



磁力引擎

磁力数观

2021 快手大健康

数据价值报告

2021 KWAI Health Industry
Data Analysis Report

磁力数观出品
2021.12

报告导读

分析对象：

在快手观看、搜索、发布大健康内容或购买大健康商品的用户

数据周期：

2021年5-10月

名词定义：

新线城市：三线及以下城市

高线城市：二线及以上城市

发展中新线城市：指城市规模、经济社会发展水平以及交通建设较为普通的中等城市，大部分以地级市为主，还包括个别省、自治区的省会、首府、自治州。

潜力新线城市：多数为西部地区的经济欠发达的地级行政区，同时还有少量中东部地区的中小城市

主要内容：

「大健康全景洞察」用户黏性强，互动意愿更强烈

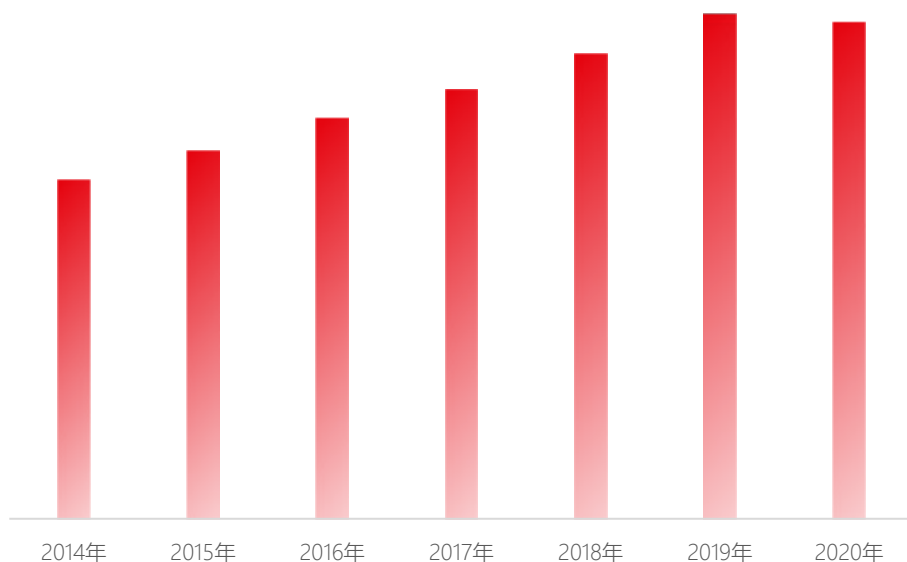
「大健康人群图鉴」90后佛系养生，80后氪金养生，70后花式养生

「大健康创作者分析」联动海量权威资源，打造极致信任感的内容社区

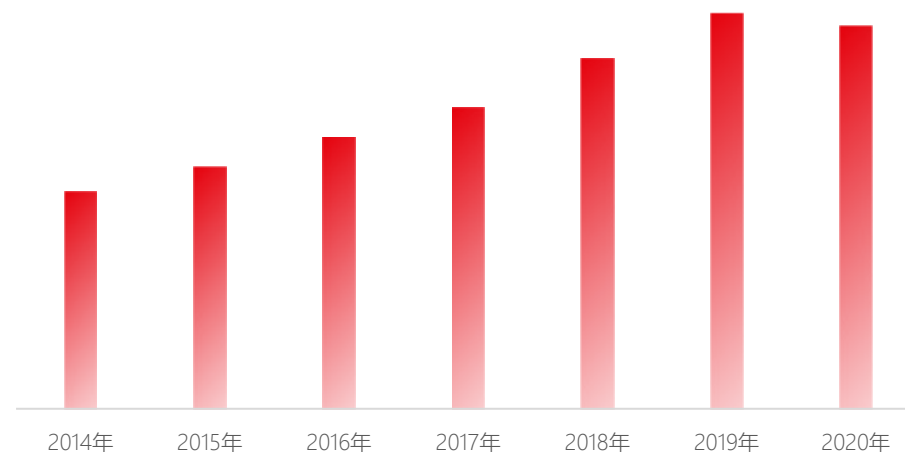
国民经济飞速发展 大健康市场规模不断壮大

2014-2020年中国居民人均消费和医疗保健消费支出呈现同步增长的态势；
未来随着国民经济增长以及居民消费水平的提升，居民医疗消费需求将会持续增长。

中国人均消费支出趋势



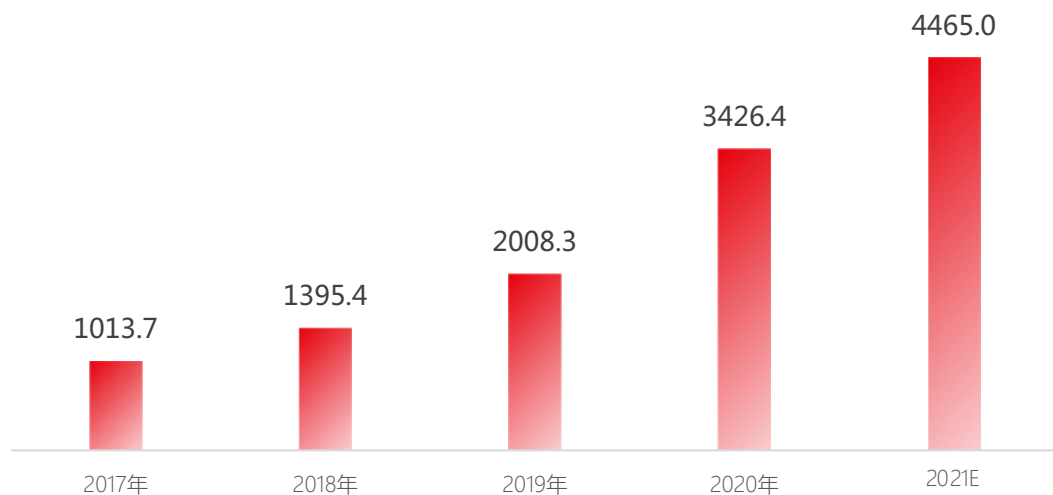
中国人均医疗保健消费支出趋势



互联网大健康迅速崛起 构建中国医疗产业新生态

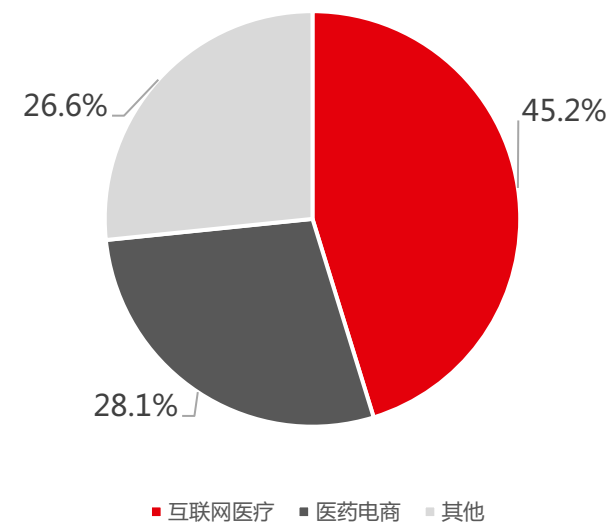
2020年中国互联网大健康市场规模达3426.4亿元，较2019年同比增长70.6%；
从细分领域看，互联网医疗占互联网大健康市场规模的45.2%。

