

中国医生社区用户分析2016

Analysys易观与医联联合发布

Analysys 易观  医联

本产品保密并受到版权法保护

Confidential and Protected by Copyright Laws

Analysys 易观

实时分析驱动用户资产成长



研究范畴和研究方法



研究范畴

- 本报告主要研究中国医生用户需求、中国移动医疗医生社区解决方案、中国移动医疗医生社区用户研究，以及医生社区发展趋势展望；
- 本报告涉及的厂商包括：医联、丁香园、轻盈医学、医脉、云医等；
- 本报告研究的国家和地区主要包括：中国大陆，不包括港澳台地区。



数据来源

- 数据来源：报告数据来自易观千帆和医联社区用户数据。
- 千帆数据说明：千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2016年第3季度易观千帆基于对12亿累计装机覆盖、2.78亿移动端月活跃用户的行为监测结果。采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。



研究方法

- 报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的研究、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。
- 报告中运用Analysys易观的产业分析模型，并结合市场研究、行业研究和厂商研究，能够反映当前市场现状，趋势和规律，以及厂商的发展现状。

报告摘要

医生职业特征决定医生需求方向

- 医生晋升需求决定医生终身学习的基本需求，现阶段医生工作学习环境和医疗资源分配情况导致医生学习方式碎片化、学习渠道远程化、学习内容偏向疑难重症的特征。
- 医生与医院的深度捆绑导致医生职业困境，多点执业需求显著。

移动医生服务提供多样化医生需求解决方案

- 移动医疗医生服务已初现规模化特征，同时医生对于医生服务的用户习惯与认可度已逐渐养成；
- 医生社区服务是医生需求的有效解决方案，满足医生培训学习、学术交流、品牌建立需求；
- 医生社区产品形态差异化发展，以病例交流为核心内容；科研学习类医生社区用户呈现高粘性特征。

医生社区发展趋势展望

- 医生社区积极探索盈利方向，挖掘医生资源价值潜力。
- 对接患者端促进医生多点执业发展，对接医院端助力医院信息化服务，对接企业端基于医生社群提供广告营销业务，形成医生社区核心价值闭环。

医生社区用户行为特征

- 较为忙碌的外科、肿瘤科用户偏向于使用医生社区，医生社区真实满足医生需求；
- 医生多在工作期间阅读医生社区，满足医生碎片化、远程学习需求；
- 中小医生使用医生社区学习功能提升自我。

目录

CONTENTS

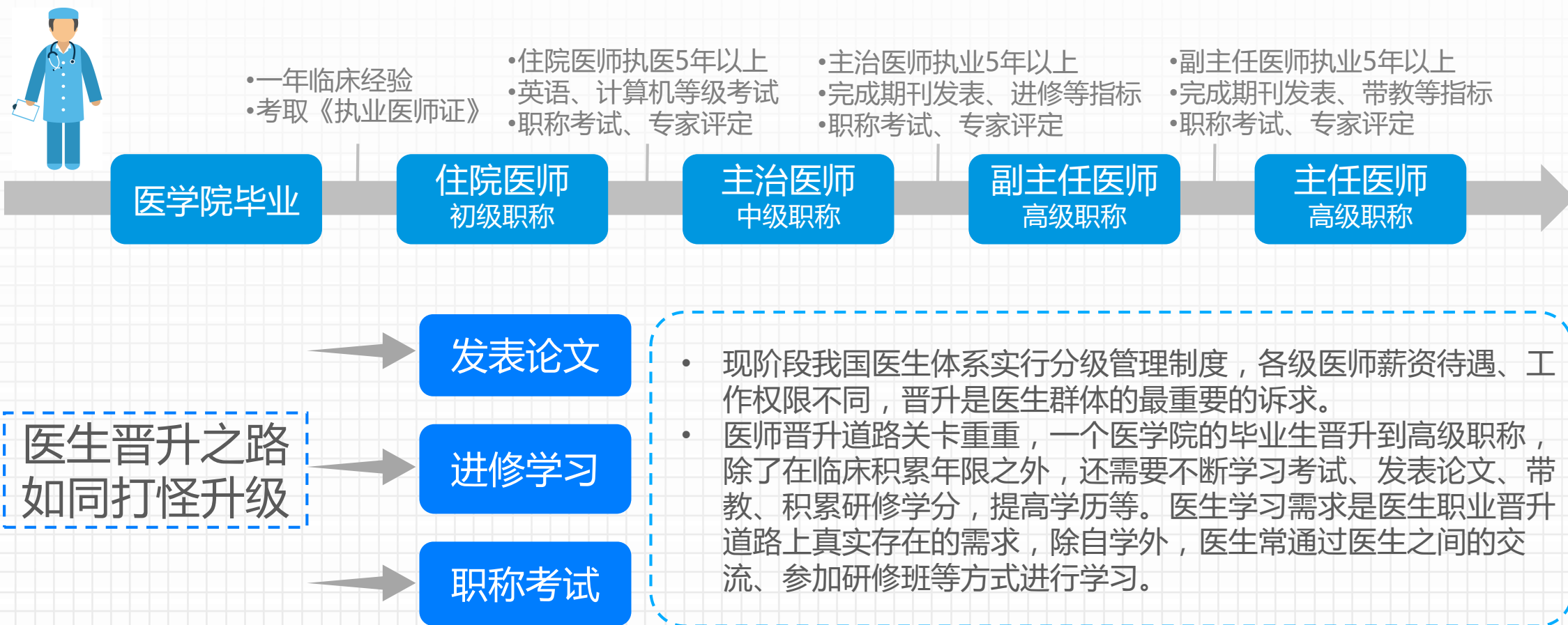
- 01  医生职业特征决定医生需求方向
- 02  移动医生服务提供多样化医生需求解决方案
- 03  医生社区用户行为特征研究
- 04  医生社区未来发展趋势

