



探寻新需求 构筑新型服务体系

——2023互联网医疗服务洞察报告

前言 PREFACE

2023年开始，互联网医疗进入真正的常态化时期。在更为冷静的环境下，将过去的高光时刻转变为能力沉淀是下一轮突破市场局面的关键。

为了更好地洞察新阶段互联网医疗的用户需求与供给匹配，动脉网蛋壳研究院与京东健康联合推出《2023互联网医疗服务洞察报告——探寻新需求，构筑新型服务体系》，基于在线咨询问诊数据，深挖用户需求、剖析创新路径，为行业提供参考。

CONTANT

目录

1 互联网医疗行业开启新篇章

用户持续增长，市场健康程度提升，新一轮技术机遇来临

2 互联网医疗行业面临新需求

用户结构呈新趋势，问诊疾病种类特征明显，对服务响应时效要求高

3 互联网医疗需搭建新型服务体系

新型服务体系围绕服务的连续性、个性化、规范化、生态化等构建

4 新型服务体系案例解析

从专科专病服务、质控体系、技术革新等维度剖析创新路径

5 互联网医疗行业演进趋势

老龄化趋势下，互联网医疗新型医疗服务体系仍将持续完善

第一章

CHAPTER 1

互联网医疗行业开启新篇章

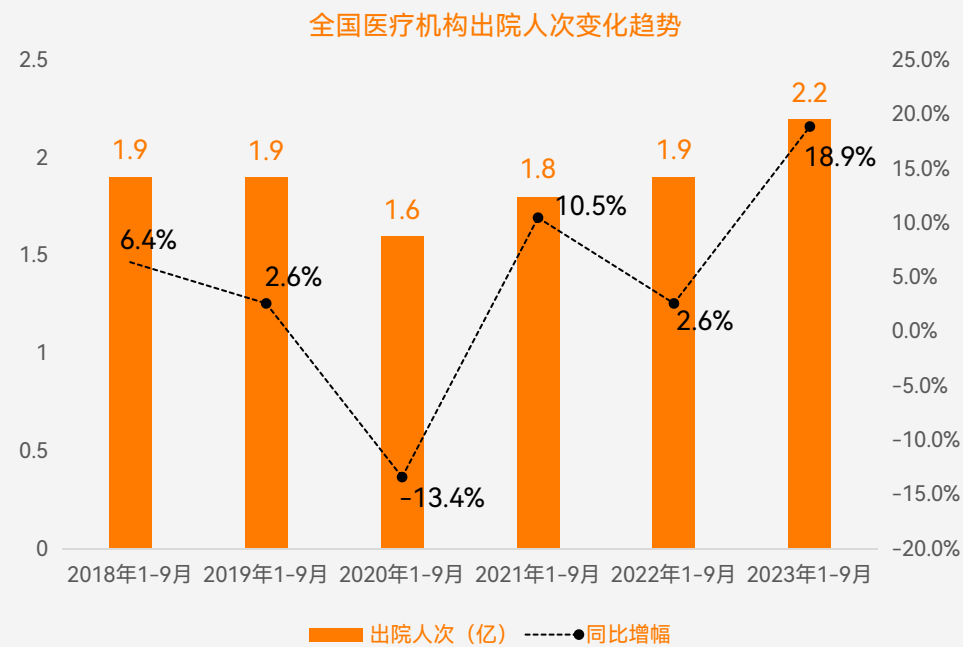
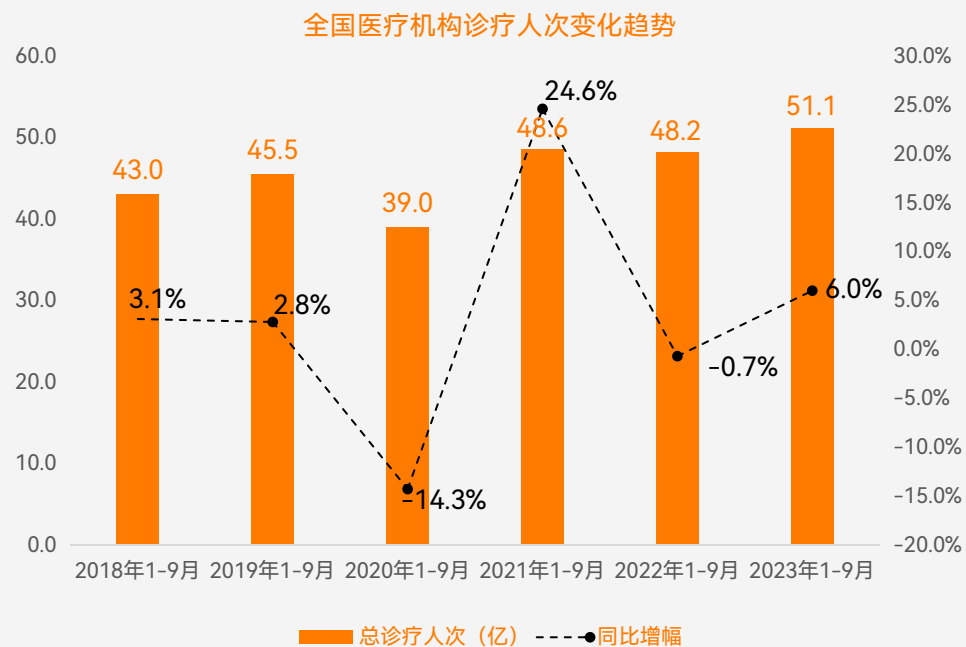
互联网医疗过去几年呈现爆发式增长，互联网医院规模、医生和用户数量、服务量等都迅速增长。2023年以来，潮水退去，市场趋于理性。本章基于新的市场数据、政策趋势、技术机遇等，分析互联网医疗行业的新环境。

医疗服务体系全面恢复，线下门诊与住院服务量增长显著

2023年全国医疗服务量整体增长，无论是与2022年同期相比，还是与2019年及之前相比，都有明显增加，医疗服务体系尤其是线下服务全面恢复运转。

据国家卫健委公布的最新数据显示，2023年1-9月，我国医疗卫生机构总的诊疗人次达51.1亿，同比增长6%，与2019年同期相比增长12.4%；住院服务方面，1-9月医疗卫生机构的出院人次达到2.2亿，同比增长18.9%，与2019年同期相比增长16.7%。

2023年以来，各类非紧急危重的线下就诊需求得以释放，择期手术需求增长，同时，医疗机构通过供给创新更好地满足患者需求，使得整体医疗服务量呈上升态势。

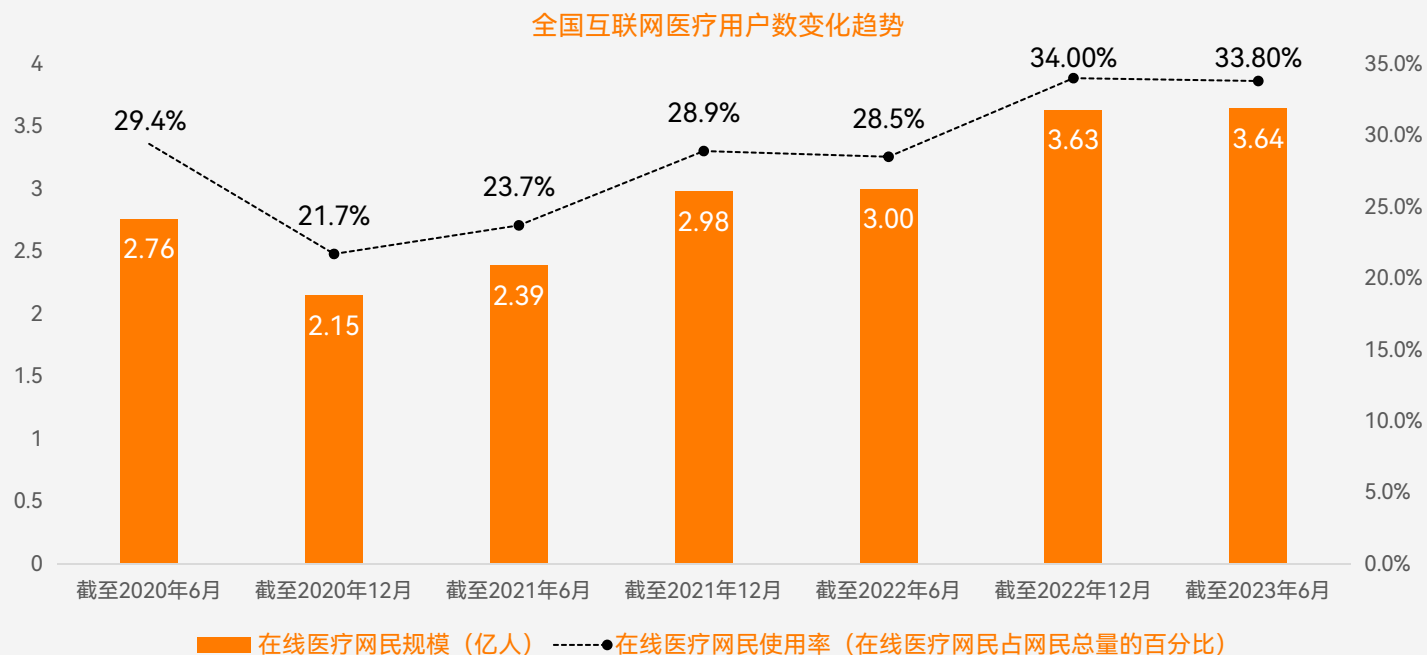


数据来源：国家卫健委，动脉网蛋壳研究院制图

线上线下医疗并非此消彼长，线上用户数仍在攀升

在线下医疗服务复苏并迅速增长的同时，线上医疗仍呈增长状态。截至 2023 年 6 月，我国互联网医疗用户规模增至 3.64 亿人，较 2022 年 12 月增长 162 万人，占网民整体的 33.8%。

2020年之后的三年里，互联网医疗获得了快速发展，部分线下就医需求被转移至线上，用户、医生、行政主管部门等对互联网医疗均产生了更高的认可。不过，那些迁移至线上的需求是否会重新回到线下？这在当时存在不确定性。将最新用户数结合2020年来的变化趋势看，线上线下医疗服务并非此消彼长的关系，疾病初诊、检验检查、手术住院等项目必须前往线下，线上医疗则可通过服务创新与线下相辅相成。



数据来源：中国互联网络信息中心，动脉网蛋壳研究院制图

头部医院、头部平台领跑增长，不断创新和丰富服务内容

在互联网医疗领域，能够提供优质服务的头部医院和互联网医疗平台增长尤为明显，除了在线复诊等基础服务，还不断丰富服务内容，满足患者或用户的多样化需求。

四川大学华西医院是2018年互联网医疗新政出台后，首批上线互联网医院的公立医院；近几年来，医院持续创新线上服务，2023年注册人数达1270万，日均在线诊疗人次超过5000。温州医科大学附属第一医院2021年互联网门诊月均接诊量为5000人次，2023年已激增至月均3万人次。头部互联网医疗平台方面，京东健康2023年上半年日均在线问诊咨询量超过44万，同比增长76%。这些医院和平台的现状都是互联网医疗持续发展的缩影。

部分头部互联网医院和互联网医疗平台服务量增长情况

医疗机构/平台	服务量增长情况
四川大学华西医院互联网医院	截至2023年10月，注册人数达 1270万 ，日均在线诊疗人次超过 5000 ；2021年日均在线诊疗量约 2500 人次。
天津医科大学总医院互联网医院	2023年互联网总接诊量已超 100 万人次，日诊疗量达 3000 人次左右，单日最高达到 4096 人；2022年日均诊疗量约为 2500 人次。
首都医科大学附属北京友谊医院	2023年上半年在线复诊量就达到 1.27 万人次，接近2022年全年 1.33 万人次的在线复诊量。
温州医科大学附属第一医院	2021年互联网门诊月均接诊量 5000 人次，2022年翻倍增至 12000 人次，2023年再次翻倍增至 30000 人次。
京东健康	2023年上半年，互联网医院日均在线问诊咨询量超过 44 万，同比增长 76% 。