互联网大健康市场规模（亿元）



数据来源：国家统计局

2020年互联网大健康市场结构



短视频时代 互联网医疗新形态迅速崛起

短视频平台助力大健康行业营销破圈；
多元的内容形式，专业的创作者吸引更多用户走进大健康的广袤天地。



819中国医师节



1022世界传统医药节



1120世界儿童日



控糖热点话题



全年节点热门话题活动

专题类系列直播节目

Part One

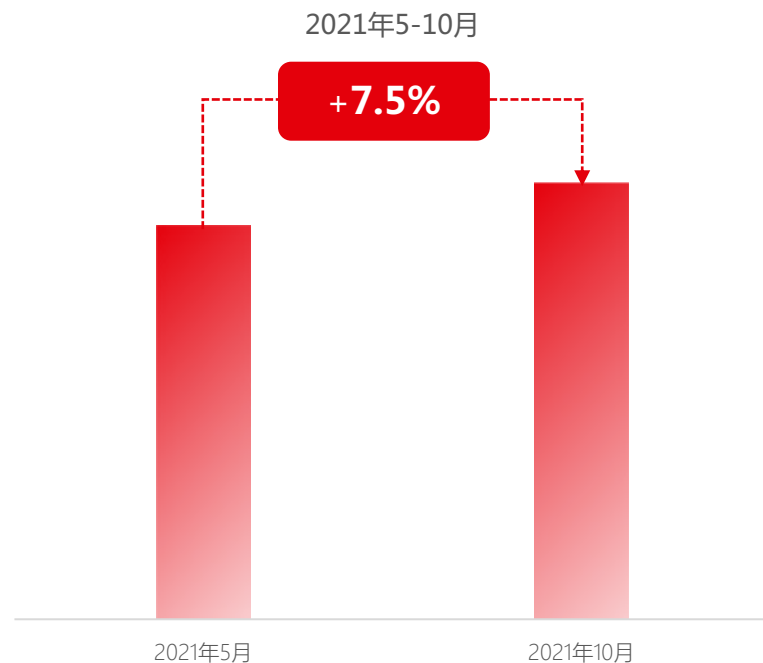
快手大健康全景洞察

- 更多大健康用户汇聚快手，短视频直播用户均增长
- 大健康用户黏性强，互动意愿更强烈
- 快手大健康内容多元丰富，满足用户不同诉求

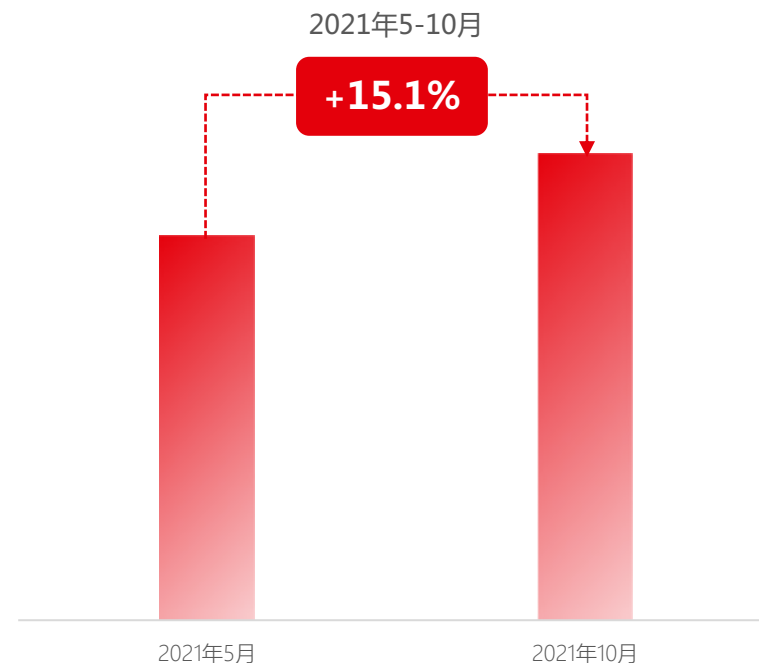
更多大健康用户汇聚快手 视频直播观看人数均稳步增长

2021年5-10月观看大健康短视频、直播人数分别增长7.5%和15.1%；
观看大健康直播人数是观看视频人数的1.12倍。

快手观看大健康视频人数



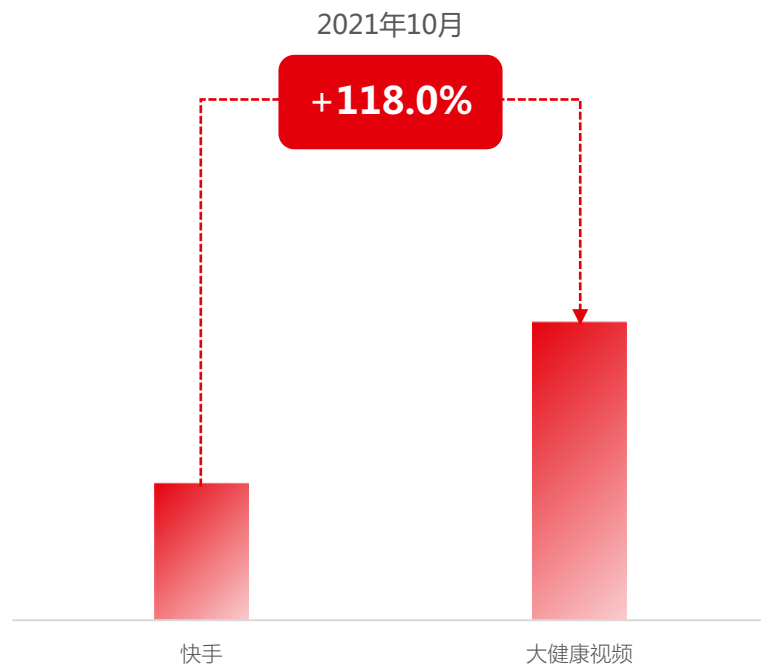
快手观看大健康直播人数



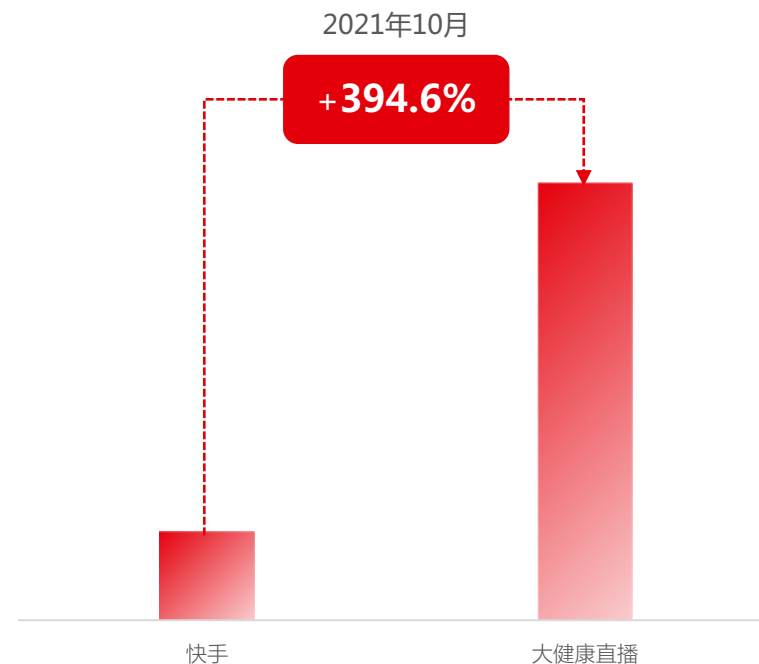
大健康用户黏性强 互动意愿更强烈

2021年10月，大健康视频比快手整体视频平均互动量高118.0%；
大健康直播比快手整体直播平均互动量高394.9%。

快手大健康平均视频互动量



快手大健康平均直播互动量

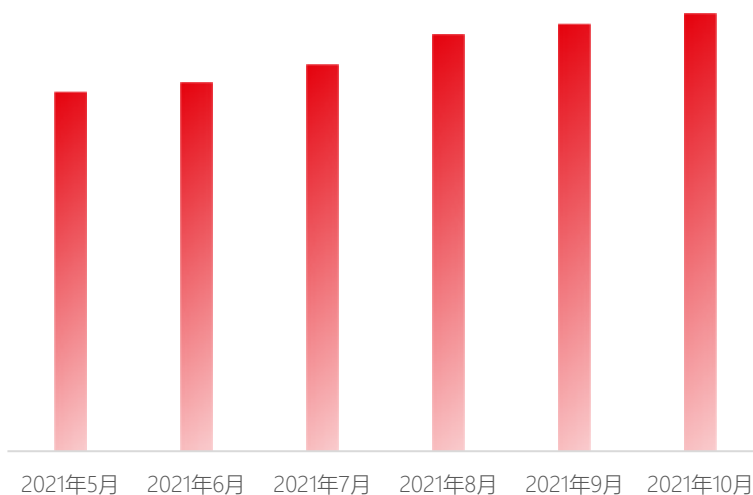


备注：互动量=点赞+评论+分享

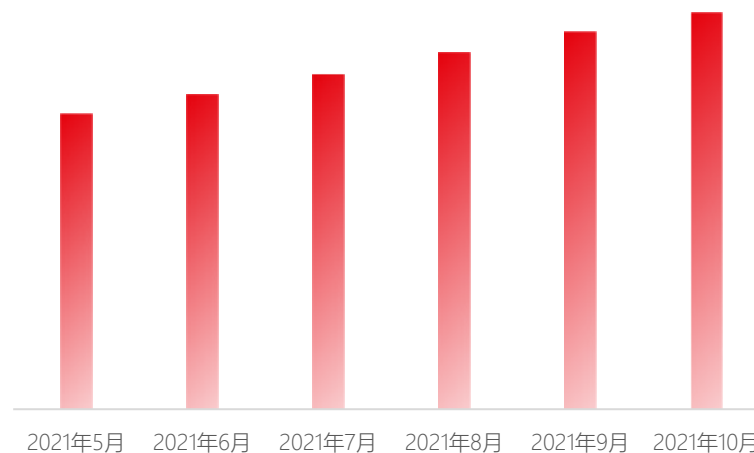
短视频直播双擎赋能 快手助力大健康知识传播

2021年5-10月，快手大健康视频增长21.6%，直播量增长16.2%；
