

呼吸

健康

产品

# 2021中国互联网 呼吸健康趋势白皮书

CBN'DATA

第一财经商业数据中心

× 天猫健康

× yuwell 鱼跃

© 2021 CBNDdata. All rights reserved.



# 目录 TABLE OF CONTENTS



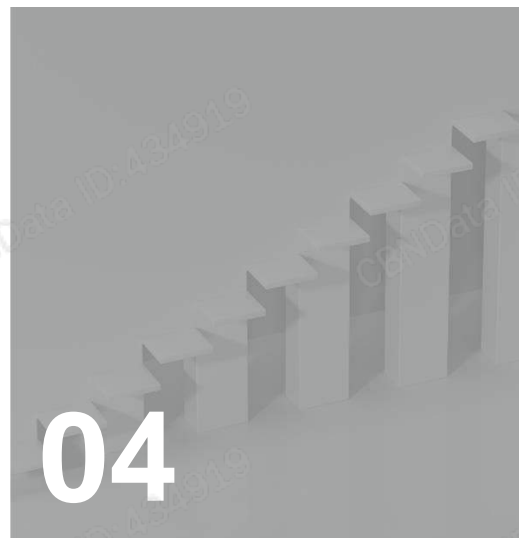
**第一部分：**  
**阻塞性睡眠呼吸暂停**  
**科普**



**第二部分：**  
**呼吸机品类趋势**



**第三部分：**  
**慢性阻塞性肺疾病**  
**科普**



**第四部分：**  
**制氧机品类趋势**



# CHAPTER ONE

## 阻塞性睡眠 呼吸暂停科普

## 阻塞性呼吸睡眠暂停的定义与原因

阻塞性睡眠呼吸暂停(OSA, obstructive sleep apnea), 是一种睡眠时呼吸停止的睡眠障碍, 造成OSA的诱因有很多, 主要分为客观因素, 生活习惯, 疾病等。

### 定义

每夜7h睡眠过程中呼吸暂停及低通气反复发作**30**次以上, 或AHI  $\geq$  **5**次/h。

### 临床特点



- 白天嗜睡、醒后精力未恢复、疲劳或失眠;
- 打鼾, 夜间因憋气、喘息或窒息而醒
- 习惯性打鼾、可观察到的呼吸中断

\*AHI: 呼吸暂停, 低通气指数

参考文献: 成人阻塞性睡眠呼吸暂停基层诊疗指南 (实践版-2018)