不断丰富的互联网医疗服务内容



资料来源：医院公开资料、调研访谈，动脉网蛋壳研究院制图

呼吸道疾病叠加流行期，互联网医疗再次展现服务优势

2023年冬季，全国多地呼吸道疾病流行期叠加，城乡居民尤其是儿童医疗卫生服务需求明显增多。在此期间，互联网医疗又一次展现出资源整合与创新服务优势。

例如，互联网医疗平台普遍上线了呼吸道疾病就诊专区或线上发热门诊，针对儿科发病急、沟通不顺畅等问题，匹配相应的服务形式，着力保障儿童用药供给。同时，甲流、乙流、支原体等检测试剂销量增长，一次检测多种病原体的三联或五联试剂盒尤为受欢迎。为了更好地满足用户需求，部分平台推出“互联网+上门快检”服务，一次可检测12种常见病原体，结果出具快，还可线上查询报告、咨询问诊。一系列的行业举措又让互联网医疗加速了普及。

呼吸道疾病高发期互联网医疗主要服务举措

呼吸道疾病就诊专区

高发呼吸道疾病咨询问诊、健康科普、检验检测、购药配送等一站式服务。

互联网+上门快检

用户预约后，工作人员上门取样并送至线下检测机构，数小时内出具结果，用户可在线查询、在线问诊。

互联网+儿科服务

针对各种小儿呼吸道疾病，提供图文、视频、电话等多种问诊服务，及时了解患儿病情，配备儿童用药。

互联网+院外护理

针对院后康复患者，或年老体弱需避免交叉感染的患者，提供延续性的护理服务。

互联网+中医服务

针对高发症状进行治疗和调理，在线复诊开方，预约煎药、送药，避免线下就诊交叉感染。

互联网+疫苗接种

线上查询或预约流感疫苗，根据库存情况便捷选择接种时间、接种地点，高效完成接种。

利好政策频出，鼓励互联网医疗应用于更多医疗健康场景

前几年，国家出台了多项互联网医疗政策，鼓励互联网医疗在特殊时期为患者提供复诊续方、在线购药等便捷服务。2023年，多项利好政策大力支持互联网医疗向更广阔的医疗健康场景拓展。

国家卫生健康委、国家中医药局印发的《改善就医感受 提升患者体验主题活动方案（2023-2025年）》提出，医疗机构可通过互联网诊疗平台、互联网医院探索预就诊模式，还鼓励医疗机构探索“互联网+药学服务”。医改重点工作任务则要求，深化“互联网+医疗健康”在城乡社区防病治病和健康管理中的应用。高频的政策鼓励，为行业发展提供了良好的创新环境。

2023年以来互联网医疗相关政策

文件	发文日期	相关内容
中共中央办公厅 国务院办公厅关于进一步完善医疗卫生服务体系的意见	2023/3/23	积极运用互联网、人工智能等技术，持续优化服务流程。
改善就医感受 提升患者体验主题活动方案（2023-2025年）	2023/5/23	探索建立预就诊模式；鼓励具备条件的医疗机构开展“互联网+药学服务”。
进一步改善护理服务行动计划（2023-2025年）	2023/6/15	进一步扩大“互联网+护理服务”覆盖面，逐步增加“互联网+护理服务”医疗机构数量和上门护理服务项目数量，惠及更多人群。
深化医药卫生体制改革2023年下半年重点工作任务	2023/7/21	深化“互联网+医疗健康”在城乡社区防病治病和健康管理中的应用。
国家卫健委办公厅关于指导妇幼保健机构做好儿童呼吸道疾病诊疗服务的通知	2023/11/29	各充分依托互联网平台，指导妇幼保健机构提供“互联网+”诊疗服务，避免院内聚集，减少交叉感染，减轻线下就诊压力。
关于印发节约药品资源 遏制药品浪费实施方案的通知	2023/12/18	规范发展互联网诊疗，为复诊患者开具处方，鼓励开展药品配送服务，方便患者及时获得药品。

资料来源：国家卫健委，动脉网蛋壳研究院制图

监管细则铺开，行业规范、市场健康程度提升

自2022年国家卫健委《互联网诊疗监管细则（试行）》正式实施以来，各个省份相继制定和执行结合本地实际情况的监管措施，促使行业沿着更加规范和健康的路径前进，有助于行业的可持续发展。

截至目前，宁夏、海南、四川、山东、天津等独立设置互联网医院较多的地区，均已制定细化的监管办法。监管办法主要聚集在医务人员、服务内容、服务质量和安全、医疗机构管理和校验等环节，主要目标是保障患者安全、保障医生执业安全，同时通过定期校验来落实退出机制，清退严重违规、建而不用平台。鼓励与监管并重，有助于进一步激发行业活力。

互联网诊疗监管环节及行业价值

监管环节	主要监管内容	监管意义
医务人员	确保医务人员具备合法资质，确保由本人提供诊疗服务	保障患者安全
服务内容	确认患者上传明确诊断的病历资料，电子病历信息按要求保存	保障患者安全、医生执业安全
质量安全	对互联网诊疗质量安全进行控制，建立不良事件报告制度	保障安全，维护行业可持续性
校验	按相管内容进行定期校验，最终不能通过者注销	淘汰严重违规、建而不用

资料来源：调研访谈，动脉网蛋壳研究院制图

大模型浪潮涨势迅猛，互联网医疗迎来新一轮技术机遇

2023年，医疗大模型“一路狂奔”，成为服务领域和科技公司的必选项；互联网医疗可借助大模型进一步提升患者服务的主动性与交互性，改善服务的连续性和治疗结果。

当前，AI大模型在医疗服务、患者服务、运营管理、临床科研九大领域已有探索性应用。对互联网医疗而言，大模型可对患者、医生、医院等多个参与方产生应用价值，包括为患者提供智能化的全流程就诊及健康管理服务，为医生提供辅助诊断、辅助科研等功能，还可帮助医疗机构开展医疗质控、风险检测及数据分析等工作。技术加持，是互联网医疗的又一个发展机遇。

大模型在互联网医疗领域的主要应用与价值

参与角色	应用内容	应用价值
 患者	医患匹配 分诊导诊 健康管理 用药指导 智能随访 康复指导 用药指导 医学问答 健康科普 报告解读	提升对患者管理的主动性，改善服务连续性、治疗结果
 医生	病史采集 病历书写 辅助诊断 风险提示 辅助科研	优化医生工作效率，助力医疗质量和科研能力提升
 医院	质量控制 风险监测 数据分析洞察 运维流程优化	强化医院管理能力，降低医疗风险

资料来源：调研访谈，动脉网蛋壳研究院制图

第二章

互联网医疗行业面临新需求

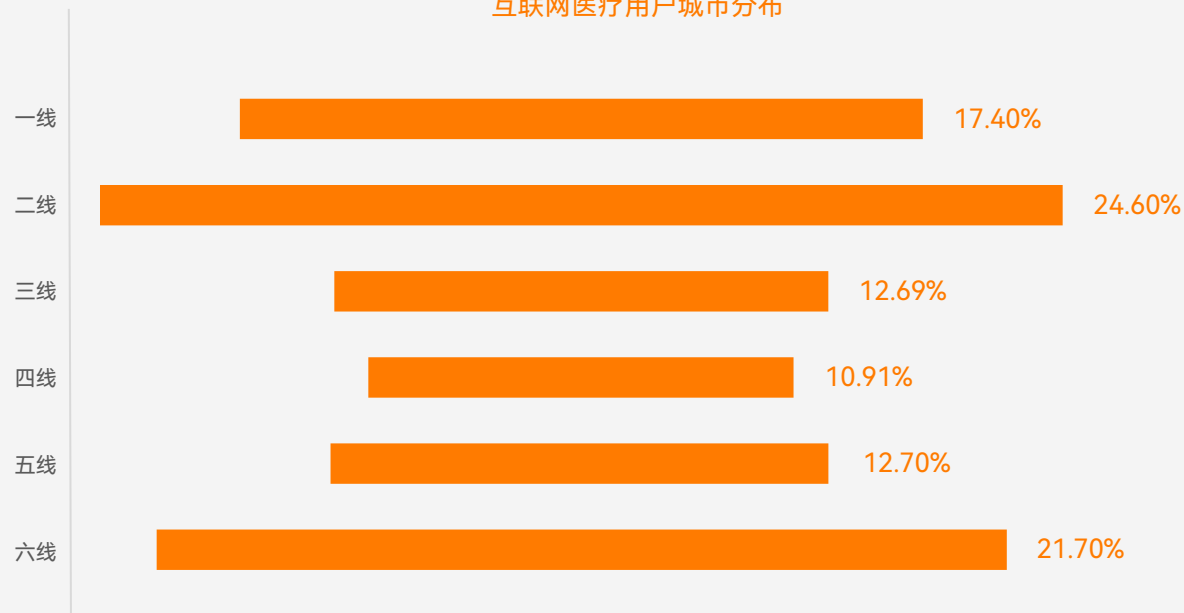
互联网医疗新篇章开启，需再次梳理用户需求，以构建相匹配的服务体系。为了更深刻地进行行业洞察，本章以头部互联网医疗平台京东健康的用户及问诊数据为样本，勾勒用户画像，探寻用户需求。样本数据除特别说明之外，均为2023年1-11月服务数据。

用户画像一：区域分布呈“沙漏型”，与医疗资源分布相关

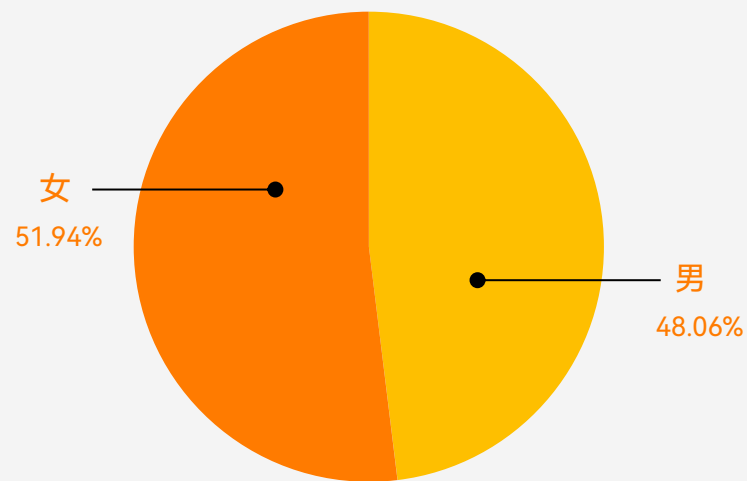
互联网医疗用户主要集中在一二线城市和六线城市，三线、四线和五线城市用户占比相对较小，整体呈“沙漏型”分布，与医疗资源布局、用户诊疗需求等因素相关。

样本数据显示，一二线城市的互联网医疗用户占比高，分别为17.4%、24.6%。一二线城市优质医疗资源丰富，包括各类区域医疗中心，需接诊部分异地患者，加之一二线城市移动互联网在社会生活各个领域渗透广泛、深入，促使当地用户较多地使用效率更高的线上医疗健康服务。而低线城市优质资源相对匮乏，用户通过互联网寻医问药的动力也较充足。从男女用户各占约一半的比例来看，二者对互联网医疗的需求相当。

