

后疫情时代 中国互联网医疗 消费者洞察



目录

近年来，受到人口老龄化加剧、慢病患者低龄化显现等问题的影响，中国医疗服务需求呈爆发式增长。然而，中国医疗资源不足且分布不均，多年来分级诊疗进展缓慢，有限的医疗供给难以满足各层级多样化的医疗需求，医疗供需矛盾迫切需要通过新技术和新模式进行解决。

2020年的新冠疫情凸显了互联网医疗的优势。疫情期间，线上问诊等服务得到了大力的推广并获得了爆发式增长。后疫情时代，互联网医疗是否能延续这一趋势？哪些方面值得关注？埃森哲携手腾讯云医对全国近1,800名互联网医疗用户进行了调研，与您一起解析行业变化，探索未来。

01 新的起点

02 核心洞察

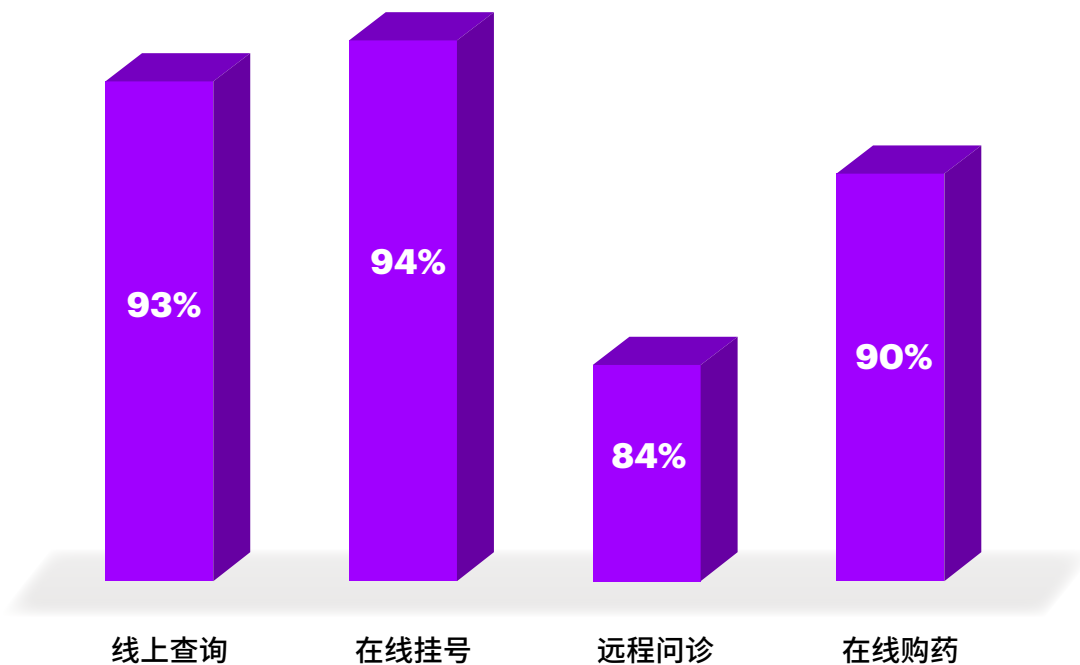
03 行动建议



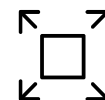
01 新的起点

较新冠疫情发生前一年，近一半的受访者提高了互联网医疗服务的使用率。令人期待的是，超过80%的受访者未来对各项互联网医疗服务都展现了极高的参与意愿。事实上，中国互联网医疗从广度和深度上进入了一个全新的发展阶段。