### 产生的诱因

#### 客观因素



年龄增长, 女性绝经后患病明显增加



肥胖: BMI  $\geq$  28 kg / m<sup>2</sup>

#### 生活习惯



长期大量饮酒, 或镇静催眠, 肌肉松弛类药物



吸烟, 长期吸烟可加重OSA

#### 疾病及解剖



家族遗传史



上气道解剖异常: 鼻甲肥大、鼻息肉、扁桃体肥大、咽腔狭窄、下颌畸形等



## 阻塞性睡眠呼吸暂停的自测

OSA伴有打鼾、肥胖等特征，出现这些特征时需要引起注意。

### OSA自测标准

- ☐ 是否打鼾？
- ☐ 是否肥胖？
- ☐ 是否有高血压、冠心病、糖尿病？
- ☐ 是否抱怨白天嗜睡？
- ☐ 是否有夜尿增多？

\*如果有上述情况，需要警惕OSA，应该进行更详细的睡眠病史评估和体格检查。



参考文献：中华全科医师杂志《成人阻塞性睡眠呼吸暂停基层诊疗指南（实践版-2018）》

## 阻塞性呼吸睡眠暂停会引发其多种并发症

OSA也会引起多种并发症，打鼾、肥胖不再是健康有福的标志，而是需要引起国民重视的一种疾病征兆。

### 常见并发症



鼻炎、咽炎

呼吸衰竭，支气管哮喘

高血压、冠心病，心衰

肝功能损害

糖尿病

胃食管反流

继发性红细胞增多、血液黏滞度增高

遗尿，性功能障碍，多囊卵巢综合征

参考文献：成人阻塞性睡眠呼吸暂停基层诊疗指南（实践版-2018）

## 结合各疗法副作用及适用性，阻塞性呼吸睡眠暂停的治疗方法首选呼吸机

目前治疗OSA的方法大致分为四种，一般性治疗，手术，口腔矫正器及气道正压装置；结合各疗法副作用及适用性，首选有效的方式为呼吸机装置



一般性治疗及行为措施

疗法

多学科个体化联合治疗  
如：饮食控制，加强锻炼

副作用

受众受限  
仅于生活习惯导致的



手术

鼻腔手术及悬雍垂腭咽手术，切除异常部位

不能有效降低AHI  
术后需定期随访



口腔矫治器

下颌前移矫正器，扩张后气道

下颌关节不适  
咬合关系变化



气道正压装置-呼吸机

CPAP, 持续气道正压输入患者气道

特殊情况下受限  
如急性中耳炎，休克等

参考文献：成人阻塞性睡眠呼吸暂停基层诊疗指南（实践版-2018）





# CHAPTER TWO

## 呼吸机品类 趋势



## 越来越多线上呼吸机消费者通过医生、科普文章的宣导购买

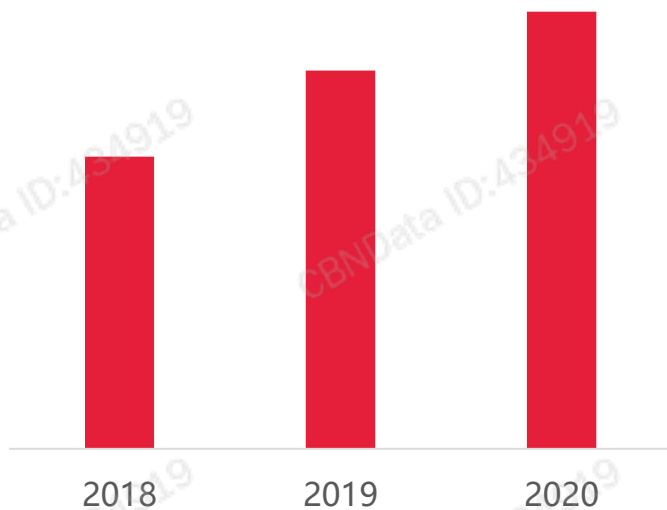


数据来源：CBNData调研数据 N=490

## 线上呼吸机市场近三年稳步增长，主要得益于消费人数的增长，大量新客涌入

在疫情影响下，越来越多消费者关注呼吸问题，进入呼吸机市场，带动呼吸机市场的发展，其中新客为主要贡献力量。

2018-2020年线上呼吸机消费趋势



数据来源：CBNData消费大数据

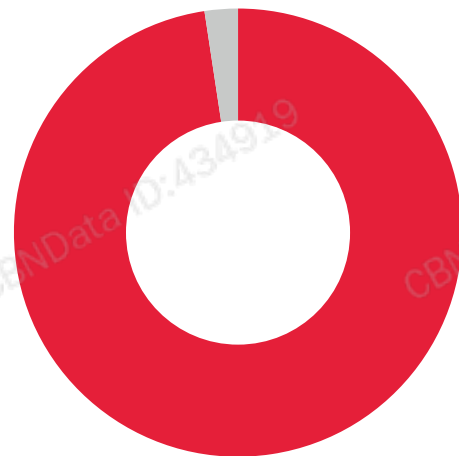
2020年线上呼吸机行业消费增长驱动拆解



数据来源：CBNData消费大数据

2020年线上呼吸机行业新老客占比

■ 新客占比 ■ 老客占比



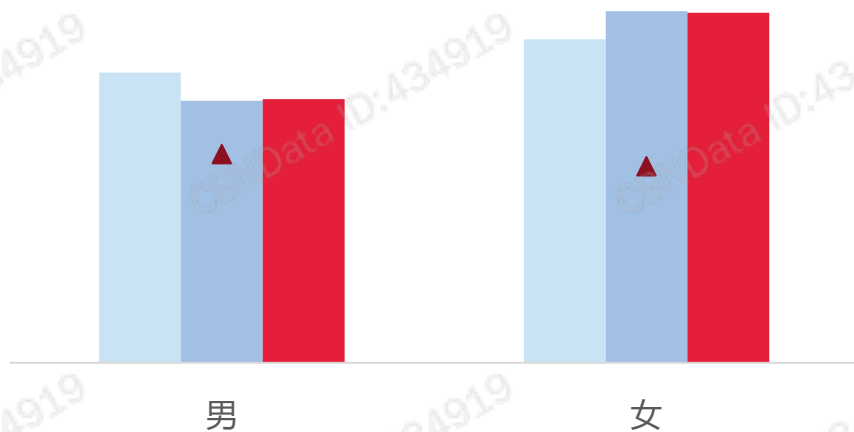
数据来源：CBNData消费大数据

## 呼吸机市场男女消费较为均衡，80, 90占据市场大头，70前也在迅速崛起

基于OSA诱因，年龄增长，发病率越高，80后为主要中坚力量，70前随着电商的普及，也在逐步进入线上呼吸机市场。

2018-2020年线上呼吸机性别购买人数占比趋势

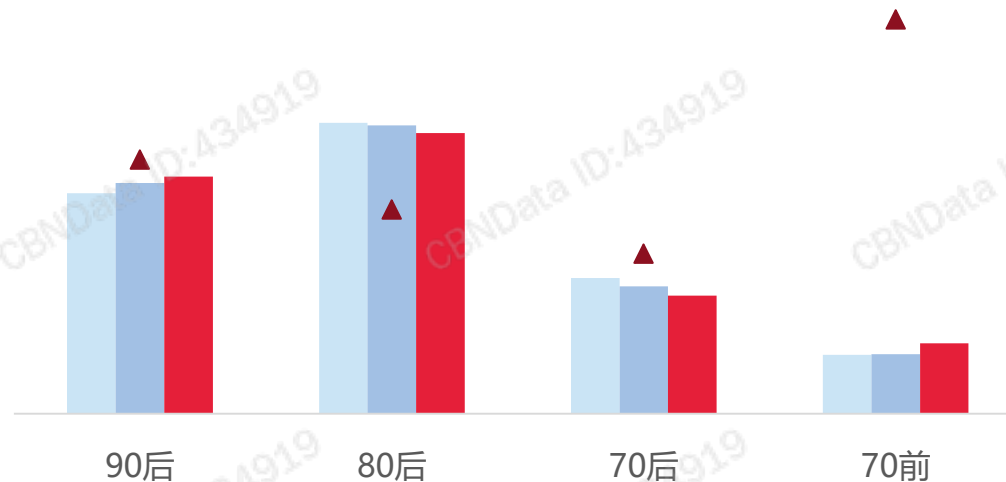
2018 2019 2020 ▲ 2020增速



数据来源：CBNData消费大数据

2018-2020年线上呼吸机年龄购买人数占比趋势

2018 2019 2020 ▲ 2020增速



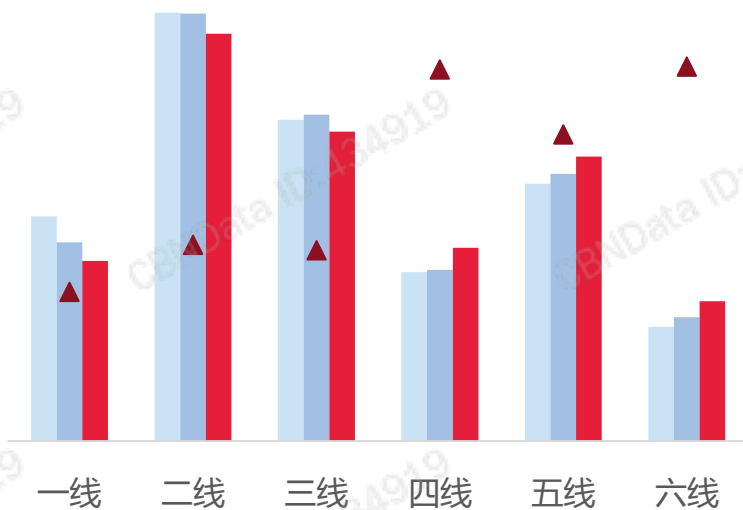
数据来源：CBNData消费大数据

## 消费者逐渐向下沉市场渗透，呼吸机普及度提高

随着大家购买力的提升，三线以下消费者成为呼吸机市场的后起之秀，国产呼吸机也造福了中低消费力的群体，呼吸机的普及度越来越高。

2018-2020年不同城市级别购买人数占比

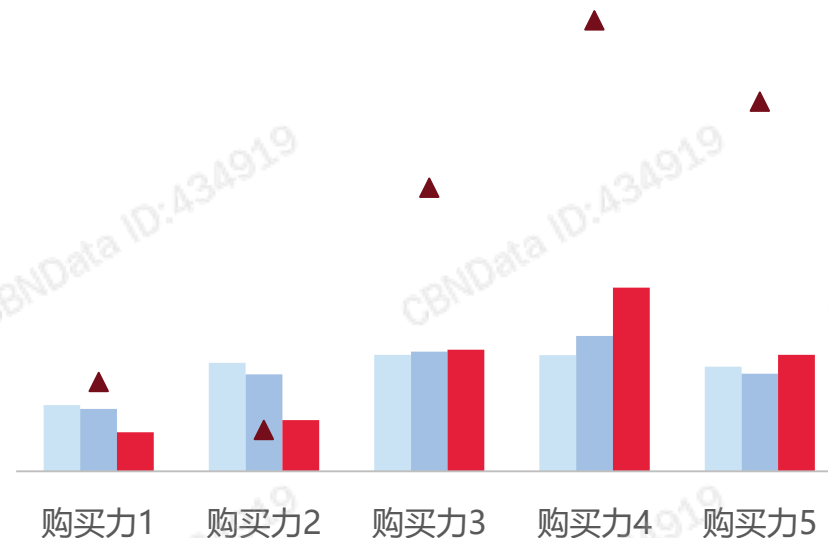
2018 2019 2020 2020增速



数据来源：CBNData消费大数据

2020不同等级消费力购买人数占比

2018 2019 2020 2020增速



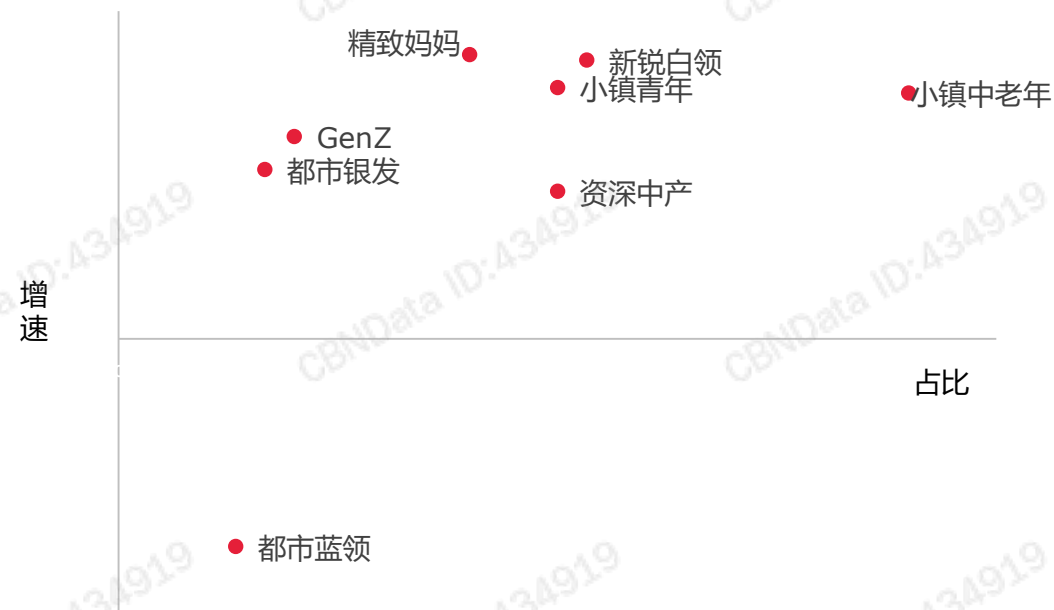
数据来源：CBNData消费大数据



## 小镇青年，小镇中老年购买人数上升，下沉市场潜力不容小觑

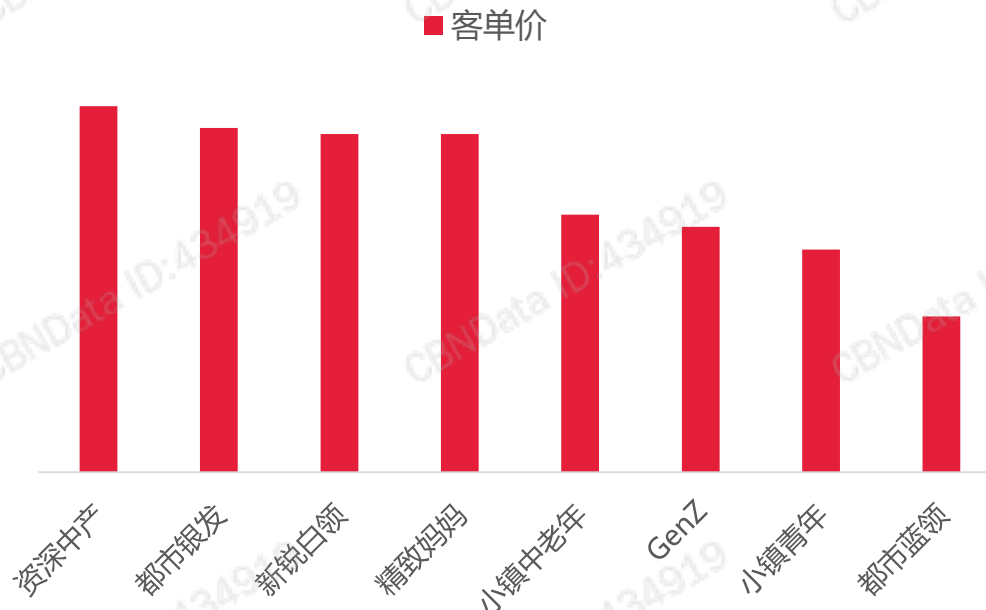
随着互联网在下沉市场的蓬勃发展，小镇青年，小镇中老年的占比逐年上升，越来越多人们选择在线上购买家用医疗器械；资深中产，都市银发，新锐白领，精致妈妈客单价更高，是呼吸机市场的高价值人群。

