

中国数字健康平台 行业横向对比报告

微医 · 阿里健康 · 京东健康 · 平安好医生 · 千问健康
五大平台深度对比分析(2025-2026)

词元跳动 Research · 2026年6月
www.qoder.com

深度研究 · 数据驱动 · 投资决策

目录

第一章 执行摘要：五大平台核心差异

第二章 商业模式对比：从C端到B端/G端的分化

第三章 用户规模与财务表现：数据透视

第四章 技术能力与AI应用：从故事到现实

第五章 竞争优势与护城河：谁更稳固？

第六章 挑战与风险：监管、竞争与盈利压力

第七章 未来展望：行业趋势与战略方向

第八章 综合评估与投资建议

执行摘要：五大平台核心差异

本研究对中国数字医疗市场五大核心玩家进行了全面对比：微医(WeDoctor)、阿里健康(Alibaba Health)、京东健康(JD Health)、平安好医生(Ping An Good Doctor)，以及阿里体系内的千问健康(作为AI战略延伸)。这五家平台代表了中国互联网医疗的不同发展路径和商业模式，在2025年均展现出显著的业绩分化和战略转型特征。

核心发现

平台	核心定位	营收规模(2025)	盈利能力	关键优势
微医	B端/G端健共体模式	55亿元(2024年)	现金流转正, 仍处亏损收窄期	政策契合度高, B端粘性强
京东健康	医药电商龙头+供应链	734亿元	净利润54亿元, 净利率7.3%	规模最大, 盈利最强, 护城河深
阿里健康	生态协同的医药全栈平台	343亿元(2026财年)	净利润19亿元, 净利率5.7%	阿里生态流量, SKU丰富度高
平安好医生	HMO管理式医疗	55亿元	首次年度利润转正(3.8亿元)	平安集团资源, 保险+医疗闭环
千问健康	AI健康管理助手	未独立披露	N/A	通义千问大模型, 技术底座强

行业已进入分化期。京东健康和阿里健康形成第一梯队, 占据医药电商大部分市场份额; 微医和平安好医生通过B端/G端和HMO模式寻找差异化定位; 千问健康作为AI原生应用, 长期潜力大但短期贡献有限。



