

词元跳动 RESEARCH · DEEP RESEARCH · 深度研究报告

千问健康 从通用 AI 到权威健康入口

接入国家药监局数百万份权威数据 · 拍照问健康多模态升级 ·
阿里健康生态三线并进 · 1.65 亿月活的商业化路径

词元跳动 Research

基于公开可追溯资料独立研究整理

2026.06

词元跳动 Research

| 目录

- 01 执行摘要
- 02 千问 APP: 从通用 AI 到健康超级入口
- 03 国家药监局合作: 里程碑事件
- 04 「拍照问健康」: 多模态技术突破
- 05 阿里健康生态: 三线并进格局
- 06 技术底座: Qwen 多模态大模型
- 07 商业模式与变现路径
- 08 竞争格局: AI 健康咨询赛道
- 09 监管环境与合规优势
- 10 核心启示与展望

01 · EXECUTIVE SUMMARY

执行摘要

2026 年 5 月 15 日，阿里旗下千问 APP 宣布与国家药监局信息中心正式达成合作，全量接入数百万份药品、化妆品、医疗器械权威数据。这一事件标志着国内通用 AI 平台首次获得国家药品监管数据的直接授权，将 AI 健康咨询从「概率性生成」推入「权威数据驱动」的新阶段。

MAU

1.65 亿

2026.03 QuestMobile · 同比增长 4241%

NMPA DATA

数百万份

药品 · 化妆品 · 医疗器械权威数据

DAILY HEALTH

60 万+

日均「不要担心」回复次数

GLOBAL RANK

第 3 位

全球 AI 应用排名

核心 Takeaways

- 权威数据是健康 AI 的信任基石：国家药监局数据授权让千问从「可能正确」升级为「有据可查」，这是通用 AI 进入医疗场景的关键门槛
- 阿里健康生态形成「三线并进」格局：千问定位通用 AI 超级入口，蚂蚁阿福深耕垂直健康，阿里健康承接医药电商闭环，三者各有分工
- 「免费 + 生态导流」是当前阶段的核心策略：千问健康功能完全免费，通过为阿里系产品导流实现商业价值，估算年化引流收入 358 亿元

02 · PRODUCT EVOLUTION

千问 APP: 从通用 AI 到健康超级入口

千问 APP 是阿里巴巴面向 C 端用户的旗舰 AI 应用，基于通义千问系列大模型。从 2024 年底上线至今，已从一个通用对话工具成长为覆盖健康、教育、办公等多场景的**综合性 AI 超级入口**。

增长轨迹

根据 QuestMobile 数据，千问 APP 在 2026 年 3 月月活用户达到 1.65 亿，同比增长 4241%，日活约 7,352 万。另有报道引用 2.03 亿月活数据，全球 AI 应用排名第三。这一增速在所有 AI 应用中属于现象级表现。

健康功能的战略地位

健康是千问 APP 最具差异化的垂直方向之一。与通用问答不同，健康咨询对准确性和权威性要求极高——一次错误的用药建议可能造成直接的身体伤害。这使得千问在健康领域的布局必须解决一个根本问题：如何让用户信任 AI 给出的健康建议。

从「能用」到「可信」。此前已有新闻报道用户听信 AI 建议乱吃药导致病情加重、用 AI 鉴别化妆品结果「烂脸」的案例。千问选择接入国家药监局数据，不是锦上添花，而是解决信任危机的根本手段。

功能矩阵

功能方向	核心能力	发展阶段
通用对话	Qwen 系列大模型 · 多轮对话 · 知识问答	成熟
健康咨询	用药指导 · 药品查询 · 健康科普 · 拍照问健康	快速迭代
教育辅导	解题 · 学习规划 · 知识讲解	成熟
办公效率	文档处理 · 代码生成 · 数据分析	成熟

03 · NMPA PARTNERSHIP

国家药监局合作：里程碑事件

2026 年 5 月 14 日签约、5 月 15 日官宣 — 千问 APP 与国家药监局信息中心的合作，是国内通用 AI 平台首次获得国家级药品监管数据的直接授权。这不是一次简单的数据接口对接，而是政策导向与产业需求深度契合的标志性事件。

合作内容

千问 APP 全量接入国家药监局信息中心的三大类权威数据：

数据类别	覆盖范围	用户价值
药品数据	数百万份药品注册信息、说明书、用药指南	权威用药指导 · 药品真伪鉴别 · 用药禁忌分析
化妆品数据	化妆品注册备案信息、成分数据	化妆品成分解读 · 安全性查询
医疗器械数据	医疗器械注册信息	器械信息查询 · 合规性验证