PART 1



医生职业特征决定医生需求方向

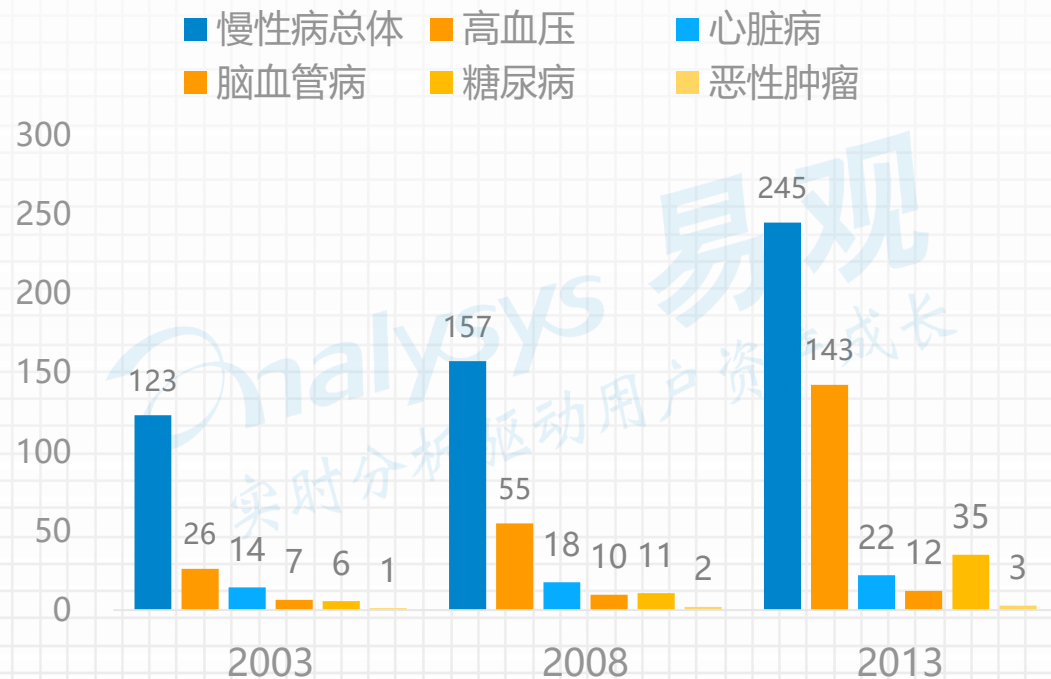
需求一：学习 晋升制度决定医生的终身学习的需求



需求一：学习（学习内容）

慢性疾病发病率上升与居民寿命上升，疑难重症变多

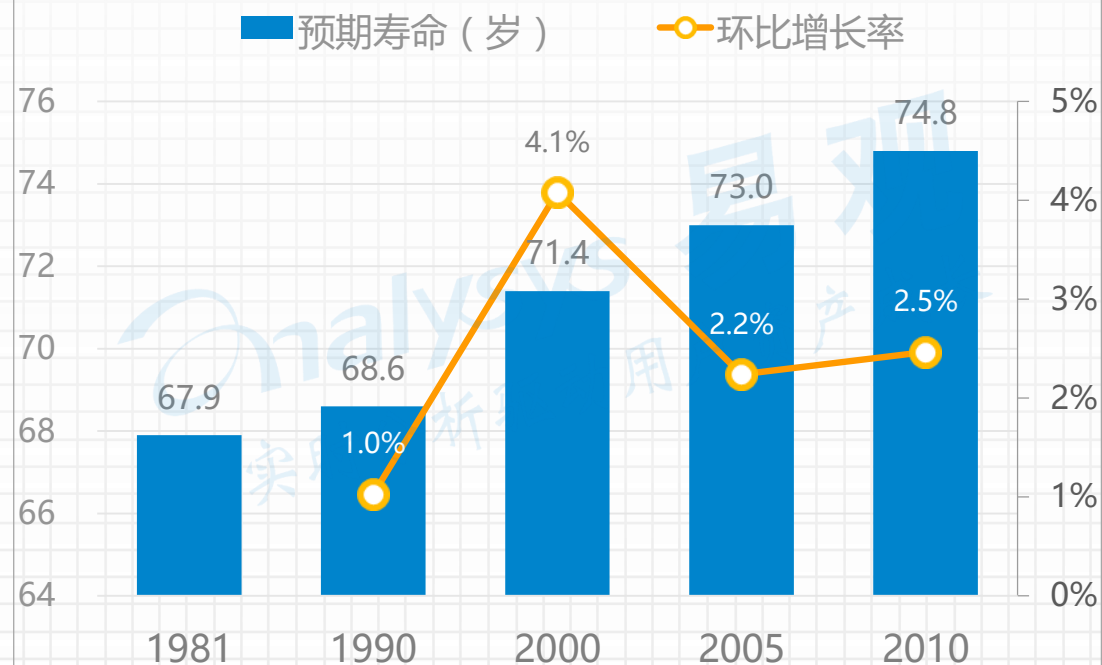
2003-2013居民慢性病患病率统计（‰）



© Analysys 易观.国家卫计委

www.analysys.cn

中国居民历年预期寿命统计



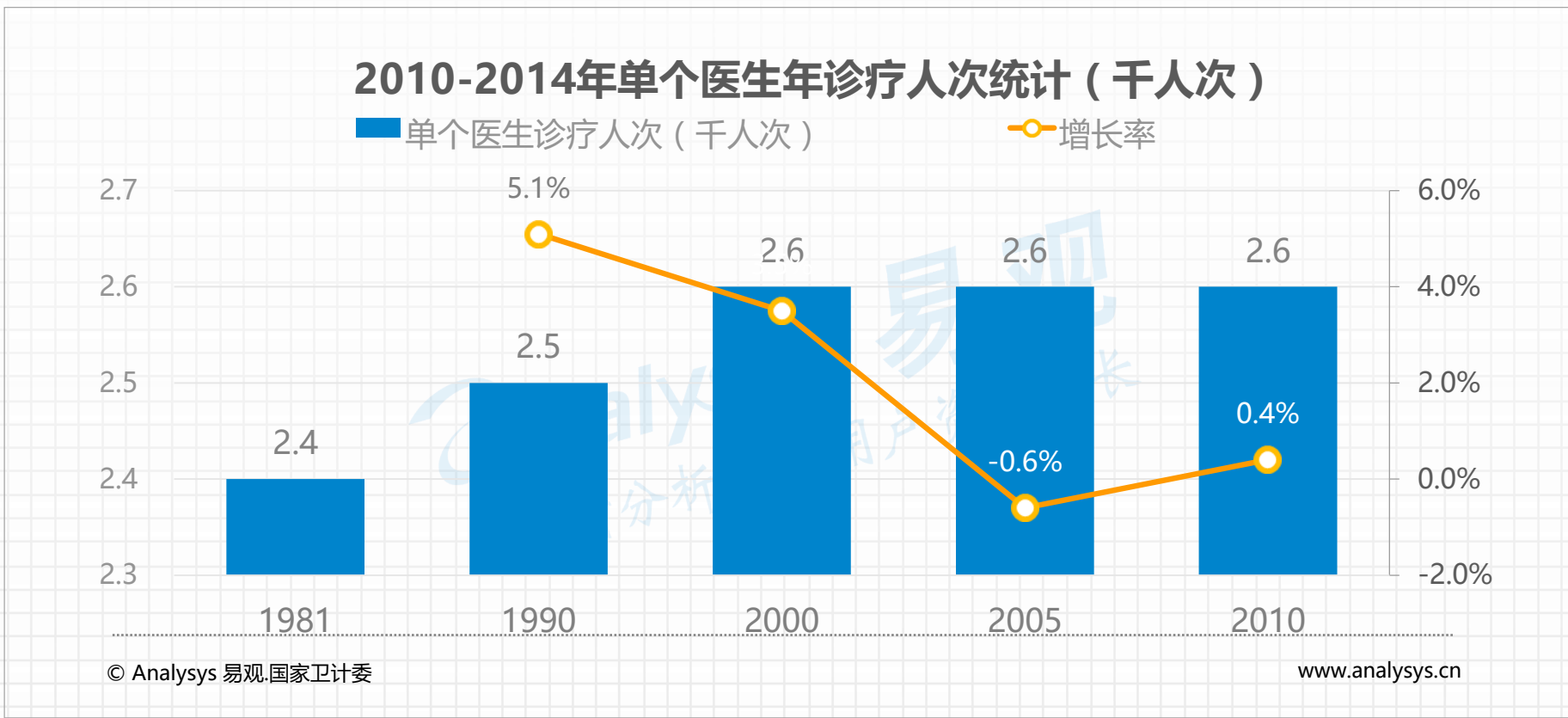
© Analysys 易观.国家卫计委

www.analysys.cn

- 高血压、心脏病、糖尿病等慢性疾病易合并多种疾病，成为跨学科、跨科室的疑难重症；
- 国家卫计委统计显示，居民慢性疾病的患病率在增加，同时随着居民年龄的增长，合并症的风险也在增加。疑难重症的处理成为医生的学习方向。

