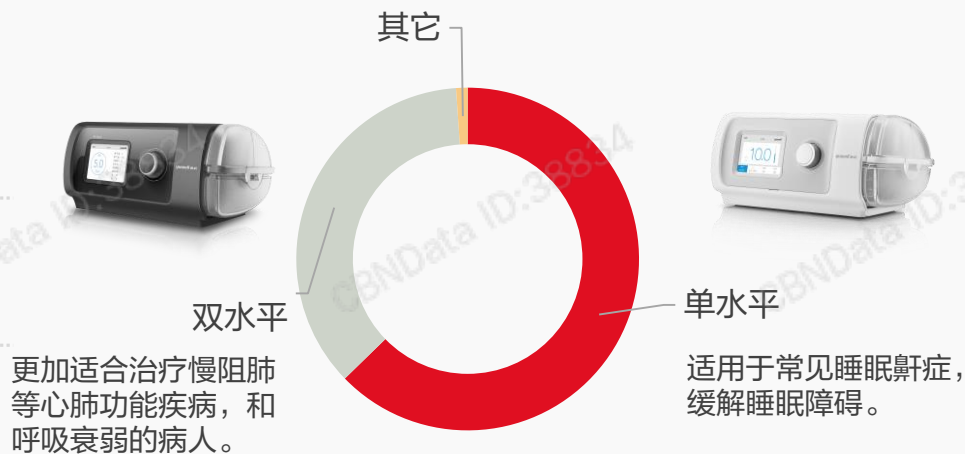
■ 消费金额 — 消费人数



2018年线上最受欢迎的呼吸机品牌TOP3



2018年线上不同类型呼吸机消费金额占比



数据来源：CBNData消费大数据
 数据说明：呼吸机品牌按照消费金额排序
 大数据·全洞察

消费特征二 呵护更“精准”

基础检测类家庭医疗健康
产品功能更新换代

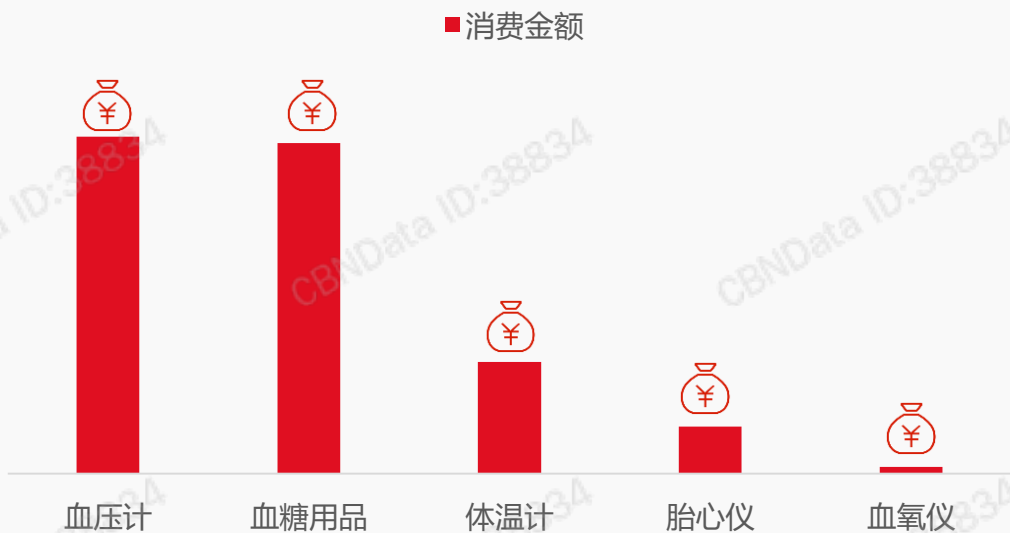
- 测量技术更“精准”
- 呵护人群更“精准”