合作的政策背景

此次合作并非孤立事件。2026 年 4 月 2 日，国家药监局发布了《关于「人工智能 + 药品监管」的实施意见》，明确了 2030 年建成智慧监管体系的战略目标，覆盖七大场景。千问与药监局的合作正是这一政策框架下的首批落地项目。

千问 x 国家药监局 · 数据合作架构

NMPA 信息中心向千问 APP 提供三大类权威监管数据的流转关系

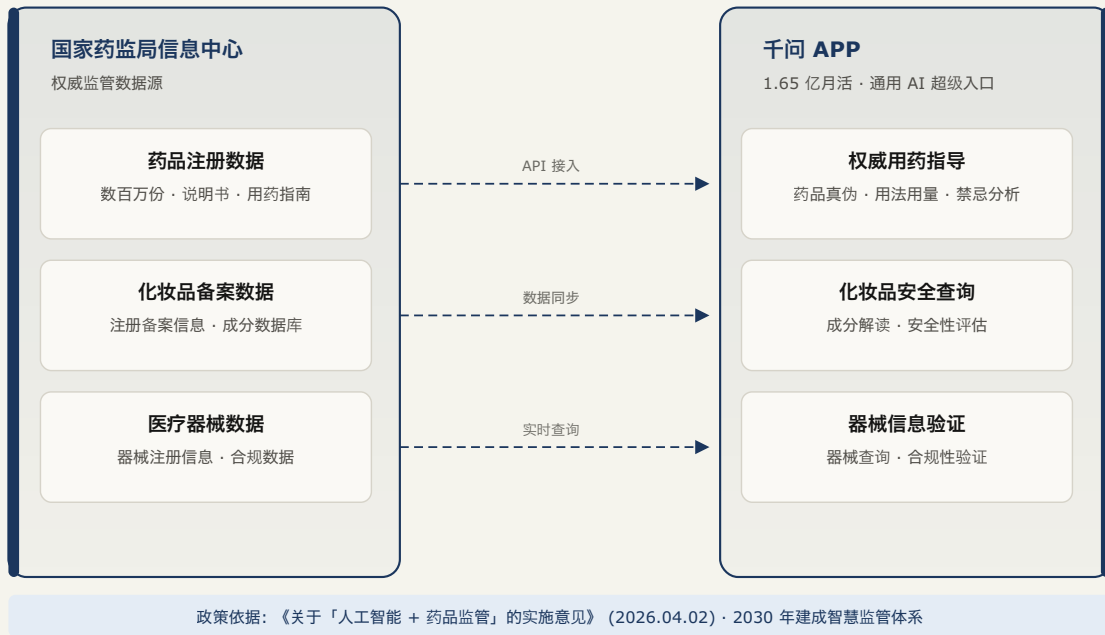


图 1 · 数据合作架构: 国家药监局信息中心向千问 APP 提供三大类权威数据的流转关系

为什么选择千问？

从公开信息推断,药监局选择千问有三方面原因。第一,千问 APP 拥有 1.65 亿月活用户,覆盖面远超其他 AI 应用,能让监管数据最大化触达公众。第二,阿里系在医疗健康领域已有完整生态布局,数据接入后可直接嵌入服务闭环。第三,千问的多模态能力,特别是视觉理解能力,使其能处理药品说明书拍照识别等场景,而非仅做文本问答。

独家合作的信号意义。据公开报道,截至研究撰写时,国家药监局信息中心尚未与其他 AI 平台建立类似的公开数据合作关系。这意味着千问在这个赛道上获得了显著的先发优势。

04 · PHOTO HEALTH FEATURE

| 「拍照问健康」：多模态技术突破

2026年5月21日，千问APP的「拍照问健康」功能迎来重大升级。这不是简单的OCR文字识别，而是从「看图识字」到「看图诊断」的质变——AI可以像医生一样观察医学图像，圈出异常区域，调用专业知识库进行逐步推理。

技术流程

升级后的「拍照问健康」遵循一套类临床的推理流程：首先识别并圈出图像中的异常区域，然后调用专业医学知识库匹配可能的病因，接着结合用户的背景信息进行逐步推理，最终给出可视化的参考建议。整个推理过程对用户透明可见。



图 2 · 「拍照问健康」推理流程：从图像输入到结构化健康建议的四步闭环

应用场景

场景	用户操作	AI 能力
药品说明书识别	拍照上传药品包装或说明书	OCR + NMPA 数据库交叉验证，输出用法用量、禁忌
皮肤状况评估	拍摄皮肤异常部位	视觉识别 + 皮肤科知识库推理，给出初步建议
化妆品成分查询	拍摄化妆品包装成分表	成分解析 + NMPA 备案数据比对，评估安全性
检查报告解读	拍照上传体检报告	指标解读 + 异常标注 + 就医建议