需求一：学习（学习方式）

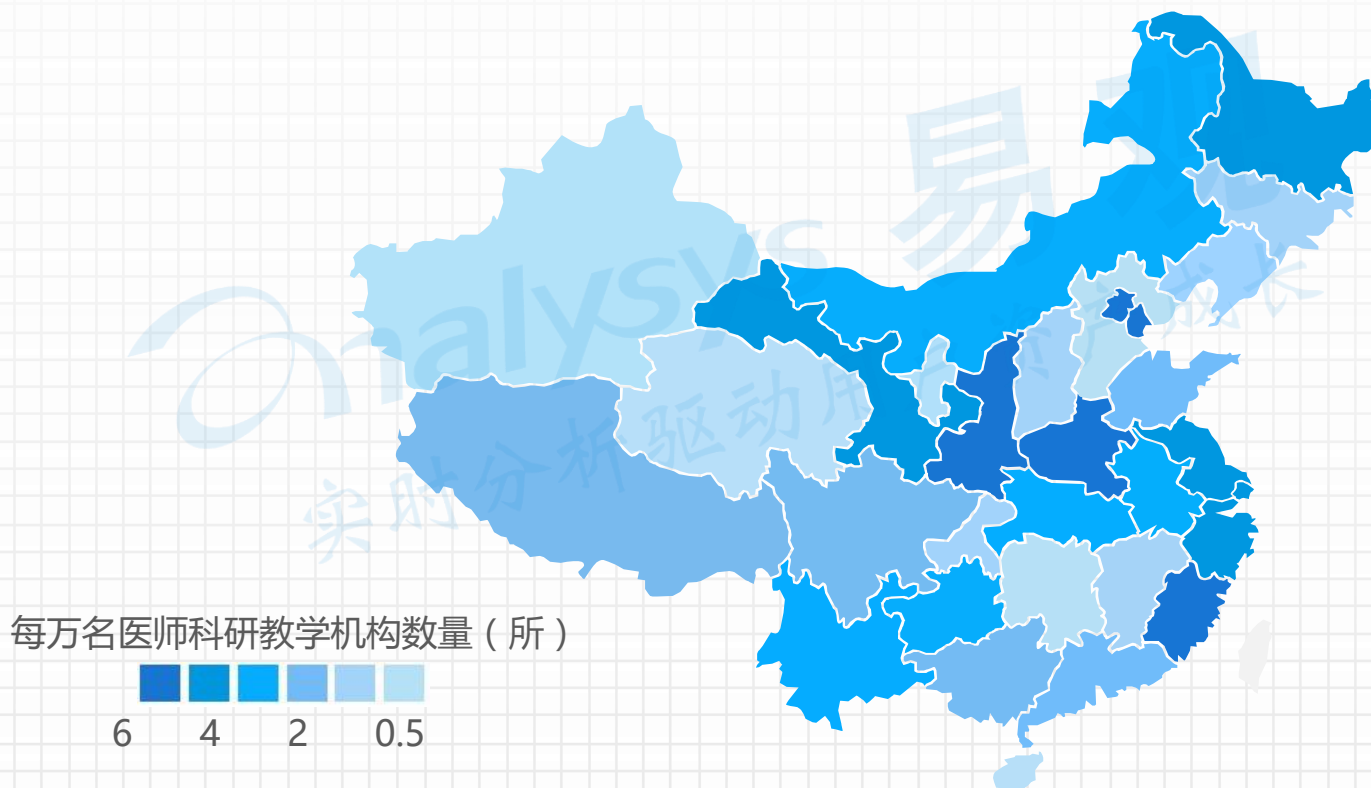
医生工作量增大，碎片化学习成为医生诉求



- 国家卫计委统计显示，单个医生年诊疗人次呈上升趋势，医生工作量逐年上升。
- Analysys易观分析认为，我国人口老龄化与人民健康意识的提升促进诊疗人次的上升，同时医生供给量不足，导致单个医生工作量上升。学习时间的压缩改变了医生群体的学习方式，从使用整块时间参加研修讨论、学习培训转变到了利用碎片化的时间参与线上的教学、讨论活动。

需求一：学习（学习渠道） 培训机构地域分配不均，远程学习需求显著

2014年中国医生在职培训与研究机构分布情况



数据来源：《2015中国卫生和计划生育统计年鉴》

© Analysys 易观.国家卫计委

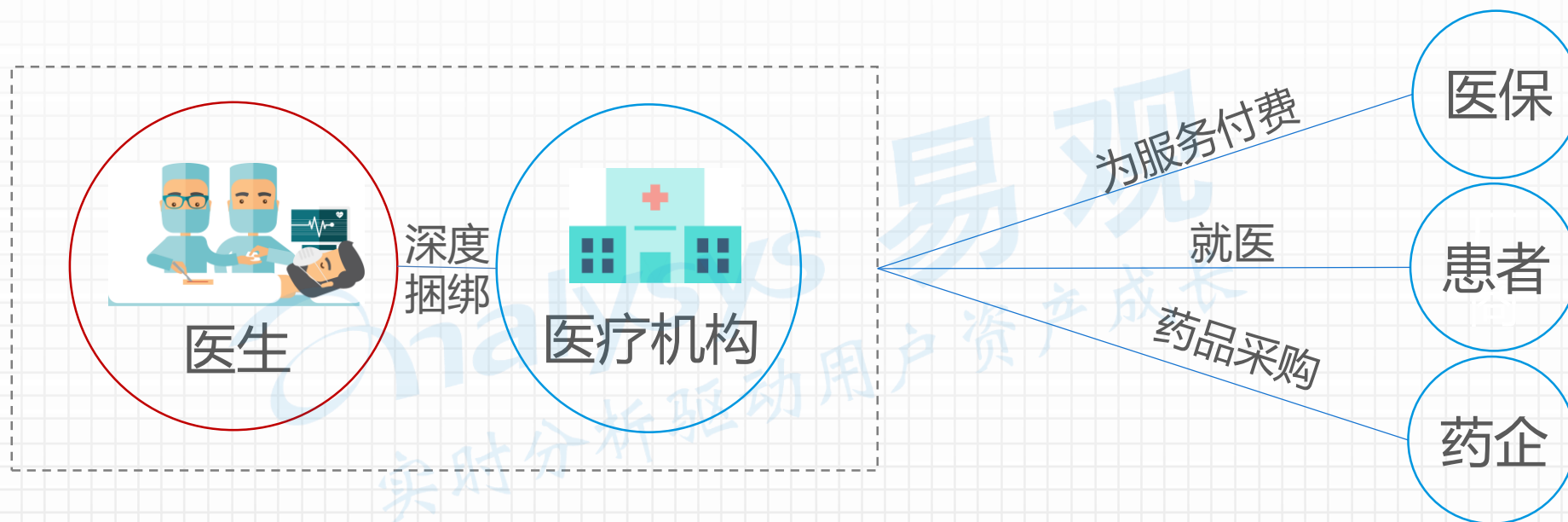
www.analysys.cn

- 根据国家卫计委统计显示，我国医生在职培训与研究机构多分布在北京、天津、河南、福建、陕西等省份，河北、湖北、青海、宁夏、新疆、海南等省份较为缺乏。
- Analysys易观分析认为，医生在职培训与研究机构在各个省份差别较大，医生晋升制度中的研修学习与学分积累常需跨地域进行，耽误医生休息、工作时间。医生远程学习服务可充分利用医生碎片化时间，提高学习效率。

需求二：多点执业

医生与医院深度捆绑造成医生职业困境，多点执业成为医生诉求

传统医疗行业供需关系示意图



- 我国现行医疗体制是在计划经济的背景下形成的，医生与医疗机构深度捆绑，形成了医疗行业核心供给方。在改革开放市场经济的大背景下，旧有的供给模式结构失衡、缺乏市场化竞争，造成了供给不足、定价不合理、以药养医等问题，进一步促成现阶段看病难、看病贵的医疗困境，也造成了医生收入低、工作压力大、医患关系差的职业困境。
- Analysys易观分析认为，移动互联网对于医疗行业的关键价值在于优化资源配置。抓住医生这个重要节点，为医生提供市场化竞争平台，能有效促进医疗资源的自由流动。

PART 2



移动医生服务提供多样化医生需求解决方案

© Analysys 易观

www.analysys.cn

各移动医疗平台公布实名认证医生数量

企业	平台医生数量	医生端渗透率*	主营业务类型
春雨医生	49万	19.52%	问诊
就医160	45万	17.92%	挂号
杏仁医生	41万	16.33%	问诊
医联	40万	15.93%	医生社区
轻盈医学	30万	11.95%	医生社区
阳光妇儿医生	13万	5.17%	问诊
好大夫在线	13万	5.17%	问诊
一呼医生	10多万	4.38%	挂号

