

Healthy China

2019 国民健康洞察报告

Hi

丁香医生 & 健康报移动健康研究院 联合出品
《健康报》社 丁香园 专业指导



Healthy China

2019 国民健康洞察报告

丁香医生 & 健康报移动健康研究院 联合出品

主办方:《健康报》社 × 丁香园

引言

建设“健康中国”上升为国家战略

2015 年，十八届五中全会公报中，将建设“健康中国”上升为国家战略；

2016 年 8 月，全国卫生与健康大会召开，这是新世纪最高规格的全国性卫生健康会议。习近平总书记强调：“没有全民健康，就没有全面小康，要把人民健康放在优先发展的战略地位。把健康融入所有政策，全方位、全周期保障人民健康，大幅提高健康水平，显著改善健康公平。”

同年 10 月，中共中央、国务院印发《“健康中国 2030”规划纲要》，提出“普及健康生活、优化健康服务、完善健康保障、建设健康环境、发展健康产业”五方面的战略任务。

2017 年，党的十九大报告将实施健康中国战略纳入国家发展的基本方略，指出“人民健康是民族昌盛和国家富强的重要标志”。

一系列的政策释放出强烈信号，人民群众健康的重视程度在国家战略层面不断提升，健康中国建设进入全面实施阶段。

对于我国卫生健康事业而言，实施“健康中国”战略是经济的需要、改革的要求，“投资于健康”可以促进“人口红利”更多转化为“健康红利”，为经济发展注入新活力。

同时，健康中国战略也是人民的期盼。随着人民健康意识的增强和健康需求的提升，实施“健康中国”战略，可以更加精准对接和满足群众多层次、多样化、个性化的健康需求。

为此，丁香医生联合健康报移动健康研究院，围绕公众对于健康的态度和行为进行了调研，形成以下基于 5 万余人的调研数据报告，希望为政府、行业、产业、公众提供决策参考。

目录

CONTENTS

第一部分 公众健康状况	
现状:公众健康远未达成期望值	07
分析:人人都有自己的健康困扰	13
第二部分 公众健康素养	
需求:知识渴求驱动信息获取	17
方式:被动获得与主动搜索并行	20
第三部分 健康生活诉求	
饮食:年轻人有更多肠胃问题	25
睡眠:八成被调查者受睡眠问题困扰	29
运动:「知」「行」间沟壑巨大	35

第四部分 医疗健康服务诉求	
诊疗:线上问诊开始受到关注	43
体检:健康意识更强者要求更多	45
心理咨询:公众接受度仍不够高	47
第五部分 健康消费诉求	
健康保险:80后更有意愿且花费最多	53
健康产品:专业机构背书具有更强吸引力	55
附录 调研说明	57

Part 01

第一部分 公众健康状况

“

在传统的认知里，健康往往被限制在一个狭义的范围里——没有身体疾病。但随着生活水平的提高，健康所“管辖”的范围越来越大。一方面，健康这个概念的定义，已从器质性疾病延展为公众的身心及生活各方面；而健康所存在的场景，也已经突破单一的医院医疗场景，延展到衣食住行等日常生活场景中。

现状： 公众健康远未达成期望值

1 寿命延长了但健康水平未提升

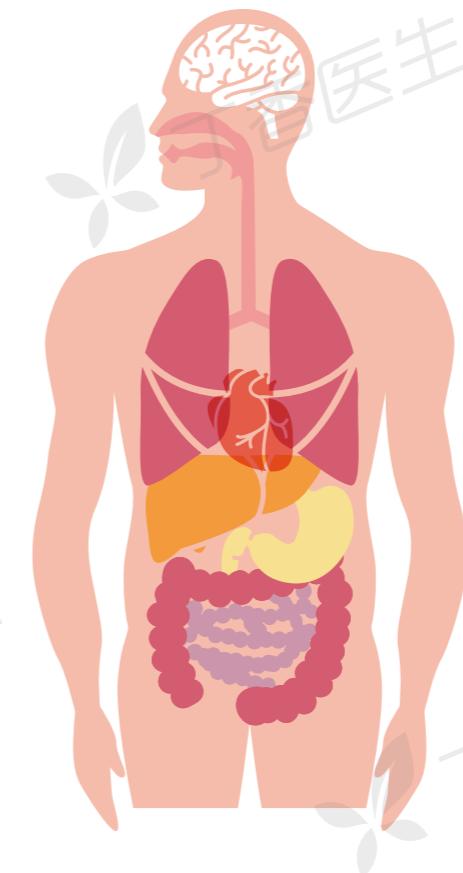
随着国家经济水平的发展、医疗水平的提升及健康保障体系的完善，近些年新生儿死亡率逐年降低，人均期望寿命不断延长。但与此同时，由于受到慢性病等因素的影响，健康状况却并没有跟上寿命增长的脚步。

世界卫生组织在过去 30 年内，连续开展了 4 次人群健康研究，并使用健康期望寿命（HALE）来评价一个人在完全健康的状态下的可以存活多少岁。结果提示，在过去近 30 年的时间内，人均期望寿命增加了 9.4 年；而人均健康期望寿命则仅增加 8.0 年。这就意味着，有更多的人会在不健康的情况下生活更长的时间。

1990-2016 中国人均期望寿命与健康期望寿命变化趋势



其中，对公众健康影响最大的疾病排名前十位分别是：颈痛、腰痛、听力损失（年龄相关和其他原因所导致的）、重度抑郁症、偏头痛、糖尿病、缺血性卒中、其他肌肉骨骼疾病、精神分裂症和骨关节炎。



数据来源：Lancet 2017; 390: 1211-59

疾病排名 Top 10

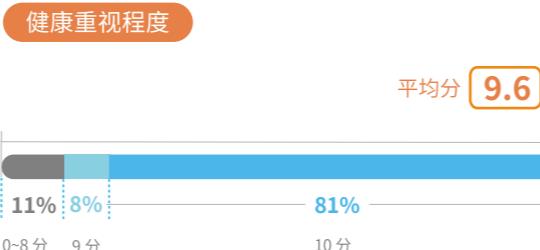
- No.1 颈痛
- No.2 腰痛
- No.3 听力损失
- No.4 重度抑郁症
- No.5 偏头痛
- No.6 糖尿病
- No.7 缺血性卒中
- No.8 其他肌肉骨骼疾病
- No.9 精神分裂症
- No.10 骨关节炎

2 健康被公众认为是“最重要的事”

改革开放以来，中国经济的蓬勃发展，为人民生活水平带来提升；伴随互联网的兴起和高速发展，也让公众的生活方式发生极大的改变。

与此同时，公众对于健康也愈加重视。“健康”这一选项在公众心目中的重要性，高达 9.6 分。

在生活态度方面，当把身体健康与财富、工作进行比较时，93% 的公众认为身体健康是最重要的事，“幸福家庭”和“心理健康”分列二三位。公众对于健康的重视程度，远远超过“拥有财富”和“满意的工作”。



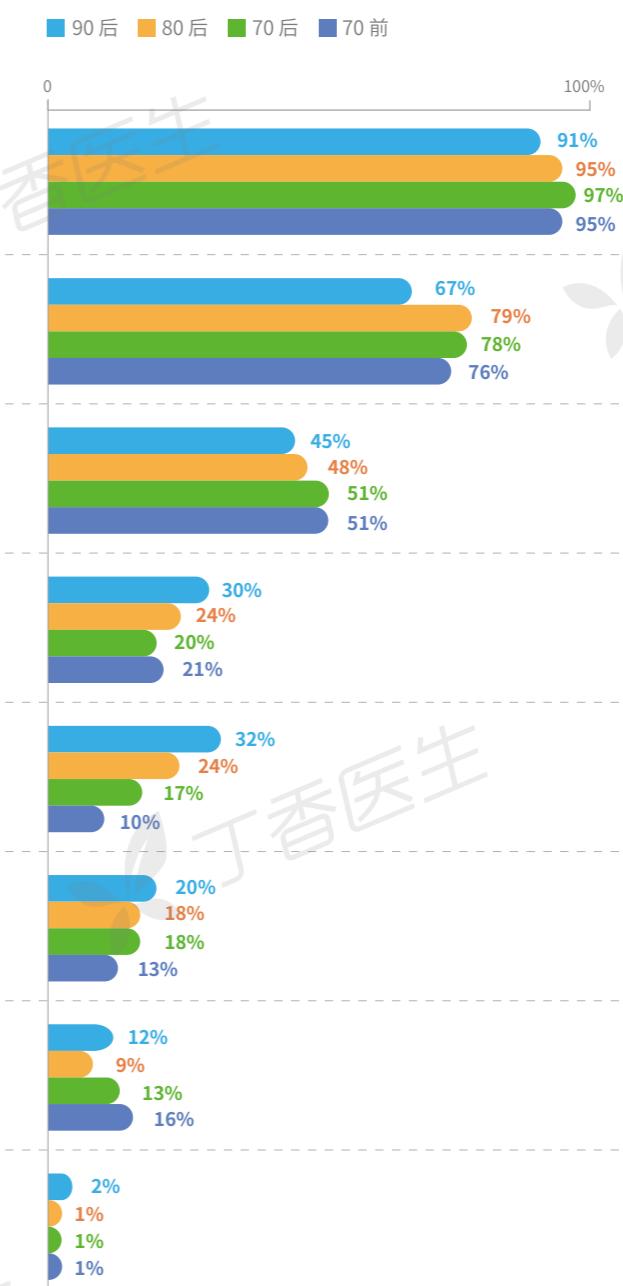
数据来源：丁香医生



数据来源：丁香医生

一个有趣的现象是，年纪越大对于身体健康和心理健康，表现出越高的重视程度；而年纪越轻对于享受生活、拥有财富和满意的工作，则表现出越高的重视程度。对于幸福家庭的追求，90 后的重视程度远低于其它年龄群体。

不同年龄的人最看重什么



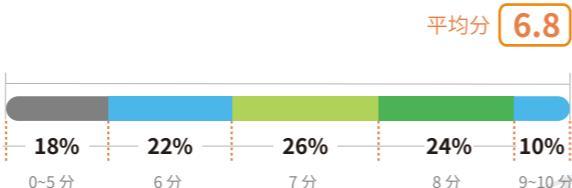
数据来源：丁香医生

3 公众的健康自评刚到及格线

尽管各年龄阶层都展现出对健康的广泛关注。但与之相对的，则是落差巨大的现实。当对自身实际健康情况进行评分时，只有 10% 的公众认为自身健康状况可以达到 9~10 分；40% 的公众认为自身健康状况在 6 分及以下。公众中健康状况的自评分平均分仅仅 6.8，刚刚超过及格线。

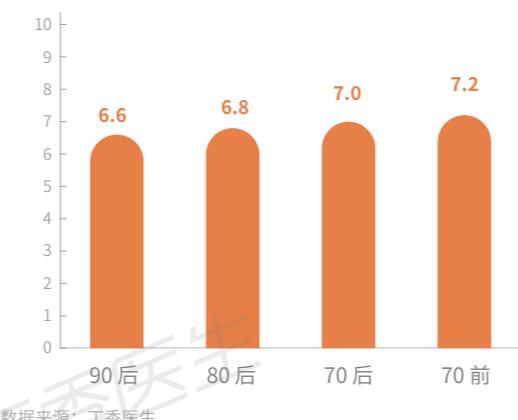
在 70 前、70 后、80 后、90 后四个年龄段的公众中，年龄越小，对于健康的自评则呈现阶梯式下降的趋势。尤其是 80 后、90 后年轻人，同时面临着职场压力和生活压力，健康自评分分数均未达到 7 分。“养生”不再是属于中老年人的专用词汇，反而成为 80 后、90 后人群的流行词。

健康总得分自评



数据来源：丁香医生

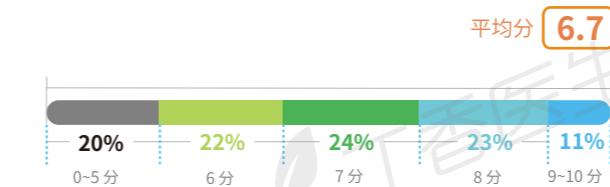
不同年龄的自评健康得分



数据来源：丁香医生

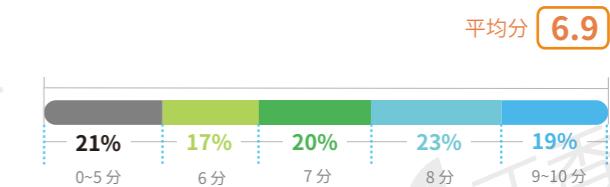
世界卫生组织提出：健康不仅指没有疾病或者衰弱，而是指生理、心理与社会功能完全健康状态。因此，身体健康、心理健康都是健康的关键维度。然而，不管是身体健康还是心理健康，公众对自身的健康状况评估都不容乐观。

身体健康自评



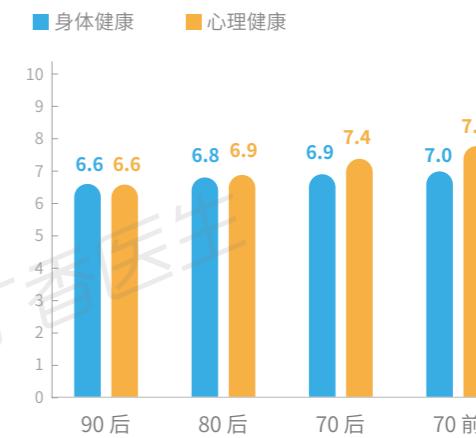
数据来源：丁香医生

心理健康自评



数据来源：丁香医生

不同年龄的身心健康对比



数据来源：丁香医生

朋克养生

孜孜不倦地熬夜，勤勤恳恳地护肤



一边作死，一边自救
啤酒加枸杞，可乐放党参
蹦迪时穿上秋裤，贴上暖宝宝
一边暴饮暴食，一边“养胃”
吃完大鱼大肉，再来一盘青菜，就会觉得很养生

分析： 人人都有自己的健康困扰

1 皮肤、情绪和睡眠问题构成三大困扰

一个侧面数据可以反映为何人们会对自己的身心健康状况给予不高的分数——96% 的公众表示自己存在健康相关的困扰。其中排名前三位的分别是：皮肤状态不好(皮炎湿疹或皮肤衰老)、焦虑抑郁、睡眠不好。

