

中国在线医疗健康服务消费 白皮书

©2022.9 iResearch Inc.



行业部分

我国医疗服务目前已逐步迈向**线上线下一体化的发展阶段**，全生命周期的健康管理不断成熟，逐渐构建了一站式挂号、在线问诊、线下转诊、药品购买、后续健康管理等全流程、多环节的服务体系，**形成以用户为中心的健康管理服务闭环**。

在需求端，疫情助推用户医疗习惯向线上转移，并形成用户存量，**截至 2021 年 12 月，我国在线医疗用户规模已达 2.98 亿，占网民整体的 28.9%**。在供给端，**医生与平台相互吸引**，医生在平台执业，实现自我价值；同时**平台不断升级迭代新的功能服务**，更好的满足用户需求。



用研部分

用户画像：接受在线医疗健康服务的实际人群与潜在人群整体特征为：男女比例约4:6，25-35岁占比48.6%，已婚且育有子女的数量占比达到78.2%，高学历高收入人群为主，用户健康状况较为良好，但一年总要生病几次。

在线医疗健康服务主要使用类型：在线健康咨询/线上问诊使用最多。

在线医疗健康服务痛点：部分医生专业服务能力有待提升，服务形式不够多元化等

在线医疗健康服务的最大需求：加强同线下医院的业务匹配及联动、提供全程化健康管理服务。



趋势展望

针对在线医疗健康服务，制度方面将会**健全完善相关规范**；模式方面将会加强同医院的数据联动与业务协同，**更加青睐线上与线下融合更紧密的医疗健康服务**；消费方面将**更注重服务广度与深度**，迎来服务的多样化与精细化发展。

中国在线医疗健康服务行业概述

1

中国在线医疗健康服务需求及消费行为洞察

2

中国在线医疗健康服务行业发展趋势

3

中国医疗服务发展阶段

医疗服务日趋便捷，逐步迈向线上线下一体化服务阶段

中国医疗服务模式与互联网本身的发展密切相关。随着互联网技术的蓬勃发展，中国传统的线下医院服务模式开始转变，公立医院向专科化方向发展，出现民营医院；头部医院大力开展信息化工作，不断优化看病流程，基于PC端开展在线预约、挂号、咨询等服务，在线医疗服务模式初具雏形。近年来，随着在线医疗服务的发展，在线医疗健康服务平台的用户渗透率逐渐提升，各大医院逐步建立自己的互联网医院，线上线下一体化医疗服务进一步成熟，全生命周期的健康管理成为重要的发展方向。

中国医疗服务的三大发展阶段

1.0 实体医院服务为主

- 以传统的各级**线下医院医疗服务为主**，预约、挂号、问诊、拿药、复诊等行为在线下院内进行；
- 医疗服务聚焦于**基础诊疗阶段**，很少涉及健康管理与疾病后的康复养护。

1.0

线下服务阶段

2.0

在线医疗萌芽阶段

2.0

2.0 在线医疗初具雏形

- 公立医院向**专科化**发展，民营医院出现；
- **互联网挂号、预约**等业务逐渐成型；
- **医院系统信息化**初步搭建；
- **远程医疗**开始起步。

3.0

线上线下融合阶段

3.0

3.0 线上线下一体化发展

- 随着互联网发展，各大医院推广官方APP，建立**互联网医院**；
- 智能硬件及云计算使**医疗大数据**得以实现；
- **“线上线下一体化”**的医疗服务模式逐步成熟；
- 在线医疗开始将目光投向**全生命周期的健康管理**，构建以居民健康为中心的服务闭环。

中国在线医疗健康服务生态圈

依托资源整合能力，在线医疗平台构建良性生态价值链

中国医疗服务逐步迈入3.0阶段，互联网医疗生态正加速形成，在线医疗健康服务平台能够发挥其资源整合再分配能力，使患者、医生、医院、药店等不同主体之间的信息沟通更加紧密，为患者实现一站式挂号、在线问诊、线下转诊、药品购买、后续日常健康管理等全流程、多环节的服务，加速整体业务链的运转。综合而言，在线医疗健康服务平台正处于用户加速渗透与需求深度挖掘两方面共同发力阶段，力求整合各个主体，构建良性的在线医疗健康服务生态价值链，推动行业规范化发展，更好地满足用户的实际医疗需求。

中国在线医疗健康服务生态圈

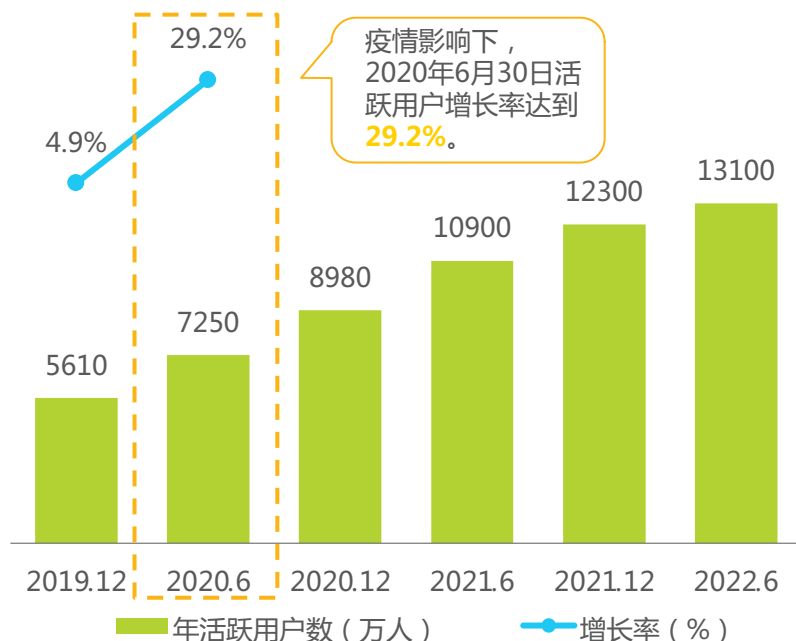


中国在线医疗健康服务的发展现状(1/3) iResearch 艾瑞咨询

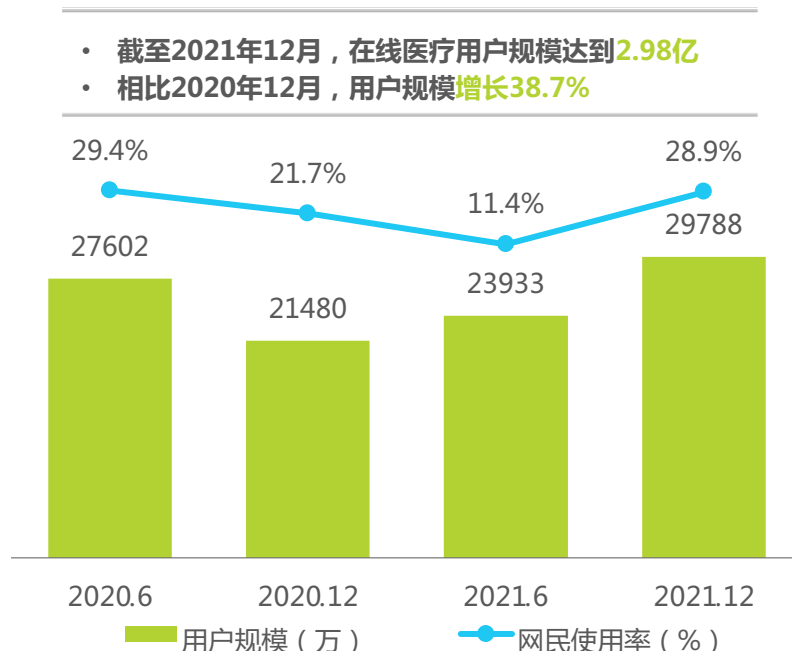
需求端：疫情助推医疗服务向线上转移，并形成用户存量

受2020年新冠疫情影响，用户医疗方式逐渐向线上转移，疫情高峰时期，各在线医疗健康平台积极参与疫情防控，京东健康开通抗疫专项服务通道，截至2020年6月30日，年活跃用户数达到7250万人，增长率达29.2%。就全国在线医疗用户规模来看，随着认可度的不断提升，在线医疗健康服务持续积累用户，截至2021年12月，我国在线医疗用户规模已达2.98亿，占网民整体的28.9%，这为在线医疗健康服务的发展创造了良好的需求基础。

2019年12月-2022年6月京东健康年活跃用户数及增长率



2020年6月-2021年12月中国在线医疗用户规模及网民使用率



来源：京东健康，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

来源：CNNIC《中国互联网络发展报告统计》，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

中国在线医疗健康服务的发展现状(2/3) iResearch 艾瑞咨询

供给端：医生与平台相互吸引，最大化释放医生执业热情

医生是在线医疗健康服务平台的核心构成部分。在医生端，平台协助医生进行医学知识科普，巩固临床技能，更好地管理和服务患者。同时，医生为平台提高权威性与核心竞争力，拓展在线医疗服务的范围。医生与平台双方相互吸引，实现了内容沉淀、医生聚拢、拓展服务、吸引用户等多重正向作用，助推在线医疗健康服务向好发展。在强有力的磁场作用下，各大在线医疗健康服务平台中的医生职业需求得到满足、个人价值得到彰显、执业热情提升迅速，从供给端为中国在线医疗的发展奠定了强有力的基础。

医生与在线医疗健康服务平台的相互作用



来源：公开资料，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

中国在线医疗健康服务的发展现状(3/3) iResearch 艾瑞咨询

供给端：利用技术及人员优势，提供多样且专业的医疗服务

随着互联网技术的不断成熟以及居民健康意识、健康需求的不断提升，用户对于在线医疗健康服务及平台有了更高的要求，在满足内容科普、诊疗、用药、健康管理等基本需求的基础之上，他们不仅期望获得更多元化的服务，还需要平台能够保证服务的专业化与精准化，例如线上诊疗服务的时效性、权威性等方面。这推动了在线医疗健康服务平台积极布局，通过技术升级、人员升级等多样途径不断延伸更细分的服务板块、更专业的服务模式，力求构建完整的在线医疗服务生态，以满足用户日益增长的医疗服务需求。

在线医疗用户需求及平台服务拓展



来源：公开资料，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

中美在线医疗健康服务对比分析

中美在线医疗健康服务模式各有特色，值得相互借鉴

由于国家政策、医疗服务基础体系等宏观环境的不同，中美两国在线医疗健康服务市场各有特色。相比于中国服务C端，个人付费的在线医疗模式，美国在线医疗的核心是企业买单，为员工提供福利服务，其客户大多是企业主和医疗保险公司，通过B端带动付费会员收入，这一模式获客成本低，且客户体量增长更有保障。在中国特有的市场环境和分级诊疗等政策影响之下，以及随着近年来商保模式的不断创新，“B2B、企业买单、商保支付”等模式或许是未来我国在线医疗健康服务的可借鉴发展方向。

中美在线医疗健康服务对比



来源：公开资料，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

中国在线医疗健康服务行业概述

1

中国在线医疗健康服务需求及消费行为洞察

2

中国在线医疗健康服务行业发展趋势

3

调研说明

01 研究目的及内容

本次用户调研通过在线调研社区收集样本，利用定量研究方法了解在线医疗健康服务的实际及潜在用户的使用情况，对在线医疗健康服务的认知及信任度、评价及期待等内容进行调查研究。

02 调研样本说明

调研概况	描述
样本来源	艾瑞iClick在线调研平台
调研时间	2022.07
调研对象	在线医疗健康服务的潜在及实际用户 (潜在用户：即听说过在线医疗健康服务但尚未使用的群体)
覆盖地区	全国地区
样本数量	1250定量样本

