IBM全球企业咨询服务部
执行报告

电子、医疗与生命科学

IBM商业价值研究院

互联健康设备的未来

信息搜寻者的福音

IBM商业价值研究院

在IBM商业价值研究院的帮助下，IBM全球企业咨询服务部为政府机构和企业高管就特定的关键行业问题和跨行业问题提供了具有真知灼见的战略洞察。本文是一份面向决策层和管理层的简报，是根据该院课题小组的深入研究撰写的。它也是IBM全球企业咨询服务部正在履行的部分承诺内容，即提供各种分析和见解，帮助各个公司或机构实现价值。

有关更多信息，请联系本文作者或发送电子邮件到：ibvchina@cn.ibm.com

请访问我们的网站：http://www.ibm.com/cn/services/bcs/iibv/

作者：Heather Fraser，YangJin Kwon，Margaret Neuer

个人健康设备制造商

目前的目标客户主要是关注健康或患有慢性疾病的人群。但是，在这两类极端人群之间存在一个庞大的、分化的且通常被忽视的客户群体，他们希望获得更好的信息，有效地管理自己的健康。我们的研究表明，成功的解决方案提供商将通过缔结合作关系构建产业生态链的形式抓住这个市场机遇，与合作伙伴共同提供包括设备在内的整合的解决方案。通过弥补这些消费者的信息鸿沟，解决方案提供商将促进医疗行业的创新。

执行综述

多年来，个人医疗设备制造商为极为关注健康或保健的消费者以及由于存在严重的健康风险而需要定期监测的人群提供产品和服务。他们在这些细分客户群中相当成功。到2009年底，全球个人医疗设备市场规模达到了2900亿美元。[1]

同样令人印象深刻的是，设备制造商一般都忽略了一个更大的消费者群体，我们将此称为信息搜寻者。这些消费者一般相对健康，但在管理个人健康的问题上也需要帮助。他们需要一个解决方案能提供所缺失的信息，帮助他们更好地监控健康状况，最终实现更健康、更独立的生活。

由于最近的技术进步，以及行业之间更强的协作意愿，目前这样的解决方案已经可行，它既能满足细分消费群的需求，又能帮助降低长期医疗成本的。随着我们家庭和外部环境日益物连化、互联化和智能化，健康监测解决方案也将变得更加直观、全面且价格易于承受 – 这些对于赢得信息搜寻者和医疗费用支付者都至关重要。同样，通过这些大量信息而获得的分析洞察力对于医疗和生命科学团体极为宝贵。

保健设备制造商现在有能力将信息搜寻者作为目标客户群，这是一个巨大但尚未得到满足的市场。

我们的研究，包括对医疗设备制造商和消费电子公司的访谈，以及对1,300余位设备用户和护理人员的调研，揭示了关于信息搜寻者这一细分市场的关键洞察。对于旨在进入这个新兴市场的企业，有四个原则至关重要：

