

# 中国互联网民大健康研究报告—— 健康服务需求篇

2015年

[www.iresearch.com.cn](http://www.iresearch.com.cn)

## 健身课程：

- 近半网民使用过，但现有付费率不足2成
- 付费用户对健身课程效果更为满意
- 未来，3成网民愿意付费，个性化定制是付费的主要动因

## 互联网医疗服务：

- 认知率高，使用率低
- 预约挂号是目前最主要使用的互联网医疗服务类型
- 在线问诊的使用人群付费率过半
- 家庭常备药是网友在线购药的主要品类

## 智能健康设备：

- 认知率高，使用率低
- 性价比不高是网民不购买的主要原因
- 使用智能健康硬件进行健康管理是购买的主要动因
- 未来近8成网民会考虑购买智能硬件

1

## 网络健身服务需求分析

- 网络健身课程使用情况
- 网络健身课程付费情况

2

## 网络医疗服务需求分析

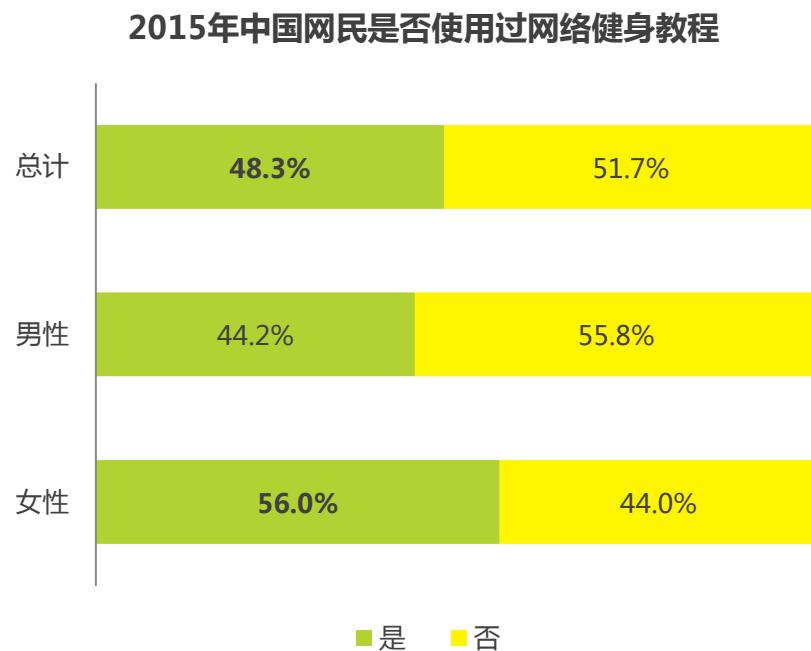
3

## 智能健康硬件需求分析

# 1.1 网络健身课程使用情况

## 近半网民使用网络健身课程，女性居多

- 艾瑞数据显示，48.3%的网民朋友使用过网络健身教程。
- 56.0%的女性受访者使用过网络健身课程，高于男性受访者；相对而言，女性更多使用网络健身课程。



样本：N=2756，2015年8月通过用户在线调查获得。

1

## 网络健身服务需求分析

- 网络健身课程使用情况
- 网络健身课程付费情况

2

## 网络医疗服务需求分析

3

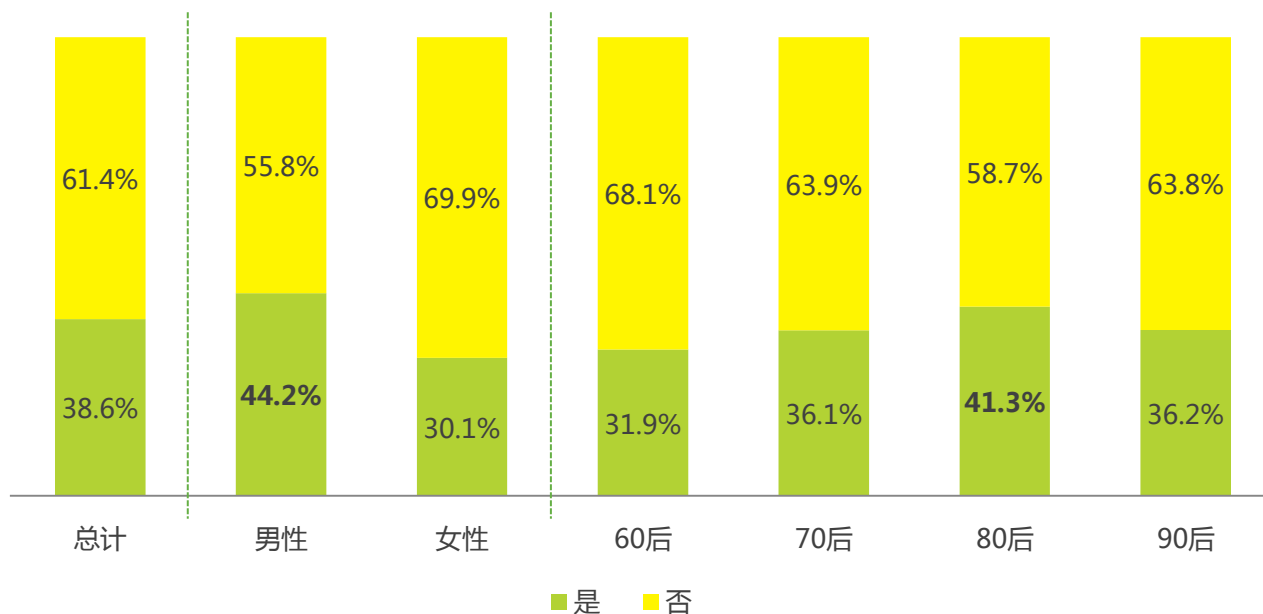
## 智能健康硬件需求分析

## 1.2 网络健身课程付费情况

### 4成网民付费购买过网络健身课程，80后略多

- 目前来看，仅有38.6%的网民付费购买过网络健身课程；6成以上的网民朋友更偏向获取免费的网络健身课程。
- 44.2%的男性网民付费购买过网络健身课程，高于女性网民。相对而言，男性网民更易为网络健身课程付费。
- 41.3%的80后付费购买过网络健身课程。相对于其他年龄人群，80后更易为网络健身课程付费。

2015年中国网民是否付费购买或订阅过网络健身课程



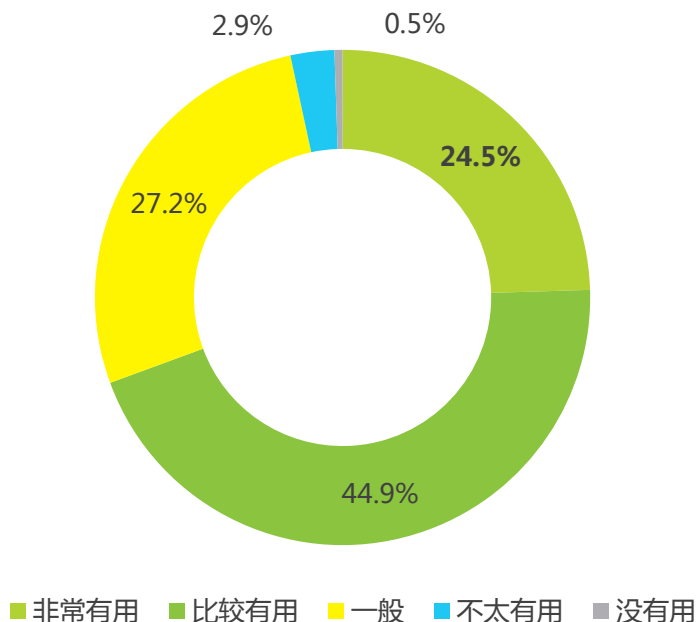
样本：N=1330，2015年8月通过用户在线调查获得。

## 1.2 网络健身课程付费情况

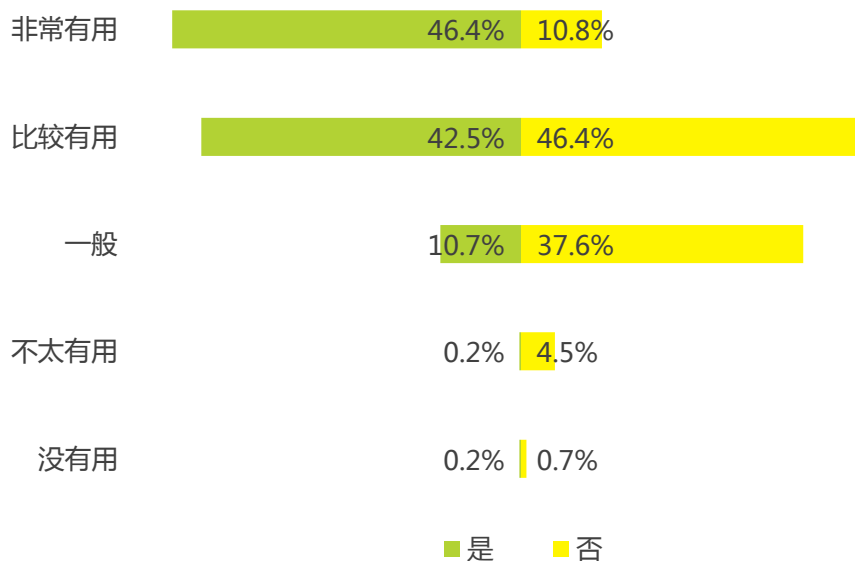
### 付费网民更满意网络健身课程的效果

- 近7成网民认为网络健身课程有用，24.5%的人认为网络健身课程非常有用；网络健身课程的效果得到多数网民的认可。
- 付费购买网络健身课程的网民中，46.4%的人认为网络健身课程非常有用，远高于非付费人群的比例。相对于非付费网民，付费网民更满意网络健身课程的效果。

