

2021年 中国医疗科技系列：探寻数字医疗 服务行业增长逻辑

2021 China Medical Technology Series: exploring the Growth
Logic of digital medical service industry

2021年中国医療科学技術シリーズ：デジタル医療サービス業界
の成長ロジックを探る

概览标签：数字医疗、互联网医院、医疗资源、在线问诊

报告主要作者：冯雨涵

2021/06

报告提供的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等）均系头豹研究院独有的高度机密性文件（在报告中另行标明出处者除外）。未经头豹研究院事先书面许可，任何人不得以任何方式擅自复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编本报告内容，若有违反上述约定的行为发生，头豹研究院保留采取法律措施，追究相关人员责任的权利。头豹研究院开展的所有商业活动均使用“头豹研究院”或“头豹”的商号、商标，头豹研究院无任何前述名称之外的其他分支机构，也未授权或聘用其他任何第三方代表头豹研究院开展商业活动。

摘要

01

中国数字医疗服务平台主要提供挂号问诊、健康管理、送药上门、以及医生助手等服务

- 中国数字医疗服务平台起源于2000年左右，早期涌入的先行者大部分在行业洗牌阶段被淘汰，留存下来的少数平台与爆发期背靠行业巨头出现的平台构成现在的行业形态

02

用户规模高速增长、资本入场等推动行业发展，在线挂号问诊、健康管理平台及医药电商平台均得到有力发展

- 中国已进入老龄化社会以及慢性病人口增加推动医疗健康需求增加，中国医疗系统存在医疗效率低、非医保覆盖药品价格高、医保系统入不敷出等痛点。而且，中国医疗资源与医疗需求严重倒置，数量最少的三甲医院承受过半的就诊人次，大量基层医疗资源未被利用；同时看病“三短一长”消耗患者时间等催生数字医疗服务行业

03

疫情正改变着居民就医习惯，推动用户规模高速增长，促进在线挂号问诊、健康管理平台及医药电商平台得到有力发展

- 互联网医院的普及减少病患看病时间、提高医生效率、缓解医患关系，相较于传统的全程在院就诊流程，就医体验更佳
- 中国医药电商主要通过B2B、B2C、O2O三种形式流通，其中B2B、B2C为主要构成平台。另外，医院处方流转与DTP药房将为广大慢性病患者带去福音

中国数字医疗服务需求持续扩大，市场规模保持高速增长

数字医疗是把现代计算机技术、信息技术应用于整个医疗过程的一种新型的现代化医疗方式，涵盖了医院信息服务、健康管理、医患沟通、医药电商等方面，是公共医疗的发展方向和管理目标

2015年医药电商市场规模为447亿元，2020年达到1,876亿元，五年CAGR=33.22%，中国医药电商经历了高速增长阶段，根据沙利文预测，2025年医药电商市场规模将达到5,588亿元，2030年达到1.2万亿；在线问诊市场规模在2015年仅为10亿元，2030年将达到4,070亿，后将进入较稳定的增长阶段



目录

CONTENTS

◆ 名词解释	-----	10
◆ 中国数字医疗服务行业概况	-----	11
• 行业定义与内涵	-----	12
• 发展历程	-----	13
• 医疗服务产业链图谱	-----	14
• 数字医疗服务行业剖析	-----	15
• 市场规模	-----	16
• 政策法规	-----	17
◆ 中国数字医疗服务行业成长逻辑	-----	18
• 发展环境分析	-----	19
• 中国医疗生态系统现存痛点	-----	20
• 医疗资源分配不均	-----	21
• 疫情推动行业发展	-----	22
• 用户规模增长带动市场需求	-----	23
• 资本青睐驱动行业中企业成长	-----	24
• 商业模式之一：互联网医院	-----	25
• 商业模式之二：医药电商	-----	26
• 案例解析之一：平安健康	-----	27
• 案例解析之二：微医	-----	28
◆ 中国数字医疗服务企业推荐	-----	29
• 阿里健康	-----	30
• 京东健康	-----	32
• 平安健康	-----	34

目录

CONTENTS

- ◆ 方法论
- ◆ 法律声明

36

37

目录

CONTENTS

◆ Terms	-----	10
◆ Overview of Digital Medical Service Industry in China	-----	11
• Industry Definition and Connotation	-----	12
• Development History	-----	13
• Map of Medical Service Industry Chain	-----	14
• Analysis of Digital Medical Service Industry	-----	15
• Market Size	-----	16
• Policies and Regulations	-----	17
◆ Growth Logic of Digital Medical Service Industry in China	-----	18
• Development Environment Analysis	-----	19
• Existing Pain Points of Chinese Medical Ecosystem	-----	20
• Uneven Distribution of Medical Resources	-----	21
• Epidemic Situation Promotes Industry Development	-----	22
• Growth of User Scale Drives Market Demand	-----	23
• Capital Preference Drives the Growth of Enterprises in The Industry	-----	24
• Business Model 1: Internet Hospital	-----	25
• Business Model 2: Pharmaceutical Online Retailers	-----	26
• Case Analysis 1:Pingan Healthcare	-----	27



目录

CONTENTS

• Case analysis 2: We Doctor	-----	28
◆ Recommendation of Digital Medical Service Enterprises in China	-----	29
• Aali Healthcare	-----	30
• Jingdong Healthcare	-----	32
• Pingan Healthcare	-----	34
◆ Methodology	-----	36
◆ Legal Statement	-----	37



图表目录

List of Figures and Tables

图表1: 中国医药电商销售规模占医药总销售额比例, 2015-2020	-----	12
图表2: 中国挂号问诊平台市场规模, 2015-2020	-----	12
图表3: 中国健康管理平台男女用户占比, 2020	-----	12
图表4: 医疗知识平台用户学历分布, 2020	-----	12
图表5: 医生助手平台用户学历分布, 2020	-----	12
图表6: 中国数字医疗服务行业发展历程	-----	13
图表7: 中国医疗服务行业产业链	-----	14
图表8: 细分医疗器械占比情况, 2019	-----	14
图表9: 公立医院终端各类药品销售占比情况, 2015-2020	-----	14
图表10: 互联网医院按主导方分类, 2020	-----	14
图表11: 已建互联网医院的实体医院情况, 2020	-----	14
图表12: 中国卫生支出情况, 2015-2019	-----	14
图表13: 中国肿瘤患者患病数, 2020	-----	14
图表14: 中国数字服务行业剖析, 2020年	-----	15
图表15: 中国互联网医院类型, 2020	-----	15
图表16: 数字慢病管理标准服务流程	-----	15
图表17: 中国医药电商市场规模, 2016-2020	-----	15
图表18: 中国数字医疗和在线问诊市场规模, 2020-2025年预测	-----	16
图表19: 中国数字医疗服务行业相关政策法规	-----	17
图表20: 第七次人口普查构成, 2020	-----	19
图表21: 慢病导致死亡占比, 2019	-----	19

图表目录

List of Figures and Tables

图表22: 中国人均可支配收入, 2016-2020	-----	19
图表23: 中国医疗生态系统现存痛点: 医疗效率低、药品价格高、医保系统入不敷出	-----	20
图表24: 中国医疗资源与医疗需求倒置, 2019	-----	21
图表25: 医疗诊断过程中的时间分配结构, 2019年	-----	21
图表26: 中国数字医疗平台用户数量, 2011-2020	-----	22
图表27: 平安健康注册用户数及月活用户, 2018-2020	-----	22
图表28: 京东健康年活用户, 2018-2020	-----	22
图表29: 微医注册用户数及年活用户, 2018-2020	-----	22
图表30: 中国互联网医疗平台用户数量, 2020年4月&2021年4月	-----	23
图表31: 互联网医疗用户年龄分布, 2020	-----	23
图表32: 互联网医疗用户学历分布, 2020	-----	23
图表33: 中国数字医疗企业投融资情况, 2013-2019	-----	24
图表34: 中国数字医疗企业投融资轮次分布, 2020	-----	24
图表35: 中国互联网医院商业模式	-----	25
图表36: 传统医院就医流程	-----	25
图表37: 中国医药电商商业模式	-----	26
图表38: 平安好医生业务模式图	-----	27
图表39: 平安健康自有医生数量, 2016-2020	-----	27
图表40: 平安健康与平安集团其他插件互相导流情况, 2019	-----	27
图表41: 微医业务模式图	-----	28
图表42: 微医大事件	-----	28
图表43: 微医毛利润及毛利率, 2018-2020	-----	28

图表目录

List of Figures and Tables

图表44: 微医健康维护服务营收情况, 2016-2020	-----	28
图表45: 阿里健康同行业比较, 2020	-----	30
图表46: 阿里健康提供的服务	-----	31
图表47: 阿里健康营业收入与毛利率, 2016-2020年	-----	31
图表48: 阿里健康各业务营收占比, 2020财年	-----	31
图表49: 阿里健康净利润分析, 2016-2020年	-----	31
图表50: 京东健康发展历程, 2013年至今	-----	32
图表51: 京东健康提供的服务	-----	33
图表52: 京东健康营业收入与毛利率, 2017-2020年	-----	33
图表53: 京东健康各业务营收占比, 2016-2020年	-----	33
图表54: 京东健康费用情况分析, 2016-2020年	-----	33
图表55: 平安健康发展历程, 2005年至今	-----	34
图表56: 平安健康提供的服务	-----	35
图表57: 平安健康营业收入与毛利率, 2016-2020年	-----	35
图表58: 平安健康各业务营收占比, 2020财年	-----	35
图表59: 平安健康净利润分析, 2016-2020年	-----	35