快手通过“短视频+直播”形式助力大健康内容传播。

大健康视频存量趋势



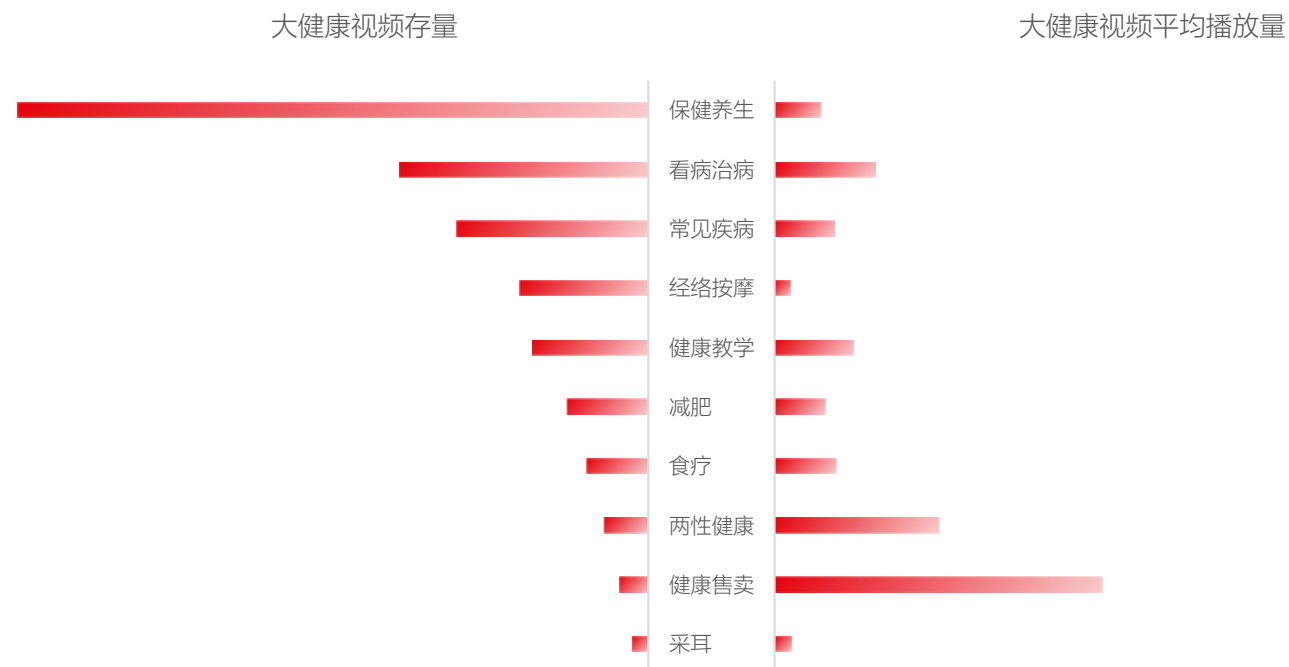
大健康直播量趋势



大健康内容多元丰富 用户诉求在快手均能满足

2021年10月，养生和看病类视频存量最高；
健康售卖和两性知识平均播放量最高。

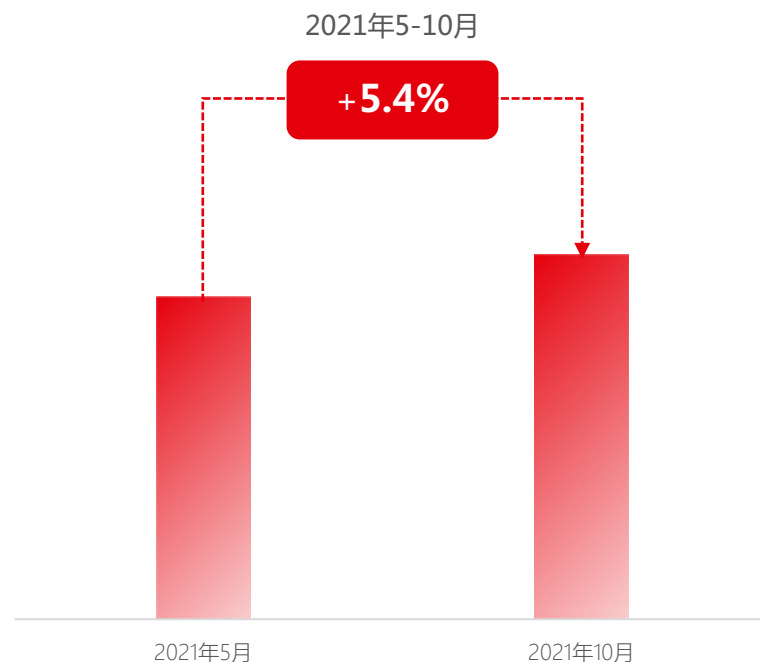
快手大健康细分视频存量及平均播放量



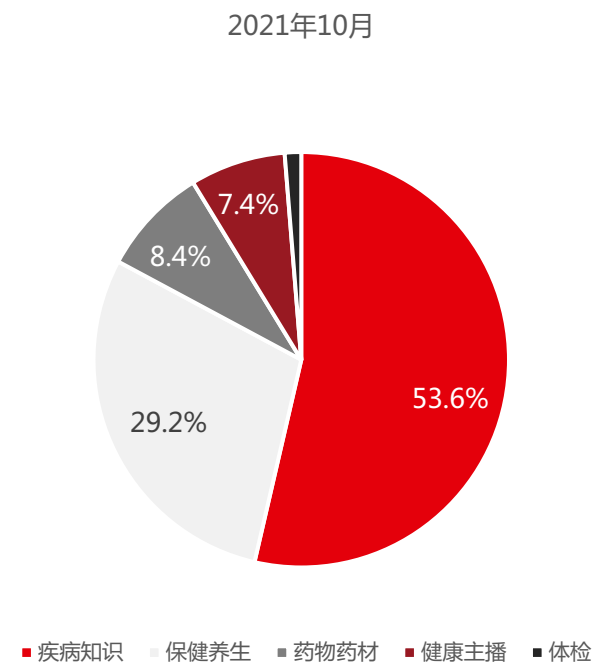
更多用户主动关注大健康内容 最关注知识和养生

2021年5-10月，在快手主动大搜索健康内容的人数增长5.4%；
大健康关注内容中53.6%是疾病知识，29.2%是保健养生。

搜索大健康内容人数



细分内容搜索占比



Part Two

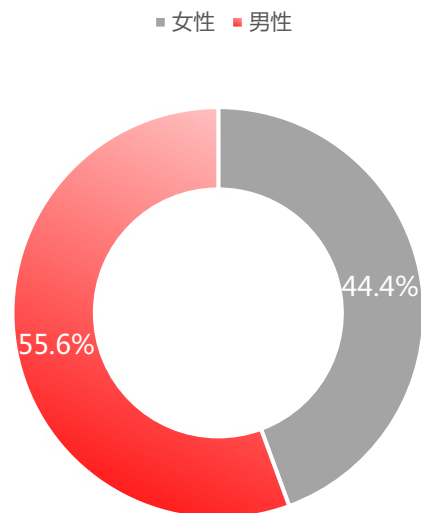
快手大健康人群图鉴

- 大健康用户以90后为主，高线增速更快
- 不同代际用户养生观念大不同
- 90后佛系养生，80后氪金养生，70后花式养生

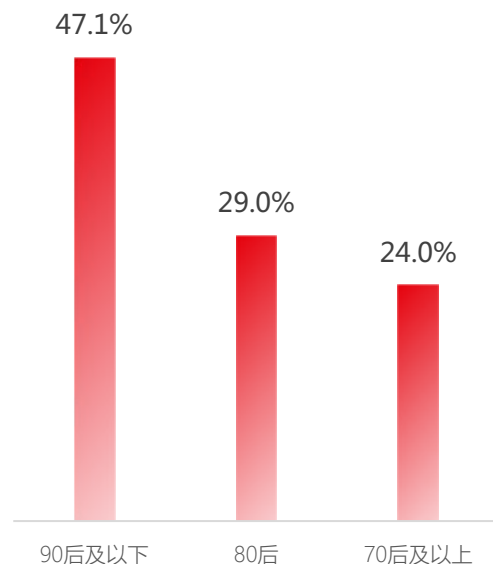
大健康用户以90后为主 新线占比更高，高线增速更快

快手大健康用户男性占比为55.6%，略高于女性。用户整体以90后为主；
新线用户占比为68.6%，高线用户增速更快。

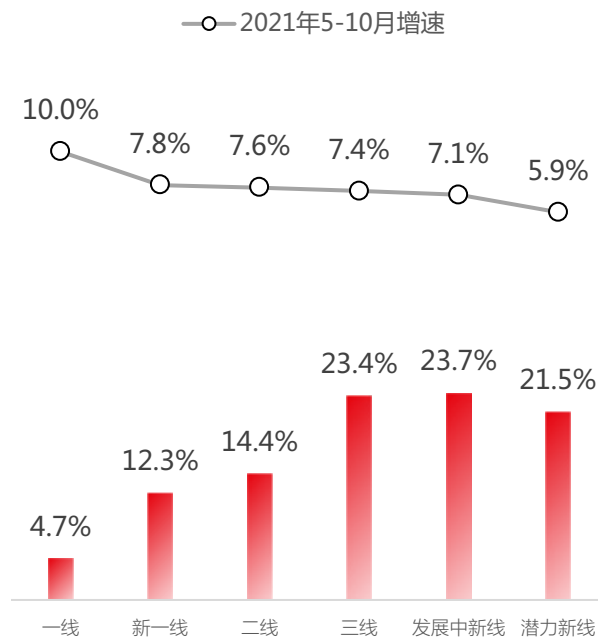
2021年10月性别分布



2021年10月年龄分布



2021年10月城市分布及增速



不同代际用户 养生关注大不同

90后

采耳

减肥

脱发

.....

80后

经络按摩

病症询问

饮食养生

.....

70后

保健养生

肿瘤癌症

药物药材

.....