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

用户画像

25-35岁、文化水平较高、收入稳定的中青年

性别&年龄

- 本次调研对象的男女比例约为4:6
- 年龄多在**25-35岁**之间，该年龄段的用户比重为48.6%

学历&职业

- 以**本科**为主，比重达62.7%
- 49.5%的用户是**企业一般管理人员及普通员工**

健康状况

- 54.4%的用户健康状况**较为良好**，**但一年总要生病几次**

人生状态

- 用户中**已婚且有子女**的数量占比达到78.2%

收入状况

- 55.2%的用户月收入在**5001-10000元**之间
- 56.5%的受访家庭月收入**1-2万元**

在线医疗使用情况

- 76.9%用户**使用过**在线医疗健康服务
- 23.1%**未使用过**在线医疗健康服务



2.1 在线医疗健康服务的使用情况

核心要点：

- 【使用动机】 对自己及家人的生活起到健康指导作用；
- 【了解渠道】 由家人、朋友或医生推荐为主，偏传统模式；
- 【主要服务类型】 在线健康咨询/线上问诊为用户使用最多的在线医疗健康服务类型；
- 【尚未使用的原因】 难以实现与医生面对面交流、无法进行身体检查是主要痛点；
-



在线医疗健康服务的使用动机

了解健康状态、降低疾病风险为用户主要使用动机

艾瑞调研显示，部分用户使用在线医疗健康服务是希望能尝试先进的新技术新产品，即在线医疗健康服务企业可以依靠科技感、创新感的产品设计吸引到大批新用户，但用户最关心在线医疗健康服务能否直接服务于自己和家人的生活及健康，例如及时了解自己/家人的健康状态、降低可能的疾病带来的风险、能够在线便捷解决轻微的身体问题等。综合来看，对自己及家人的生活起到健康指导作用是用户使用在线医疗健康服务的主要动机，也是提升用户黏性的关键因素。

用户使用在线医疗健康服务的动机



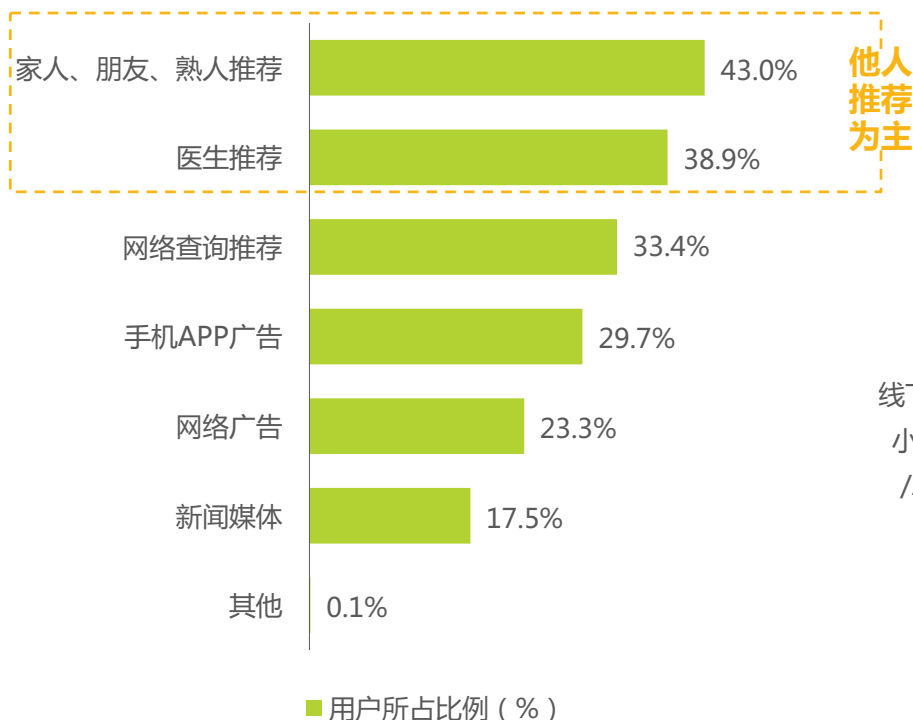
样本：在线医疗健康服务的潜在及实际用户N=1250，于2022年7月通过艾瑞调研获得。
注释：请问您开始使用在线医疗服务的动机是什么？

在线医疗健康服务的获取及了解渠道

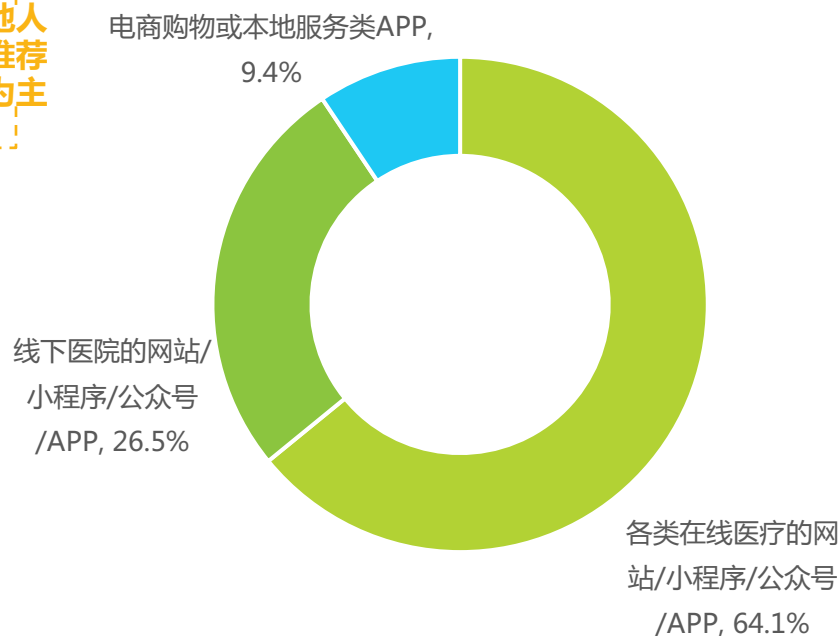
了解渠道偏传统，倾向于通过亲朋好友或医生推荐

艾瑞调研显示，在线医疗健康服务了解渠道方面，大部分用户的了解渠道仍偏向传统的他人推荐模式，即基本是由身边的家人、朋友、熟人推荐，或在咨询医生后开始使用。除此以外，也有部分用户会通过网络、手机广告等方式了解在线医疗健康服务。超半数用户通过各类在线医疗的网站/小程序/公众号/APP使用在线医疗健康服务，26.5%的用户使用线下医院的网站/小程序/公众号/APP。

用户在线医疗健康服务的了解渠道



用户在线医疗健康服务的获取途径



样本：在线医疗健康服务的潜在及实际用户N=1250，于2022年7月通过艾瑞调研获得。
注释：请问您是如何了解到这些在线医疗APP/小程序的？

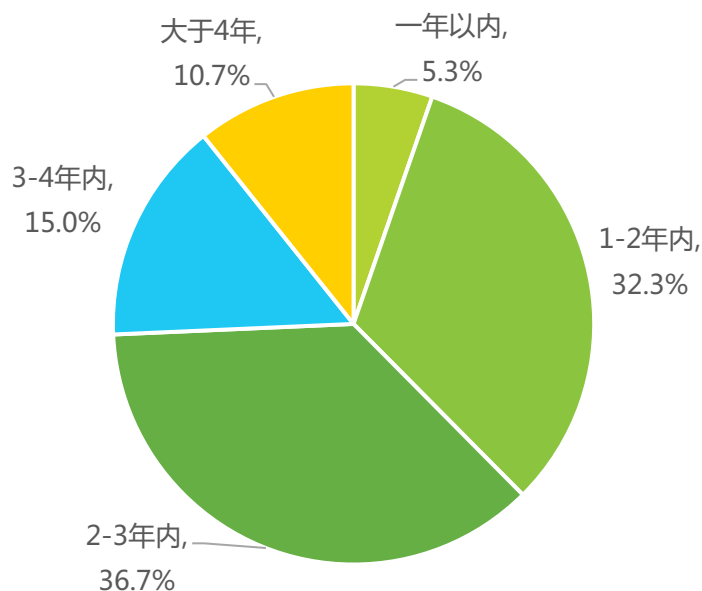
样本：在线医疗健康服务的潜在及实际用户N=1250，于2022年7月通过艾瑞调研获得。
注释：请问您最常使用的在线医疗服务来自于哪些渠道？

在线医疗健康服务的使用时间及频率

多数用户近三年内开始使用在线医疗健康服务且频率增加

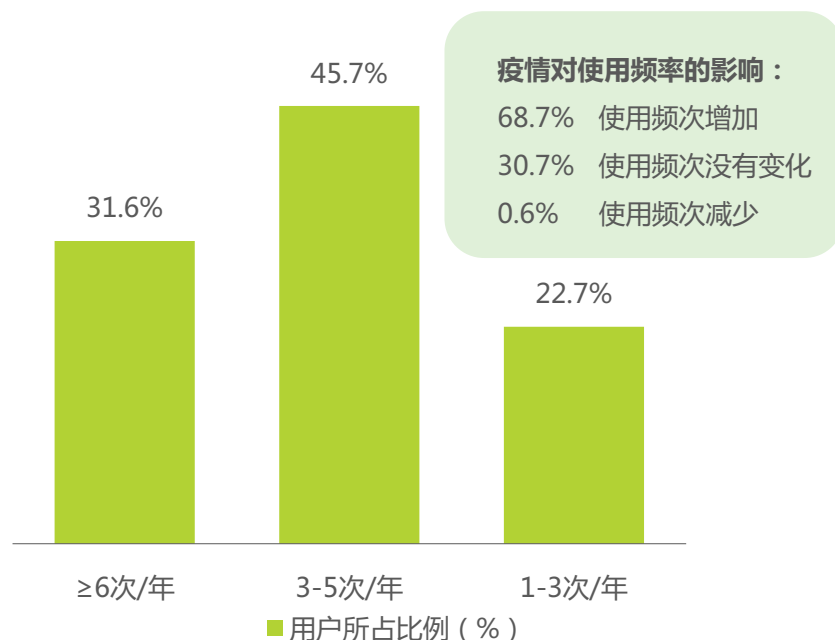
艾瑞调研显示，在使用时间方面，使用2-3年的用户占比最多，达36.7%，部分在2020年疫情爆发后开始使用在线医疗健康服务。在使用频率上，78.3%用户反馈每年使用在线医疗健康服务超过3次，其中一年使用6次以上用户占比达到31.6%，用户中几乎没有在疫情期间减少在线医疗使用频率的情况，接近七成用户增加了使用频率。结合上文内容，新冠疫情期间，各大平台陆续推出抗疫专项服务，使得在线医疗健康服务用户数量激增，使用频率大幅增加，且在疫情较为平息后，用户体量仍在扩大。