使用数据

根据公开报道，千问健康功能日均回应数千万次健康咨询，其中平均每日回复超 60 万次「不要担心」——这个数字本身就说明了用户的核心需求：不只是诊断，更是心理安慰。大量用户带着焦虑提问，而 AI 的价值在于用专业知识给出可靠的安全判断。

技术判断

「拍照问健康」的升级本质是把千问从「文本对话引擎」推进到「多模态临床推理引擎」。但必须注意，千问团队明确将此定位为「健康参考」而非「医疗诊断」，规避了医疗 AI 最敏感的合规边界。

05 · ECOSYSTEM

阿里健康生态：三线并进格局

阿里系在健康 AI 领域的布局并非千问一家独大，而是形成了千问、蚂蚁阿福、阿里健康三条业务线并行的格局。理解三者的分工与协同关系，是判断千问健康战略定位的关键。



图 3 · 阿里健康生态「三线并进」：千问、蚂蚁阿福、阿里健康各有定位与协同

三条业务线的定位

维度	千问 APP	蚂蚁阿福	阿里健康
定位	通用 AI 超级入口	健康垂直入口	医药电商平台
核心能力	多模式通用智能 + NMPA 数据	30 万医生 + 8 亿医保数据	药品供应链 + 电商运营
用户群	泛用户 (1.65 亿月活)	C 端健康用户	购药用户
收费模式	完全免费	399 元/年会员	药品销售收入

协同模式：「千问挑大梁，阿福供内容」

根据公开报道，千问与蚂蚁阿福之间的协同可以概括为：千问提供通用 AI 能力和用户入口，阿福提供垂直健康内容和医生资源。用户在千问上发起健康咨询，深度诊疗需求可以被引导至阿福平台，而阿福的药品购买需求则可以通过阿里健康完成交易闭环。

值得关注的是,蚂蚁阿福在 2025 年收购了好大夫在线,并推出了「百大 AI 名医」计划,构建了强大的医生资源壁垒。这意味着在阿里系内部,千问的角色更偏向前端流量入口,而非深度医疗服务提供者。

生态协同的关键问题。三线并进的优势是覆盖面广、各有专长。但风险在于资源分散和用户路径模糊——一个在千问上咨询用药的用户,到底是该留在千问,还是被引导到阿福,还是直接跳转到阿里健康买药?这条路径的设计将决定三条线能否真正形成合力。

06 · TECH FOUNDATION

技术底座: Qwen 多模态大模型

千问健康功能的技术基础是通义千问系列大模型，特别是 Qwen-VL 多模态视觉语言能力。与纯文本健康咨询不同，多模态能力使千问能够处理药品照片、体检报告、皮肤图像等视觉信息，这是其在健康领域的核心技术壁垒。

Qwen 系列模型能力矩阵

模型	能力	健康场景应用
Qwen (文本)	多轮对话 · 知识推理 · 长文本理解	健康问答 · 用药指导 · 科普生成
Qwen-VL (视觉)	图像理解 · OCR · 视觉推理	拍照问健康 · 药品识别 · 报告解读
Qwen-Audio	语音理解 · 多模态融合	语音健康咨询 (潜力方向)

数据融合架构

千问健康功能的数据来源分为三层：底层是 Qwen 大模型的预训练知识库，提供通用医学常识；中间层是 NMPA 等权威数据源的实时接入，提供可验证的药品、器械信息；上层是用户交互上下文，包括历史对话和拍照输入。三层数据的融合使千问能够同时做到「知识广」和「信息准」。

与伏羲慧眼的技术路线差异。伏羲慧眼是「窄而深」的垂直模型 — 只做眼科，但做到 84% 准确率。千问走的是「广而准」的通用路线 — 覆盖全科目健康咨询，依靠权威数据源而非专科训练来提升可靠性。两条路线各有适用场景，但在基层医疗场景下可能形成互补。

07 · BUSINESS MODEL

商业模式与变现路径

千问健康功能目前对 C 端用户**完全免费**。这并非没有商业考量 — 相反，免费策略是阿里系「前端 AI 获客、后端生态变现」大战略的核心环节。

变现路径: 生态导流

千问 APP 的核心商业逻辑不是直接向用户收费，而是通过 AI 能力为阿里系产品导流。用户在千问上咨询健康问题，自然延伸出购药需求（导向阿里健康）、深度诊疗需求（导向蚂蚁阿福）、保险需求（导向蚂蚁保）等。有报道估算，这一导流模式的年化引流收入可达 358 亿元。