图 1 · 五大数字健康平台竞争格局: 规模vs特色双维度分化

商业模式对比：从C端到B端/G端的分化

微医：B端转型的“健共体”模式

核心定位：从C端问诊平台向B端/G端健康管理服务商转型

业务结构：AI医疗服务占比92.2%(2024年)，是第一大收入来源；线上线下医疗服务占比7.8%。

“健共体”模式：与地方政府合作，构建区域医疗健康共同体，提供数字化基层医疗解决方案。服务覆盖31个省份、7200多家医院、25万余名医生。

盈利逻辑：通过政府购买服务+企业健康管理会员费实现收入。2025年上半年营收30.8亿元，同比增长69.4%，现金流首次转正。

京东健康：供应链驱动的医药电商龙头

核心定位：以医药零售为核心，医疗服务为补充的全生命周期健康管理平台

业务结构：商品收入(医药和健康产品销售)609亿元，占比82.9%；服务收入(平台、广告及其他服务)126亿元，占比17.1%。

“AI+供应链”双轮驱动：推出“京医千询”医疗大模型(国内首个全面开源的医疗垂类大模型)，依托京东物流体系实现快速配送和药品溯源。

关键数据：2025年总收入734亿元，同比增长26.3%；归母净利润54亿元，同比增长29%；净利率7.31%，是线下药店净利率(2.26%)的3倍以上。

阿里健康：生态协同的医药全栈平台

核心定位：阿里巴巴集团“Double H”战略(Health & Happiness)的核心载体

业务结构：医药自营业务297亿元，占比86.6%(2026财年)；医药电商平台佣金和技术服务费；医疗健康及数字化服务。

流量入口优势：通过支付宝“医疗健康”频道、淘宝“天猫健康”日均触达用户超5000万次；在线有交易SKU达9700万个，同比增长24%。

即时零售布局：整合B2C与O2O，打通菜鸟物流网络；引入BMJ授权的“氢离子”医学AI模型。

平安好医生：管理式医疗的HMO探索者

核心定位：从互联网医疗平台向管理式医疗(HMO)服务商转型

业务结构：FPA家庭医生会员制(核心产品)；到院服务(合作医院超5100家，签约专家医生超3万名)；到店服务；线上平台。

B端战略：主动收缩C端免费服务，聚焦付费能力强的F端(金融端)和B端(企业客户)；“易企健康”体系为企业提供体检、健康管理、保险联动等服务。

关键数据：2025年总收入55亿元，同比增长13.7%；净利润3.8亿元，同比增长366%(成立12年来首次实现年度经营利润转正)。

千问健康：AI驱动的健康管理新物种

核心定位：基于通义千问大模型的AI健康管理助手

商业模式：依托阿里通义千问大模型，提供智能健康咨询、用药指导、健康管理建议；集成于支付宝、淘宝等阿里系应用；通过用户问诊记录、购药偏好、基因档案等构建个人健康画像。

现状：目前仍处于早期阶段，更多是阿里健康业务的AI能力延伸；尚未独立披露财务数据；战略意义大于商业贡献。



图 2 · 五大平台商业模式对比：C端流量vs B端价值vs AI赋能

用户规模与财务表现：数据透视

用户规模对比

平台	注册用户数	月活用户(MAU)	年度活跃用户	付费用户/会员
微医	>2.1亿	未公开	未公开	健共体覆盖城市居民(B端/G端)
京东健康	未公开	未公开	2.18亿(2025年底)	付费会员数未单独披露
阿里健康	未公开	日均触达>5000万	>3亿(年化活跃消费者)	未单独披露
平安好医生	~3.98亿	~1.3亿	未公开	FPA会员~1300万
千问健康	未公开	未公开	未公开	未公开

关键洞察：平安好医生在注册用户数和月活方面领先，但大量为历史积累用户；阿里健康凭借阿里生态，年化活跃消费者规模最大(超3亿)；京东健康年度活跃用户突破2.18亿，增速最快；微医用户数据透明度较低，但其B端/G端模式使得传统MAU指标参考性有限。

财务表现对比

平台	营收规模	同比增长	净利润	净利率	毛利率
京东健康	734亿元	+26.3%	54亿元	7.31%	~23%(估算)
阿里健康	343亿元(2026财年)	+12%	19亿元	~5.7%	未单独披露
微医	55亿元(2024年)	+69.4%(2025H1)	未公开	-	较高(B端模式)
平安好医生	55亿元	+13.7%	3.8亿元	~6.9%	未单独披露
千问健康	未独立披露	-	N/A	N/A	N/A

增长率对比：营收增速：微医(69.4%)> 京东健康(26.3%)> 平安好医生(13.7%)> 阿里健康(12%)。利润增速：平安好医生(366%)> 阿里健康(35%)> 京东健康(29%)。