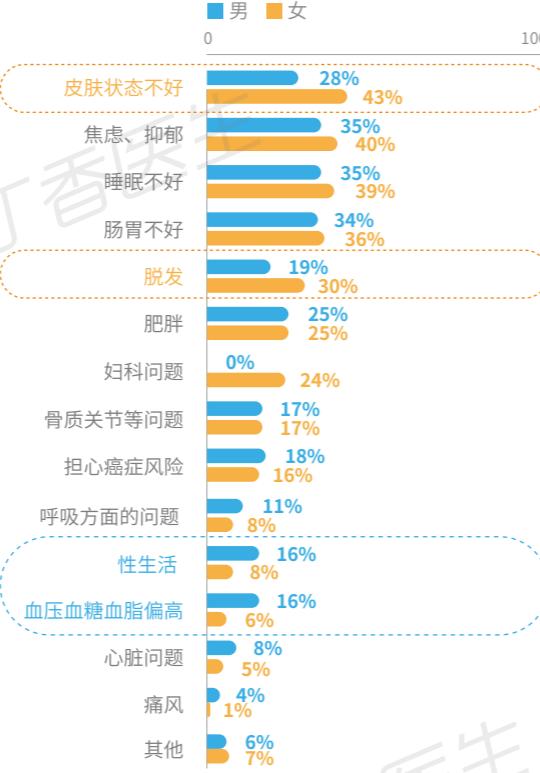
健康困扰



2 女性受困皮肤状态，男性受困焦虑抑郁

女性在皮肤状态方面受到比男性更多的困扰；而男性在性生活与血压血糖血脂等问题上的困扰远高于女性。虽然常认为男性更易受脱发的影响。但数据显示：女性在脱发上所产生的困扰比男性更加严重。

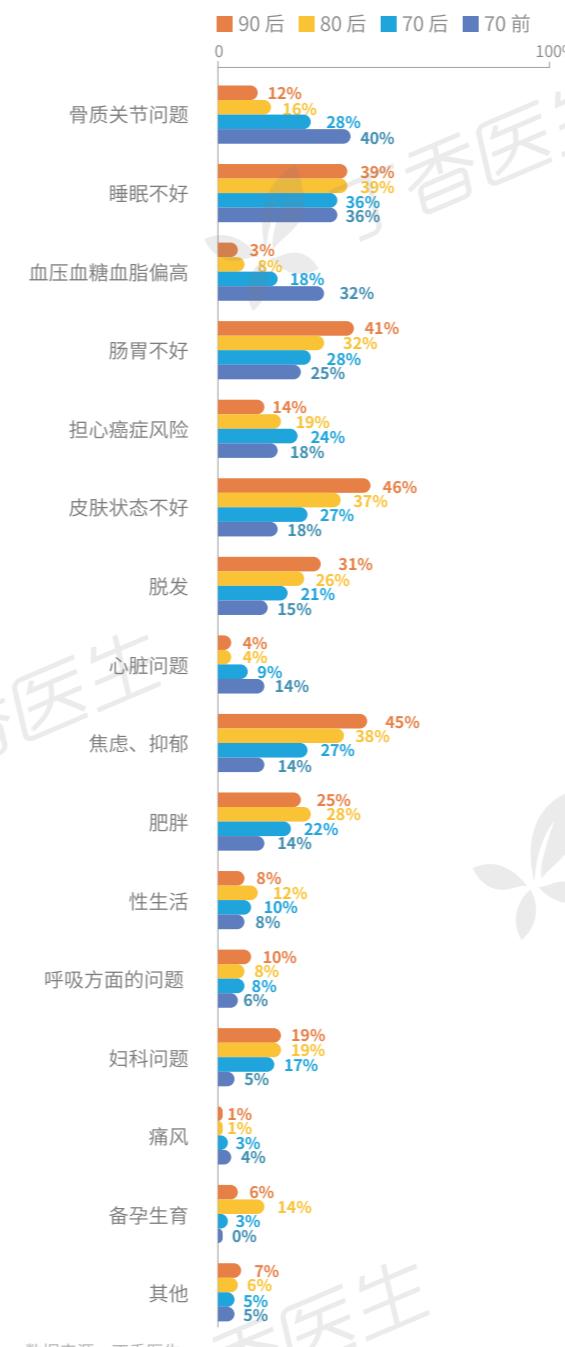
不同性别的健康困扰



3 90后要颜值，80后要心情，70后要睡眠

在焦虑、抑郁等心理方面的问题上，年轻人的困扰明显高于中老年人，他们对于胃肠问题的担忧也高于中老年人；而中老年人对于骨质关节、血压血糖血脂问题的担忧高于年轻人。

不同年龄的健康困扰



90后 Top 5

No.1	皮肤状态不好	46%
No.2	焦虑、抑郁	45%
No.3	肠胃不好	41%
No.4	睡眠不好	39%
No.5	脱发	31%

80后 Top 5

No.1	睡眠不好	39%
No.2	焦虑、抑郁	38%
No.3	皮肤状态不好	37%
No.4	肠胃不好	32%
No.5	肥胖	28%

70后 Top 5

No.1	睡眠不好	36%
No.2	肠胃不好	28%
No.3	骨质关节问题	28%
No.4	焦虑、抑郁	27%
No.5	皮肤状态不好	27%

70前 Top 5

No.1	骨质关节问题	40%
No.2	睡眠不好	36%
No.3	血压血糖血脂偏高	32%
No.4	肠胃不好	25%
No.5	担心癌症风险	18%

第二部分 公众健康素养

“

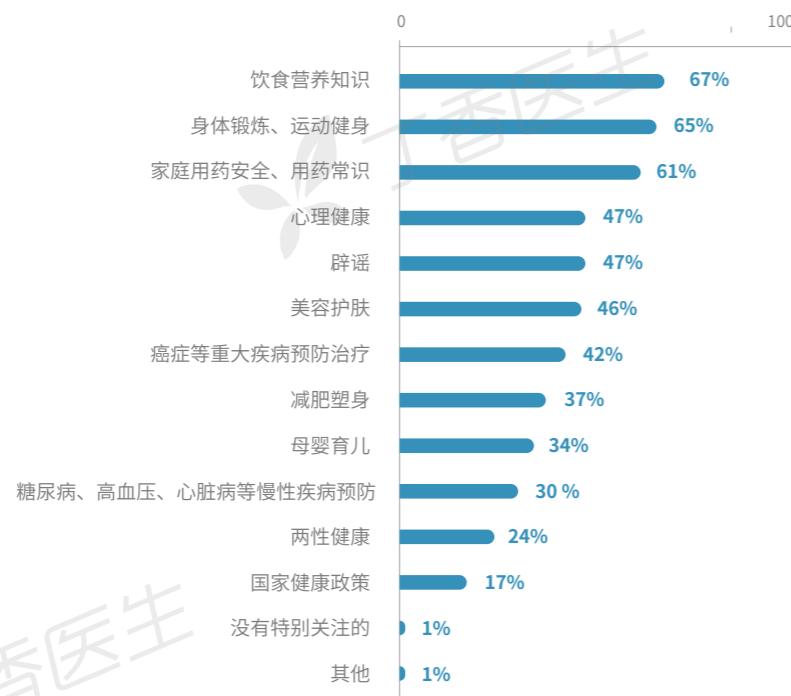
互联网信息获取门槛越来越低，公众的健康知识获取渠道越来越多。其中，被动获得与主动搜索行为并重。

需求： 知识渴求驱动信息获取

1 健康知识诉求覆盖生活各方面

饮食营养知识、身体锻炼 / 运动健身、家庭用药安全 / 用药常识在目前“公众最关注的健康知识”类别中排名前三。

关注的健康知识



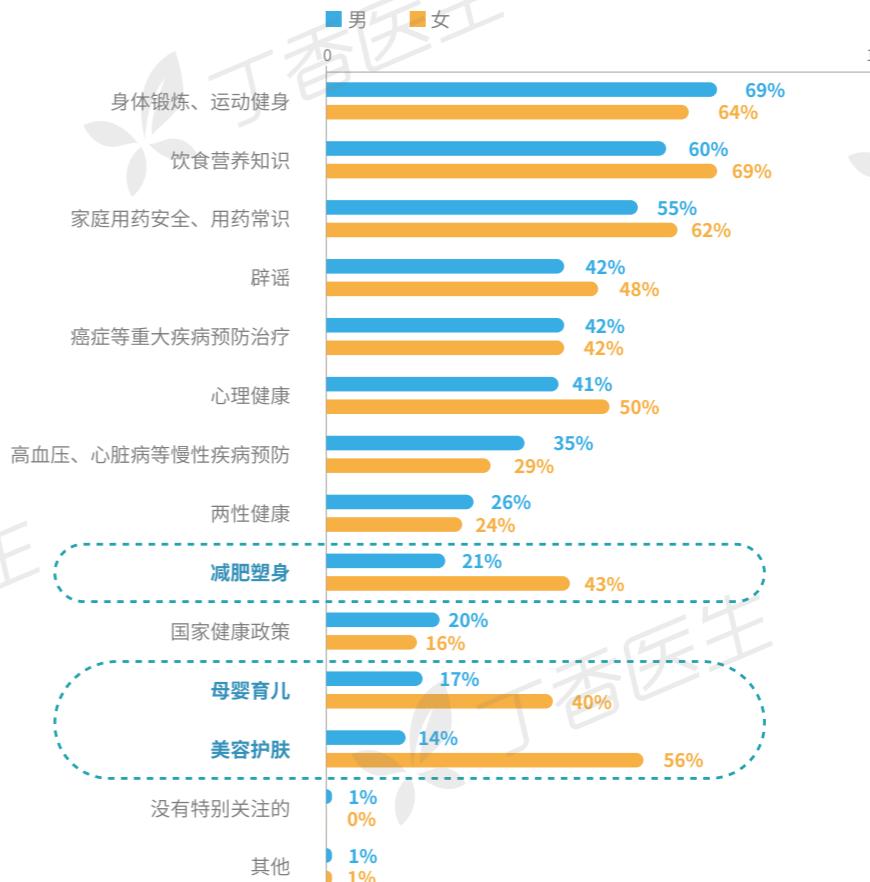
数据来源：丁香医生

2 男性关注身体锻炼，女性关注饮食营养

“男性最关注的健康知识”排名前三的分别是：身体锻炼 / 运动健身、饮食营养知识、家庭用药安全 / 用药常识；“女性最关注的健康知识”排名前三的分别是：饮食营养知识、身体锻炼 / 运动健身、家庭用药安全 / 用药常识。

在所有的健康知识中，减肥塑形、母婴育儿、美容护肤等方面，男女关注度差异较大。

不同性别关注的健康知识



男性关注 Top 5

No. 1 身体锻炼、运动健身	69%
No. 2 饮食营养知识	60%
No. 3 家庭用药安全、用药常识	55%
No. 4 辟谣内容	42%
No. 5 癌症等重大疾病预防	42%

女性关注 Top 5

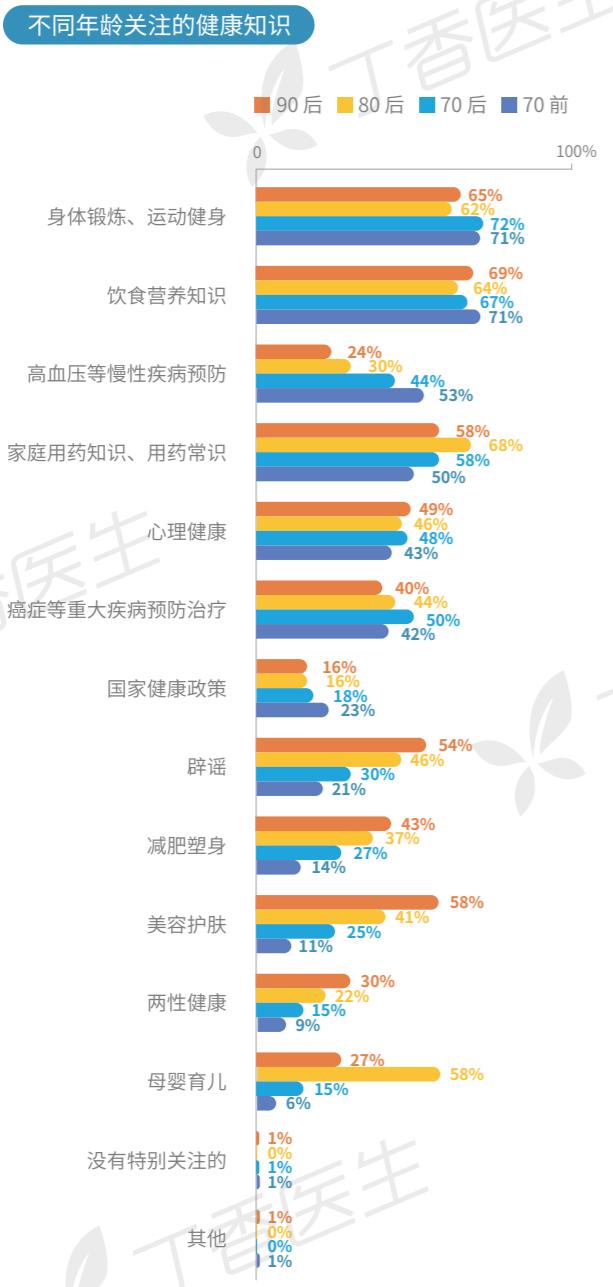
No. 1 饮食营养知识	69%
No. 2 身体锻炼、运动健身	64%
No. 3 家庭用药安全、用药常识	62%
No. 4 美容护肤	56%
No. 5 心理健康	50%