名词解释

TERMS

- ◆ **医联体**：医联体是指区域医疗联合体，是将同一个区域内的医疗资源整合在一起，通常由一个区域内的三级医院与二级医院、社区医院、村医院组成一个医疗联合体
- ◆ **TGI指数**：Target Group Index，目标群体指数，是反映目标群体在特定研究范围(如地理区域、人口统计领域、媒体受众、产品消费者)内的强势或弱势的指数； $TGI指数 = [目标群体中具有某一特征的群体所占比例 / 总体中具有相同特征的群体所占比例] * 标准数 100$
- ◆ **DTP药房**：DTP，是英文名为Direct to Patient的缩写，中文简称为“直接面向病人”。患者在医院开取处方后，药房根据处方以患者或家属指定的时间和地点送药上门，并且关心和追踪患者的用药进展，提供用药咨询等专业服务。DTP药房也被称为高值新特药直送平台
- ◆ **ECMO**：体外膜肺氧合,用于对重症心肺功能衰竭患者提供持续的体外呼吸与循环，以维持患者生命
- ◆ **HIS**：Hospital Information System，医院信息系统,医院信息系统是指利用计算机软硬件技术和网络通信技术等现代化手段，对医院及其所属各部门的人流、物流、财流进行综合管理，对在医疗活动各阶段产生的数据进行采集、存储、处理、提取、传输、汇总，加工形成各种信息，从而为医院的整体运行提供全面的自动化管理及各种服务的信息系统
- ◆ **EMR**：Electronic Medical Record，计算机化病历系统，它是用电子设备（计算机、健康卡等）保存、管理、传输和重现的数字化的病人的医疗记录，取代手写纸张病历
- ◆ **CIS**：Clinical Information System，临床信息系统，支持医院医护人员的临床活动，收集和處理病人的临床医疗信息，丰富和积累临床医学知识，并提供临床咨询、辅助诊疗、辅助临床决策，提高医护人员的工作效率，为病人提供更多、更快、更好的服务
- ◆ **PACS**：Picture Archiving and Communication Systems，影像归档和通信系统，它是应用在医院影像科室的系统，主要的任务就是把日常产生的各种医学影像（包括核磁，CT，超声，各种X光机，各种红外仪、显微镜等设备产生的图像）通过各种接口以数字化的方式海量保存起来，当需要的时候在一定的授权下能够很快的调回使用，同时增加一些辅助诊断管理功能
- ◆ **MIS**：Management Information System，是一个以人为主导，利用计算机硬件、软件、网络通信设备以及其他办公设备，进行信息的收集、传输、加工、储存、更新、拓展和维护的系统
- ◆ **GMV**：Gross Merchandise Volume，即商品交易总额，是成交总额（一定时间段内）的意思。多用于电商行业，一般包含拍下未支付订单金额

01

中国数字医疗服务行业概况

- 数字医疗是把现代计算机技术、信息技术应用于整个医疗过程的一种新型的现代化医疗方式，涵盖了医药电商平台、挂号问诊平台、健康管理平台、医疗知识平台以及医生助手平台，是公共医疗的发展方向和管理目标
- 中国数字医疗服务平台起源于2000年左右，早期涌入的先行者大部分在行业矫正阶段被淘汰，留存下来的少数平台与爆发期背靠行业巨头出现的平台构成现在的行业形态
- 数字医疗行业发展过程中离不开政策扶持；在萌芽阶段给予支持，爆发与洗牌阶段加强监管，优胜劣汰；在疫情阶段连续发文推动行业发展

中国数字医疗服务行业概况——定义与内涵

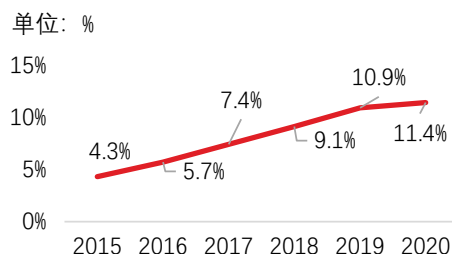
- 数字医疗是把现代计算机技术、信息技术应用于整个医疗过程的一种新型的现代化医疗方式，涵盖了医药电商平台、挂号问诊平台、健康管理平台、医疗知识平台以及医生助手平台，是公共医疗的发展方向和管理目标

中国数字医疗平台五大业务板块

医药电商平台

中国医药电商销售规模占医药总销售额比例，2015-2020

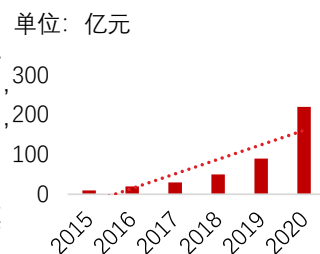
中国医药电商平台主要有三种模式：**B2B（企业对企业）、B2C（企业对顾客）、O2O（线上到线下）**



挂号问诊平台

中国挂号问诊平台市场规模，2015-2020

新冠疫情爆发后，“**居家隔离+在线问诊**”的模式能够有效降低交叉感染，推动挂号问诊平台发展。截至2021年4月，**中国已有1,100多家互联网医院**，在线问诊市场规模突破新高



健康管理平台

中国健康管理平台男女用户占比，2020

以人的“**个性化健康需求**”为目标，系统、完整、全程、连续、终身解决个人的健康问题的健康管理服务，**中国是人口大国，显然有着巨大的需求及潜力**

单位：%



男性：
57.9%



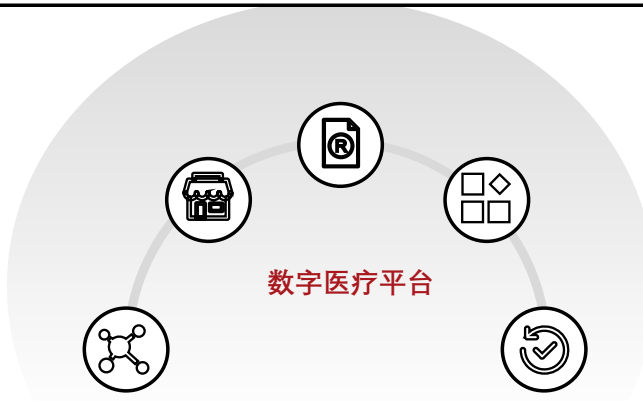
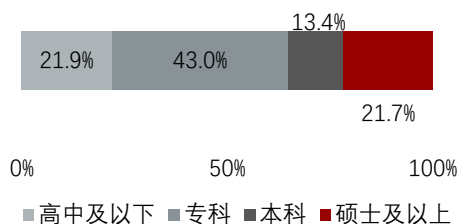
女性：
42.1%