在线医疗健康服务使用时间



样本：在线医疗健康服务的潜在及实际用户N=1250，于2022年7月通过艾瑞调研获得。
注释：请问您已经使用在线医疗服务多长时间？

在线医疗健康服务使用频率



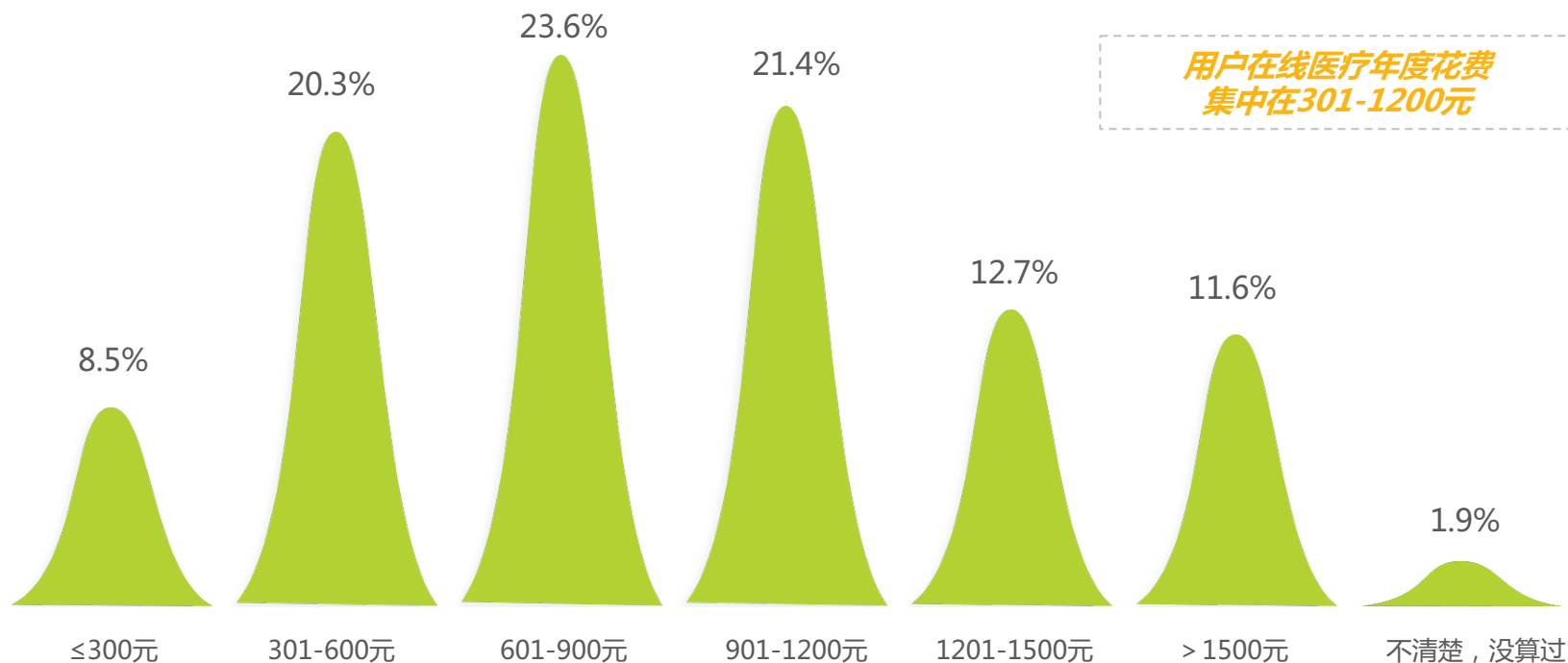
样本：在线医疗健康服务的潜在及实际用户N=1250，于2022年7月通过艾瑞调研获得。
注释：请问新冠疫情对使用在线医疗频次的影响是？请问您使用在线医疗的频率大约是？

在线医疗健康服务的花费情况

七成用户每年花费约301-1200元用于在线医疗健康服务

在年均花费方面，约七成用户每年花费301-1200元用于在线医疗健康服务（不含在线购买医药及健康产品的费用），其中23.6%的用户花费601-900元，21.4%的用户花费901-1200元，20.3%的用户花费301-600元。年均在线医疗健康服务花费小于300元或大于1500元的用户占比较少。

用户使用在线医疗健康服务的年度花费情况



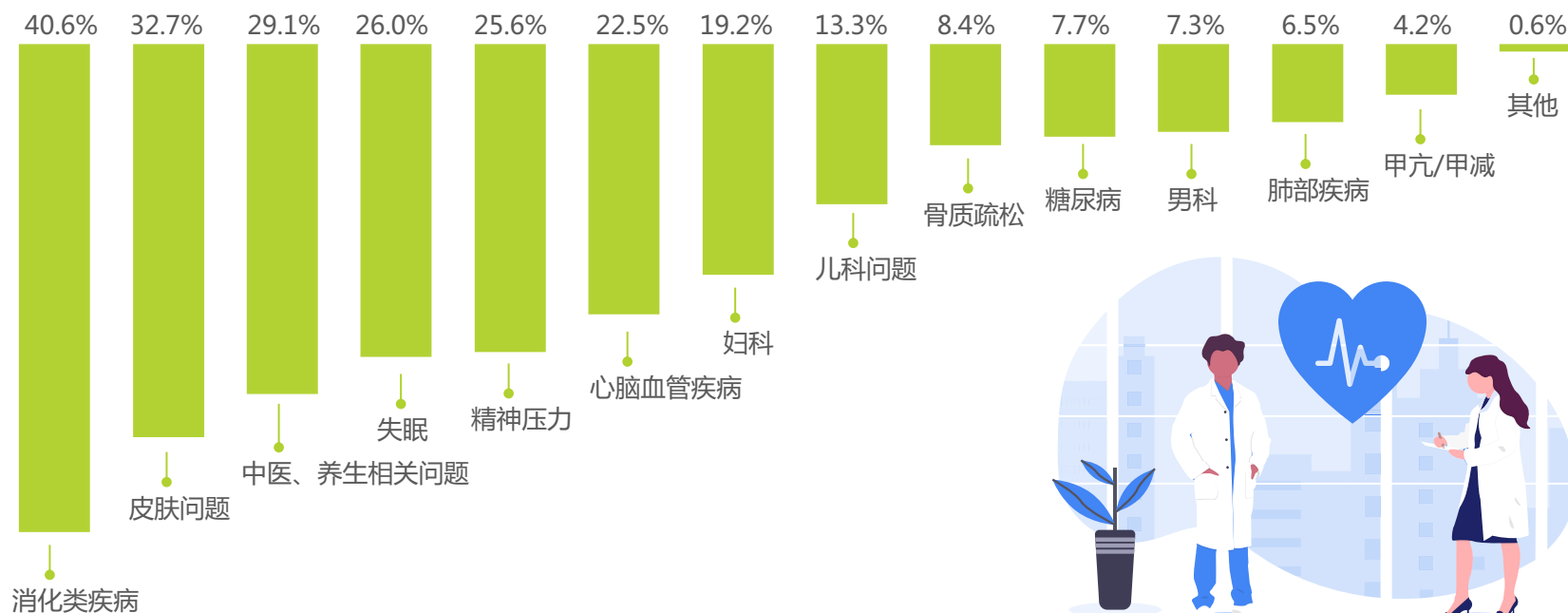
样本：在线医疗健康服务的潜在及实际用户N=1250，于2022年7月通过艾瑞调研获得。
注释：请问您目前每年花费多少钱用于在线医疗？（不含在线购买医药及健康产品的费用）

在线医疗健康服务的主要应用疾病

用户更倾向于在线解决消化类、皮肤类、精神类疾病

从在线医疗健康服务用户对疾病关注度可知，1250位用户普遍对于消化类疾病、皮肤问题、中医养生问题、失眠、精神压力等疾病的关注度更高。原因在于，线上医疗服务模式更适合用户解决轻病及慢性病，重急病则需要用户去往线下实体医院进行就诊与检查；用户更多会关注长期困扰自己的病症，如压力、失眠、胃食管反流、胃溃疡等。就目前情况而言，用户在使用在线医疗健康服务时对糖尿病、骨质疏松等疾病的关注度较低，但我国糖尿病、骨质疏松等疾病的潜在患者数量巨大，慢性病仍有广阔需求空间等待挖掘。

在线医疗健康服务用户疾病关注度情况



样本：在线医疗健康服务的潜在及实际用户N=1250，于2022年7月通过艾瑞调研获得。
注释：请问您使用在线医疗时对哪些疾病更关注？

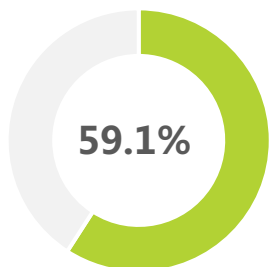
在线医疗健康服务的服务类型

线上问诊以及诊前预约为用户主要使用的服务类型

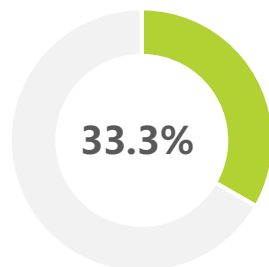
根据艾瑞调研显示，用户线上医疗行为主要集中在线上问诊、电子挂号预约以及网上购药等服务，调研范围内，在线健康咨询/线上问诊是最受用户青睐的服务类型，使用人群占比达到59.1%，其次是电子挂号预约，占比33.3%。除此之外，健康管理、在线体检报告解读、消费医疗等服务也受到用户的关注。下文将就线上问诊、健康管理和消费医疗三方面服务分别进行调研。

在线医疗健康服务用户的主要使用服务类型

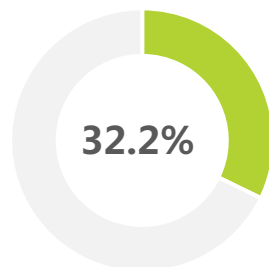
在线健康咨询/线上问诊为使用最多的服务类型。



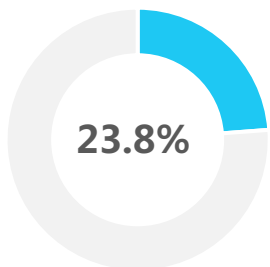
在线健康咨询/线上问诊



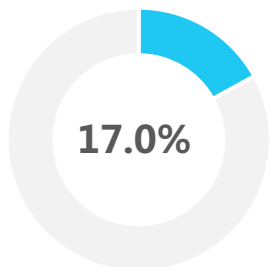
电子挂号预约



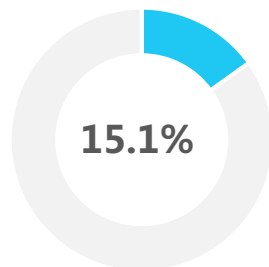
网上购药/药事服务



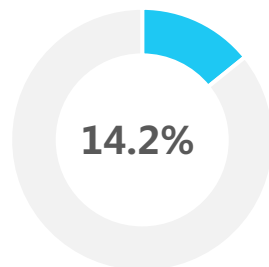
健康管理



在线体检报告解读



健康知识患教科普



消费医疗（例：口腔、体检...）

样本：在线医疗健康服务的潜在及实际用户N=1250，于2022年7月通过艾瑞调研获得。

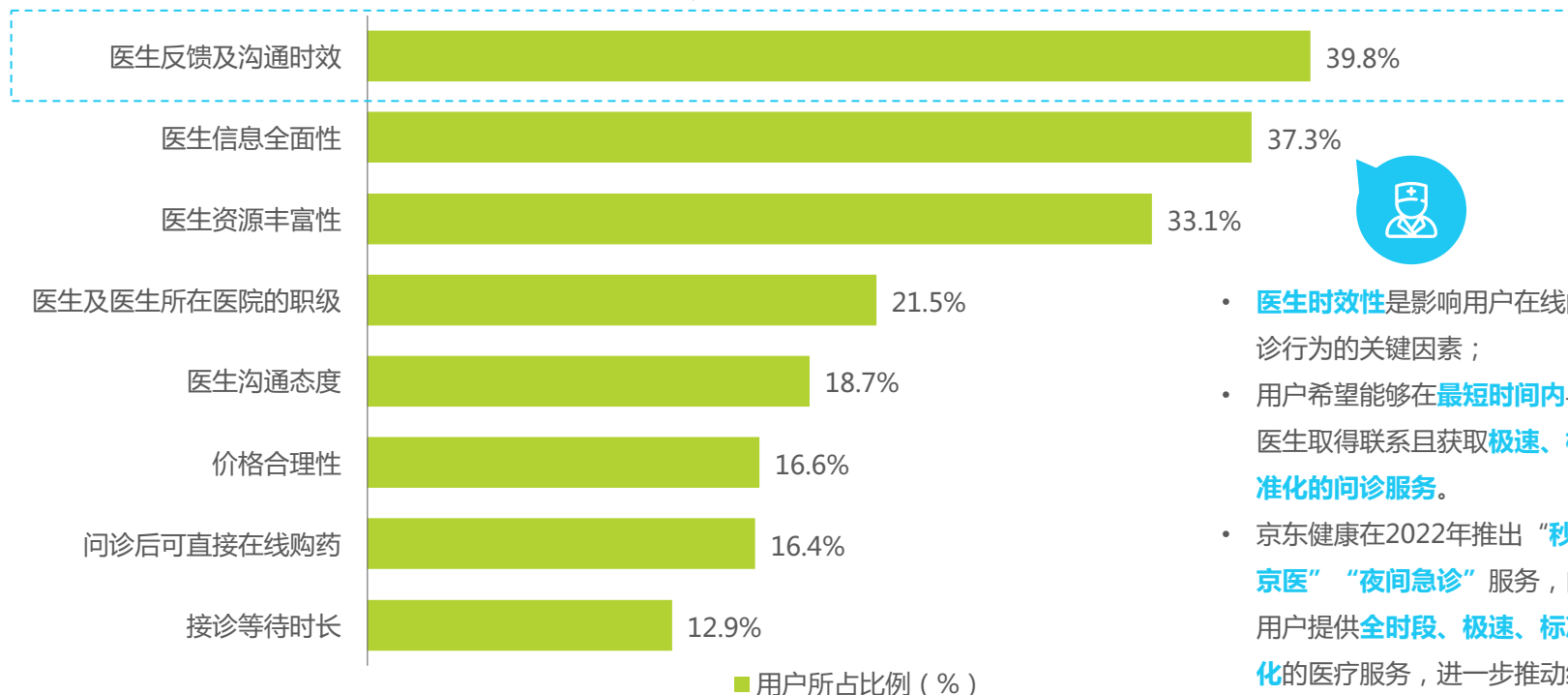
注释：请问您主要使用在线医疗服务的哪些服务类型？

在线医疗健康服务类型--线上问诊(1/2) iResearch 艾瑞咨询

医生的相关信息及反馈时效是用户线上问诊的主要关注因素

结合上文调研结果，在使用在线医疗健康服务的用户群体中，有59.1%的人群使用过在线健康咨询/线上问诊服务。在线上问诊的过程中，医生的沟通效率、专业能力、资源丰富度等因素是用户最关注的因素，其中，用户最为关注医生反馈及沟通的时效性，占比达到39.8%，医生信息全面性占比37.3%，医生资源的丰富性占比33.1%。是否具备这些能力决定了用户对服务的使用意愿。