2020年线上呼吸机行业不同策略人群占比及增速



数据来源：CBNData消费大数据

2020年线上呼吸机行业不同策略人群客单价



数据来源：CBNData消费大数据

# 呼吸机和制氧机、理疗仪等医疗器械类目存在高关联购买关系

制氧机关联度最高，购买呼吸机的人同时喜欢购买制氧机设备来联合使用，改善呼吸问题。

2020年线上呼吸机消费者医疗器械内高关联类目表现



数据来源：CBNData消费大数据

数据说明：重叠率指交叉购买人数比呼吸机消费人数，渗透率指交叉购买人数比品类购买人数

2020年线上呼吸机消费者医疗器械内高关联品类

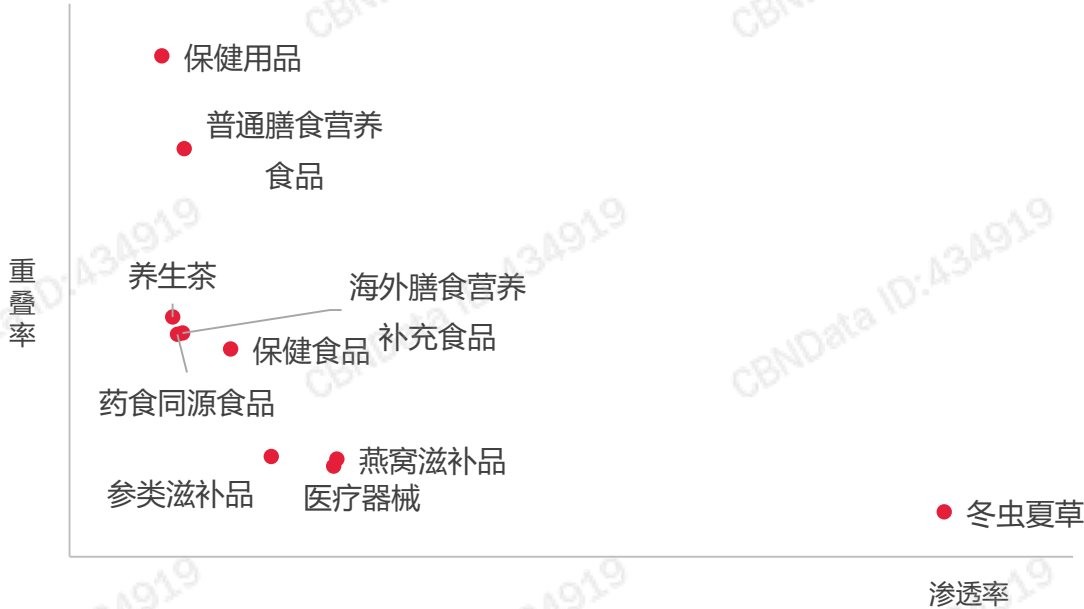
排名	二级类目
TOP1	制氧机/氧气袋/氧气瓶
TOP2	理疗仪
TOP3	护理床
TOP4	保健理疗
TOP5	护具
TOP6	轮椅
TOP7	膏药贴
TOP8	颈椎牵引器
TOP9	雾化器
TOP10	祛疤产品

数据来源：CBNData消费大数据

# 消费者格外关注健康问题，热衷内服外用，双管齐下

除了医疗器械硬性治疗，健康类目内，他们同样热衷内服保健品，滋补品，从内来调理自己的健康。

2020年线上呼吸机消费者医疗器械外健康类目内高关联类目表现



数据来源：CBNData消费大数据

数据说明：重叠率指交叉购买人数比呼吸机消费人数，渗透率指交叉购买人数比品类购买人数

2020年线上呼吸机消费者医疗器械外高关联品类

排名	一级类目	二级类目
TOP1	保健食品/膳食营养补充食品	普通膳食营养食品
TOP2	互联网医疗/保健用品	保健用品
TOP3	传统滋补营养品	冬虫夏草
TOP4	保健食品/膳食营养补充食品	保健食品
TOP5	传统滋补营养品	燕窝滋补品
TOP6	保健食品/膳食营养补充食品	海外膳食营养补充食品
TOP7	传统滋补营养品	养生茶
TOP8	传统滋补营养品	药食同源食品
TOP9	传统滋补营养品	参类滋补品
TOP10	传统滋补营养品	滋补养生原料

数据来源：CBNData消费大数据

## 三高，肥胖，不良习惯人群潜在呼吸问题，是呼吸机市场的潜在人群

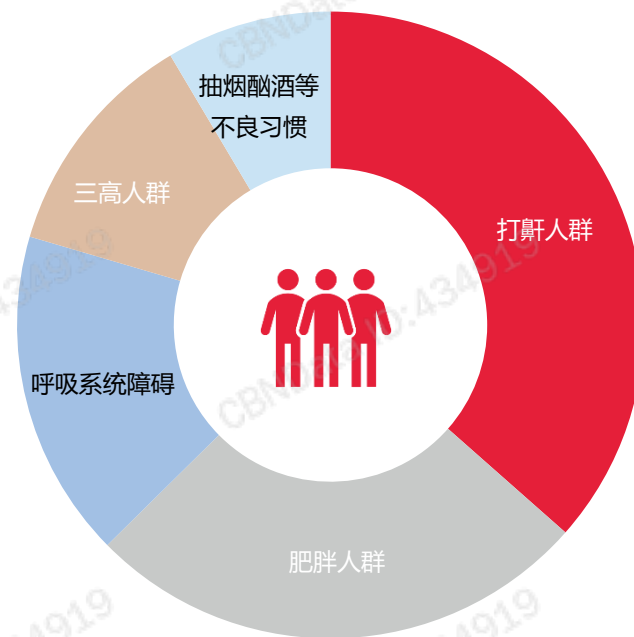
根据线上购买客的调研显示，肥胖，三高以及不良习惯是呼吸问题高发人群，肥胖引发呼吸道变异，三高引发呼吸道关联问题，不良习惯引起慢性炎症，是呼吸机市场的高潜人群。

2020年线上呼吸机消费者搜索适用病症



数据来源：CBNData消费大数据

线上呼吸机消费者特征

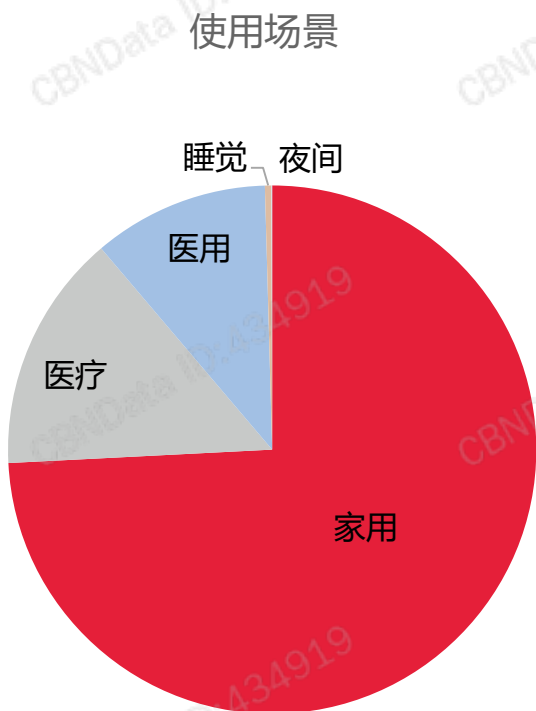


数据来源：CBNData调研数据 N=490



## 呼吸机以家用医疗为主，双水平和自动化受到关注

呼吸机以家用，医疗为主，新兴场景也在逐渐出现；通过消费者的搜索特征偏好，除了产品本身的功能，消费者更关注自动化特征。



数据来源：CBNData消费大数据

2020线上呼吸机消费者搜索产品特征偏好

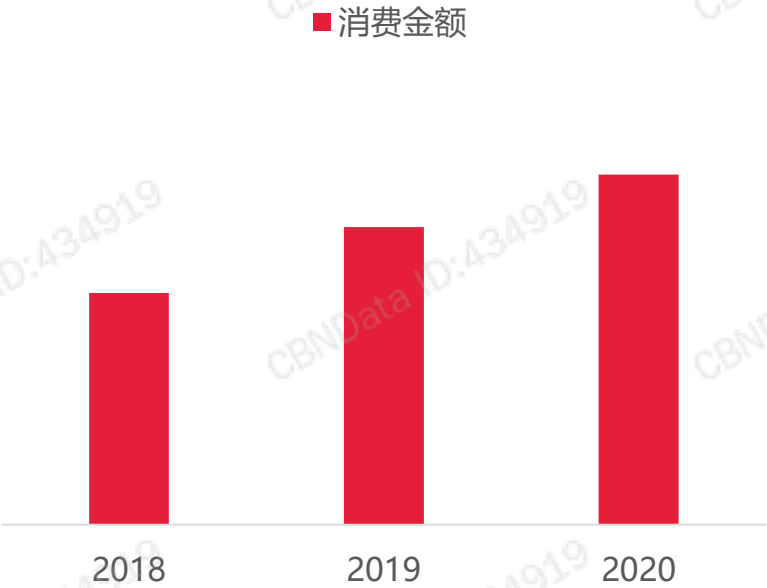


数据来源：CBNData消费大数据

# 呼吸机全自动升级成为趋势

摒弃过去的复杂设置，根据患者情况全自动智能调整压力的呼吸机逐渐受到消费者的喜爱。根据2019及2020年呼吸机含自动化功能的品牌排名来看，鱼跃连续两年位居第一，在自动化呼吸机市场中占据着重要地位