2015年中国网民对网络健身教程的效果评价



2015年中国付费网民对网络健身教程的效果评价



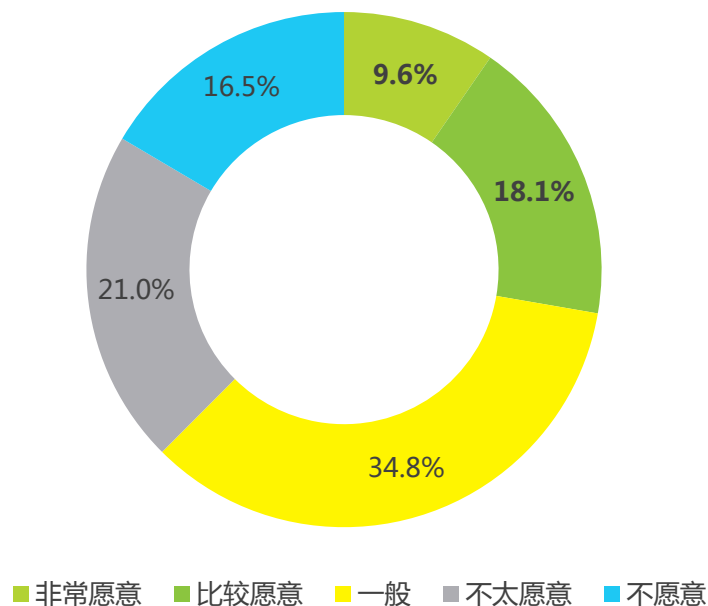
样本：N=1330，2015年8月通过用户在线调查获得。

# 1.2 网络健身课程付费情况

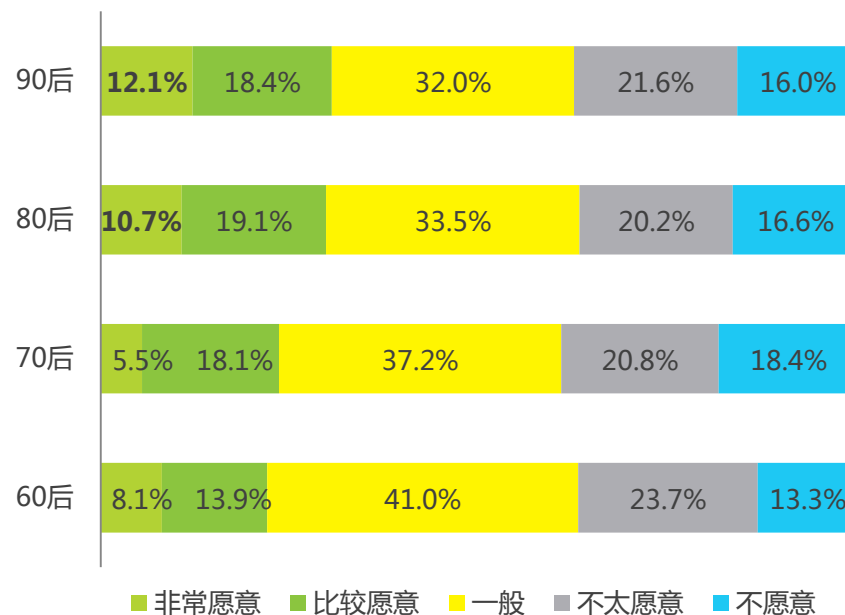
## 未来有3成网民愿意为网络健身课程付费

- 艾瑞数据显示，仅有27.7%的网民愿意为网络健身课程买单；
- 不同年龄段的网民对网络健身课程的付费意愿有所不同：12.1%的90后、10.7%的80后非常愿意为网络健身课程付费。
- 可见，未来年轻网民更易为网络健身课程付费。

中国网民未来是否愿意付费购买网络健身课程



中国网民未来是否愿意付费购买网络健身课程



样本：N=2756，2015年8月通过用户在线调查获得。

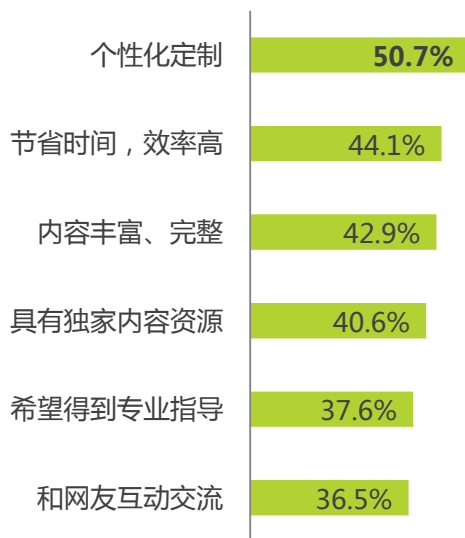


# 1.2 网络健身课程付费情况

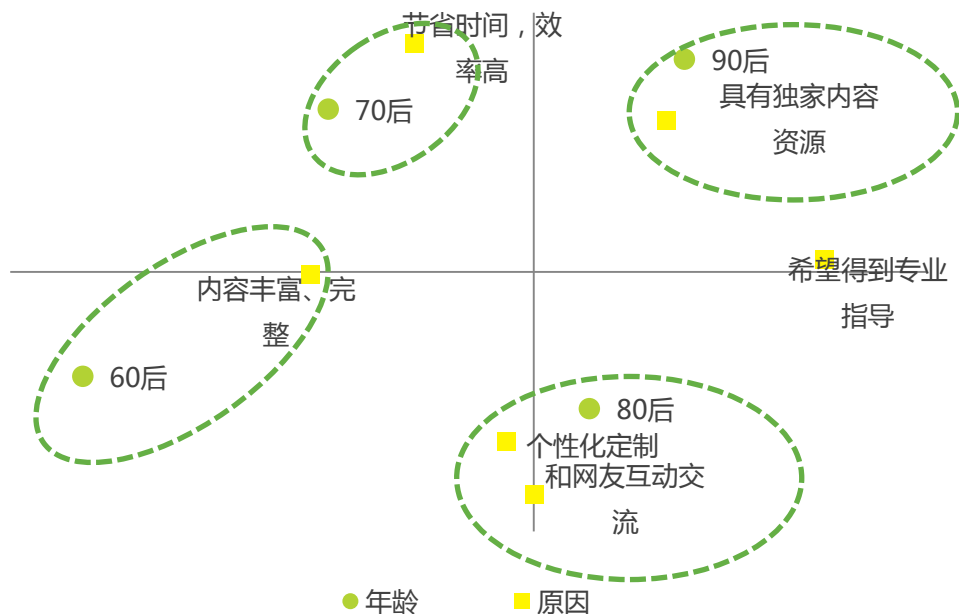
## 网民愿意付费的主要原因是可以进行个性化定制

- 50.7%网民因为“可以进行个性化定制”而愿意为网络健身课程付费；超4成网民因为“节省时间、内容丰富、具有独家内容资源”等原因愿意为网络健身课程付费。
- 80后网民更易因“可以进行个性化定制”和“可以和网友互动交流”而付费；70后更易因“节省时间”而付费；60后更易因“内容丰富完整”而付费；90后则更易因“具有独家内容资源”而付费。

