

经济日报携手京东发布数据——

# 健康消费结构更加多元 卫生健康产业前景向好

随着居民生活水平的提升和健康卫生意识的增强，越来越多的消费者开始关注更加精细化的健康管理，卫生健康消费结构也更加多元化。

在消费升级驱动下，清洁卫生产品加快迭代更新步伐。过去一年，家居清洁类产品人均消费金额稳步提升，细分功能产品更受青睐。例如，家庭环境清洁类产品根据使用场景衍生出了更多选择，水垢清洁剂、不锈钢清洁剂等产品的销售规模稳步增长。可见，消费者对家庭清洁产品的用途、功能和品质有了更高要求，“一屋通用”已成为过去式。针对不同场景，清洁类产品的划分将越来越细，产品更新升级速度也将加快。

在互联网技术加持下，越来越多的消费者选择在线上购买医疗保健及健康服务。目前，医疗保健和健康服务产品种类日益丰富，新业态、新模式更加普及，新型健康消费正快速兴起。消费者的健康需求早已超出了治病的范畴，“防治结合”成为人们健康管理的普遍追求。疫苗、体检、重疾早筛等预防类健康服务产品成长亮眼；康复辅助、助行器、吸痰器等家用护理器械类产品也受到消费者关注。无论是保健器械、护理护具还是健康服务，消费者的认可度均持续提升，线上医疗健康行业已经迈入高质量发展阶段。

此外，随着各大药店开始拓展网上药品销售业务，方便、快捷的网上购药越来越受青睐。一方面，线上渠道有效弥补了线下药品销售渠道“慢”的缺点，加快联通上游厂商和下游客户，既提升了信息透明度，也有效保障了用药安全。另一方面，医药电商的发展满足了消费者的多元化需求，让消费者求医问药有了更多选择。

下一步，医药电商要向全品类覆盖方向靠拢，加快满足不同用户群体的健康诉求。医药产业可以借助大数据、人工智能等新技术，构筑更加便捷、高效的运转体系。通过产品和服务的不断创新升级，促进整个卫生健康产业有序健康发展。

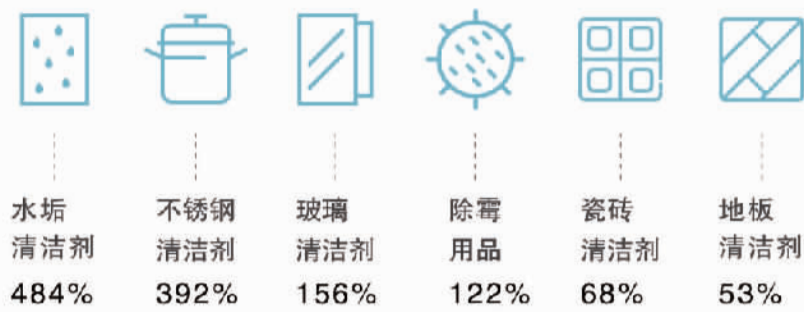
(作者系京东消费及产业发展研究院高级研究员)

