

中国移动健康用户数字行为专题分析2019

数字化驱动大健康领域转型升级，用户差异化健康诉求得到满足

本产品保密并受到版权法保护

Confidential and Protected by Copyright Laws

Analysys 易观
你要的数据能力



分析定义与分析方法



分析定义及分析范畴

- 本分析内容主要分析对象是2019年健康领域线上用户。文章通过对2019年健康线上用户的属性、触媒习惯、兴趣爱好等领域的剖析，了解用户的生活形态和价值观变化。



分析方法

- 分析内容中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及易观分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。



千帆说明

- 千帆分析全国网民，分析超过99.9%的APP活跃行为。
- 千帆行业划分细致，APP收录量高，分析45领域、300+行业、全网TOP 4万多款APP。
- 千帆是数字化企业、投资公司、广告公司优选的大数据产品，2015年至今累计服务客户数量400+。

目录

CONTENTS

- 01  数字健康人群消费能力强，追求生活品质
- 02  数字健康三大板块中，运动健身全面普及，健康管理未来可期
- 03  三类群体数字行为差异显著：运动健身用户观念新潮；健康管理用户消费能力强；养生保健用户移动办公应用使用率高

PART 1



数字健康人群消费能力强，追求生活品质

© Analysys 易观

www.analysys.cn

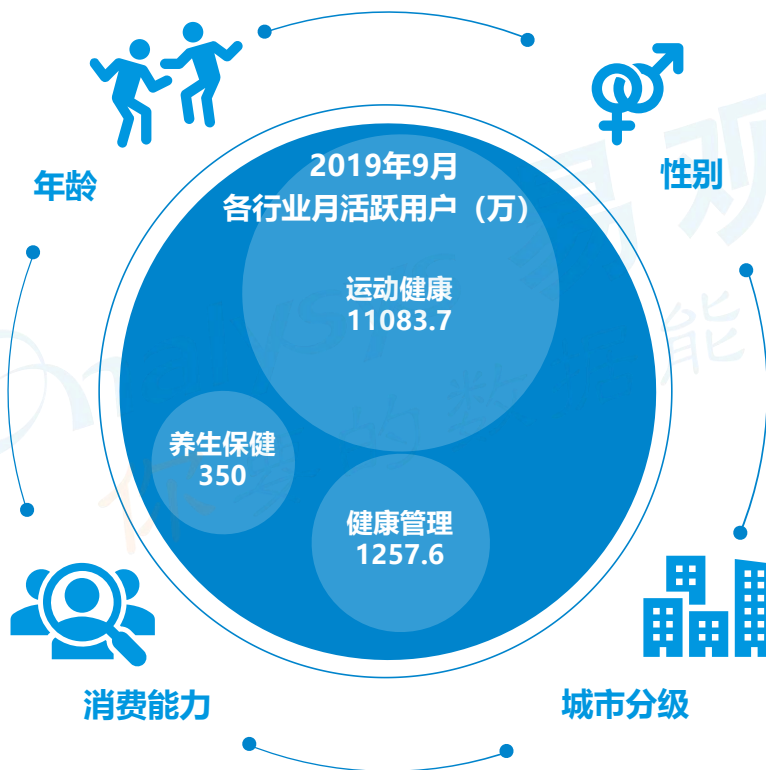
从整体来看，数字健康人群一线城市比重高，消费能力强，追求生活品质，信奉“身体是革命的本钱”