2015年中国网民愿意付费购买网络健身课程的原因



2015年中国网民愿意付费购买网络健身课程的原因



样本：N=764，2015年8月通过用户在线调查获得。

1

## 网络健身服务需求分析

2

## 网络医疗服务需求分析

- 网络医疗服务整体使用情况
- 在线问诊服务应用分析
- 医药电商应用分析

3

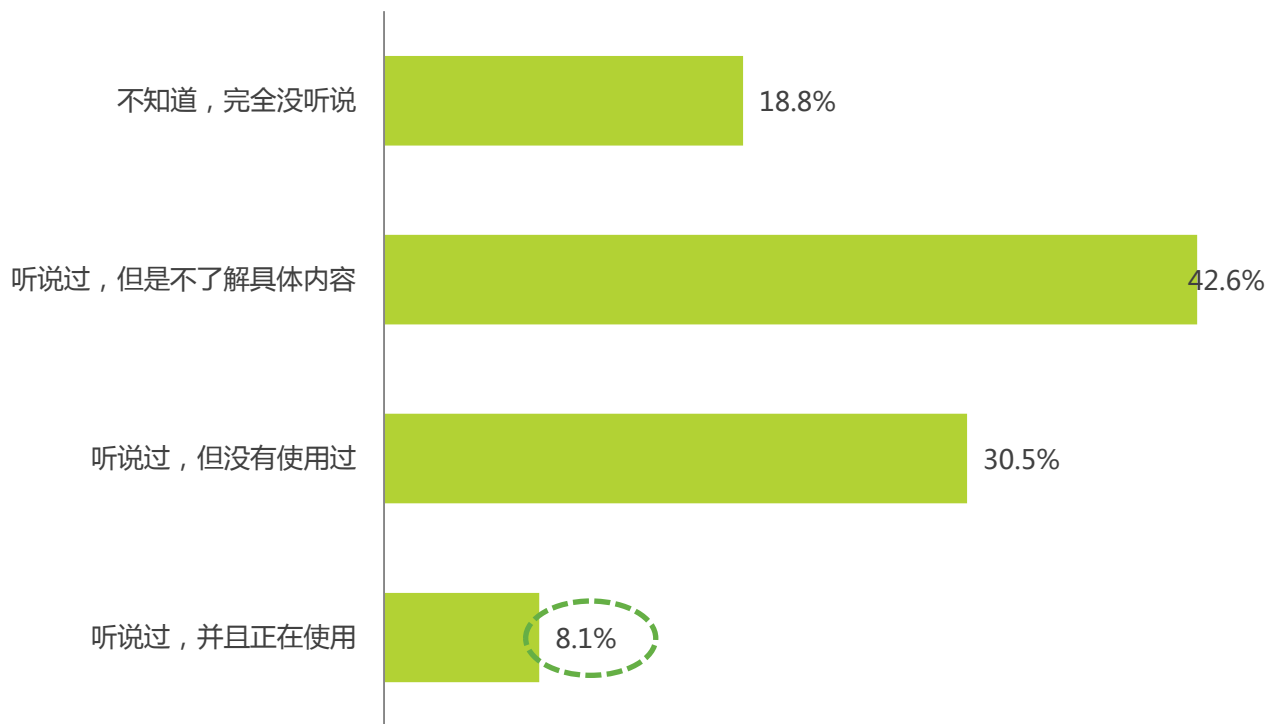
## 智能健康硬件需求分析

## 2.1 互联网医疗服务整体使用情况

### 网民对互联网医疗服务认知度高，使用率低

- 艾瑞数据显示，81.2%的网民听说过互联网医疗服务，但仍有近2成网民没有听说过互联网医疗服务；
- 91.9%的网民没有使用过互联网医疗服务，互联网医疗服务使用率较低。

2015年中国网民对互联网医疗服务的认知和使用情况



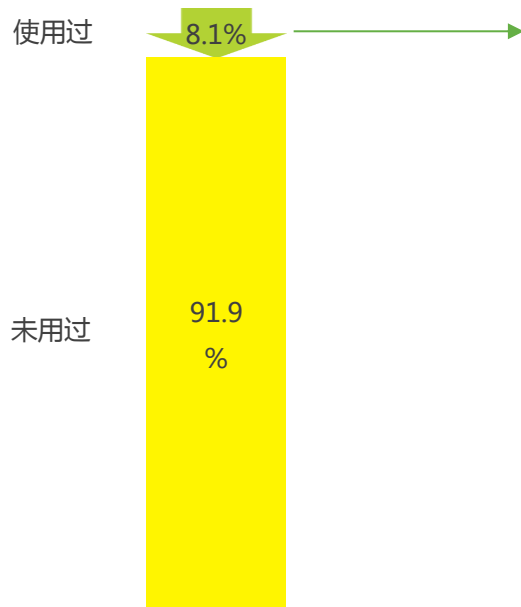
样本：N=2756，2015年8月通过用户在线调查获得。

## 2.1 互联网医疗服务整体使用情况

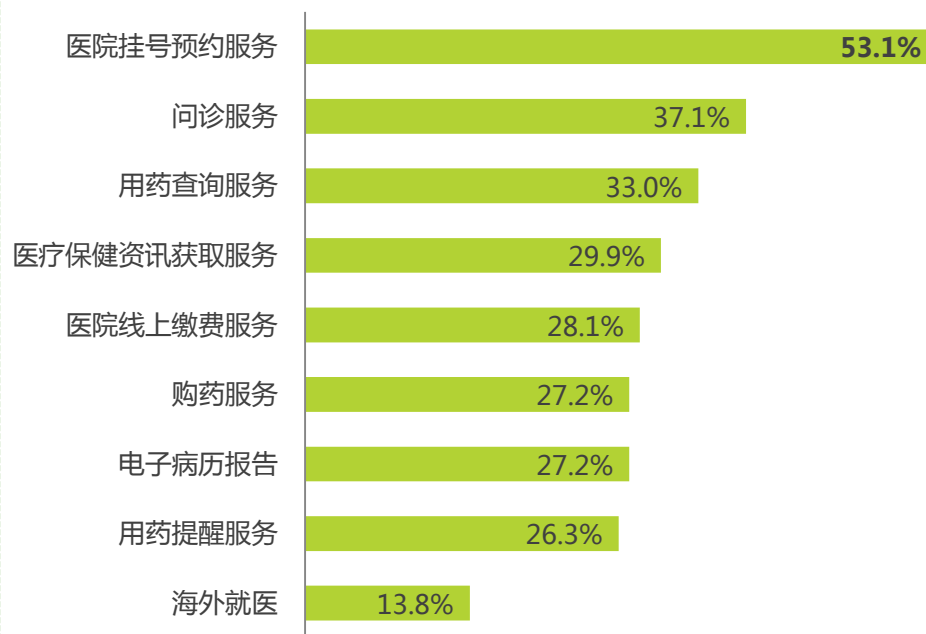
### 使用互联网医疗服务的网民主要使用医院挂号预约服务

- 在使用互联网医疗服务的网民中，53.1%的网民朋友使用过医院挂号预约服务，近4成网民朋友使用过问诊服务，3成网民朋友使用过用药查询、资讯获取、线上缴费等服务。相对于其他医疗服务，医院挂号预约服务市场接受度较高。
- 海外就医服务使用人数最少。

2015年中国网民使用/未使用互联网医疗服务的分布情况



2015年中国网民使用过的互联网医疗服务



样本：N=2756，2015年8月通过用户在线调查获得。

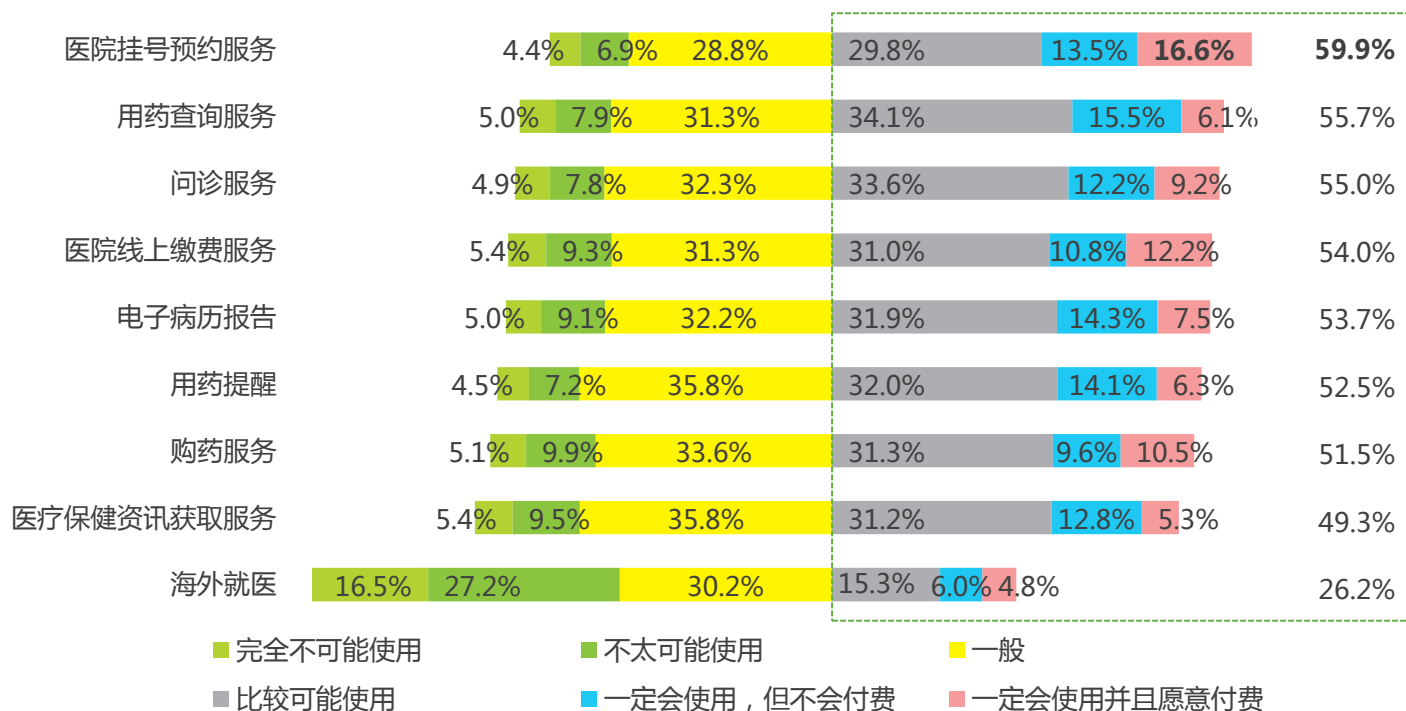
注释：使用过互联网医疗服务的样本数（N=224）太少，结果供参考。

## 2.1 互联网医疗服务整体使用情况

### 网民未来对挂号预约服务的付费意愿更强

- 59.9%网民未来会使用挂号预约服务，其中16.6%网民未来一定会使用互联网医疗服务并且愿意付费；
- 半数网民会使用用药查询、问诊、线上缴费、电子病历报告等服务；26.2%的网民朋友会使用海外就医服务。