数据来源：根据厂商公开数据整理

数据说明：医生端渗透率=平台医生数量/中国执业医师总人数（251万）

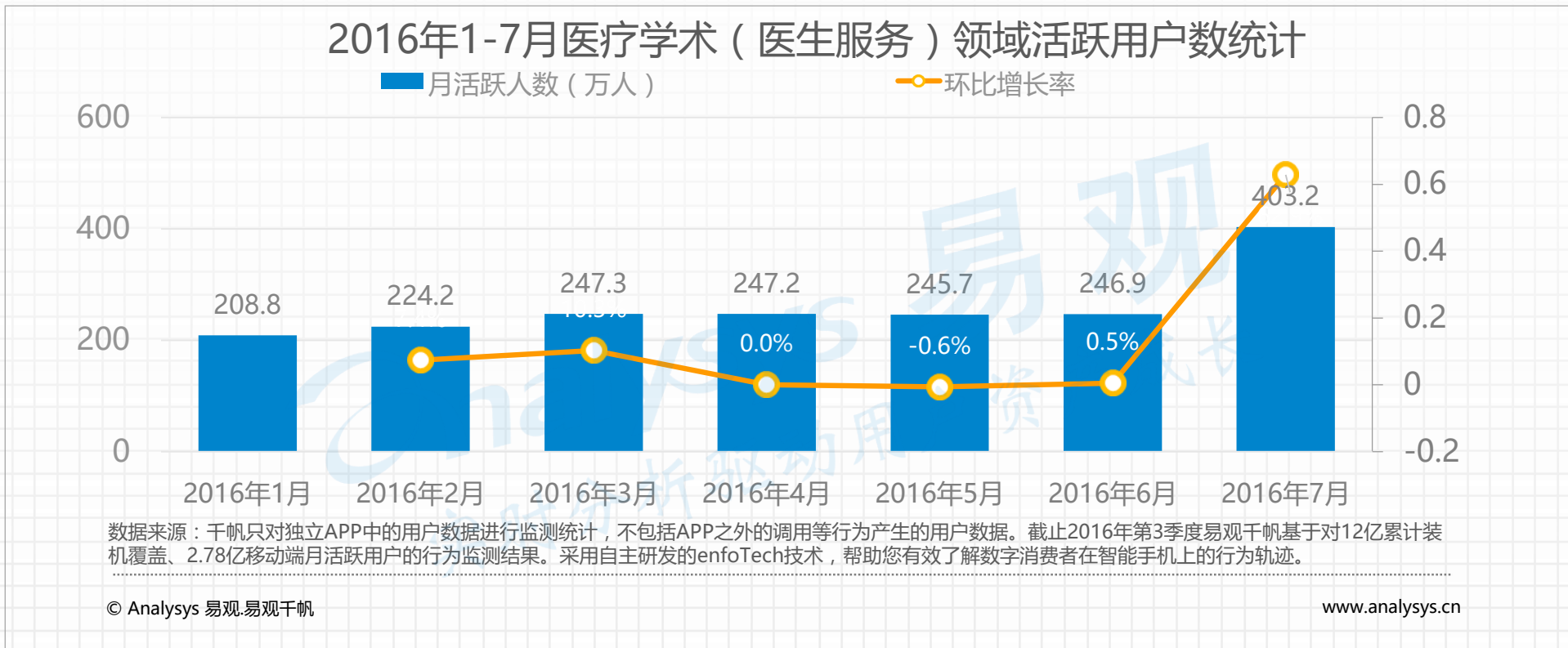
© Analysys 易观

www.analysys.cn

- 据不完全统计，在各已公布医生数量的移动医疗平台中，已有5家厂商渗透率超过10%，其中春雨医生达到20%。
- Analysys易观分析认为，移动医疗基于医生需求，制定了行之有效的服务解决方案，医疗平台实名医生用户已初见规模，渗透率最高达近20%，移动医疗医生服务初步得到医生认可。

2016年上半年医生服务用户活跃度呈上升趋势

医生用户对移动医疗认可度逐步提高



- 根据易观千帆监测显示，主营医生服务的医疗学术领域用户活跃量在2016年1-7月呈现上升趋势，移动医疗在医生端深入渗透，环比增长率最高达62.9%。
- Analysys易观分析认为，厂商从不同角度深挖医生需求，医生服务深入垂直细分，使得医生群体对于移动医疗医生服务认可度逐步提高。

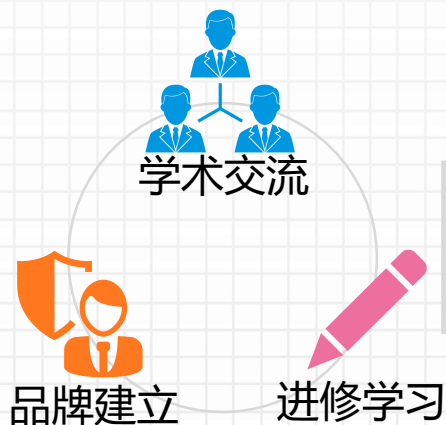
医生服务人均单日使用时长稳中有升 医生用户习惯逐步养成



- 医生服务产品的用户黏性决定了用户价值潜力，人均单日使用时长是衡量用户黏性的重要指标。
- Analysys易观千帆监测显示，2016年7月，问诊领域人均单日使用时长是59.4分钟，挂号46.3分钟，对比其他医疗热门二级领域，医疗学术的105.1分钟时长处于较高水平。
- 2016年上半年医生服务领域的用户人均单日使用时长稳中有升，反映出2016年以来医生端服务厂商推出的一系列针对医生需求的学习、交流、多点执业服务初见成效，用户习惯逐渐养成。

医生社区是医生需求的有效解决方案

- 医生社区聚集医生资源，从多角度满足医生学术交流、品牌建立和进修学习的需求，是医生需求的有效解决方案。
- 医生社区的建立基本都基于医学病例、临床知识、医学研究成果讨论，满足了医生的学术交流需求；进修学习方面，厂商基于自身医生资源，推出医生教学服务，着重建立小医生与大医生的沟通渠道，促进业内资源流通；另外医生社区的互动和交流帮助医生提高自我品牌知名度。



医联APP： 基于病例分享、 学术提升的医生 交流平台

- 医联学习服务包括：《极限会诊》、手术直播、会议讲座、学术讨论、病例分享交流等。
- 多样学习方式提高医生临床执业能力，助力医生职业晋升。

 MEDLINKER



轻盈医学APP： 医学影像学 习、交流平台

- 医生临床使用场景的进行病例分享与讨论。
- “微博式”关注机制，掌控医生动态，促进医医交流。



来问医生： 基于微信平台开发的 医疗付费问答产 品

- 基于深耕在医疗领域的12年医生积累，推出“来问医生”问答平台。
- 引入分答形式，为医生提供自我品牌价值塑造渠道。



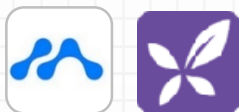
医生社区产品形态差异化发展

病例交流与学习是医生社区服务核心功能

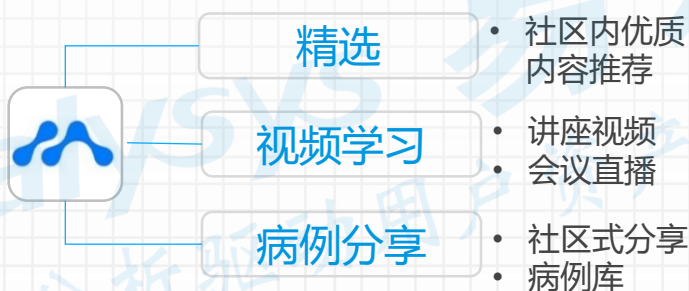
- 医生社区产品形态衍生发展，形成由医联、丁香园为代表的科研学习型社区和由轻盈医学、医途为代表的医学工具型社区。
- 病例交流是医生社区的核心功能，病例交流功能将出现差异化发展，基于企业资源优势为用户提供定制化的产品，多元化服务不同类型的医生用户。

科研学习型社区

代表APP：



科研学习型医生社区APP从医生学习需求出发，提供专业知识交流或科研进展分享平台。



38.7%	75.6%	58.8%
副主任以上级别医生占比	主治以上级别医生占比	三级医院医生占比

- 医联APP定位于疑难杂症病例交流平台，致力于高质的医生社群建立，衍生出优质UGC内容，从而吸引更多优质用户，形成良性循环。

医学工具型社区

代表APP：



医学工具型医生社区APP从医生诊疗辅助工具出发，提供影像图片收集与分享、疾病百科、医生协作等服务。



- 轻盈医学定位于医学影像交流、学习、协作平台。图谱社区的概念实现了医生端垂直细分服务的差异化创新。
- 病例讨论依旧是社区的核心讨论内容，分为推荐、分享、互助三个板块，分别对应医生对于病例学习的不同需求。