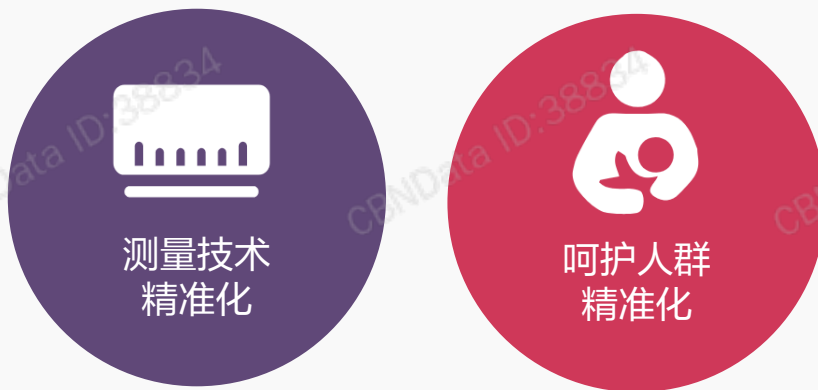
线上检测类家庭医疗健康产品在测量技术和人群定位上进一步精准化

血压血糖值、心率等数据指标是判断人们身体健康状态及诊断疾病的重要依据，线上主要检测类家庭医疗产品在健康呵护上进一步精准化：一方面是测量技术的精准化，如电子血压计、血糖仪，以更先进的技术减少测量结果偏差；另一方面，针对女性及婴童等细分人群的产品应运而生，如额温/耳温枪、女性电子体温计等。

2018年线上检测类家庭健康医疗产品TOP5



线上检测类家庭健康医疗产品关键消费趋势：



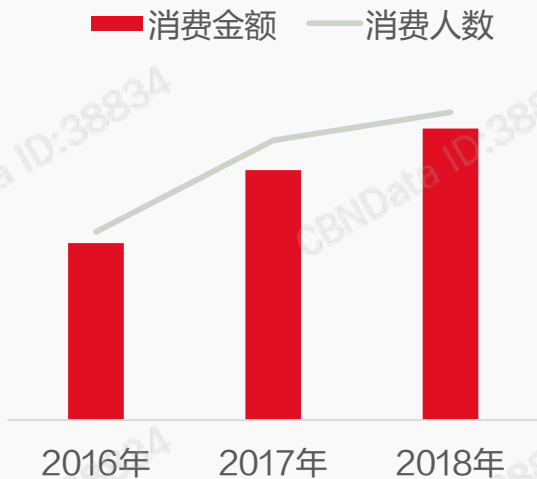
数据来源：CBNDATA消费大数据

线上检测类家庭医疗健康产品推陈出新，测量精准有保障

传统水银血压计操作复杂，更便捷安全的电子血压计消费金额逐年稳步提升。欧姆龙、鱼跃与可孚是2018年最受欢迎的电子血压计品牌TOP3。功能不断优化的电子血压计每一步操作都以测量精准为目标，为患者健康保驾护航。

测量技术精准化

2016-2018年线上电子血压计消费趋势



数据来源：CBNData消费大数据

2018年最受欢迎的线上电子血压计品牌TOP3



数据来源：CBNData消费大数据，品牌按照消费金额排序

电子血压计测量技术“精准化”

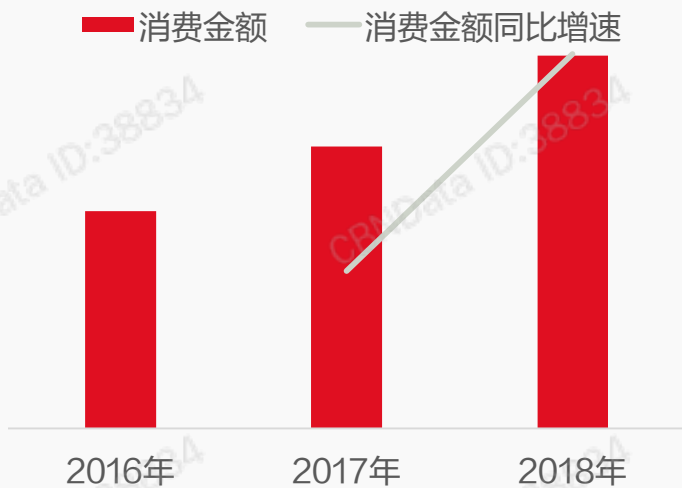


血糖用品也是家庭场景下最常用的检测类医疗健康产品之一，测量细节“精准化”