互联网医疗用户城市分布



互联网医疗用户性别分布



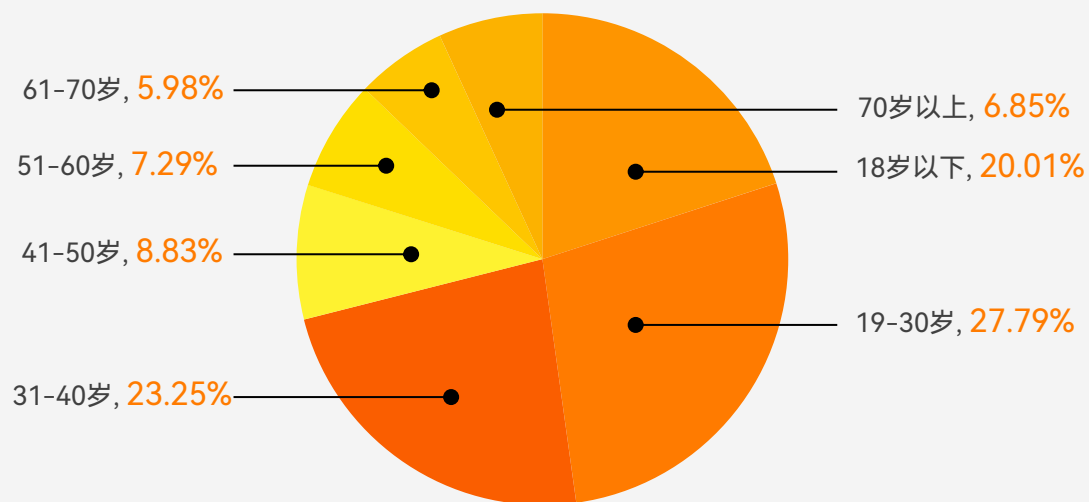
数据来源：京东健康，动脉网蛋壳研究院制图

用户画像二：在线咨询问诊以年轻用户为主，中老年占比逐步提升

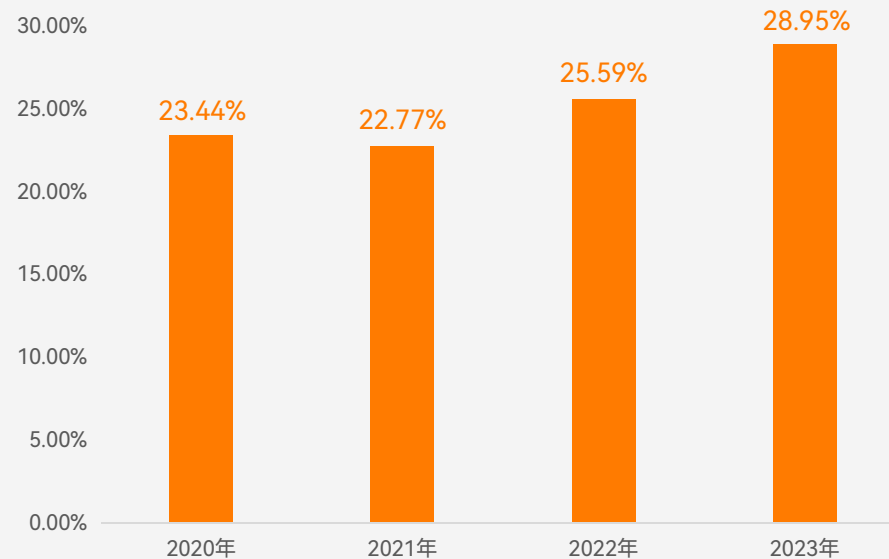
现阶段在线咨询问诊用户以年轻人为主力，但老年用户已占一定比例，且中老年用户占比逐年增长。

从互联网医疗样本数据中在线咨询问诊用户的年龄分布来看，19-40岁用户占一半，这部分用户对移动互联网应用的依赖度较高。同时，老年用户（样本中61岁以上）已占12.83%，互联网医疗平台通过页面设计优化、智能终端配置等方式加强了老年人使用的便捷性。更关键的是，中老年用户（41岁及以上）的占比逐年提升，已从2021年的22.77%增长至2023年的28.95%。作为慢病高发群体，中老年用户占比提升，为互联网医疗带来了更大的潜在用户规模。

在线咨询问诊用户年龄结构



41岁以上在线咨询问诊用户占比变化



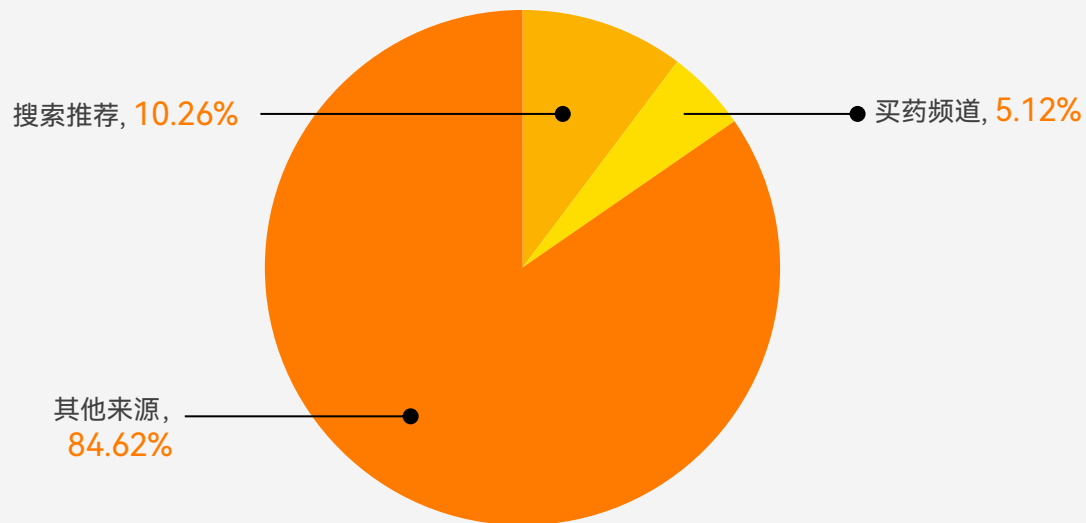
数据来源：京东健康，动脉网蛋壳研究院制图

用户画像三：用户来源渠道多样，购药并非在线问诊主要动因

从在线咨询问诊订单的用户来源看，用户进入问诊的渠道多样，其中来自买药频道的数量占比小，这在一定程度上表明，在线购药并非用户发起咨询问诊的主要动因。

样本数据显示，10.26%咨询问诊订单的用户来自搜索推荐，这些用户进行了主动搜索，对在线医疗服务已有一定了解；仅有5.12%的用户来自买药频道，意味着仅有少数人发起问诊的直接原因是买药。其他渠道中，黄金流量、微信、营销活动、其他第三方平台等都呈现了用户来源的多样性，同时也说明，互联网医疗服务的加速普及和渗透，需要一定的推广活动、外部合作来实现。

在线咨询问诊用户来源



其他来源

黄金流量

营销活动

微信

处方预约

商业合作

其他第三方平台

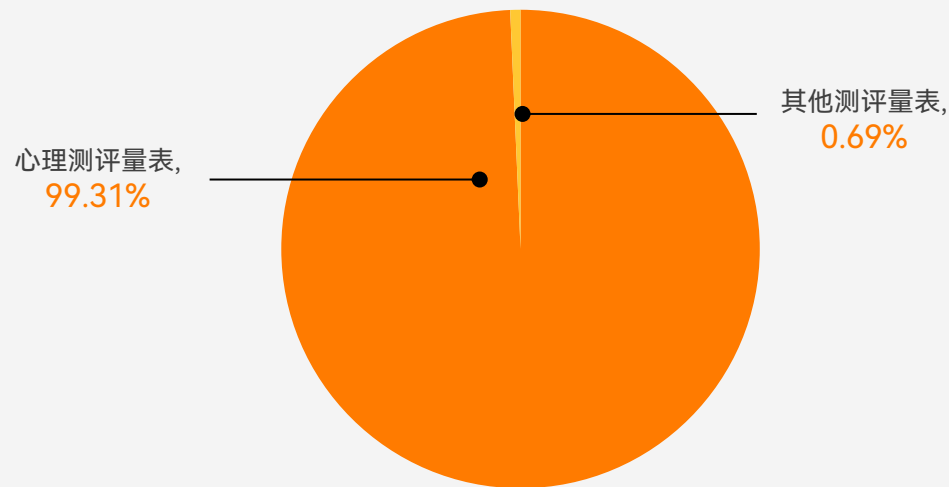
数据来源：京东健康，动脉网蛋壳研究院制图

用户需求一：自我测评成为问诊辅助手段，心理测评尤为受欢迎

在线咨询问诊用户通常会使用平台的量表工具进行自我测评，以了解自身疾病、健康状况与风险，或作为问诊时表述病情的辅助手段，心理测评尤其受欢迎。

测量表主要覆盖心理、儿科、营养等类型，其中，越来越多用户选择进行线上心理量表自评和心理咨询服务，这两项服务数据呈增长状态。样本数据显示，心理测评量表服务量已占量表整体服务量的99.31%。近两年来，职场压力、学业压力等成为热点话题，与之相关的心理健康服务备受社会重视，线上心理测评、咨询为用户提供了便捷获取服务的渠道。

测评量表服务量情况



其他测评量表主要类型



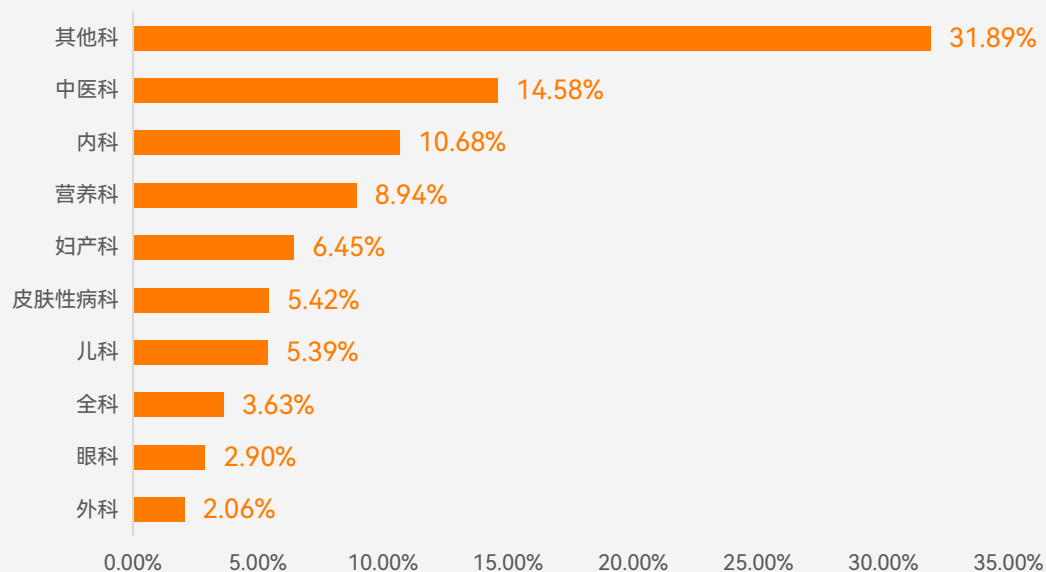
数据来源：京东健康，动脉网蛋壳研究院制图

用户需求二：问诊集中在中医、内科、营养、皮肤等科室

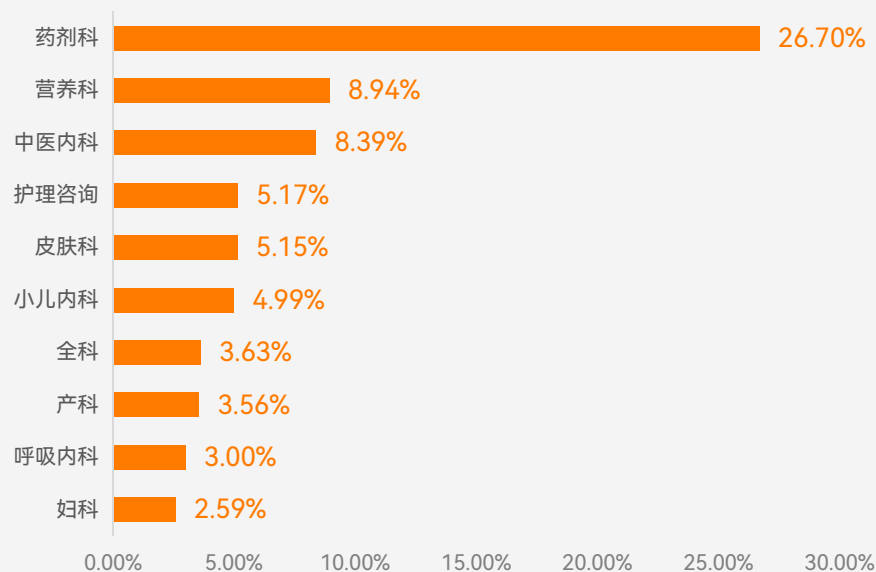
在线咨询问诊主要集中在中医科、内科、营养科等覆盖疾病种类多的科室，也集中在妇产、皮肤、儿科等健康需求频次高的专科，还集中在各类疾病用药问题都可能涉及的药剂科。

样本数据显示，在线咨询问诊订单量最高的一级科室包括中医科、内科、营养科、妇产科、皮肤性病科，二级科室包括药剂科、营养科、中医内科、护理咨询、皮肤科等。这些科室覆盖的疾病种类多，尤其是涵盖多种慢性病，需进行持续干预；覆盖的健康问题目标用户规模大，需求频次高。此外，药剂科服务量较大，表明用户对用药安全的重视程度越来越高。