科研学习类医生社区APP呈现高粘性特征

医生社区APP单日使用时长TOP5（2016年8月）



数据来源：千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2016年第3季度易观千帆基于对12亿累计装机覆盖、2.78亿移动端月活跃用户的行为监测结果。采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

© Analysys 易观·易观千帆

www.analysys.cn

- 以医联、丁香园等科研学习类医生社区用户粘性以较大优势领先，其中医联以26.21分钟的人均单日使用时长排名第一。
- Analysys易观分析认为，医生的职业特征决定医生科研学习的根本需求方向，同时互联网渠道为医生提供碎片化、远程化的学习渠道，促进医生用户养成使用习惯，提高粘性。

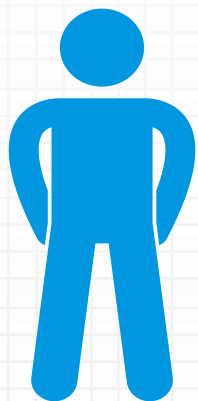
PART 3



医生社区用户行为特征研究

© Analysys 易观

www.analysys.cn



用户属性



用户行为

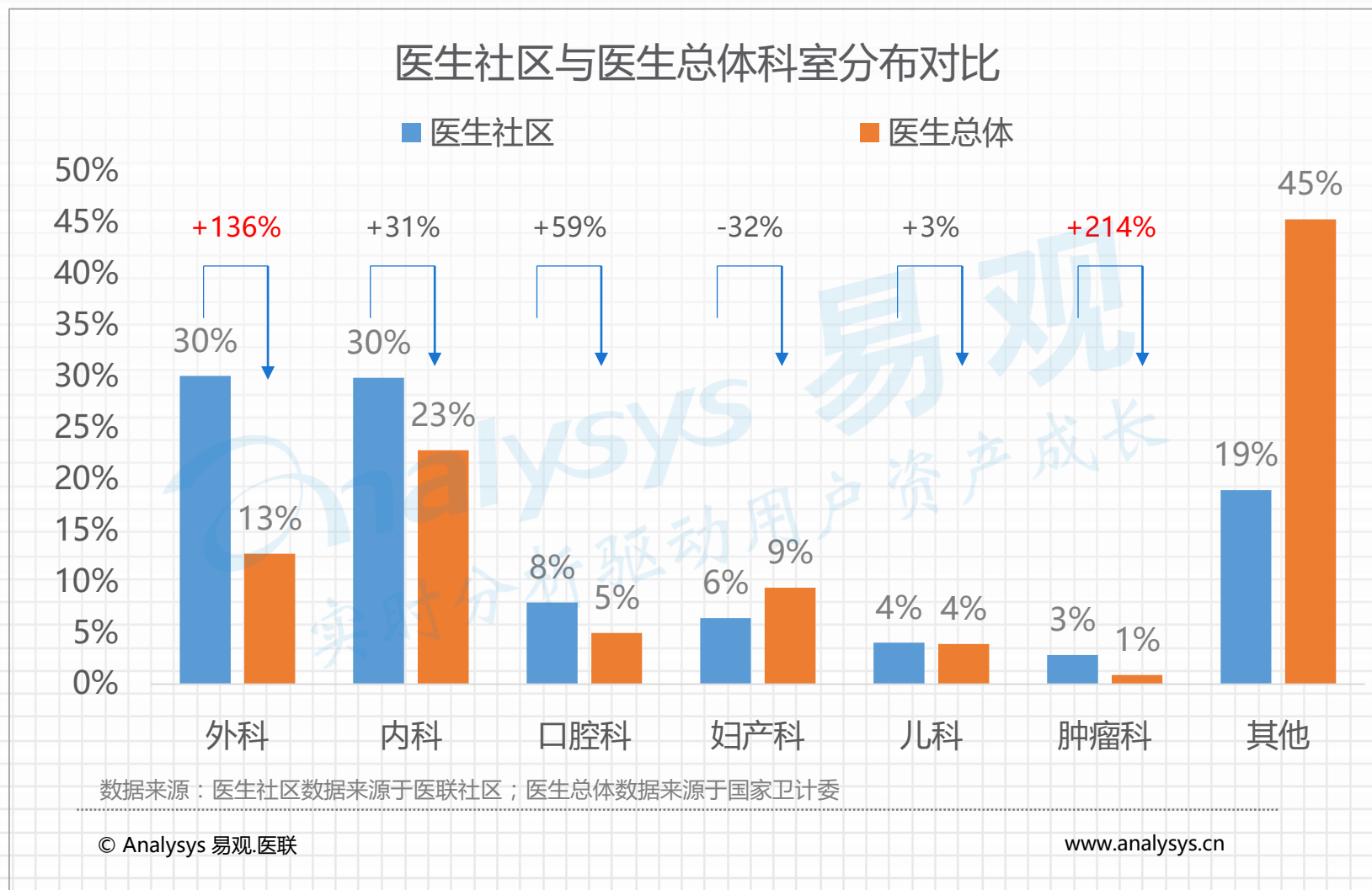


用户偏好

医生社区用户属性 Properties

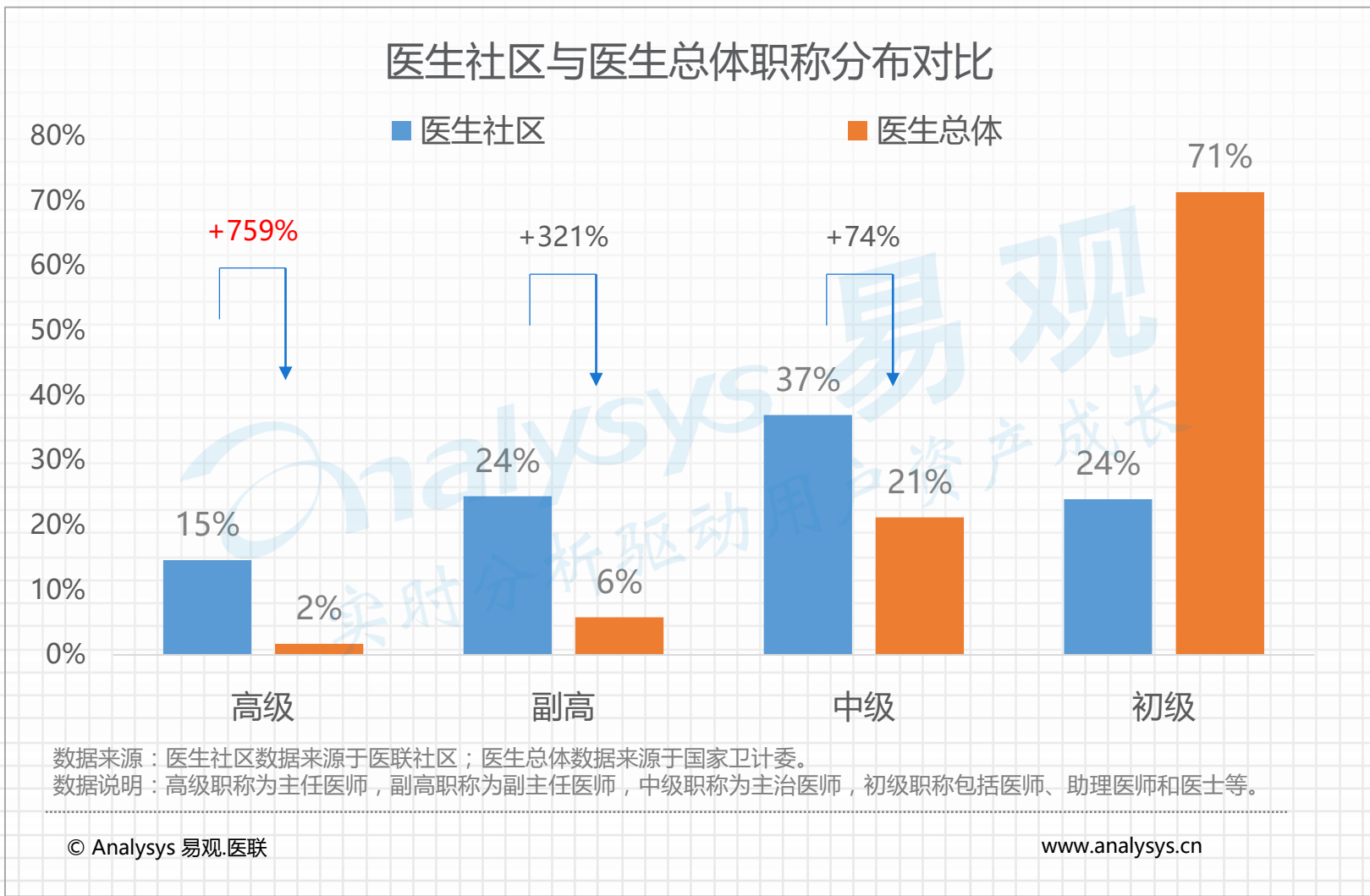
医生社区在外科、肿瘤科等繁忙科室分布偏向性显著

医生社区真实满足医生工作学习需求



- 同医生总体相比，医生社区在外科、肿瘤科分布偏向性较为显著。
- Analysys易观分析认为，外科、肿瘤科相对于其他科室医生负担工作量更大，这两个科室医生对于医生社区的偏好说明医生社区作为医生工作辅助、学习考试、品牌建立工具，真实满足医生工作、学习需求。

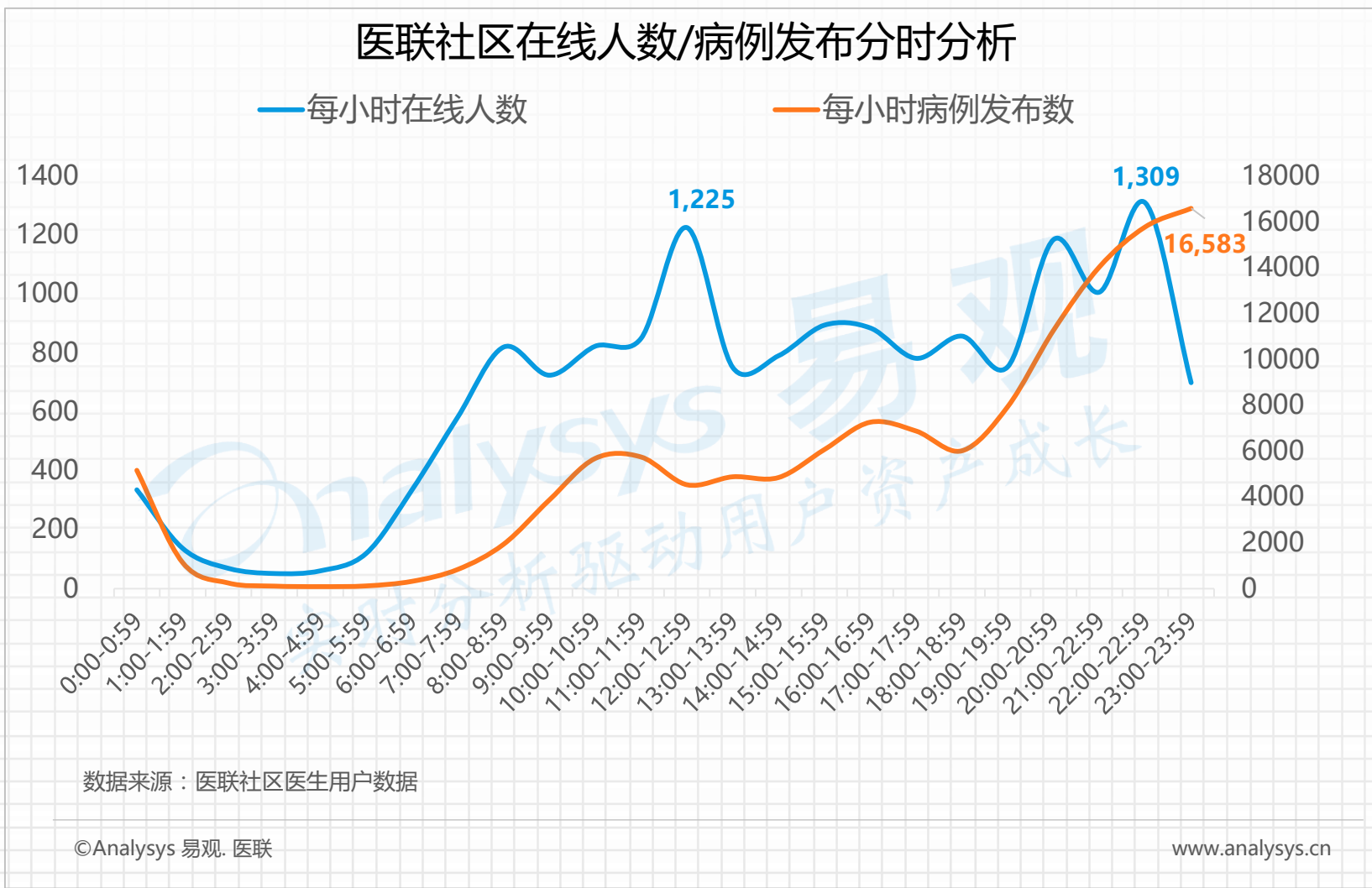
高等级医师分布偏向性显著 医生社区有效提供品牌建立平台



- 同医生总体相比，医生社区职称分布更偏向于高等级医师，其中由主任医师组成的高级职称医师占比最为突出。
- Analysys易观分析认为，高等级医师真实诉求多为自我品牌建立、多点执业等，对于学习与晋升需求不大。高等级医师的分布偏向性表明，医生社区的讨论交流功能为用户提供品牌打造平台，有效满足用户的品牌建立需求。

