经济日报 ECONOMIC DAILY

聚焦疫后新基建新产业新动能 ④

新冠肺炎疫情期间，由居家防疫带来的健康需求明显增加。不少企业对原有的健康产品进行了数字化，在线健身、在线问诊等数字经济新业态日益成为民众生活日常。专家指出，疫情将促使市场主体创新运营，未来会有更多企业打通线上线下资源的交融渠道，深化健康产业与医疗卫生和文旅娱乐等产业的兼容程度，推动各产业运营场景的交汇互通。线上运动健身、互联网问诊等业态将成为新的消费增长点。

在线健身、网上问诊等新业态表现抢眼——

激活健康产业“一池春水”

经济日报·中国经济网记者 韩秉志

近年来，随着全民健康意识不断提升，健康需求增长势头迅速。新冠肺炎疫情期间，在线健身、网上问诊等新业态表现抢眼。专家认为，随着健康服务供给的增加，未来运动健身、互联网问诊等业态将成为新的消费增长点，将激活健康产业的“一池春水”。

日前，江西抚州东乡区人民医院孕妇学校改线下上课为线上授课，医生通过直播为孕妈妈们答疑解惑。 何江华摄（中经视觉）

健康服务需求大增

随着疫情防控持续深入，居家健身成为一大“刚需”。35岁的上班族刘佳宇是一名体育运动爱好者，居家期间，坚持在家锻炼的他主要做仰卧起坐、俯卧撑和原地跑等运动。

“少出门可以，但运动不能少。”刘佳宇说，独自在家健身难免有点枯燥，为此他跟几个体育爱好者在线上“组局”切磋交流，给在家健身增添了几分趣味。

虽然疫情短期内对体育消费、体育产业产生不小影响，但也带动了在线健身行业的发展。

为配合疫情防控，减少户外活动，各大运动健身平台相继在抖音、一直播等线上渠道推出了居家健身直播课程，以网上社交平台为载体进行分享与互动的“云健身”方式日益流行。

近期，运动科技平台Keep与国家体育总局体育科学研究所联合推出“居家防疫健身计划”，结合具有一定强度的徒手训练和放松舒压课程，帮助人们在强身健体的同时舒缓紧张情绪。此外，Keep联合多家线上直播机构推出“全网运动直播大课表”服务，聚合各运动品牌课程直播信息，以方便民众有针对性地进行居家锻炼。

在新浪微博“宅家健康运动计划”的话题中，张继科等奥运冠军及众多健身博主纷纷参与其中，上传专业视频对健身爱好者进行指导，引发了社会公众对健康话题的关注。截至3月1日，该话题共有14.7亿次阅读和59.4万次讨论。

同样迎来需求大涨的还有在线医疗。在疫情防控中，居家模式让人们的就医场景发生了改变，在线义诊咨询平台随之迎来井喷。诸如丁香医生、春雨、平安好医生等多家互联网医疗服务平台联合全国医务工作者，向用户开放免费问诊、心理辅导等服务，为共同打赢疫情防控阻击战赋能。

“疫情防控期间，不少企业对原有产品进行了数字化创新，在为客户创造更大价值的同时也提升了企业价值。由于线下医疗资源紧缺，有的医院在互联网平台的支持下开通了在线问诊服务，轻症患者可以免排队在网上与医生对话，快速简单判断病情，既能有效减少线下接触带来交叉感染的风险，又提升了医疗资源的有效利用率。”北京大学习近平新时代中国特色社会主义思想研究院尹俊说。

企业根据市场转型

为何在线健身、在线问诊等健康业态在疫情期间表现抢眼？业内专家指出，在线健身、在线问诊等数字经济新业态成为疫情防控期间民众的生活日常，既是适应人民对于身体健康的需要，也是当下推动经济增长的重要方向。