相较于传统血糖用品，线上血糖用品从试纸到设备都更加精益求精，除了测量时间缩短外，在结果精准性上大有进步，保证了消费者最安心的检测体验。

测量技术精准化

2016-2018年线上血糖仪消费趋势



数据来源：CBNDATA消费大数据

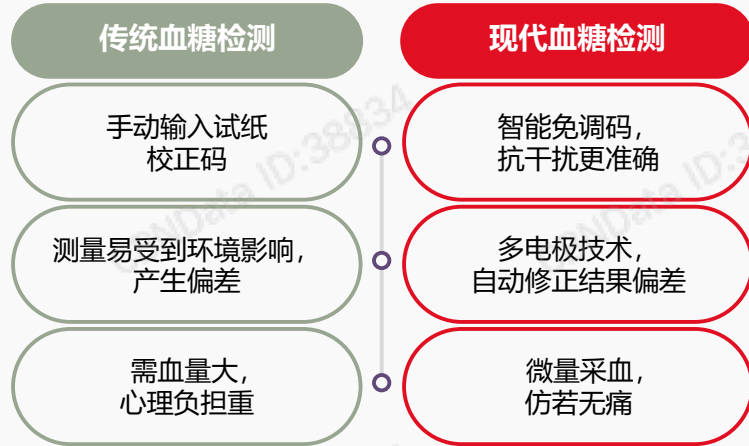
2018年线上最受欢迎的线上血糖仪品牌TOP5



数据来源：CBNDATA消费大数据，品牌按照消费金额排序

大数据·全洞察

血糖监测“精准化”



资料来源：根据公开资料整理搜集而成

除了测量技术的精进，检测类家庭医疗健康产品在呵护人群上也更“精准化”

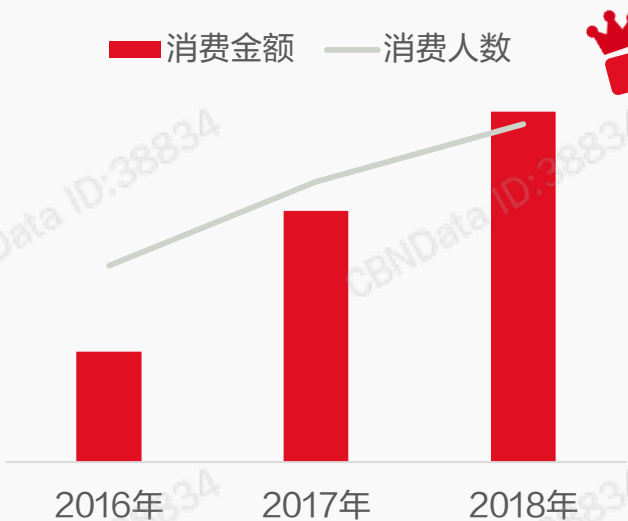
以体温计为例，婴童易频繁发烧生病，容易在测量体温时哭闹导致测量失败，所以新生儿父母对能够秒速测温的耳温/额温枪需求强烈，人均消费逐年走高。2018年线上博朗、可孚与鱼跃的耳温/额温枪最受青睐。

呵护人群精准化

不同体温计所针对的人群与需求



2016-2018年线上耳温/额温枪消费趋势



2018年线上最受欢迎的耳温/额温枪品牌TOP3



数据来源：CBNDATA消费大数据

数据来源：CBNDATA消费大数据，品牌按照消费金额排序

针对女性设计的体温计全面精准呵护女性的各个个人生阶段

女性基础体温的变化可帮助女性预测生理期、安全期和易孕优孕期等，女性体温计由此应运而生。近三年来，女性体温计的人均消费逐年提升，尤其是90后女性的消费占比提升迅速，可见年轻女性对自我呵护的重视度加深。