数据来源：丁香医生

③ 90 后关注颜值,80 后关注家庭健康,70 前后关注慢性病

90 后更愿意了解正确的健康知识,对于辟谣类内容更为偏爱,同时他们对于美容护肤的需求也高于中老年人;80 后多处于为人父母的状态中,因此他们对于家庭用药、母婴育儿方面的内容需求

更加旺盛;相比于年轻人,年纪更大(80 前)的公众,对于疾病相关知识需求旺盛,他们更关注血糖、血脂、血压、癌症等慢性病类知识。



数据来源：丁香医生

90 后 Top 5

No.1 饮食营养知识	69%
No.2 身体锻炼、运动健身	65%
No.3 美容护肤	58%
No.4 家庭用药安全、用药常识	58%
No.5 辟谣	54%

80 后 Top 5

No.1 家庭用药安全、用药常识	68%
No.2 饮食营养知识	64%
No.3 身体锻炼、运动健身	62%
No.4 母婴育儿	58%
No.5 心理健康	46%

70 后 Top 5

No.1 身体锻炼、运动健身	72%
No.2 饮食营养知识	67%
No.3 家庭用药安全、用药常识	58%
No.4 癌症等重大疾病预防治疗	50%
No.5 心理健康	48%

70 前 Top 5

No.1 身体锻炼、运动健身	71%
No.2 饮食营养知识	71%
No.3 高血压等慢性病预防	53%
No.4 家庭用药安全、用药常识	50%
No.5 心理健康	43%

方式： 被动获得与主动搜索并行

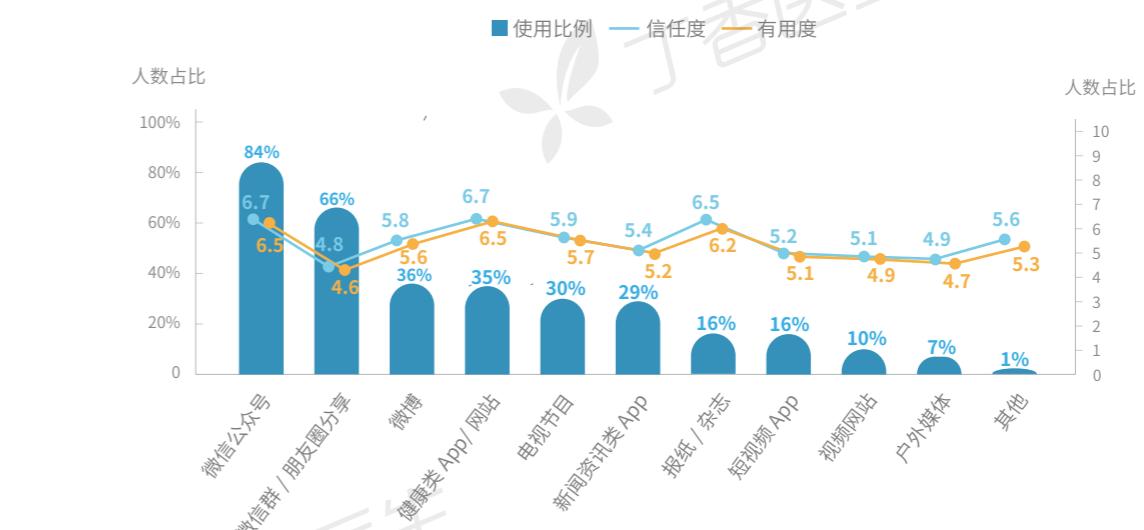
互联网产品形态逐渐丰富,获取健康信息的方式也更加多样化。99% 的公众会在日常生活中被动地获取各种健康信息;同样的,也有 99% 的公众会主动搜索健康知识。

1 社交平台成为信息获取主要渠道

近年来随着社交媒体的兴起,公众对于健康知识的获取越来越多样化。其中,微信公众号成为一个重要的信息平台。公众日常“被动获取健康信息渠道”前五位是:微信公众号文章、微信/朋友圈分享、微博、健康类 App /网站、电视节目。

其中,公众对于微信公众号、健康类 App /网站的信任度较高;值得一提的是,报纸/杂志虽然不再是主要的信息获取方式,但在公众心中有较高的信任度。

被动获取信息的渠道

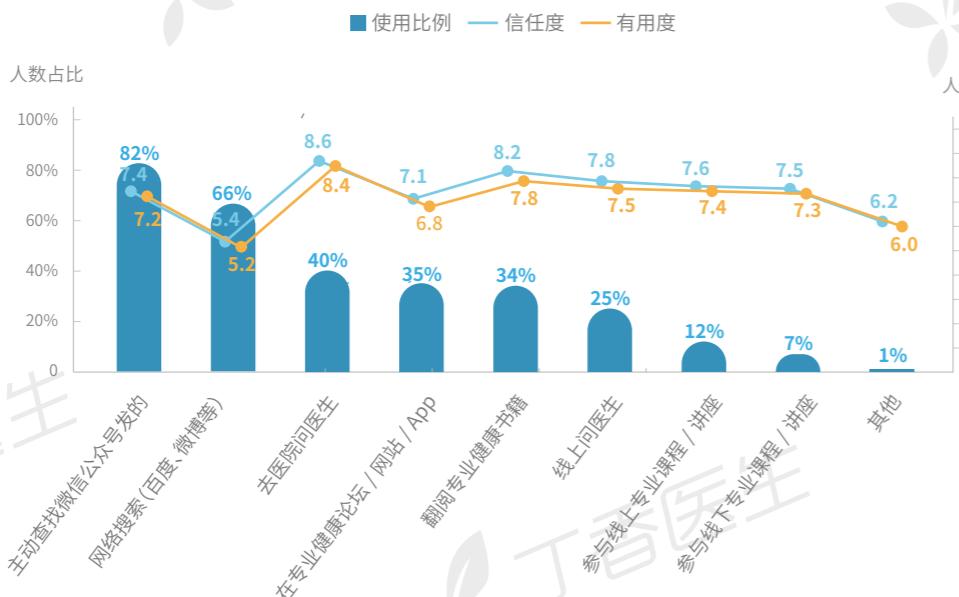


数据来源：丁香医生

2 专业机构 / 渠道始终受到公众信任

当公众进行主动信息获取时，排前五位的渠道分别是：主动查找微信公众号文章、普通网络搜索、去医院问医生、在专业健康论坛/网站/App 检索、翻阅专业健康书籍。

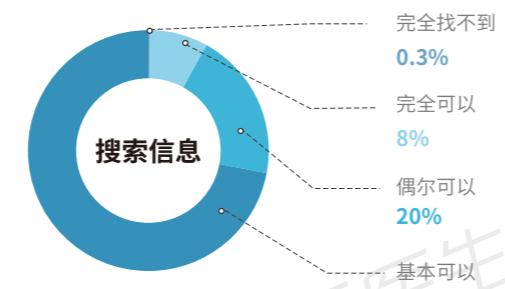
主动获取信息的渠道



数据来源：丁香医生

需要关注的是，虽然互联网存在着海量信息，但与公众诉求完全匹配的健康信息只占 8%。也就是说，大量的人没有获取到自己想要的知识，也有大量的知识没有精准触达到合适的人群。这就意味着，健康信息的生产、制作、分发流程需要不断完善和优化。

你可以搜到自己想要的信息吗

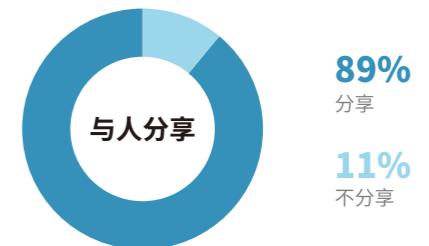


数据来源：丁香医生

3 九成公众愿意主动分享健康知识

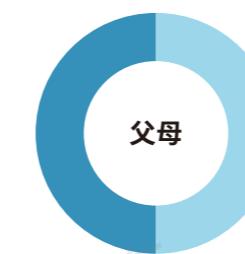
在分享和转发更加方便的时代，公众更愿意分享自己获得的信息；有 89% 的公众表示，自己会将健康信息转发给他人。分享对象包括：父母、朋友及伴侣。

与人分享的比例

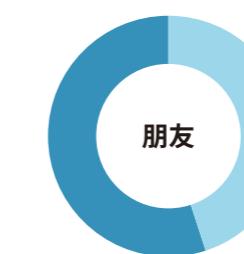


数据来源：丁香医生

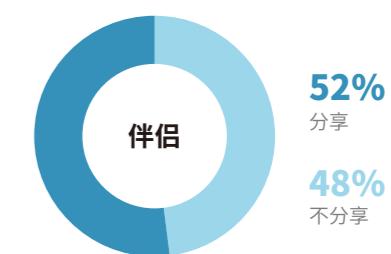
和谁分享



数据来源：丁香医生



数据来源：丁香医生



数据来源：丁香医生

第三部分 健康生活诉求

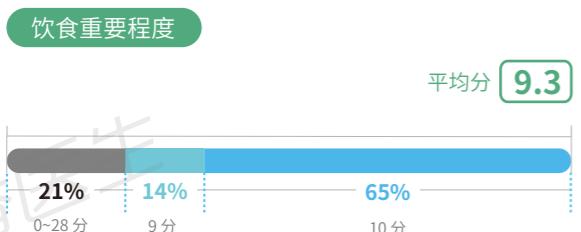
“

饮食、睡眠、运动是与健康生活密切相关的三件事。在公众的认知中，这三者的重要程度都达到了 9 分以上。但当人们对自己在这三方面的现状进行评价时，大部分人都表示了自己对现状的不满。其中，自身运动现状的满意度最低。