图 4 · 商业模式流转: 免费 AI 健康服务驱动阿里系生态变现闭环

行业商业模式对比

平台	前端策略	变现模式	收入结构
千问	免费 AI 健康咨询	阿里系生态导流	引流佣金 (估算年化 358 亿元)
蚂蚁阿福	399 元/年会员	会员 + 药品销售	药品收入占比约 70%
百度健康	免费搜索 + AI	广告 + 医疗服务导流	广告为主
京东健康 AI	免费 AI 咨询	医药电商闭环	药品销售收入

商业模式风险

千问的免费 + 导流模式面临两个不确定性：一是健康咨询场景的导流转化率尚无公开数据；二是如果未来监管要求 AI 健康建议必须与商业推荐脱钩，导流模式将受到直接冲击。相比之下，蚂蚁阿福的会员付费模式虽然规模更小，但商业模式更清晰。

08 · COMPETITIVE LANDSCAPE

竞争格局: AI 健康咨询赛道

AI 健康咨询已成为大模型应用的热门赛道。千问凭借 1.65 亿月活和 NMPA 数据授权占据先发优势，但竞争对手各有壁垒，远未形成赢家通吃的格局。

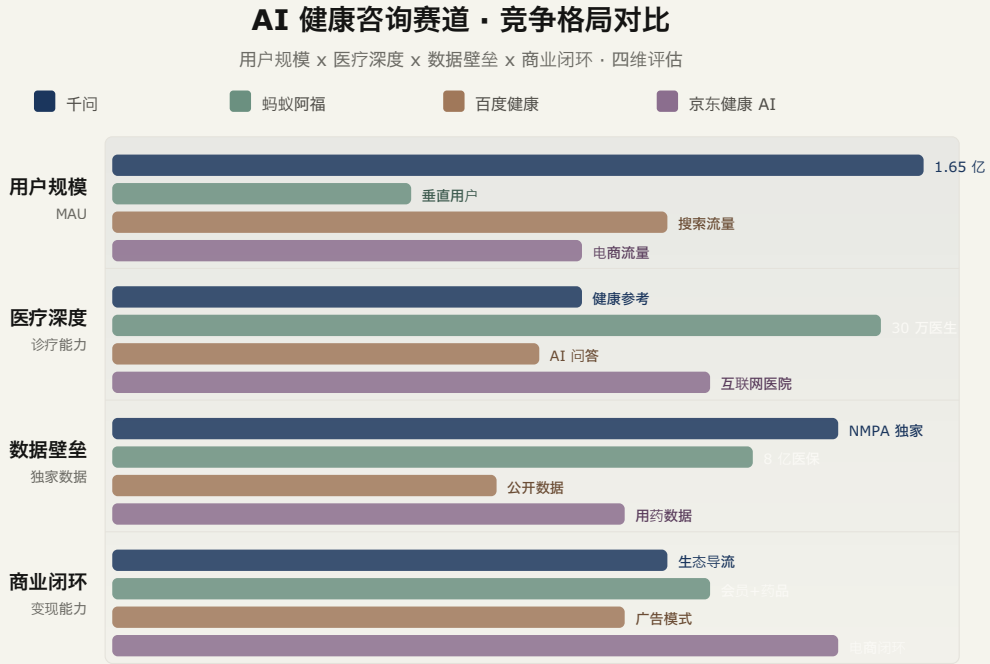


图 5 · AI 健康咨询赛道横向对比: 用户规模 × 医疗深度 × 数据壁垒 × 商业闭环

主要竞争者分析

维度	千问	蚂蚁阿福	百度健康	京东健康 AI	讯飞医疗
用户规模	1.65 亿月活	独立 APP + 好大夫	百度搜索流量	京东用户	1,058 家机构
医疗深度	通用 + NMPA 数据	30 万医生 + 垂直模型	搜索 + AI 摘要	电商 + 问诊	心血管垂直 AI
数据壁垒	NMPA 独家合作	8 亿医保数据	搜索行为数据	购药数据	100 万级心电数据
商业闭环	生态导流	会员 + 药品	广告	医药电商	B 端 SaaS
C 端免费	是	部分 (会员付费)	是	部分	否 (B 端为主)

千问的差异化优势

与其他竞争者相比，千问的差异化体现在三个方面：第一，用户规模最大，1.65 亿月活远超任何垂直健康 APP；第二，NMPA 数据授权具有独占性，短期内其他平台难以复制；第三，多模态能力使「拍照问健康」成为独特功能点。但千问的短板同样明显——它缺乏蚂蚁阿福的医生资源网络和京东健康的药品供应链。