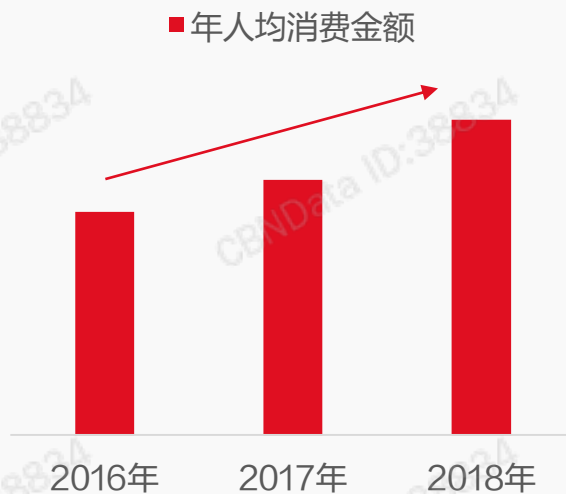
呵护人群精准化

女性体温计精准呵护不同时期



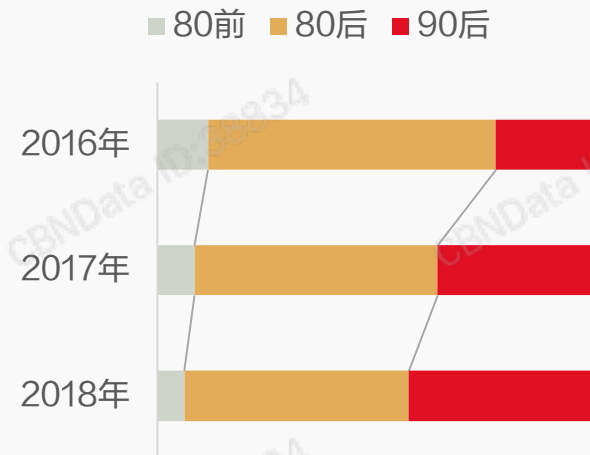
资料来源：根据互联网公开资料整理搜集

2016-2018年线上女性体温计人均消费趋势



数据来源：CBNDATA消费大数据

2016-2018年线上不同年龄段女性体温计消费占比



数据来源：CBNDATA消费大数据

消费特征三 健康“智能”化

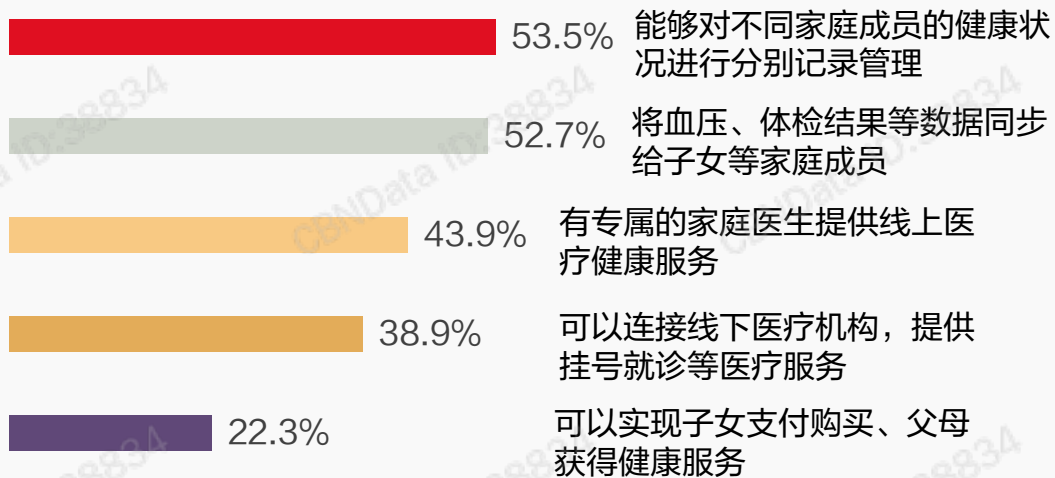
“黑科技”助力家庭医疗，
健康更懂你的心



技术赋能健康管理，智能化家庭医疗健康产品正兴起

随着互联网和人工智能技术的蓬勃发展，越来越多的家庭希望能实时追踪和定制化管理每个家庭成员的健康状况，促进了传统医疗产品的智能化升级，如胎心仪的功能升级；也促进了新型智能健康设备的大量涌现，如智能手环、手表，智能体脂仪等。