2018-2020线上自动呼吸机消费趋势



数据来源：CBNData消费大数据

排名	2019	2020
1	鱼跃	鱼跃
2	Philips/飞利浦	Philips/飞利浦
3	resmed/瑞思迈	resmed/瑞思迈
4	瑞迈特	瑞迈特
5	Phoenix/凤凰	BMC/怡和嘉业

数据来源：CBNData消费大数据

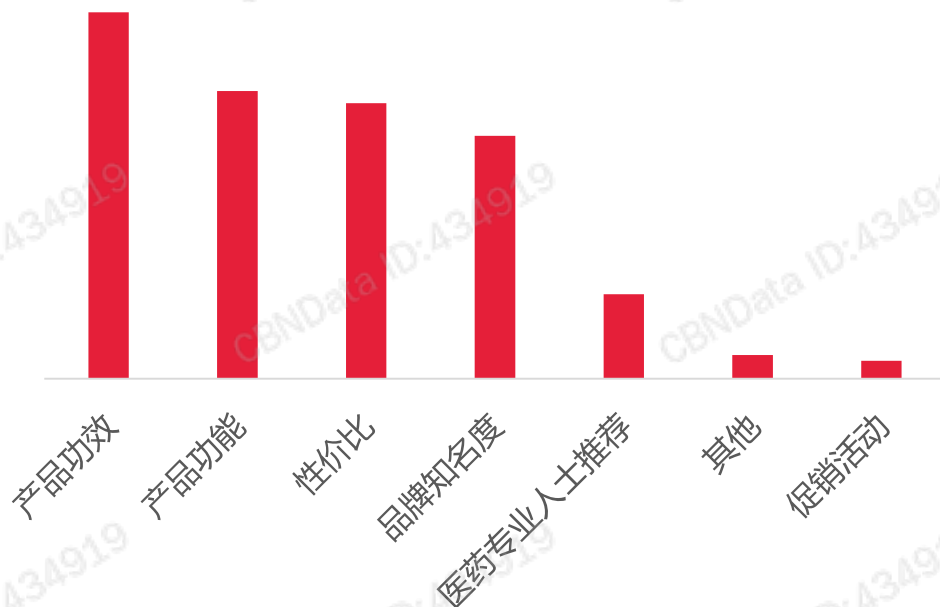


数据来源：天猫

## 消费者购买时更看重产品功效及功能，智能，数据化需求尤为迫切

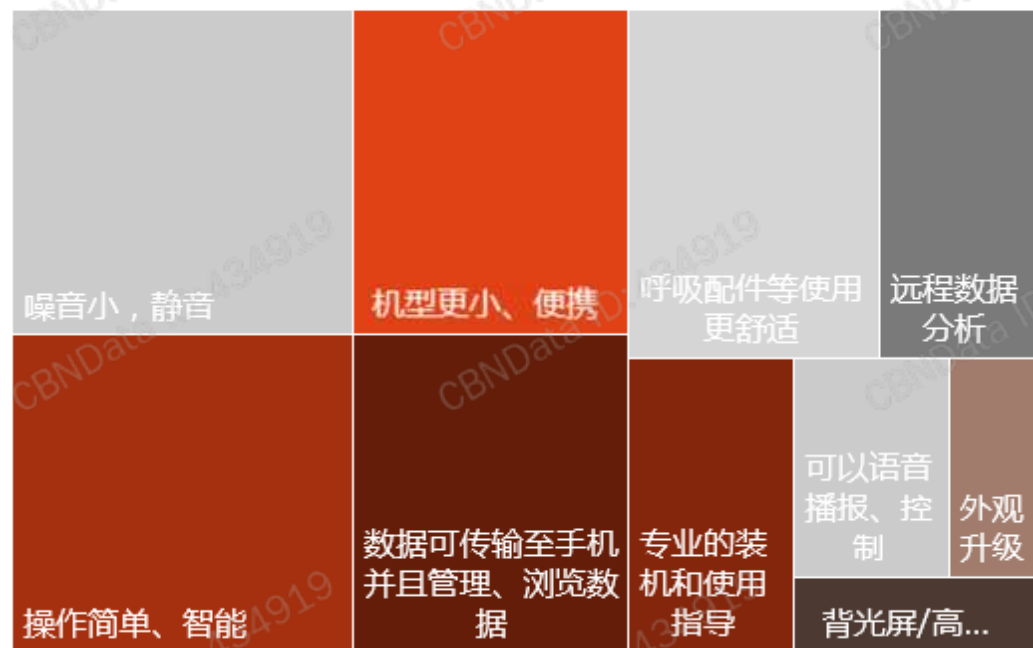
消费者在购买呼吸机时，产品功效及功能是首要因素，其次是价格，品牌；在产品功能中，噪音小，智能，数据化是消费者更为迫切的诉求。

线上呼吸机消费者购买因素



数据来源：CBNData调研数据，N=490

2020线上消费者功能需求分布



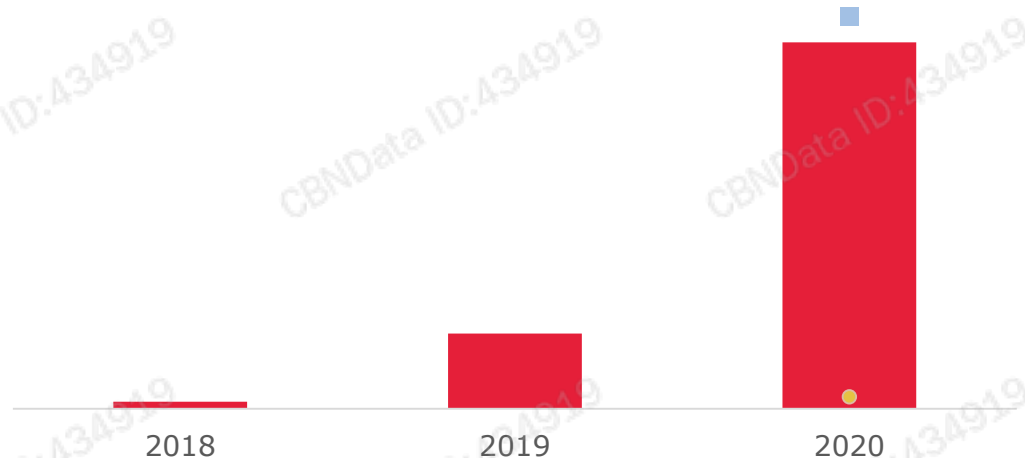
数据来源：CBNData调研数据，N=490

## 智能化成为呼吸机市场的发展趋势

近3年智能呼吸机增速迅猛，科技的发展，消费者的需求，推动呼吸机朝着更智能化，数据化的趋势发展，鱼跃具备完善的无线数据管理系统，可以帮助患者实现实时监测，院内外全程管理。

2019-2020呼吸机产品功能发展趋势

■ 智能呼吸机消费规模 ■ 智能呼吸机消费增速  
● 普通呼吸机消费增速



数据来源：CBNData消费大数据



### 智能管理

双向控制功能，实现监测中心与床旁均可对参数进行一站式设置，充分提高工作效率

### 高拓展性

院内外全程管理，实现院内外病人数据监测连续性和完整性，也可实现不同级别医院之间信息共享

### 实时监测

多参数实时监测，可同时显示工作模式，治疗压力，呼吸流量等数据和波形

数据来源：鱼跃呼吸机资料





# CHAPTER Three

## 慢性阻塞性 肺疾病科普



## 慢阻肺是慢性呼吸道疾病中患病率最高的疾病<sup>[1]</sup>

慢阻肺是慢性呼吸道疾病中患病率最高的疾病，也是慢性呼吸道疾病中最常见的死因<sup>[1]</sup>。其通常与暴露在有害颗粒和气体有关，如吸烟、污染的空气等，需对该病进行充分了解和综合性预防。

### 慢性阻塞性肺疾病

慢性阻塞性肺疾病（简称慢阻肺）是最常见的慢性气道疾病，也是健康中国2030行动计划中重点防治的疾病。<sup>[2]</sup>

### 慢阻肺发病影响因素

- 
**个体因素：**遗传因素、年龄（年龄越大患病率越高）、性别（女性对烟草烟雾的危害更敏感）、肺生长发育、支气管哮喘和气道高反应性、低体重指数（体重指数越低，慢阻肺患病率越高）<sup>[2]</sup>
- 
**环境因素：**烟草、燃料烟雾、空气污染、职业性粉尘<sup>[2]</sup>