竞争格局判断。短期内，千问在「通用健康 AI 入口」这个定位上几乎没有直接竞争对手。百度健康虽有搜索流量优势，但在 AI 深度和数据权威性上已落后。真正的竞争将来自蚂蚁阿福——如果阿福的垂直深度足够深，用户可能会绕过千问直接使用阿福。

09 · REGULATION

监管环境与合规优势

医疗 AI 的监管环境正在快速收紧。在这个背景下，千问与国家药监局的合作不仅是数据优势，更是一种合规护城河。

政策里程碑

时间	政策/事件	影响
2026.04	药监局《「人工智能 + 药品监管」实施意见》	明确 2030 年建成智慧监管体系，覆盖七大场景
2026.05	千问 APP 接入 NMPA 信息中心数据	首个通用 AI 平台获国家级药监数据授权
持续推进	医疗 AI 产品分类监管框架完善	诊断类 AI 需获医疗器械注册证，咨询类边界待定

合规优势的实质

千问与药监局的合作带来两层合规优势。第一层是数据合规 — 接入官方数据源意味着千问给出的药品信息具有官方背书，大幅降低了因信息错误引发的法律风险。第二层是监管关系 — 作为药监局信息中心的首个 AI 合作伙伴，千问在后续政策制定和行业标准制定中可能获得更多话语权。

行业合规边界

当前 AI 健康咨询领域最大的监管灰色地带在于「健康建议」与「医疗诊断」的边界。千问的策略是将自身严格定位为「健康参考」，避免使用「诊断」「处方」等医疗术语。这一策略虽然保守，但在监管趋严的环境下反而成为优势 — 相比那些模糊边界的竞争对手，千问的合规风险更低。

监管趋势研判

2026 年药监局的「AI + 药监」实施意见是一个分水岭。未来 3-5 年，医疗 AI 的监管框架将从「鼓励探索」转向「规范管理」。率先获得官方数据授权的平台将在合规竞赛中占据有利位置。

核心启示与展望

千问健康的案例揭示了 AI 健康咨询赛道三个值得深思的趋势，也为行业参与者提供了可参照的战略路径。

启示一：权威数据将取代参数规模成为竞争焦点

大模型的能力差距正在缩小 — 各家通用模型在文本生成上的表现趋于同质化。在这种背景下，千问接入 NMPA 数据的举措表明，差异化竞争的焦点正在从「模型有多强」转向「数据有多权威」。谁的 AI 能给出经过官方验证的信息，谁就能赢得用户信任。

启示二：免费 + 生态导流不等于可持续

千问当前的免费策略有效推动了用户增长，但变现完全依赖生态导流。一旦监管要求 AI 建议与商业推荐脱钩，或阿里系内部资源分配发生变化，这一模式将面临挑战。长期来看，千问可能需要探索更直接的变现路径，例如增值服务或 B 端合作。

启示三：多模态是健康 AI 的下一个战场

「拍照问健康」的升级证明，健康 AI 的竞争正在从「文字对话」向「视觉理解」延伸。谁能更好地处理医学图像、体检报告、药品包装等视觉信息，谁就能覆盖更多健康场景。这也解释了千问为何在 Qwen-VL 上持续投入。

展望

- 数据合作扩展：预计千问将继续接入更多政府数据源，如国家卫健委、医保局等，进一步扩大权威数据覆盖
- 垂直化深入：在保持通用入口优势的同时，千问可能与更多专科医疗机构合作，提升特定病种的咨询深度
- 商业化探索：免费策略短期内不会改变，但 B 端合作（为药企、保险公司提供数据服务）可能成为新的收入方向
- 监管协同：作为药监局 AI 合作的标杆案例，千问有机会参与行业标准制定，将先发优势制度化

一句话总结

千问健康的战略本质是「用户规模 × 权威数据 × 生态协同」的组合。1.65 亿月活提供了流量基础，NMPA 数据授权建立了信任壁垒，阿里三线并进形成了服务闭环。在 AI 健康咨询赛道从「能用」走向「可信」的转折点上，千问已经占据了有利位置。

词元跳动 RESEARCH

本研究由词元跳动 Research 基于公开可追溯资料独立整理
旨在为医疗人工智能行业提供深度案例参考

研究整理 · 2026 年 6 月

数据来源: 人民网 · 澎湃新闻 · 证券时报 · 亿欧网 · 钛媒体 · IT之家 · QuestMobile 等公开渠道

词元跳动 Research — 深度研究, 洞见未来