现代家庭健康管理需求



数据来源：《中国家庭报》2017家庭健康认知与行动调研，引用自易观智库《中国互联网家庭健康管理白皮书2018》

智能化家庭医疗健康产品健康管理链路

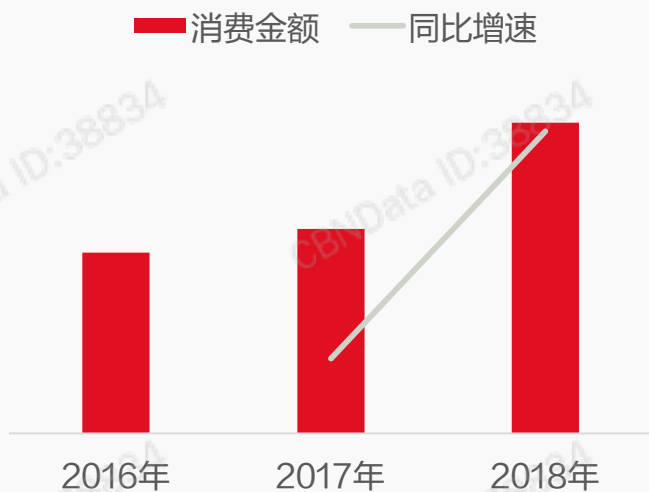


传统医疗器械产品智能化，成为现代家庭健康管理的好帮手

以胎心仪为例，追踪孕期胎儿的健康发展对于新手妈妈们至关重要，近三年线上胎心仪消费持续快速增长，线上购置胎心仪消费者中超五成为90后。如今智能化胎心仪实现了从检测胎儿心率、记录分享胎儿成长状况，到后期提供在线孕期分析指导的全链路健康追踪及服务，真正成为现代健康健康管理的好帮手。

功能智能化

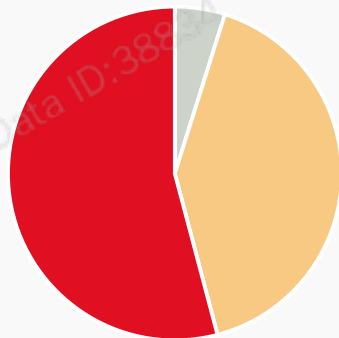
2016-2018年线上胎心仪消费趋势



数据来源：CBNDATA消费大数据

2018年线上胎心仪不同年龄段消费金额占比

80前 80后 90后



数据来源：CBNDATA消费大数据

智能胎心仪的“精准”测量科技



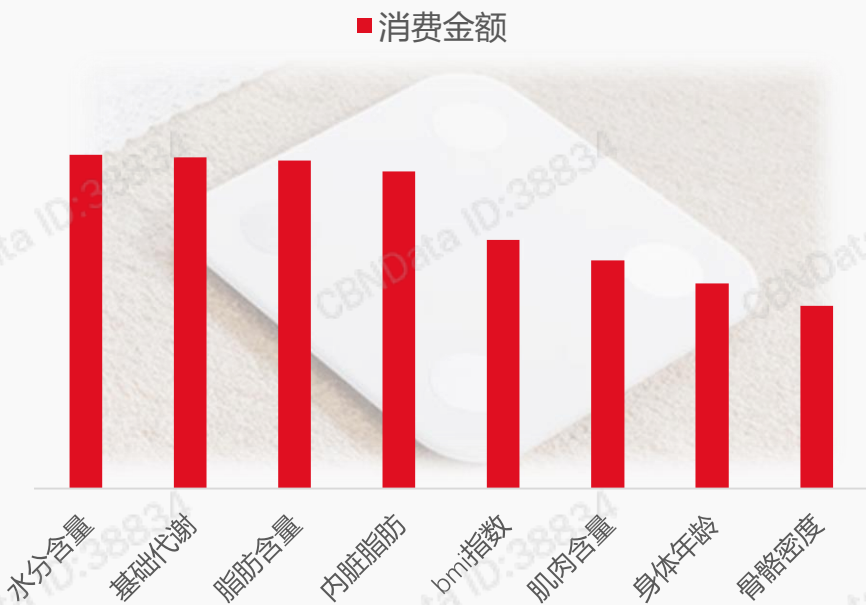
资料来源：根据互联网公开资料搜集

智能健康管理设备热度提升，帮助更好记录身体各项健康指标

智能化浪潮下，能细致记录各项健康数据的新型智能健康设备，如智能手环、手表及智能体重秤等，热度不断提升。

产品智能化

2018年线上智能体重秤不同测量功能



数据来源：CBNDATA消费大数据

智能手环“黑科技”