### 中国40岁以上人群患病率和增速<sup>[2]</sup>

人群患病率  
\*2018年 **13.7%**

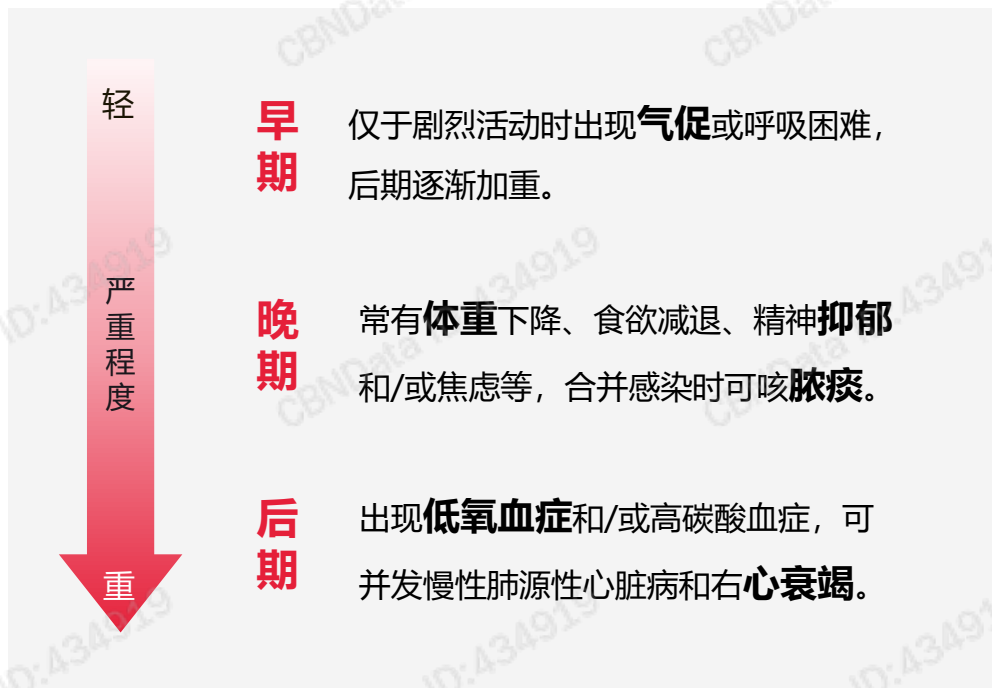
患病率的增速  
\*2018年相比2007年 **67%**

参考数据：[1]《Lancet Respiratory Medicine》volume 8, issue 6, P585-596, June 01, 2020. [2]中华结核和呼吸杂志《慢性阻塞性肺疾病诊治指南（2021年修订版）》

## 慢阻肺的症状和并发症

慢阻肺是一个会对全身产生多样危害的疾病。根据发病时期的早晚，会逐渐影响患者的日常呼吸和心血管系统等。患者通常也要承受并发症的痛苦，如呼吸系统、心血管系统、消化系统、代谢和精神相关的并发症。

### 慢阻肺在不同时期的常见症状[1]



### 慢阻肺的常见并发症[2]



参考文献：[1]慢性阻塞性肺疾病基层合理用药指南.[2]慢性阻塞性肺疾病诊治指南（2021年修订版）

## 慢阻肺的非药物干预治疗

非药物干预是稳定期慢阻肺治疗的重要组成部分，可与药物治疗起协同作用。根据慢阻肺病人病情的不同时期及不同的合并症状，家庭长期氧疗、家庭无创正压通气和呼吸康复治疗是辅助治疗的方式。