中国网民未来对医疗服务的使用态度和意愿



样本：N=2756，2015年8月通过用户在线调查获得。

1

## 网络健身服务需求分析

2

## 网络医疗服务需求分析

- 网络医疗服务整体使用情况
- **在线问诊服务应用分析**
- 医药电商应用分析

3

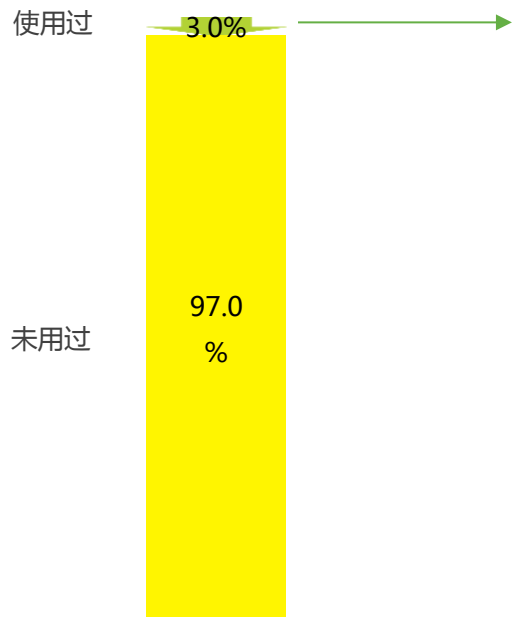
## 智能健康硬件需求分析

## 2.2 在线问诊应用分析

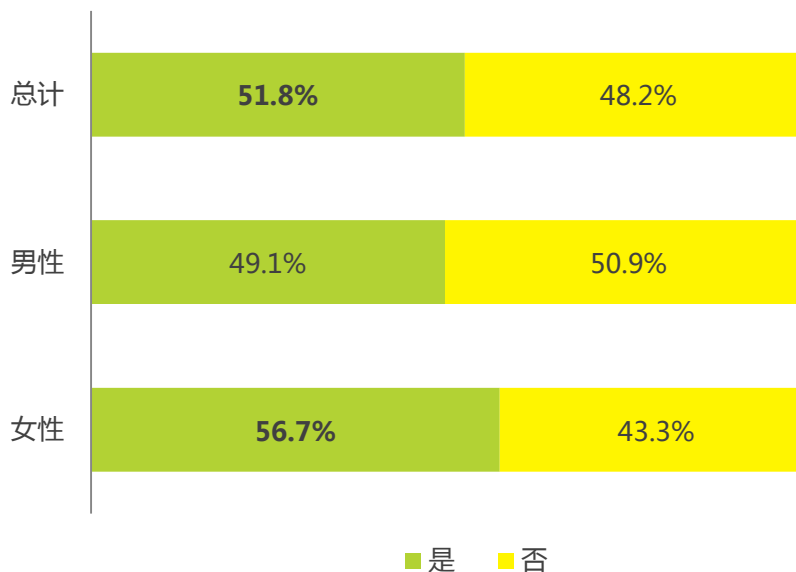
### 使用过在线问诊服务的服务付费率超半数

- 艾瑞数据显示，已使用过在线问诊服务的网民有51.8%付费使用过在线问诊服务。
- 56.7%的女性网民付费使用过在线问诊服务，略多于男性。

2015年中国网民使用/未使用在线问诊服务的分布情况



2015年中国网民是否付费使用过在线问诊服务



样本：N=2756，2015年8月通过用户在线调查获得。

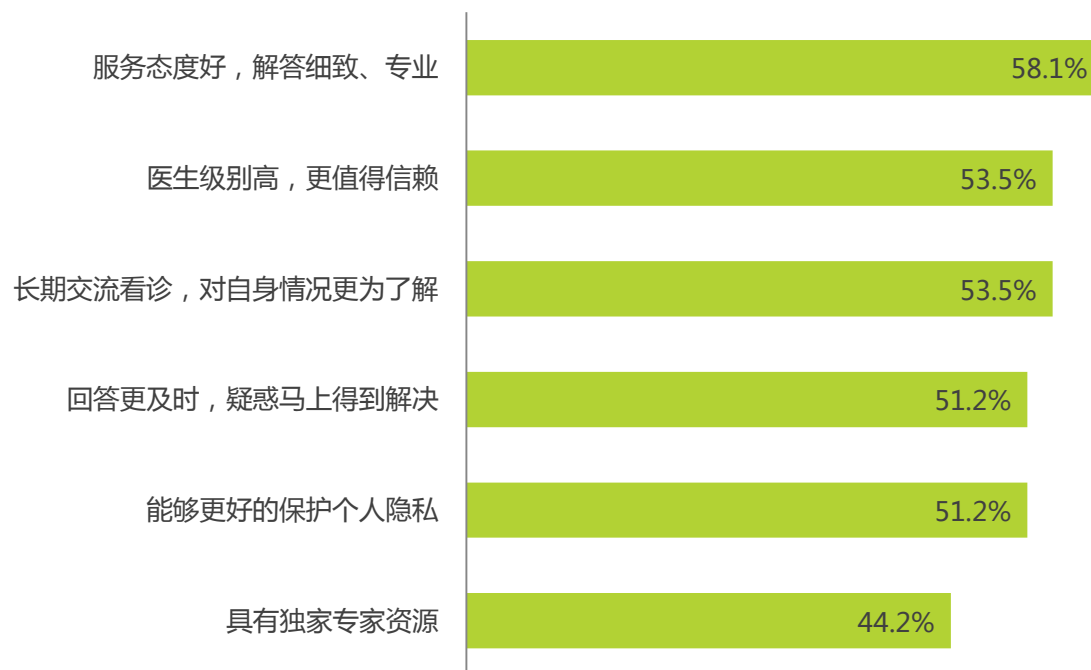
注释：使用在线问诊服务的样本数（N=83）太少，结果供参考。

## 2.2 在线问诊应用分析

### 网民因信息准确/服务好付费在线问诊

- 艾瑞数据显示，58.1%的网民愿意为在线问诊付费的原因主要是可以获得细致、专业的阶段，享受较好的服务态度。较多网民还因为“医生值得信赖”、“对自身情况了解”“回答及时”、“个人隐私得到保护”等原因选择付费在线问诊。

2015年中国网民愿意付费在线问诊的原因



样本：N=43，2015年8月通过用户在线调查获得。

注释：使用付费在线问诊服务的样本数太少，结果供参考。

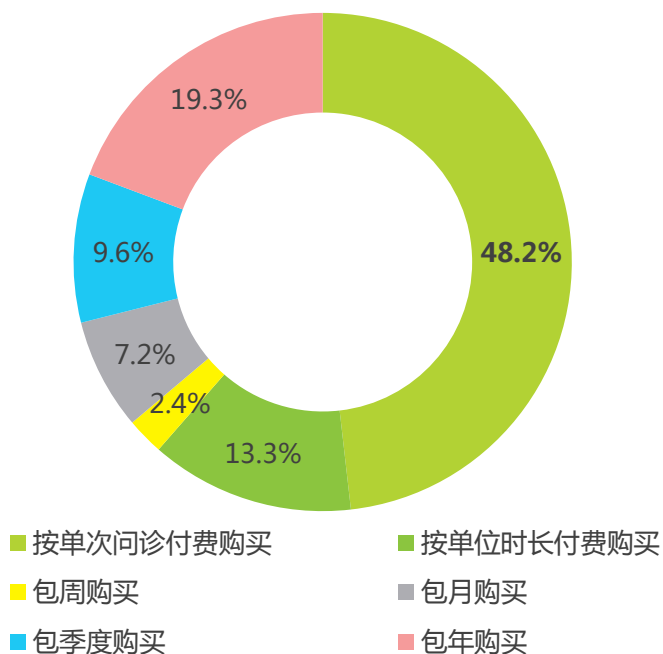


## 2.2 在线问诊应用分析

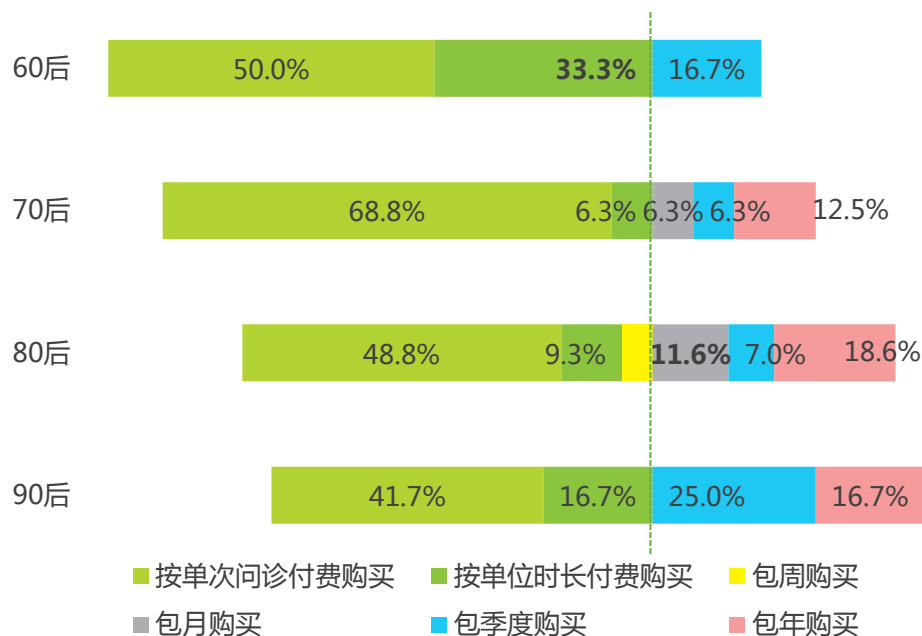
### 网民更偏向单次付费在线问诊

- 网民在购买在线问诊服务时，48.2%偏向按单次问诊付费购买。
- 不同年龄网民的付费方式存在差异。60后网民更偏向选择按单位时长付费购买，80后网民更偏向包月购买，90后网民偏向包季度购买。