图表一：未来一年，对互联网医疗感兴趣的受访者比例（%）

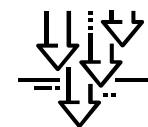


Q37：未来一年，如有医疗服务需求发生，您或您的家人是否会有兴趣使用所列各项服务？
资料来源：2021年埃森哲互联网医疗调研



特征1

从点到面，
全范围覆盖医疗服务



特征2

从上往下，
向下沉市场纵深发展

从点到面

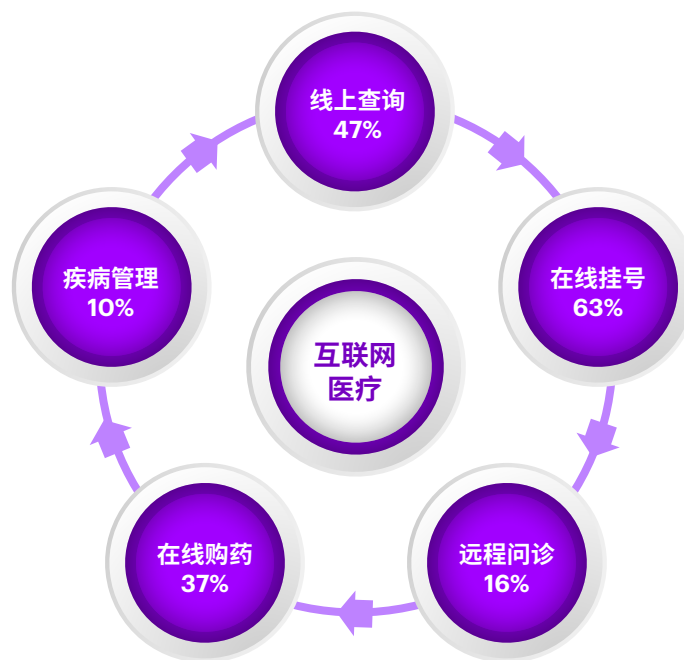
疫情催生线上医疗服务需求激增，互联网医疗已从信息查询、挂号延伸到诊疗、购药和疾病管理等全节点