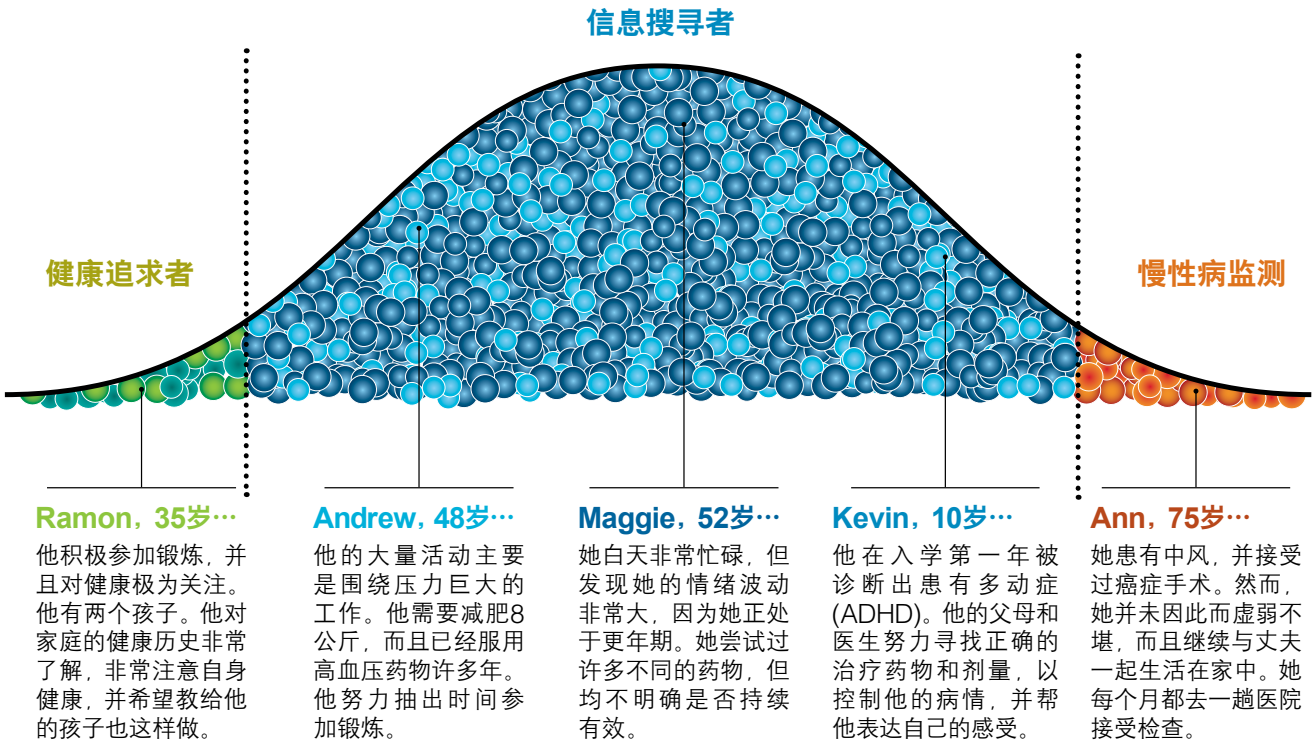
- **简单易用。**消费者的接受取决于设备使用的简易程度。他们需要简单但功能丰富并且针对其特定需求而设计的设备和在线工具。技术进步将继续推动该领域的创新。
- **以最终结果为导向设计解决方案。**信息搜寻者需要全面的解决方案，帮助他们实现最终目标。这涉及与医院、医疗费用支付方甚至相关医疗服务支持方的集成。成功的解决方案还将建立在数据分析能力上；解决方案对消费者及医疗机构的真正价值在于数据。
- **选择合适的定位和合作伙伴。**由于任何一家企业都无法提供完整的解决方案，因此，企业需要确定其在不断发展的个人健康设备产业链中扮演的角色。通过评估竞争优势和劣势，企业可以确定自身能够做什么，以及在何处需要合作伙伴。更广泛的合作也要求企业增强其与合作伙伴的协同能力。
- **制定行业规则。**消费者以及临床医生是否接受解决方案不仅取决于易用性，而且还取决于其在整个行业的互通与兼容性。企业不能低估监管上的门槛。为了掌握自己的命运，设备制造商应积极地参与制订互联健康设备的行业标准。

总体来讲，我们的研究发现认为电子、医疗和生命科学行业需要更全面的合作。个人健康设备产业生态链正在快速形成。在移动设备、家用设备、网络资源、电子病历和个人健康记录方面，市场的接受度和创新进程日益加快。但关键的问题仍然存在：哪类公司可以让各类参与者协同起来，为信息搜寻者服务？

确定目标信息搜寻者

当前，个人健康设备主要被两类消费者使用 – 极为关注健康和保健的人群(健康追求者)以及患有慢性病或绝症并且需要定期监测的人群(慢性病监测人群)。健康追求者自愿寻求并购买那些能够帮助他们实现特定目标的监测解决方案。他们更喜欢小型器械，并且愿意花时间设置并学习如何使用所选择的设备。另一方面，慢性病监测人群健康状况不佳，往往依赖护理人员。他们的设备一般由医生指定，而且费用由保险覆盖。监测有助于这些病人能独立生活，并且在某些情况下可以挽救生命。

但在这两个极端人群之间还存在另一个范围更广泛的人群(见图1)。我们将这些消费者称为信息搜寻者。尽管他们目前的状况并不危及生命，但这些人希望以某种方式控制潜在的严重的健康风险或者难以应对的情况。他们代表了一种未被满足的需求 – 个人医疗设备行业的一个空白市场。