2015年中国网民购买付费在线问诊的方式



2015年中国网民购买付费在线问诊的方式



样本：N=83，2015年8月通过用户在线调查获得。

注释：使用付费在线问诊服务的样本数太少，结果供参考。

## 2.2 在线问诊应用分析

### 单次支付，超半数网民的意愿付费金额为10元以内

- 选择“按单次付费问诊付费购买”的全部网民的意愿付费金额均在100元以下。
- 选择“包月购买、包季度购买、包年购买”的网民的意愿付费金额整体较高。其中62.5%选择“包季度购买”的网民的意愿付费金额在100元以上；56.3%选择“包年购买”的网民的意愿付费金额在100元以上。

2015年中国网民在线问诊的意愿付费金额



样本：N=83，2015年8月通过用户在线调查获得。

注释：使用付费在线问诊服务的样本数太少，结果供参考。

1

## 网络健身服务需求分析

2

## 网络医疗服务需求分析

- 网络医疗服务整体使用情况
- 在线问诊服务应用分析
- **医药电商应用分析**

3

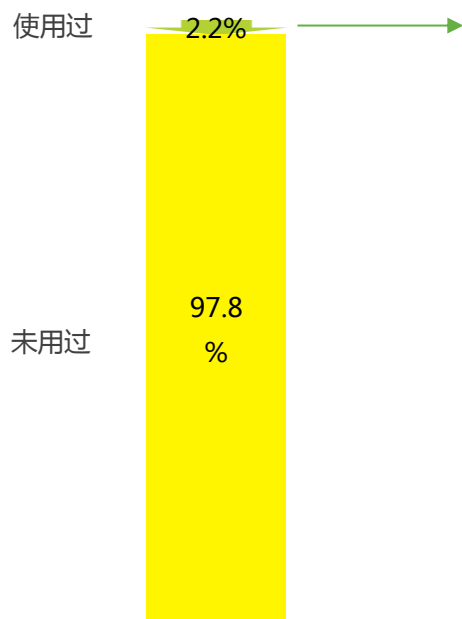
## 智能健康硬件需求分析

## 2.3 医药电商应用分析

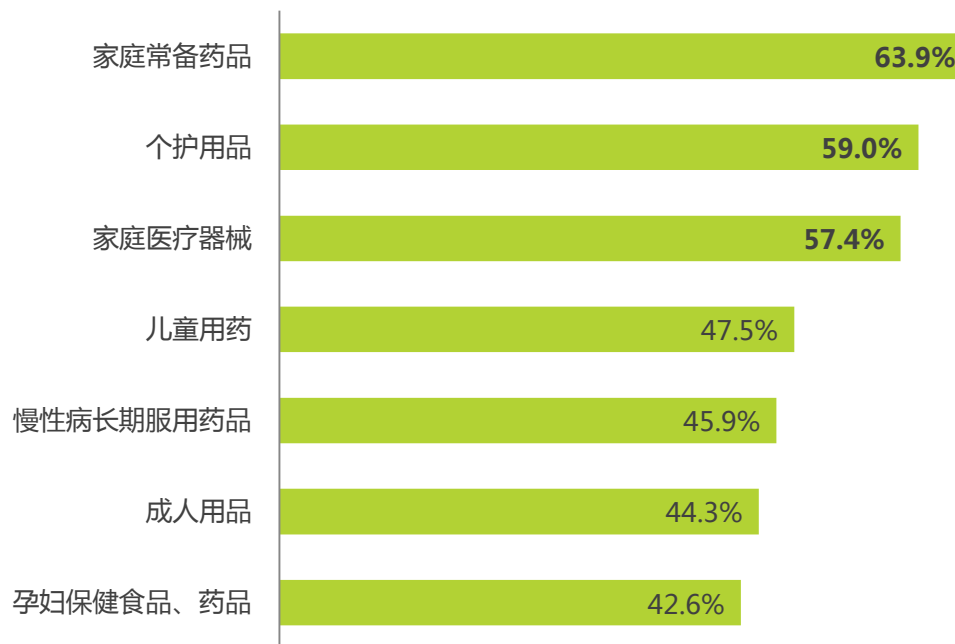
### 网民在线购买最多的为家庭常备药品

- 艾瑞数据显示，家庭常备药品、个护用品、家庭医疗器械为网民在线购买最多的三类用品，其中家庭常备药品占比最多，为63.9%。
- 4成以上的网民朋友会在线购买儿童药品，慢性病长期服用药等其他药品/保健品。

2015年中国网民使用/未使用医药电商的分布情况



2015年中国网民在线购买过的药品或保健品



样本：N=2756，2015年8月通过用户在线调查获得。

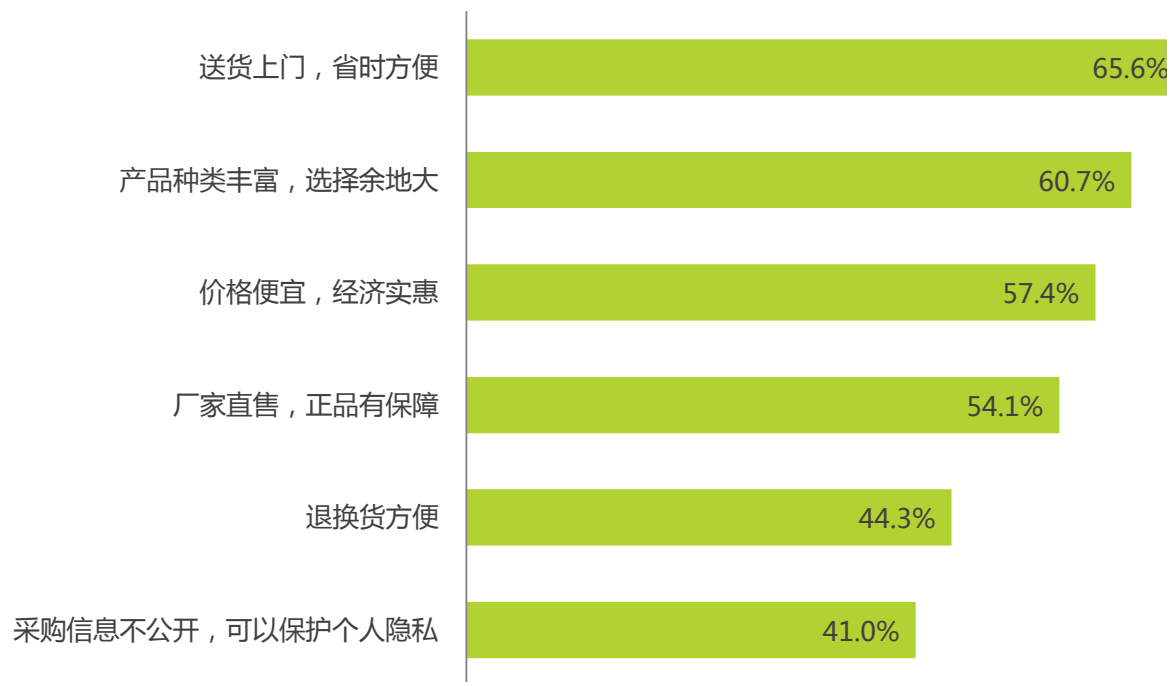
注释：使用医药电商服务的样本数（N=61）太少，结果供参考。

## 2.3 医药电商应用分析

### 网民在线购药的原因包括送货上门、产品选择余地大等

- 艾瑞数据显示，65.6%的网民因为“送货上门，省时方便”而选择在线购药，60.7%的网民因为“产品种类丰富”而选择在线购药，5成以上网民因为价格便宜、厂家直售等原因选择在线购药。