互联网医疗在中国的发展已经从最初的医疗信息查询，发展成为全节点覆盖的互联网医疗服务体系。

作为链接医疗服务线上线下O2O的关键环节，在线挂号是互联网医疗中渗透率最高的服务类型。

但是，线上挂号本质上还是线下问诊的前导行为。**远程问诊和线上疾病管理的发展标志着中国全节点互联网医疗的真正开始。**

图表二：互联网医疗服务渗透率（%）

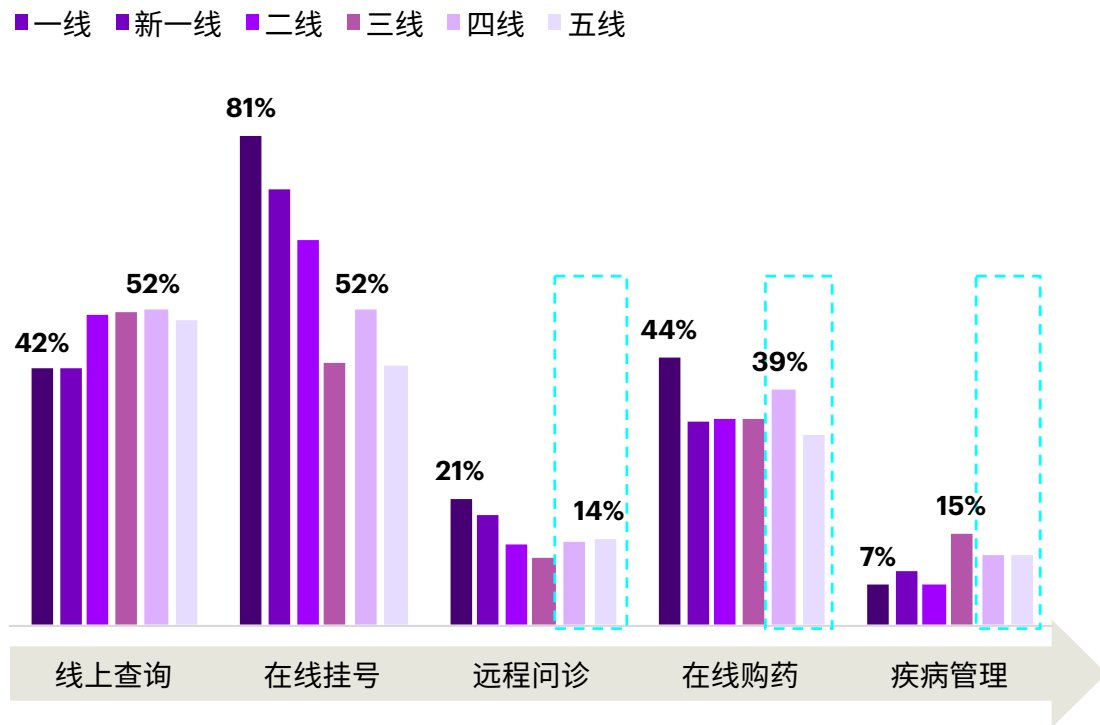


S8：过去一年，您或者您替家人使用过哪些互联网医疗服务？
资料来源：2021年埃森哲互联网医疗调研

从上往下

受益于消费互联网，互联网医疗已经从一线城市深入下沉市场