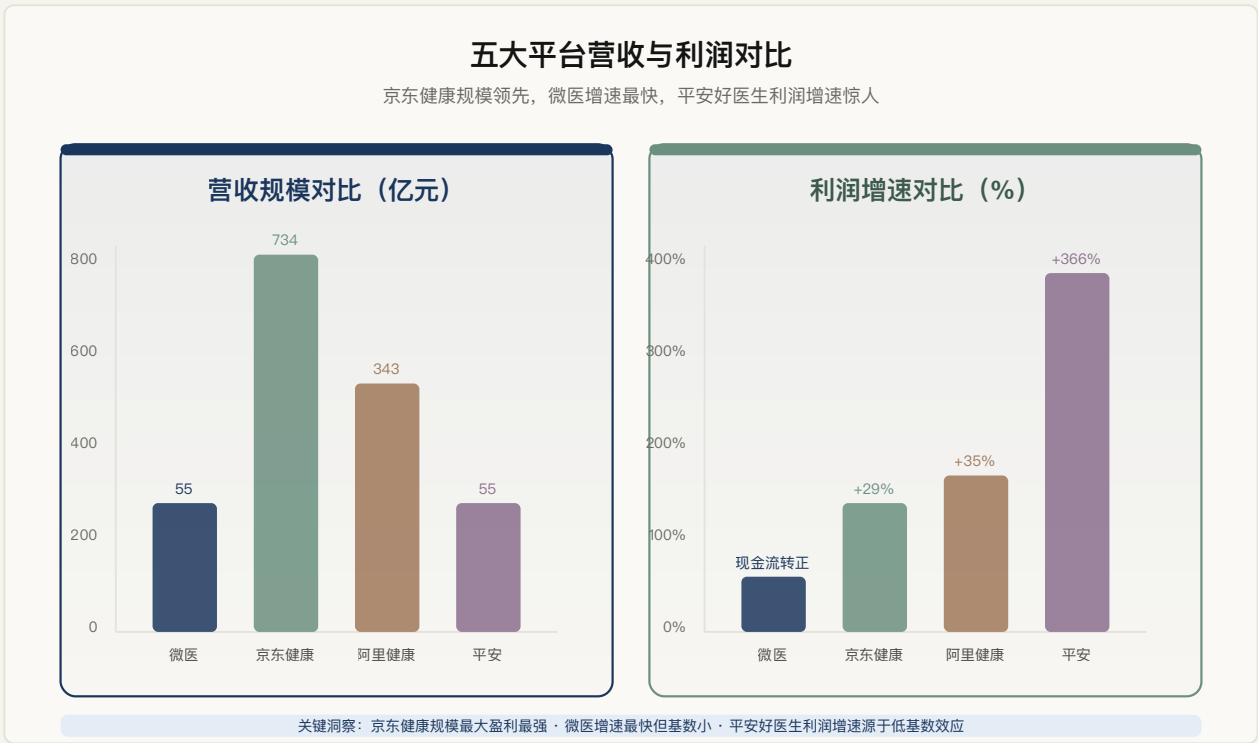


图 3 · 五大平台营收与利润对比：京东健康规模领先，微医增速最快

技术能力与AI应用：从故事到现实

AI技术应用对比

平台	AI产品/技术	应用场景	技术亮点
微医	微医医疗大模型	健共体慢病管理、智能分诊、健康管理	与健共体深度绑定，B端落地能力强
京东健康	"京医千询"医疗大模型	AI问诊、用药指导、健康管理	国内首个全面开源的医疗垂类大模型
阿里健康	"氢离子"医学AI(BMJ授权)	医学知识问答、临床决策支持	获得国际顶级医学期刊BMJ独家授权
平安好医生	AI辅助诊疗系统	在线问诊预检、病历生成、用药推荐	依托平安集团AI研发实力
千问健康	通义千问大模型	智能健康咨询、个性化健康管理	阿里通义系列大模型的垂直应用

研发投入与专利

整体行业趋势：近4年全球数字医疗领域新增8.4万件专利，中国以4.495万件位居全球第一；平安集团在金融科技及数字医疗专利申请量位列全球第一梯队；2023年中国新药研发投入同比增长18%，数字化技术占比达35%。

各平台特点：

- **阿里健康：**加大创新药和AI医疗大模型投入，与1300+头部药企深度合作
- **京东健康：**"京医千询"开源策略，推动行业生态建设
- **微医：**AI医疗服务成为核心收入来源，技术商业化程度最高
- **平安好医生：**依托平安集团强大的研发体系，专利数量领先

技术商业化里程碑 微医AI医疗服务占比92%证明技术可以商业化，但需要找到正确场景。京东健康"京医千询"开源策略推动行业生态建设，阿里健康"氢离子"医学AI获得BMJ独家授权显示国际化认可。