“在举国上下与疫情抗争中，一则患者在武汉方舱医院跳起广场舞的消息引发社会广泛关注，进一步激发了人们对生命和健康的重视。”上海体育学院经济管理学院副教授段艳玲认为，目前，新冠肺炎疫情尚无有针对性的特效药，人们自身的免疫力和抵抗力对抗击病毒和战胜疾病十分重要。近年来，体育对促进大众健康方面的价值逐渐获得民众认可，而此次疫情危机，则让民众进一步提升对健康的关注。

据有关机构统计，春节期间，健康、健美和体育类的移动应用下载排名上升幅度位居前列，印证了大众用户对于健身锻炼的庞大诉求。目前，很多企业也在想办法转型和创新，越来越多地关注研发、数字化、互联网，升级产品以满足用户需求。

比如，以运动健身品牌超级猩猩为例，在2月10日推出了以减脂为主题的14天线上训练营课程后，受到消费者追捧；阿里健康联合国内外顶级药品生产企业推出“慢病福利计划”，以保障疫情期间慢性病药品的在线供给，同时为不方便出门配药的慢病患者提供线上的慢病管理服务。

业内专家指出，作为一次突发的公共卫生事件，新冠肺炎疫情对政府职能部门的应急管理能力和线上服务能力是一次现实检验，也将促使市场主体进行运营创新。以健康产业为例，会有更多企业将打通线上、线下项目资源和内容的交融渠道，深化体育与健康、体育与医疗卫生、体育与文旅娱乐的兼容程度，推动各产业运营场景的交汇互通。

有望催生崭新业态

专家认为，大量线下项目的暂时停滞，为“互联网+健康”背景下探索新的服务模式营造了空间。疫情的影响，不仅是短期的冲击，也会从深层次上影响人们的生活方式。健康产业有望迎来春天，同时亦将催生出新的发展趋势。

“本次疫情或将唤醒大众健身意识的深度觉醒，重塑人们的生活方式。人们对于体育锻炼和强身健体的消费需求将会出现井喷，健康、体育锻炼将在人们之后的生活中扮演重要角色。会有更多的人在‘健康理念’和‘健康生活方式’的驱动下选择不同项目的活动。”上海体育学院经济管理学院院长李海认为，在发展健身休闲产业方面，要注重互联网基因植入。应鼓励开发以线上技术为支撑的健身休闲服务，推动传统健身休闲企业由销售导向向服务导向转变，提升场馆预订、健身指导、运动分析、体质监测、交流互动、赛事参与等综合服务水平，在满足人们多样化需求的同时，亦增强产业自身抵御风险的能力，从而形成健身休闲产业新生态圈。

“从产业角度来说，要把全民健身转变成全民健康，全民健康才有全民小康。”清华大学体育产业发展研究中心主任王雪莉认为，和健康相关的体育产业的发展潜力巨大。但与此同时，体育消费是一种体验产品和服务，要更好满足百姓体育消费多元化和个性化需求。企业、赛事主办方等市场主体需要打造独特的产品体验和独特的服务体验，如结合可穿戴式设备、虚拟现实技术来研发、推出智能化体育产品，更好服务用户和广大消费者，挖潜空间。

“要利用大数据、云计算、人工智能、5G、区块链等新技术，培育数字体育、在线健身、线上培训等新业态。”国家体育总局体育经济司副司长彭维勇表示，国家体育总局将大力发展“互联网+体育”，推动电子商务平台提供体育消费服务，支持以冰雪、篮球、足球、赛车等运动项目为主要内容的智能体育赛事发展。在他看来，新业态、新模式、新消费的不断增长，对体育产业的发展会有更大促进作用。

“虽然数字化已经完全融入人们的生活中，但数字时代的另一个特征是快速变化，因此企业需要不断创新，立足客户需求，通过数字化手段、价值链融合和价值网重构，为客户需要的新生产方式、消费方式和管理方式提供解决方案，创造新的价值。”尹俊认为。