资料来源：根据互联网公开资料搜集

消费特征四
健康需求更日常，
护理方式更轻盈

- 日常理疗受欢迎
- 轻健康元素变流行



从治疗到养护，越来越多消费者注重日常保健，线上多功能理疗仪备受青睐

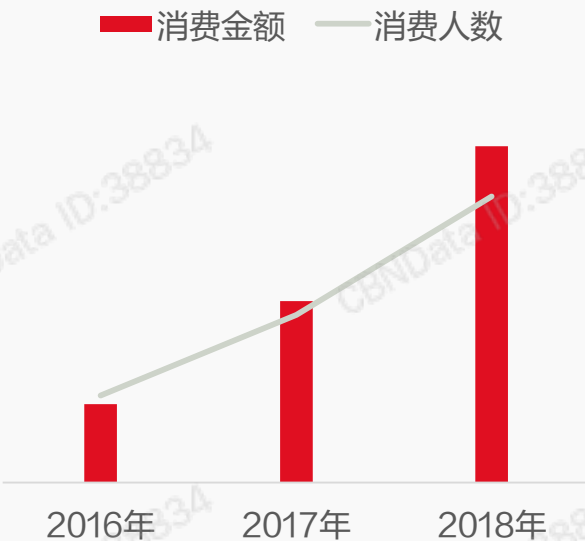
如今，随着人们生活节奏的加快及生活习惯的不规律，消费者越来越了解到日常保健护理对健康的重要性，颈痛、腰痛和听力受损等慢性病成为危害健康的隐形“凶手”，而日常理疗可有效帮助缓解颈腰椎疼痛，促进近三年线上理疗仪持续热销。

健康需求日常化

影响生活质量的十大疾病



2016-2018年线上理疗仪消费趋势



2018年线上理疗仪主要功能



资料来源：丁香医生&健康报移动健康研究院《2019国民健康洞察报告》

数据来源：CBNDATA消费大数据

数据来源：CBNDATA消费大数据，常见炎症包括鼻炎、胃炎、咽喉炎、支气管炎等

轻盈态的健康管理方式受欢迎，轻健康产品热度提升迅速

除了通过理疗仪、按摩仪等产品进行日常保健外，人们也开启了“轻”健康生活方式，无论是通过传统艾灸进行经络调节，还是通过更轻松的医用面膜“敷”走皮肤烦恼，近三年线上轻健康类家庭医疗产品实现突破式增长。

护理轻盈态

局部轻健康保养



产品举例

- 面部—医用面膜
- 口腔轻健康—美白仪、美牙器
- 妇科护理—私处护理、暖宫贴等
- 眼部保健—洗眼液、蒸汽眼罩

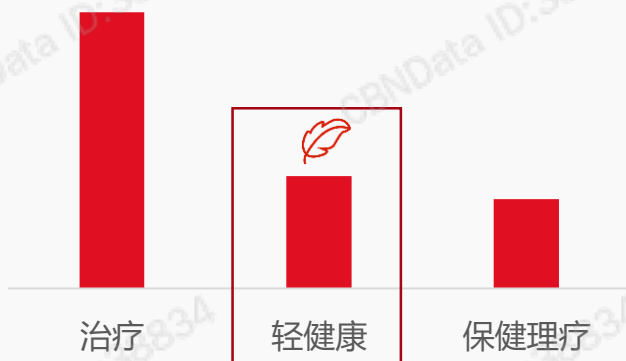
整体轻健康保养



- 艾灸、艾灸仪
- 智能手环、智能手表等

2018年线上家用医疗健康产品提升热度最快的TOP3类型

■ 治疗 ■ 轻健康 ■ 保健理疗

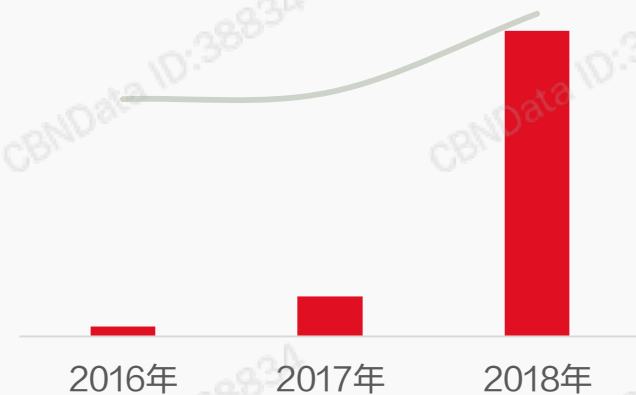


数据来源：CBNData消费大数据，根据热度提升值排序，热度提升值=2018年线上该类型家用医疗健康产品消费金额占比-2017年线上该类型家用医疗健康产品消费金额占比

大数据·全洞察

2016-2018年线上轻健康类家用医疗健康产品消费趋势

■ 消费金额 — 年人均消费金额



数据来源：CBNData消费大数据，轻健康类产品主要包括医用面膜、足部健康产品、艾灸类，私处护理、牙齿美白仪、洗鼻器、退热贴等全身及局部健康护理类产品

轻健康方式通过养护进行“治疗”，护理更“轻盈”