咨询问诊量top10一级科室服务量占比



咨询问诊量top10二级科室服务量占比



数据来源：京东健康，动脉网蛋壳研究院制图

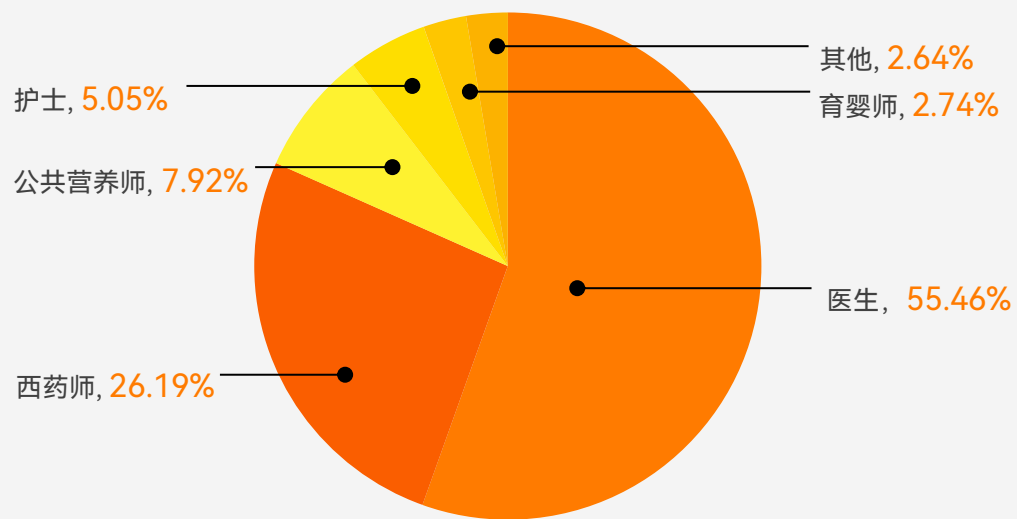
用户需求三：医生是核心服务角色，药师、营养师等服务量也较高

在线咨询问诊需求特征也体现在服务角色上，除了医生之外，药师、营养师也较多地为患者提供服务。

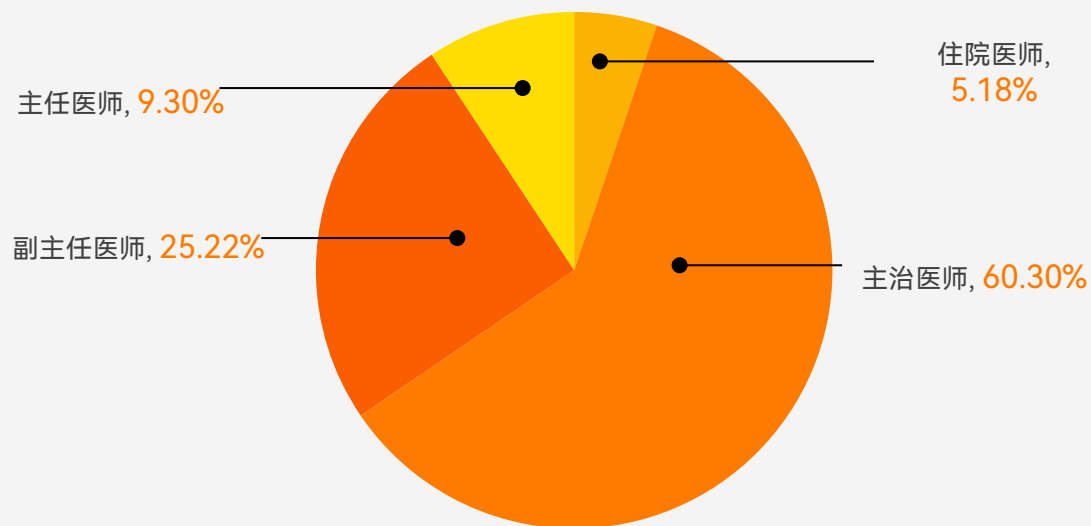
医生是互联网医疗的核心资源，用户向医生寻求在线咨询、复诊开方、诊后随访等服务，样本数据中，55.46%在线咨询问诊服务由医生提供。医生中，由于主治医师数量最多，其服务量占比也最高。

西药师的服务量仅次于医生，占比达到26.19%，再次表明用户在用药指导方面的需求较大。此外，营养师、护士、育婴师的服务量也占到一定比例，说明用户在营养健康、居家护理、育儿等场景存在一定需求，且一些疾病需要多种角色协作服务。

各服务角色的服务量占比情况



不同级别医生的服务量占比情况



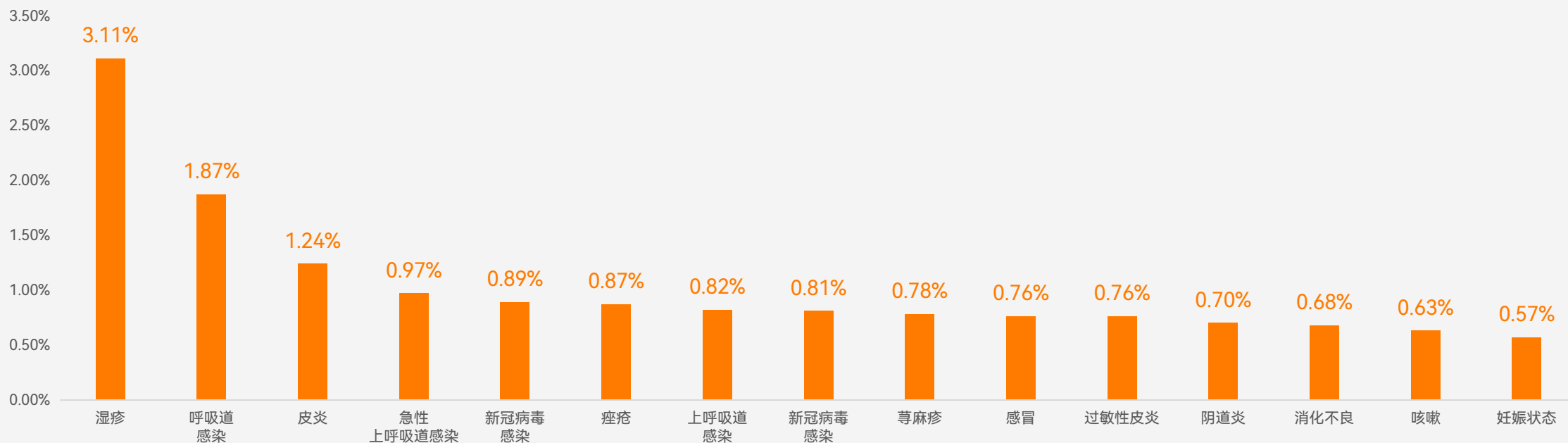
数据来源：京东健康，动脉网蛋壳研究院制图

用户需求四：问诊疾病以皮肤、呼吸、妇产等常见病为主

在线咨询问诊集中的疾病种类与高服务量科室相对应，以皮肤、呼吸、妇产等科室的常见病为主，其中，以湿疹、皮炎、痤疮等为代表的皮肤病占比最高。

样本数据中，在线咨询问诊量排名前15位的疾病包括湿疹、呼吸道感染、皮炎等，其中皮肤病就有5种，总占比达6.76%，占比最高的湿疹达到3.11%。皮肤科可借助高清图片、视频问诊，对线下检验检查依赖小，长期以来都被认为是最适合开展互联网医疗服务的专科之一。呼吸道、妇产等相关疾病也是在线咨询问诊量较高的种类，这些疾病及健康问题或出现频次高，或干预方式多，也适合线上服务。

在线咨询问诊量top15疾病情况



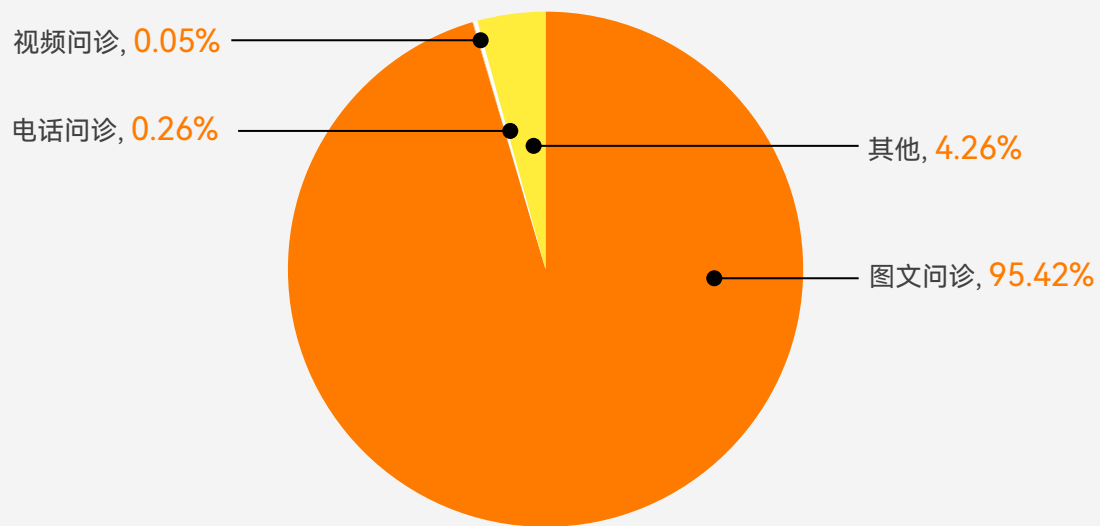
数据来源：京东健康，动脉网蛋壳研究院制图

用户需求五：综合性价比高，图文问诊仍是医患交流主流形式

样本数据表明，95.42%的在线咨询问诊订单为图文问诊，这是互联网医疗服务的最初形式，也是最常见的形式。图文问诊可随时随地进行交流，灵活程度高。同时，各类测评量表可以辅助医患进行更详细的病情了解。

图文问诊灵活程度高，用户可随时随地发起问诊，医生可根据安排随时随地接诊，交流既可连续进行也可间歇进行。电话问诊和视频问诊可交流的信息量更大，不过，二者都需要和医生约时间，且价格更高。虽然图文问诊可交流信息量有限，可能导致交流偏差，但由于咨询问诊大多为常见病，图文可解决的疾病种类多，也因此成为绝大多数用户的选择。

不同问诊形式的服务量占比



不同问诊形式的特征对比

问诊形式	优势	局限性
图文问诊	用户可随时随地发起问诊 医生可根据安排随时随地接诊 交流可连续进行，也可间歇进行	表达与理解能力差异可能导致信息偏差；在一定的交互时间内，交流信息量有限
电话问诊	语音通话可交流信息量较大	需根据医生和平台安排在固定时段问诊
视频问诊	可交流信息量大，尤其是医生可更直接地观察患者症状	需根据医生和平台安排在固定时段问诊

资料来源：京东健康、调研访谈，动脉网蛋壳研究院制图

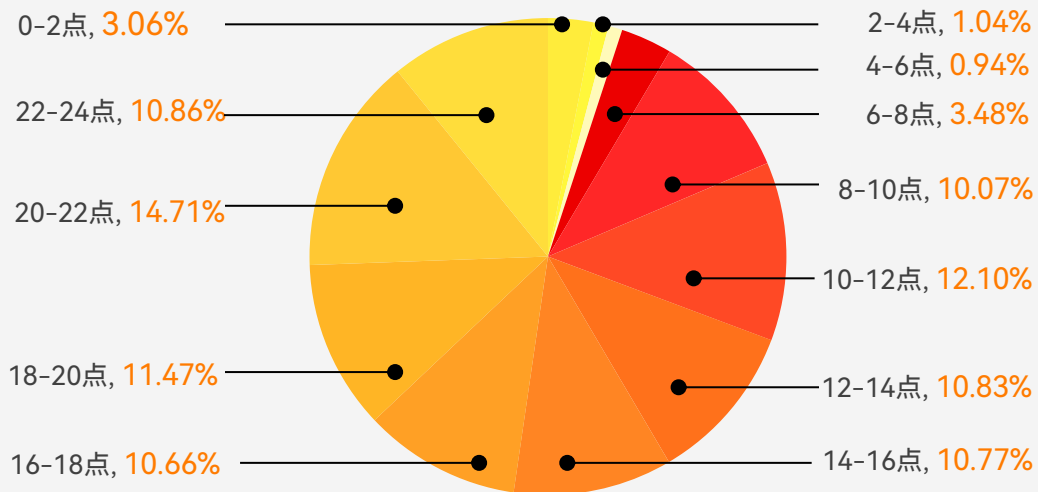
用户需求六：用户对接诊时效要求高，极速问诊成为主要服务类型

从咨询问诊类型分布来看，用户对问诊时效有较高要求，且对服务角色的选择并不清晰。

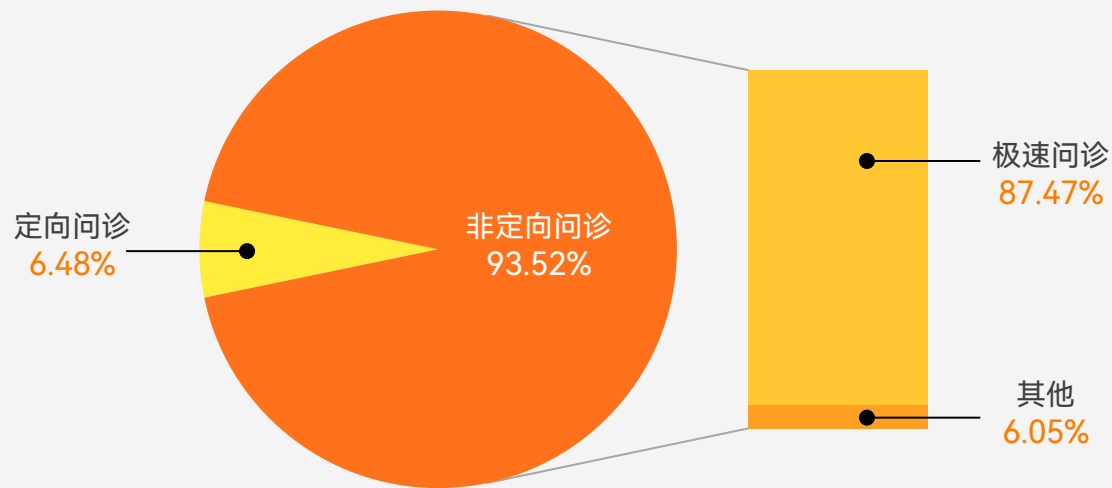
样本数据显示，用户发起在线咨询问诊的时间覆盖全天，其中18-20点、20-22点是咨询问诊最频繁的时段，此时用户处于课余或业余状态，大多医院普通门诊已不再接诊，互联网医疗起到了很好的互补作用。

