

应用场景不断丰富,整个产业进入全新格局

医疗健康产业迎来数字革命



11月11日至15日,第二十二届高交会在深圳举行,观众在云天励飞展台了解AI疫情防控平台。

2020年,突如其来的新冠肺炎疫情直接推动了中国乃至全球医疗健康产业数字革命,AI、大数据、机器人、3D打印、可穿戴设备、虚拟现实等与医疗技术不断结合,推动整个产业进入全新格局。

A 市场规模不断扩大

据统计,在疫情期间,国家卫生健康委的委属管医院互联网诊疗量比去年同期增加了17倍,部分第三方互联网服务平台的诊疗咨询量更是比同期增长了20多倍。有机构预测,2020年中国互联网医疗市场规模将达2000亿元,市场增长达46.7%,是2015年以来最高增速。

“疫情极大程度上改变了健康医疗服务模式,因线下就诊受阻,使得互联网成为很多医院、医生抗击疫情的第二战场。互联网医疗是我们过去无法想象,但未来将会持续发展的大趋势。”中国工程院院士、中国医师协会智慧医疗专委会主任委员董家鸿在2020智慧医疗发展论坛上说。

随着新技术不断普及和进步,数字健康的应用场景不断丰富,发展空间不断拓展。国家卫生健康委员会规划发展与信息化司司长毛群安表示,目前有30个省份建立了互联网医疗服务相关平台,全国已经有900多家互联网医院,远程医疗协作网覆盖了所有地级市,5500多家二级以上医院可以提供线上服务。

“据测算,截至2019年底,中国数字化医疗用户规模已达到6.2亿。”波士顿咨询全球合伙人兼董事总经理陈白平说,中国拥有100多万能够在线上问诊的医生,第三方医疗平台已有100多家,其用户频次总体已能触达10亿次这样巨大的规模。

B 助力健康中国建设

“当前,医疗健康产业正面临着‘互联网+医疗健康’大发展的新机遇,尤其是5G时代的到来,更为远程医疗和互联网医学发展提供了强大的引擎。”中日友好医院院长周军表示,智慧医院建设改变了患者看病就医的感受,人工智能提高了基层医疗服务能力,互联网医院是实现优质资源下沉的重要途径。把智慧医院、人工智能和互联网医院这几方面有机融合,对推动健康中国战略的实施意义非常重大。

《中共中央关于制定国民经济和社会发展的第十四个五年规划和二〇三五年远景目标的建议》明确提出,全面推进

健康中国建设。把保障人民健康放在优先发展的战略位置,坚持预防为主的方针,深入实施健康中国行动,完善国民健康促进政策,织牢国家公共卫生防护网,为人民提供全方位全周期健康服务。

对此,国家卫健委规划发展与信息化司大数据处处长沈剑峰表示,要用标准化来推动信息化发展,用信息化来助推整个健康中国建设。特别是在当前优质医疗资源供给有限的情况下,新兴技术可以让优质资源更好地普及到每一个老百姓。

C 发展潜力有待深挖

数字革命为医疗健康产业带来了前所未有的机遇,但整个产业发展仍面临诸多挑战。中国医学科学院北京协和医学院副院长李青认为,当前数据已经成为一种重要资源,这使得大家不愿意分享自己掌握的数据,数据孤岛现象普遍存在。特别是医疗健康数据属于个人隐私,如何在使用时保证安全、符合伦理,是互联网医疗面临的重要挑战之一。

“‘互联网+医疗健康’需要加大各专科诊疗的覆盖面,拓展医疗服务领域。”董家鸿表示,现有互联网医疗服务主要局限于心血管、糖尿病等慢病领域,其他很多领域的医生和患者无法更好地从当前服务模式中获益。

“‘互联网+医疗健康’正在实现传统医疗资源的重新分配,特别是医药电商行业还有非常大的发展空间。”厚朴投资医疗行业负责人李加宁表示,通过互联网来实现广泛、低成本药物配送,使医药电商在过去几年的发展速度很快。从数字上看,去年全国药品销售额近1.8万亿元,但医药电商在其中占比很低、总体规模还很小,还有很大发展空间。

“为什么要发展‘互联网+医疗健康’?因为,这是时代的发展趋势。”医联创始人兼CEO王仕锐表示,“传统的医疗资源分配是以医院为中心,患者在看病时往往需要找不同医生、找不同医院、到不同地方去寻医问药,不仅成本高,效率也非常低。我们希望通过线上线下结合,实现以患者为中心的医疗服务供给效率最大化,让患者少跑路还能治好病。”