竞争优势与护城河：谁更稳固？

核心护城河分析

平台	护城河类型	差异化定位	市场份额/地位
京东健康	供应链壁垒 物流网络 品牌信任	医药电商龙头 "快+真+全"	医药B2C市场份额第一 年度活跃用户2.18亿
阿里健康	生态流量 SKU丰富度 数据资产	阿里系健康入口 医药全栈平台	年化活跃消费者超3亿 SKUs达9700万
微医	政策关系 B端客户粘性 健共体模式	政府数字化医疗合作伙伴 B2G/B2B专家	覆盖31省7200+医院 健共体模式独特
平安好医生	集团协同 HMO模式 保险联动	管理式医疗服务商 保险+医疗闭环	注册用户~4亿 FPA会员1300万
千问健康	技术底座 阿里生态集成	AI健康管理助手 智能化体验	早期阶段，潜力待释放

竞争格局总结

第一梯队(规模领先): 京东健康和阿里健康形成双雄格局，合计占据医药电商大部分市场份额。两者差异：京东强在供应链和履约，阿里强在流量和生态。

第二梯队(特色突围): 微医通过B端/G端转型成功，避开C端红海竞争；平安好医生通过HMO模式探索，依托保险实现差异化。

第三梯队(新兴力量): 千问健康作为AI原生应用，长期潜力大但短期贡献有限。

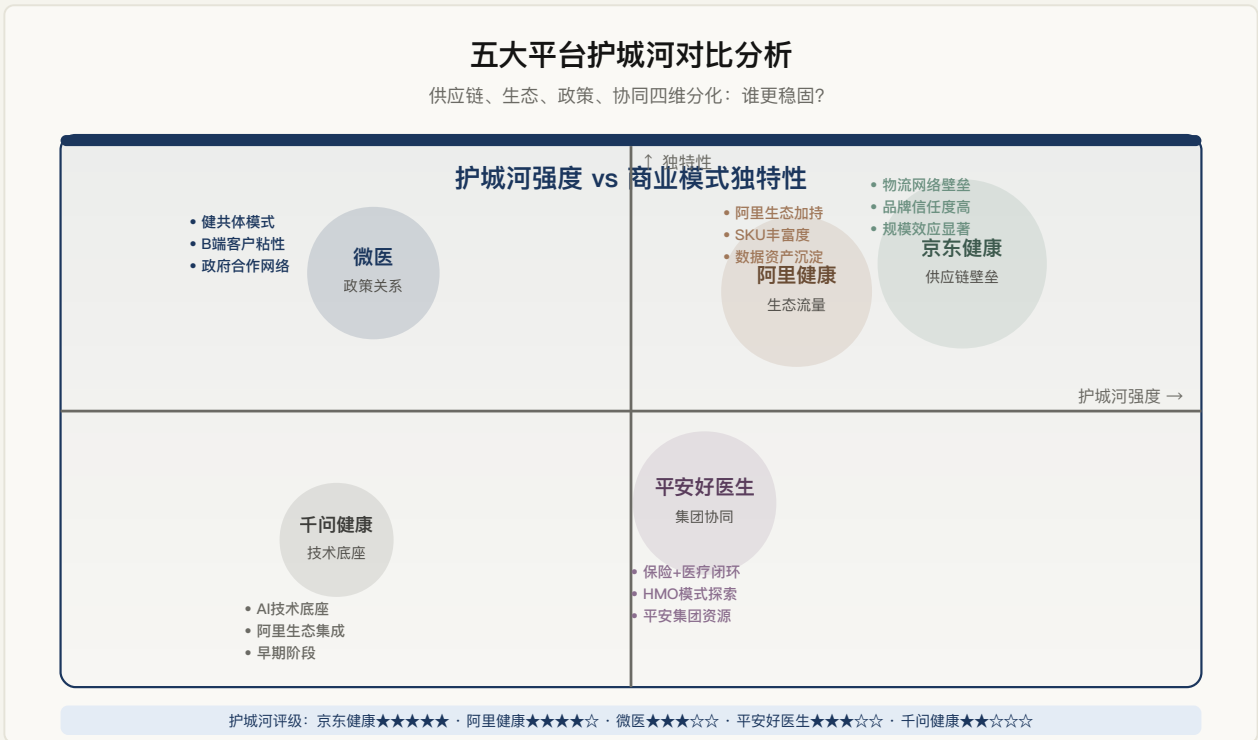


图 4 · 五大平台护城河对比：供应链、生态、政策、协同四维分化

挑战与风险: 监管、竞争与盈利压力

共同面临的行业挑战

1. 监管政策不确定性

- 处方药网售监管趋严, 电子处方流转合规要求提高
- 互联网医院管理办法对资质、服务范围有严格限制
- 医保支付接入进度缓慢, 制约商业模式扩展

2. 盈利压力

- 除京东健康和阿里健康外, 多数平台仍未实现稳定盈利
- C端获客成本高企, 用户付费意愿有限
- 医疗服务本身毛利低, 需要规模化才能盈利

3. 竞争加剧

- 美团、抖音等跨界进入医药即时零售领域
- 传统药店数字化转型加速(如老百姓、益丰等)
- 公立医院自建互联网医院, 分流患者

各平台特定风险

平台	主要风险
微医	<ul style="list-style-type: none"> • 过度依赖政府项目, 政策变化风险大 • B端扩张速度慢, 规模化困难 • C端用户基础薄弱, 品牌认知度低
京东健康	<ul style="list-style-type: none"> • 服务收入占比低, 医疗服务深度不足 • 对京东集团依赖度高 • 即时零售面临美团等激烈竞争