问诊类型方面，非定向问诊占比高达93.52%，这主要是由于用户对自身症状所涉及的科室、擅长医生并不清晰，需由平台根据用户症状进行分诊。其中，极速问诊占比达84.47%，说明用户不仅希望平台来匹配相应服务资源，还希望需求得到尽快响应。

在线咨询问诊的时间分布



定向问诊与非定向问诊情况



数据来源：京东健康，动脉网蛋壳研究院制图

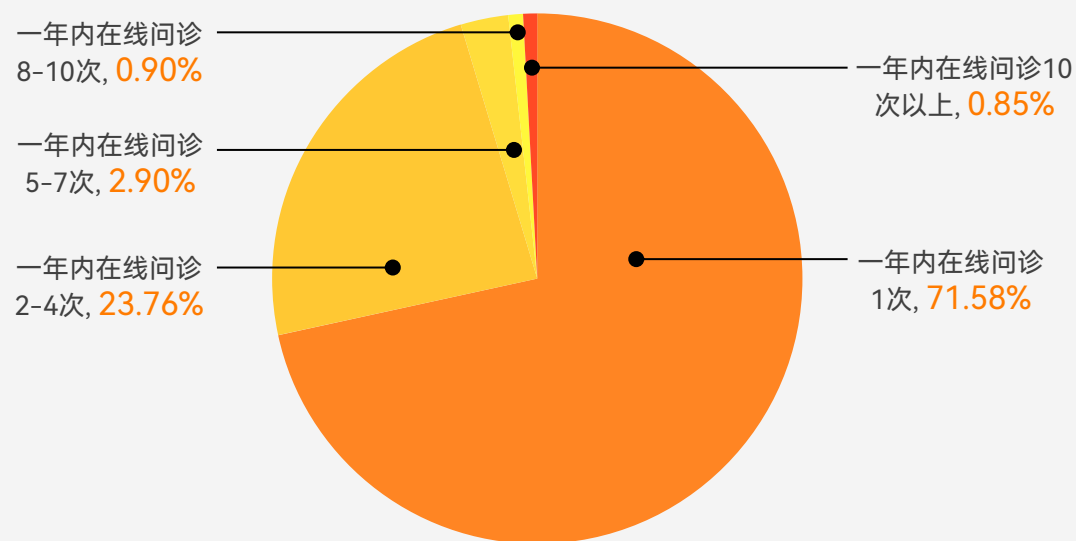
用户需求七：部分用户多次复诊，互联网医疗使用习惯正在形成

用户问诊频次显示，其使用互联网医疗的习惯正在形成，并且会因为同一专科的疾病或健康问题进行多次问诊。

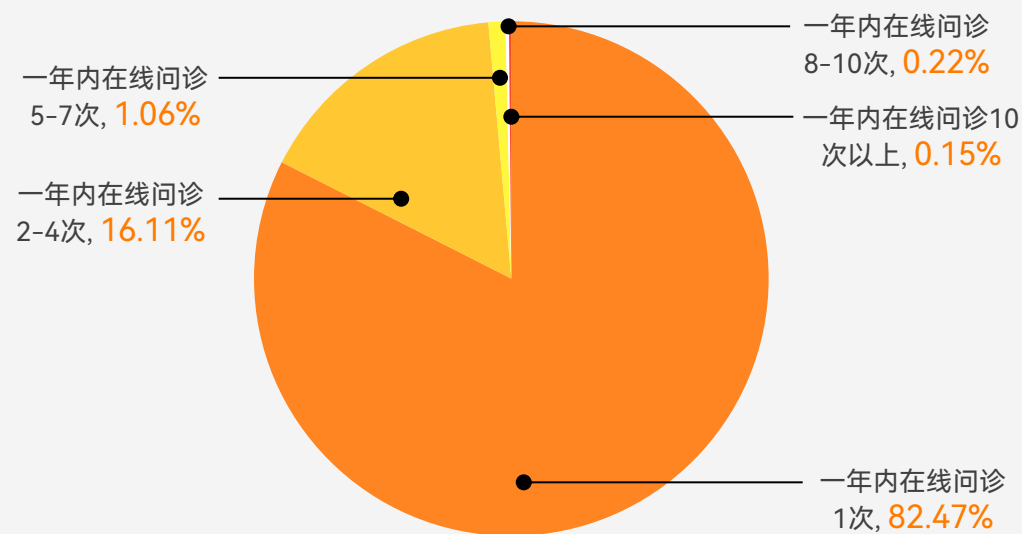
样本数据中，23.76%的用户一年内会产生2-4次咨询问诊，意味着这些用户对服务、平台有足够认可。同时，16.11%的用户一年时间里在同一科室内进行过2-4次咨询问诊，更加说明用户对服务质量有较高评价，才会因同一专科的疾病或健康问题多次寻求帮助。

样本数据还显示，13.1%的咨询问诊订单为便捷复诊，即通过此前订单进入复诊，快捷调用以往病历资料，或在此基础上补充病情，医患双方进行更高效的交流。这也体现了用户对在线复诊使用的熟练程度。

用户一年内问诊次数分布情况



用户一年内在相同二级科室问诊次数分布情况



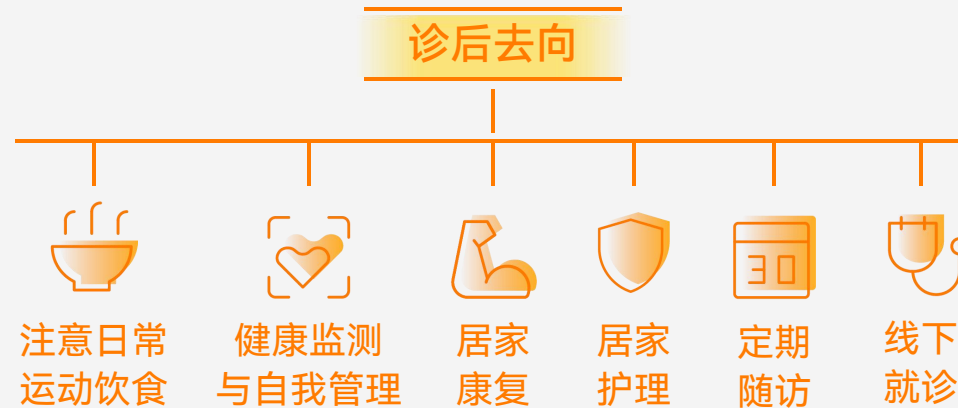
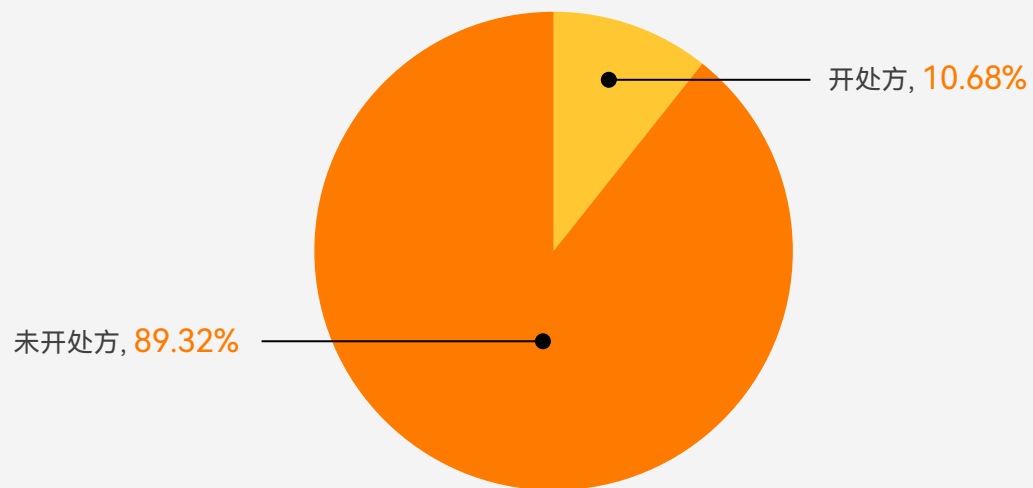
数据来源：京东健康，动脉网蛋壳研究院制图

用户需求八：处方并非唯一问诊目的，大多问诊并未开具处方

开处方并非都是线上咨询问诊的主要目的，咨询问诊完成后，大部分订单均未开具处方，这些用户需要处方之外的、更多元化服务。

样本数据显示，仅有10.68%的咨询问诊订单开出了处方，高达89.32%的订单并未开处方。尽管互联网医疗的基础定位是在线复诊，但现实中用户在线寻医问药的情况多种多样。未开处方的订单中，用户可能获得了关于运动饮食、数据监测与自我管理、居家康复护理等的健康建议，可能需要购买与疾病或健康问题相关的实物产品，也可能需要线下就医。

在线咨询问诊处方开具情况

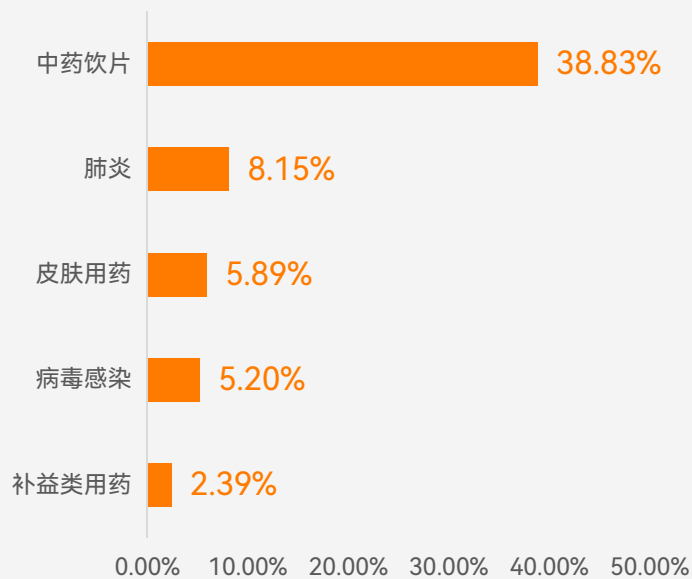


用户需求九：实物购买均与常见病治疗、健康管理相关

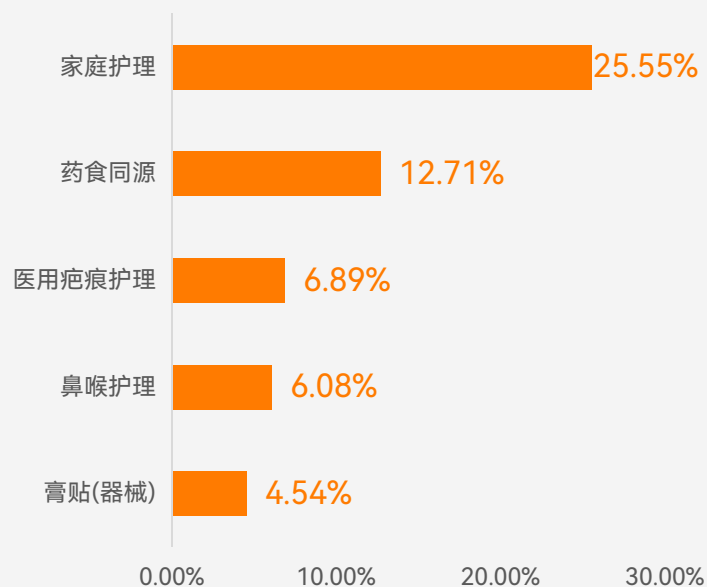
无论是否开具处方，用户诊后都可能购买实物产品以解决疾病或健康问题，购买量最高的药品、器械、保健滋补等产品，均与常见病治疗、健康管理相关。