医疗知识平台

医疗知识平台用户学历分布，2020

医疗知识平台的变现方式主要分为四种：**问诊付费、内容付费、分答付费、服务包付费**

单位：%

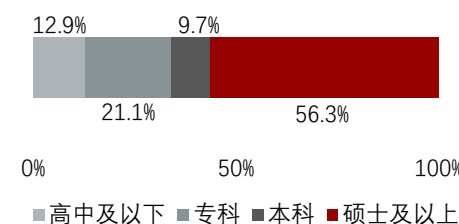


医生助手平台

医生助手平台用户学历分布，2020

医生助手服务于医生，是医生的移动诊室。平台的用户高学历显然居多，与医生的高专业性的工作性质有关

单位：%



中国数字医疗服务行业概况——发展历程

- 中国数字医疗服务平台起源于2000年左右，早期涌入的先行者大部分在行业洗牌阶段被淘汰，留存下来的少数平台与爆发期背靠行业巨头平台成为行业主要参与者

中国数字医疗服务行业发展历程

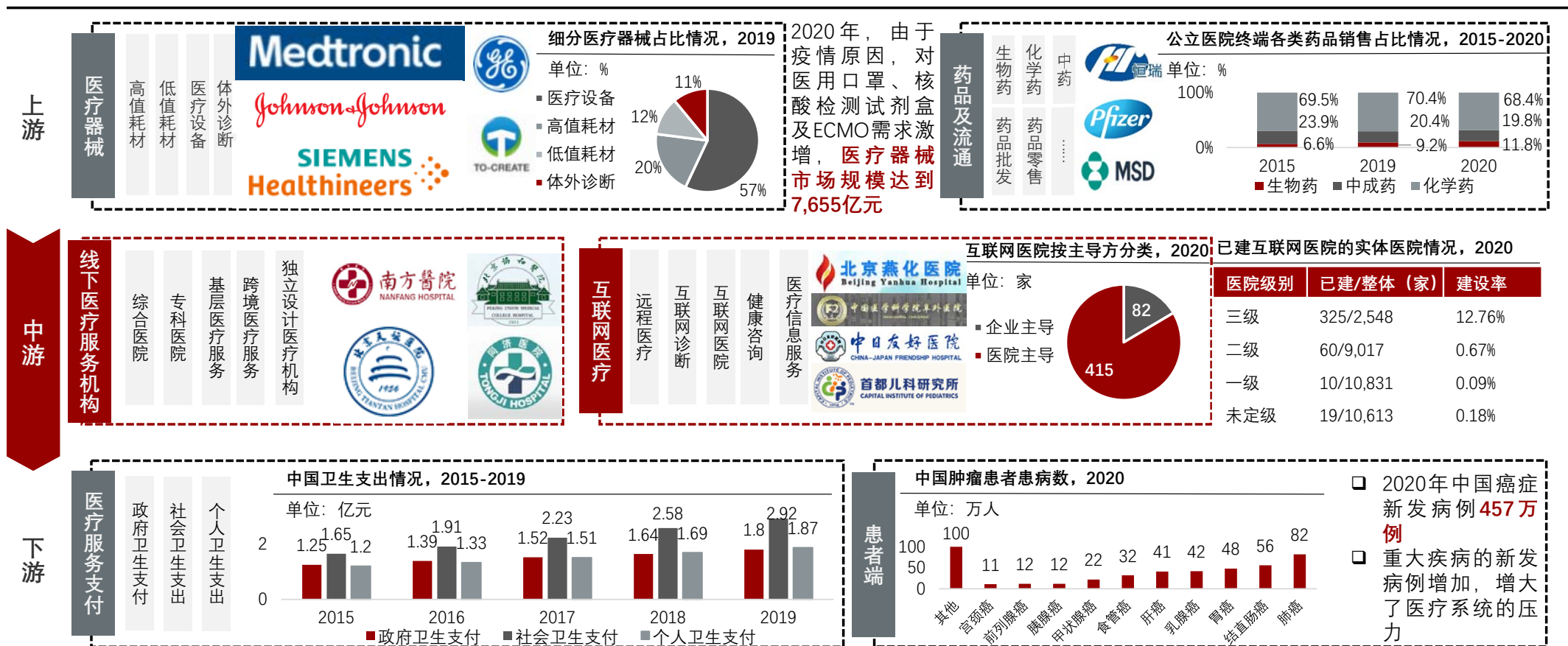


来源：头豹研究院
©2021 LeadLeo

中国数字医疗服务行业概况——医疗服务产业链图谱

- 中国医疗服务行业上游以医疗器械和药品厂商为主，中游服务机构中互联网医疗服务逐步发展成熟，下游医疗支出增加和患者群体增大促进医疗服务行业发展

中国医疗服务行业产业链



来源: 头豹研究院

©2021 LeadLeo

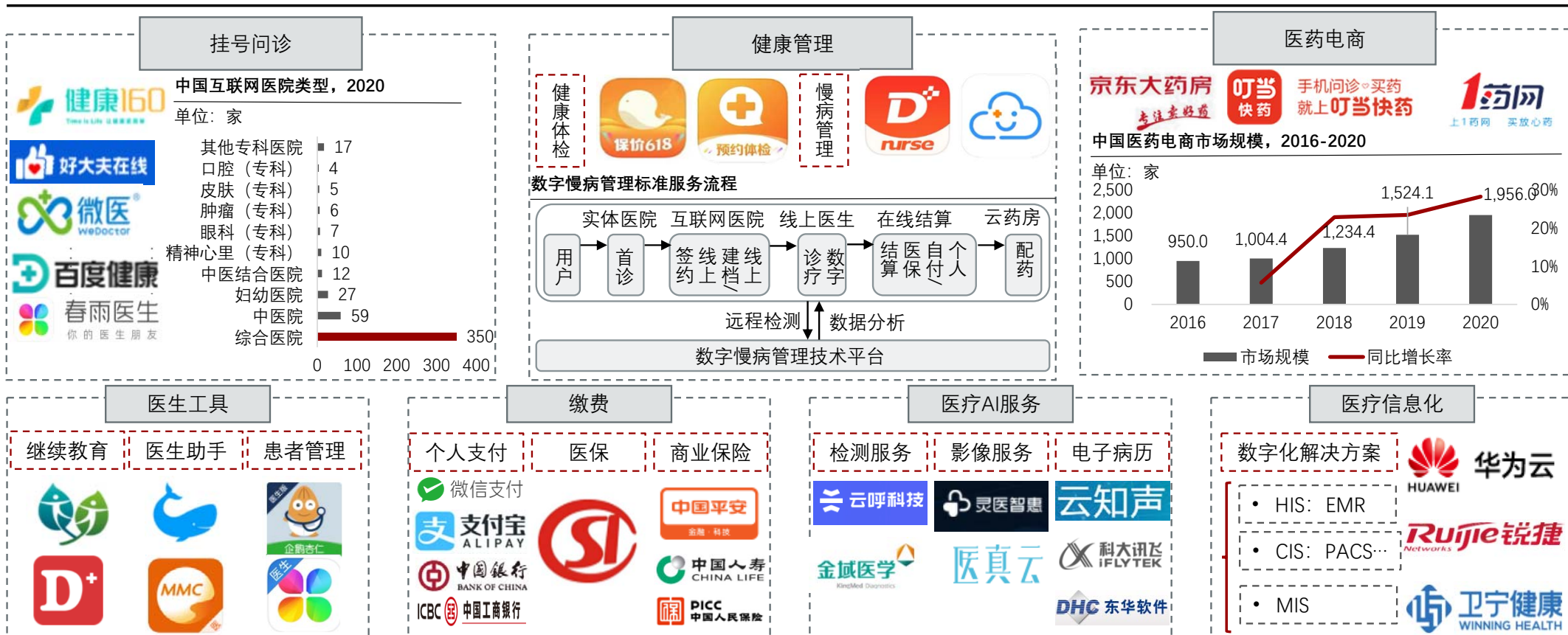


www.leadleo.com 400-072-5588

中国数字医疗服务行业概况——数字医疗服务行业新生态

- 中国数字医疗服务平台主要分为挂号问诊、健康管理、医药电商、医生工具、等板块和环节，在线挂号问诊、医药电商和健康管理改变患者的看病方式，其他环节让服务过程更流畅

中国数字服务行业新生态，2020年



来源：头豹研究院
©2021 LeadLeo

中国数字医疗服务行业概况——市场规模

- 随着数字医疗行业的发展以及科技进步的赋能，中国医药电商和在线问诊的市场规模将进入高速增长阶段，预计2030年医药电商和在线问诊分别达到1.2万亿元及4,070亿元

中国数字医疗和在线问诊市场规模，2020-2030年预测



免费扫码查看高清图片

<https://www.leadleo.com/pdfcore/show?id=60d566f620410e4db195ffbd>

来源：沙利文咨询，头豹研究院

©2021 LeadLeo



www.leadleo.com 400-072-5588

头豹洞察

- 2015年医药电商市场规模为447亿元，2020年达到1,876亿元，五年CAGR=33.22%，中国医药电商经历了高速增长阶段，根据沙利文预测，2025年医药电商市场规模将达到5,588亿元，五年CAGR=24.44%，增速有所放缓，2030年达到1.2万亿，五年CAGR=16.52%，增速持续下降
- 根据沙利文数据，在线问诊市场规模在2015年仅为10亿元，2020年达到220亿元，五年CAGR=85.86%，属于急速扩张阶段，到2025年将达到1,980亿元五年CAGR=55.18%，后将进入较稳定的增长阶段
- 随着科技进步、资本入场、加之疫情催化，中国互联网医疗将进入高速发展阶段，市场将迎来新的机遇

中国数字医疗服务行业概况——政策法规

- 数字医疗行业发展过程中离不开政策扶持；在萌芽阶段给予支持，爆发与洗牌阶段加强监管，优胜劣汰；在疫情阶段连续发文推动行业发展

中国数字医疗服务行业相关政策法规

阶段	发布时间	颁布主体	政策名称/事件	政策分析
萌芽与探索	2014-05	食品药品监管总局办公厅	《互联网食品药品经营监督管理办法》	首次允许互联网药品经营者凭处方销售处方药
爆发与洗牌	2016-10	国家卫健委	《“2030健康中国”规划纲要》	数字医疗首次被提到国家战略层面
	2017-11	食品药品监管总局办公厅	《关于加强互联网药品医疗器械交易监管工作的通知》	规范互联网药品、医疗器械交易行为
	2019-09	国家发改委	《促进健康产业高质量发展行动纲要（2019-2022）》	提出要加快发展“互联网+医疗”、积极发展“互联网+药品流通”、加快医药电商发展等政策目标
新的机遇	2020-02	国家卫健委	国家卫健委要求各省集中发布当地互联网医院链接	在疫情及复工期间各地充分发挥互联网医疗的优势
	2020-05	国务院办公厅	《国务院办公厅关于促进“互联网+医疗健康”发展的意见》	坚持线上线下一体融合；优化智慧医疗服务流程；推动区域信息共享互认；强化行业内“一码通用”；推进跨部门“多码融合”
	2020-11	国务院	《中共中央国务院关于深化医疗保障制度改革的意见》和《国务院办公厅关于促进“互联网+医疗健康”发展的意见》	大力支持“互联网+”医疗服务模式创新，进一步满足人民群众对便捷医疗服务的需求，提高医保管理服务水平，提升医保基金使用效率

头豹洞察

- 传统医疗是政策导向型的行业，由于中国互联网的高速发展，致使**互联网医疗是发展先于政策**，行业经历了2000-2010年萌芽阶段后，国家开始出台管理办法支持“互联网+医疗”的发展
- 经过“先行者”的探索，除了互联网和保险巨头开始布局数字医疗领域，创业者也纷纷投入数字医疗行业，行业呈现井喷式增长，同时也乱象丛生。**政府出台关于“互联网+医疗服务”、“互联网+医药流通”等相关政策支持行业发展的同时，规范行业发展、加强监管力度，并为行业竖立中期目标，行业进入洗牌阶段，优胜劣汰**
- 2020年初新冠肺炎爆发，全民倡导减少走动，医院是高风险场合。在此背景下，**在线问诊、医药电商高速发展，国家频繁发文促进互联网医院发展完善，同时开始明确医保在互联网医院中的使用**

来源：中国政府官网，头豹研究院

©2021 LeadLeo



www.leadleo.com 400-072-5588

02

中国数字医疗服务行业成长逻辑

- 中国已进入老龄化社会以及慢性病人口增加推动医疗健康需求增加，中国医疗系统存在医疗效率低、非医保覆盖药品价格高、医保系统入不敷出等痛点，中国医疗资源与医疗需求严重倒置以及新冠疫情催化数字医疗行业
- 用户规模高速增长、资本入场等推动行业发展，在线挂号问诊、健康管理平台及医药电商平台均得到有力发展
- 互联网医院的普及减少病患看病时间、提高医生效率、缓解紧张的医患关系，相较于传统的全程在院就诊流程体验更佳、在多个环节更占优势



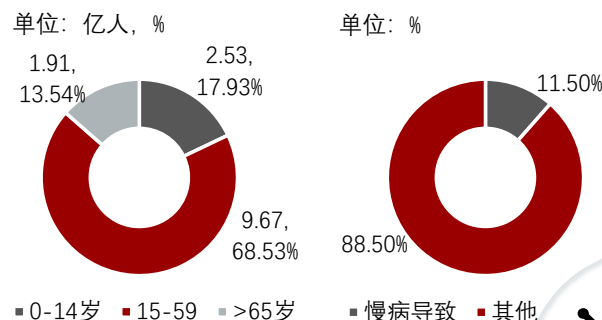
中国数字医疗服务行业成长逻辑——发展环境分析

- 中国已进入老龄化社会以及慢性病人口增加推动医疗健康需求增加，同时国民收入及政府在卫生方面支出增长、科技进步和政策利好推动数字医疗行业发展

中国数字医疗服务行业发展环境分析

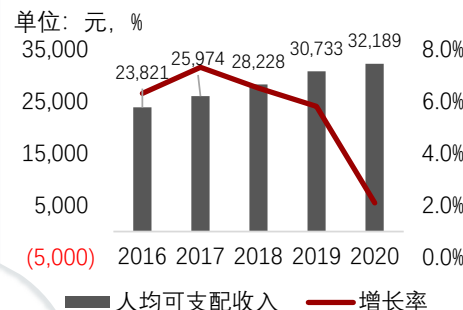
- 人口老龄化：2020年65岁以上人口占比**13.54%**，相比2010年的1.18亿人、占比**8.9%**，高出**4.5%**