阿里健康	<ul style="list-style-type: none"> • 自营业务占比过高(86%), 利润率承压 • O2O即时零售布局滞后于美团 • 阿里集团战略调整可能影响资源投入
平安好医生	<ul style="list-style-type: none"> • 管理层变动频繁, 战略稳定性存疑 • 对平安集团输血依赖仍未完全摆脱 • C端用户流失风险, 转型阵痛期长
千问健康	

平台	主要风险
	<ul style="list-style-type: none">• 商业化路径不清晰• AI医疗应用的监管和伦理风险• 独立变现能力待验证

监管是最大变量。医保支付、处方药网售等政策变化将重塑行业格局。2026年被称为互联网医疗"制度性释放"元年, 政策红利有望释放, 但也带来新的合规要求。

未来展望：行业趋势与战略方向

行业趋势判断

1. 政策红利释放

2026年被称为互联网医疗"制度性释放"元年；医保在线支付试点扩大，处方药网售规范化；分级诊疗推进，基层医疗数字化需求旺盛。

2. AI深度融合

医疗大模型从"噱头"走向"实用"；AI在慢病管理、影像诊断、药物研发等领域渗透率提升；人机协同成为主流服务模式。

3. 商业模式演进

从"流量变现"向"价值医疗"转型；HMO(管理式医疗)模式受到关注；B端/G端业务重要性提升。

4. 即时零售爆发

"30分钟送药到家"成为标配；线上线下融合加速；美团、京东、阿里三方角逐。

各平台战略方向

平台	战略重点	增长潜力评估
微医	<ul style="list-style-type: none"> 扩大健共体覆盖城市 深化AI慢病管理 探索企业健康管理SaaS 	★★★★★☆ 政策契合度高，但扩张速度慢
京东健康	<ul style="list-style-type: none"> 提升服务收入占比 深化"AI+供应链" 拓展院内市场("卓医"智能体) 	★★★★★★ 基本盘稳固，AI带来估值提升空间
阿里健康	<ul style="list-style-type: none"> 打通B2C与O2O 强化医学AI能力("氢离子") 深化药企合作 	★★★★★☆ 生态优势明显，但需应对即时零售竞争
平安好医生	<ul style="list-style-type: none"> 扩大FPA会员规模 深化保险+医疗联动 优化成本结构 	★★★★★☆ HMO模式有价值，但验证周期长
千问健康	<ul style="list-style-type: none"> 完善AI健康助手功能 探索商业化路径 与阿里健康业务协同 	★★★★★☆ 技术潜力大，但商业化不确定性高