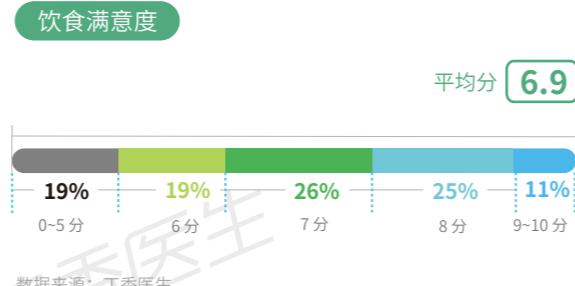
饮食： 年轻人有更多肠胃问题

1 年轻人的饮食问题更严重

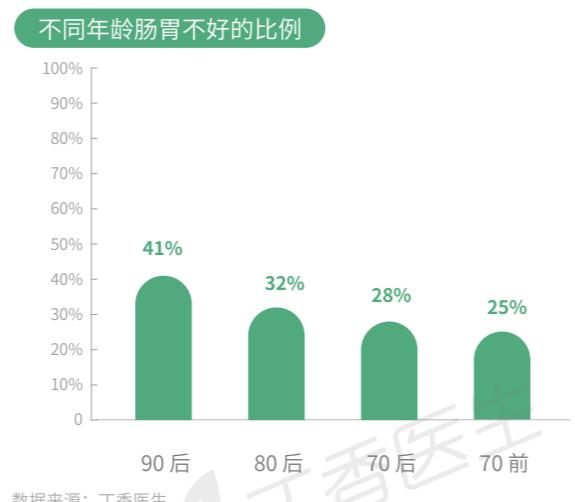
公众认为饮食的重要性达到了 9.3 分,但对于自身饮食满意度只有 6.9 分。



年轻人对自己的饮食健康度满意度更低。



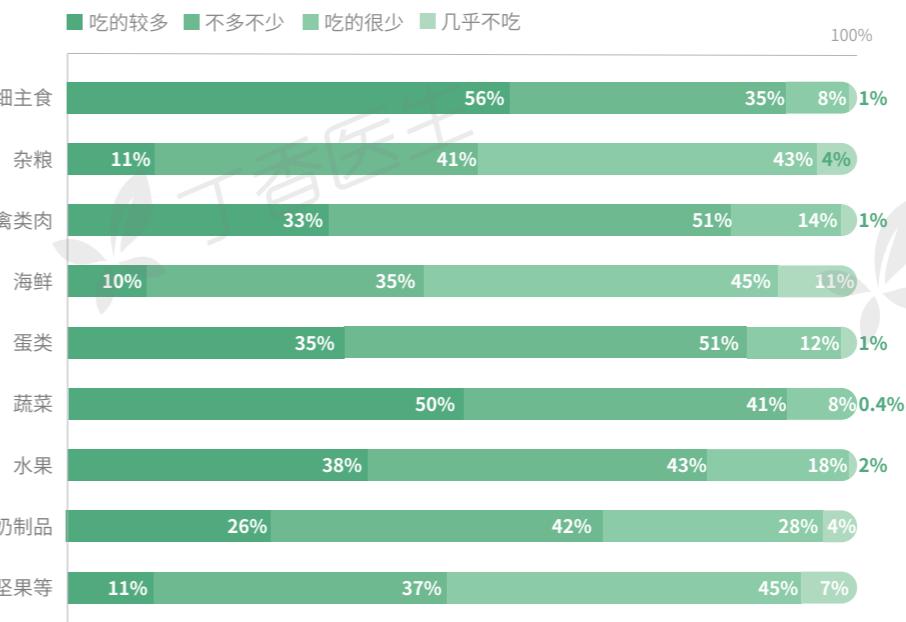
36% 的公众存在肠胃不好的问题,其中年轻人的问题高于中老年人。



2 杂粮的价值未被开发

基于中国人的饮食习惯,精细主食的食用比例较高,杂粮、海鲜、大豆坚果类食用比例较低。

饮食状况



我国 2016 版膳食指南推荐每天吃 50~150 克粗粮等全谷物类食物。另外,可适当增加海鲜、坚果等食物比例,增加食物多样性,保持膳食平衡。

健康饮食金字塔



3 接近一半的男性关注减肥

关注身材的公众占比不低，有 46% 的人在近一年内有过减肥经历。

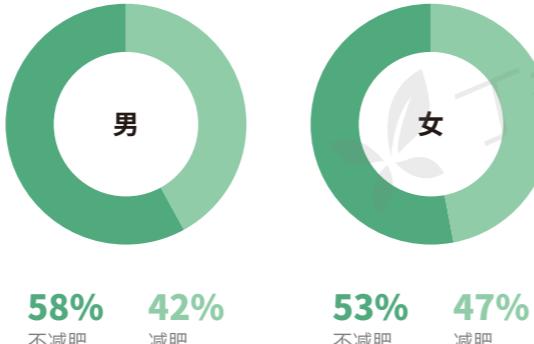
近一年中，你是否曾经或正在减肥



数据来源：丁香医生

而减肥不再是女性专属，42% 的男性也有过减肥经历，越来越多的男性开始加入到保持身材的队伍中。

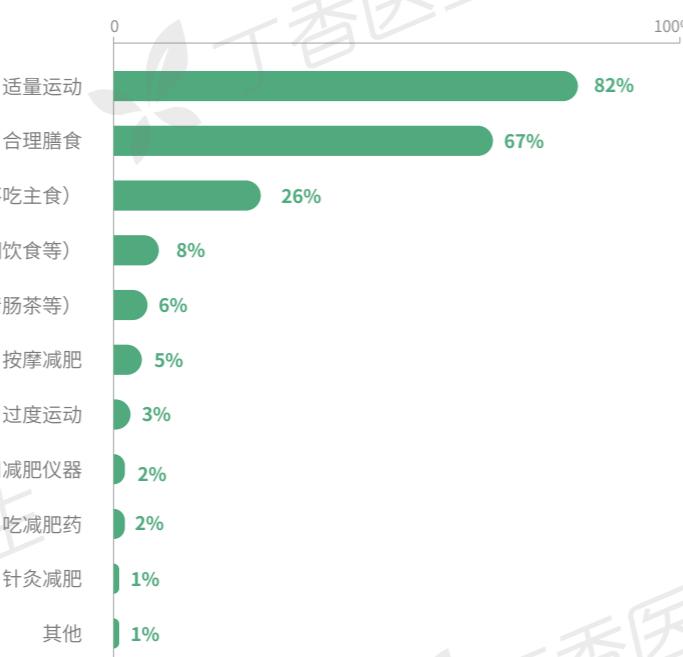
不同性别的减肥比例



数据来源：丁香医生

大部分公众采用适量运动和合理膳食的方式进行合理的减肥，但是节食以及各种网红减肥法的使用者也不少。

减肥方式



数据来源：丁香医生

专家解读



阮光锋

食品与营养信息交流中心
科学技术部主任

“

由于工作和生活压力的影响，公众的健康状况令人担忧。肥胖、焦虑、肠胃不好、睡眠困扰等问题非常普遍。而且，一个更严峻的现象是，这些问题越来越低龄化，需要引起重视。

调查结果显示：我们的日常饮食中精细主食的食用比例比较高，杂粮、海鲜、大豆坚果类食用比例较低，这对于保持营养均衡和控制健康体重都是不利的。与精制谷物相比，全谷物可提供更多的 B 族维生素、矿物质、膳食纤维等营养成分。

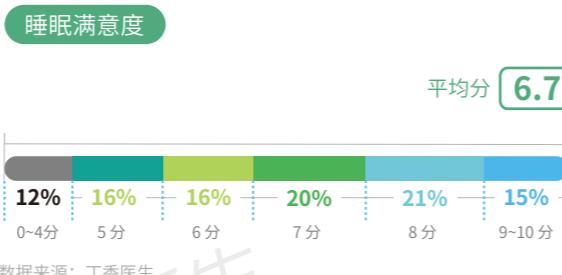
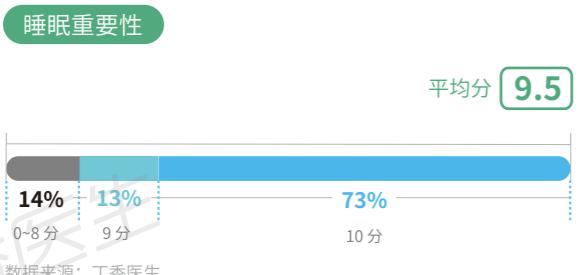
减肥也是大家非常关心的话题。不少人会采用节食以及各种网红减肥法。实际上，节食及各种网红减肥法虽然可能在短期内帮助你快速减掉体重，但都非常容易反弹，甚至还会造成营养不良等健康问题。其实，越是新鲜的减肥方法越要小心，它往往是没有经过长期验证的。而那些看似老生常谈的，感觉没有多少什么新技术含量的方法，反而是最可靠的。长期而言，减肥的根本路径是控制总能量的收支平衡。

”

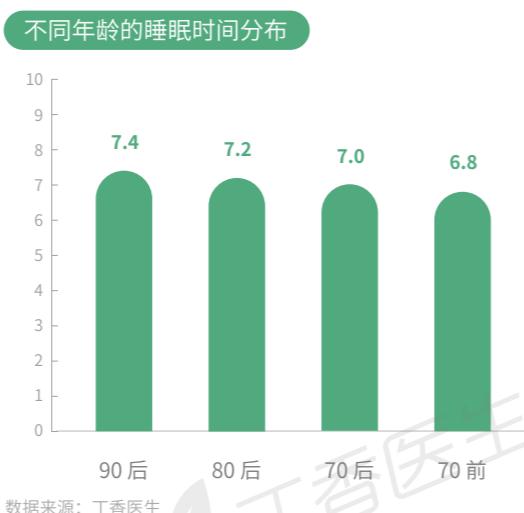
睡眠： 八成被调查者受睡眠问题困扰

1 80、90 后：缺觉的两代人

公众对于睡眠的重要性打分达到 9.5 分，而对于自身睡眠满意度只有 6.7 分。其中，年轻人满意度低于老年人。



公众平均睡眠时间 7.2 小时。90 后的睡眠时长最长，为 7.4 小时；而 70 前的睡眠时长最短，为 6.8 小时。



2 83% 的公众都存在睡眠困扰

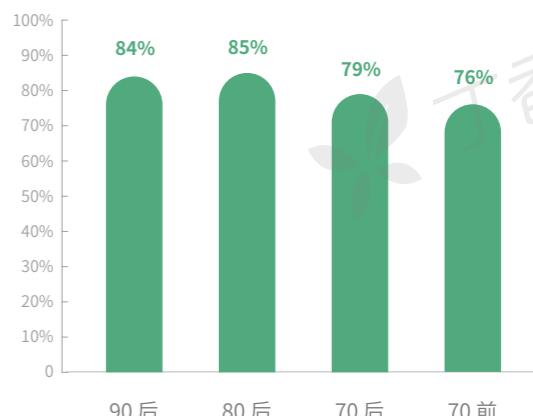
年轻人比老年人受到更加严重的睡眠问题困扰。84% 的 90 后存在睡眠困扰；而 70 前公众中，这个数字是 76%。

睡眠困扰现状



数据来源：丁香医生

不同年龄的睡眠困扰现状



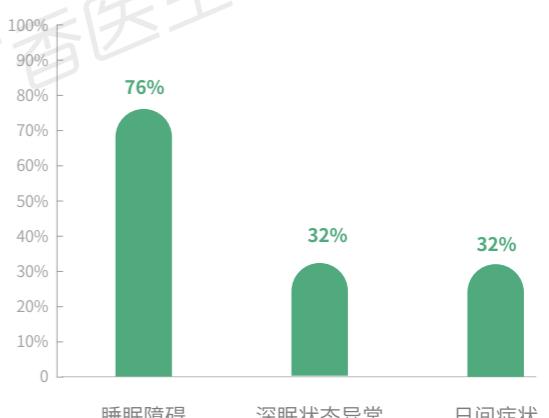
数据来源：丁香医生

76% 的公众受到的睡眠困扰是睡眠障碍。

睡眠障碍的主要表现是难以入睡，或者无法一觉睡到天亮，容易在夜间醒来；睡眠时间不够长；总是早醒、梦多、早上起不来等。

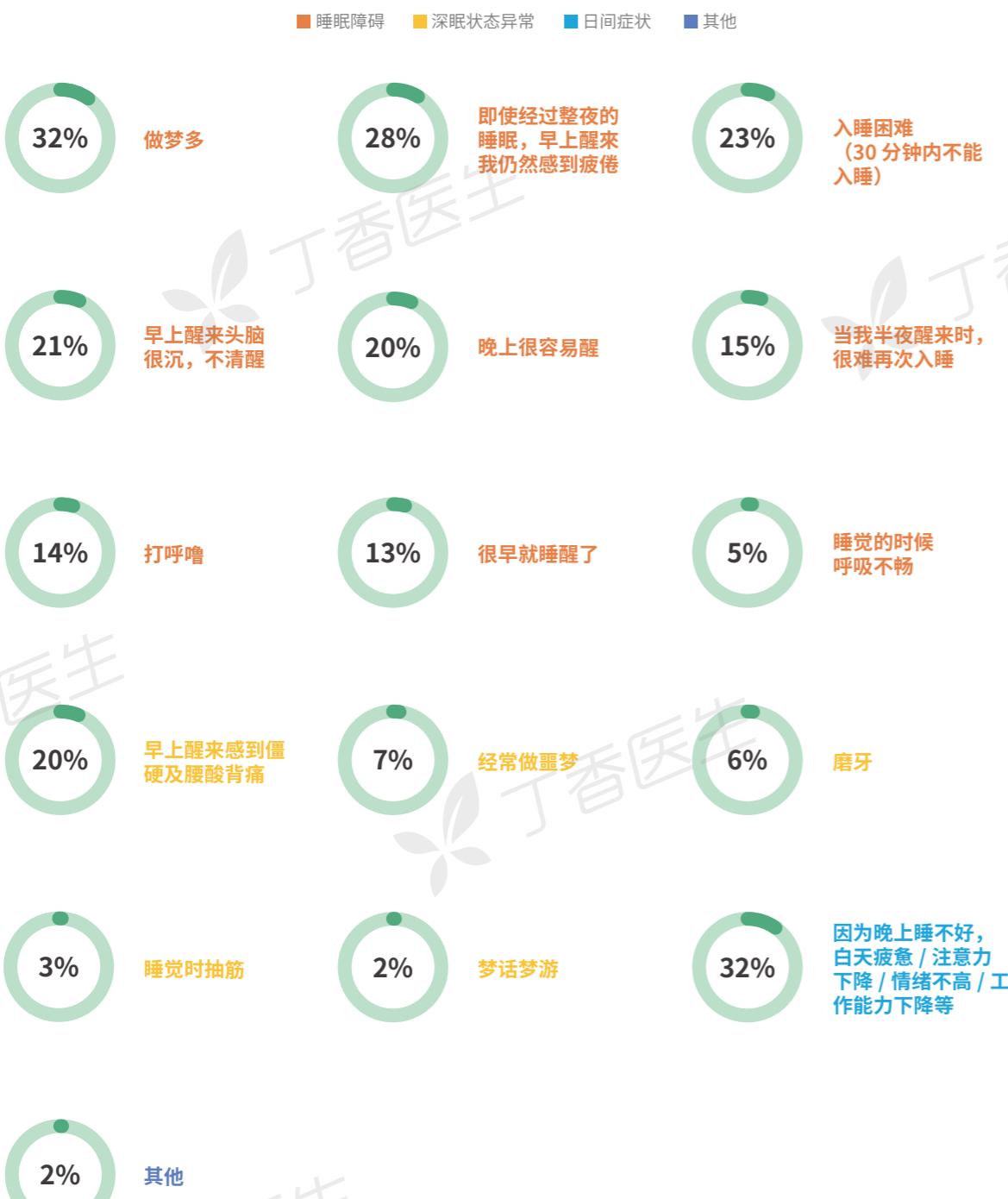
睡眠障碍容易造成白天疲惫、注意力不集中、工作效率低下、情绪不稳定等问题。

睡眠困扰类型



数据来源：丁香医生

具体睡眠困扰情况



年轻人的睡眠困扰集中在睡不好、难入睡等方面；而老年人的睡眠困扰，则更集中在晚上易醒来。

不同年龄睡眠困扰 TOP 5

90 后

No.1 因为晚上睡不好，白天疲惫/注意力下降/情绪不高/工作能力下降等	36%
No.2 做梦多	33%
No.3 即使经过整夜的睡眠，早上醒来我仍然感到疲倦	33%
No.4 入睡困难 (30分钟内不能入睡)	26%
No.5 早上醒来头脑很沉，不清醒	25%

80 后

No.1 因为晚上睡不好，白天疲惫/注意力下降/情绪不高/工作能力下降等	34%
No.2 做梦多	32%
No.3 即使经过整夜的睡眠，早上醒来我仍然感到疲倦	27%
No.4 晚上很容易醒	23%
No.5 早上醒来感到僵硬及腰酸背痛	23%

70 后

No.1 做梦多	28%
No.2 晚上很容易醒	26%
No.3 因为晚上睡不好，白天疲惫/注意力下降/情绪不高/工作能力下降等	22%
No.4 当我半夜醒来时，很难再次入睡	21%
No.5 睡得很好，没有困扰	21%