第七次人口普查构成，2020 慢病导致死亡占比，2019



- 慢性病：2020年我国慢性病患者达**3亿人**，占总人口**22%**

中国人均可支配收入，2016-2020



- 2019年中国中央政府和地方政府在医疗卫生领域的支出占总支出**7%**，**2020年为7.2%**，国家在医疗卫生方面支出占总支出比例持续增加
- 医保参保人数达**13.5亿**，覆盖率达**95.7%**
- 居民可支配收入增加，加之居民保健意识的提升推动数字医疗行业成长

- 互联网：智能移动终端、5G网络、家用互联网等技术广泛应用推动数字医疗行业相关领域的开发和使用
- 物联网：物联网快速发展加快智能穿戴设备的研发，更好收集、监测慢性病患者和老年人健康医疗数据，并及时发现病变，给予治疗方案
- 大数据和云计算：大数据有助于广泛收集患者数据并储存，云计算可以高速分析和共享数据及信息



- 政策利好：2018年4月发布的《国务院关于落实政府工作报告重点工作部门分工的意见》，通过发展“互联网+医疗”、医联体等，把优质医疗资源下沉，注重用互联网、大数据等提升监管效能；2019年9月发布的《促进健康产业高质量发展行动纲要（2019-2022）》，提出加快发展“互联网+医疗”，积极发展“互联网+药品流通”、加快医药电商发展等政策目标；2020年初疫情期间，国家卫健委频频发文，支持“互联网+医疗”发展，推广线上服务经验助力复工等

来源：头豹研究院

©2021 LeadLeo



www.leadleo.com 400-072-5588

www.leadleo.com

中国数字医疗服务行业成长逻辑——中国医疗生态系统现存痛点

- 中国医疗健康生态系统包括医疗系统、医药系统和医保系统，存在医疗效率低、非医保覆盖药品价格高、医保系统入不敷出等痛点

中国医疗生态系统现存痛点：医疗效率低、药品价格高、医保系统入不敷出

- 医疗效率低：**医疗机构间信息互通有无，避免重复检查；改进医务人员收入考核标准，提高医生医疗服务收入，减少收入与开药收入挂钩，提高医务人员工作积极性；加强基层医疗卫生条件，落实分级诊疗，补充基层医疗人才资源及医疗资源

医疗效率低



医疗资源分配不均，整体效率有待提升

- 好的医疗资源主要集中在大城市、三甲医院，基层医疗资源不足
- 医疗信息化不足，医疗机构之间信息不互通，导致重复检查、开药
- 医生收入结构、考核指标不合理

药品价格高

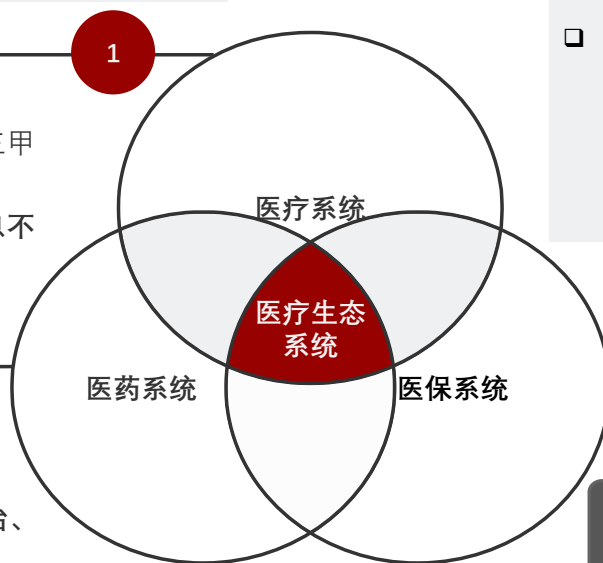


非医保覆盖药品价格高、追溯难

- 医药流通环节繁冗，加价环节多
- 以药养医导致了过度医疗，小病大治、大病久治，浪费医保资源
- 不同种药品追溯码在不同药品追溯系统中不能互认、追溯内容不一致

来源：头豹研究院

©2021 LeadLeo



- 非医保覆盖药品价格高：**实行两票制，挤出流通环节的水分；公立医院药价零加成，去除原本的15%加价空间；采用招采合一、量价挂钩、全程监控等手段，实现药价的降低；加强用药指导，减少不必要的药品使用

- 医保系统入不敷出：**成立医疗保障局，医保基金合并，简化了参保流程、消除了政策障碍，提高资金的使用效率；实行医保基金管理中心统一采购药品和费用结算；提高国家对居民的医疗财政补贴以及医保报销比例；出台医保监管新政，加强医保基金管理能力

医保系统入不敷出

监管不足，医疗费用增速过高导致亏空风险

- 缺少监管，出现骗保、浪费医保等现象
- 医保支出增速高于医保收入增速，导致有医保亏空的风险。例如2015年，城镇医保基金收入8,293.2亿元，同比增长9.6%，支出7,345亿元，同比增长13.1%



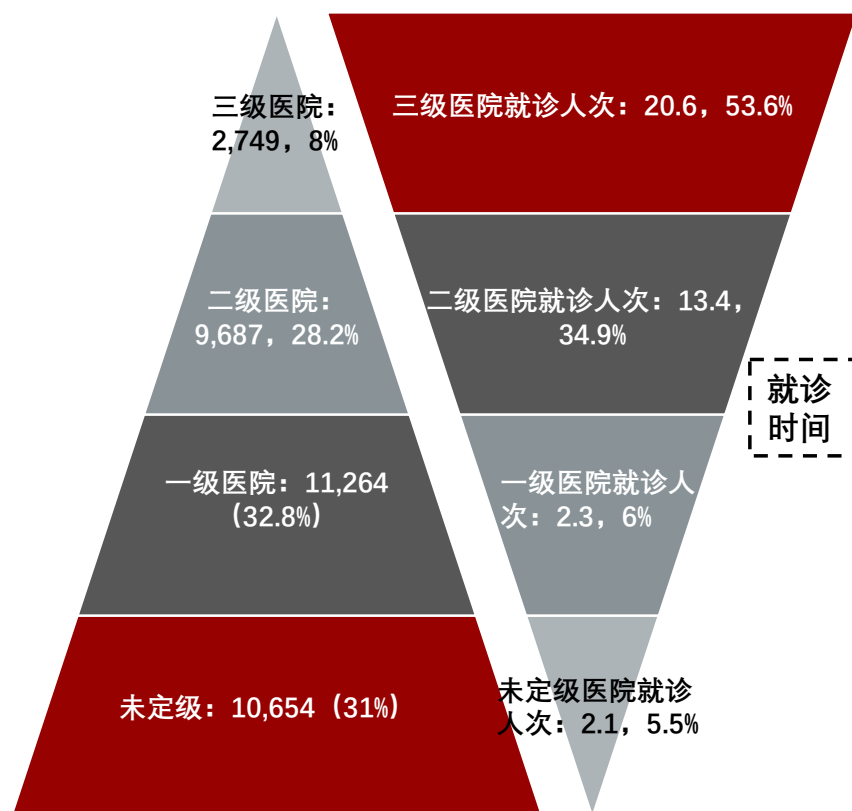
www.leadleo.com 400-072-5588

中国数字医疗服务行业成长逻辑——医疗资源分配不均

- 中国医疗资源与医疗需求严重倒置，数量最少的三甲医院承受过半的就诊人次，大量基层医疗资源未被利用；同时看病时“三短一长”消耗患者时间，医院各环节信息不流通、效率低