资料来源：IBM商业价值研究院

图1. 在健康追求者和慢性病监测人群之间的消费者代表了对设备制造商来说极为巨大但分散的细分市场

这个细分市场又包含了各种类型的客户，例如：

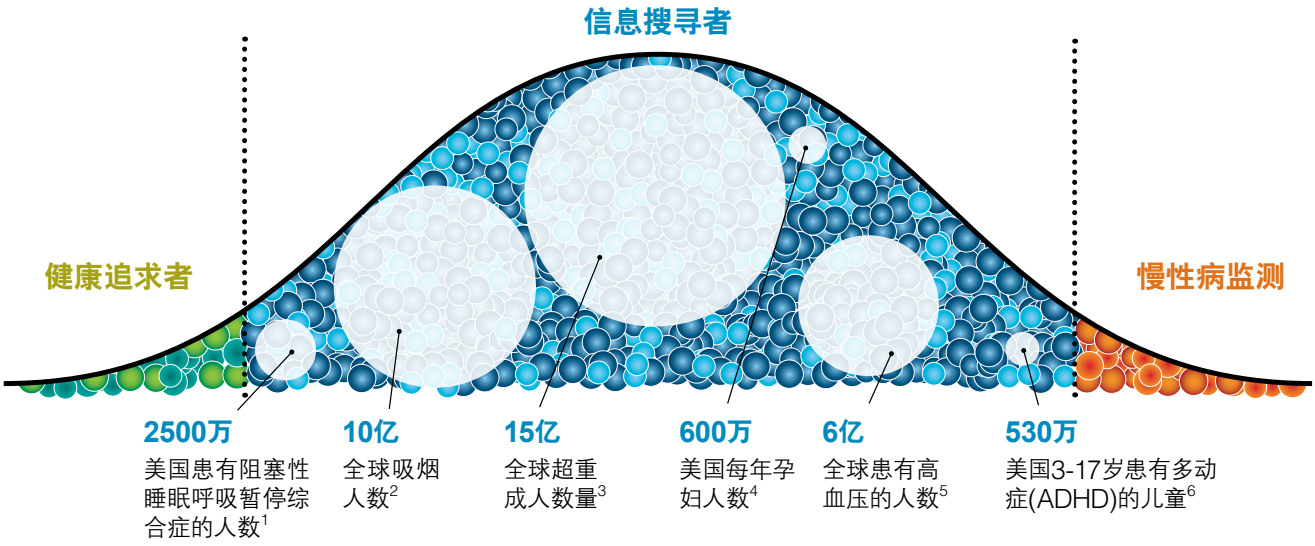
- 希望打破不良习惯或沉迷状态(例如暴食或抽烟)的人
- 年老体弱并且需要帮助才能独立生活的人
- 难以遵守规定的治疗方案的人
- 患有高血压、偏头痛、情绪波动、哮喘、多动症(ADHD)和其它多种需要通过大量尝试才能确定最佳的个性化治疗方法的疾病的人
- 孩子或其它亲属面临类似的危险疾病的人

这些例子并不能涵盖全部情况。而且这个消费者群体的人数令人震惊(见图2)。

那么，为何现在需要将该群体作为目标市场?

由于消费者开始为健康投入更多的金钱，我们相信，普通人将更愿意管理自己的健康，以控制医疗支出，并降低保险费。此外，在大多数国家，居民健康状况与人口特征正在发生变化，肥胖人群日益增加，老龄化不断加剧。

但是，将这个群体作为目标市场的最主要原因也许是因为技术进步使得服务这一客户群体已经变得可行。



备注：气泡大小仅用于说明目的，不代表人数。本图中的例子仅代表所有信息搜寻者细分市场的一个子集。资料来源：1 "SLEEP APNEA IN AMERICA: AN EXAMPLE," Note: Bubble size is illustrative and not to scale. The conditions included in this figure as examples represent only a subset of the overall size of the Information Seeker segment. http://www.stanford.edu/~dement/us.html 2 "Tobacco: Fact sheet N° 339," World Health Organization, February 2011, http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs339/en/index.html 3 "Obesity and overweight: Fact sheet N° 311," World Health Organization, March 2011, http://www.who.int/mediacentre/ factsheets/fs311/en/index.html 4 "Statistics," American Pregnancy Association, http://www.americanpregnancy.org/main/statistics.html 5 "Facts Related to Chronic Diseases," World Health Organization, http://www.who.int/hpr/gs.fs.chronic.disease.shtml 6 "FastStats: Attention Deficit Hyperactivity Disorder (ADHD)," Centers for Disease Control and Prevention, http://www.cdc.gov/ nchs/fastats/adhd.htm