用户购买的三大类医疗健康产品中，药品以中药饮片、肺炎用药、皮肤用药占比较高，医疗器械以家庭护理、医用疤痕护理、鼻喉护理占比最高，保健滋补以及钙、维生素等占比最高，这与服务量最高的科室、疾病种类特征一致，主要涉及中医、皮肤、呼吸等疾病，即用户在这些专科专病方面需要更完整的服务与产品链条。

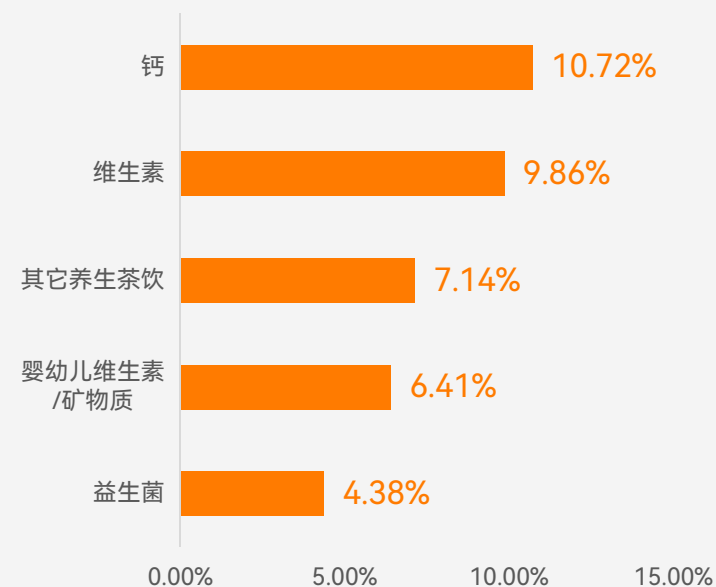
在线咨询问诊后购买药品情况



在线咨询问诊后购买医疗器械情况



在线咨询问诊后购买保健品情况



数据来源：京东健康，动脉网蛋壳研究院制图

本章小结

总结一

互联网医疗用户年龄结构呈新趋势，中老年占比增长

现阶段互联网医疗用户以年轻人为主力，但老年用户已占一定比例，中老年用户占比逐年增长。虽然用户区域分布存在不均衡，但人口老龄化将普遍发生在各个地区、各级城市。作为慢病高发群体，中老年用户占比增长，将为互联网医疗带来更大的潜在用户规模。

总结三

用户对服务响应时效要求高，各环节用户体验不容忽视

从咨询问诊类型分布来看，用户对问诊时效有较高要求，极速问诊成为大多数用户的选择。线下医疗服务中，往返交通、院内各种排队等候占用时间多，线上问诊已经节省了这部分时间；尽管如此，用户在线上仍不希望等待太长时间。

总结二

线上问诊疾病种类特征明显，为构建深度服务指明方向

用户问诊需求集中在中医、内科、营养、皮肤等科室，以及皮肤、呼吸、妇产等常见病。且开具处方并非用户的最主要目的，用户问诊后的实物产品也与这些疾病或健康问题相关，意味着互联网医疗平台需围绕重点疾病、重点人群构建更连续和深度的服务。

总结四

多次就诊用户已占一定比例，对服务与平台更加认可

一年内多次问诊的用户占比、便捷复诊的用户占比等多个指标表明，互联网医疗及相关平台正以其高效率、便捷度与服务口碑，获得用户认可，让用户在有就医需求时，主动在平台上求医，甚至熟练使用复诊功能。同时，平台需进一步提升服务质量，以获得更多用户认可。

第三章

互联网医疗需搭建新型服务体系

互联网医疗始终以用户为中心，围绕用户需求整合资源、输出服务。根据最新的用户画像和需求，本章阐述了互联网医疗新型服务体系所需的七大要点，与服务速度、服务连续性、服务个性化、服务规范化以及生态化等息息相关。

高效、精准进行医患匹配，及时响应用户全流程需求

针对互联网医疗用户的问诊咨询习惯，无论从患者安全还是用户体验考虑，都应及时响应患者在医、药全流程的需求，并精准匹配服务资源。

用户对各类互联网应用都有高效、便捷的使用要求，对互联网医疗也不例外；同时，患者对自身病情紧急程度的判断能力有限，即使平台会对不适宜线上问诊的情况做说明，仍不排除会有紧急病情的患者发起问诊，这都要求平台及时响应。

同时，患者就诊时不知选什么科室、选什么医生的情况普遍存在，也需平台精准匹配服务角色、服务内容。

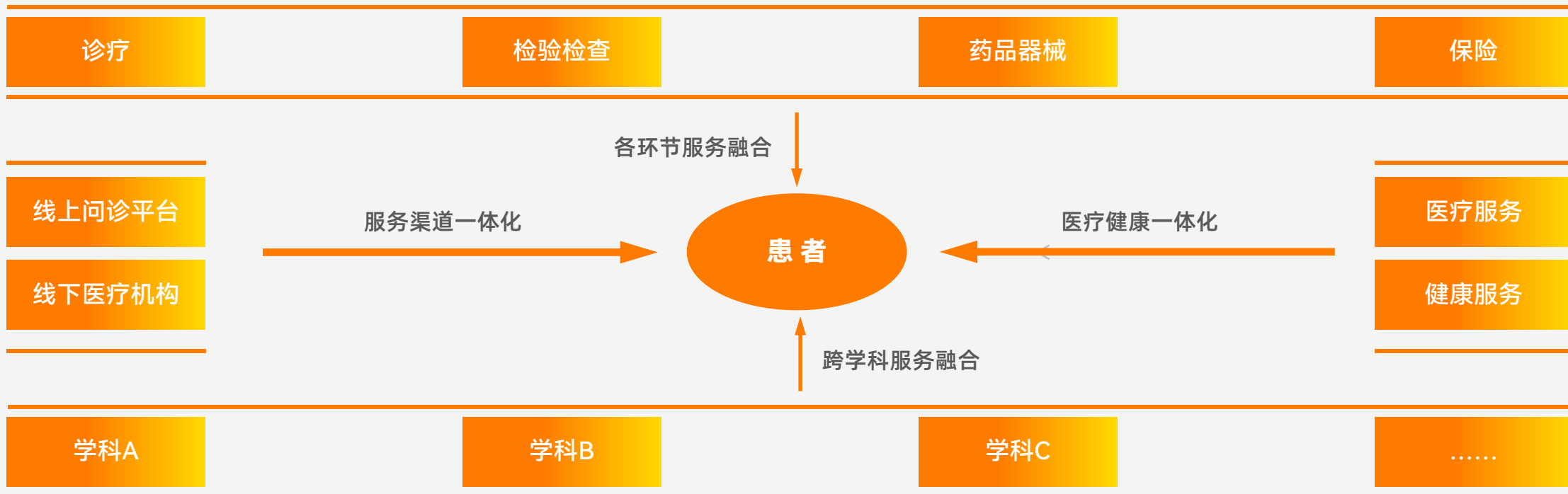


充分整合资源，围绕专科专病构建一体化服务

互联网医疗服务需打破医疗资源相对分散的格局，广泛整合、优化配置，以连续性的专科专病服务为导向建立服务模式。

数据分析表明，用户围绕疾病的连续性就医需求突出，传统医疗服务的碎片化模式难以满足这类需求，线上咨询与复诊开方跨越时空限制，虽然有创新性，但也只是解决了疾病和健康问题的一部分诉求。

新型服务体系需以疾病诊疗康复为链条，整合相应的服务资源，打破学科壁垒、医药险等服务内容壁垒、线上线下渠道壁垒，为用户提供一体化的专科专病服务。



细分用户群，聚焦重点人群匹配个性化医疗健康服务

除了围绕疾病提供一体化服务之外，互联网医疗还需为孕产妇、婴幼儿、学生、职业人群、老年人等重点人群提供个性化服务。

上述重点人群健康风险较大，其中，老年人慢性病、重大疾病高发，医疗资源消耗多；职业人群的健康状况对自身、家庭及企业都有直接影响。

一方面，个性化的医疗健康服务针对患者在年龄段、生活状况、健康状态等的不同情况进行，能更好地提升服务质量。另一方面，个性化服务能更精准地使用医疗资源，减少医疗资源消耗；对用户而言，则能促进与维护健康状态，降低疾病风险和医疗成本。

重点人群	差异化服务需求	共性需求
孕产妇	自我监测指导 营养健康 心理健康 妊娠疾病管理 产后康复	 • 定期体检  • 健康档案  • 长期管理
婴幼儿	生长发育 营养与喂养 疾病风险筛查 伤害预防 急诊急救	
学生	生长发育 营养健康 近视防控 心理健康 口腔健康	
职业人群	职业病防治 职业健康维护 慢病管理 保险保障	
老年人	健康照护 智能硬件监测 慢病管理 就医陪诊	

沉淀医疗健康全流程数据，深度挖掘数据价值

在打造了专科专病、个性化服务的基础上，可沉淀规模化的单病种数据、细分人群健康数据，并着力进行数据价值挖掘。

个人数据积累，有助于医生更全面地了解患者病情，综合评估患者状况，为疾病诊断和治疗提供重要参考，提升诊疗准确性。

群体数据沉淀与价值挖掘，则有助于互联网医疗平台及时掌握患者反馈，优化产品与服务流程；全维度数据可为医学研究提供更大规模的样本，以深入探究疾病发病机制、治疗方案以及互联网医疗在其中的价值。

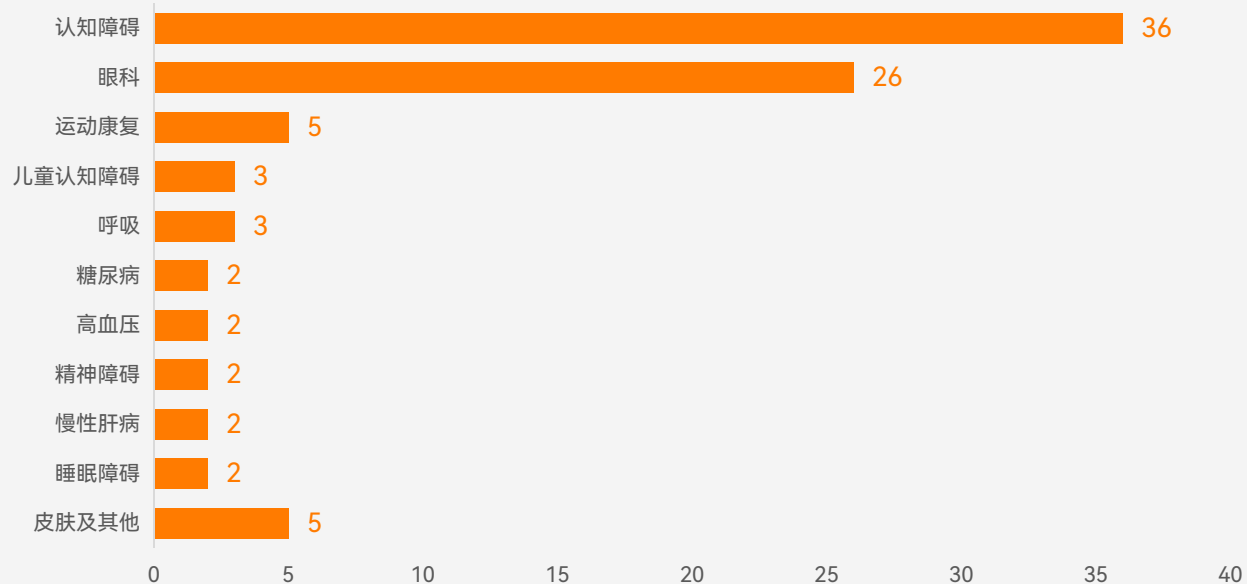


紧抓技术变革机遇，以创新技术支持创新服务

无论是服务创新还是数据价值挖掘，都需以技术革新为支撑，诸如利用5G、大数据、医疗大模型等技术机遇，为互联网医疗新型服务体系所用。

数字疗法、大模型是近两年来发展最为迅速的产品或技术。截至2023年，国内共有80多个数字疗法产品获批，并进入越来越多的疾病领域；基于数字疗法在治疗干预上的原理，以及获批难易度，已获批数字疗法产品所针对的疾病领域高度集中，认知障碍、眼科获批产品最多；呼吸、运动康复、高血压、糖尿病等也有产品获批，与互联网医疗重点发展的专科专病服务有诸多重合。医疗大模型则可应用于互联网医疗的辅助诊断、患者服务、医疗质控等多个环节。