## 说数

家庭清洁产品在不断升级，高效、精细、优质的产品增速更快

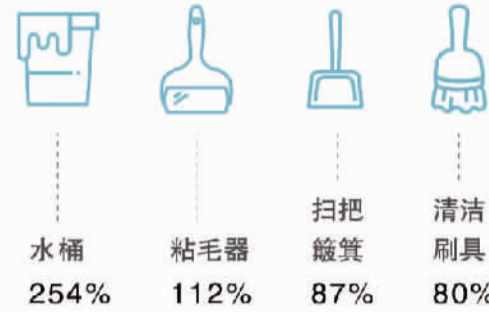
### 家庭环境清洁类

▼ 成交额同比增幅



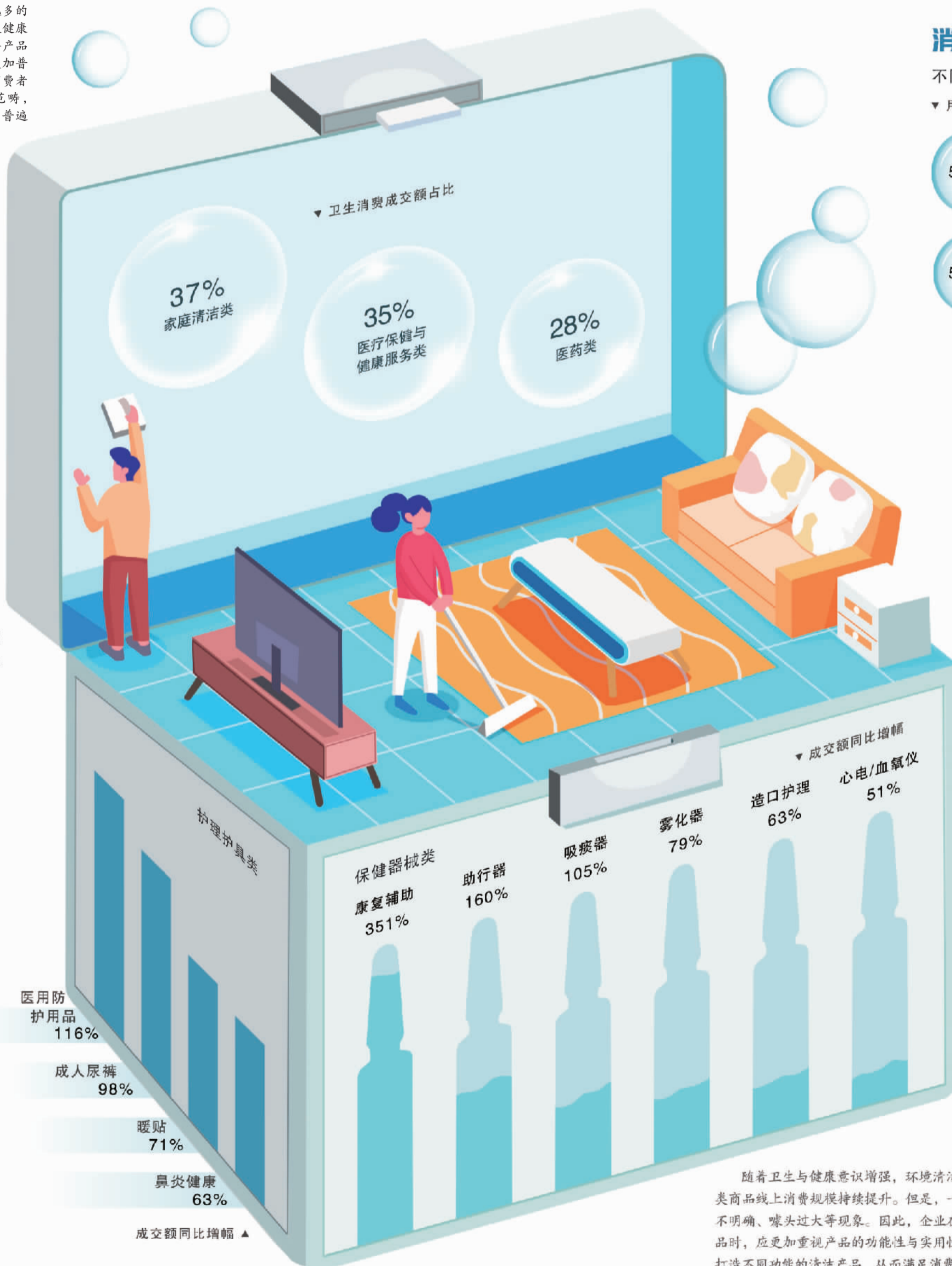
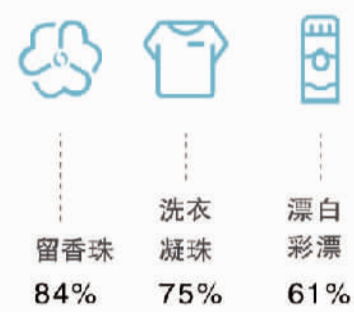
### 清洁用具类