线上问诊用户的主要关注因素



- **医生时效性**是影响用户在线问诊行为的关键因素；
- 用户希望能够在**最短时间内**与医生取得联系且获取**极速、标准化的问诊服务**。
- 京东健康在2022年推出“**秒问京医**”“**夜间急诊**”服务，向用户提供**全时段、极速、标准化**的医疗服务，进一步推动线上诊疗规范化建设。

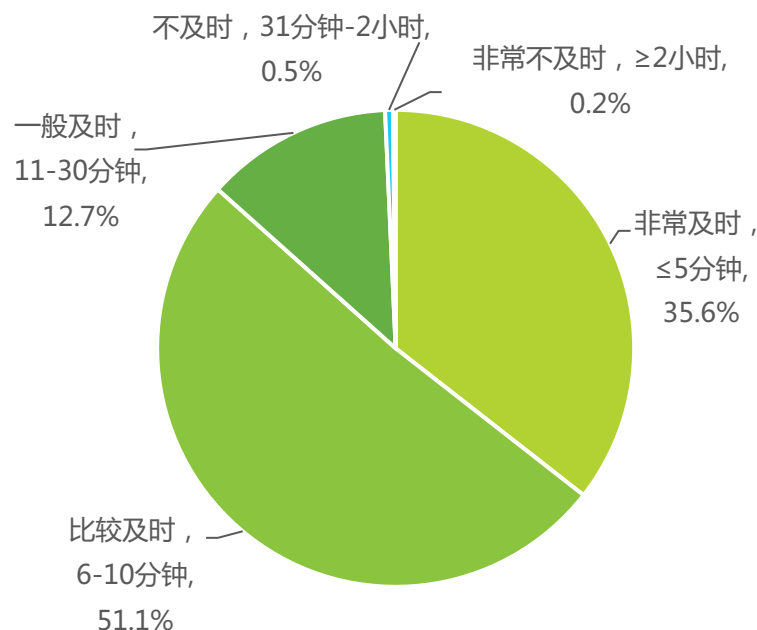
样本：在线医疗健康服务的潜在及实际用户N=1250，于2022年7月通过艾瑞调研获得。
注释：请问您使用线上问诊时关注哪些因素？

在线医疗健康服务类型--线上问诊(2/2) iResearch 艾瑞咨询

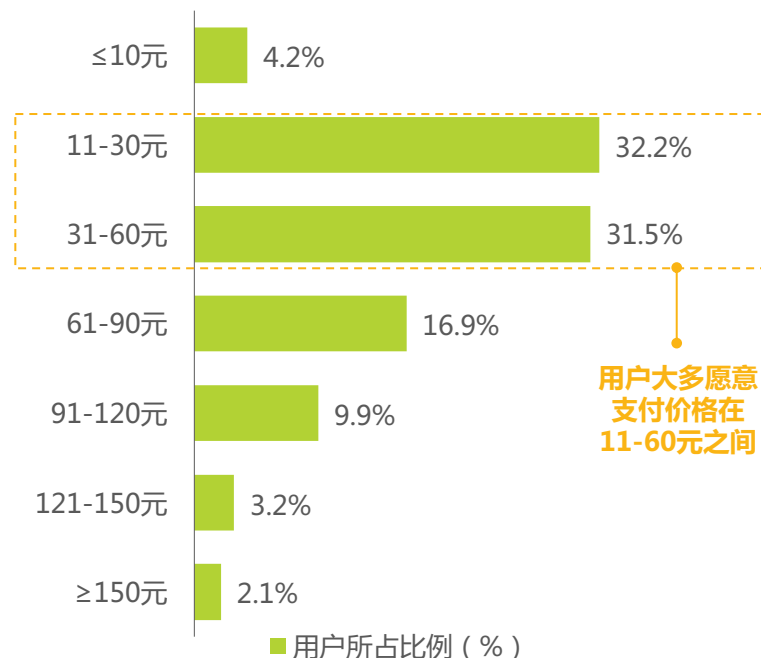
大多数用户认为线上问诊回复及时且愿意支付的单次价格为11-60元

在线上问诊过程中，近九成用户可以在10分钟内得到医生回复，其中35.6%用户认为医生回复非常及时，在5分钟内就能够得到回答；51.1%的用户在6-10分钟内可以得到医生回复，认为反馈比较及时。除此之外，仍存在极少部分用户在30分钟后才能收到反馈。根据对线上问诊支付意愿的调查，半数以上的用户愿意支付的单次诊疗价格处于11-60元，仅有2.1%的用户愿意支付超过150元的价格。

线上问诊等待医生回复的时长



线上问诊愿意支付的价格



样本：在线医疗健康服务的潜在及实际用户N=1250，于2022年7月通过艾瑞调研获得。
注释：请问您使用线上问诊时，医生回复时您的等待时长一般为多少？

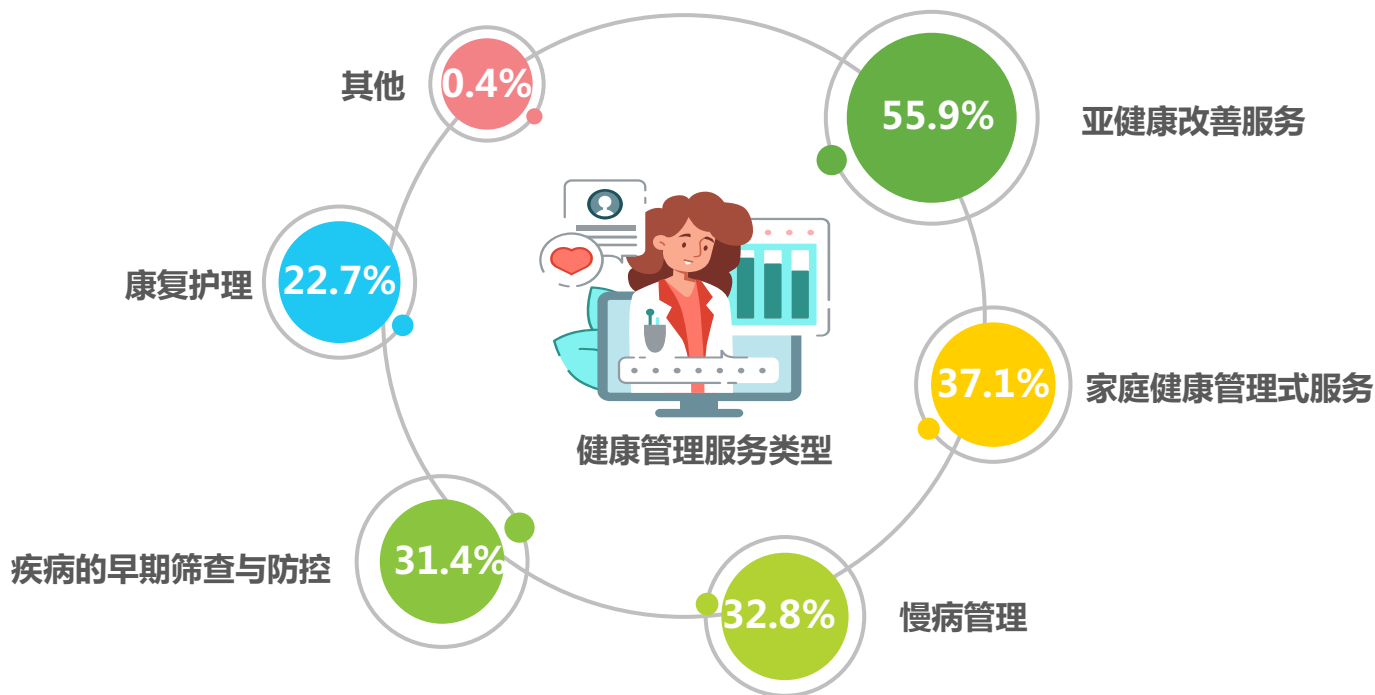
样本：在线医疗健康服务的潜在及实际用户N=1250，于2022年7月通过艾瑞调研获得。
注释：请问您使用线上问诊，愿意每次支付的价格是？

在线医疗健康服务类型--健康管理(1/2) iResearch 艾瑞咨询

亚健康改善和家庭健康管理是用户主要使用的健康管理服务

健康管理是用户在线医疗健康使用的服务类型之一。如今我国亚健康人群数量庞大，并不断增加，这无疑催生出旺盛的亚健康改善的市场需求，根据艾瑞调研显示，超过半数的用户使用过健康管理当中的亚健康改善服务，市场空间巨大。除此之外，随着社区家庭医生签约和线上家庭医生服务（如“京东家医”）的普及，越来越多的居民开始使用家庭医生的管理方式，调研数据显示，用户中使用家庭健康管理式服务的用户占比达到了37.1%。

用户主要使用的健康管理服务类型调查



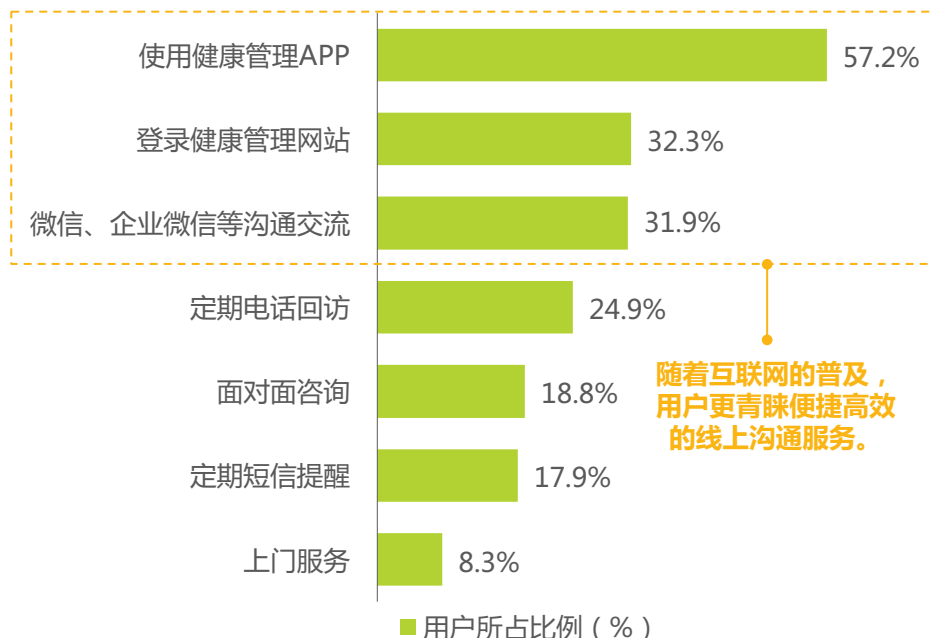
样本：在线医疗健康服务的潜在及实际用户N=1250，于2022年7月通过艾瑞调研获得。
注释：请问您使用过以下哪些健康管理服务？