已获批数字疗法产品按疾病分类



医疗大模型部分应用场景



资料来源：《2023数字医疗年度创新白皮书》，动脉网蛋壳研究院制图

以合规服务为基本前提，以高质量服务为终极目标

作为新业态，互联网医疗需要始终以规范化服务为底线，制定质控制度，开创基于线上服务特征的标准或共识，以高质量的服务促进行业持续发展。

互联网医疗通过远程方式提供医疗服务，不同于传统的面对面诊疗方式，必须制定相应的规范和标准，确保医疗服务安全与质量。在线诊疗要求医生具备相应资质和经验，需遵守医疗伦理和法律法规，避免误诊、误治等问题。近年来，业内已针对互联网医疗多种疾病管理流程制定了专家共识，借助相应专科头部专家经验，规范服务流程，对行业起到了指导作用。

2021年

互联网医院开展艾滋病相关医疗服务专家共识

立足临床实践，制订了艾滋病预防和治疗的线上规范化分诊和服务路径

2021年

互联网医院糖尿病线上管理中国专家共识

制定了糖尿病线上管理的规范化流程、管理平台建设等内容

2022年

互联网医疗在阻塞性睡眠呼吸暂停临床诊治中的质量控制专家共识

包括互联网医疗在OSA临床应用流程、质量控制要求等

2022年

高血压院外互联网管理中国专家共识

明确了高血压院外管理的适用人群，院外血压管理内容和管理方案等

2022年

精神专科互联网诊疗专家共识

围绕诊疗流程、晤谈方式等多个方面，为互联网诊疗的规范化提供指导建议

2023年

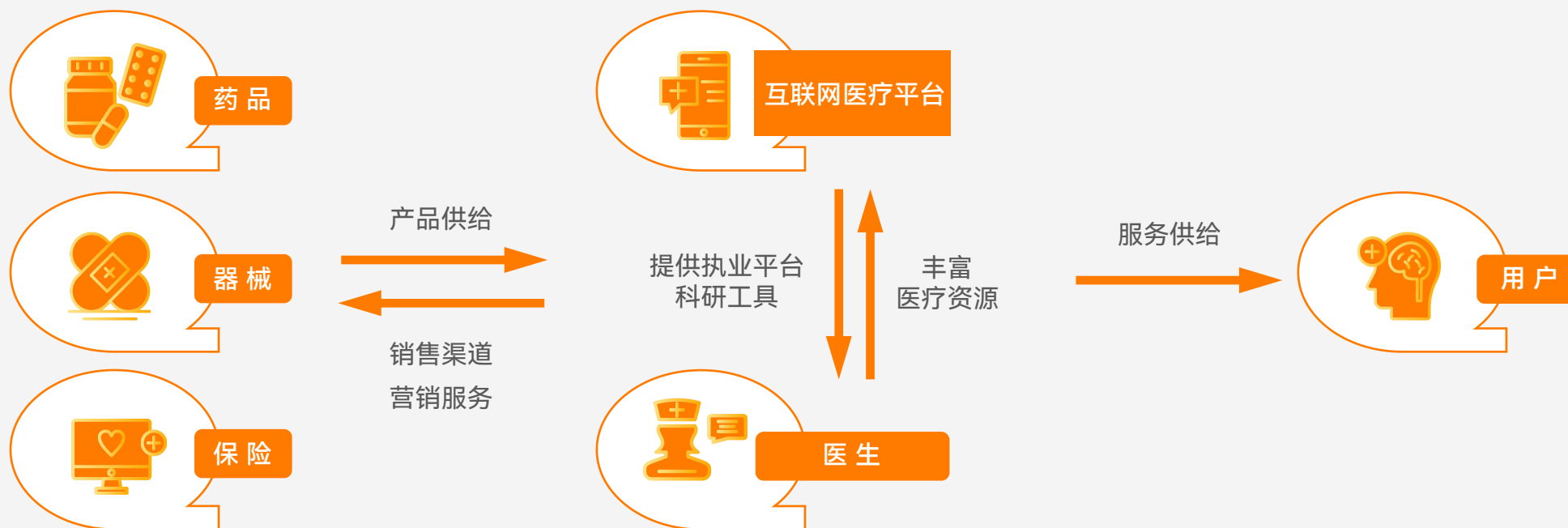
互联网医疗智能辅助审方系统的构建与应用专家共识

基于医疗机构审方系统的构建经验，对互联网医疗智能辅助审方系统提出建议

助力医生、医疗机构及其他合作伙伴

互联网医疗新型服务体系最终服务于患者，在此过程中需为各方合作伙伴助力，以形成可持续的发展模式。

总的来说，互联网医疗平台联合医生和上游药械企业等，共同为患者服务，因此，平台需为这些合作伙伴创造充足的价值。例如，为医生提供高效的执业渠道，帮助医生扩大服务范围、放大服务效能；为医生提供科研工具，积累病例与数据，让医生更快成长。互联网医疗平台也可为药品器械企业提供患者触达渠道，帮助其进行长期的患者管理，提升用药或治疗的依从性，同时，还能与保险公司联合，进行创新保险产品开发、开拓销售渠道。



第四章

新型服务体系案例解析

互联网医疗始终以用户为中心，围绕用户需求整合资源、输出服务。根据最新的用户画像和需求，本章阐述了互联网医疗新型服务体系所需的七大要点，与服务速度、服务连续性、服务个性化、服务规范化以及生态化等息息相关。

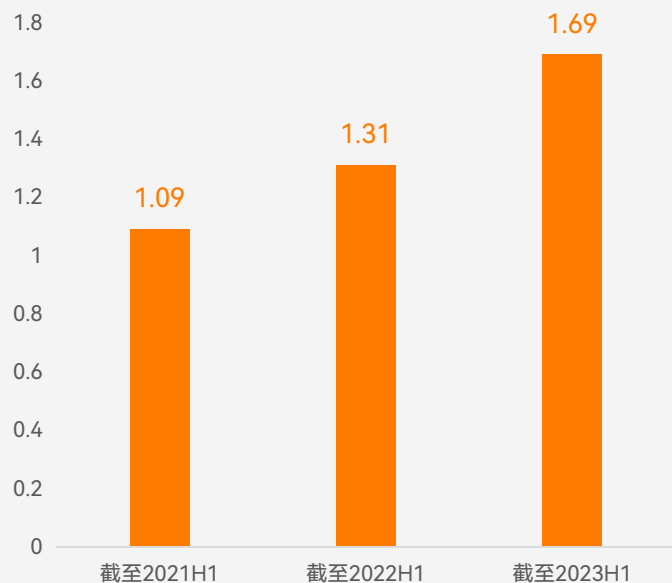
京东健康互联网医疗服务概况

京东健康持续探索互联网医疗新型服务体系搭建，已建成27个专科中心，2023年全年诊疗人次已经超过1.6亿。

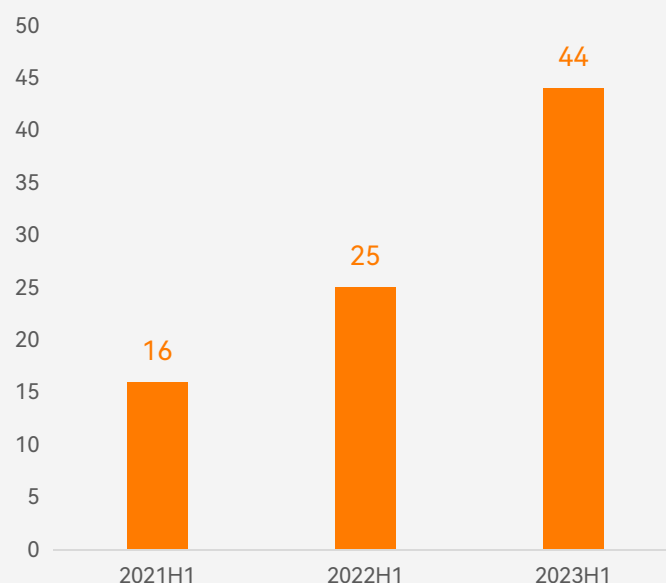
近年来，京东健康互联网医院已在技术研发、质量建设、运营管理等领域的投入已累计超20亿元，获得超过800项优质专利，覆盖医疗大模型、数字疗法、医学科研、疾病预测等诸多前沿课题领域。

持续投入使得京东健康服务量、用户数稳步增长，服务能力提升。2023年，京东健康诊疗人次已超过1.6亿，其中，极速问诊30秒接诊率达到90.4%，累计获得超过1800万患者的真实评价，患者好评率高达98.1%。

京东健康活跃用户数变化



京东健康日均在线咨询问诊量变化



患者好评率

98.1%

极速问诊30s接诊率

90.4%

累计患者真实评价

1812万+

累计收获线上锦旗

8.3万+

数据来源：京东健康，动脉网蛋壳研究院制图

服务专科专病人群：上线皮肤医院，满足多元化皮肤健康需求

针对多种皮肤疾病需要长期管理、频繁就医的特点，京东健康上线了皮肤医院，满足皮肤科常见病、疑难杂症等多种类型的诊疗与管理需求。

京东健康打造了国内首批皮肤专科互联网医疗服务平台，与40位皮肤疾病领域的头部专家合作开设线上名医工作室，且已有超过3000名来自三甲医院的皮肤专科医生入驻平台，还建设了皮肤专科全职医生团队。

京东健康充分发挥互联网医疗随时随地、即时沟通、资源高效匹配的优势，截至2023年底，京东健康皮肤医院已累计服务数百万名各类皮肤疾病患者。

- 3000+三甲医院皮肤专科医生入驻
- 40+头部专家开设线上名医工作室
- 毛发医联体共建特色门诊
- AI测肤、分诊、辅诊及皮肤健康档案
- 全病程管理模式

资源供给
→

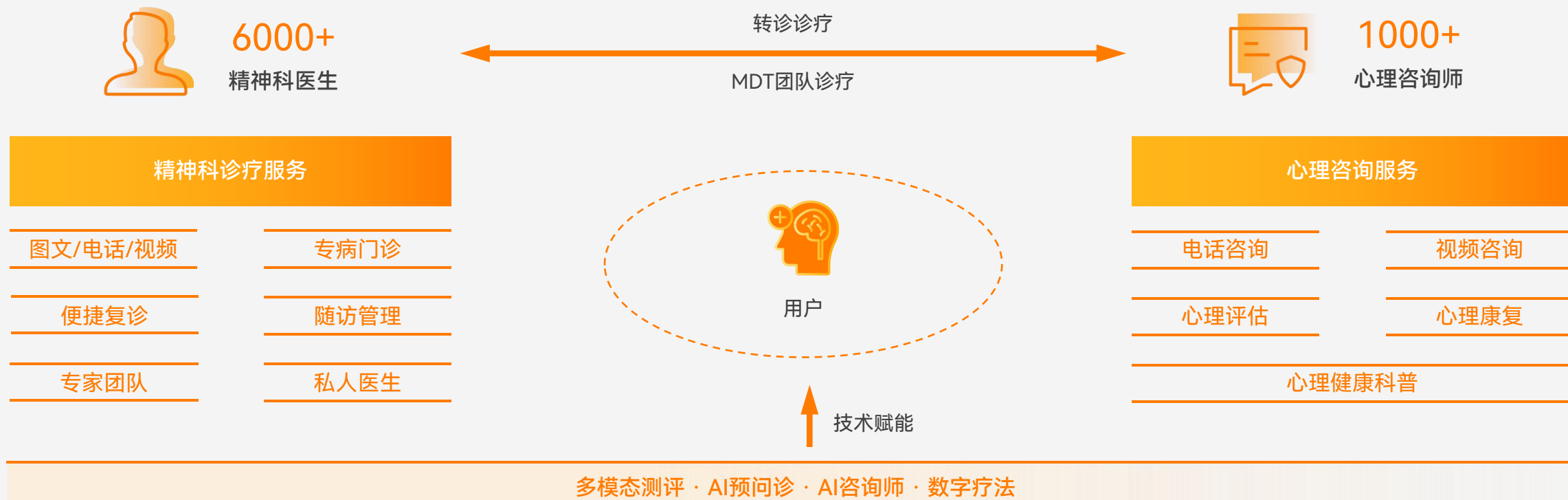


服务专科专病人群：升级心理服务中心，精神科诊疗与心理咨询协同

针对心理健康需求日渐增长、传统服务分散等问题，京东健康升级心理服务中心，整合精神科诊疗与心理咨询，共同服务用户。

2023年，京东健康心理服务中心全面升级，为不同心理问题的用户匹配心理咨询师或精神科医生，衔接心理测试、心理评估、心理咨询、精神和心理疾病诊疗服务，通过双向转诊和整合治疗模式更好地帮助用户。