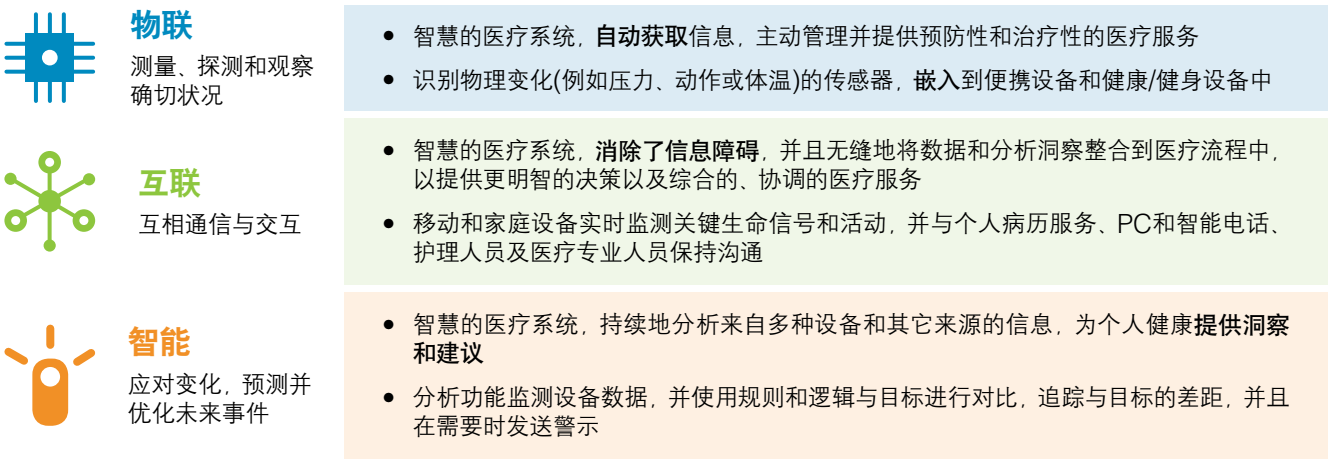
图2. 信息搜寻者细分市场表示一个广泛的消费者群体，他们需要在应对健康挑战方面获得帮助

最新的技术进步实现了智能、互联的个人医疗“体系”，可通过提供关键信息而显著改善诊断、治疗和健康状况管理水平(见图3)。对于互联网，目前世界上的许多国家都拥有前所未有的网络速度、较高的家庭宽带普及率和多种移动网络。

更低廉的新型传感技术为全新的监测提供了可能。此外，当前的社交网络现象提供了另一个强大的工具，消费者可通过互助提高健康水平。对于医疗解决方案提供商来说，随着消费者在其他领域日益习惯使用这些社交工具，例如在娱乐和电信业，所有这些可能性都很快成为消费者的期望。

用途向预防和管理转变

为了更好地了解消费者的看法，并深入了解信息搜寻者，IBM商业价值研究院组织了针对1,300多名目前正在使用健康设备监测特定状况的消费者的调查，包括慢性病患者和护理人员。



资料来源：IBM商业价值研究院分析；IBM智慧的地球 – 医疗、电子、生命科学。

图3. 通过更强的物连、互联和智能化，智慧的健康监测解决方案成为可能。

研究方法

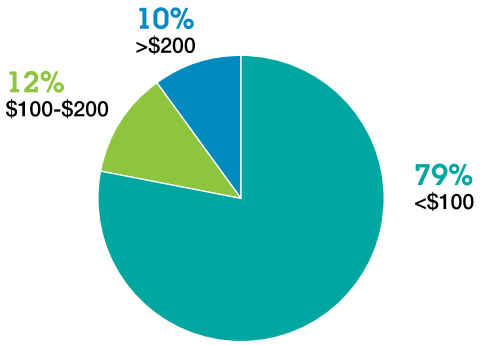
IBM商业价值研究院对1,300多名家庭医疗电子设备用户进行了在线调查。由于信息搜寻者群体是一个新兴市场，我们选择调查了更大范围的个人医疗设备用户，目前主要是慢性病患者。这些用户的使用情况、意见和未来计划指出了有用的趋势和洞察，可指导我们做出针对信息搜寻者的战略。

在我们调查的样本中，80%的受访者为慢性病患者，另外20%是护理人员。我们的调查覆盖美国和英国的消费者，因为这两个国家代表了不同的医疗模式。在英国，医疗由政府提供并通过纳税形式筹资。美国为老年人和穷人提供的私人护理服务，由私人保险公司或政府提供。

对于在本次研究中提到的“健康设备”，IBM指的是通过软件实现的仪器、装置或设备，用于探测、监控或者测量特定的状况，并用于健康、诊断或治疗用途。在本次研究中，我们并没有包含在医疗服务提供设施和医院中使用的设备，以及通过外科手术植入人体的设备。

有限的自费购买意愿

93%的被调查者对于他们所用设备的功能感到满意或非常满意。尽管不足10%的被调查者目前自费购买设备，但超过三分之一的人预计在两年内会自费购



备注：n = 715。资料来源：IBM商业价值研究院互联健康设备调查

图4. 消费者希望将购买个人健康设备的预算控制在有限的范围内。决方案成为可能

预防用途越来越重要

目前，一半的被调查者使用设备测量和管理已知的健康问题。然而，越来越多的人希望将设备用于预防用途。30%的被调查者期望在两年内使用设备以鼓励自己进行体育活动，而60%的被调查者希望通过设备向他人告知自己不断变化的健康状况。

所有人都在追求简单性

几乎所有被调查者都表示，易用性是选择设备的最重要因素(96%)。价格居于第二位(76%)，其次是功能(54%)、客户支持(42%)、保修(23%)和美观的设计(9%)。

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：
https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_38865