90后佛系养生 养生娱乐两不误

减肥

游戏

二次元

熬夜

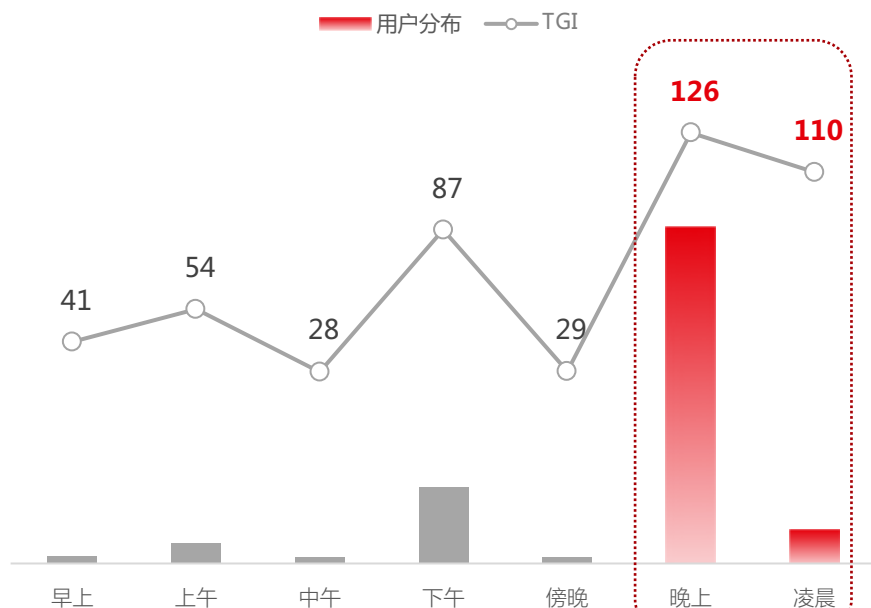
方便
食品

脱发

90后更爱熬夜 也关注养生和颜值

90后偏好晚上和凌晨刷快手，TGI均高于100；
喜欢购买隐形眼镜、医用敷料等产品，也偏好购买彩妆和方便食品等。

2021年10月90后使用时段分布及TGI



2021年10月购买大健康细分商品偏好

隐形眼镜
TGI : 298

医用敷料
TGI : 180

经期护理仪
TGI : 164

2021年10月购买其他商品偏好

彩妆
TGI : 141

方便食品
TGI : 134

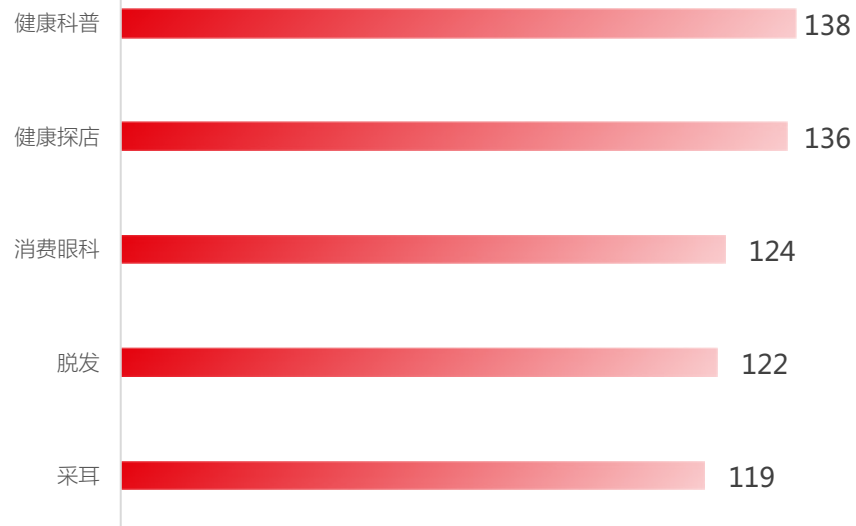
面部护肤
TGI : 141

90后偏好健康科普 不忘游戏和二次元

90后最关注健康科普、探店形式的内容；其他内容中最关注游戏、二次元。

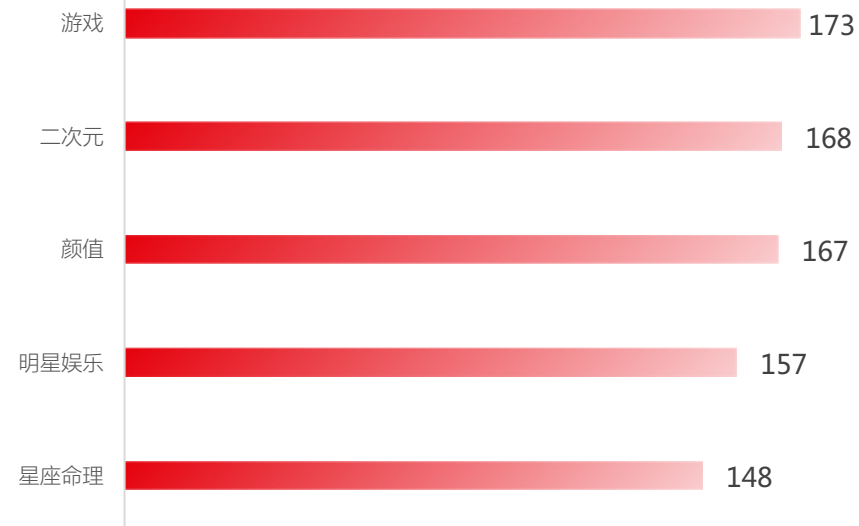
90后大健康内容TGI排名

2021年10月



90后大健康用户其他内容TGI排名

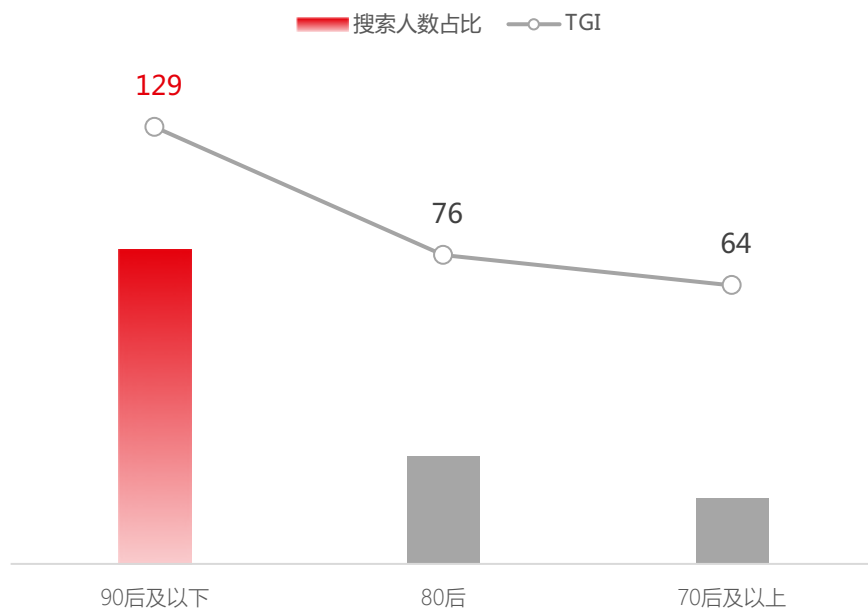
2021年10月



90后爱主动搜索 更关注采耳减肥内容

相较于其他用户，90后更爱主动搜索大健康内容；搜索偏好排名最高的是采耳和减肥内容。

2021年10月搜索大健康内容人数分布



TGI=搜索快手大健康内容人数占比/整体快手用户人数占比*100；

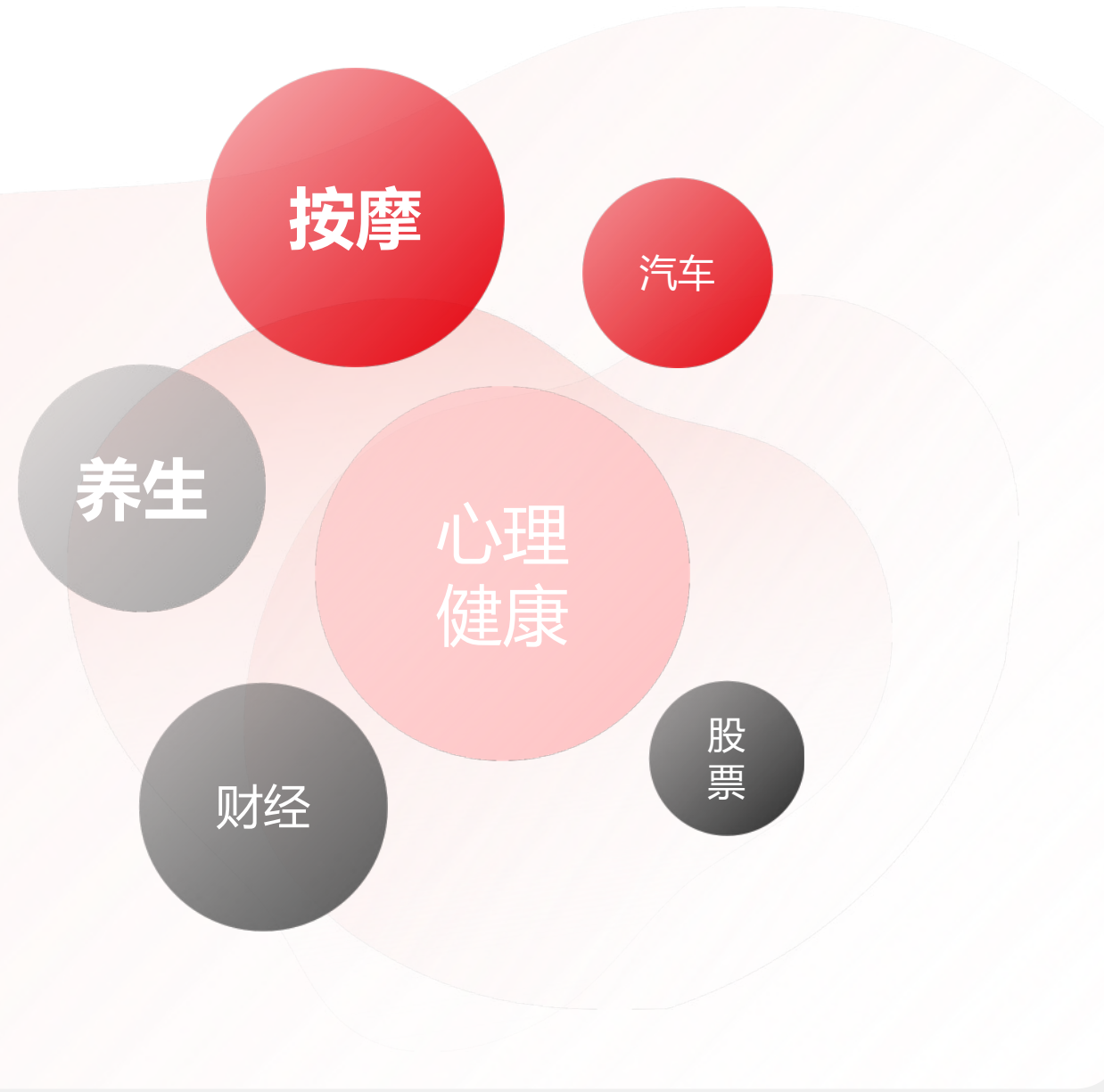
90后大健康用户搜索内容TGI排名

2021年10月