在线医疗健康服务类型--健康管理(2/2) iResearch 艾瑞咨询

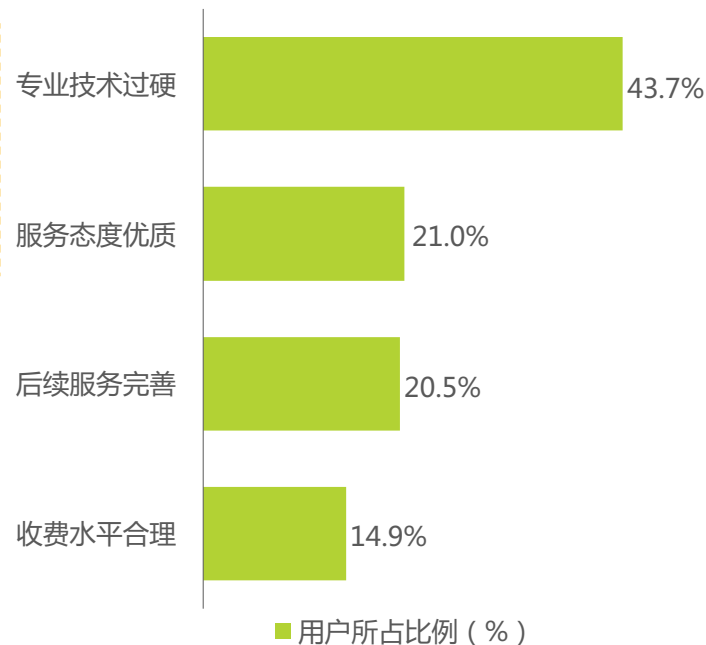
大多数用户使用健康管理APP和网站进行健康管理服务，更关注健康管理服务的专业性

用户在使用健康管理服务的过程中，更加注重使用的便捷性和服务的专业性。具体而言，在使用途径上，传统的线下上门服务、面对面咨询等方式占比逐渐减小，现阶段用户更青睐于使用健康管理APP、网站、微信等线上方式接受服务，这种方式能够灵活便捷、随时随地进行沟通。用户在使用健康管理服务时，对服务的专业性最为关注，专业技术过硬的平台和服务将更受欢迎。

用户健康管理服务使用途径



用户健康管理服务关注因素



样本：在线医疗健康服务的潜在及实际用户N=1250，于2022年7月通过艾瑞调研获得。
注释：请问您更喜欢通过哪种途径进行健康管理服务？

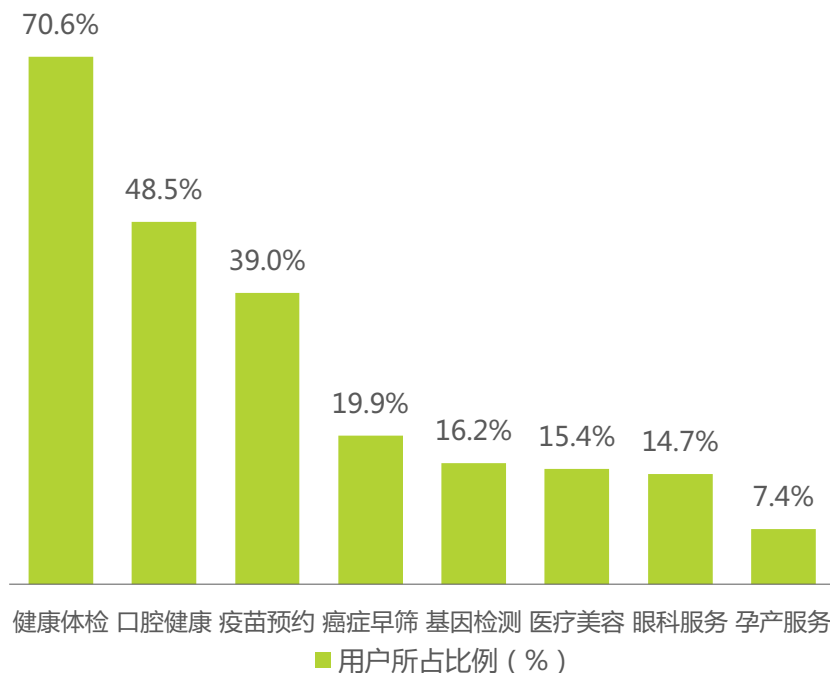
样本：在线医疗健康服务的潜在及实际用户N=1250，于2022年7月通过艾瑞调研获得。
注释：请问您认为健康管理服务中哪方面最重要？

在线医疗健康服务类型--消费医疗

预约健康体检服务的用户最多，更关注后续服务的完善度

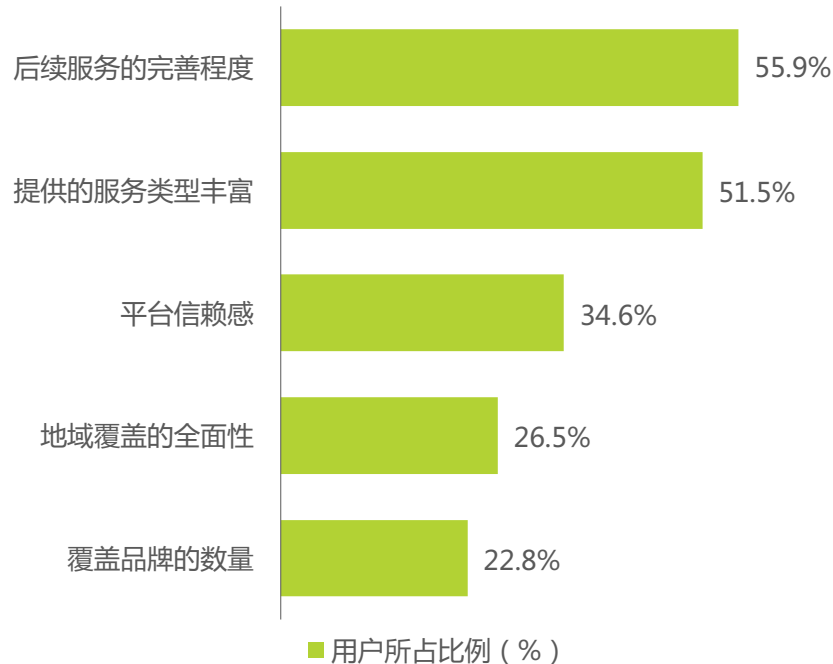
根据艾瑞调研数据显示，用户使用的消费医疗预约服务主要集中在健康体检、口腔健康、疫苗预约等方面，其中健康体检预约服务用户使用量最大，达到70.6%，其次是口腔健康预约服务，占比48.5%。除此之外，在消费医疗服务的使用过程中，超过半数的用户更加关注平台后续服务的完善度和提供服务类型的丰富程度这两个因素，另有34.6%的用户比较关注平台信赖感这一因素。以京东健康提供的体检和癌症早筛全流程服务为例，用户通过到店或上门方式接受体检筛查服务后，可在线上与医生沟通进行体检报告解读或预约线下复查等后续服务。

用户使用的消费医疗服务类型



样本：在线医疗健康服务的潜在及实际用户N=1250，于2022年7月通过艾瑞调研获得。
注释：请问您使用过以下哪些消费医疗线上预约服务？

用户消费医疗服务关注因素



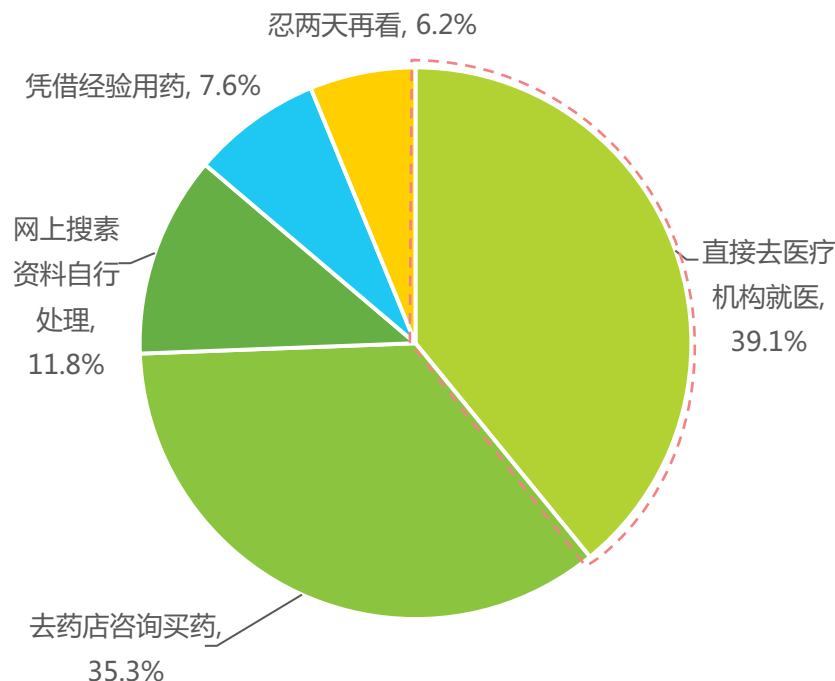
样本：在线医疗健康服务的潜在及实际用户N=1250，于2022年7月通过艾瑞调研获得。
注释：请问您选择消费医疗线上预约平台时更注重哪些方面？

在线医疗健康服务潜在用户的基本情况

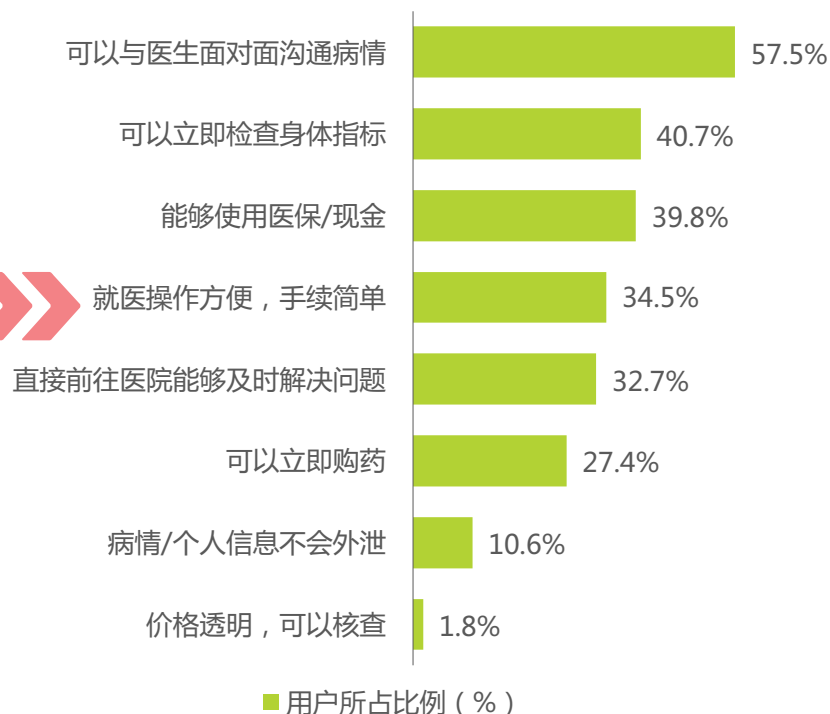
考虑到与医生沟通的效果，近四成用户更青睐线下就医

在1250位调研对象中，有二成左右的人群尚未使用过在线医疗健康服务。调研发现，此类人群在身体出现不适时，七成以上选择直接到线下医疗机构或药店就医购药，只有11.8%的人会考虑利用网络搜索资料，再自行处理。究其原因，其中半数以上用户选择线下就医是因为线下可以与医生面对面沟通病情，也有用户表示线下就医可以立即检查身体指标，能够使用医保/现金结算，就医流程和手续更加方便等，这些与线上就医的方式相比，更有利于病情诊断，支付也更加方便。