图表三：各城市线级互联网医疗渗透率（%）



S8：过去一年，您或者您替家人使用过哪些互联网医疗服务？

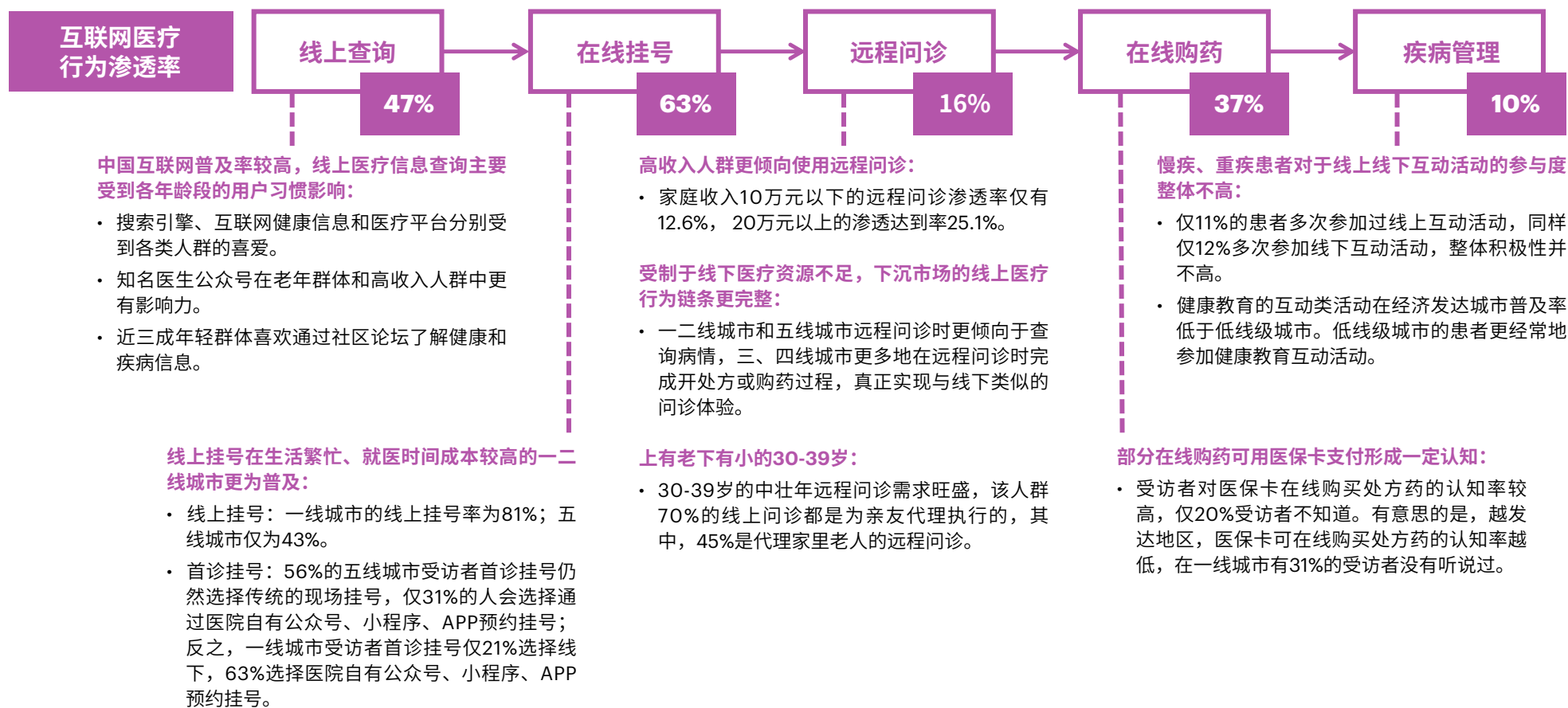
资料来源：2021年埃森哲互联网医疗调研

数字和互联网技术模糊了各线城市的边界，线上各类生活方式平台的高度发展为互联网医疗进入下沉市场提供了数字基础。

繁忙的生活节奏和更好的数字医疗基础设施使**一线城市在线上挂号、远程问诊、在线购药上的渗透率领先于其他城市**；但低线城市整体在利用互联网了解疾病信息，远程问诊和进行疾病管理上更加积极，其目的更多是为了接触优质的医疗资源。