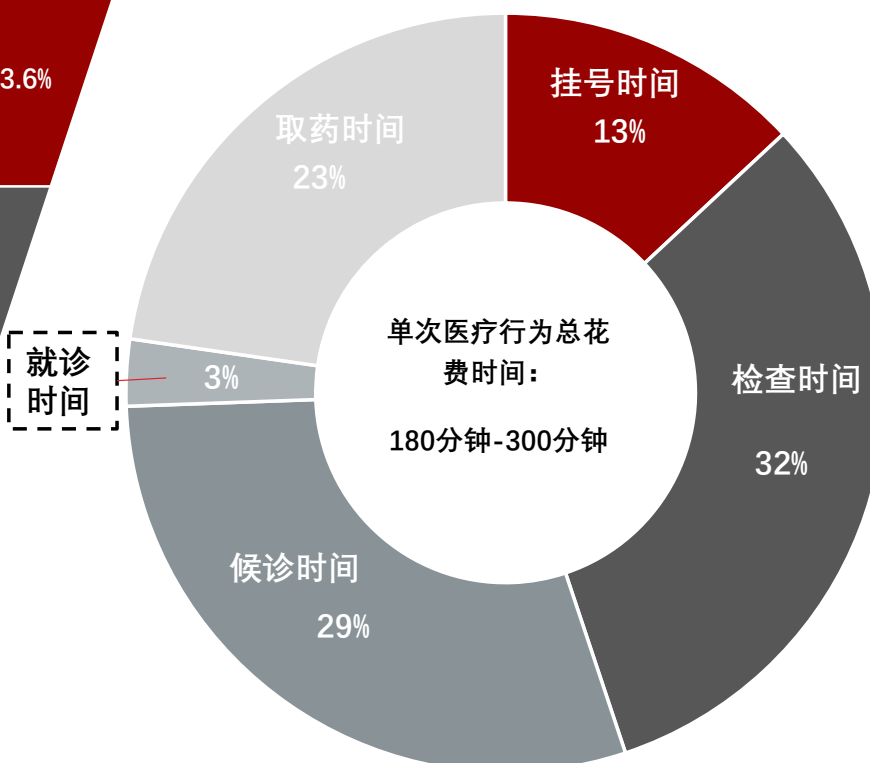
中国医疗资源与医疗需求倒置，2019

单位：家，%；亿人次，%



医疗诊断过程中的时间分配结构，2019年

单位：分钟，%



头豹洞察

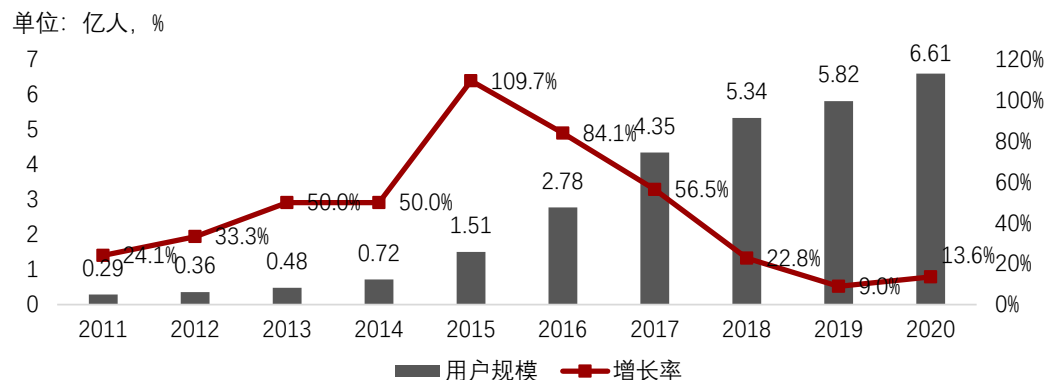
- 数量仅有2,749家,占比8%的三甲医院承担20.6亿人次就诊, 占比全年就诊人次53.6%, 而总计22,918家, 占比63.8%的一级医院和未定级医院仅接诊4.4亿人次, 导致医疗资源和医疗需求倒置, 大量基层医疗资源被严重浪费
- 传统看病难集中体现在著名的“三长一短”, 即挂号、候诊、缴费“漫漫无期”, 医生看病“闪进闪退”, 看病的大部分时间浪费在等待上, 真正的就诊时间仅占3%
- 经过“互联网+医院”的普及, 实现在线挂号, 看病流程内医院信息互通有无, 降低各环节信息流通浪费的时间, 节约患者在医院的等待时间

来源：头豹研究院
©2021 LeadLeo

中国数字医疗服务行业成长逻辑——疫情推动行业发展

- 中国数字医疗平台用户量连年上涨，近年来增长率大幅下降，2020年受疫情影响，出现拐点，互联网用户规模趋近于半数的中国人口

中国数字医疗平台用户数量，2011-2020



疫情期间医疗市场需求

供给端

- 疫情使得线下医疗资源被大量占用，医护人员紧缺
- 疫情期间，医院是高风险场所

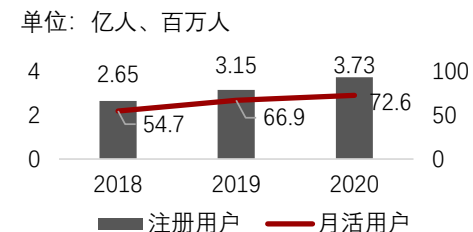
需求端

- 避免交叉感染，需无接触问诊
- 传播COVID-19相关医学知识
- 在线购药、医疗器械的需求等

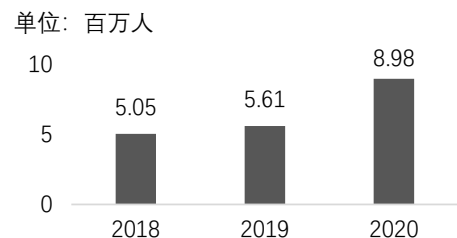
- 互联网医疗赋能疫情防控，疫情相关知识传播
- 分担线下医疗负担，提升医疗效率
- 促进远程问诊、复诊、续方购药等

各大平台用户情况对比

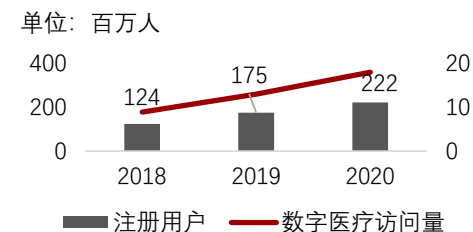
平安健康注册用户数及月活用户，2018-2020



京东健康年活用户，2018-2020



微医注册用户数及年活用户，2018-2020



头豹洞察

- 2020年第一季度互联网医疗独立APP日活量高达862.4万人，同比增长144万人。其中平安好医生春节期间日活量为542.7万人，位列第一，高于第二名到第十名的总和
- 受疫情影响，2020年京东活跃用户数量由2019年561万增长至898万，日均访问量超10万，是2019年同期的5倍。2020年1月6日，京东健康成立线上“防范狙击新型冠状病毒”平台，截至4月30日，累计为1,000万人次免费咨询服务，高峰期，1小时可以接诊1万人，为京东健康累计大量用户
- 根据微医招股说明书，受疫情影响，微医的线上医疗服务业务大幅增长，注册用户及数字医疗服务访问量大幅上涨

来源：平安健康招股书、平安健康年报、微医招股书、京东健康年报，头豹研究院

©2021 LeadLeo



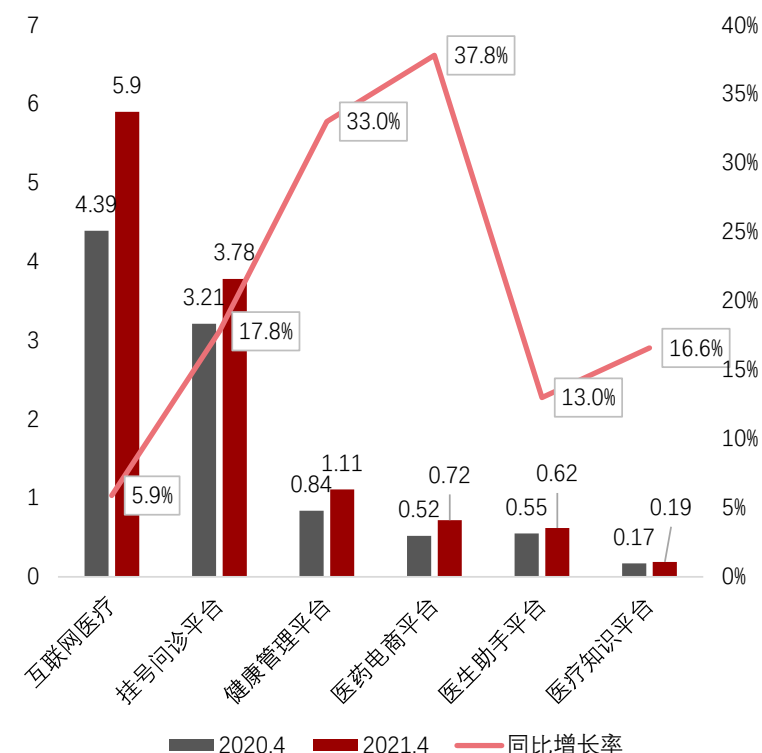
www.leadleo.com 400-072-5588

中国数字医疗服务行业成长逻辑——用户规模增长带动市场需求

- 疫情正改变着居民就医习惯，推动用户规模高速增长，促进在线挂号问诊、健康管理平台及医药电商平台得到有力发展

中国互联网医疗平台用户数量，2020年4月&2021年4月

单位：千万人，%

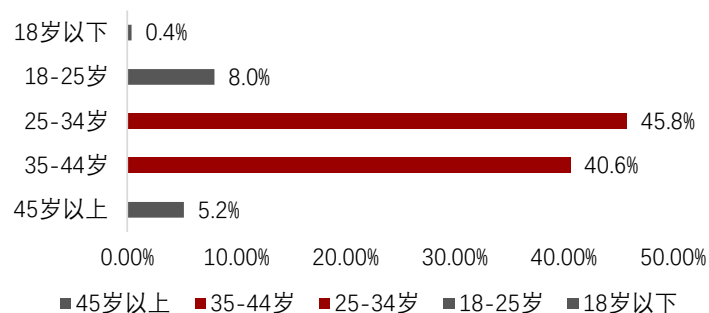


来源：头豹研究院
©2021 LeadLeo

中国数字医疗平台用户画像，2020

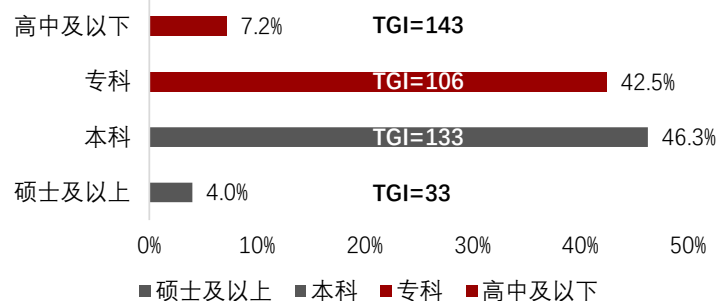
互联网医疗用户年龄分布，2020

单位：%



互联网医疗用户学历分布，2020

单位：%



头豹洞察

- 受**新冠疫情影响**，国家鼓励居民**线上就诊，减少聚集**，2021年各板块互联网医疗平台用户数量均有所增长，总用户量增长约1500万，其中挂号问诊平台用户量增长最多，约570万人，医药电商平台用户增长率最高，达37.8%
- 互联网医疗平台用户多集中在**25-44岁**，占有所有用户86.4%；学历方面集中在**专科和本科学历**，占比88.8%，**本科以上学历占比近49.7%**
- 疫情改变了居民的就医习惯，用户量的大幅增长推进互联网医疗平台发展。受科技的复杂性限制，互联网医疗平台用户年轻化，并集中在**专科级本科学历**中