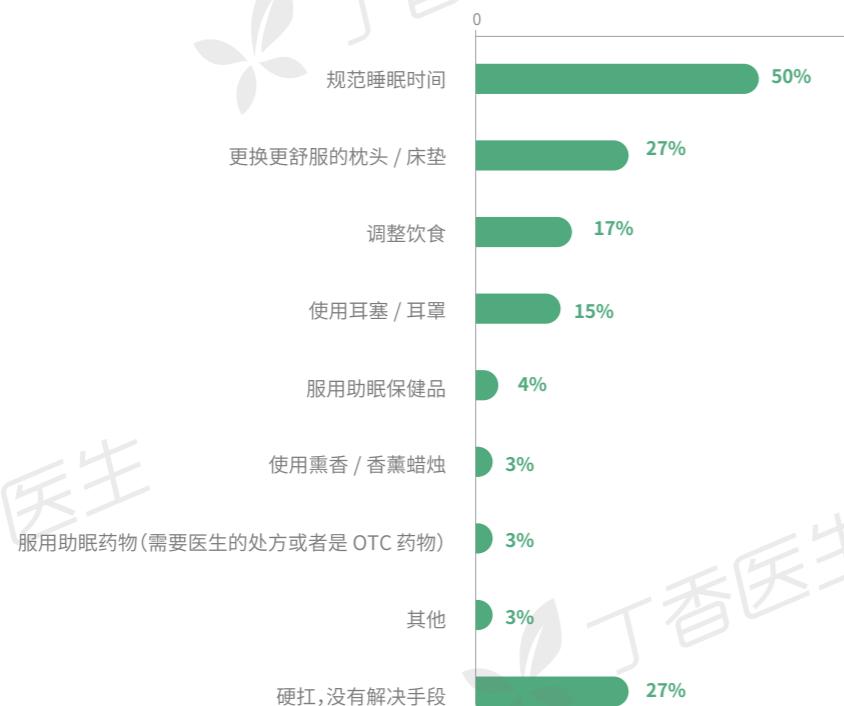
70 前

No.1 晚上很容易醒	27%
No.2 当我半夜醒来时，很难再次入睡	25%
No.3 睡得很好，没有困扰	24%
No.4 做梦多	23%
No.5 很早就睡醒了	23%

3 不少人对睡眠困扰束手无策

73% 的公众在出现睡眠困扰后会采取各种办法解决睡眠问题, 50% 会通过规范睡眠时间来解决睡眠问题。枕头、床垫、香薰等辅助睡眠的工具, 近年来也得到了很多失眠者的偏爱。但值得关注的是, 有 27% 的公众对于睡眠问题没有任何解决手段, 只能硬扛。

睡眠困扰解决手段



数据来源：丁香医生

专家解读



王含

北京协和医院神经内科主任医师
副教授

“

睡眠是人类进化至今仍最有效的自我疗愈手段。当身边的人出现身体疲劳或是患病, 我们都会习惯说“好好休息”。但是, 当我们自己遇到问题, 常常未必首先想到调整睡眠。随着健康科学信息的逐步普及, 越来越多的人开始在意自己的睡眠状况。本次调查结果显示, 睡眠已经成为中青年 (70 后及 80 后) 公众最在意的健康问题 (排名第一)。

很多人会关心到底该睡多长时间是合适的。其实这个问题具有非常大的个体差异。相比睡眠的绝对时长, 睡眠的质量更加影响人的主观感受。调查结果发现, 多数人 (83%) 对睡眠并不满意, 多梦、入睡困难、早醒都是常常出现的问题, 由此还会导致次日白天的困倦。为此, 很多人也自己在寻找解决方案。

一半的人主动规范睡眠时间和饮食, 只有 3% 的人在使用药物治疗。这整体上符合失眠的总体治疗原则, 即及时发现和纠正不良的睡眠卫生习惯并进行认知行为治疗, 必要时进行药物治疗。

认知行为治疗是治疗成人慢性失眠的首选方案之一, 其中纠正不良的睡眠卫生习惯是首要措施, 其中包括睡前 4~6 小时不要饮用兴奋性物质和暴饮暴食, 不用酒精助眠, 适度锻炼, 良好规律作息等。

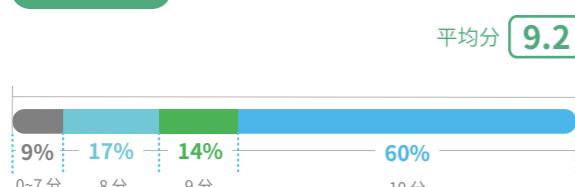
另外有接近三分之一的人选择助眠用品, 从床品、眼罩等用品到香薰和保健品, 也体现了现代社会物质丰富给人们生活带来的便利和帮助。但是, 仍有三分之一的人并未对不够满意的睡眠采取任何措施, 说明科普的任务仍很艰巨。

运动：“知”“行”间沟壑巨大

1 “知”“行”难合一

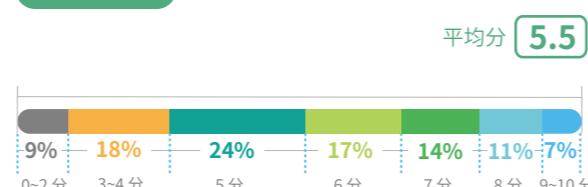
在运动这一点上，公众的重视程度和现状落差最大。公众普遍认可运动对于健康的重要性，评分达9.2分，半数以上甚至认为运动的重要性为满分10分。但公众对于自身运动状态的满意度，却只有5.5分，仅有不到三分之一的公众认为自己的运动现状及格。

运动重要性



数据来源：丁香医生

运动满意度



数据来源：丁香医生

不同性别运动现状满意度



从性别分布来看，男性群体和女性群体的运动现状满意度均不高，男性相对略高于女性。

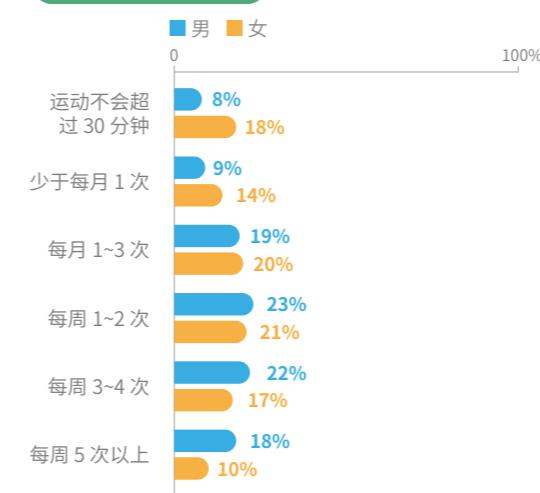
从年龄分布来看，70后的公众运动现状满意度最高，而90后的公众和70前公众的运动现状满意度最低。

2 公众普遍缺乏运动，女性更甚

锻炼频率少于每周1次的公众占比高达47%，可以做到经常参加体育锻炼（每周大于3次）的公众仅占30%，反映出人们体育锻炼的参与度普遍不高；其中女性不参与体育锻炼（少于每月1次）的比例明显高于男性。

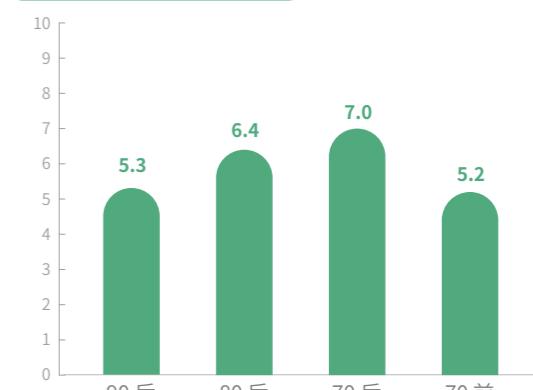
从年龄分布来看，80后和90后的青年人经常参加体育锻炼的比例较低，仅为25%左右；同时，调查呈现出随年龄增大，经常参加体育锻炼的人数百分比逐步上升的趋势，70前人群可高达到73%。

不同性别运动频率



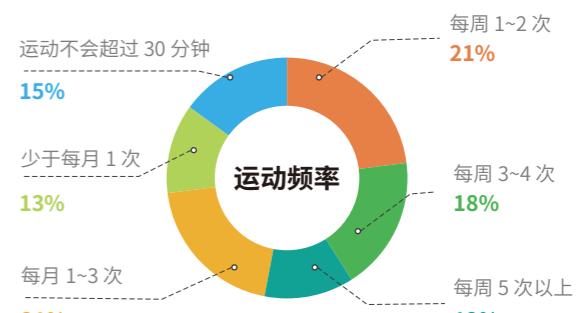
数据来源：丁香医生

不同年龄运动现状满意度



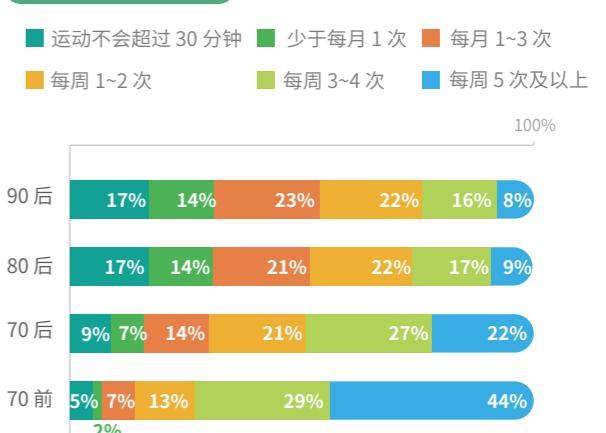
数据来源：丁香医生

运动频率



数据来源：丁香医生

不同年龄运动频率



数据来源：丁香医生

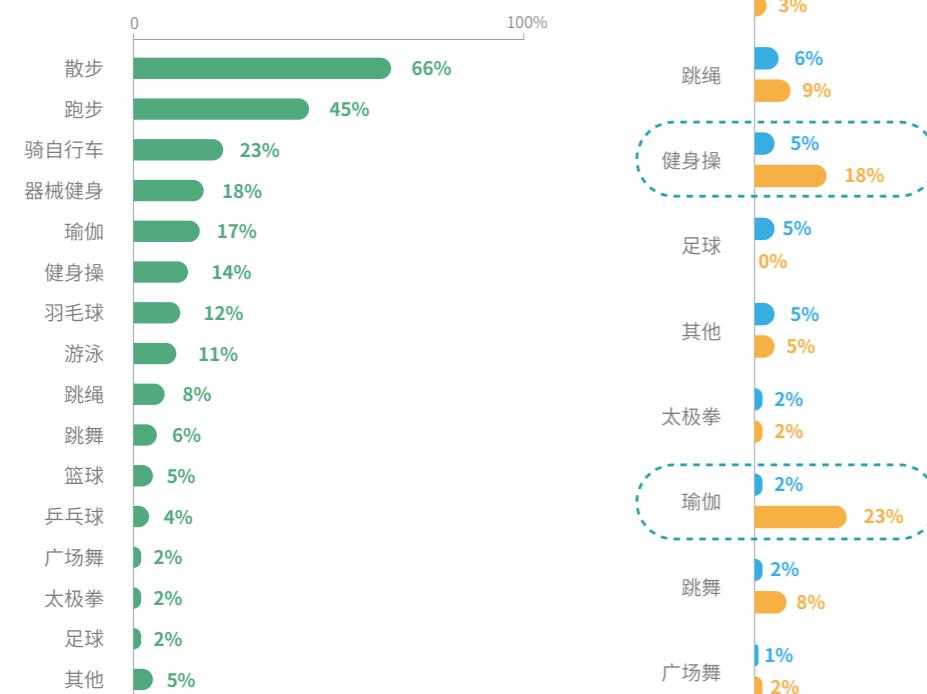
3 简单的运动方式最受欢迎

散步和跑步因简单方便、适用性强成为公众最爱的运动方式，选择比例分别为 66% 和 45%。在休闲运动中，骑自行车最受青睐，占比 23%。“小球类”运动中，羽毛球的参与人数最多；而在“大球类”运动中，篮球最受欢迎。

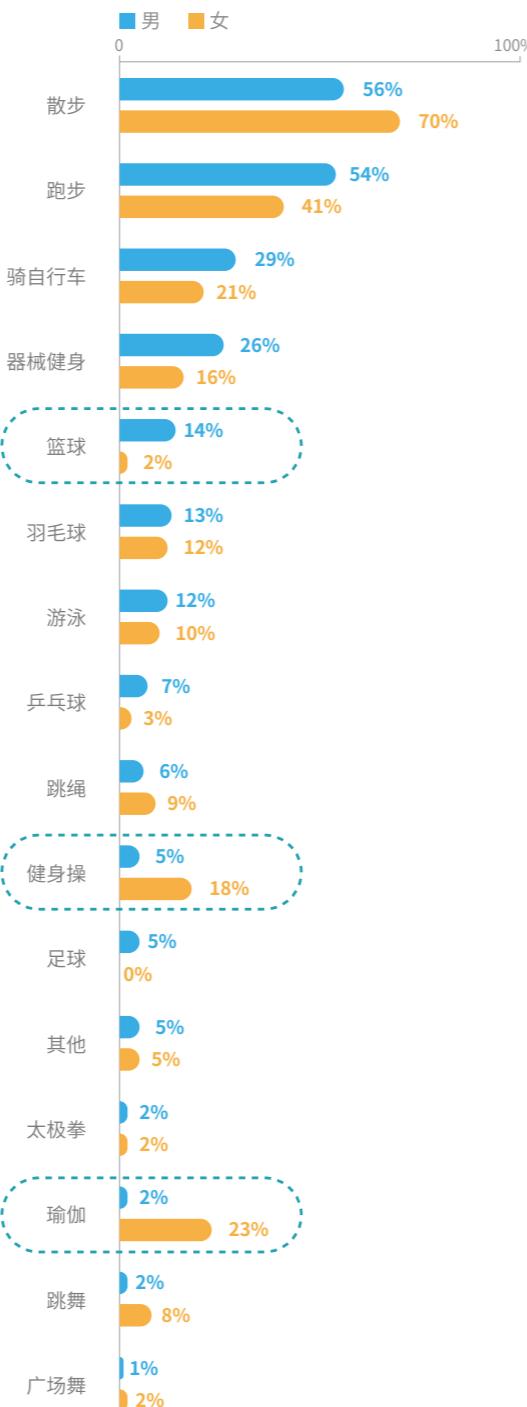
从性别分布来看，篮球、足球等对抗比较激烈的运动男性占主导，而瑜伽、健身操等展示柔韧性的运动则女性更为显著。