截至2023年年底，京东健康心理服务中心累计服务用户已超过数十万人次。

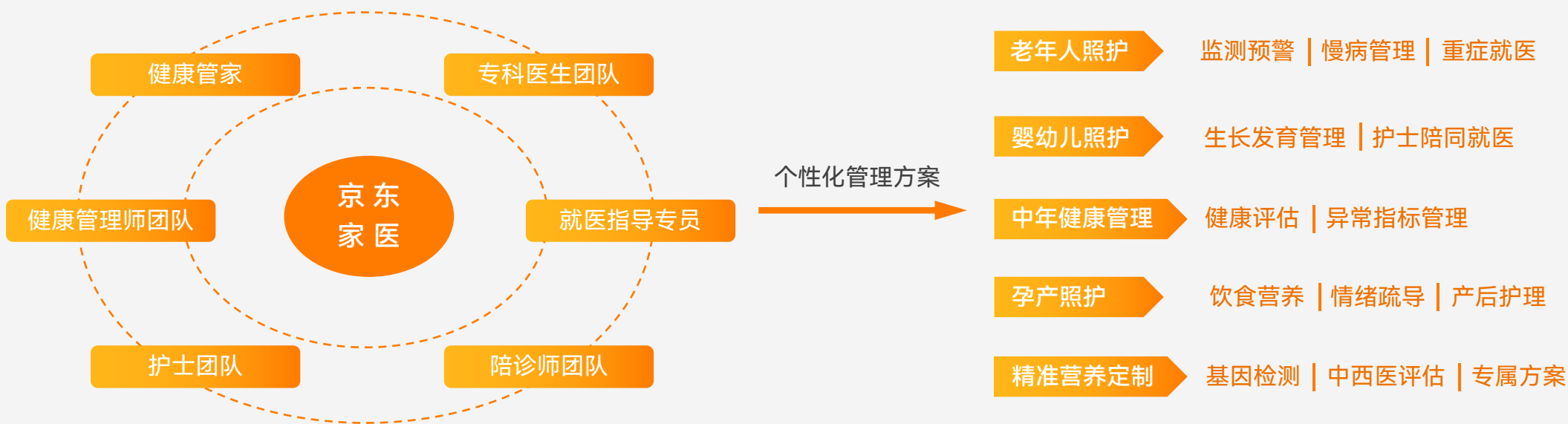


服务细分用户：京东家医为重点人群打造长期、主动式管理

围绕孕产妇、婴幼儿、老年人等人群高频的健康需求，京东健康不断完善京东家医产品，已形成对多个重点细分人群的健康管理服务矩阵。

2023年，京东家医升级，上线“老人全年照护”服务，为老年人提供健康监测、慢病管理、重症就医陪诊的服务。加上此前已有的婴幼儿照护、孕产照护等，京东家医已构建五大细分服务。

京东家医整合专科医生、健康管家、健康管理师、护士等资源，为细分人群提供长期、主动式管理，并打通“健康管理+医疗服务+智能硬件+药品/保健品”的服务闭环，满足用户个性化需求。



搭建质控体系、标准化诊疗路径，保障医疗质量

京东健康持续聚焦互联网医院质控体系建设、探索不同疾病的标准化诊疗路径，保障用户服务质量和医生执业安全。

京东健康互联网医院组建了医疗质量管理委员会，持续打磨和落实《京东健康互联网医院医疗质量控制核心制度》以及《京东健康互联网医院标准化诊疗路径》。截至2023年底，京东健康互联网医院医疗质量管理委员会已聘请了8名首席医学专家、33名特聘医疗专家，达成关于各专科线上高频疾病标准化诊疗共识，发布标准化诊疗路径223个，以及12项医疗质量安全管理规章制度。质控制度、诊疗路径已贯穿于日常管理和服务中。

医院质量与安全管理

医疗质量管理委员会

药事管理与药物治疗学委员会

病案管理委员会

服务管理委员会

多个科室质量与安全管理小组

标准化诊疗路径

223个

医疗质量安全管理规章制度

12项

首席医学专家

8位

特聘医疗专家

33位

数据来源：京东健康，动脉网蛋壳研究院制图

互联网医疗+实体医疗医药资源，线上线下优势互补

京东健康自建或收购实体医疗机构，自营实体药店，再结合其他的合作线下机构，加速构建线上线下一体化医疗服务。

2023年，京东健康体检中心亦庄店和宿迁店相继开业；与宿豫区政府、宿豫区卫健局联合打造的宿豫医院正式开始运营。至此，京东健康已形成了自营线上平台+自营线下医疗机构+自营药店的业务格局。

线上平台突破空间限制，为用户提供便捷高效的咨询、问诊、测评等服务，自营医疗机构提供检验检查、手术住院等服务，自营药房提供品类齐全、具有价格优势的药品；合作线下机构则覆盖更广泛的医疗医药服务，线上线下结合紧密。



技术贯穿诊疗全流程，兼顾质量与效率

京东健康持续推动数智化技术变革，发布医疗大模型“京医千询”，并将其作为新一代医疗健康服务生态建设的技术底座，贯穿医疗服务全流程。

在“京医千询”支撑下，京东健康打造了全病程智能辅诊平台，诊前环节实现精准医患匹配和疾病筛查，诊中环节帮助医生实现诊疗效率和患者体验的双提升，诊后环节覆盖全疾病周期全场景，实现精细化患者管理和数据沉淀。全病程智能辅诊平台上“生成”的全生命周期健康档案还能有效整合线上线下载数据，通过大数据技术提升精准诊断和治疗水平。

此外，京东健康还基于“京医千询”推出了智能医生助手、RWD平台、新一代医院智慧服务系统等产品和解决方案，赋能更多行业参与者。



第五章

互联网医疗行业演进趋势

互联网医疗始终以用户为中心，围绕用户需求整合资源、输出服务。根据最新的用户画像和需求，本章阐述了互联网医疗新型服务体系所需的七大要点，与服务速度、服务连续性、服务个性化、服务规范化以及生态化等息息相关。

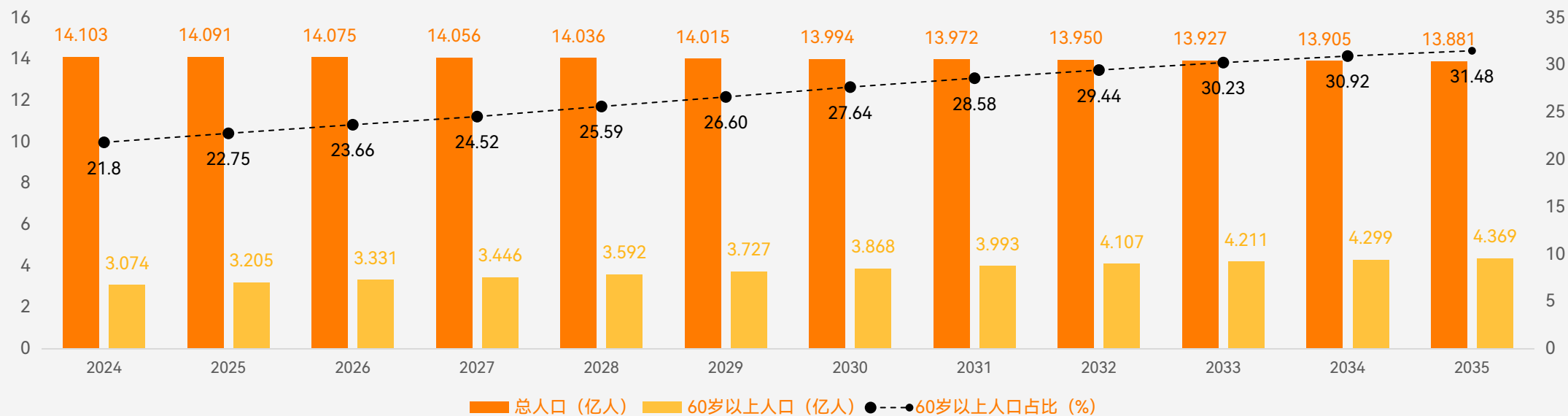
人口结构迎拐点，线上“适老化改造”扩大用户群

我国人口结构已迎来老龄化的关键拐点，互联网医疗进行线上“适老化改造”，匹配适用于目标用户的交互形式或产品，将进一步扩大用户群体。

中老年人口是慢病高发群体，也是互联网医疗的目标用户群。据国家统计局数据显示，截止至2022年末，我国人口自然增长率为-0.60%，这是我国61年来人口首次出现负增长，2023年人口自然增长率则为-1.48%。与中国人口负增长相伴随的是人口老龄化，二者相互强化。

京东健康的线上问诊服务中，61岁以上用户已占12.83%，且中老年用户正逐年增长。互联网医疗平台持续进行功能优化，简化诊疗流程和页面设置，设置更适合老年人使用的语音、视频等交互形式，开发智能终端采集和管理老年人健康数据，将有助于服务渗透至更多老年群体。

中国人口规模与年龄结构变化趋势预测



数据来源：中国人民大学人口与发展研究中心《中国人口负增长与老龄化趋势预测》，动脉网蛋壳研究院制图

“回归”线下，本地化服务将发挥重要作用

随着线上基础设施搭建到一定程度，互联网医疗又将“回归”线下，注重本地化服务，与线上服务形成闭环，进一步满足用户对高效和便捷的需求。

线下服务整体涉及三大板块：院内就诊、院内消费和到家服务，其中院内就诊主要针对疾病诊疗，包括线下门诊、就医陪诊、手术住院等，是部分疾病治疗不可或缺的内容；院内消费主要是消费医疗，包括疫苗、口腔、眼科、医美、体检等，仍然涵盖必需的线下环节；到家服务主要指及时的护理上门、药品配送等。这些线下服务与线上服务相互促进，能够更好地服务患者。



医药险联动，新型医疗服务体系仍将持续完善

互联网医疗搭建新型服务体系无法一蹴而就，体系完善之路任重道远，距离实现医药险联动的良性循环还有巨大创新空间。

医疗方面，将着重加深线上线下服务融合，着重从疾病诊疗延伸至健康维护；药品方面，将着力打造专业化药事服务，保障高效供给的同时，也保障用药安全、用药依从性，以实现更好的治疗效果；支付方面，除了个人支付和医保支付之外，通过多维度的医疗健康数据促进商业健康险产品创新，以覆盖互联网医疗服务，并进行企业健康管理市场教育，拓展由企业支付的服务。



声明

免责声明

本报告的信息来源于已公开的资料和访谈，蛋壳研究院对信息的准确性、完整性或可靠性不作保证。本报告所载的资料、意见及推测仅反映蛋壳研究院于发布本报告当日的判断，过往表现不应作为日后的表现依据。在不同时期，蛋壳研究院可能发布与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告。蛋壳研究院不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，蛋壳研究院对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，投资者应当自行关注相应的更新或修改。

版权声明

本文档版权属于蛋壳研究院/北京蛋黄科技有限公司，未经许可擅自，蛋黄科技保留追究法律责任的权利。

蛋壳研究院（VBR）

蛋壳研究院关注全球医疗健康产业与信息技术相关的新兴趋势与创新科技。蛋壳研究院是医健产业创投界的战略伙伴，为创业者、投资人及战略规划者提供有前瞻性的趋势判断，洞察隐藏的商业逻辑，集合产业专家、资深观察者，尽可能给出我们客观理性的分析与建议。

研究人员



张晓旭
高级研究员