TGI=90后搜索快手大健康内容人数占比/整体快手大健康用户搜索内容人数占比*100；

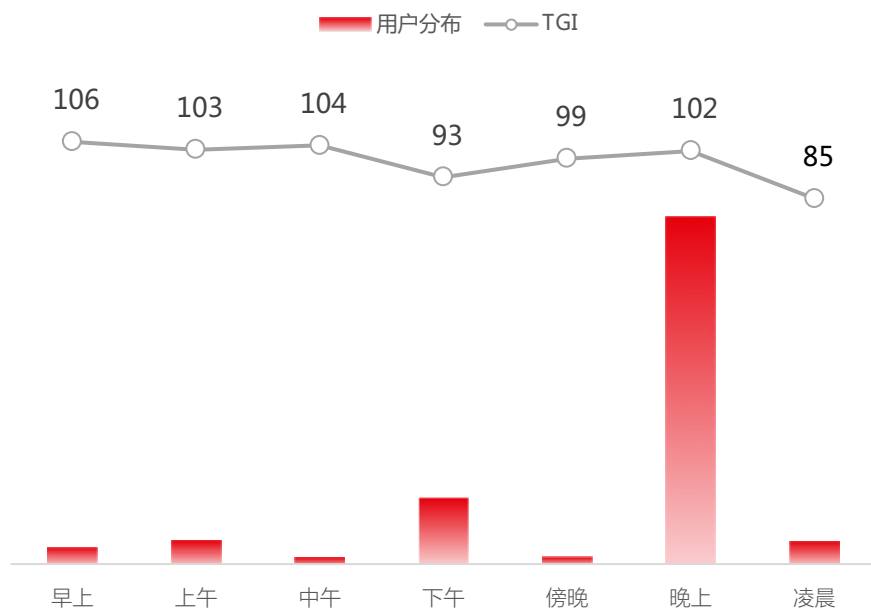
80后氪金养生 更爱为健康买单



80后养生有道 更倾向购买养生仪器

80后使用快手时段偏好趋近于快手整体；喜欢购买护理仪等健康用品，也爱购买女装、衣物清洁。

2021年10月80后使用时段分布及TGI



2021年10月购买大健康细分商品偏好

消毒器
TGI : 144

经期护理仪
TGI : 134

足疗机
TGI : 127

2021年10月购买其他细分商品偏好

女装
TGI : 265

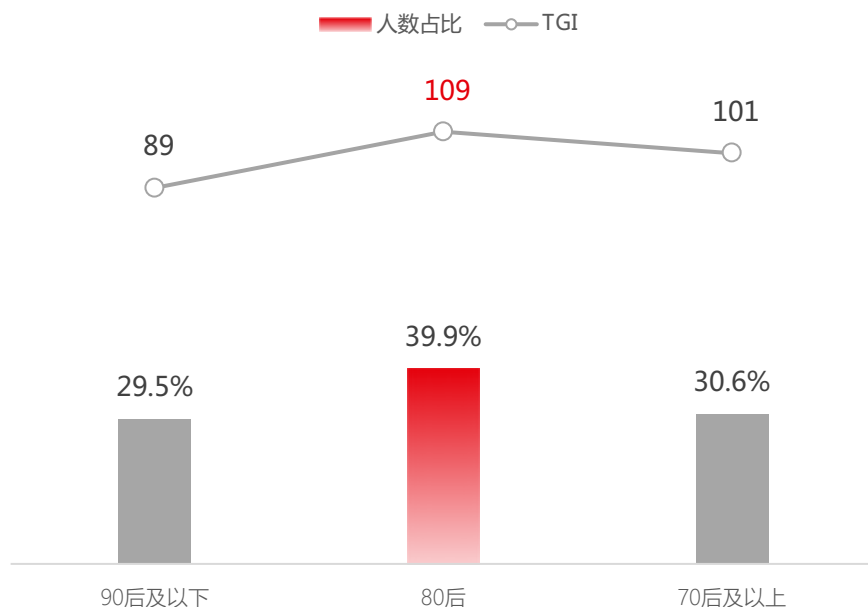
衣物清洁
TGI : 224

方便食品
TGI : 218

80后更爱为健康买单 健康食品需求最高

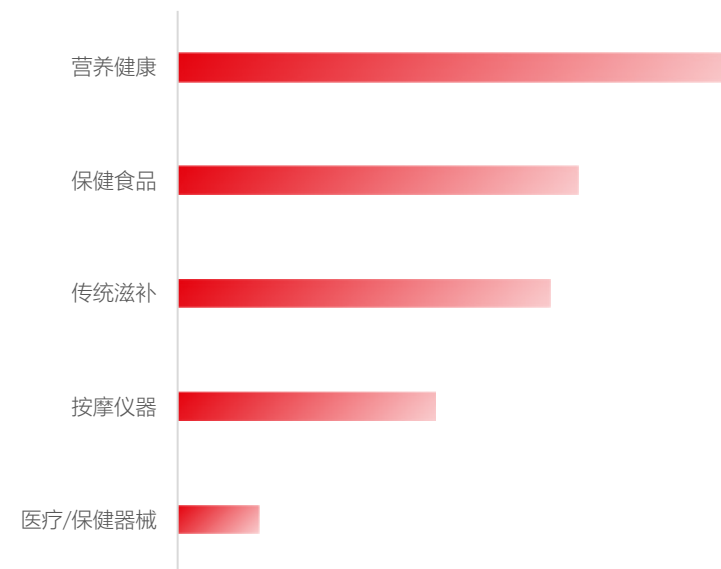
相较于其他大健康用户，80后更愿购买大健康产品；其中购买最多的商品是健康食品和按摩仪器。

2021年5-10月购买大健康商品人群分布



TGI=购买快手大健康产品用户分年龄占比/快手大健康用户占比*100；

80后购买大健康产品购买金额排名



80后关注中医减肥 也爱看汽车和财经

相较于其他大健康用户，80后较关注中医减肥和健康售卖；其他内容中最关注汽车、财经和股市。

80后大健康内容TGI排名

2021年10月



80后大健康用户其他内容TGI排名

2021年10月



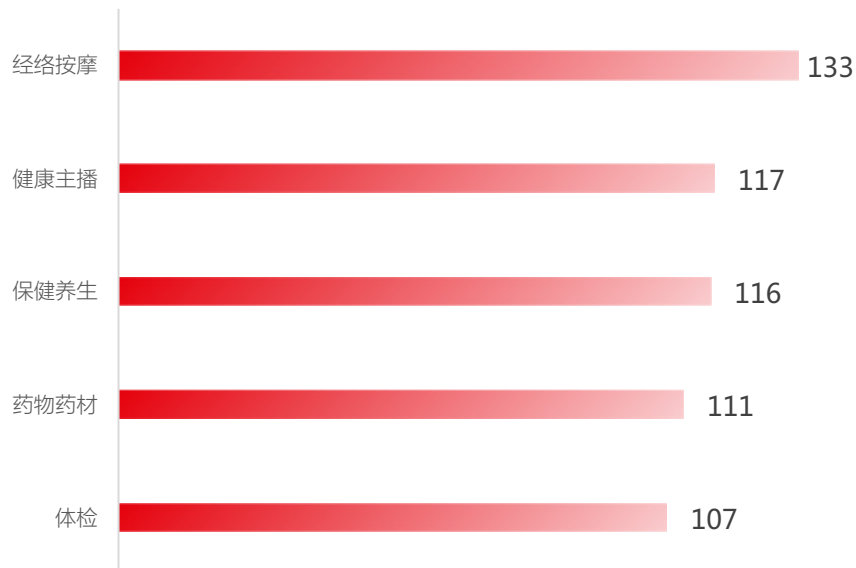
TGI=80后大健康用户观看内容人数占比/整体快手大健康用户观看内容人数占比*100；