### 长期氧疗 (LTOT)

长期氧疗适合慢性呼吸衰竭的病人，可以提高**静息状态下严重低氧血症**患者生存率

有助于患者运动能力、肺生理和精神状态的稳定



### 家庭无创正压通气 (hNPPV)

适合**稳定期**慢阻肺患者，尤其适合合并**阻塞性睡眠障碍**的患者

降低存在严重二氧化碳潴留的重度和极重度慢阻肺患者的病死率



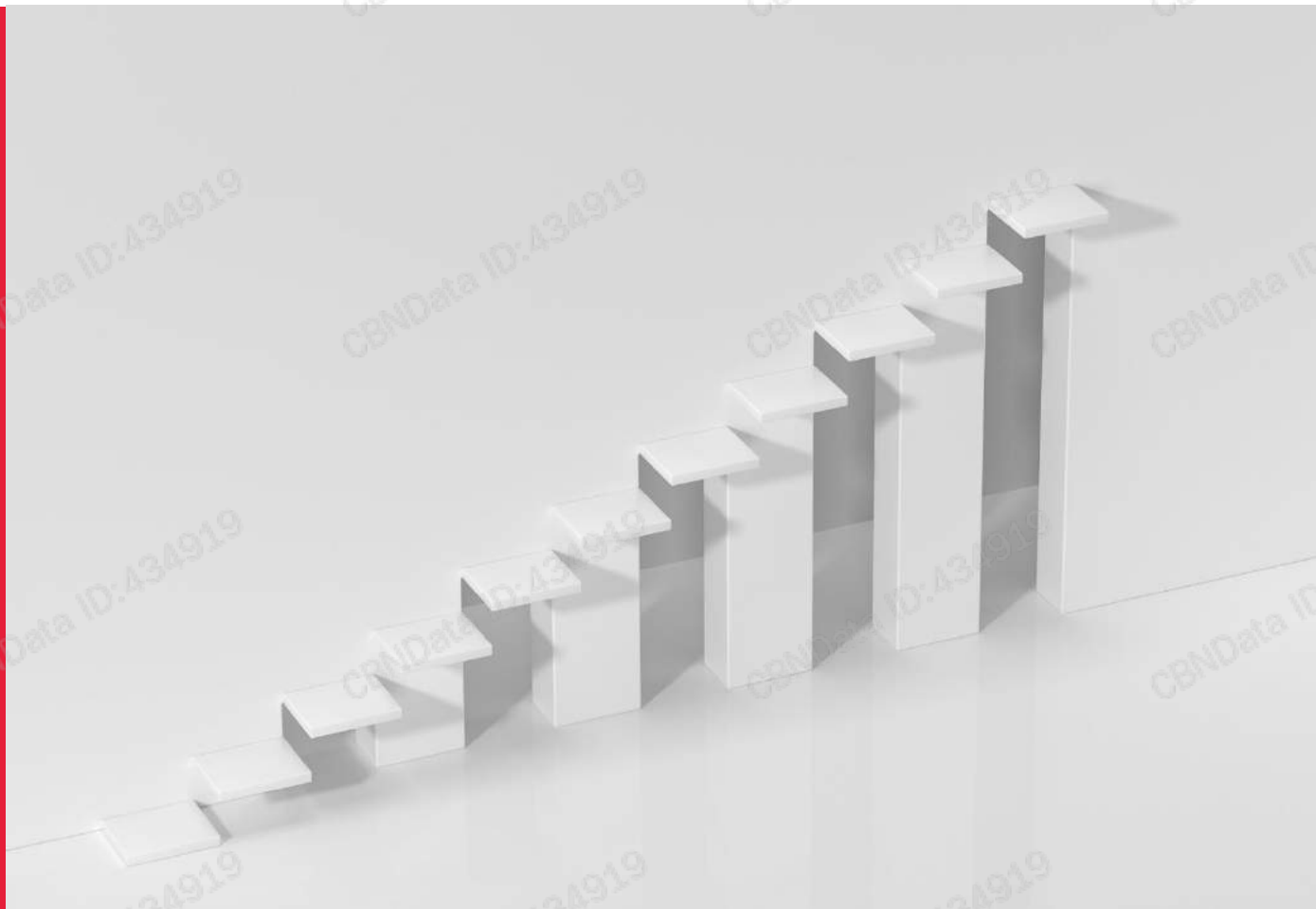
### 呼吸康复治疗

对于有**呼吸困难症状**的患者作为常规推荐，可通过干预改善**营养不良及心理障碍**

可减轻患者呼吸困难症状、提高运动耐力、减轻焦虑和抑郁症状

参考文献：中华结核和呼吸杂志《慢性阻塞性肺疾病诊治指南（2021年修订版）》





# CHAPTER FOUR

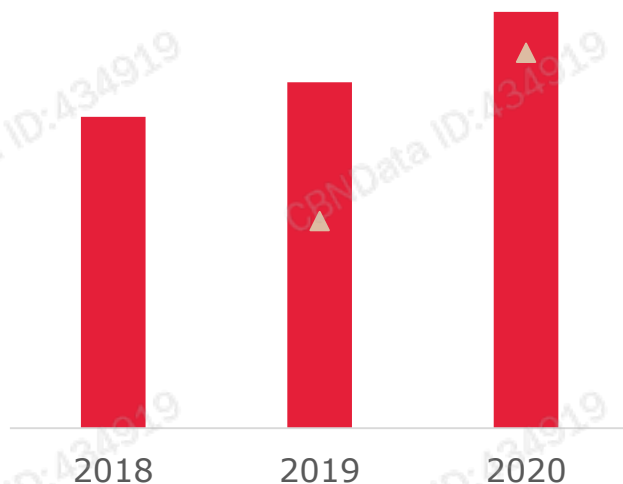
## 制氧机 品类趋势

## 线上制氧机市场蓬勃发展，大量新客持续涌入

随着公众健康意识的提升和互联网电商的不断普及，线上购买制氧机逐渐成为趋势。线上新客的大量涌入带来了线上制氧机市场强劲的增长势头。

2018-2020年线上制氧机  
消费规模表现

■ 消费规模 ▲ 消费增速



数据来源：CBNData消费大数据

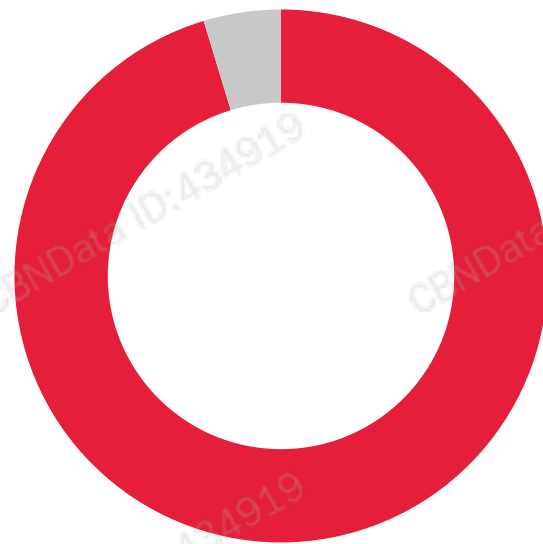
2020年线上制氧机行业消费增长  
驱动拆解



数据来源：CBNData消费大数据

2020年线上制氧机行业新老客分布表现

■ 新客占比 ■ 老客占比



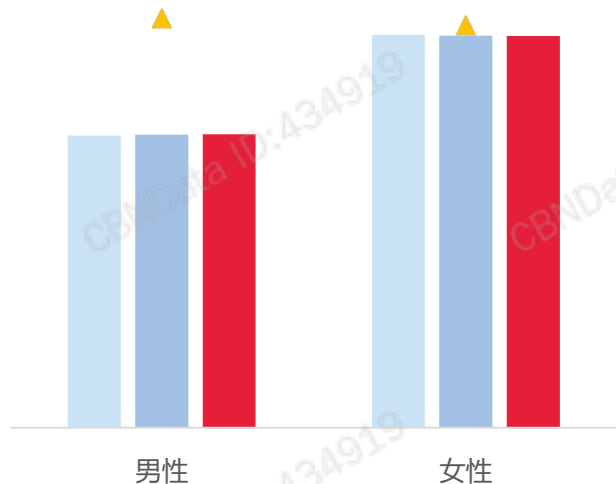
数据来源：CBNData消费大数据

## 市场以女性为主，年轻化趋势显著

女性是制氧机市场的主要消费人群，且保持高增长趋势，同时，男性消费者也展现出消费潜力；80后是制氧机的消费主力，近两年随着制氧保健理念的普及，年轻人也会为自己和家人购买制氧机，95、90后占比和增速显著提升。

2018-2020年线上制氧机各性别消费人数占比趋势

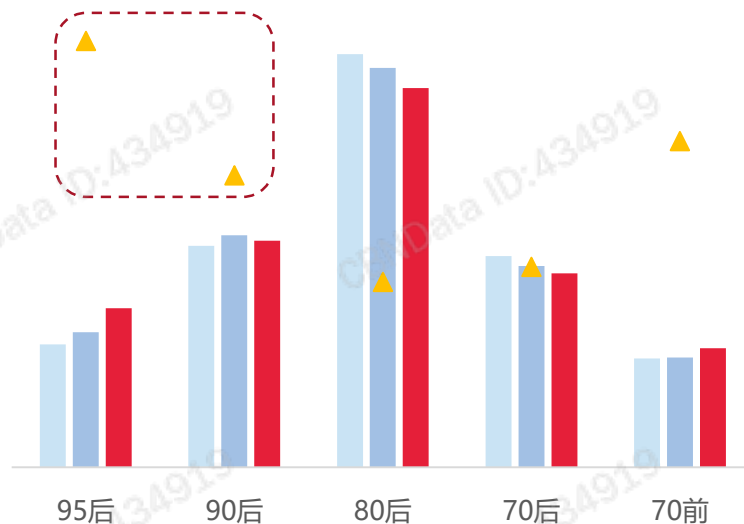
■ 2018 ■ 2019 ■ 2020 ▲ 2020增速



数据来源：CBNData消费大数据

2018-2020年线上制氧机行业各年龄段消费人数占比趋势

■ 2018 ■ 2019 ■ 2020 ▲ 2020增速

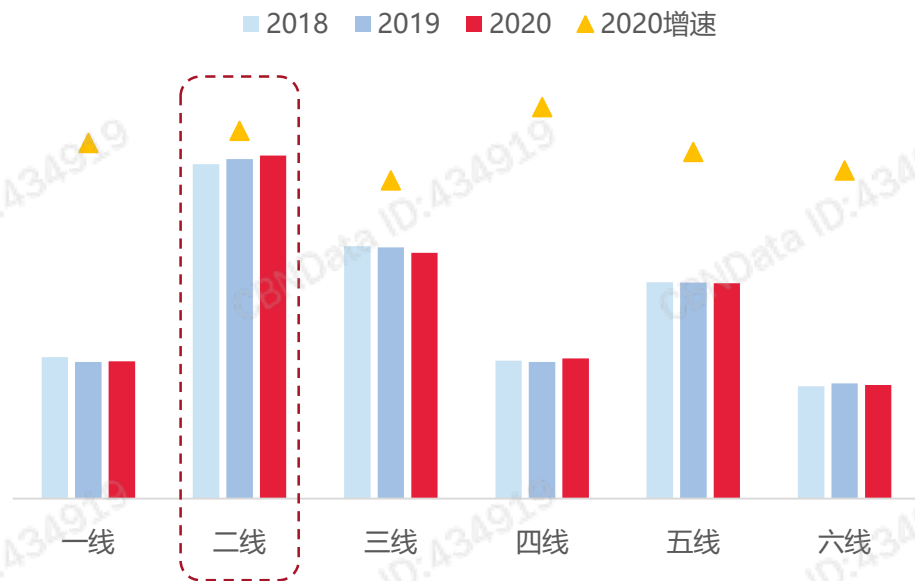


数据来源：CBNData消费大数据

## 二线城市领跑市场，高购买力人群逐渐转向线上市场

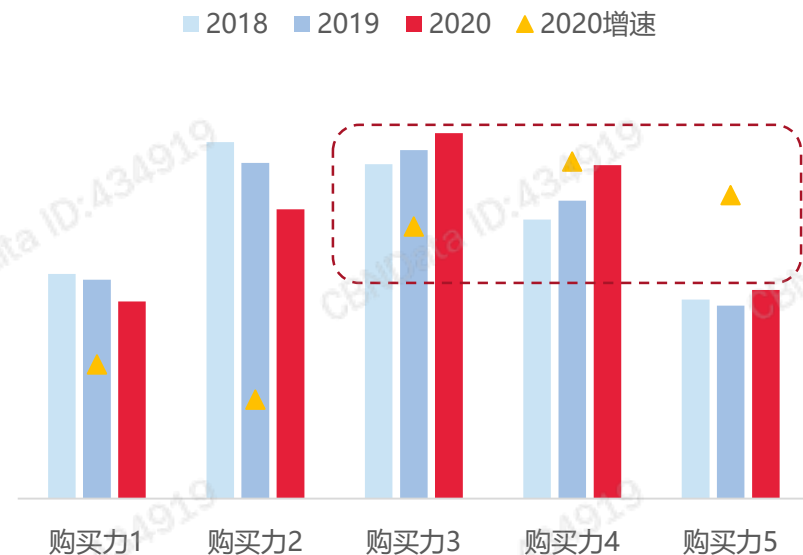
二、三线城市贡献了近一半的销售，尤其二线城市呈现持续高增长趋势；购买力2-4级的人群是主要购买人群，但高购买力的人群正持续增长。

2018-2020年线上制氧机各线城市消费人数占比趋势



数据来源：CBNData消费大数据

2018-2020 线上制氧机行业各购买力层级消费人数占比趋势



数据来源：CBNData消费大数据

## 制氧机消费者会协同购买心血管疾病和呼吸道疾病产品

制氧机使用人群常伴有心血管和呼吸道的并发症，因此在医疗器械内，血氧仪，雾化器，洗鼻器，吸痰器等商品也是制氧机消费者的潜在购买需求。此外，伴随老龄化的关节保护器械和护理床等也是消费者的协同选择。

2020年线上制氧机消费者医疗器械内高关联类目表现



数据来源：CBNData消费大数据

数据说明：重叠率指交叉购买人数比呼吸机消费人数，渗透率指交叉购买人数比品类购买人数

2020年线上制氧机消费者医疗器械内高关联品类

排名	二级类目
TOP1	口罩（器械）
TOP2	血氧仪
TOP3	护具（器械）
TOP4	雾化器
TOP5	膏药贴（器械）
TOP6	洗鼻器 / 吸鼻器
TOP7	保健理疗
TOP8	理疗仪（器械）
TOP9	护理床
TOP10	吸痰器