随着年龄增大，公众更倾向于将散步这种运动量相对较小的方式作为日常运动，而选择跑步、器械健身等强度较大的运动或选择瑜伽、健身操身体柔韧性的运动占比逐渐减少。

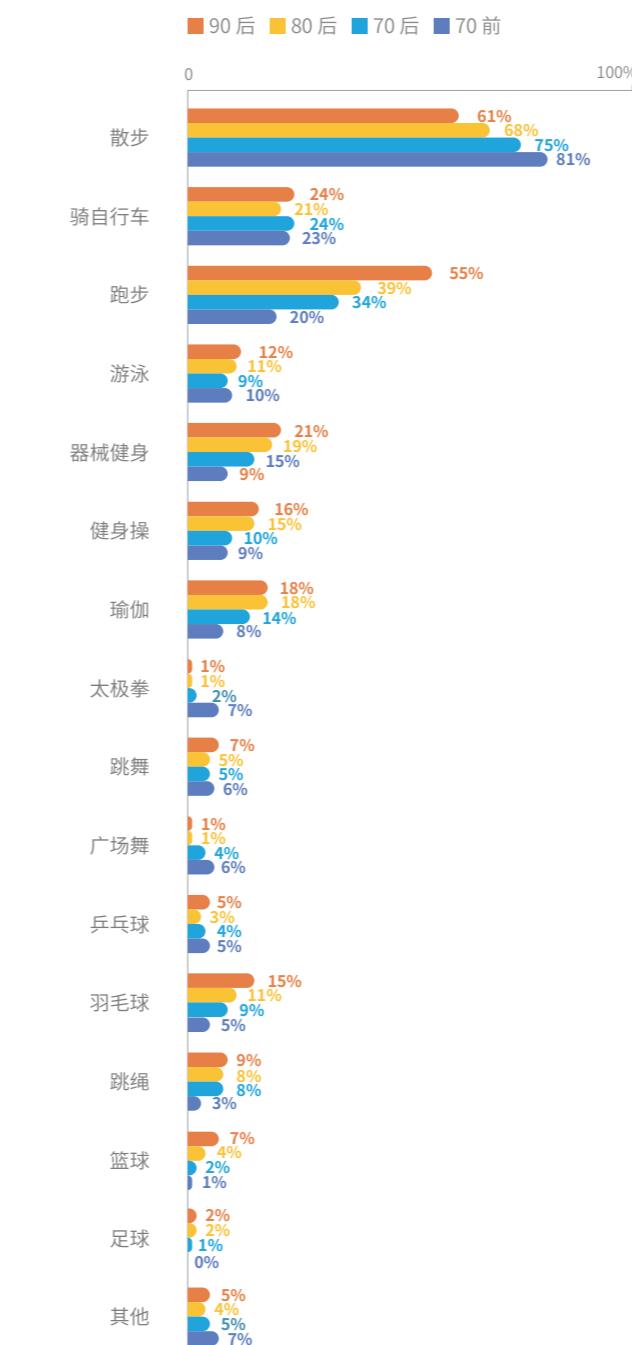
运动方式



不同性别运动方式



不同年龄运动方式



90 后

No.1 散步	61%
No.2 跑步	55%
No.3 骑自行车	24%
No.4 器械健身	21%
No.5 瑜伽	18%

80 后

No.1 散步	68%
No.2 跑步	39%
No.3 骑自行车	21%
No.4 器械健身	19%
No.5 瑜伽	18%

70 后

No.1 散步	75%
No.2 跑步	34%
No.3 骑自行车	24%
No.4 器械健身	15%
No.5 瑜伽	14%

70 前

No.1 散步	81%
No.2 骑自行车	23%
No.3 跑步	20%
No.4 游泳	10%
No.5 器械健身	9%

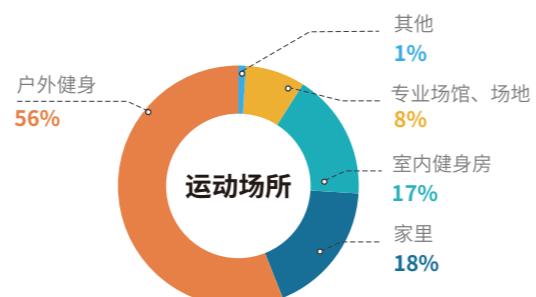
4 女性更偏好在家里运动

大众选择户外健身的比例最高，25% 的公众会选择室内健身房或专业健身场馆，还有 18% 的人会选择在家运动。

从年龄来看，年龄层次越低，在收费场馆运动的占比越高；反之，年龄越大，则越倾向于在公共体育场所运动。这反映出不同年龄层运动消费观念的差异。

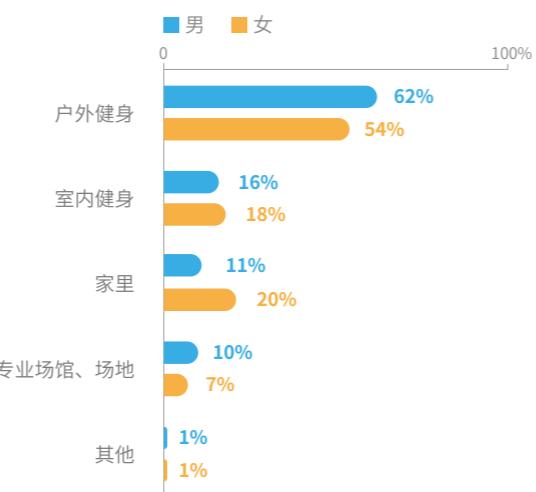
从性别分布来看，女性选择在家里运动的比例高于男性，这可能与女性偏爱瑜伽、健身操等运动方式有关。

常用的运动场所



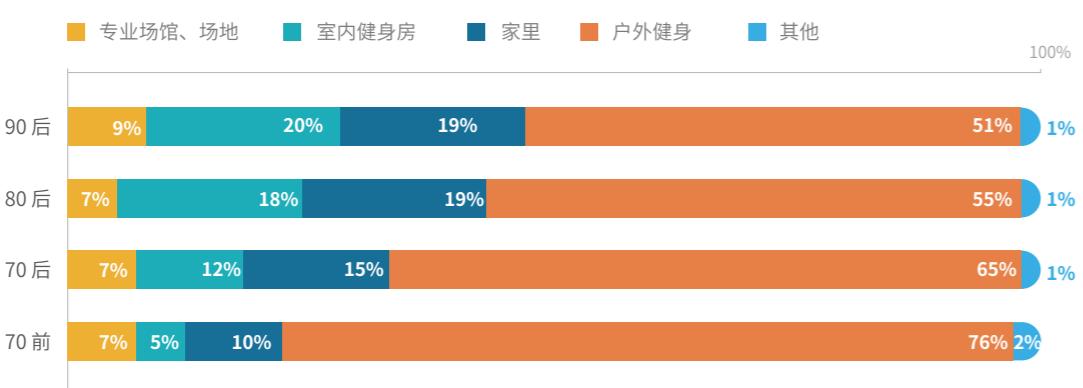
数据来源：丁香医生

不同性别运动频率



数据来源：丁香医生

不同年龄的运动场所



数据来源：丁香医生

专家解读



齐峰嵘

首都医科大学附属北京友谊医院
骨科主治医师

“

运动对于健康的重要性已广受认可，但实际上参加运动公众的比例并不高，参与运动的公众年龄和性别结构仍不平衡。具体表现为越年轻的公众运动参与度越低，以及女性较男性的运动参与度更低。

一方面，“工作忙”限制了年轻人的运动时间；另一方面，“我还年轻，疾病还远”的错觉也成为了不运动的借口。

事实上，上班族由于久坐、低头、不爱运动等不良工作习惯，已经成为颈腰痛、肥胖等问题的高发人群；另外，女性通常在家庭中投入更多的精力，从而导致运动被忽视。而女性如果没有在年轻时通过加强运动储备足够的峰值骨量，未来会更容易罹患骨质疏松症。

因此我们呼吁 80 后 90 后的年轻人，尤其是女性朋友，能够抽出时间真正地投入到体育运动中来。所幸的是，调查显示 80 后和 90 后年轻人更加注重运动的科学性。

与大部分人选择就近、便利、免费的大众健身方式不同，年轻群体更愿意选择专业场馆、健身房作为运动场地，更愿意为自己的健康“买单”。从长远来看，这样的示范作用有助于提高全民科学健身意识、促进未来体育产业的发展。

”

第四部分 医疗健康服务诉求

“

传统的医疗服务是指线下到医院就诊。
随着医疗信息化的发展，医疗服务的边界也在逐步扩展。

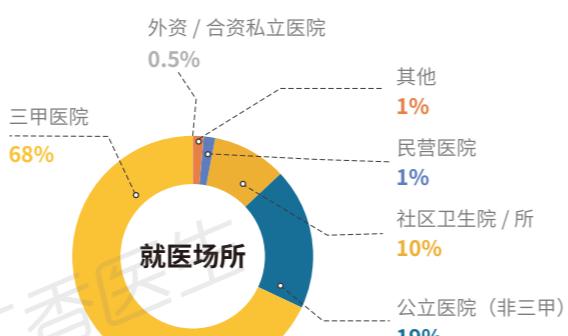
服务地点：从线下延展到线上
服务场所：从公立医疗机构到私人诊所
服务提供者：从专科医生到家庭医生
服务所在地：从国内扩展到海外
服务内容：从身体健康到身心全方位服务

诊疗： 线上问诊开始受到关注

1 公立三甲医院仍是首选

68% 的公众在生病时会首选公立三甲医院；虽然社会办医、多点执业、医生集团近年来逐步兴起，但是选择这些途径就诊的人数并不多，主要集中在月收入 50000 元以上的超高收入人群。

首选的就医场所

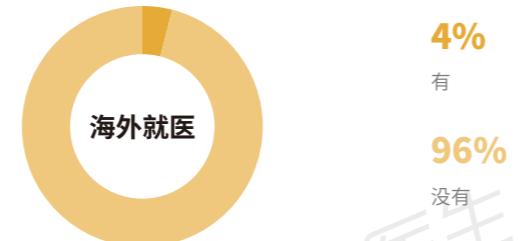


数据来源：丁香医生

2 高收入人群开始选择海外就医

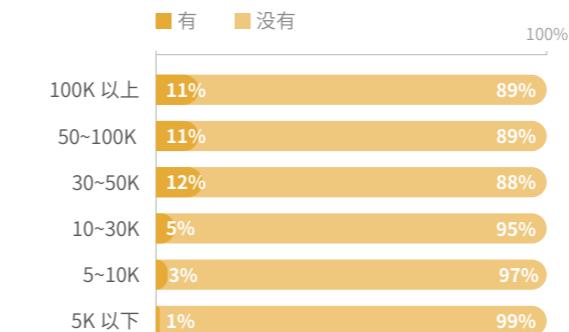
4% 的人有过“海外就医”的体验。随着公众收入的提高，海外就医的比例有显示上升。目前高收入人群对于海外就医的体验评价为 7.1 分。

海外就医现状



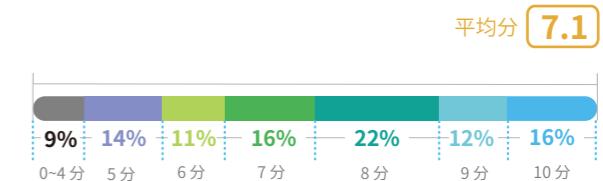
数据来源：丁香医生

不同收入者的海外就医比例



数据来源：丁香医生

海外就医的满意度



平均分 **7.1**

数据来源：丁香医生

3 超一半人使用过线上问诊

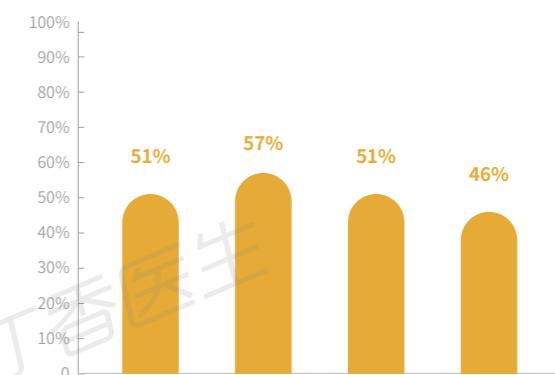
线上问诊作为一种新的服务模式，近年来逐渐被人们所认知。53% 的人使用过线上就诊服务，其中 80 后人群使用比例最高。