80后养生关注更广泛 身心健康两不误

80后更爱搜索经络按摩和健康主播；心灵驿站、减肥等主动搜索更多。

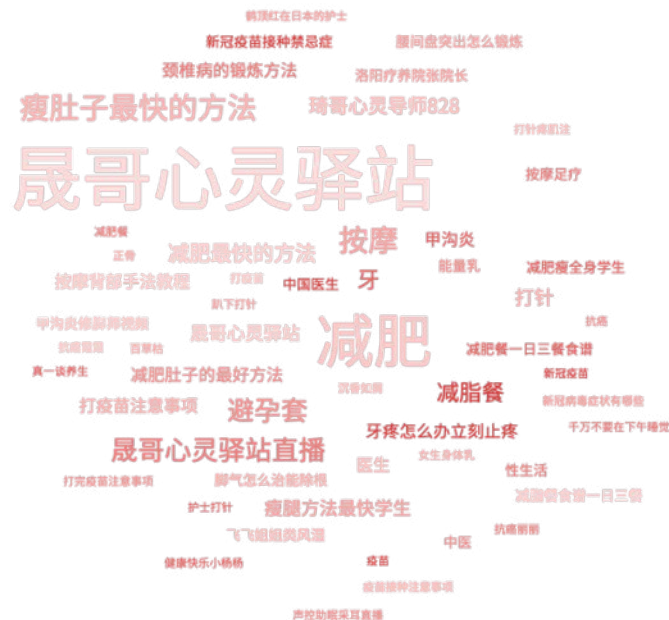
80后大健康用户搜索健康内容偏好

2021年10月



80后大健康用户搜索高频词汇

2021年10月



TGI=80后搜索快手大健康内容人数占比/整体快手大健康用户搜索内容人数占比*100；

70后花式养生 养生方式更多样

早起

舞蹈

体检

疗养

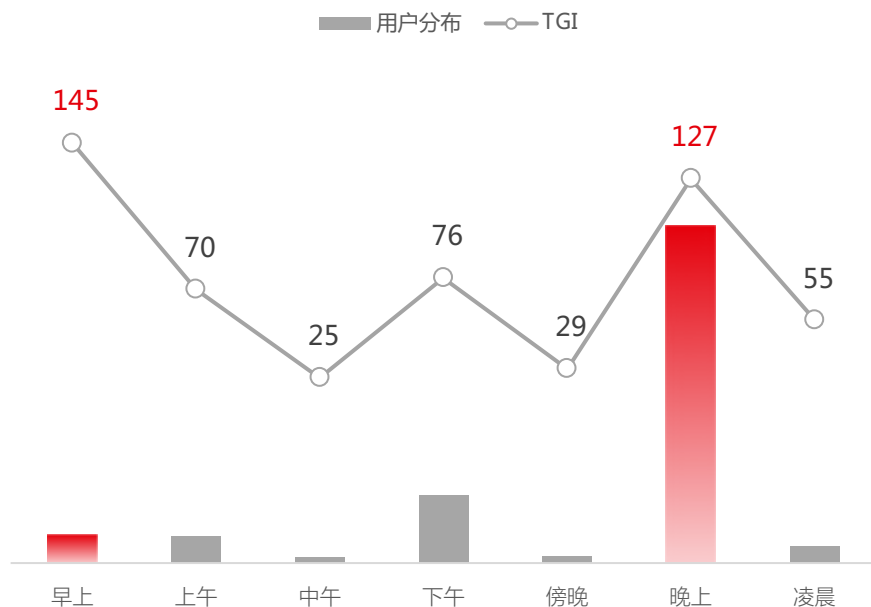
保健

中医

70后注重规律生活 倾向购买保健和生活用品

相较于快手整体，70后大健康用户更爱在早上刷视频，TGI为145；
喜欢购买中医保健、医疗器械等大健康商品，也偏好购买床上用品和玉石等其他商品。

2021年10月70后使用时段分布及TGI



2021年10月购买大健康细分商品偏好

中医保健
TGI : 124

医疗器械
TGI : 113

保健食品
TGI : 109

2021年10月购买其他细分商品偏好

床上用品
TGI : 159

玉石
TGI : 153

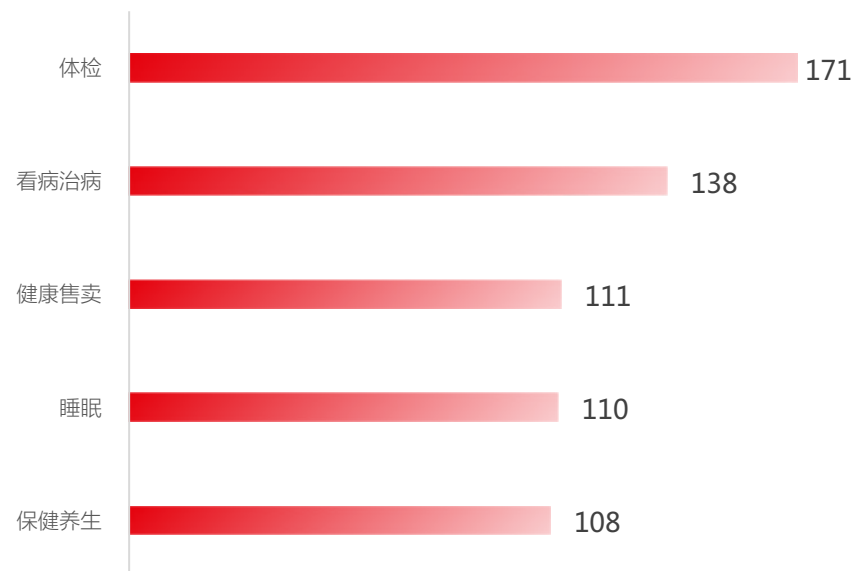
生活日用
TGI : 136