数据来源：CBNData消费大数据

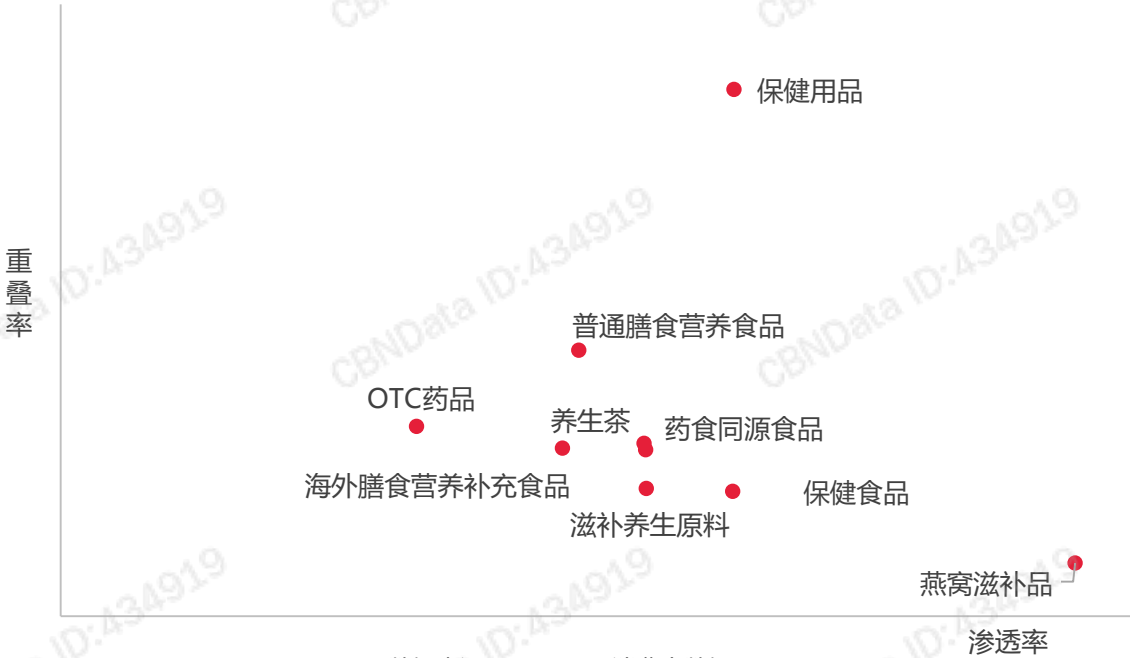
数据说明：关联系数为重叠率及渗透率几何平均



# 传统滋补品和保健品是制氧机消费者增强体质的首选

制氧机消费者非常注重日常保健和调养，保健食品和营养补充品受他们的欢迎；同时具有保健功效的食品、养生茶和新兴的燕窝保健等也受消费者的青睐。

2020年线上制氧机消费者医疗器械外高关联类目表现



数据来源：CBNData消费大数据

数据说明：重叠率指交叉购买人数比呼吸机消费人数，渗透率指交叉购买人数比品类购买人数

2020年线上制氧机消费者医疗器械外高关联品类

排名	一级类目	二级类目
TOP1	互联网医疗/保健用品	保健用品
TOP2	保健食品/膳食营养补充食品	普通膳食营养食品
TOP3	传统滋补营养品	药食同源食品
TOP4	保健食品/膳食营养补充食品	海外膳食营养补充食品
TOP5	传统滋补营养品	养生茶
TOP6	保健食品/膳食营养补充食品	保健食品
TOP7	传统滋补营养品	滋补养生原料
TOP8	保健食品/膳食营养补充食品	胶原蛋白
TOP9	OTC药品/国际医药	OTC药品
TOP10	传统滋补营养品	燕窝滋补品

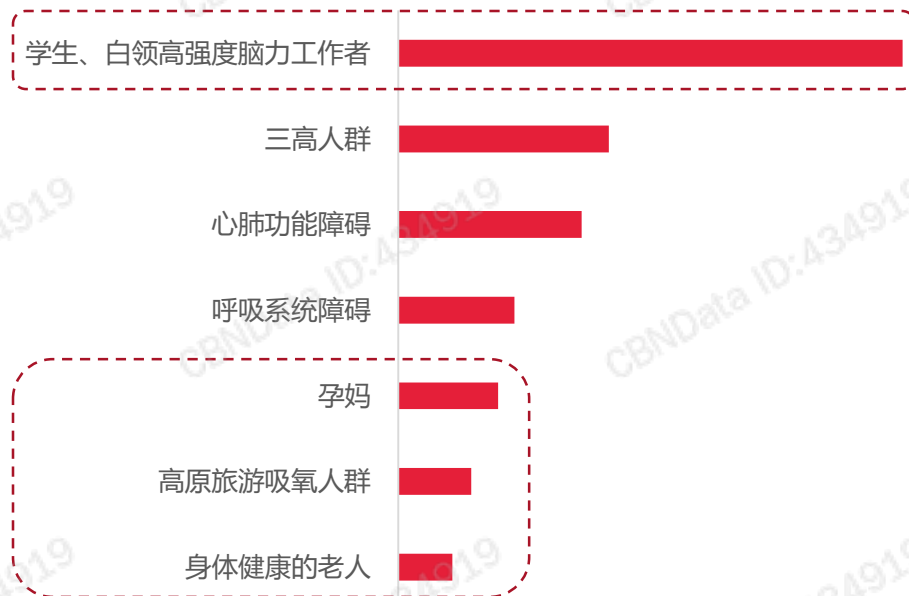
数据来源：CBNData消费大数据

数据说明：关联系数为重叠率及渗透率几何平均

## 除了病症患者外，学生白领，亚健康人群的入局让制氧机消费人群越来越多元化

受生活压力和亚健康状态影响的学生和白领人群会选择制氧机缓解用脑过度带来的疲惫感；身体虚弱的三高人群和心肺功能障碍的人群是制氧机的高相关人群；更关注身体调理的孕产妇也认识到制氧机的功效；此外，制氧机也逐渐受健康的老人和高原旅游人群青睐。

线上制氧机使用人群特征分布



数据来源：CBNData调研数据 N=635

线上制氧机消费者购买原因



数据来源：CBNData调研数据 N=635

## 制氧机使用场景从家用到户外变得更丰富，产品偏好也随之偏向小型便携

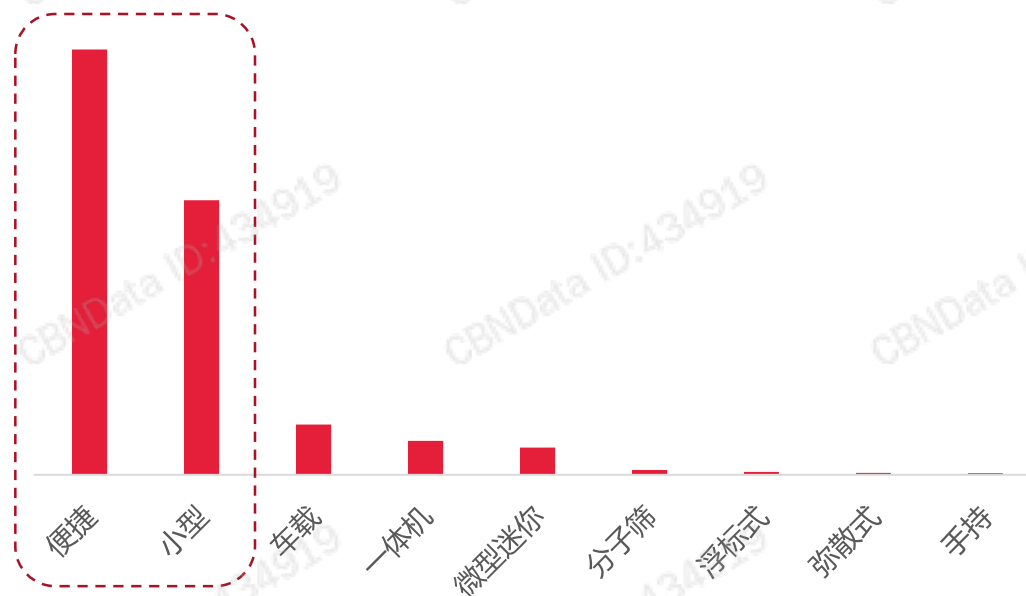
除家用消费场景，越来越多的消费者在高原高山旅行、运动健身和办公时也会选择在线上购买制氧机作为氧气支持；为了匹配多元的使用场景，消费者也倾向购买便携、小型、和车载型的制氧机。

2020年线上制氧机消费者搜索场景偏好



数据来源：CBNData消费大数据 备注：家用缩小10倍

2020年线上制氧机消费者搜索产品特征偏好

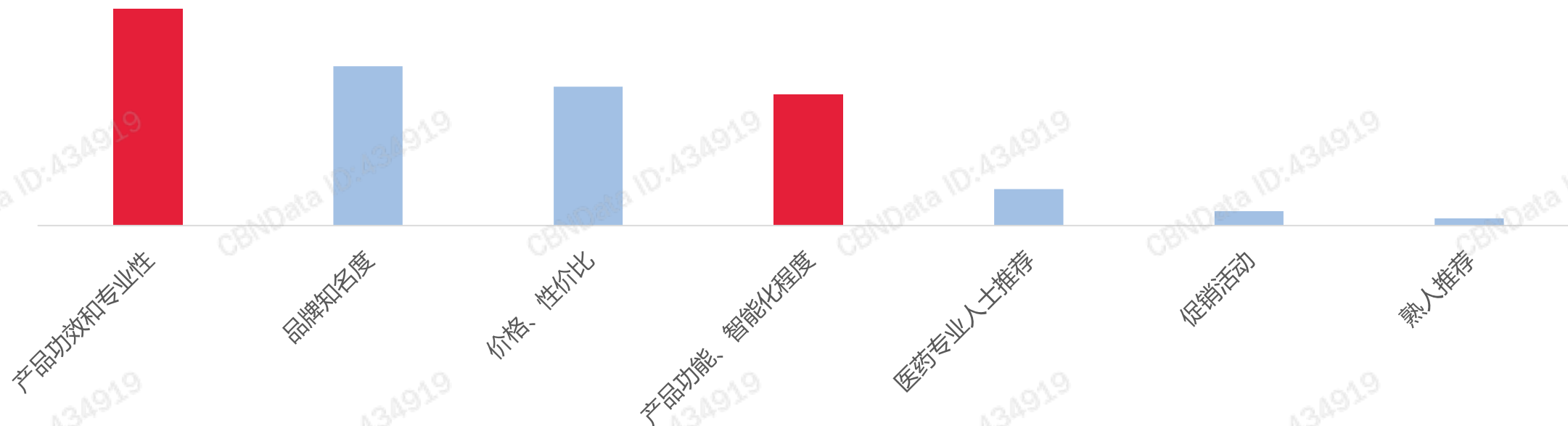


数据来源：CBNData消费大数据

## 消费者最关注产品功效专业性，除品牌知名度和性价比外，产品功能也是消费者的主要购买关注点

在挑选制氧机时，专业性、治疗效果，产品功能和智能化是消费者对产品的诉求；此外，大品牌也给消费者带来更多的信赖感；高性价比和价格也是消费者购买商品时要考虑的主要因素。