31-40岁人群占比 34%-40%

31-40岁人群大多有稳定的工作，消费能力较高且更关注健康，所以该年龄层的人群占比远高于全网水平的30%。

中高消费人群占比 35%-38%

健康是需要一定成本的，健身、体检、养生等均需要一定的消费能力作为支撑，因此中高消费人群占比远超全网平均水平的25.8%。



男女比 1:1

健康类APP性别比基本维持在1:1的均衡比例。

超一线和一线城市人群占比 60%-63%

一线城市用户在繁忙的工作之余更加关注身体健康，因此超一线、一线和二线城市用户占比略超全网平均水平。

PART 2



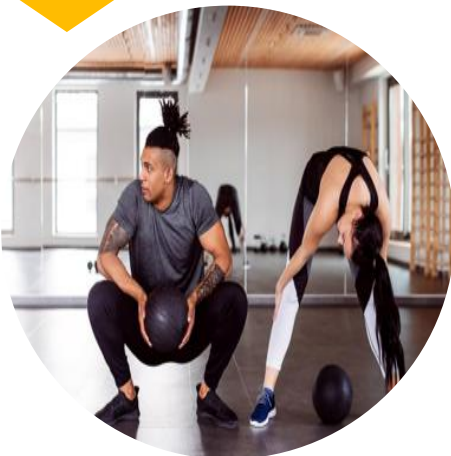
数字健康三大板块中，运动健身全面普及，健康管理未来可期

© Analysys 易观

www.analysys.cn

2.1 数字健康已覆盖运动健身、健康管理、养生保健三大用户群体

运动健康群体在数字用户中的渗透率最高，由于对场地的需求，运动健身群体在二线城市的普及率优与一线城市，从用户行为来看，他们的平均年龄较小，社交行为活跃，消费理念超前，平时分期消费行为显著



运动健身群体 1.1亿人
(跑步类、运动健身类应用)

在消费升级的大背景下，健康管理类应用逐步兴起，健康管理群体收入水平高，线上消费能力较强，他们平时工作强度较大，亚健康群体比重高，他们线上体检的意识逐步养成。



健康管理群体 1200万人
(健康管理、体检类)

随着数字用户老龄化比重的增长，养生保健群体比重不断增长，在移动健康群体中，他们的平均年龄最大，日常生活也逐步受到移动互联网渗透，线上资讯阅读领域的TGI表现较高



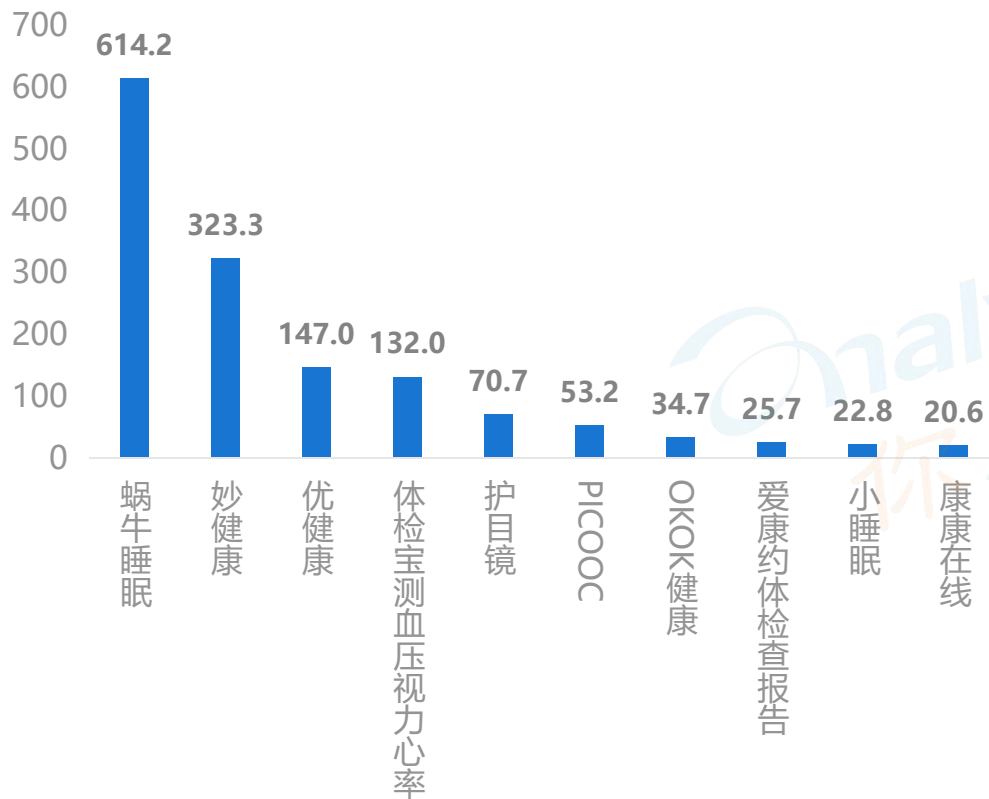
养生保健群体 400万人
(中医养生、护眼保健类)