值得一提的是，各线城市的这种差异已经不是来自数字行为本身，而且基于当地客观的医疗条件。受制于线下医疗资源不足，下沉市场的线上医疗行为链条更完整。

不同年龄、收入和地域在互联网医疗行为模式上有明显的差异





02 核心洞察



洞察1
购药逐步走向院外，
线上渗透率提升



洞察2
慢重患者呼唤
一体化疾病管理



洞察3
互联网医疗也需
分级诊疗



洞察4
互联网家用医疗设
备场景突破在即

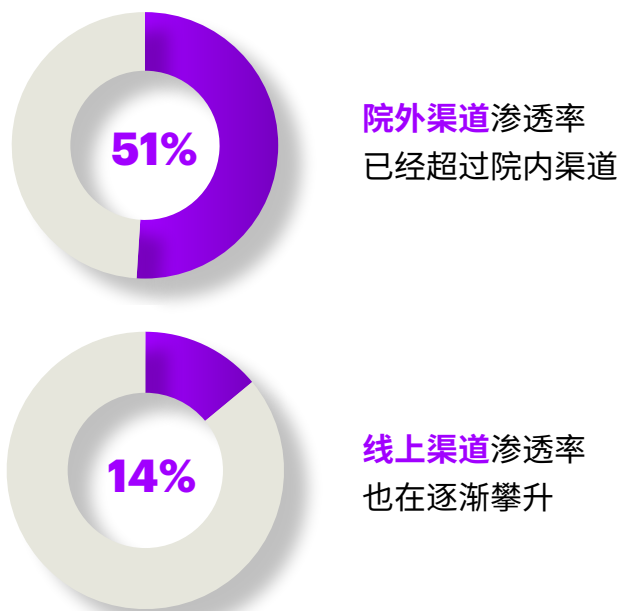


购药逐步走向院外，线上渗透率提升

随着互联网医疗的发展，以线下零售和医院为核心的传统求医问药开始向院外线上零售拓展。

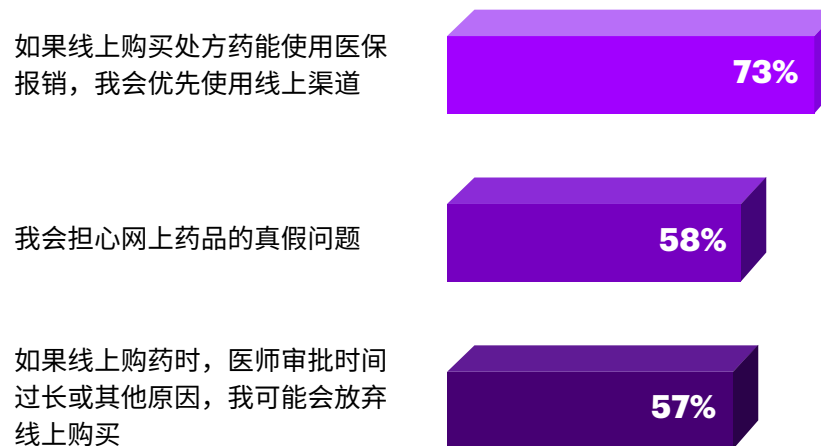
医保政策支持、线上药品的品质和配药效率将直接影响未来线上药品的进一步发展。

图表四：处方药购买渠道比例 (%)

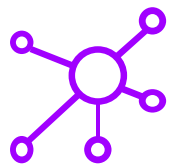


Q17: 请问您上次购买该药品的渠道是? (处方药)
资料来源: 2021年埃森哲互联网医疗调研

图表五：患者对线上购药的主要关注点 (%)



Q20: 哪些描述最符合您的在线购药行为?