医生社区用户行为 Behaviour

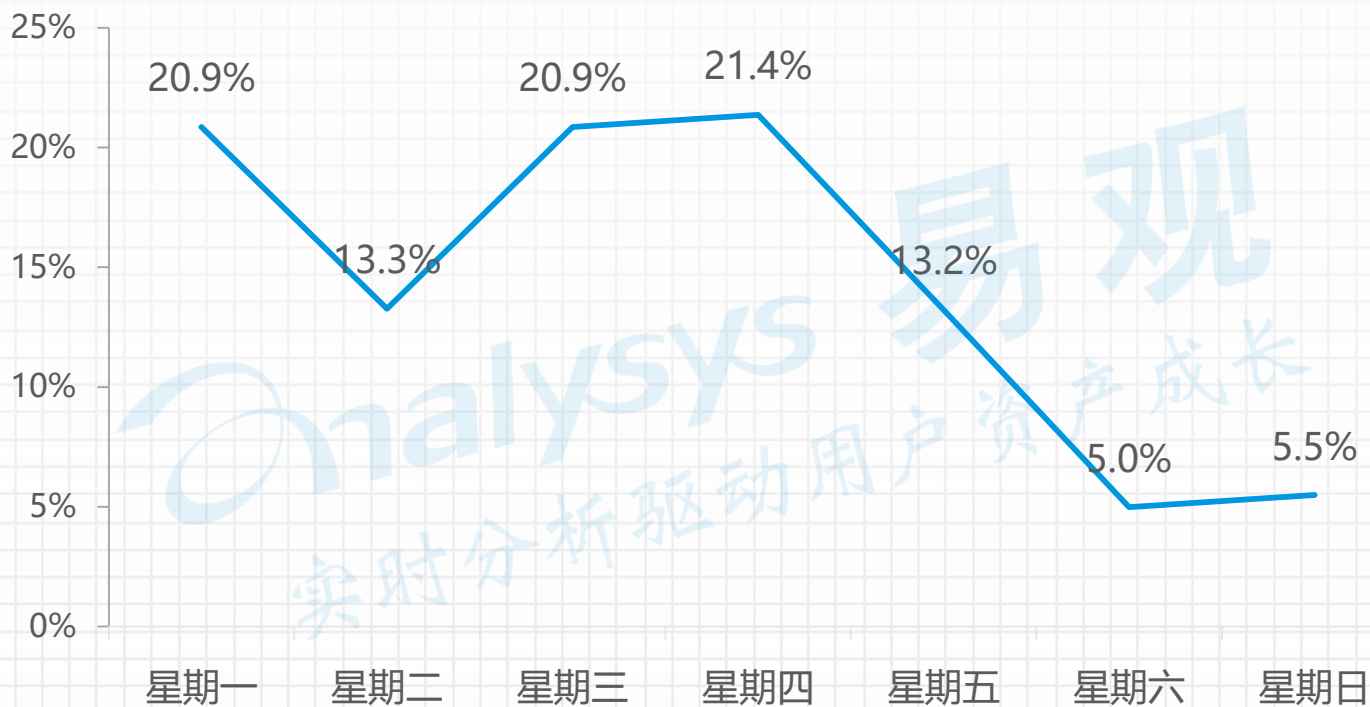
用户利用碎片时间阅读学习 在晚间系统产出内容



- 用户在线时间全天差异不大，正午和晚上出现小波峰；病例发布时间多在晚间。
- Analysys易观分析认为，医生工作繁忙，利用工作之余碎片时间阅读社区内容；而交流内容的专业和系统性使得内容产出时间多在晚间休息或值班的整块时间，发布病例的波峰出现在11-12点，表明医生工作、学习压力繁重，休息时间较晚。

用户多在工作日期间发布病例 医生使用医生社区以工作辅助为主

医生社区用户病例发布星期图谱



数据来源：医联社区医生用户数据

©Analysys 易观. 医联

www.analysys.cn

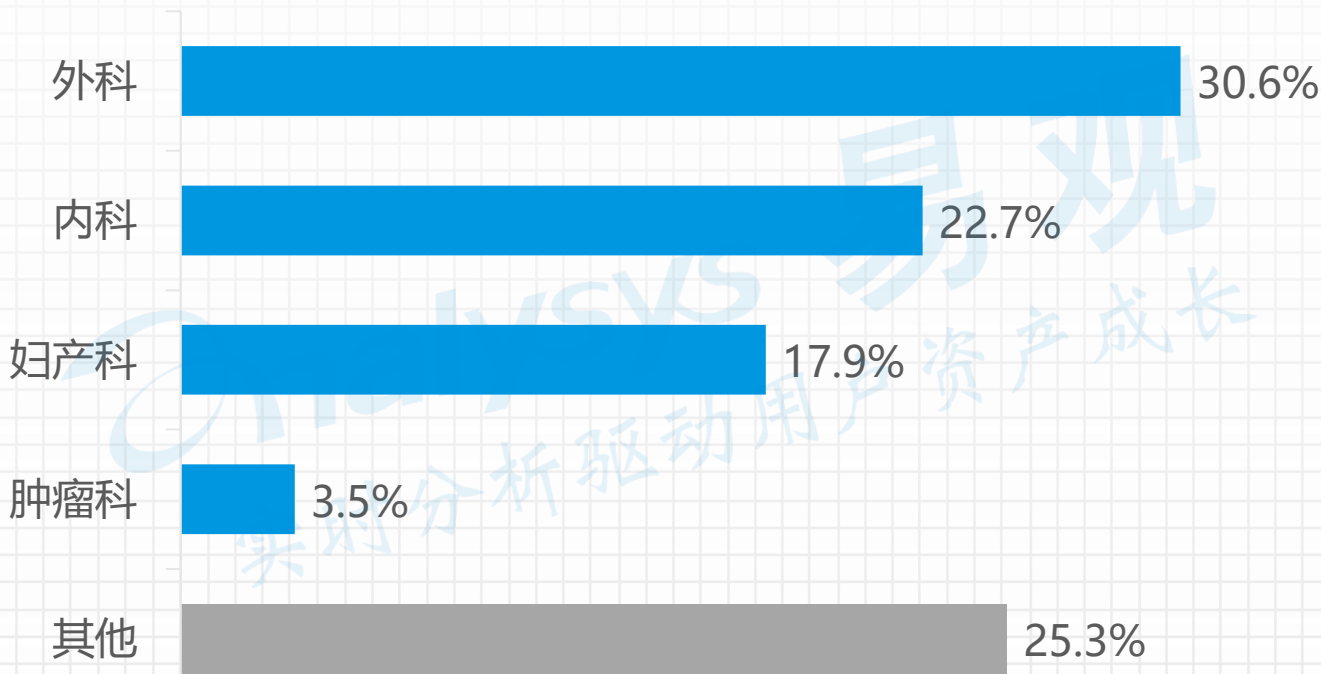
- Analysys易观分析认为，医生用户发布病例多在工作日，尤其每周一和三四最高，说明用户使用医生社区以工作辅助为主，实现医生病例讨论、学术交流、知识扩充等作用。



医生社区用户偏好 Preference

医生社区病例讨论内容倾向于疑难病例内容

医生社区各科室病例数占比



数据来源：医联社区用户数据

©Analysys 易观. 医联

www.analysys.cn

- 医生社区病例数发布集中在外科30.6%，内科22.7%，妇产科17.9%，肿瘤科3.5%。内、外、妇产、肿瘤科病例数占比超过七成。
- Analysys易观分析认为，内科与外科是现有临床学科的基础，涉及二级学科较为广泛，疑难病例会诊参与度较高；而妇产与肿瘤科具有确诊困难的特点。表现出医生社区病例交流更倾向于疑难病例等深度内容。

医生社区用户更为关注专业内容之外的情感疏解功能

医生社区医生用户关注话题云标签



数据来源：医联社区医生用户数据

© Analysys 易观·医联

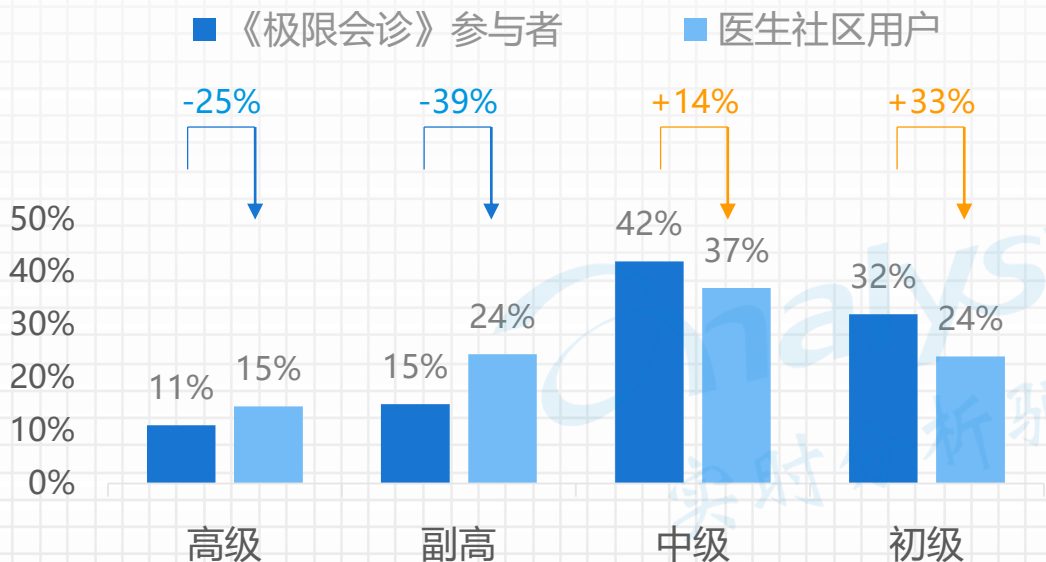
www.analysys.cn

- 医联社区医生用户关注话题集中在医生生活、医患关系、医疗热点与医生晋升等内容，与医生群体工作强度大、工作风险高、专业性强等关联紧密。
- Analysys易观分析认为，因为医生工作专业性强，因此各自关注其专业内案例等内容，所以专业话题分布较分散。而共同话题更多地集中在医生生活、医患关系、医疗热点等方面。这也说明医生对于情感疏解有一定的需求，医生社区工具除学术交流功能，也是医生同行情感交流的渠道。