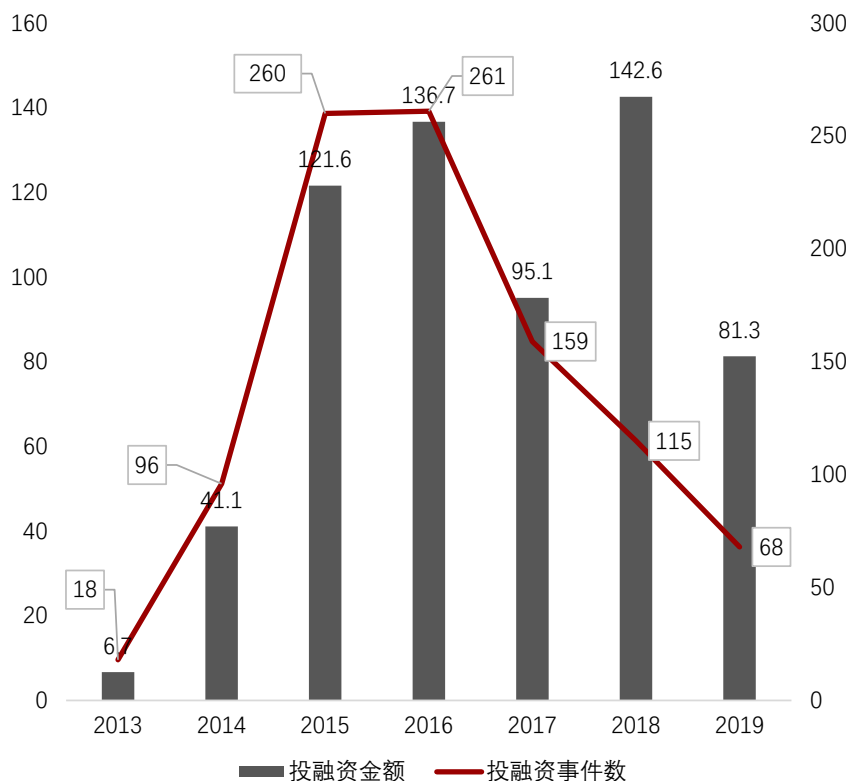
www.leadleo.com 400-072-5588

中国数字医疗服务行业成长逻辑——资本青睐驱动行业中企业成长

- 随着互联网技术发展，政策利好，嗅觉灵敏的资本关注到数字医疗行业，各大资本跑步进场，抢占先机，2018年投融资规模达到巅峰

中国数字医疗企业投融资情况，2013-2019

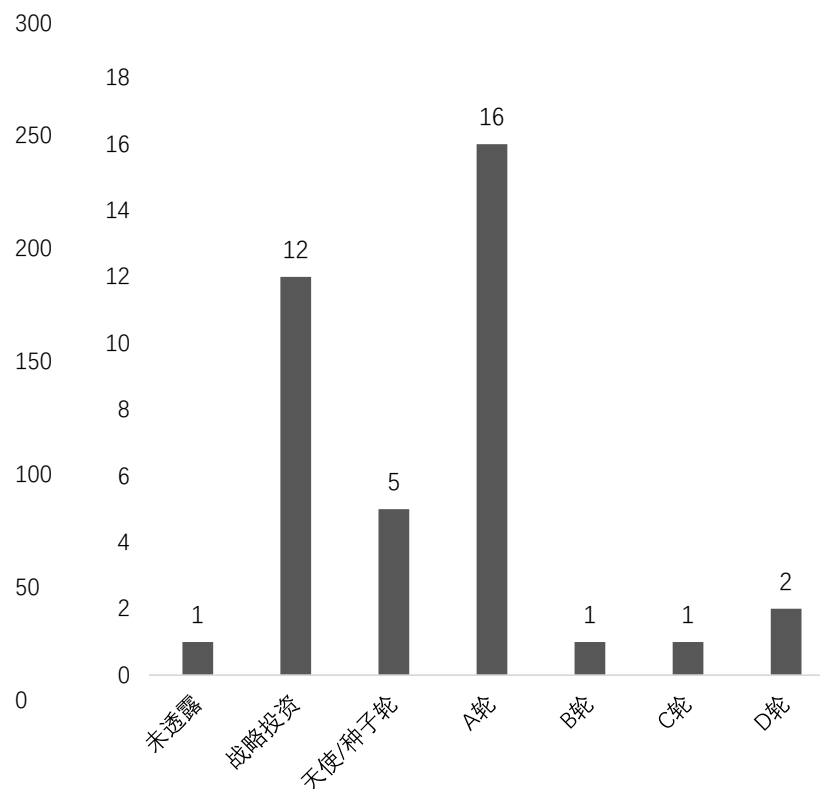
单位：亿元，件



来源：企查查，头豹研究院

中国数字医疗企业投融资轮次分布，2020

单位：件



头豹洞察

- 2013-2019年期间，中国数字医疗企业投融资情况较为波动，2013-2016年期间融资金额和数量大涨，2016年融资事件数量到达巅峰，261件。2017年出台多个政策规范互联网医疗行业，投融资情况有所放缓，2018年，投资金额为142.6亿元，到达巅峰
- 2020年投融资事件为38件，多集中在战略融资和A轮早期融资，规模在数百万到亿元之间，成熟企业已经形成稳定的竞争格局
- 自2010年起，政策利好和互联网科技进步使中国数字医疗高速发展，资本看到了这个赛道的潜力，各大资本跑步进场，推动行业发展