据新华社

宠物猫消费市场规模增速超过宠物犬

被年轻人催热的“猫咪经济”



乖巧可爱,又可随身携带。如今,猫作为宠物越来越受到年轻人的追捧,养猫、去猫咖撸猫、“云吸猫”成为许多年轻人的日常。

A 为猫消得钱包“瘦”

“我可以不吃,但是猫一定要吃好”“为猫主子辛苦赚生活费”……“猫奴”们用各类诙谐段子调侃养猫的日常。

在广州上班的胡超一年前经不起身边朋友都养猫的诱惑,领养了一只橘猫。每个月工资不到6000元,除去房租和日常开销所剩无几,所以他最初的想法是,绝不富养。

吃便宜的猫粮,用普通的猫砂,选实惠的猫玩具……头几个月,猫的到来确为胡超的生活增添了许多快乐。“回到家里,看见可爱的猫,一天的疲惫瞬间就没了。”

不怕猫调皮,就怕猫生病。今年年初,胡超的猫生了一场大病,让他的生活开销压力陡增。

前前后后做了好几次检查才确定病因是病毒感染,检查费用就花了一两千。确诊后,每天准时去医院打针,一周下来又是好几百。胡超说,目前生活艰难了点,但是选择了养猫,还是会坚持下去,毕竟猫咪的陪伴和快乐是无可替代的。

在广州实习的小杨也是爱猫一族,曾考虑过养一只英短。“考虑了很久,但想到猫每个月的生活开销以及自己对猫生病后的风险抵御能力,最终还是放弃了。”小杨说,她目前的实习工资还不足以给猫咪一个“体面的生活”。

但为了“吸猫”,小杨会经常购买一些猫的文创产品,偶尔也去猫咖坐坐。“主要目的不是喝咖啡,而是想撸撸猫,满足一下。”小杨说,虽然每周在猫身上会花费300多元,但是这笔开销花得很值。“等有一定物质基础了,我会自己养一只猫,想玩多久就玩多久。”

B 宠物猫消费快速增长

宠物社交平台狗民网发布的《2019中国宠物行业白皮书》显示,2019年全国城镇养宠(犬猫)主人达6120万人,比上年新增472万,其中养猫人数为2451万人。宠物猫消费市场规模为780亿元,增幅达19.6%,超过犬消费市场规模增速。养猫人群以年轻人为主。

从猫咪表情包、动图到猫爪杯等猫咪文创产品,猫文化催生的猫经济空前火热,已经衍生出一条完整的猫产业链。

在广州市天河区一家宠物店内,记者看到,除了提供猫咪繁殖及交易服务,各类猫咪商品让人眼花缭乱:从猫粮、猫零食到猫盆、猫砂,甚至有占地三四平米的猫屋。

不少人喜欢猫却不具备养猫条件,比如房东不允许、室友不喜欢等。近年来,猫咖店的出现正在满足非养猫族“撸猫”的需求。以广州为例,记者在某生活类App上以“猫咖”为关键词进行搜索,搜索结果有136个。在上海,这个数字为467。

业内人士表示,除传统的猫粮、猫咪用品外,猫咪咖啡店、猫咪寄养、猫咪殡葬服务、云养猫App等新业态正在快速兴起。2015年,日本经济学家发明了一个新词:“猫咪经济学”,指不管经济多么困难,大众对猫及其相关产品的热情永远高涨。

C 别跟风,养猫也得负责任

华南师范大学心理学院副教授韦文琦表示,人类饲养动物的行为从过去养鸡鸭猪等的生存需要发展到今天养宠物的精神需要,背后有多重动机。

一是排解孤独。“内向、宅、需要陪伴、怕麻烦,当代年轻人和猫有着相似的性格,于是更多的年轻人将猫作为自己的精神寄托。”韦文琦说。

对于当下的宠物主来说,宠物已经不再仅仅是动物,而被赋予了“人”的属性。宠物已经成为家庭中的一员,被冠以“儿子”“女儿”等头衔,宠物主们也甘愿以“猫奴”自居。

二是社会学习的结果。“周围的同学都在养猫,到处都是撸猫店,为什么我不可以。”韦文琦说,一些年轻人养猫受到周围人的影响,有些人真的想养猫,有些人则可能是跟风。

不少受访者认为,猫咪的确给年轻群体带来了陪伴的快乐,但如果决定养猫,一定要秉承对猫负责任的态度。“对年轻人来说,随着工作变动,或者职位晋升,闲暇养猫时间变少,再碰上猫生病,开心果就会变成麻烦事。”韦文琦说。

据新华社