医生晋升制度导致中小医生学习需求显著 基层医生临床能力提升需求旺盛

- 学习培训节目《极限会诊》同医生社区总体用户职称与医院分布对比发现，医生学习培训节目参与者略偏向小医生与基层医院，但与此同时大医院和高级职称的医生也有一定的活跃度；
- Analysys易观分析认为，医生晋升制度导致中小医生学习需求显著，大医生基于自身工作需求对疑难病症会诊也有一定的关注度。

《极限会诊》参与者与医生社区用户职称对比



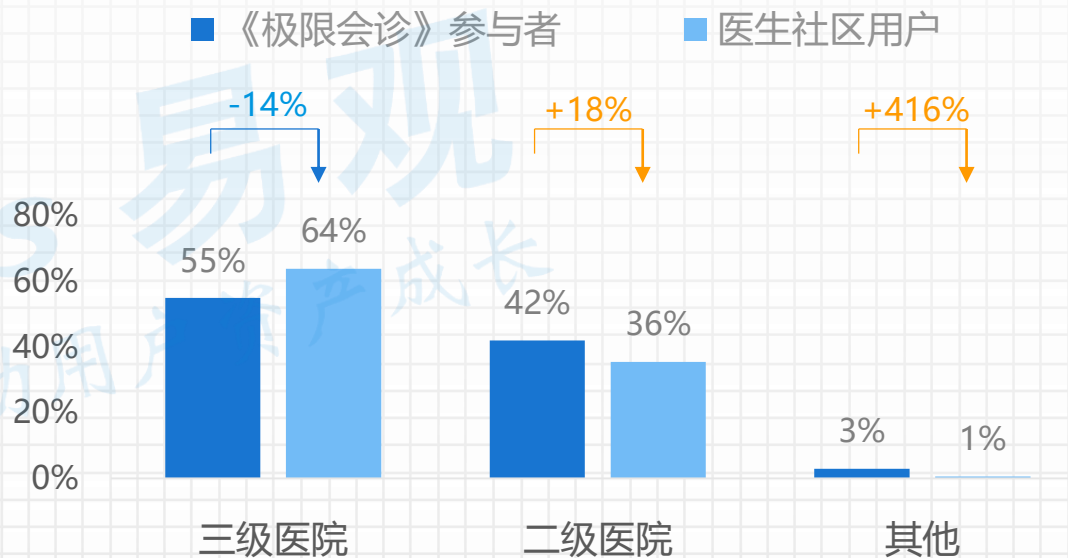
数据来源：《极限会诊》首播用户统计与医联社区用户数据

数据说明：《极限会诊》是医联与健康报主办的医学培训直播节目，通过真实还原医学顶尖专家会诊现场，为参与者展示详细会诊与治疗过程，创建多学科参与、优化诊断治疗的医学培训模式。首播样本人数为24237人。

© Analysys 易观·医联

www.analysys.cn

《极限会诊》参与者与医生社区用户医院对比



数据来源：《极限会诊》首播用户统计与医联社区用户数据

数据说明：《极限会诊》是医联与健康报主办的医学培训直播节目，通过真实还原医学顶尖专家会诊现场，为参与者展示详细会诊与治疗过程，创建多学科参与、优化诊断治疗的医学培训模式。首播样本人数为24237人。

© Analysys 易观·医联

www.analysys.cn

PART 4



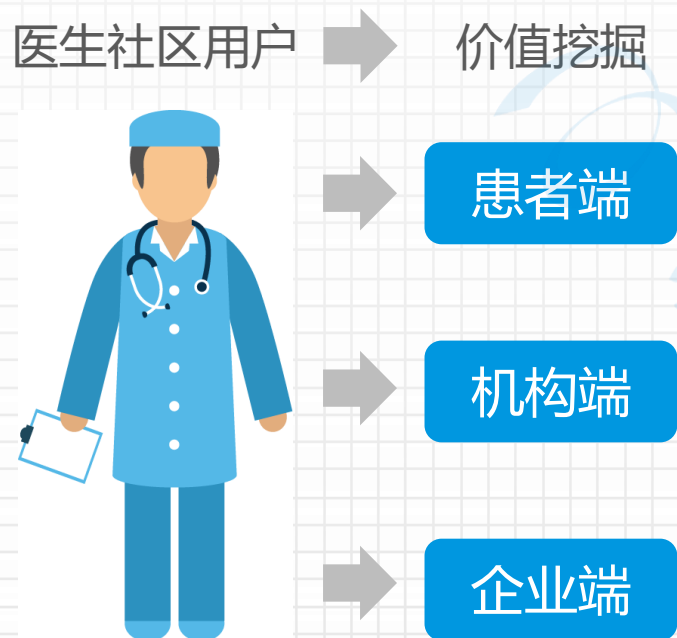
医生社区未来发展趋势

© Analysys 易观

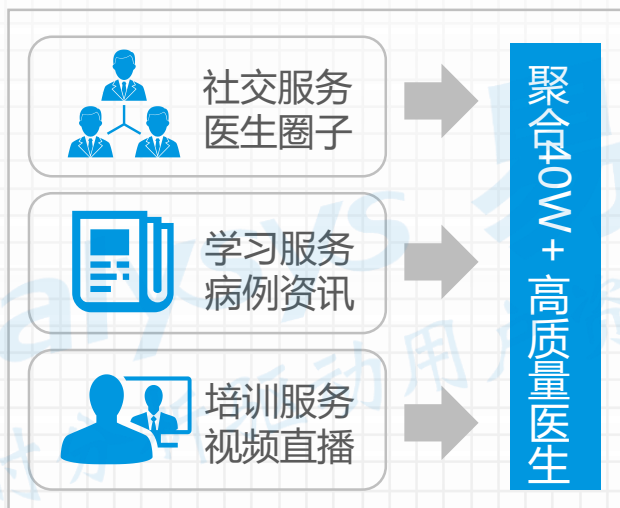
www.analysys.cn

医生社区基于自身资源深入挖掘用户潜在价值 促进医生自由流动，推动多点执业发展

医生社区聚集大量医生资源，基于医生资源厂商积极探索在患者、机构与企业端价值潜力，提供出诊转诊、医院信息与企业营销服务，优化医疗资源配置，促进医生多点执业发展。

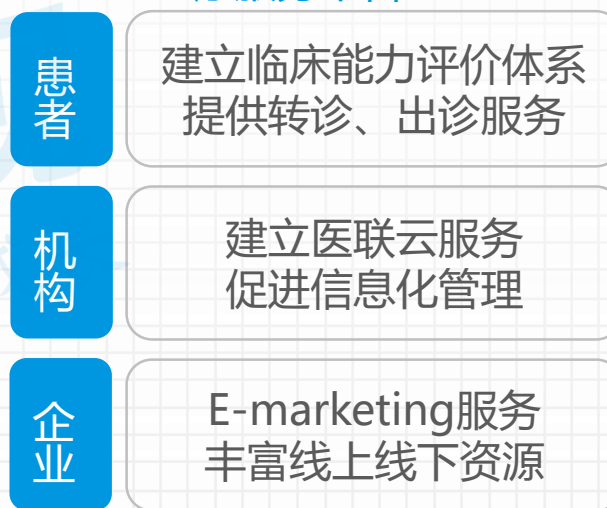


医联APP服务模式



价值转化

医疗服务平台



- 医联切入医生基本需求，聚合40万+优质医生资源，打造集医联APP+医联通APP+医联云医院管理系统为一体的重症诊疗平台。
- 医联通APP基于医生资源挖掘用户价值，现已实现月均5000余次医生转诊、月均15000余次医生出诊，优化医疗资源配置，缓解医疗资源供需不平衡问题，促进医生多点执业发展。
- 医联云医院管理系统与全国超过5000家医院/诊所进行合作，打造高效医疗机构管理平台，提供人性化就诊生态。

实时分析驱动用户资产成长

- 易观千帆
- 易观万像
- 易观方舟
- 易观博阅