2.2 运动健身群体在线上获得健身指导、内容资讯及配套硬件等一站式服务



2.3 健康管理应用为用户提供健康状况监测、体检、就诊、自诊等完善的医疗健康服务

2019年10月健康管理月活跃人数（万人）
TOP10 APP



健康管理类APP主要功能

健康数据分析	通过 收集用户的健康数据 （体检报告数据、智能设备数据、健康评测数据，运动数据等）为用户 建立一个健康档案
健康知识库	泛指 与健康相关的所有知识内容 ，包含健康资讯。
预约挂号	可以在提高医院的工作效率的同时还可对患者进行分流。
体检服务	用户可以在线查看并 预约体检项目 ，还可以 查看体检报告 。
在线咨询	患者用户与医生进行在线沟通、表达自己的需求，医生为用户解答疑难、给出建议。
健康商城	将售卖商品的范围缩小至了 健康品类 ，是此类APP重要的盈利途径。

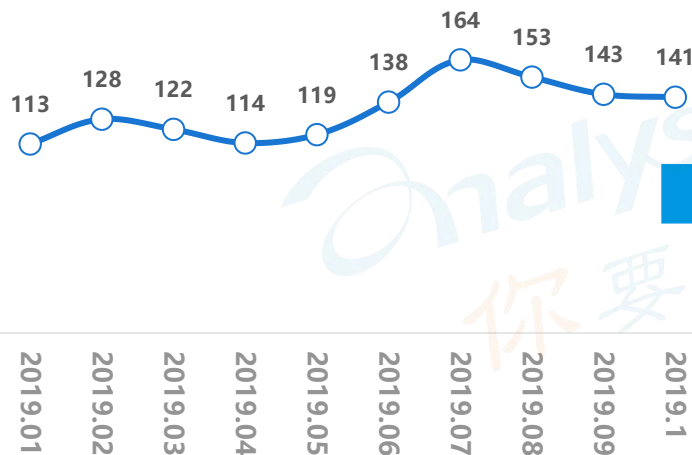
2.4 以中医养生、眼部护理为代表的养生保健群体正逐步兴起

相较于能为用户提供一站式服务的运动健身类APP和随时跟踪用户健康的健康管理类APP，**养生保健类APP关注的方面更为聚焦**，主要分为主打工具属性的护眼类APP如护眼宝、云朵护眼等和传播中医内容资讯的养生类APP如听会儿中医、健康养生。

护眼保健

护眼保健类APP的**工具属性较为突出**，主要功能是调节屏幕亮度等以减少对眼睛的损害。

2019年1-10月护眼宝数字用户规模（单位：万人）



该类APP中，除护眼宝有143万的月活用户外，其他APP体量都较小。但护眼宝的用户粘性和用户活跃度均表现不及其他APP。

中医养生

中医养生类APP主要以**内容资讯为主**，养生知识科普、中医药方、中医自我诊疗等都是这类APP中的内容重点。



24-35岁群体是该部分APP的主要用户，一方面，相较于年轻人，进入30岁后更加重视身体健康；另一方面，相较于35岁以上的人群，该部分群体对智能手机的使用更加熟练，触网频率也更高。