以医用面膜为例，区别于传统作为护肤品的普通面膜，经国家药监局批准生产的医用面膜有治疗功效，常用于治疗问题肌肤、激光术后修复等。线上医用面膜在2018年下半年实现爆发式增长。

护理轻盈态

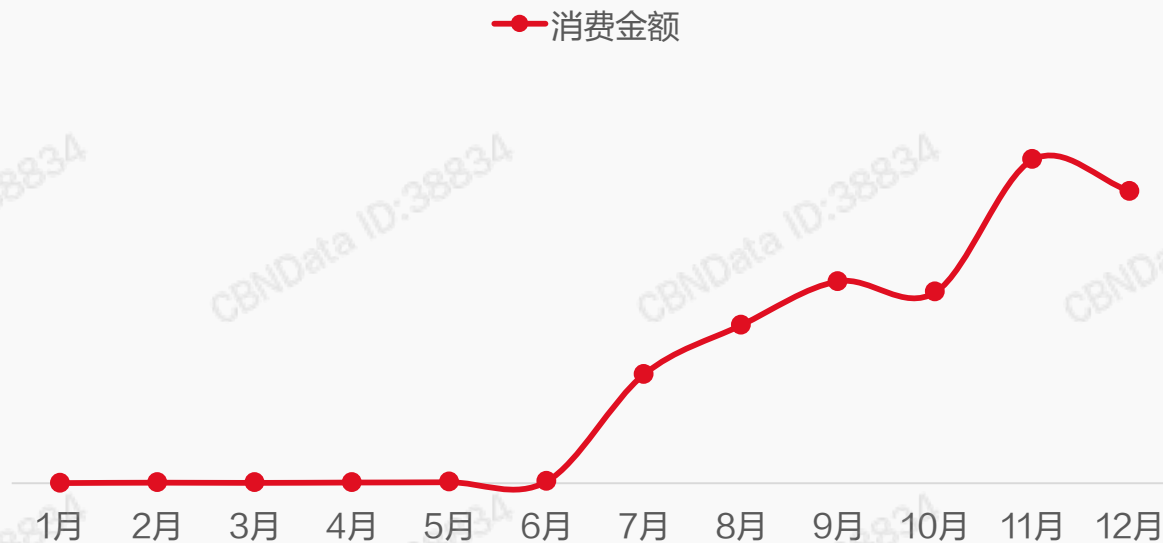


医用面膜主要修复功能

- 对敏感肌、痘痘肌、轻度痤疮等问题肌肤具有镇静保湿的功效
- 激光术后修复，抑菌促进创面愈合
- 抑制缓解皮炎、湿疹
- 减轻色素沉淀
- 解决激光、炎症带来的红、肿疼痛
- 增强肌肤抵抗力，修复红血丝

资料来源：根据互联网公开资料搜集整理而成

2018年线上医用面膜消费趋势



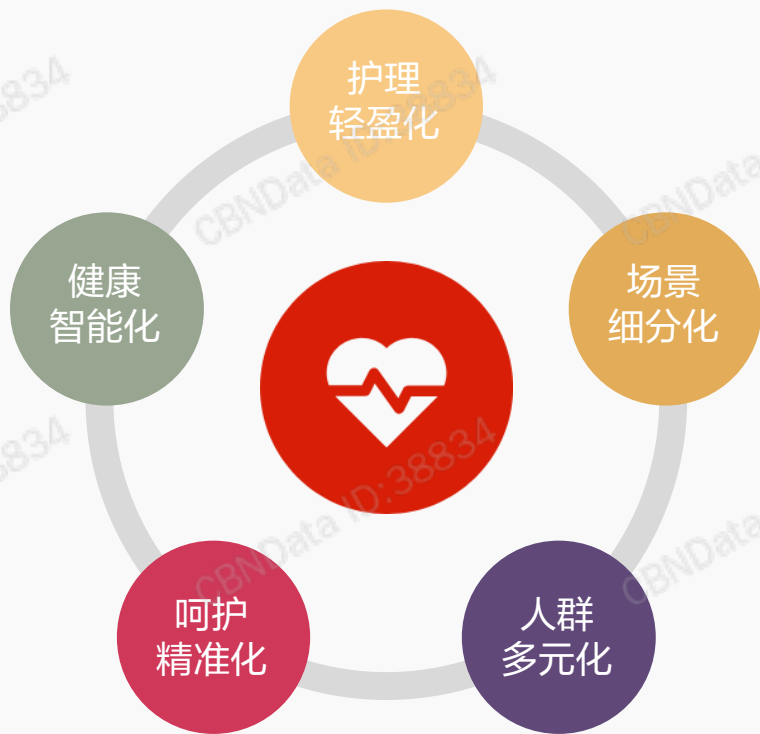
数据来源：CBNData消费大数据

04

总结与展望



线上家庭医疗健康产品发展五大关键词



场景细分化:

院用医疗器械产品家用化，治疗场景不受限

人群多元化:

家庭医疗健康产品不再只单纯用于治疗疾病，灵活的功能和外观设计迎合更多亚健康人群

呵护精准化:

家庭医疗健康产品功能设计及呵护人群的“精准化”，进一步满足细分人群健康需求

健康智能化:

传统医疗器械产品的功能智能化和智能监控设备的出现，健康变得更贴心

护理轻盈化:

日常理疗成为生活方式，艾灸、医用面膜等轻健康产品变流行，养护方式更“治愈”

未来家庭医疗健康产品发展趋势

大数据赋能医疗健康电商平台，
消费者生命过程全覆盖

新零售携手医疗健康产品品牌，
升级消费者购物体验

互联网助力医疗，患者足不出户
一站式解决诊疗问题

展望

大数据与人工智能赋能平台

医疗健康电商平台“阿里健康”依托大数据与人工智能，积极开发医疗健康智能引擎。

消费者享受更透明的价格与更优质的服务

消费者在买到放心平价药品与医疗器械的同时，能享受覆盖生命全过程的健康管理服务。

鱼跃线下O2O医疗器械体验馆



线下门店体验

1. 线下体验产品
2. 线下体质检测，提供专业建议



线上预订产品

1. 线下调试，自行取货
2. 线下网点极速配送，专业人员上门配置

鱼跃线上官方旗舰店

资料来源：根据互联网公开资料整理

传统看病流程：

东奔西走
时间不可控

互联网诊疗流程：

足不出户
自由选时间

- 挂号
- 候诊
- 诊断
- 处方
- 支付
- 配药

- 在线诊断
- 电子处方
- 快捷支付
- 比价配药

DATA COVERAGE 数据说明

■ 数据来源：CBNData消费大数据

CBNData消费大数据汇集阿里巴巴消费大数据、公开数据及多场景消费数据，全方位洞察消费特征和行业趋势，助力商业决策。

数据时间段：2016.1.1-2018.12.31

人群标签：基于消费者在平台上一年的消费行为确定

为了保护消费者隐私和商家机密，本报告所用数据均经过脱敏处理。

COPYRIGHT DECLARATION 版权声明

■ 本数据报告页面内容、页面设计的所有内容（包括但不限于文字、图片、图表、标志、标识、商标、商号等）版权均归上海第一财经数据科技有限公司（以下简称“我司”）所有。

凡未经我司书面授权，任何单位或个人不得复制、转载、重制、修改、展示或以任何形式提供给第三方使用本数据报告的局部或全部的内容。

任何单位或个人违反前述规定的，均属于侵犯我司版权的行为，我司将追究其法律责任，并根据实际情况追究侵权者赔偿责任。

ABOUT US 关于我们

报告作者：龚萌菡 吴厉麦
视觉设计：邹文佳 庄聪婷
联系我们：Data@dtcj.com
商务合作：BD@dtcj.com
加入我们：JOB@dtcj.com

■ 第一财经商业数据中心介绍：

第一财经商业数据中心（CBNData）是基于大数据进行智能化商业研究咨询与整合营销传播的战略数据平台，依托阿里巴巴和第一财经的优势资源，拥有全球最大消费数据库和中国最大的财经全媒体集群。第一财经商业数据中心（CBNData）以商业数据报告/微报告、数据指数、定制化咨询等为核心产品，输出消费行业的全景分析以及面向企业和消费者的深度数据洞察；同时通过数据可视化、原生内容、活动、视频/直播、培训等形式拓展数据研究的业务边界，丰富数据商业化的应用场景，以数据加媒体的倍增效应，全面提升中国商业世界的运行效率。

FOLLOW
US
关注我们

更多数据 扫码关注



CBNDATA官网



CBNDATA官方微信号

CBNDATA

第一财经商业数据中心

大数据 · 全洞察



天猫超级品牌日

yuwell 鱼跃

2月27日 属于鱼跃的11.11