综合评估与投资建议

综合评分矩阵

维度	微医	京东健康	阿里健康	平安好医生	千问健康
营收规模	★★☆☆☆	★★★★★	★★★★☆	★★☆☆☆	★★☆☆☆
盈利能力	★★☆☆☆	★★★★★	★★★★☆	★★★☆☆	N/A
增长速度	★★★★★	★★★★☆	★★★☆☆	★★★☆☆	N/A
技术实力	★★★☆☆	★★★★☆	★★★★☆	★★★☆☆	★★★★☆
护城河	★★★☆☆	★★★★★	★★★★☆	★★★☆☆	★★☆☆☆
政策支持	★★★★★	★★★☆☆	★★★☆☆	★★★☆☆	★★☆☆☆
风险水平	中高	低	中低	中高	高

投资建议

对于投资者

首选标的: 京东健康(06618.HK)

理由: 规模最大、盈利最强、护城河最深

催化剂: AI医疗产品商业化、服务收入占比提升

风险: 估值已反映较高预期, 需关注增速放缓

次选标的: 阿里健康(00241.HK)

理由: 生态优势明显, 利润率持续改善

催化剂: 即时零售突破、医学AI产品落地

风险: 阿里集团战略调整、O2O竞争激烈

观察标的: 微医(拟IPO)

理由: B端转型成功, 政策契合度高

催化剂: 港交所上市、健共体扩张

风险: 盈利尚未稳定, 估值可能偏高

谨慎对待: 平安好医生(01833.HK)

理由: 盈利改善但基数低, 转型仍需时间验证

催化剂: FPA会员快速增长、集团协同深化

风险: 管理层不稳定、对集团依赖度高

暂不推荐: 千问健康

理由: 尚未独立运营, 商业化路径不明

建议: 关注其作为阿里健康AI能力的延伸价值

对于行业参与者

1. **医药电商平台:** 应加快向"医药+医疗+医保"三医联动转型, 单纯卖药模式难以为继
2. **医疗服务提供商:** AI不是噱头, 必须找到可商业化的应用场景(如慢病管理、预检分诊)
3. **传统医疗机构:** 数字化转型是大势所趋, 可与互联网平台合作而非对抗
4. **保险公司:** HMO模式值得探索, 医疗+保险的闭环能显著提升用户粘性

关键结论**最终判断**

1. **行业已进入分化期:** 京东健康和阿里健康形成第一梯队, 其他平台需寻找差异化定位
2. **AI从故事走向现实:** 微医AI医疗服务占比92%证明技术可以商业化, 但需要找到正确场景
3. **B端/G端重要性提升:** C端流量红利见顶, 政府和企业合作成为新增长点
4. **即时零售是下一个战场:** 美团、京东、阿里三方角逐, 胜负未定
5. **监管是最大变量:** 医保支付、处方药网售等政策变化将重塑行业格局

关于本报告

研究方法

基于2025-2026年公开财报、招股书、新闻报道及行业研究报告整理

数据来源

各公司官方财报及公告、港交所披露文件、东方财富网、新浪财经、雪球等金融信息平台、界面新闻、36氪、虎嗅等科技媒体、网经社《2025年度中国数字健康市场数据报告》、麦肯锡、艾瑞咨询等行业研究机构报告

免责声明

本报告仅供参考，不构成投资建议。部分数据因各公司披露口径不同可能存在差异，请以官方公告为准。

版权声明

© 2026 词元跳动 Research. 保留所有权利。