身体不适时的处理方式



选择线下就医的原因



样本：在线医疗健康服务的潜在及实际用户N=1250，于2022年7月通过艾瑞调研获得。
注释：请问您身体出现不适，首先会怎样处理？

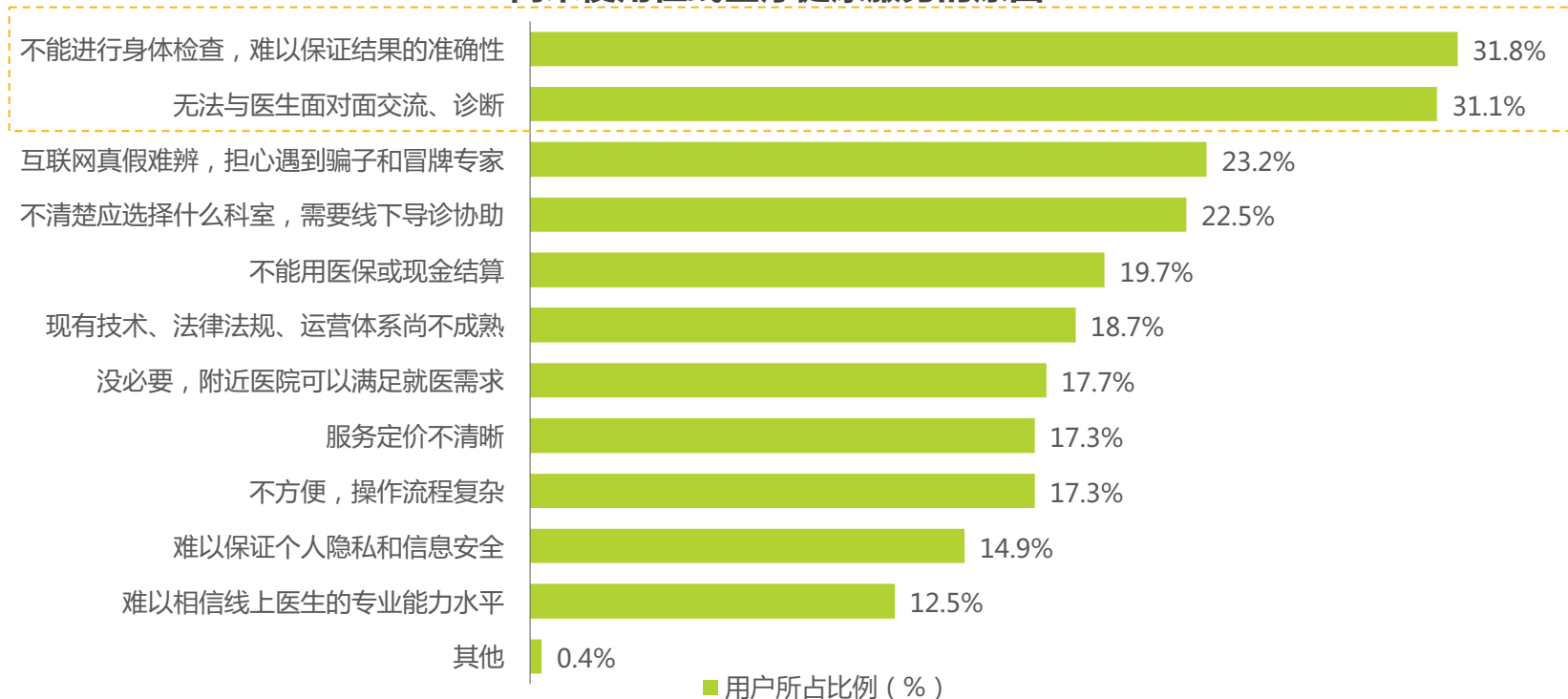
样本：在线医疗健康服务的潜在及实际用户N=1250，于2022年7月通过艾瑞调研获得。
注释：请问您选择线下就医的原因是什么？

尚未使用在线医疗健康服务的原因

不能进行身体检查、无法与医生面对面交流是潜在用户尚未使用在线医疗服务的主要原因

对于目前尚未使用在线医疗健康服务的人群而言，不能通过在线方式进行身体检查，难以保证结果准确性，以及无法与医生面对面交流诊断是他们没有选择在线医疗健康服务的主要原因，人群占比分别达到31.8%和31.1%。支付方式尚未满足实际需求、现有技术法规不成熟等也是阻碍用户接受在线医疗健康服务的重要因素。

尚未使用在线医疗健康服务的原因



样本：在线医疗健康服务的潜在及实际用户N=1250，于2022年7月通过艾瑞调研获得。

注释：请问您不使用在线医疗服务的主要原因是什么？

2.2 用户对在线医疗健康服务的认知及信任度

核心要点：

- 【信任程度】多数用户对平台提供的信息服务、医生的专业能力、平台保护个人隐私的能力信任度较高；
- 【平台选择】受国家政府认可和法律法规保障的在线医疗健康服务平台更受青睐。

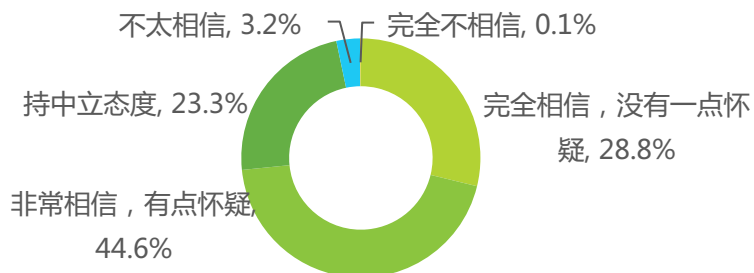


用户对在线医疗健康服务的信任程度

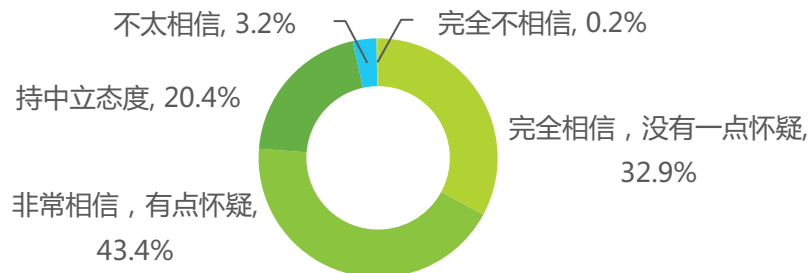
用户对信息与服务、医生专业能力及个人隐私保护能力基本持信任态度

艾瑞调研显示，大多数的用户对在线医疗健康服务持肯定态度，信任度较高，在这三个维度中，对于网络提供的在线医疗信息及服务，28.8%的用户表示完全相信，44.6%非常相信，但仍有所怀疑；对于在线医疗医生的专业能力信任程度，32.9%的用户完全相信，43.4%非常相信，但仍有所怀疑；而对于个人隐私保护的能力，用户的信任程度最低，只有35.8%的用户表示非常相信，且有7.7%的用户不太相信平台对用户的隐私保护能力。

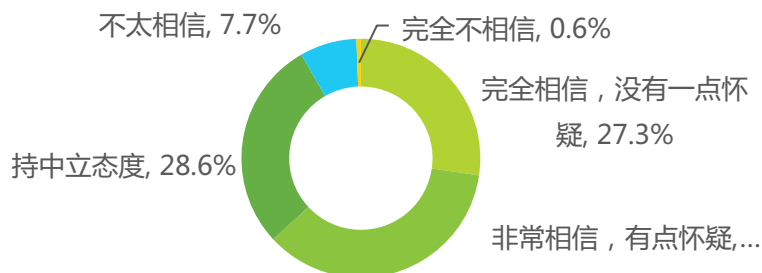
对网络提供的在线医疗信息及服务的信任程度



对在线医疗医生专业能力的信任程度



对平台保护个人隐私能力的信任程度



用户对在线医疗健康服务的各方面仍未做到完全信任，尚存在优化空间。



样本：在线医疗健康服务的潜在及实际用户N=1250，于2022年7月通过艾瑞调研获得。

注释：请问您相信网络提供的在线医疗信息以及服务吗？请问您相信在线医疗服务的医生的专业能力吗？请问您相信平台保护个人隐私的能力吗？

用户对在线医疗健康服务平台的选择

政府认可、法律保障的在线医疗健康服务平台更受用户信赖

一般情况下，用户会从国家政府认可、法律法规保障、用户评价良好、行业内认可、大众及媒体认可，以及下载量大等方面对在线医疗健康服务平台进行评价。本次艾瑞通过这些因素进行平台评估调研，结果显示国家政府认可 and 法律法规保障是用户最重视的两个因素，半数用户选择相信有国家政府认可的在线医疗健康服务平台，同时有43.2%的用户选择相信法律法规的保障作用，而下载量这一因素占比仅10.6%。可以看出，用户在选择时更偏向于受国家认可和法律保障的平台，对下载量的关注度较低。

用户对在线医疗健康服务平台的评估



样本：在线医疗健康服务的潜在及实际用户N=1250，于2022年7月通过艾瑞调研获得。

注释：请问您认为怎样的在线医疗服务平台是可信的？

2.3 用户对在线医疗健康服务的评价及期待

核心要点：

- 【满意程度】 95%以上的用户对于整体在线医疗健康服务持满意态度；
- 【核心优势】 节约时间、降低成本，从而提高就医效率；
- 【不足之处】 部分医生专业服务能力有待提升，服务形式不够多元化；
- 【未来期待】 加强同线下医院的业务匹配及联动、提供全程化健康管理服务。

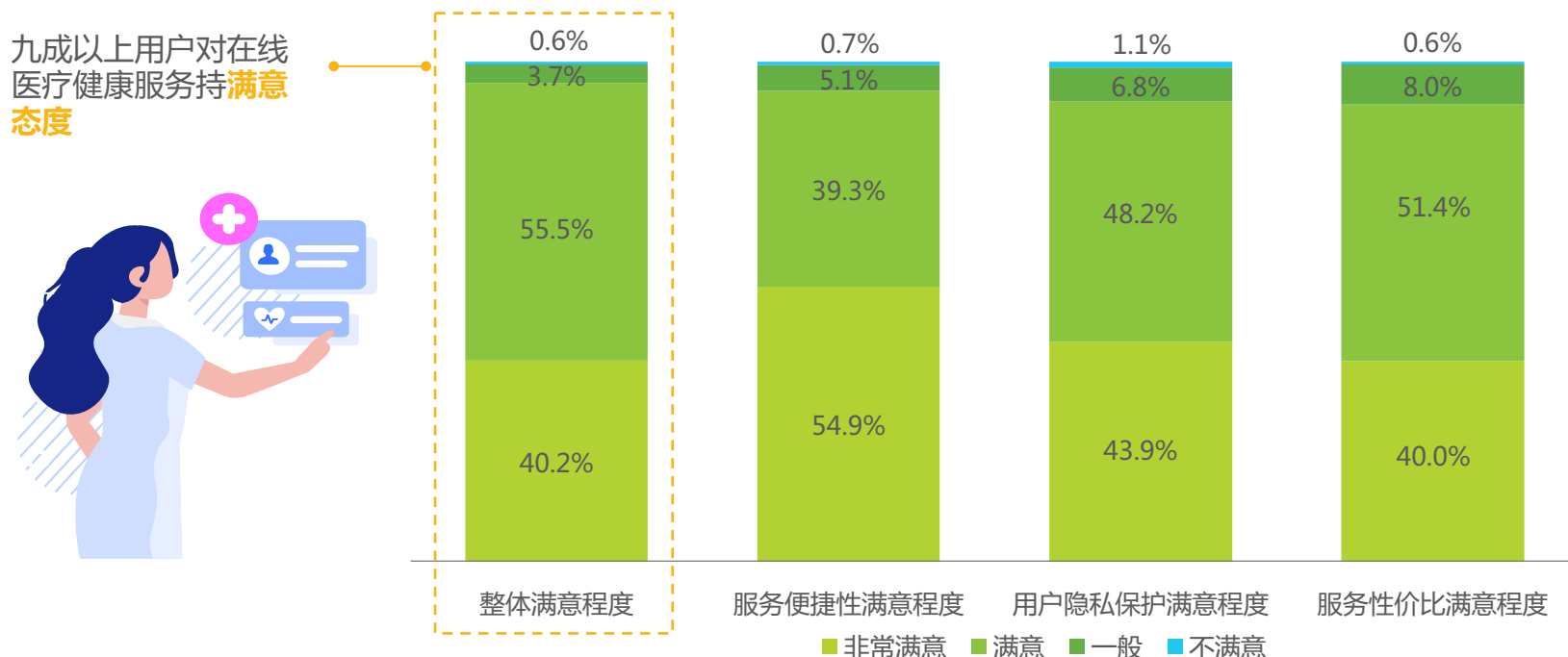


用户对在线医疗健康服务的满意程度

整体评价较高，服务便捷性最受用户认可

艾瑞调研显示，95%以上的用户对于在线医疗健康服务整体持满意态度。分别而言，在服务便捷性方面，54.9%的用户非常满意，39.3%持满意态度，在三个维度之中满意度最高；用户隐私保护方面，43.9%的用户非常满意，但在三个维度中的不满意占比最高，可见对用户隐私的保护能力亟待提高；服务性价比方面，40.0%的用户非常满意，满意用户达51.4%。总体而言，在线医疗的发展为用户提供了更加便捷高效、高性价比的医疗健康服务。