2015年中国网民选择在线采购药品或保健品的原因



样本：N=61，2015年8月通过用户在线调查获得。

注释：使用医药电商服务的样本数太少，结果供参考。

1

网络健身服务需求分析

2

网络医疗服务需求分析

3

智能健康硬件需求分析

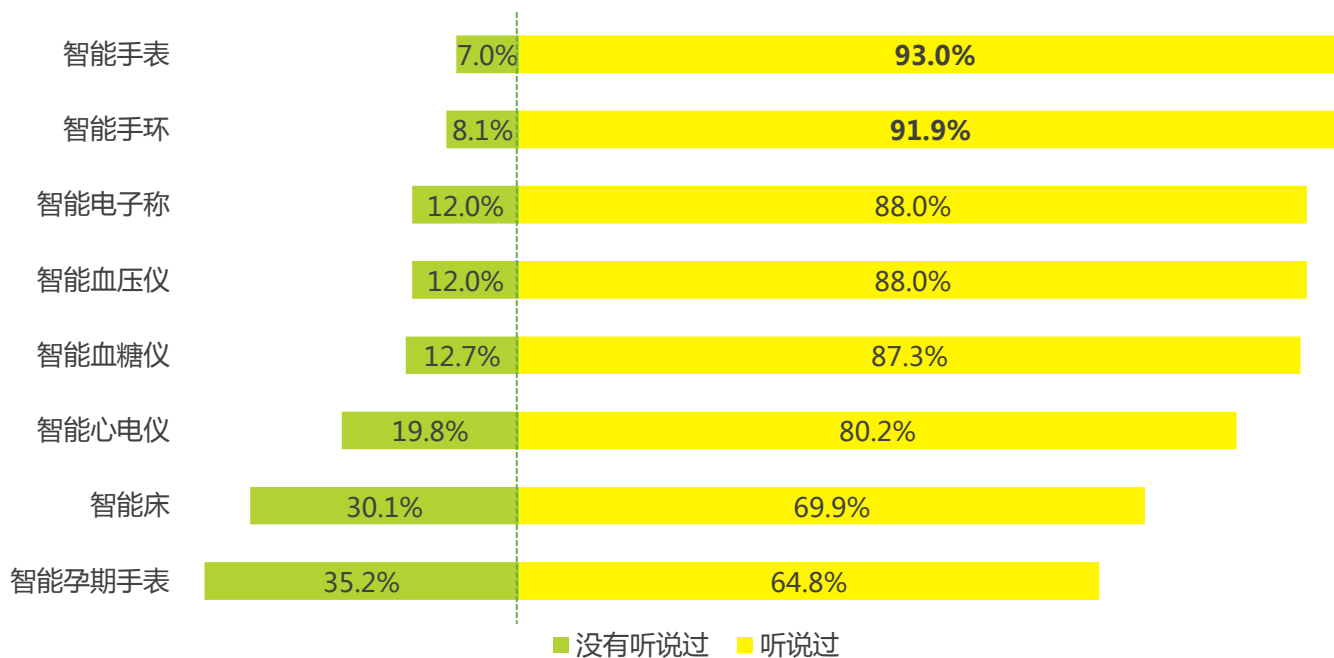
- 智能健康硬件应用现状
- 智能健康硬件应用前景

# 3.1 智能健康硬件应用现状

## 网民对智能健康硬件的认知度较高

- 艾瑞数据显示，7成以上的网民都听说过智能手表、智能手环、智能血压仪等智能健康硬件；其中智能手表、智能手环的认知度达到90%以上。而智能孕期手表的认知度相对较低，为64.8%。
- 整体来看，智能健康硬件的市场认知度已经较高。

2015年中国网民对智能设备的认知情况



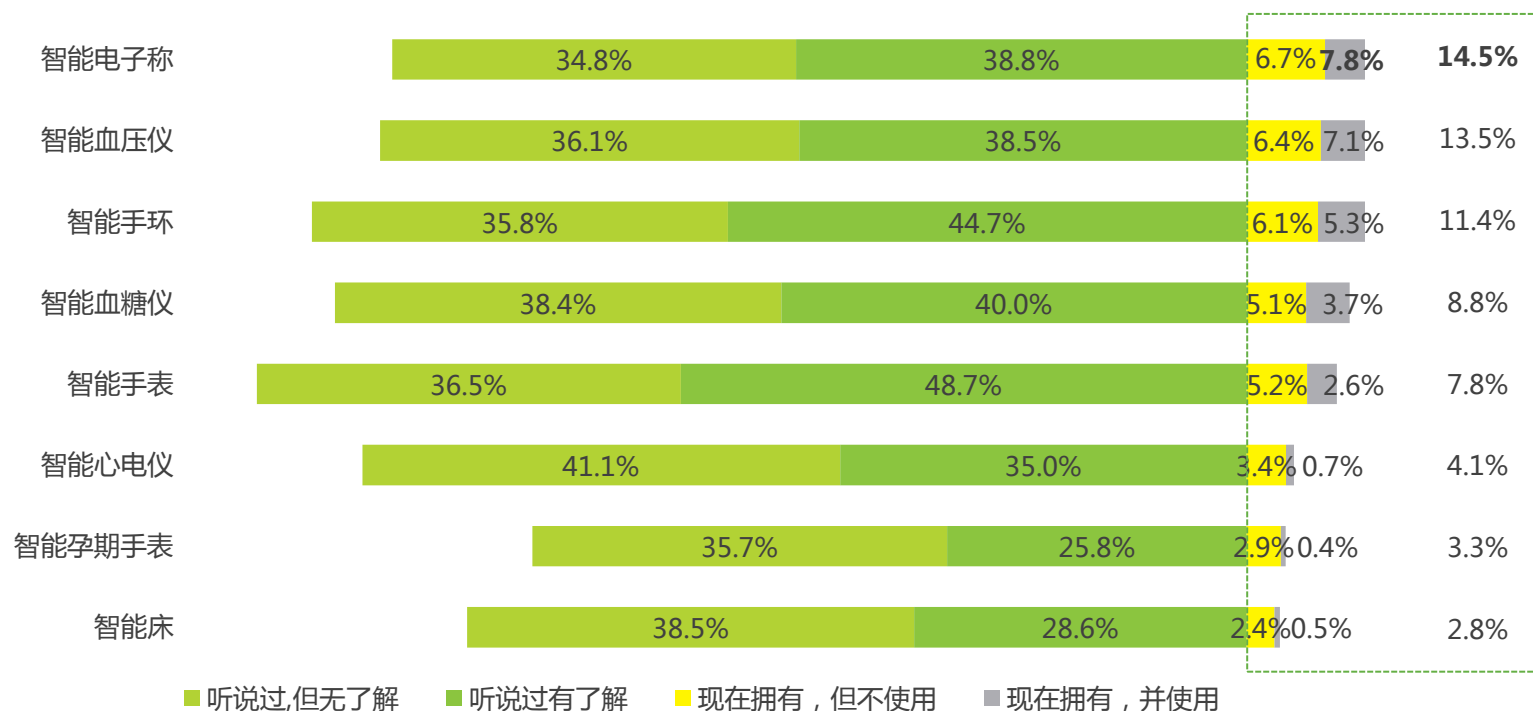
样本：N=2215，2015年8月通过用户在线调查获得。

# 3.1 智能健康硬件应用现状

## 但网民对智能健康硬件拥有率较低

- 6成以上的网民对于智能健康硬件的应用仅仅停留在“听说”的阶段，仅有不足2成的网民拥有智能健康硬件。
- 智能电子称、智能血压仪、智能手环的市场拥有率相对较高，其中智能电子称的拥有率达14.5%，使用率达7.8%。

2015年中国网民对智能设备的使用情况



样本：N=2215，2015年8月通过用户在线调查获得。

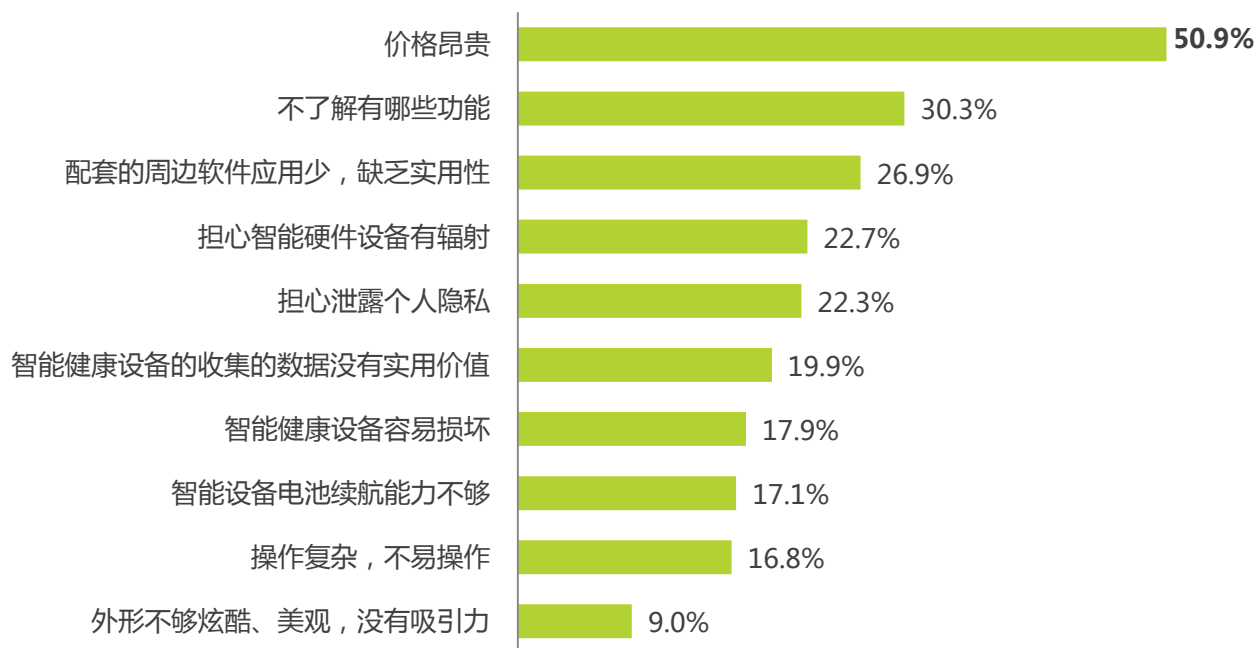


# 3.1 智能健康硬件应用现状

## 网民不购买智能健康硬件主要原因是缺乏性价比

- 艾瑞数据显示，50.9%的网民因为价格昂贵而不购买智能健康硬件，价格为智能健康硬件市场发展的重要影响因素。
- 此外，对智能健康硬件缺乏了解，实用性，安全性也是网民在购买智能健康硬件时考虑的因素。
- 总体看来，性价比不高是网民不购买智能健康硬件的主要原因。