案例

互联网医院看病也能走医保

本报记者 吴佳佳

新冠肺炎疫情期间，出门不便、门诊关闭、药房缺药……原本定期要去医院配药的慢病患者怎么办？为保障慢病患者需求，湖北武汉市引入互联网医院并接入医保，同时力促药企保障供应。

日前，武汉市医疗保障局为微医互联网总医院开通医保支付。该互联网医院可为武汉市门诊重症（慢性）疾病的参保人员，提供线上诊断、处方外配、在线支付和线下药品配送上门服务。医保接入后，药品费用将得到医保报销，患者只需支付个人自付部分。

为保障参保人员就医和购药，武汉市医疗保障局公布了18条措施服务疫情防控和日常医疗保障，明确支持“互联网+”医疗服务纳入医保支付，并迅速为接入武汉的微医互联网总医院开通医保支付，该互联网医院成为武汉首家纳入医保支付的平台型互联网医院。

武汉市门诊重症（慢性）疾病患者可通过“互联网医院门户”微信公众号进入微医互联网总医院武汉专区，与接诊医生进行网上问诊，医生根据患者病情开具处方及建议。互联网医院完成审方后，将处方信息推送至医保门诊重症（慢性）疾病定点零售药店，药店确认处方和配送地址，审核处方并核实参保人员信息，进行医保结算，打印医保结算票据，生成参保人员个人自付费用付款码。参保人完成线上支付后，药房迅速审核并调配药物，安排物流配送。

疫情期间，该项便民门诊的诊疗费用由微医互联网总医院承担，对患者全免费；药品价格则与各大公立医院保持完全一致，符合规定的药品费用由医保与药店结算，患者只需支付个人自付部分。另据了解，该互联网医院已集结全国4万多名医生“上线”。

专家认为，互联网诊疗服务凭借其远程、高效、智能、便捷等优势，在疫情期间能大大缓解湖北省特别是武汉市新冠肺炎患者集中、医疗卫生资源紧张、一线医护人员工作强度大等突出问题。还能有效减少医院内病毒交叉感染风险，有利于疫情防控，也能防止患者小病、慢病拖成大病，满足人们常规的看病就医需求。

据统计，疫情发生以来，已有不少互联网医院开展线上义诊、发热门诊咨询、远程会诊、心理咨询等服务，全国范围的医生资源在线支援湖北，每天在线咨询、购药人次超过10万。

线上问诊用户习惯逐渐养成

本报记者 陈果静

“相信大家逐步会培养起使用在线医疗服务的意识，并养成习惯。”妙手医生市场部负责人汪凯表示。

新冠肺炎疫情发生以后，北京圆心科技有限公司旗下的互联网医疗平台妙手医生推出了线上免费门诊服务“7×24小时线上义诊”。除此之外，平台还接入了免费心理咨询门诊、多个专科义诊、健康科普、在线找药等多项服务。

汪凯介绍，新冠肺炎疫情期间，如果所有发热的病人都去医院，那么线下医院负荷会大幅提升，传染风险增加。

疫情发生后不久，妙手医生就开通了“7×24小时线上义诊”。发热患者在去医院前，可先通过在线问诊形式与医生沟通，让医生通过症状初步判断发热原因，降低非新冠肺炎患者到医院的交叉感染概率，也保证疑似新冠肺炎患者可以尽快到医院接受治疗。

疫情期间，百姓心理健康备受关注。在开通免费问诊后，妙手医生针对心理服务需求的增加，联合中国医师协会心身医学专业委员会上线了“免费心理咨询门诊”。

“受疫情影响，不少人无法出门，有的人对疫情感到恐慌，因此心理服务的需求逐步增加。”汪凯介绍，目前免费心理咨询门诊比较集中的几类情况有：面对疫情数据而产生的心理危机感、怀疑自身发热带来的恐惧感等。

