

还没接入医保？只能在医生的碎片时间进行？只治失眠等小病慢病？

互联网医疗之痛

疫情期间,由于人们减少出门次数,线上查看健康知识、在线问诊、买药成为更多人的习惯。在政策的支持下,互联网医疗市场也在加速扩张。目前,健康管理、常见病问诊和慢性病复诊成为互联网医疗几大主要应用场景,不少人习惯向名医咨询失眠情况、消化类疾病等,以此获得一份健康生活的保障。互联网医疗似乎也变得更像大健康产业而非严肃医疗。实际上,人们期待互联网医疗还能做得更多,例如,线上诊疗开处方、线上医保支付等。

■ 策划:新快报记者 罗 韵
■ 统筹:新快报记者 罗 韵
■ 采写:新快报记者 郑栩彤
■ 制图:廖木兴



优质医生资源不足、分布不均，互联网医疗应运而生

收入稳定的年轻宝妈成忠实用户

互联网医疗包含在线挂号、在线问诊、在线买药、人工智能医疗等。互联网技术目前的主要作用是帮助连接患者与医生、医院和药房,帮助解决挂号难、咨询难等问题。特别是在优质医生资源不足、高水平医院分布不均的现状下,在线问诊可以帮助偏远地区群众获得高质量的医嘱,引导人们正确就医。

受新冠肺炎疫情影响,互联网医疗的产品优势得到凸显。阿里健康、平安好医生、丁香园等多个互联网医疗平台均推出了抗疫专区,用于公布疫情进展、科普抗疫知识和提供免费在线问诊。截至今年2月10日,平安好医生平台的累计访问人数达到11.1亿次,新增用户日均问诊量达到平时的9倍。互联网医院——这类实体医院的线上延伸形式也加快建设。一季度,国家卫健委属管医院互联网诊疗数量同比增长了17倍。

历经疫情,互联网医疗用户群体也历经了一轮改变。据艾媒咨询在今年7月份的调查,互联网用户本科学历占比已超过六成,女性用户占比达到六成,80.3%的女性用户已婚并育有后代,且过半数女性用户在26-35岁之间。艾媒咨询相关报告认为,目前家庭健康的主责任人一般由女性承担。从收入看,今年超六成互联网医疗用户月收入在5000-10000元之间,家庭月收入则在1万-2万元之间。文化水平高、收入较高、有较强烈的守护家庭健康欲望,成为如今相当一部分互联网医疗用户的特点。

疫情在扩大互联网用户规模的同时,也增加了互联网医疗本身的“吸金”潜力。调查发现,这部分人群倾向于生病去医院及时治疗,有兴趣购买新型医疗智能硬件和医疗保险,不排斥营养品或保健品,且愿意花更多钱购买高质量的商品。

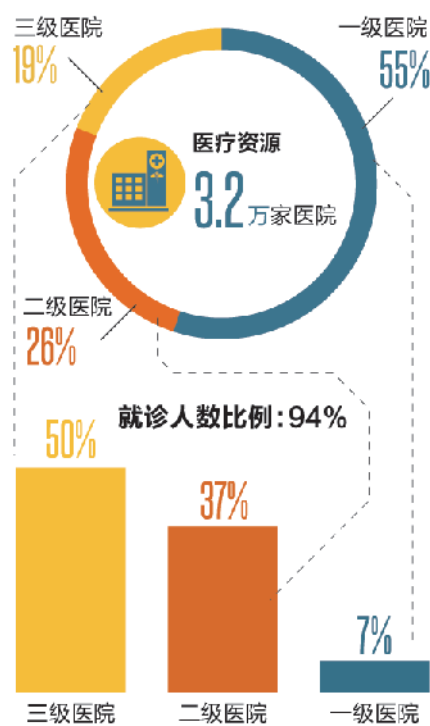
从使用原因看,不少用户也正是出于“守护健康”而非“抗击某种疾病”的初心。艾媒咨询数据显示,改善生活习惯、降低可能的疾病带来的风险、及时了解自己及家人健康状况是用户使用互联网医疗的三大主要原因,人数占比均在半数以上。此外,分别还有46.1%和25.4%的用户使用互联网医疗是为了尝试新技术新产品或感觉有趣。



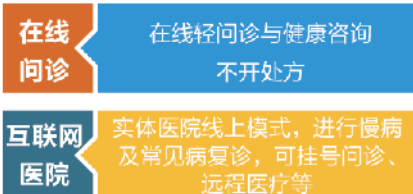
2019年国内广义互联网医疗
(互联网技术在医疗健康领域应用)
产业规模



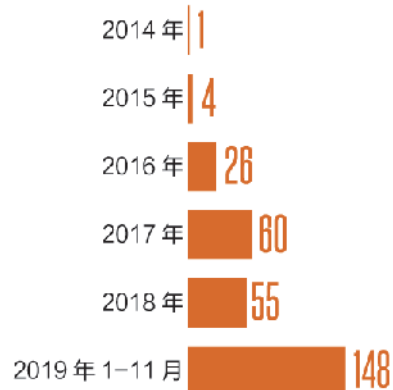
2018年全国医院数量
及不同层级医院就诊人数分布



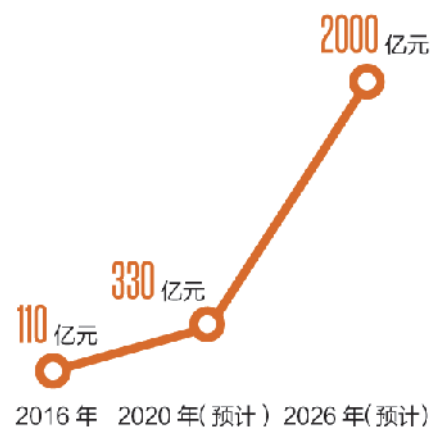
互联网医疗两种重要应用模式



2014-2019年
全国每年新建互联网医院数量(家)



国内狭义互联网医疗
(互联网在线医疗服务)市场规模



2019年12月互联网医疗
部分主要厂商月活跃人数(万人)