2015年中国网民不购买智能健康硬件的原因



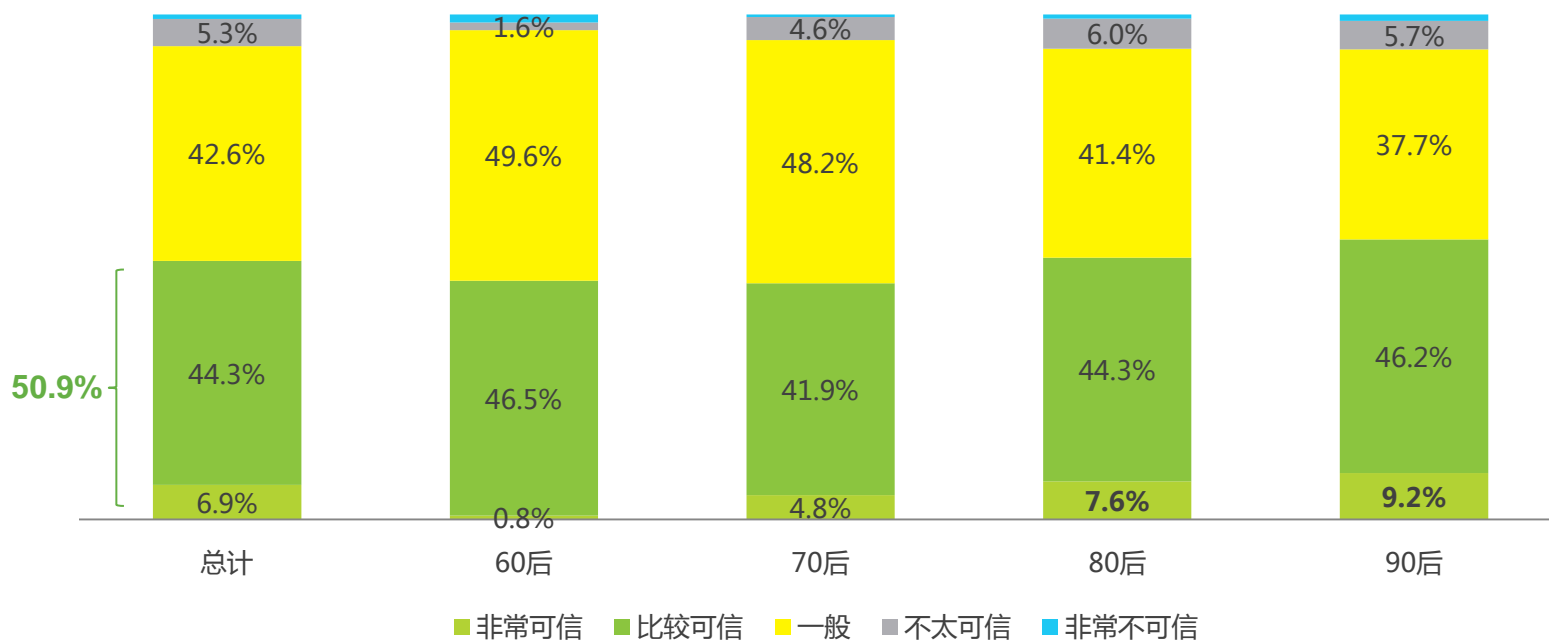
样本：N=1721，2015年8月通过用户在线调查获得。

# 3.1 智能健康硬件应用现状

## 年轻网民更易相信智能健康硬件收集的数据

- 艾瑞数据显示，50.9%网民认为智能健康硬件收集的数据可信，网民对智能健康硬件收集的数据的信任度水平并不高。
- 年轻人群更易相信智能健康硬件收集的数据，有7.6%的80后网民、9.2%的90后网民认为非常可信。

2015年中国网民对智能健康硬件收集的数据的信任程度



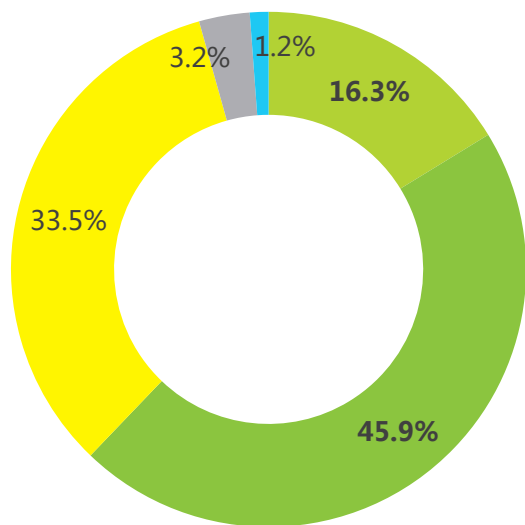
样本：N=2121，2015年8月通过用户在线调查获得。

# 3.1 智能健康硬件应用现状

## 越年轻的网民对智能健康硬件的满意度越高

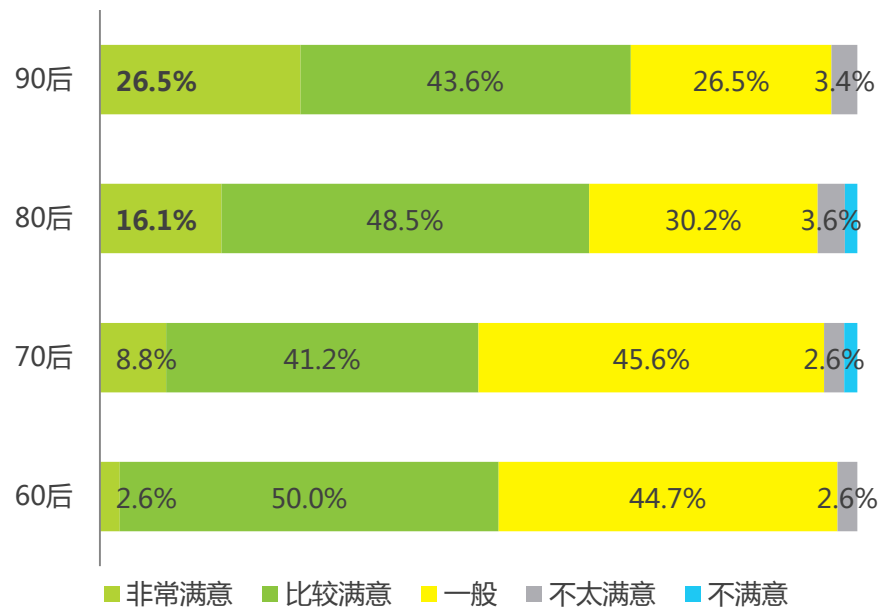
- 使用智能健康硬件的网民超过6成的网民对智能健康硬件表示满意，16.3%的网民对智能健康硬件非常满意。
- 70.1%的90后网民对智能健康硬件表示满意，其中26.5%表示非常满意；64.6%的80后网民对智能健康硬件表示满意，其中16.1%表示非常满意。80后、90后网民对智能健康硬件的使用满意度高于其他人群，可见，越年轻的网民对智能健康硬件的满意度越高。