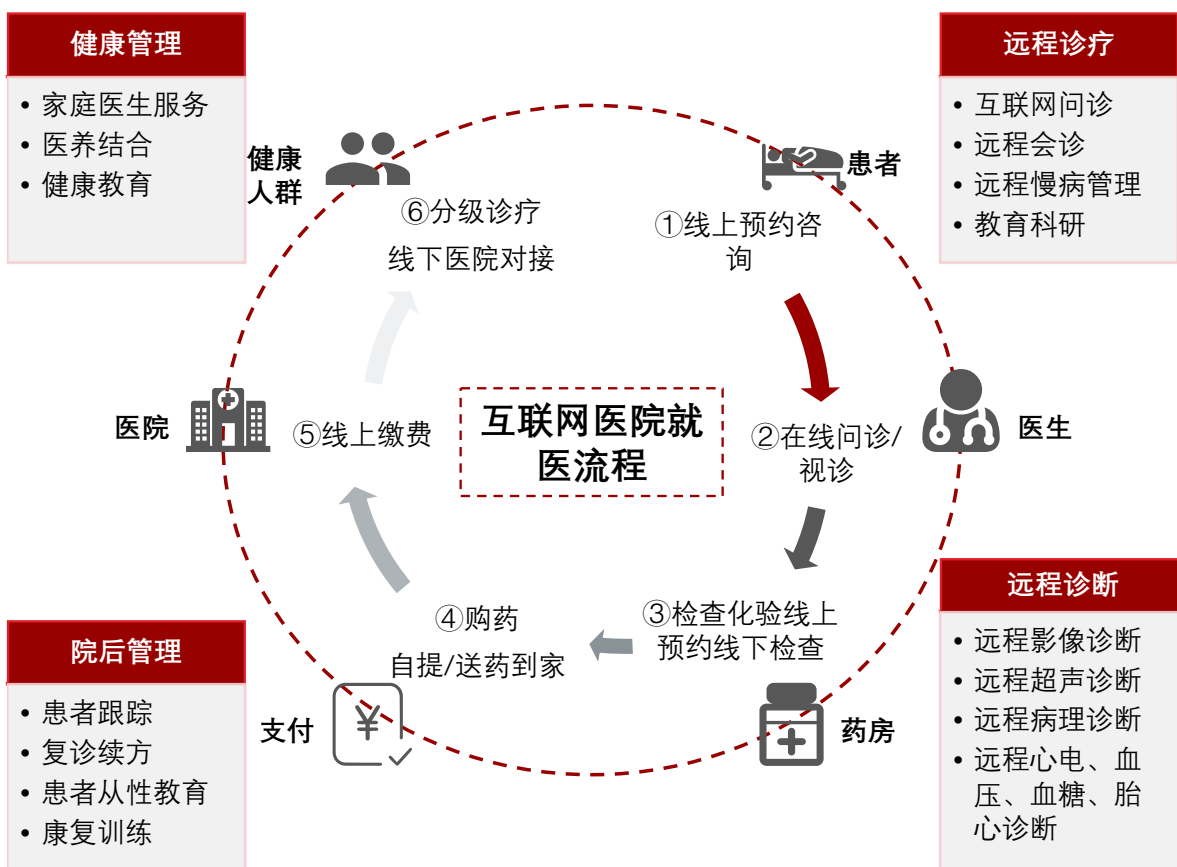


www.leadleo.com 400-072-5588

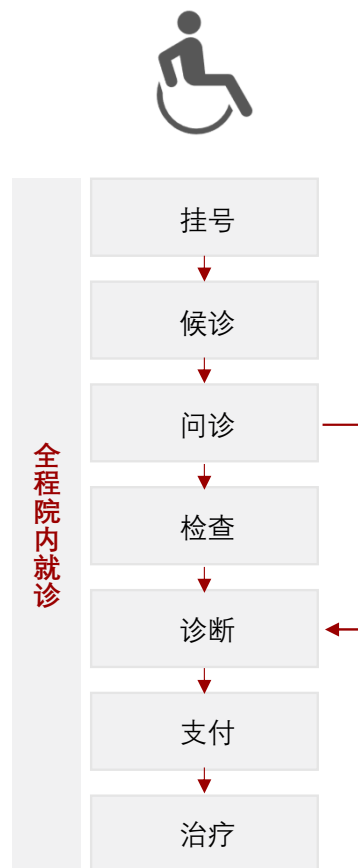
中国数字医疗服务行业成长逻辑——商业模式之一：互联网医院

- 互联网医院的普及减少病患看病时间、提高医生效率、缓解医患关系，相较于传统的全程在院就诊流程，就医体验更佳

中国互联网医院商业模式



传统医院就医流程



头豹洞察

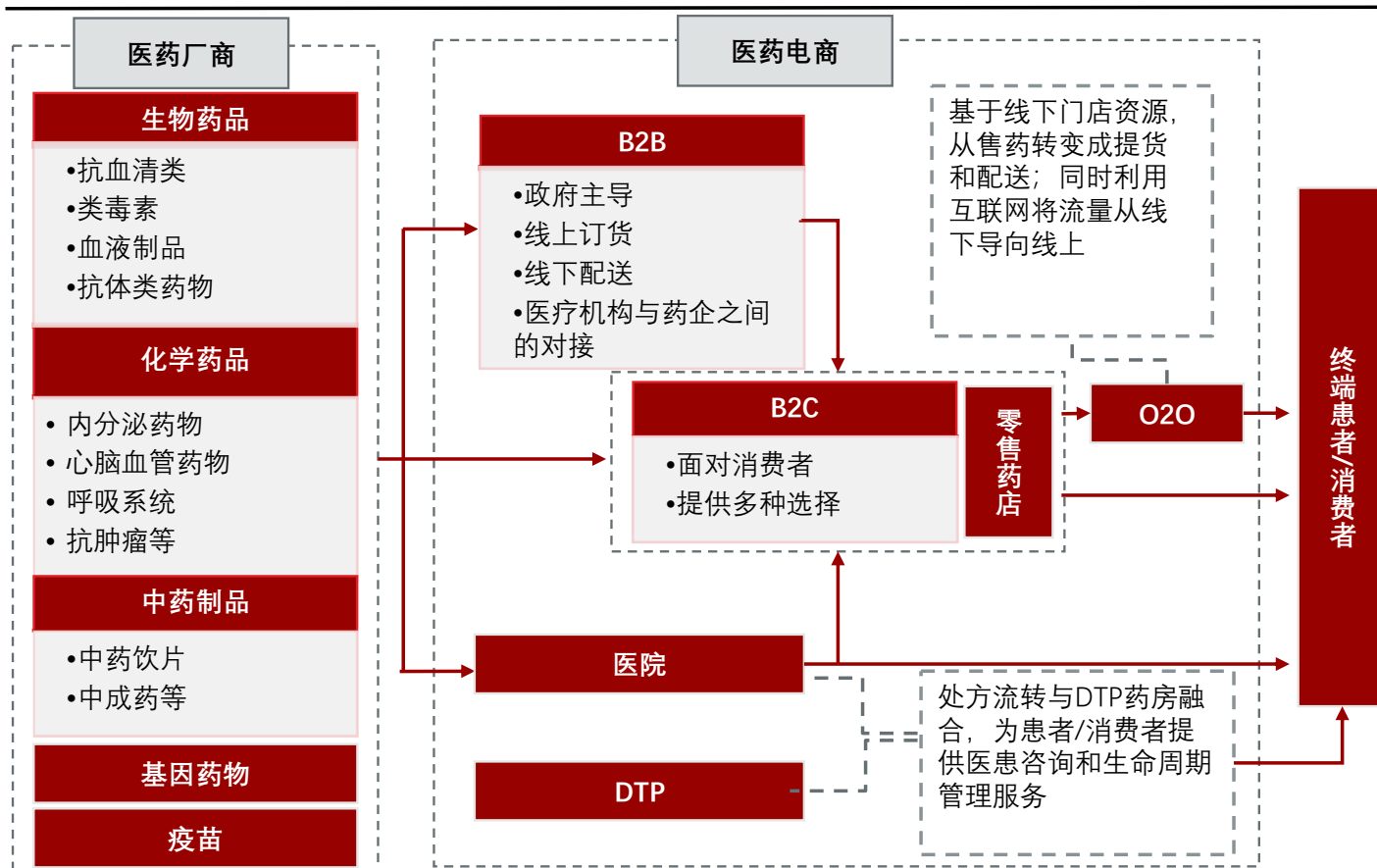
- 传统医院就诊从挂号到候诊、到支付所有环节均在**院内完成**，“三短一长”造成看病过于**消耗时间、看病难、病患痛苦**等问题；而医生端面对大量病患的抱怨也会出现压力大，态度不好的情况，导致**医患关系紧张**
- 互联网医疗大部分环节都在线上完成，面对小病还可以线上就诊，**节省病患时间，提高医生效率**，同时降低发生摩擦的概率；同时互联网赋能，加强病患院后管理，以及慢病和老龄人的健康检测
- 相较于传统医院就诊流程，**互联网医疗体验更加**，相较于传统医疗互联网医疗在**支付体验、预约挂号服务、自存查询服务、更占优势**，支付更便捷，预约查询更节省时间

来源：头豹研究院
©2021 LeadLeo

中国数字医疗服务行业成长逻辑——商业模式之二：医药电商

- 中国医药电商主要通过B2B、B2C、O2O三种形式流通，其中B2B、B2C为主要构成平台，医院处方流转与DTP药房结合将为广大慢性病患者带去福音

中国医药电商商业模式



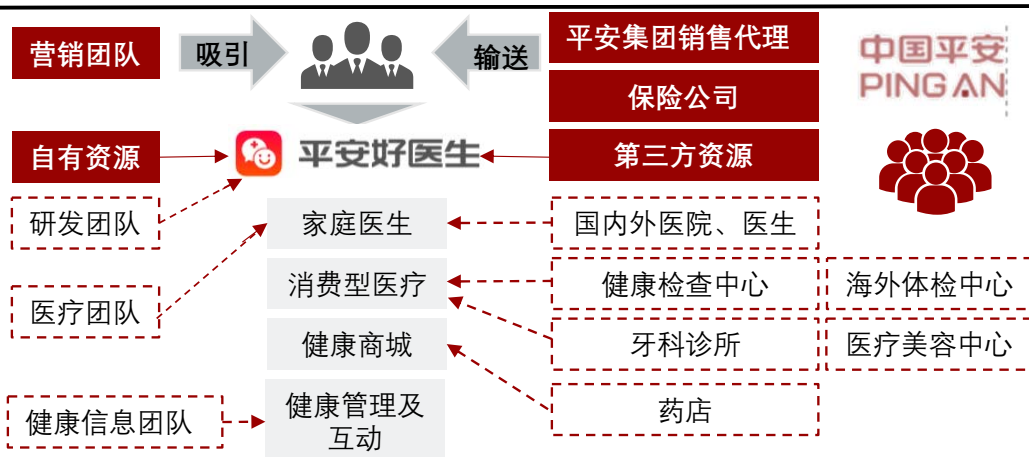
头豹洞察

- B2B**主要由政府引导，在线订货付款、线下配送，对接大型药企和中小型经销商、连锁型单体药店、诊所等，利用电商赋能的现代化医药分销，促进零售商与药企之间的信息对接
- B2C**为经营企业直接面对最终消费者，消费者可以通过B2C平台对比多家厂商的同一种药品的价格、成分，方便消费者进行选择
- O2O**基于线下药店，利用现存资源及互联网外卖平台，将门店的售药功能在转化成提货点和平台驻店商户，利用外卖网站平台将部分线上用户群引流到线下
- 医院处方流转与DTP药房结合**，主要经营新特药创新药，由于药品对慢性患者来说是刚需，两者结合可以为慢病患者提供线上续方及慢病管理服务