用户对在线医疗健康服务平台的多维度评价



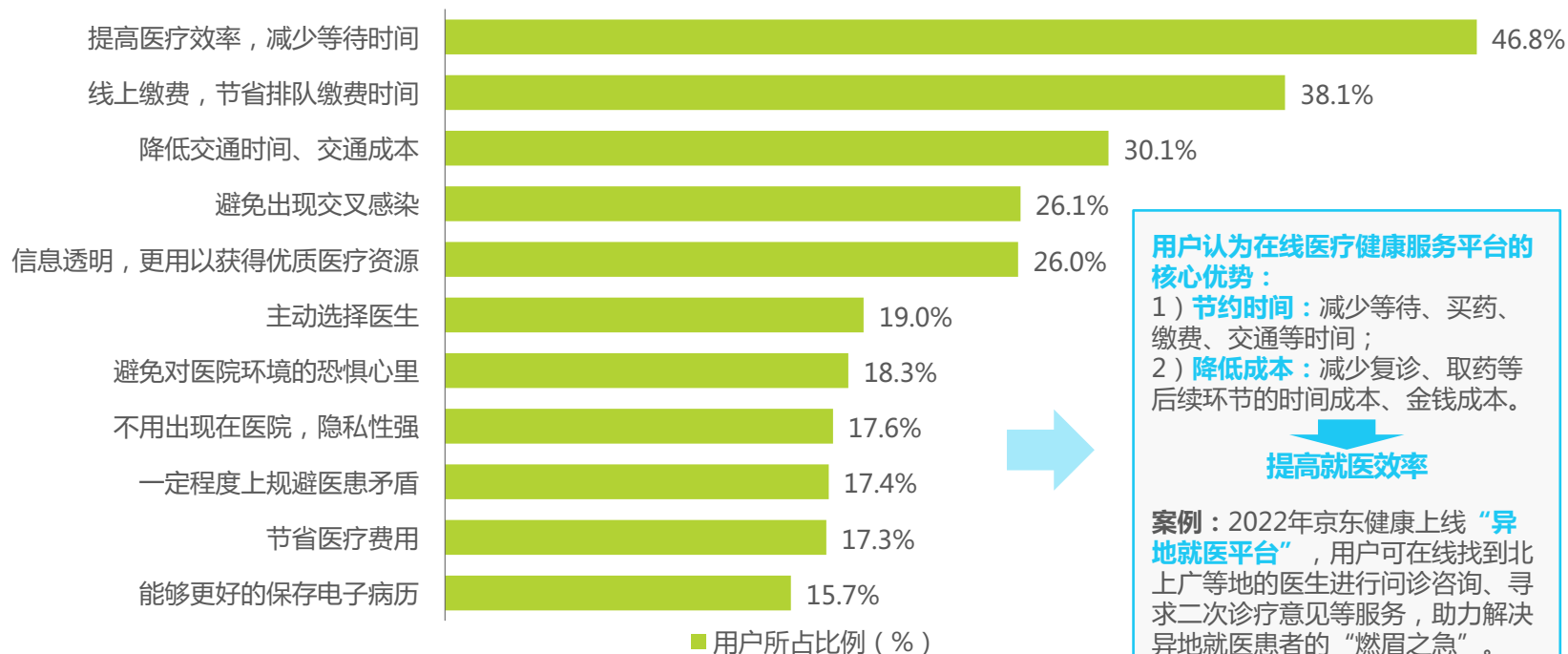
样本：在线医疗健康服务的潜在及实际用户N=1250，于2022年7月通过艾瑞调研获得。
注释：请根据您的近期使用过的在线医疗服务情况，在以下维度进行评价

在线医疗健康服务的优势

节约时间、降低成本、提高就医效率为在线医疗的核心优势

艾瑞调研显示，用户认为在线医疗健康服务的主要优势在于提高医疗效率，减少等待时间；线上缴费，节省排队时间；降低交通时间，交通成本等，其中提高效率节省时间这一优势占比达到46.8%。在占比前三的因素中，“时间”“成本”“效率”等词被多次提及，由此可见，节约时间、降低成本、提高效率是用户选择医疗服务时最为关注的因素，也是用户从线下医疗消费转至线上医疗消费的重要动力。除此之外，26.1%的用户认为线上医疗行为能够避免出现交叉感染，26.0%认为在线医疗优势在于信息更加透明，更容易获取优质医疗资源。

在线医疗健康服务平台的优势



样本：在线医疗健康服务的潜在及实际用户N=1250，于2022年7月通过艾瑞调研获得。
注释：请问您认为在线医疗服务有哪些优势？

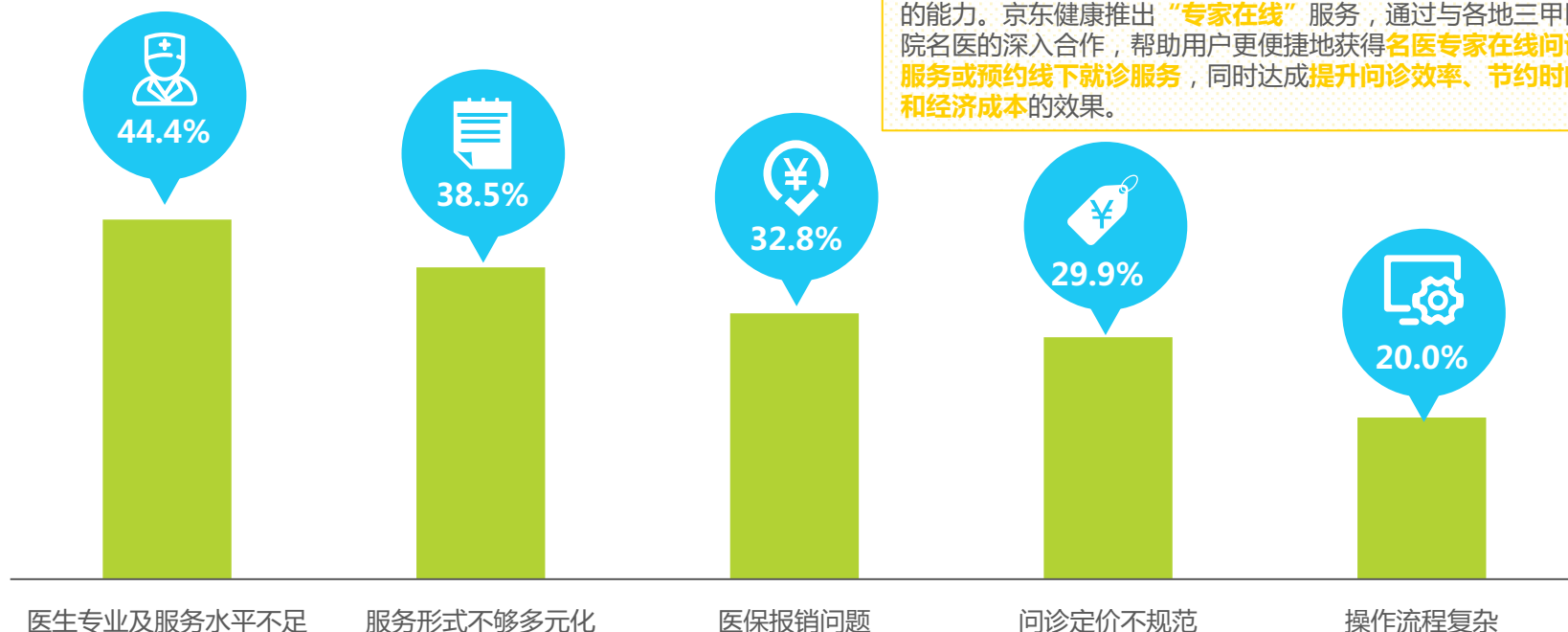
在线医疗健康服务的不足

医生的专业能力、服务形式、支付方式有待进一步优化

艾瑞调研显示，接近半数的用户认为在线医疗健康服务最大的不足之处在于医生的专业及服务水平，除此之外，38.5%的用户认为在线平台的不足在于服务形式不够丰富多元化，32.8%认为医保报销困难是现存问题之一。因此，严格把关签约医生质量、确保医生信息真实全面是提高医生的专业性与权威性有效措施。同时，开发和提供更加多元、便捷、高效的服务，满足用户诊疗及时性、医生专业性、疾病突发性等延伸需求也是获取用户信赖的必要举措。

在线医疗健康服务的不足

医生专业能力及服务水平是在线医疗健康服务现阶段最需提高的能力。京东健康推出“**专家在线**”服务，通过与各地三甲医院名医的深入合作，帮助用户更便捷地获得**名医专家在线问诊服务或预约线下就诊服务**，同时达成**提升问诊效率、节约时间和经济成本**的效果。



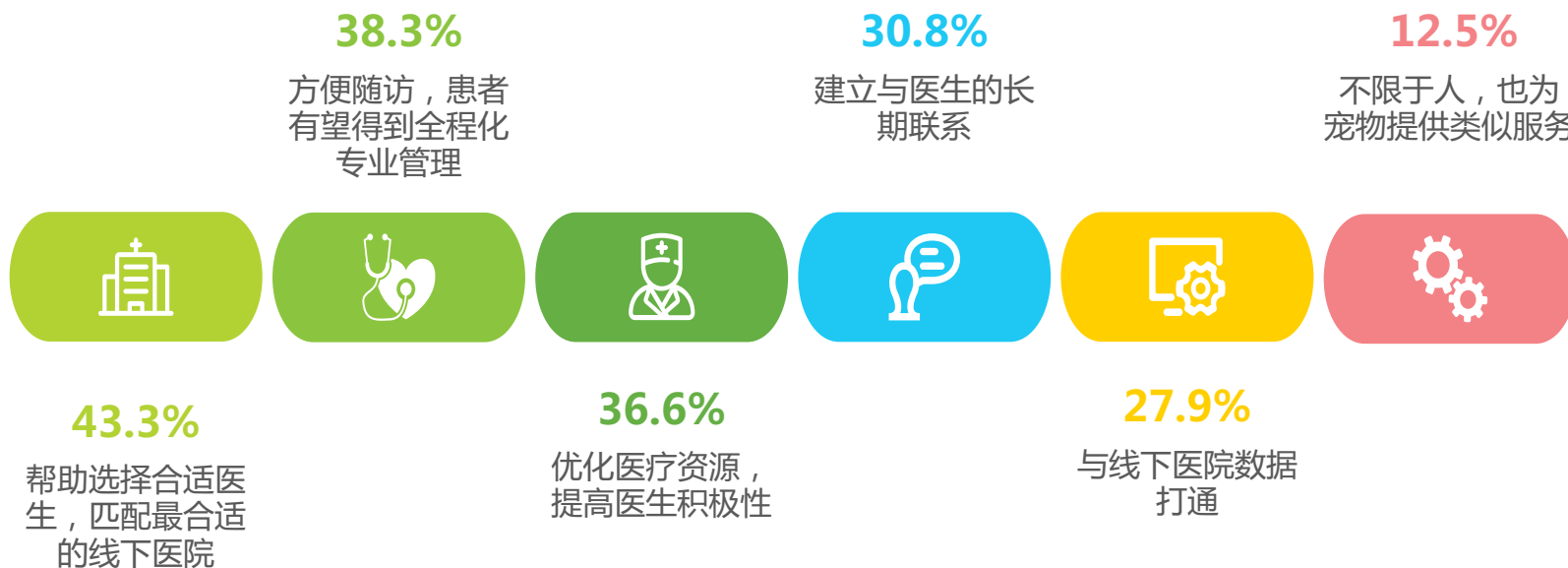
样本：在线医疗健康服务的潜在及实际用户N=1250，于2022年7月通过艾瑞调研获得。
注释：请问您认为在线医疗服务有哪些问题亟待提高？