▼ 成交额同比增幅



### 衣物清洁类

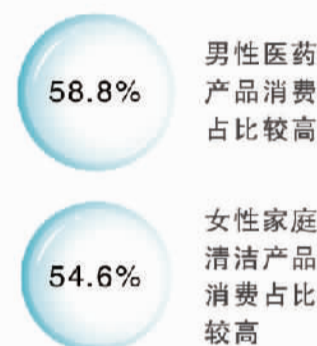
▼ 成交额同比增幅



## 消费者画像

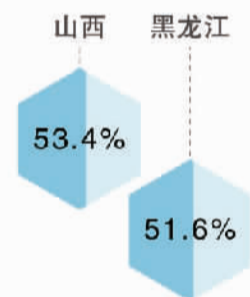
不同群体消费特征

▼ 用户数占比

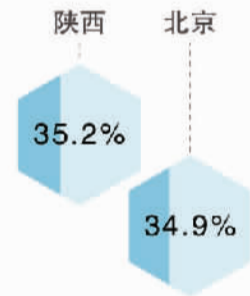


地域消费情况

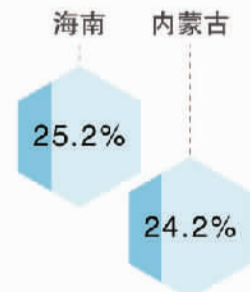
购买家庭清洁产品的用户多来自



购买医疗保健及健康服务的用户多来自



购买医药产品的用户多来自



▲ 在各省份消费者中的占比

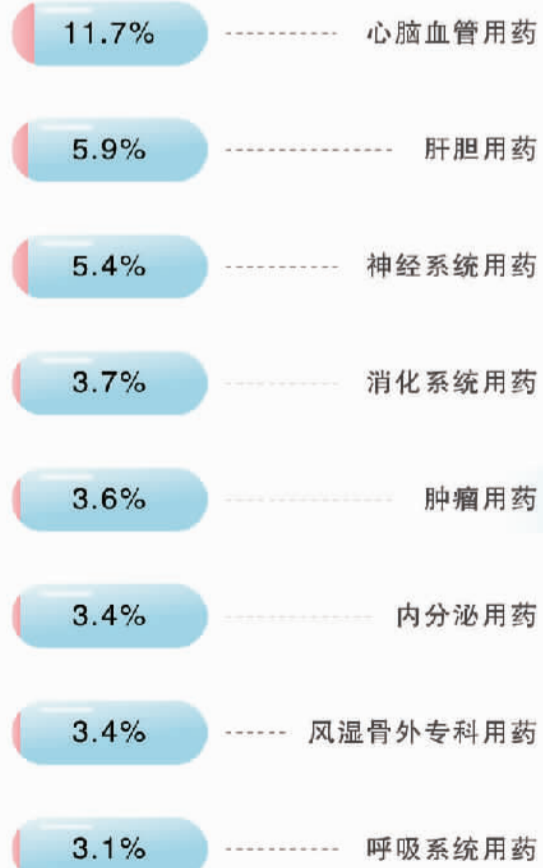
随着卫生与健康意识增强，环境清洁、衣物清洁等家居清洁类商品线上消费规模持续提升。但是，一些产品仍存在细分功能不明确、噱头过大等现象。因此，企业在研发与推广家居清洁产品时，应更加重视产品的功能性与实用性，要针对不同使用场景打造不同功能的清洁产品，从而满足消费者的细分需求。

从“治已病”到“治未病”，无病早防、有病早治、防治结合已成为人们对健康的普遍需求。在这一情况下，更多健康型服务产品走入大众视野。相关企业应充分把握消费者对个性化健康服务的需求，通过大数据、物联网等新技术，持续推动健康服务产业向智能化、数字化升级，从而提升产业效率。

## 医药消费

消费者足不出户就能在网上药店买到各类药品，方便、快捷的网上购药方式越来越受青睐

▼ 成交额占比排名



## 健康服务类

▼ 产品成交额同比增长



更多内容 扫码观看

数据周期：2022年1月1日至3月29日