2015年中国网民对智能健康硬件的使用满意度



■ 非常满意 ■ 比较满意 ■ 一般 ■ 不太满意 ■ 不满意

2015年中国网民对智能健康硬件的使用满意度



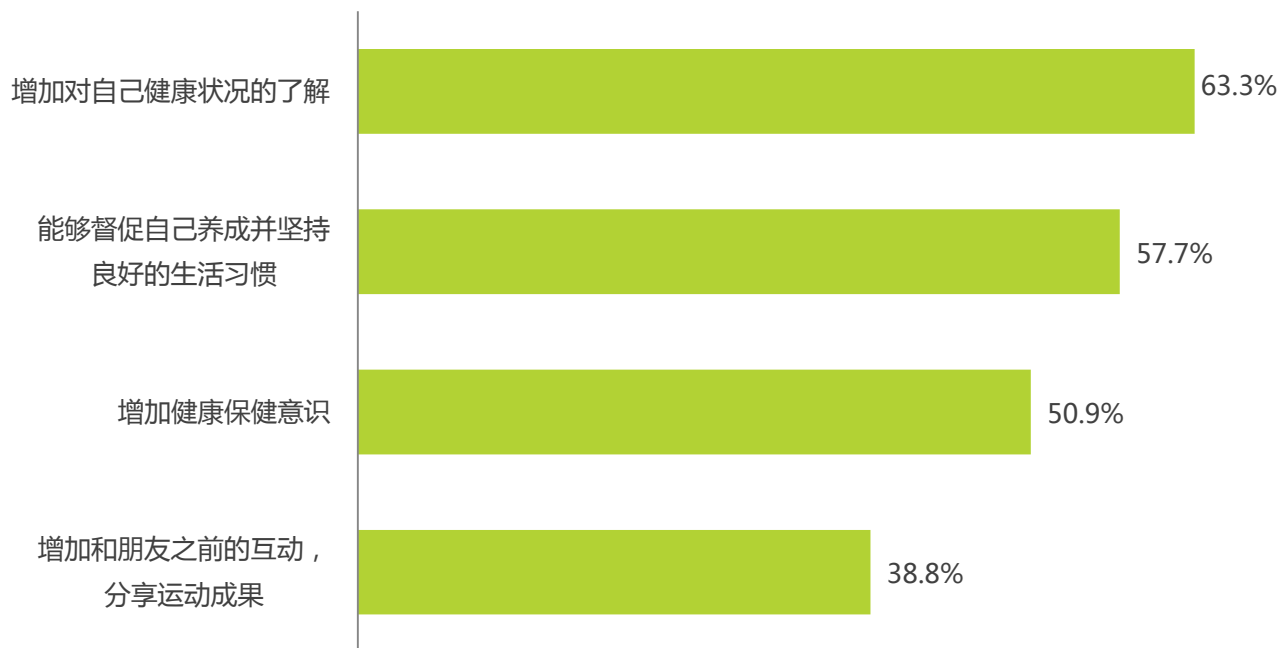
样本：N=597，2015年8月通过用户在线调查获得。

# 3.1 智能健康硬件应用现状

## 网民应用智能健康硬件主要为了更好的管理健康

- 增加对自己健康状况的了解，督促自己养成并坚持良好的生活习惯和增加健康保健意识都是网民对智能设备感到满意的重要原因。

2015年中国网民对于智能健康硬件感到满意的原因



样本：N=371，2015年8月通过用户在线调查获得。

1

网络健身服务需求分析

2

网络医疗服务需求分析

3

智能健康硬件需求分析

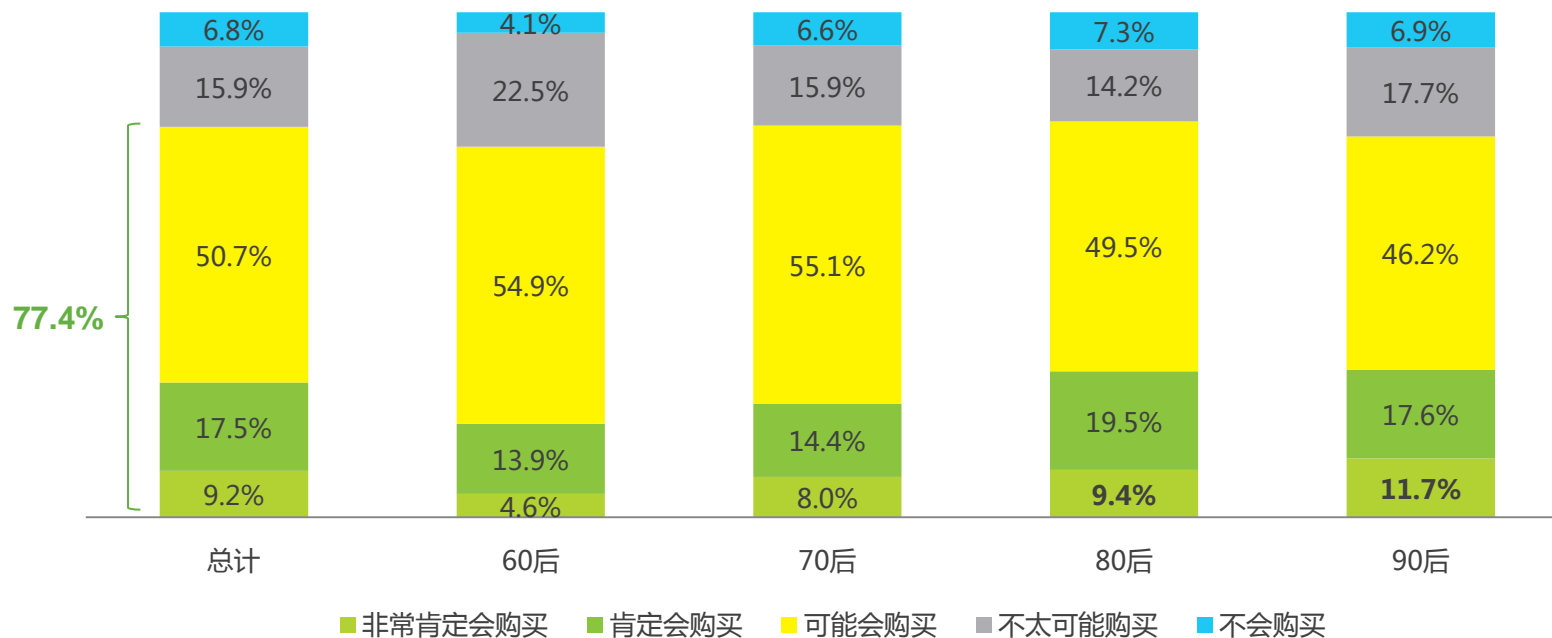
- 智能健康硬件应用现状
- 智能健康硬件应用前景

## 3.2 智能健康应用应用前景

### 近8成网民未来会考虑购买智能健康硬件

- 艾瑞数据显示，77.4%的网民未来会考虑购买智能健康硬件，有一定的市场潜力。
- 其中，5成左右的网民表示未来可能会购买智能硬件，肯定会购买的不足3成。说明消费者对智能硬件的未来应用仍持一定保留态度，需要在认知度和直接体验方面进一步提升。

中国网民未来是否会考虑购买智能健康硬件



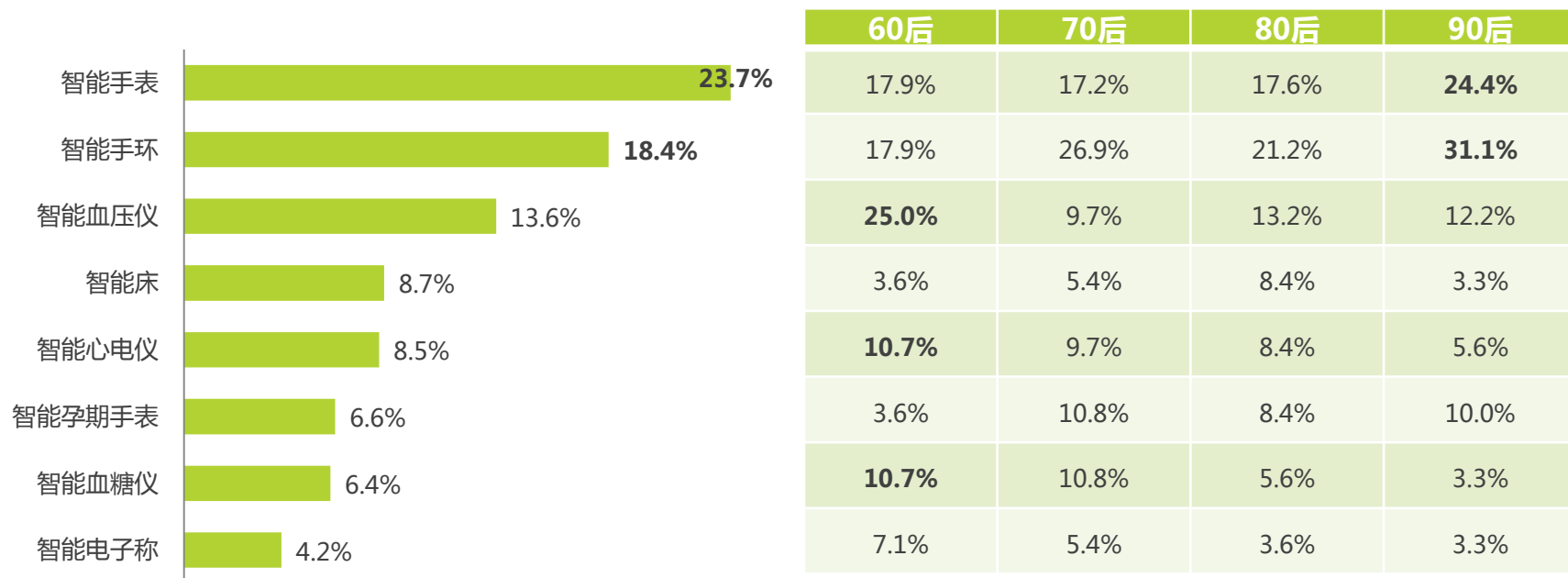
样本：N=2215，2015年8月通过用户在线调查获得。

## 3.2 智能健康硬件应用前景

### 网民未来考虑购买多样化的智能健康硬件

- 网民未来考虑购买的智能健康硬件不聚焦，较分散，体现了多样性。其中，23.7%的网民未来会购买智能手表，18.4%未来会购买智能手环，比例相对略高。
- 不同年龄段的网民购买的智能健康硬件的类型有所差异。90后网民更易购买智能手环和智能手表；60后网民更易购买智能血压仪、智能心电仪和智能血糖仪。

中国网民未来最可能会购买的智能健康硬件类型



样本：N=735，2015年8月通过用户在线调查获得。

本报告为上海艾瑞市场咨询有限公司制作，报告中所有的文字、图片、表格均受到中国法律知识产权相关条例的版权保护。没有经过本公司书面许可，任何组织和个人，不得使用本报告中的信息用于其它商业目的。本报告中部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原著者所有。没有经过原著者和本公司许可，任何组织和个人不得使用本报告中的信息用于其他商业目的。

本报告中运营商收入及相关市场预测主要为公司研究员采用行业访谈、市场调查、二手数据及其他研究方法分析获得，部分数据未经运营商直接认可。本报告中发布的调研数据部分采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，部分数据不能够完全反映真实市场情况。本报告只提供给购买报告的客户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据准确性不承担法律责任。

公司服务介绍：

艾瑞咨询集团：<http://www.iresearch.com.cn>

公司产品介绍：

艾瑞客户解决方案：<http://www.iresearch.com.cn/solution>

艾瑞连续数据研究产品：<http://www.iresearch.com.cn/product>

艾瑞专项研究咨询服务：<http://www.iresearch.com.cn/consulting>

艾瑞研究观点报告：<http://www.iresearch.com.cn/report>

艾瑞学院培训业务：<http://www.iresearch.com.cn/institute>

艾瑞媒体会议服务：<http://www.iresearch.com.cn/meeting>

公司资讯网站：

艾瑞网：<http://www.iresearch.cn>

艾瑞广告先锋：<http://www.iresearchad.com>

艾瑞网络媒体精品推荐：<http://www.iwebchoice.com>

联系方式

北京：86-010-51283899

上海：86-021-51082699

广州：86-020-38010229



# 洞察互联网的力量

UNLOCK THE POWER OF INTERNET



艾 瑞 咨 询