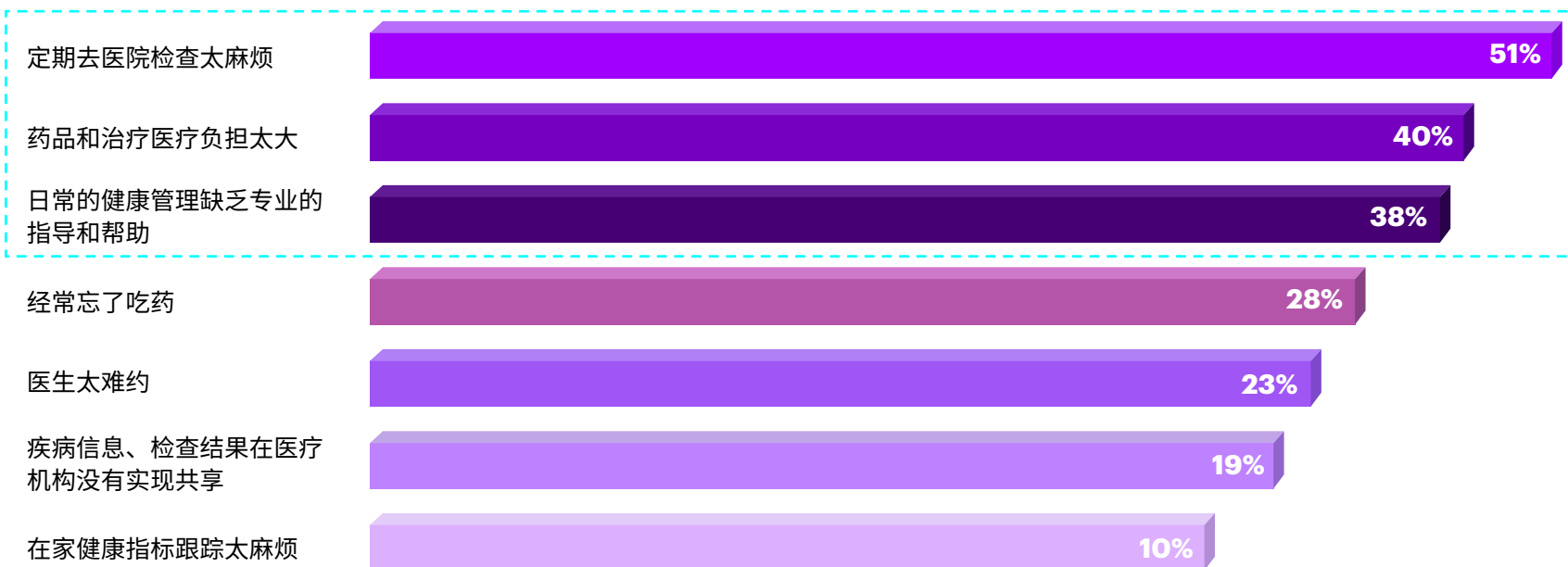


慢重疾患者呼唤一体化疾病管理

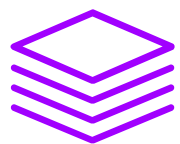
慢疾和重疾患者在日常健康管理中有诸多痛点。

68% 慢疾重疾患者希望通过“一体化疾病管理平台”（含诊疗、复诊、购药、交流平台等）实现疾病管理。

图表六：慢疾/重疾患者日常健康管理中的挑战（%）



Q27：在您或者您家人的慢性病日常健康管理中，您觉得最大的挑战是？



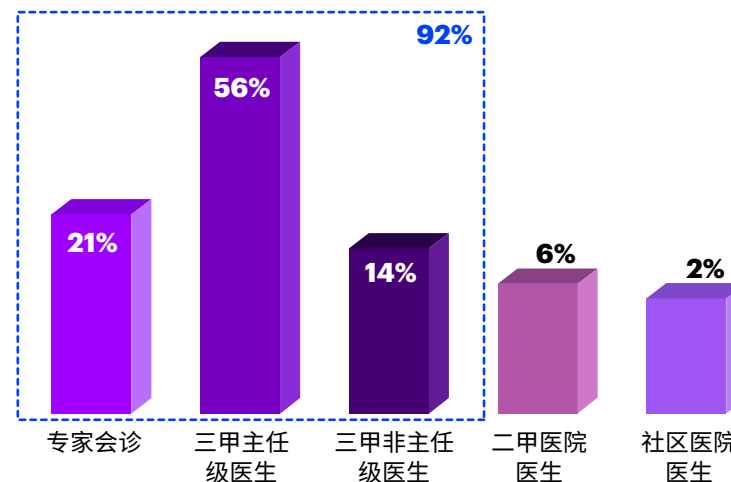
互联网医疗也需分级诊疗

与五年前相比，无论线上线下患者依然集中选择知名公立医院就诊。

47% 在线下就诊中，近五成的受访者选择知名公立医院作为普通疾病的首诊医院。**2016年这一比例为53%，并无明显改善。**

这一情况同样存在于线上远程问诊中。虽然**57%**的远程问诊是一般性疾病，但**92%**的受访者会选择三甲医院的医生，仅**8%**的受访者选择了二甲医院或者社区医院的医生。