线上问诊使用比例



53%
使用线上问诊服务
47%
没有使用过

不同年龄线上问诊使用比例



数据来源：丁香医生

公众在线上咨询的问题主要集中在皮肤科、妇科、消化科。

线上咨询热词



数据来源：丁香医生 App

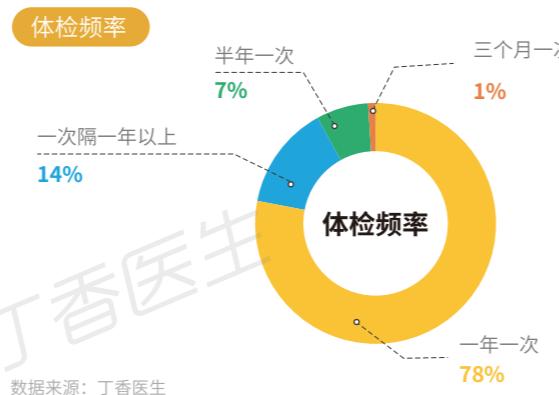
体检： 健康意识更强者要求更多

1 公众定期体检意识仍不够强

体检是公众管理健康最基本的方式，但只有 41% 的人会定期体检。其中 78% 的人每年体检一次，8% 的人一年会有多次体检。



数据来源：丁香医生

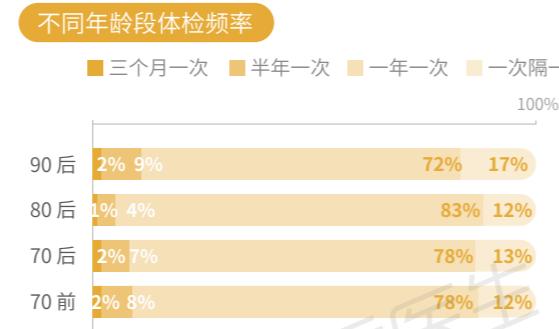


数据来源：丁香医生

90 后体检状况最不理想，比例和频率均为最低，每年会定期体检的人比例仅 30%。随着年纪的增长，体检比例会逐渐提高，70 前定期体检的比例达到 61%。



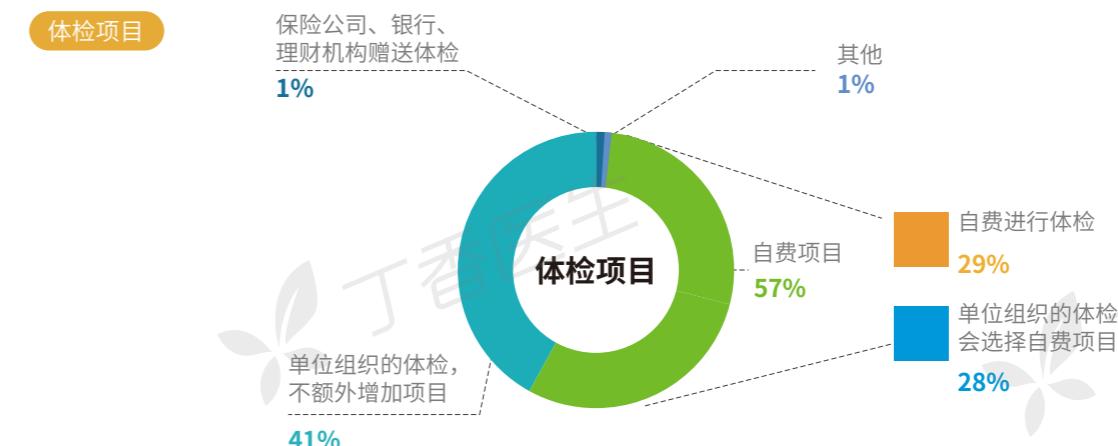
数据来源：丁香医生



数据来源：丁香医生

2 定期体检者对体验要求更高

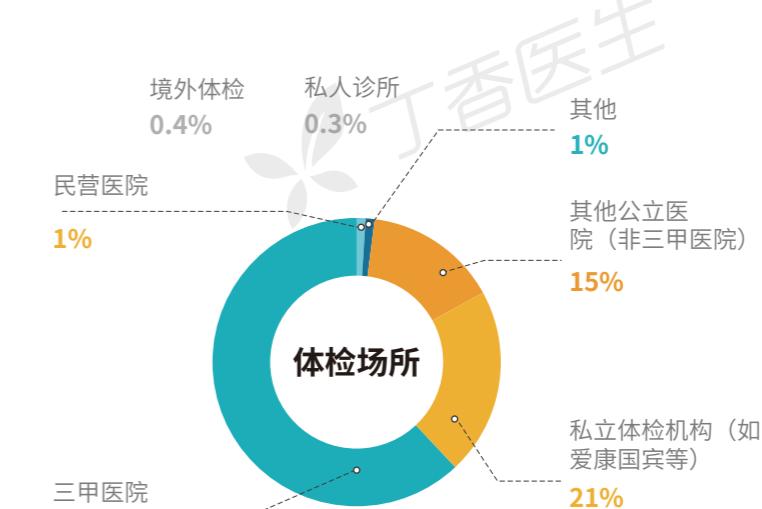
当我们把目光集中在定期体检的公众时会发现，当人们已经培养起定期体检意识时，对于体检的要求会更高。有 56% 的人会选择自费增加体检项目，而其中还有 29% 是完全自费进行体检。



数据来源：丁香医生

3 私立机构未能撼动三甲医院地位

尽管私立体检机构发展已经较为成熟，但在选择体检场所时，仍有 62% 的公众选择三甲医院。

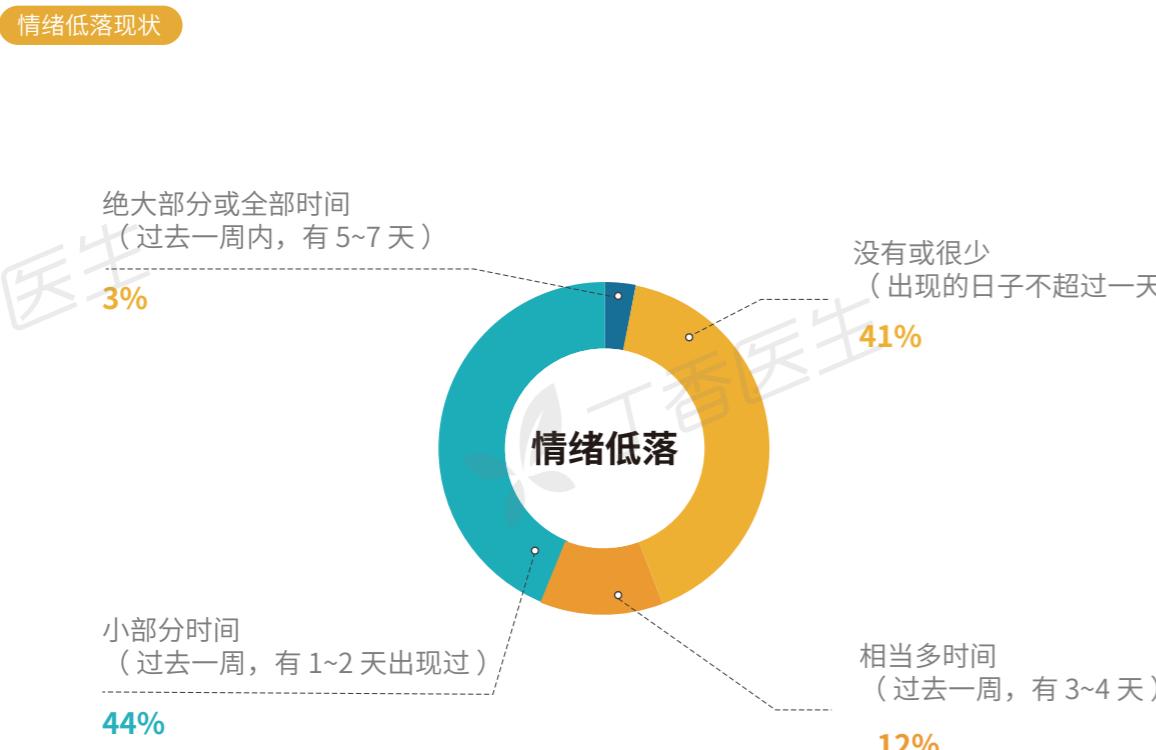


数据来源：丁香医生

心理咨询： 公众接受度仍不够高

1 多数人存在心理 / 情绪问题

接近 60% 的公众表示，在调查前一周内有过或轻或重的心理 / 情绪问题。心理 / 情绪问题可能是公众需要面临的一个高频问题。



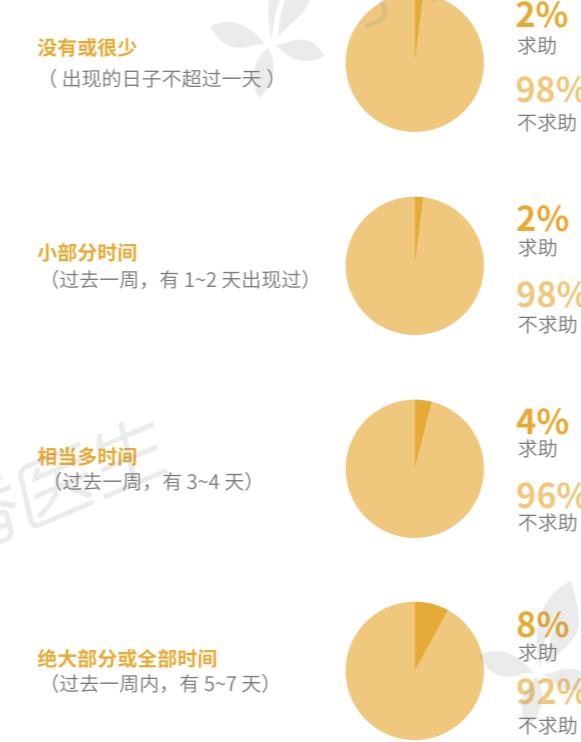
2 心理医生并不是人们的首选

15% 的人不会对情绪低落做任何处理。而对于会采取处理的公众而言，排名前三位的处理方式分别是：向朋友倾诉、睡觉、向家人倾诉。仅 3%

的人会寻求心理医生的帮助。即便在那些“绝大部分时间都处于抑郁状态”的人中，求助心理医生的比例也非常低，仅 8%。

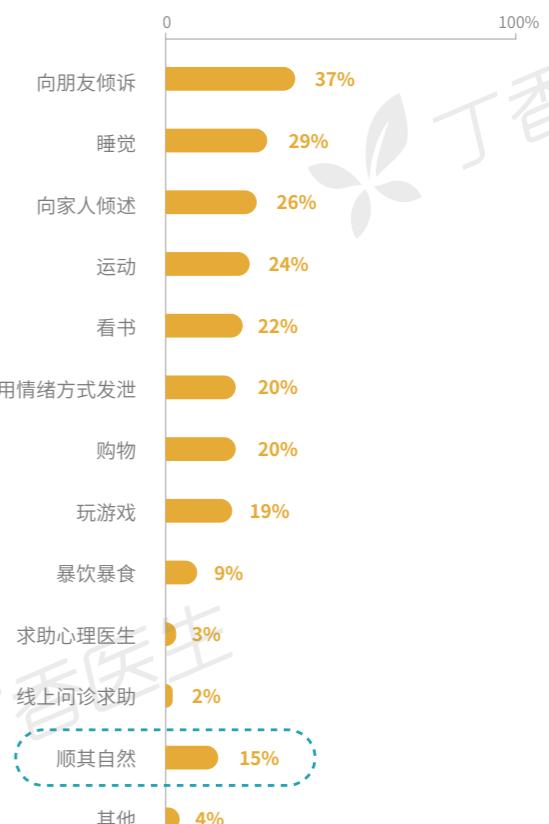
不同情绪状态人群的心理咨询比例

■ 求助心理医生 ■ 不求助心理医生



数据来源: 丁香医生

情绪低落处理方式

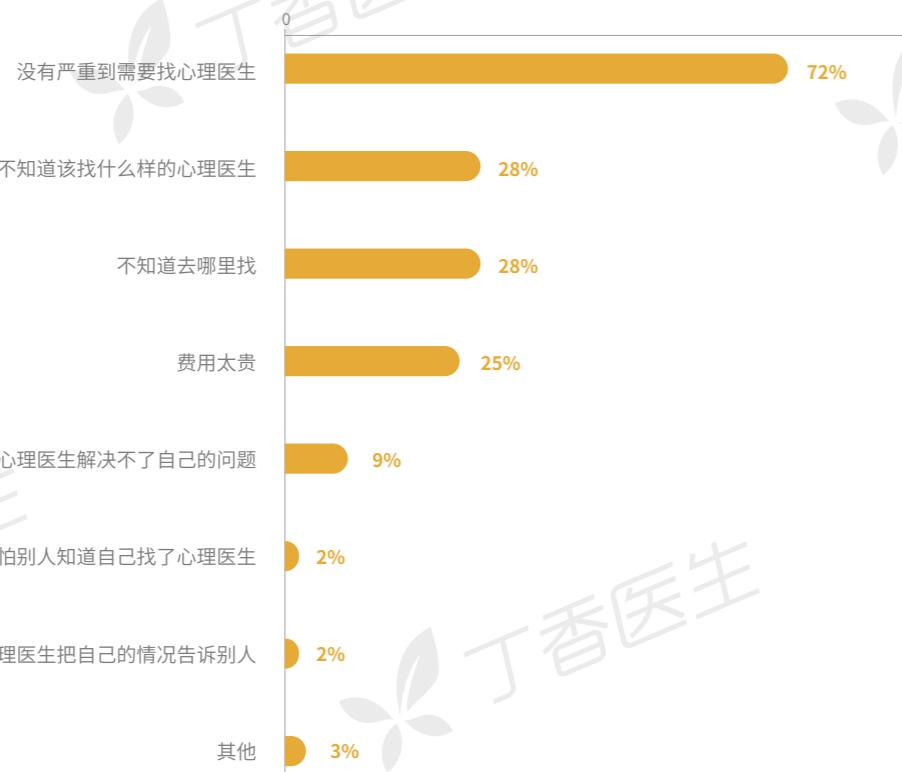


数据来源: 丁香医生

③ 找不到靠谱渠道也是主要问题

大部分公众认为自己的心理问题，并没有达到需要寻求心理医生帮助的地步；然而当真的需要找心理医生时，如何找到可靠的心理医生也是公众的疑惑点；与此同时，心理医生的收费过高，也是公众关注的问题。

人们对心理医生的担忧



数据来源：丁香医生

专家解读



张昕

北京大学心理与认知科学学院
副教授

“

从美国的数据来看，每 1000 名美国人中就有一个心理咨询师，许多家庭还有自己的私人心理医生。他们一旦感觉到任何不快或是某些负性情绪，完全可以找自己的心理医生倾诉。

而反观中国，心理咨询的模式没有被中国市场广泛接受。就目前而言，按照美国每 100 万人中有 1000 人（1000:1）提供心理咨询服务的比例计算的话，中国的心心理咨询师存在 47.6 万的缺口。

而更严重的是心理医生素质也是良莠不齐，部分从业者缺乏系统培训，入行门槛低，培训时间短。一个没有任何相关知识背景的人，只需交几千块钱培训 20 天，就可以考取国家二级心理咨询师执业证书。不合格咨询更容易造成误诊漏诊。不少咨询师为了增加治疗次数，会轻易下结论，并把咨询者情况说得很严重，反而增加了他们的心理压力。