数据显示，疫情发生以来，妙手医生平台新增用户数超过1500万人。2月份以来，妙手医生平台单日平均问诊/复诊量突破1万人次。汪凯认为，从用户使用习惯的养成、平台数据增长和医院需求来看，医疗服务互联网化前景广阔。

“在疫情期间，人们开始逐步认可线上问诊形式。”汪凯说，妙手医生为全国百余家医院架设线上“发热门诊系统”，这意味着传统医院就医开始从院内线下就医场景转型，逐步加大了开拓线上就医渠道的力度。

从妙手医生这样的互联网医疗平台，再到实体医院的在线服务平台，人们在线就医的医疗场景更加丰富。尤其是对慢病患者来说，更多人通过在线方式复诊，有效提高了诊疗的有效性。可以说，医疗服务互联网化的优势已经在疫情期间体现出来，未来发展潜力巨大。

商海春作（新华社发）

访谈

借需求东风促产业变革

——访上海体育学院运动与健康产业协同创新中心副主任黄海燕

本报记者 韩秉志

为应对新冠肺炎疫情而采取的防控隔离等措施大幅降低了居民线下消费需求，使得传统体育服务消费受到较大冲击。可能聚集大量观众的体育赛事面临停摆；线下体育运动场地纷纷暂停经营；冰雪旅游业告别了春季营收旺季；健身行业和教育培训行业面临成本居高不下和“退课”风险……

对此，上海体育学院运动与健康产业协同创新中心副主任黄海燕说，特殊的社会生活节奏引发了一系列新的健康需求，也呼唤着行业新变革。

黄海燕指出，疫情期间，“运动健体”与“减肥修身”成为互联网高频词。一方面，特殊时期居民对体育与健康关系的认知有较大进步，尤其是“参与运动、增强体质”成为社会广泛共识；另一方面，被居家隔离憋久了的运动爱好者开始寻找新的参与方式。除线上健身APP的下载率与付费率持续走高以外，传统体育健身、体育培训机构的服务变革已然出现，直播类课程、居家运动打卡等形式服务产品均获得较高关注度。

“需要注意的是，关注度并不能直接引起居民消费行为，如何借好‘东风’，通过线上产品扩大受众，为即将到来的线下业务引流并从中获利，是这一轮服务产品变革的关键。”黄海燕说。

成本负担较重，成为企业亟待解决的一大问题。作为新兴产业的体育行业，一方面众多初创和小型公司的资金储备有限，抗风险能力较弱；另一方面经营着各类体育场地、体育用品门店的企业，在疫情期间承担较高的成本压力，产业主体期待新一轮政策扶持。

黄海燕认为，作为消费升级的重点领域，体育行业不仅蕴含着巨大的消费市场，也是国家推动健康事业的核心。目前，北京已出台针对冰雪企业的帮扶政策，上海、浙江等多地针对中小微企业的防控减税降租也陆续开展。疫情过后，以推动“健康产业”发展为契机，体育企业减税降费、扩大财政补贴范围、放宽金融贷款限制、推动自然资源向赛事开放等各项政策性改革亟待逐步落实。

体育产业，也在促进形成和谐健康的新定位。

首先，突发性疫情对全民心理健康，尤其是高强度工作的医疗、联控等相关人员，以及长期宅家的居民群体造成影响，体育更应在此时发挥心理调节作用，愉悦身心、促进交流的运动锻炼将成为新的方向。其次，做好迎接社会健身热潮的准备，关注儿童、老年人等特殊群体的体育健康需求，将“爱好者的体育”拓展到“全民的体育”。最后，疫情过后，企业复工与社会就业成为新的话题，体育产业链条长、与其他产业关联性强，在吸纳就业方面有一定优势，将承担拓宽就业渠道、提高就业质量的新责任。

黄海燕表示，疫情过后，体育产业有望迎来发展利好。届时，行业企业应把握好政策红利，紧跟社会需求和产业变化趋势，开启产业发展新征程。

本版编辑 郭存举 温宝臣 胡达闻