70后关注身体状况 热爱文娱财经

70后大健康用户更关注体检和看病治病内容；其他内容中最关注音乐、法律和股市。

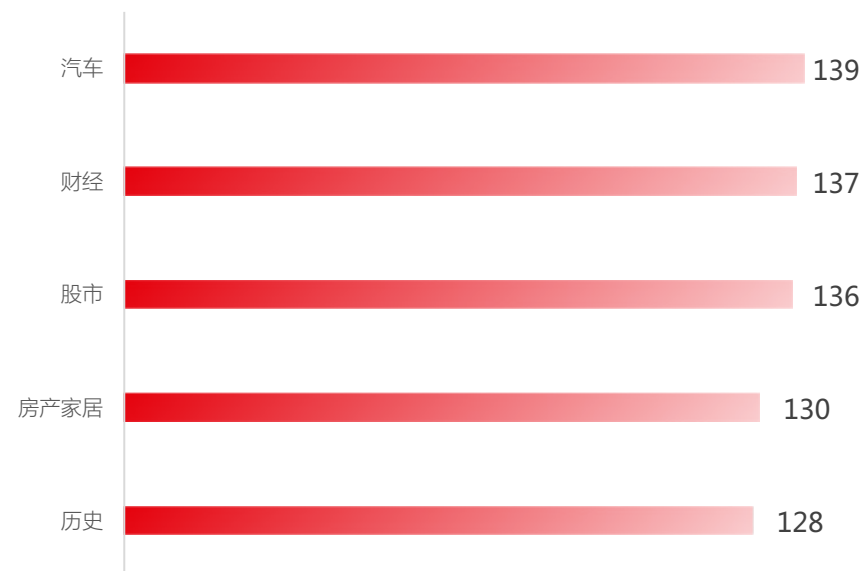
70后大健康内容TGI排名

2021年10月



70后大健康用户其他内容TGI排名

2021年10月



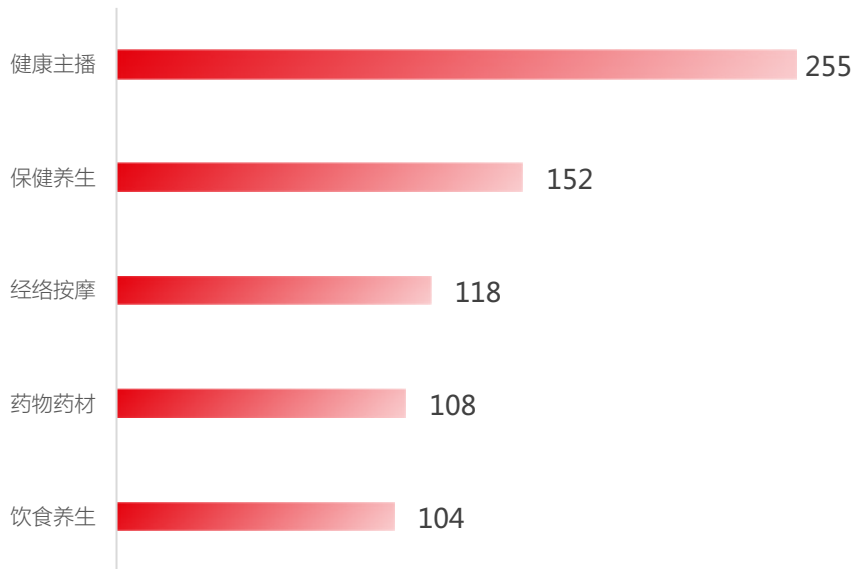
TGI=70后大健康用户观看内容人数占比/整体快手大健康用户观看内容人数占比*100；

70后关注健康主播 养生观念开放多元

70后大健康用户偏好主动搜索创作者信息；常主动搜索心灵驿站和疗养院等信息。

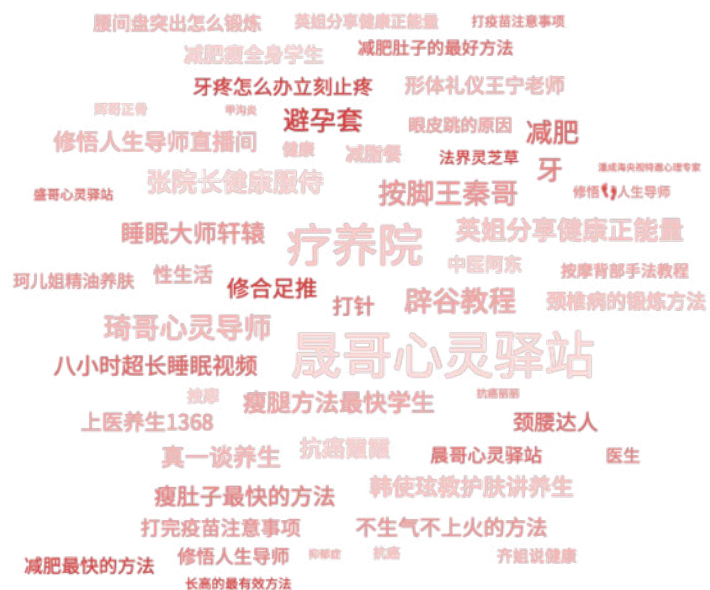
70后大健康用户搜索健康内容偏好

2021年10月



70后大健康用户搜索高频词汇

2021年10月



TGI=70后搜索快手大健康内容人数占比/整体快手大健康用户搜索内容人数占比*100；

Part Three

快手大健康创作者分析

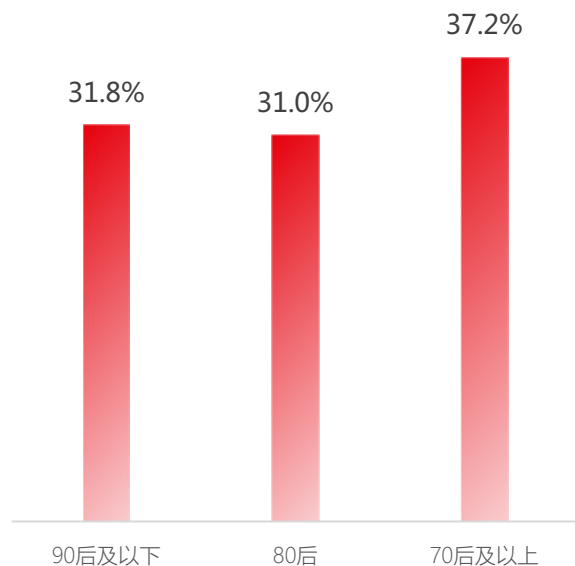
- 大健康创作者以Y世代为主，高线城市增速更快
- 创作者多元且专业，在快手普及健康知识
- 联动海量权威资源，打造极致信任感的内容社区