在美国、德国等心理咨询行业相对成熟的国家，会有相应的专业配套管理模式。美国要求咨询师必须具有临床心理博士学位，并有 2~3 年实习期，后期还有一系列考核。

随着《精神卫生法》的颁布，我国也正在努力解决心理咨询行业中的种种问题。其中“临床与咨询心理学专业机构和专业人员注册系统”的出现就标志着我国心理咨询行业的逐步规范化。

”

第五部分 健康消费诉求

“

既往公众对于健康相关的支出更多体现在就诊行为中，但随着公众健康意识的提升及健康概念的延展，健康相关的消费也在公众支出中占据越来越重要的地位。

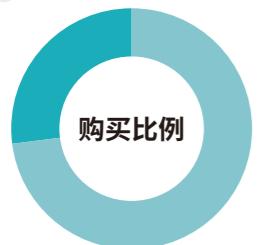
除了大健康产业以外，其他产业也开始关注并响应公众的健康需求，比如在产品中增加健康相关元素，以提升产品的关注度和溢价空间。

健康保险： 80 后更有意愿且花费最多

1 70、80 后为健康险主要购买者

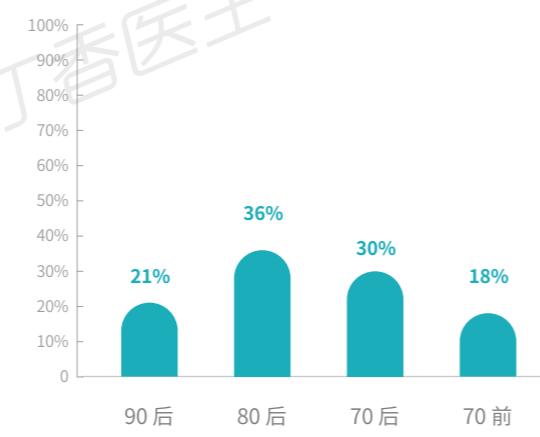
在公众人群中，有 27% 的人购买了健康险，其中 80 后的购买比例最高，达到 36%；而 70 后的购买比例也达到 30%；70 前的购买比例最低，仅 18%。

健康险的购买比例



数据来源：丁香医生

不同年龄购买健康险的比例



数据来源：丁香医生

大部分公众年保险花费在 5000 元左右。在 80、90 后公众里，愿意支出高额保险经费的人群占比更高。尤其是 80 后，年保险花费在一万元以上的公众占比达到 23%；在 70 后和 90 后中，该占比分别是 17% 和 19%；而在 70 前人群中，该占比为 8%。

不同年龄的保险花费

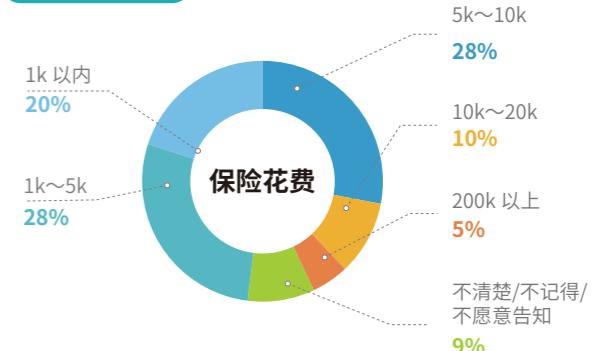


数据来源：丁香医生

2 医疗险和重疾险认知度最高

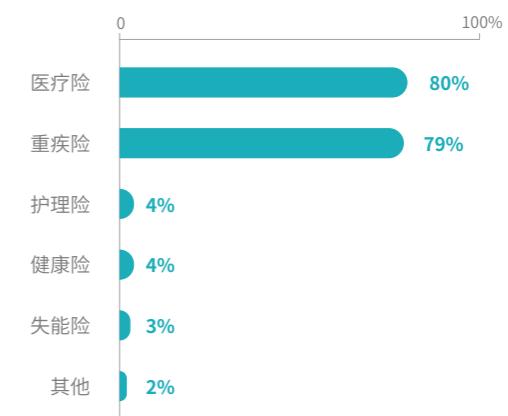
在购买的具体险种方面，80% 的公众会购买医疗险，而 79% 的公众会购买重疾险。护理险、失能险和其他险的购买占比都非常低，但这也与此类险种在市面上的推广力度及认知度较低有关。

购买保险花费



数据来源：丁香医生

购买健康险具体险种情况

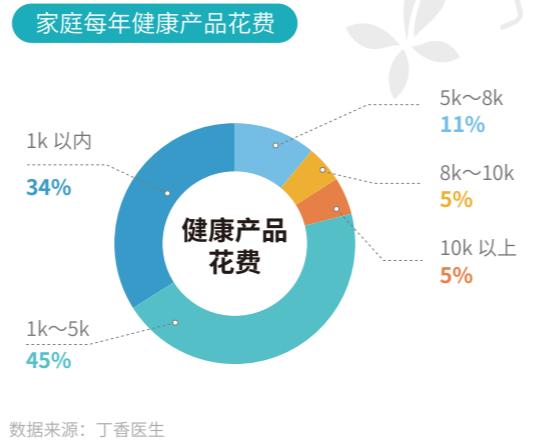


数据来源：丁香医生

健康产品： 专业机构背书具有更强吸引力

1 九成公众购买过健康产品

公众对于健康产品的支出，年花费基本在 5000 元之内。46% 的公众因为健康因素而购买了空气净化器、净水机等健康相关类家电；45% 的人购买了营养补充剂、维生素等产品；购买运动健身产品、健康日用品、健康应用程序的人分别占 42%、38% 和 32%。从未买过健康相关产品的人，仅占 11%。



购买健康产品的类型



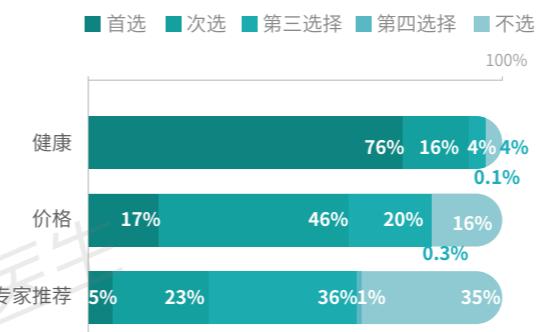
2 专业机构推荐增加产品信任度

当公众需要购买健康相关产品时，68% 的公众表示，当产品有专业人士 / 机构推荐时会增加他们购买产品的可能性，这可能与专业人士 / 机构所带来的信任度有关。

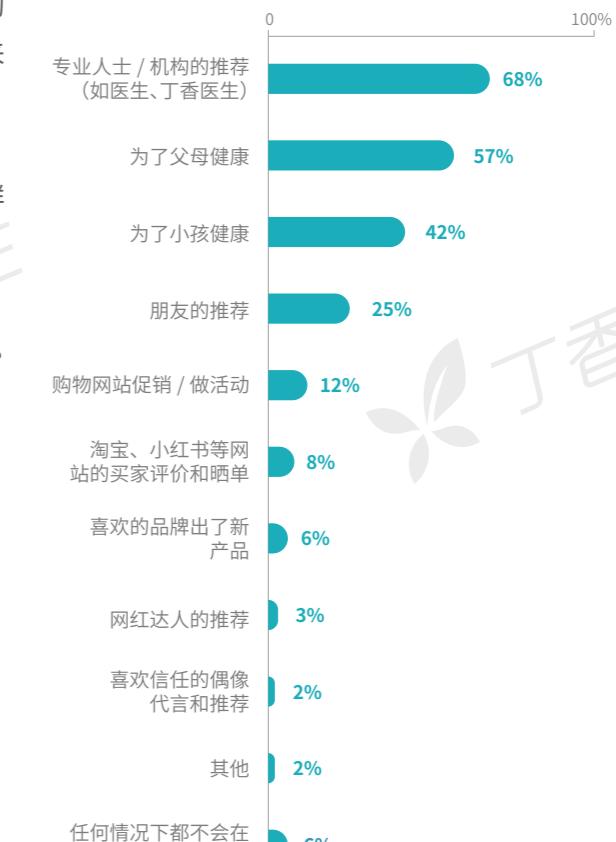
同时当家里有特殊人群（老人、小孩）时，特殊人群的健康也会成为公众购买产品时的主要考量因素。

针对健康相关产品，公众对于价格的敏感度不高。76% 的公众购买产品时注重的是产品对于健康的提升情况，其次才是价格因素。

价格、健康、专业人士对于产品的影响



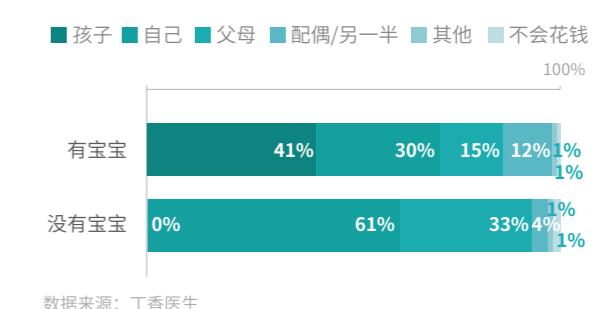
产品购买的影响因素



3 有孩家庭对儿童健康产品更关注

在有孩家庭中，为孩子买单的健康产品占比最高；对比没有孩子的公众来看，有孩家庭相对压缩了为自己及为父母所购买健康产品的消费预算。

不同人群的健康买单对象



附录-调研说明

1 调研说明

研究方法:在线问卷调研

数据来源:丁香医生媒体矩阵渠道

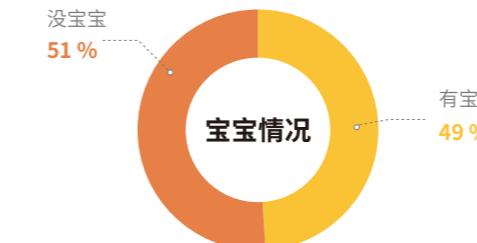
调研时间: 2018.12

研究对象:全国的健康敏感人群

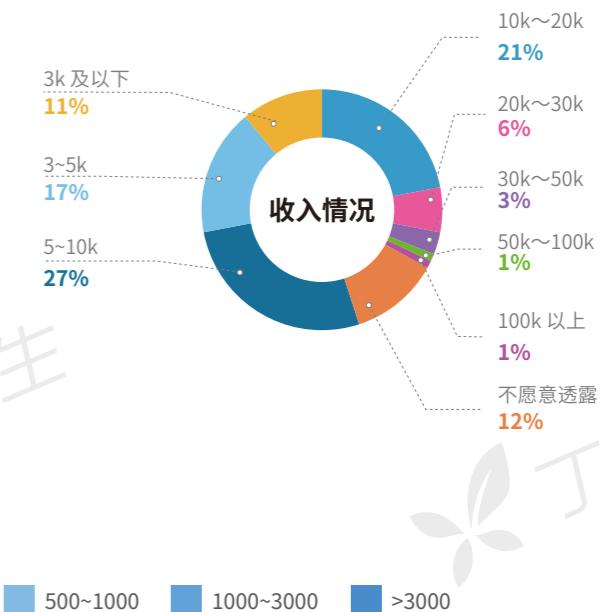
研究范围:全国 34 个省级行政区域

样本量: 53335

宝宝情况



月收入情况



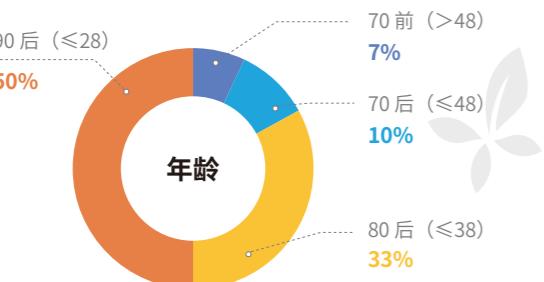
样本区域

<200 200~500 500~1000 1000~3000 >3000

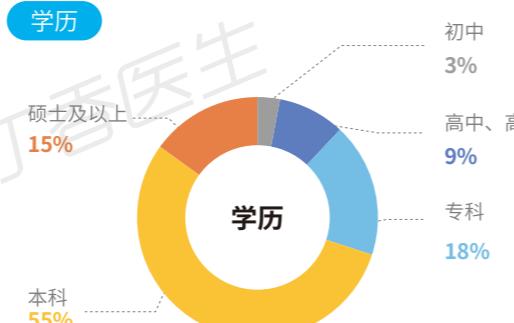


2 样本情况

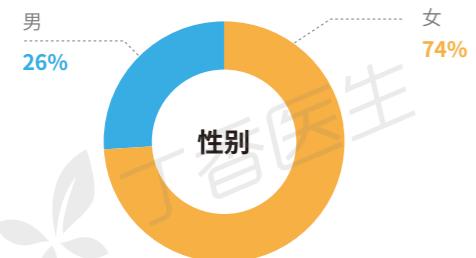
年龄



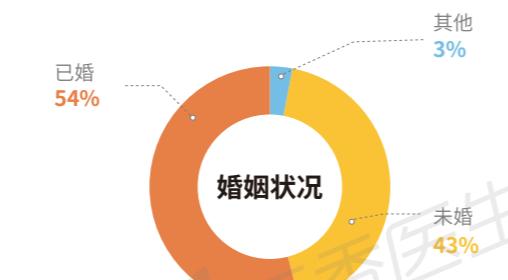
学历



性别



婚姻状况





让健康更多 让疾病更少

More Health Less Illness

数据 / 品牌 / 商业合作

E-mail: sales_toc@dxy.cn

/出品方/
丁香医生 健康报移动健康研究院

/策划/
丁香数据研究院 丁香数字营销中心

/专家支持/
王含 张昕 齐峥嵘 阮光锋

/数据分析/
詹一 沈佳

/撰写/
詹一 沈佳 王丹 吕妍

/设计/
黄彩红 陈斌