图表七：远程问诊中指定医生的级别（%）



Q10：请问远程问诊中您选择了什么级别的医生？

资料来源：2021年埃森哲互联网医疗调研



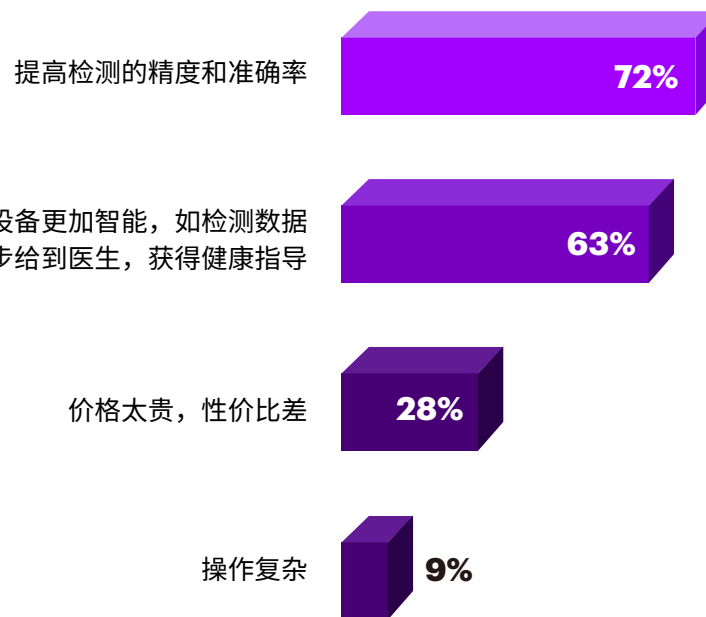
互联网家用医疗设备场景突破在即

家用健康检测设备在中国普及率高，已具备良好的用户基础。健康检测设备除了支持患者自我监测，与医生的智能互联给重疾慢性患者的远程诊疗和日常疾病管理带来了新的想象空间。随着家用或个人健康设备技术的增强以及政策环境的开放，更为广泛的场景应用有望进一步实现。