用户对在线医疗健康服务的期待

合理匹配医生及线下医院、全程化专业健康管理更值得期待

用户在选择在线医疗健康服务时的关注点集中在便捷、高效、专业等因素之上，在用户产生在线医疗需求时，期待平台能够根据需求帮助选择合适的医生进行咨询接洽，同时匹配推荐最合适的线下医院。在用户线上线下流转的过程中建立完整的随访体系，优化医疗资源，从而形成全程化的专业医疗健康管理服务，对用户的全生命周期进行管理和服，这也是在线医疗健康服务未来重要的发展趋势。

用户对在线医疗健康服务的期待



样本：在线医疗健康服务的潜在及实际用户N=1250，于2022年7月通过艾瑞调研获得。
注释：请问您未来的在线医疗服务有什么期待？

中国在线医疗健康服务行业概述

1

中国在线医疗健康服务需求及消费行为洞察

2

中国在线医疗健康服务行业发展趋势及建议

3

在线医疗健康服务制度趋势及建议

由“野蛮生长”走向规范化、标准化发展

近年来，不断增长的需求为在线医疗打开了广阔的市场空间，随着行业发展，政府及社会对在线医疗的机构、人员、业务、质量安全等环节提出了更高的要求，在线医疗健康服务进入规范化发展新阶段。这就需要“定边界、控合规、建预警”，即划定各主体责任边界，对线下线上进行同步的严格质控把关，建立风险评估预警机制，使行业整体由无序到有序，提高在线医疗创新和科研成果转化应用，促进在线医疗健康服务走向标准化、规范化。例如，在线上诊疗规范化体系建设方面，京东健康组建了由院士、全国一级协会各专科主委等顶级专家组成的质量管理专家委员会，并建立了行业领先的三级质控体系，起到了良好的带头示范作用。

在线医疗健康服务标准化规范化发展要点



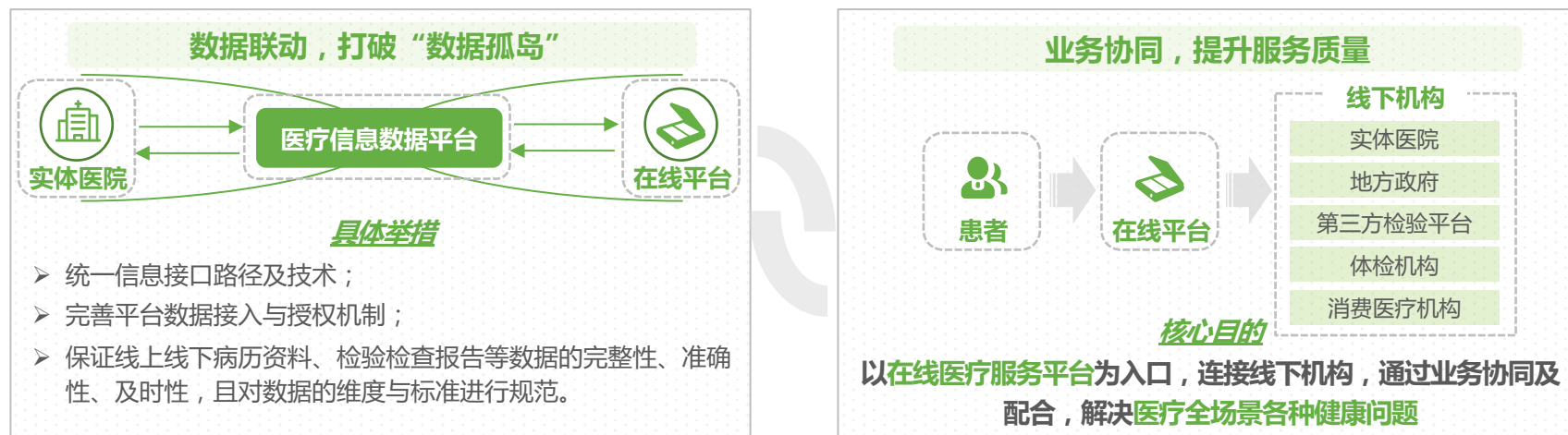
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

在线医疗健康服务模式趋势及建议

加强同线下医院的数据联动与业务协同，推动一体化发展

用户对于线上线下一体化的医疗健康新格局有更高的期待，未来轻症和慢性疾病的诊疗需求将上浮至在线医疗平台等新入口和新渠道予以满足，而在线难以解决的疾病将下沉至实体医院进行后续检查与诊断，医疗资源分配合理性将进一步提高。这种一体化的格局一方面需要在线医疗平台同线下医院实现信息数据的全面联动，以便过程中的转诊、复查等行为；另一方面，需要二者加强业务协同能力，同时对支付方式做出优化，共同完成患者流量与医疗资源的顺畅流动，进而形成贯穿患者诊前、诊中、诊后环节，联通“医、药、险”的完整医疗服务模式。

线上线下医疗服务的一体化模式



线上线下医疗服务一体化

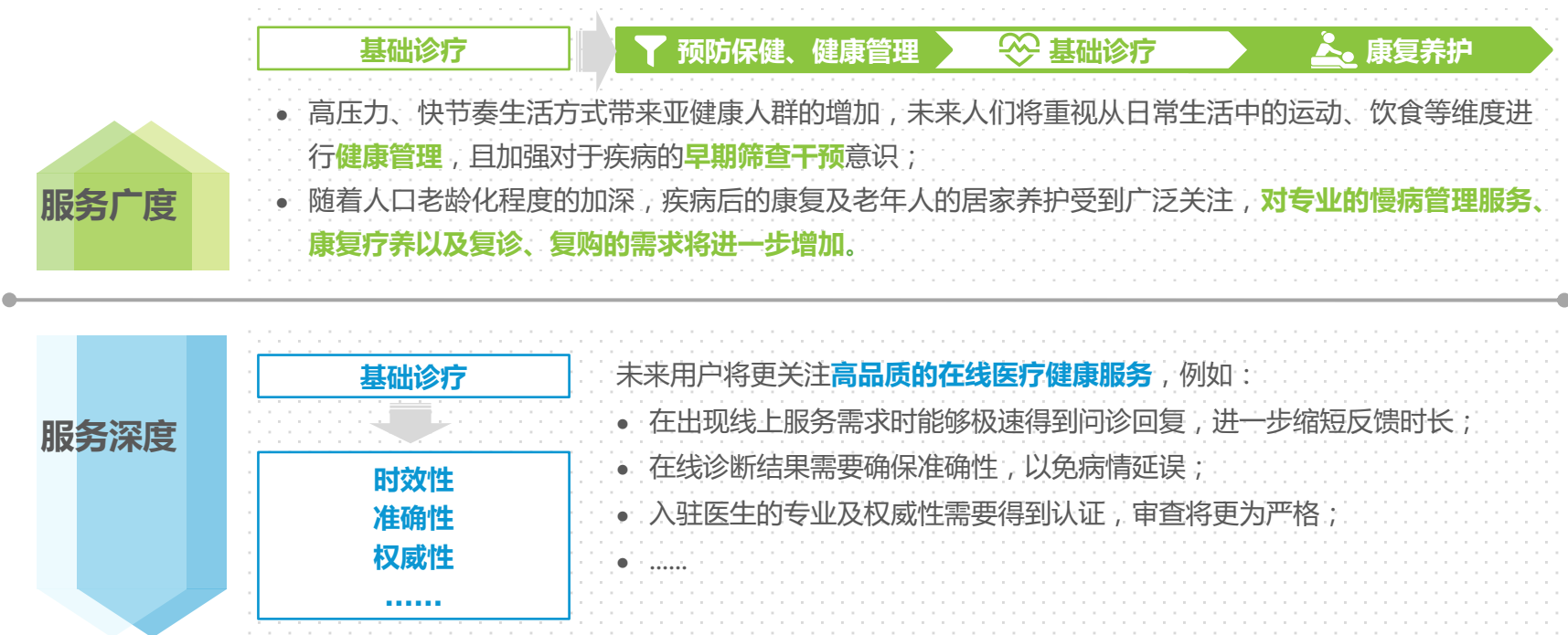
打造贯穿患者诊前、诊中、诊后，联通“医、药、险”的全流程服务模式

在线医疗健康服务消费趋势及建议

服务的多样化与精细化将成为消费者未来关注的核心要素

近年来，随着消费水平与健康观念的飞跃，用户对于在线医疗健康服务的需求不断延伸，对于服务的多样化与精细化提出了更高的期待。横向广度方面，用户期望得到集预防保健、基础诊疗、康复养护为一体的全链条医疗健康服务，形成诊前、诊中、诊后的健康闭环管理，且配合日常生活中的消费医疗等服务类型。纵向深度方面，用户希望能够在就诊的时效及准确性、专家的权威性认证等方面有所保障。综上所述，服务的多样化与精细化将成为在线医疗健康服务未来新的发展方向。

在线医疗健康服务横向、纵向发展路径



艾瑞新经济产业研究解决方案



行业咨询

- 市 场 进 入 为企业提供市场进入机会扫描，可行性分析及路径规划
- 竞 争 策 略 为企业提供竞争策略制定，帮助企业构建长期竞争壁垒



投资研究

- IPO行业顾问 为企业提供上市招股书编撰及相关工作流程中的行业顾问服务
- 募 投 为企业提供融资、上市中的募投报告撰写及咨询服务
- 商业尽职调查 为投资机构提供拟投标的所在行业的基本面研究、标的项目的机会收益风险等方面的深度调查
- 投后战略咨询 为投资机构提供投后项目的跟踪评估，包括盈利能力、风险情况、行业竞对表现、未来战略等方向。协助投资机构为投后项目公司的长期经营增长提供咨询服务

关于艾瑞



艾瑞咨询是中国新经济与产业数字化洞察研究咨询服务领域的领导品牌，为客户提供专业的行业分析、数据洞察、市场研究、战略咨询及数字化解决方案，助力客户提升认知水平、盈利能力和综合竞争力。

自2002年成立至今，累计发布超过3000份行业研究报告，在互联网、新经济领域的研究覆盖能力处于行业领先水平。

如今，艾瑞咨询一直致力于通过科技与数据手段，并结合外部数据、客户反馈数据、内部运营数据等全域数据的收集与分析，提升客户的商业决策效率。并通过系统的数字产业、产业数据化研究及全面的供应商选择，帮助客户制定数字化战略以及落地数字化解决方案，提升客户运营效率。

未来，艾瑞咨询将持续深耕商业决策服务领域，致力于成为解决商业决策问题的顶级服务机构。

联系我们 Contact Us

 400 - 026 - 2099

 ask@iresearch.com.cn



企 业 微 信



微 信 公 众 号

法律声明

版权声明

本报告为艾瑞咨询制作，其版权归属艾瑞咨询，没有经过艾瑞咨询的书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制、传播或输出中华人民共和国境外。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，部分文字和数据采集于公开信息，并且结合艾瑞监测产品数据，通过艾瑞统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，艾瑞咨询对该等信息的准确性、完整性或可靠性作尽最大努力的追求，但不作任何保证。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的观点均不构成任何建议。

本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，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，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。