创作者以Y世代为主 高线创作者人数增速更快

80后、90后是大健康创作者主体，合计占比为62.8%；
2021年5-10月，高线创作者增幅最高，达66.5%。

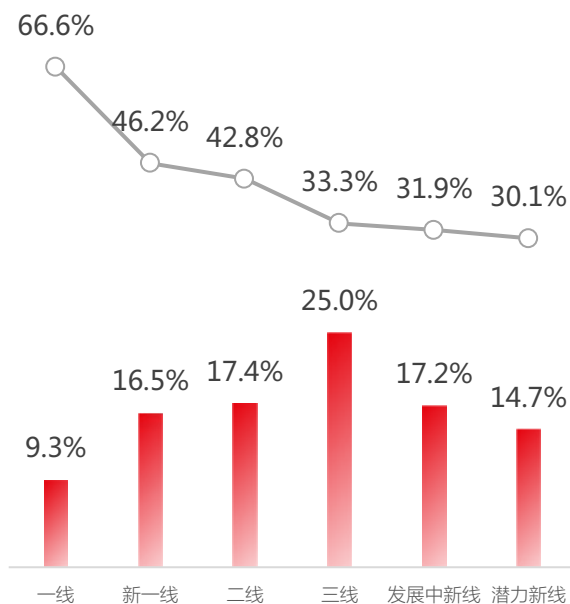
大健康创作者年龄分布

2021年10月

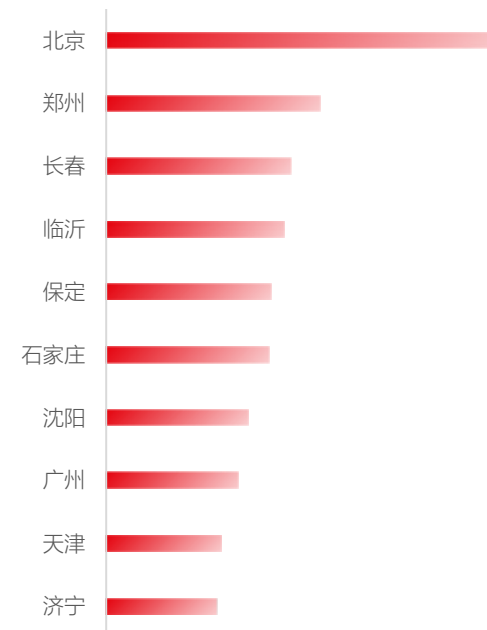


大健康创作者城市线级分布

—○— 2021年5-10月增速



大健康创作者城市分布TOP举例



创作者专业且多元 通过快手普及健康知识

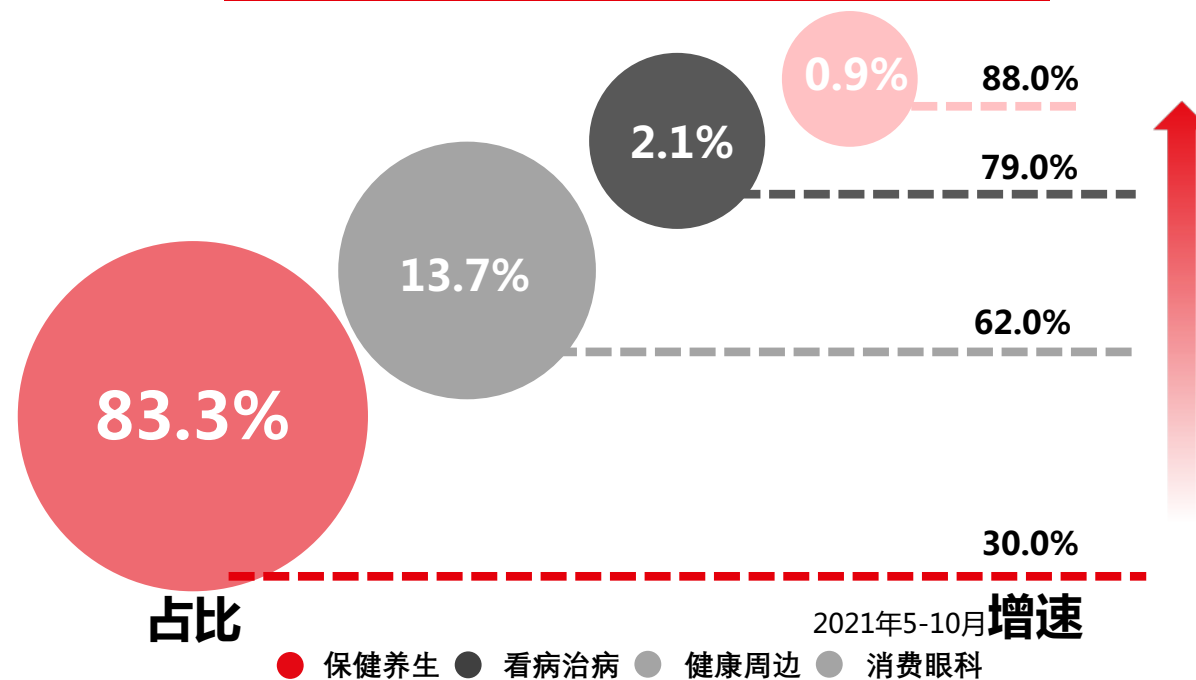
2021年5-10月，入驻快手大健康创作者增速为38.8%；
保健养生占比最高，消费眼科增速最快。

快手大健康创作者人数增速

2021年5-10月增速

38.8%

2021年10月大健康创作者分布



创作者粉丝稳步增长

不同代际粉丝关注差异明显

2021年5-10月，快手大健康创作者粉丝人数增长9.5%。粉丝以90后、80后为主；90后更倾向关注采耳、减肥创作者，70、80后相对更倾向关注疾病、按摩类内容创作者。

大健康创作者粉丝数据

2021年5-10月

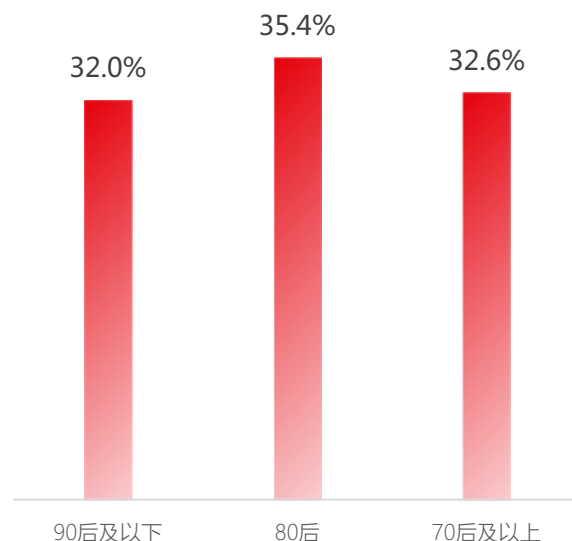
+9.5%
粉丝增速

2亿+
覆盖粉丝
范围

1800w+
互关数量

粉丝年龄分布

2021年10月



不同年龄粉丝关注创作者偏好

2021年10月



专业医生入驻快手 构建快手大健康繁荣生态

入驻快手的专业医生数量超过6500名，覆盖粉丝超过9500万；
2021年5-10月，医生月发布视频数量增速为53.1%，月直播数量增速为84.0%。

入驻快手医生月发布视频数量

2021年5-10月

+53.1%

2021年5月

2021年10月

入驻快手医生每月直播数量

2021年5-10月

+84.0%

2021年5月

2021年10月

6500+

入驻医生数量

9500万+

医生覆盖
粉丝数量

联动海量权威资源 打造极致信任感的内容社区

全国卫健委



健康中国官方账号
626.4万粉丝



健康湖北
220.8万粉丝



健康山东
78.2万粉丝



健康广东
99.9万粉丝



健康中原
124.8万粉丝

健康组织



健康报
160.3万粉丝



海淀大健康
185.8万粉丝



中国家庭报
64.9万粉丝



健康传播工作委员会
60.3万粉丝



中国医师协会
急诊医师分会
31.6万粉丝

三甲医院



北京协和医院
78.2万粉丝



西安交大二附院
100.3万粉丝



四川大学华西医院
85.9万粉丝



云南省第一人民医院
125.2万粉丝



北医三院
47万粉丝

专业医生



刘加勇医生
1350.5万粉丝



恩哥聊健康
307.2万粉丝



骨往筋来
353.2万粉丝



医路向前巍子
268.7万粉丝



心血管王医生
193.2万粉丝

免责声明

“快手”、“我们”、“我们”和“我们的”是指快手科技及其集团实体。

本传达和/或公开的内容仅用于一般信息目的。本内容仅供指定接收者使用，在未经快手事先书面同意的情况下，不得作出任何其他目的的全部或部分复制、再生成、再分发、传播或使用或披露给任何其他人（其中包括接收者的普通合伙人、有限合伙人、其子公司或联属公司、董事、高级职员、顾问、雇员、代理人或代表）或发布。

我们努力确保信息的及时性及准确性，但我们不会就任何目的对信息或我们的业务、产品或服务的内容本身、其完整性、准确性、可靠性、合法性、适用性或可用性，作出任何形式的（无论是明示或暗示的）陈述或保证。我们不负责对信息进行更新。对此类信息的任何依赖均由阁下自行承担风险。我们或我们的子公司或联属公司、董事、高级职员、雇员、顾问、代理人或代表或任何其他人均不对因使用该等信息而引致的任何损失或与之相关的其他任何损失承担任何责任。

磁力引擎 | 磁力数观

THANKS



关注“磁力数观”公众号
获取更多快手数据报告

- 每天免费分享7+最新重磅报告
- 每天分享当日华尔街日报、金融时报
- 每周分享经济学人、财经电子书
- 细分行业资源对接，人脉拓展、项目合作

公众号，叁一江湖



欢迎扫码
获取更多精选内容