线上制氧机消费购买决策因素



数据来源：CBNData调研数据 N=635

## 缓解肺部疾病和使用时的低噪音是消费者对产品的需求因素

在产品功效上，消费者希望制氧机辅助缓解肺气肿、气喘、哮喘和胸闷等疾病带来的不适感；在产品功能和智能化上，除了对微型迷你的需求外，低噪音和静音感给消费者带来更舒适的使用体验，是消费者除便携外最希望的功能。

2020年线上制氧机消费者产品功效和专业性需求分布



数据来源：CBNData消费大数据

2020年线上制氧机消费者产品功能和智能化程度需求分布



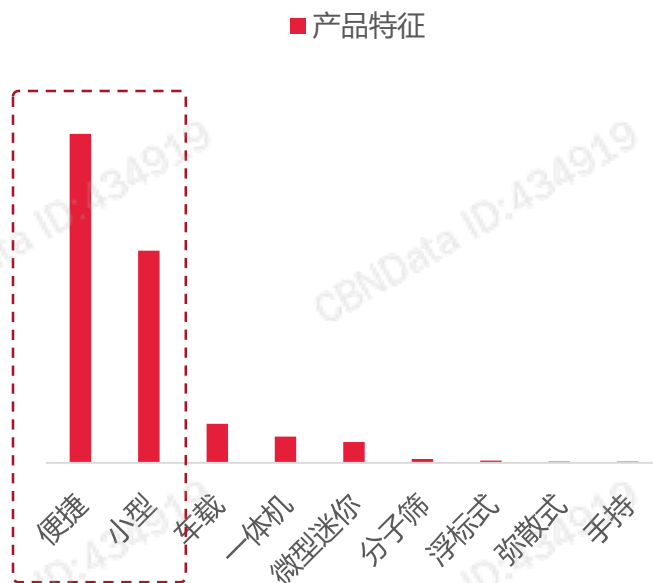
数据来源：CBNData消费大数据



## 便携小型是制氧机的消费新趋势，随时随地实现制氧自由

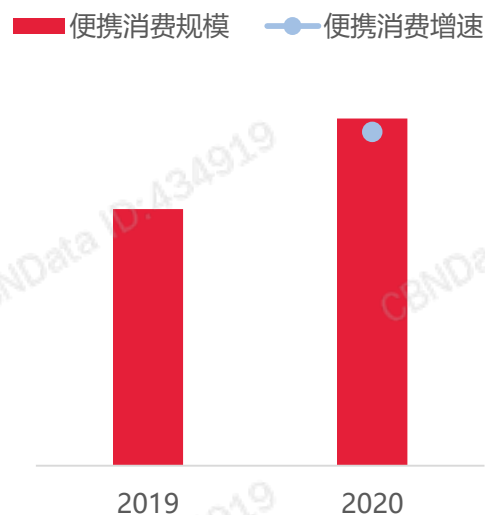
便携、小型的产品形态成为消费者对制氧机购买新趋势，消费规模增速超过35%。

2020年线上制氧机消费者搜索  
产品特征偏好



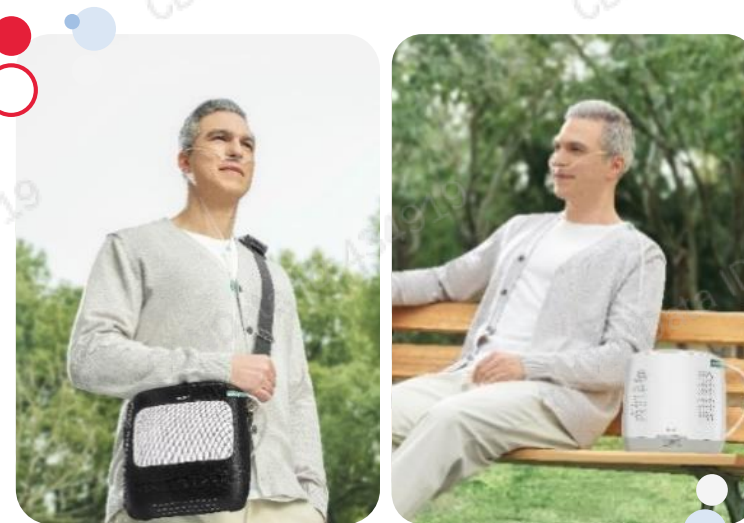
数据来源：CBNData消费大数据

2019-2020  
天猫便携制氧机消费趋势



数据来源：天猫

便携制氧机使用场景



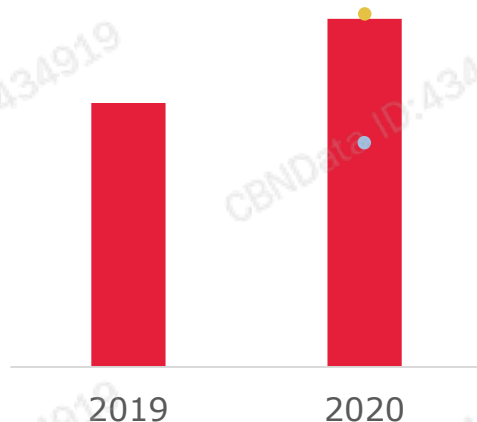
数据来源：天猫

## 低噪音功能制氧机领涨市场，鱼跃受到消费者欢迎

低噪音制氧机增速高于整体制氧机的10%+，2020年鱼跃蝉联销售第一，受到消费者信任。

2020年线上具备低噪音功能制氧机  
消费趋势

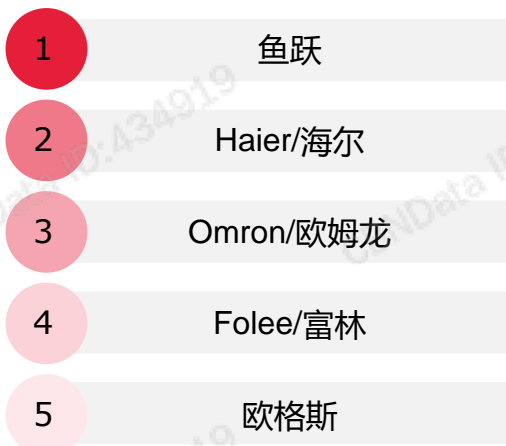
■ 低噪音消费规模 ● 低噪音消费增速  
● 整体消费增速



数据来源：CBNData消费大数据

2020年线上具备低噪音功能  
制氧机品牌销售额排名

销售排名 2020年销售排名



数据来源：CBNData消费大数据

头部品牌产品举例

yuwell 鱼跃

鱼跃制氧机8F-3ZW  
(医用低噪款)  
39分贝低噪新升级



数据来源：天猫

## 呼吸医疗器械行业的标准与呼吁



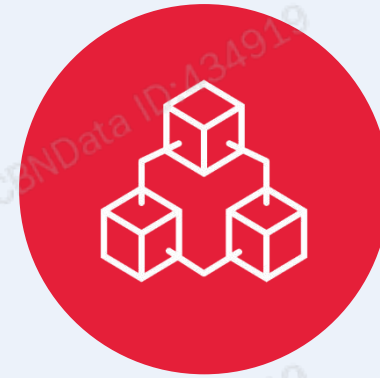
### 加强从业人员技能培训

- ① 制定知识培训与考核标准
- ② 对服务人员进行上岗培训并颁发证书



### 严控产品品质

- ① 鼓励企业/单位高于国家标准自我要求
- ② 以高标准落实于售后服务机制
- ③ 提升行业质量准则



### 物联网与呼吸类产品的结合

- ① 利用物联网实现人机交互、呼吸信号处理、数据通信等功能
- ② 结合现代科技，实现线上线下协同发展

参考文献：2020中国家用呼吸支持类产品参会企业/单位共识

# DATA COVERAGE 数据说明

■ 数据来源：CBNData消费大数据、淘系平台用户调研

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。

具体指标说明：

数据时间段: 2018.1.1-2020.12.31

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。



调研用户

N=490样本量的为线上购买过健康呼吸机的用户。

N=277样本量的为线上购买过二次及以上健康呼吸机的用户。

N=635样本量的为线上购买过健康制氧机的用户。

N=325样本量的为线上购买过二次及以上健康制氧机的用户。

问卷由天猫健康进行调研。

# 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

联系我们: [Data@cbndata.com](mailto:Data@cbndata.com)

商务合作: [BD@cbndata.com](mailto:BD@cbndata.com)

加入我们: [JOB@cbndata.com](mailto:JOB@cbndata.com)

## ■ 第一财经商业数据中心介绍:

第一财经商业数据中心 (CBNData) 隶属于上海文化广播影视集团 (SMG), 是由第一财经与阿里巴巴于2015年共同发起成立的, 面向品牌企业提供数字化增长解决方案的大数据服务商。

依托SMG、第一财经及阿里巴巴的优势资源, CBNData以全域消费数据库为核心竞争优势, 充分发挥全媒体势能, 以AI技术为驱动, 以多元场景为延展, 面向品牌企业全面输出数据应用、内容运营、整合营销、销售转化等数字化增长服务。业务场景已覆盖传统零售与电商、互联网消费、内容社交、医疗教育、金融理财等多领域。

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