87% 慢疾重疾患者家中都备有不同形式的健康检测设备。

51% 健康检测设备使用者可以通过自己的手机APP远程查阅健康检测数据。

图表八：慢疾重疾患者希望便携式健康检测设备在精度、深度智能以及与医生互联等方面能得到改善。



Q26：您或者您的家人希望便携式健康检测设备和服在哪些方面可以有所改进？
资料来源：2021年埃森哲互联网医疗调研



03 行动建议



建议1

促进互通互联，为患者提供院内院外线上线下无缝体验



建议2

加强全病程周期管理，满足特定病种医疗需求



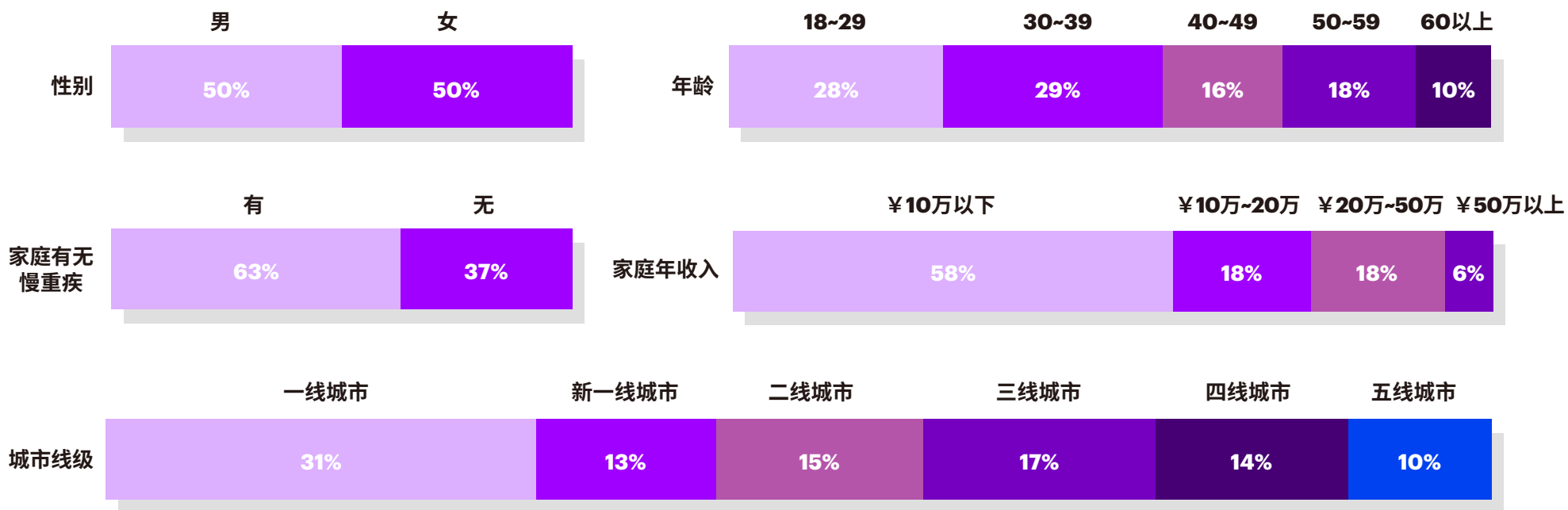
建议3

推动平台合作，携手共建“医健养”大生态体系

关于调研

埃森哲和腾讯云医对1,779名互联网医疗用户进行了线上问卷调研。

样本分布如下：



*各线城市划分参考第一财经2020年发布的《城市商业魅力排行榜》。一线，北上广深，新一线成都，重庆，杭州，南京，苏州等15个。

研究团队

郁亚萍

埃森哲商业研究院产品制造事业部
研究经理
sheryl.yaping.yu@accenture.com

何珊

埃森哲商业研究院软件及平台事业部
研究执行经理
shan.he@accenture.com

鸣谢 (按照姓名字母排序)

曹捷、陈麒元、唐正晔、沃纯华、杨继刚

关于埃森哲

埃森哲公司注册于爱尔兰，是一家全球领先的专业服务公司，在数字化、云计算与网络安全领域拥有全球领先的能力。凭借独特的业内经验与专业技能，以及翘楚全球的卓越技术中心和智能运营中心，我们为客户提供战略&咨询、互动体验、技术服务和智能运营等全方位服务，业务涵盖40多个行业，以及企业日常运营部门的各个职能。埃森哲是《财富》全球500强企业之一，目前拥有约62.4万名员工，服务于120多个国家的客户。我们秉承“科技融灵智，匠心承未来”的企业使命，致力于通过引领变革创造价值，为我们的客户、员工、股东、合作伙伴与整个社会创造美好未来。

埃森哲在中国市场开展业务30余年，拥有一支约1.9万人的员工队伍，分布于多个城市，包括北京、上海、大连、成都、广州、深圳、杭州、香港和台北等。作为可信赖的数字化转型卓越伙伴，我们正在更创新地参与商业和技术生态圈的建设，帮助中国企业和政府把握数字化力量，通过制定战略、优化流程、集成系统、部署云计算等实现转型，提升全球竞争力，从而立足中国、赢在全球。

详细信息，敬请访问埃森哲公司主页www.accenture.com以及埃森哲大中华区主页www.accenture.cn。

关于埃森哲商业研究院

埃森哲商业研究院针对全球企业组织面临的重大问题，洞悉发展趋势，提供基于数据的深入见解。我们的研究团队包括近300名研究员和分析师，分布于全球20个国家，并与世界领先研究机构建立长期合作关系。将创新的研究方法与工具与对客户行业的深刻理解相结合，我们每年发布数以百计的拥有详实的数据支持报告、文章和观点，帮助客户拥抱变革，创造价值，用技术推动创新与发展。详细信息，敬请访问埃森哲商业研究院主页www.accenture.com/research。

关于腾讯云医

腾讯云医是由腾讯专门为医生开发的云上一站式工作台。通过腾讯云医小程序，医生可为患者提供患教科普、患者管理、复诊随访等全流程线上服务，提高工作效率，实现职业成长。

医生是提供医疗服务的主体。腾讯希望充分发挥用户连接能力和技术优势，以腾讯云医为载体，为每位医生配备一个专属智能助理，打破过往医患连接的物理时空限制，释放医生生产力，提升医疗服务的效能、效率和效益，共建全生命周期的患者健康管理體系。

腾讯云医以小程序为载体，医生和患者无需单独下载App，医患互动通过微信的通知体系提醒。医生可对患者进行分组批量、精细化管理。腾讯云医还可为医生提供语音患教、专业医学插画图库、图文一键转视频、支持电脑端编辑等个性服务，高效进行科普创作。

此外，腾讯云医还将与生态伙伴充分协同，发挥各自的资源优势，合力为医生共建完善的服务网络，实现医生专业价值和能力的跃升，驱动整个医疗行业数字化转型升级。

业务合作，请关注“腾讯云医”微信公众号，与小助手联系。