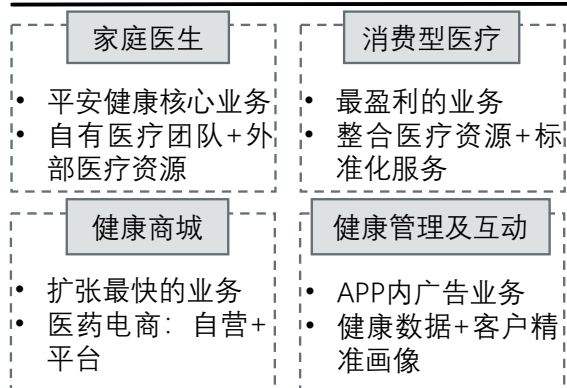
中国数字医疗服务行业成长逻辑——案例解析之一：平安健康

- 平安健康背靠平安集团，使得平安好医生在发展初期得到快速扩张，强大的自有医生团队造就了平安健康的核心业务，平安健康的利润主要来自消费型医疗业务

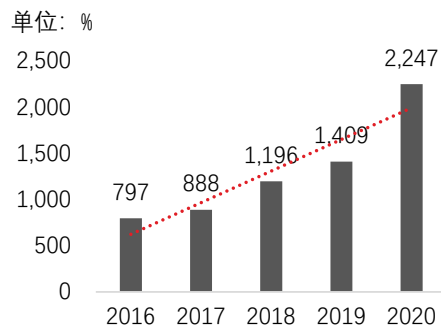
平安健康（平安好医生）业务模式图



平安健康核心优势

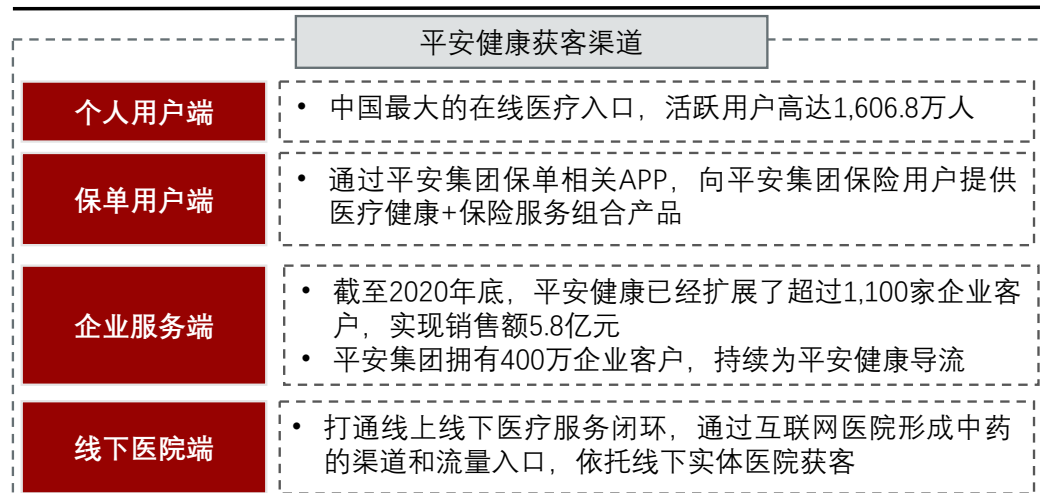


平安健康自有医生数量，2016-2020

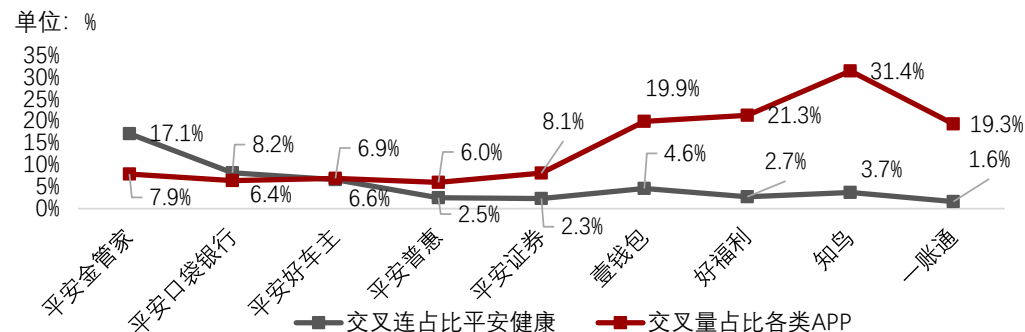


来源：平安健康招股书，平安健康年报，头豹研究院

平安健康获客渠道优势



平安健康与平安集团其他插件互相导流情况，2019

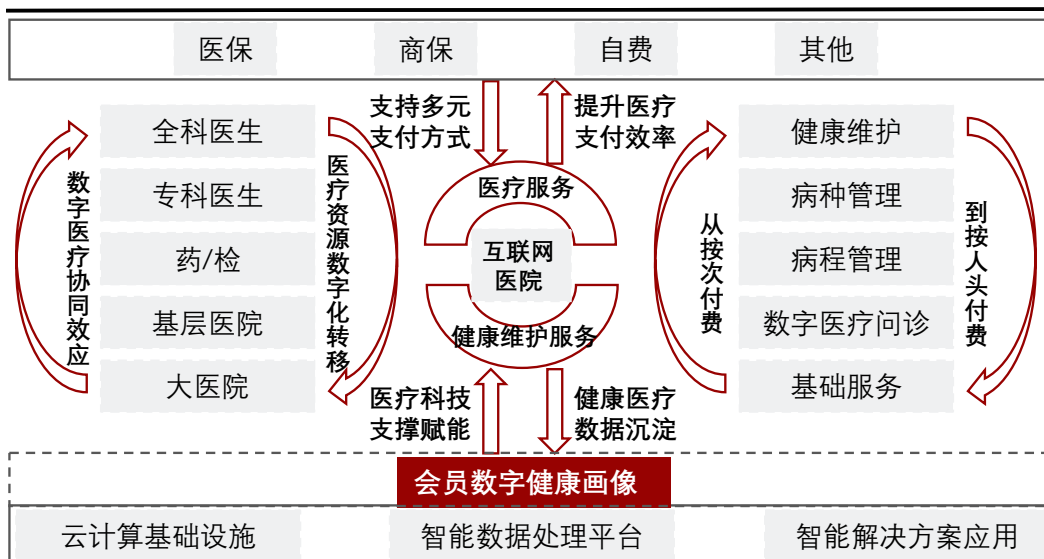


www.leadleo.com 400-072-5588

中国数字医疗服务行业成长逻辑——案例解析之二：微医

- 微医从挂号网发展到今天的医疗服务平台，2015年在乌镇成立中国首个互联网医院，2019年推出首个市级慢病管理服务，始终互联网医疗先行者

微医业务模式图



微医大事件



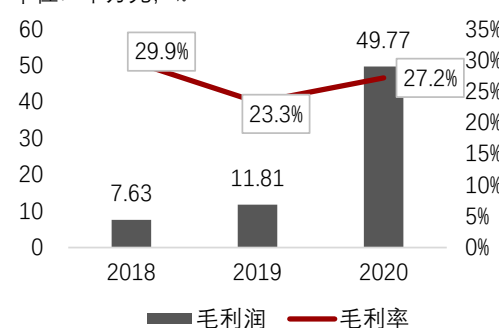
来源：微医招股书，头豹研究院

©2021 LeadLeo

微医经营状况分析

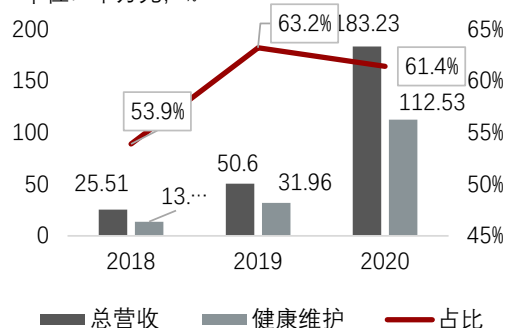
微医毛利润及毛利率，2018-2020

单位：千万元，%



微医健康维护服务营收情况，2016-2020

单位：千万元，%



- 根据微医招股说明书给出的数据，微医近三年毛利润连年上涨，2020年涨幅达到321.42%，毛利率比上一年高出近4%。微医主要业务包含两部分：数字医疗服务和健康维护服务，其中健康维护服务占比总营收最大，2018、2019和2020分别占比53.9%、63.2%和61.4%
- 截至2020年12月31日，公司平台连接了中国超7,800家医院，包括95%以上的三甲医院以及超过27万名注册医生，建立了27家互联网医院，其中17家可以通过公共医疗保险系统直接结算
- 微医累计注册用户2.22亿名平均MPU约达2,540万名，慢病管理服务会员累计14.5万，平均每名月付3,600元



www.leadleo.com 400-072-5588

03

中国数字医疗服务企业推荐

- 阿里健康是集医药电商及新零售、互联网医疗、消费医疗、药品溯源及智慧医疗等领域为一体的，背靠阿里巴巴集团平台的信息技术有限公司
- 京东健康的主营业务包括医药供应链、互联网医疗、健康管理和智慧医疗四大板块，是中国医疗产业链数字化改造的领跑者
- 平安健康医疗科技有限公司已经形成在线医疗、消费型医疗、健康商城、健康管理及互动等重点业务板块，是全球领先的互联网医疗健康服务平台



中国数字医疗服务企业推荐——阿里健康

- 阿里健康是集医药电商及新零售、互联网医疗、消费医疗、药品溯源及智慧医疗等领域为一体的，背靠阿里巴巴集团平台的信息技术有限公司

阿里健康信息技术有限公司

- 企业名称：**阿里健康
- 上市时间：**2014年
- 总部地址：**中国香港
- 经营范围：**医药电商及新零售、互联网医疗等

- 阿里健康信息技术有限公司**（以下简称“阿里健康”），阿里健康(00241.HK)是阿里巴巴集团“Double H”战略（Health and Happiness 健康与快乐）在大健康领域的旗舰平台，是阿里巴巴集团投资控股的公司之一
- 阿里健康作为互联网+医疗健康行业的龙头企业，始终坚持以客户需求为核心，以科技创新和客户价值为驱动力，持续提升医药服务能力，增强市场教育，协同阿里生态合作伙伴，共同打造中国互联网+医疗健康行业

阿里健康核心优势分析

阿里健康优势

- 平台优势：**阿里健康凭借阿里巴巴集团在电子商务、互联网金融、物流、大数据和云计算等领域的优势，阿里健康以用户为核心，全渠道推进医药电商及新零售业务，并为大健康行业提供一体化的全面解决方案
- 药品溯源：**阿里健康的药品溯源业务占领整个市场的85%，从最初的的药企不配合到现在形成阿里健康的护城河，阿里健康拥有在药品溯源的绝对优势
- 大数据优势：**阿里巴巴利用其强大的大数据优势，积极探索与现有业务的结合点，为用户提供个性化的保险产品，最终将医、药、险结合，形成互联网医疗的服务闭环

来源：企业官网，头豹研究院

©2021 LeadLeo



www.leadleo.com 400-072-5588

阿里健康同行业比较，2020

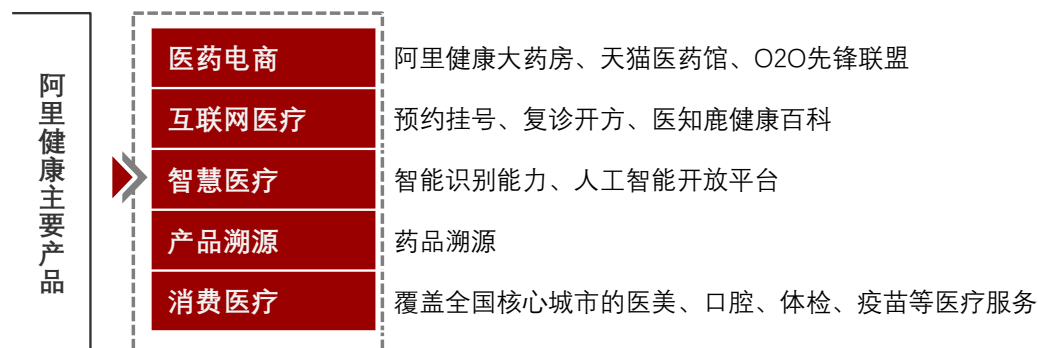
排名	代码	简称	总市值 (亿元)	流通市值 (亿元)	营业收入 (亿元)	净利润 (亿元)
4	00241.HK	阿里健康	1,981	1,981	155	3.49
行业均值			272	195	109	3.36
行业中值			22.6	21.2	8.22	0.465
1	02269.HK	药明生物	4,315	4,315	56.1	16.9
2	02359.HK	药明康德	4,150	535	165	29.6
3	06160.HK	百济神州	2,067	855	20.2	-104
5	0369.2.HK	瀚森制药	1,616	1,616	86.9	25.7
6	01177.HK	中国生物制药	1,317	1,317	236	27.7

中国数字医疗服务企业推荐——阿里健康

- 阿里健康自2016年以来营收和毛利润连续上涨，2020财年毛利润达到36.17亿元，4年CAGR达109.71%，净利润一改往年亏顺状态，盈利3.43亿元

阿里健康信息技术有限公司

阿里健康提供的服务



阿里健康各业务营收占比，2020财年

单位：%



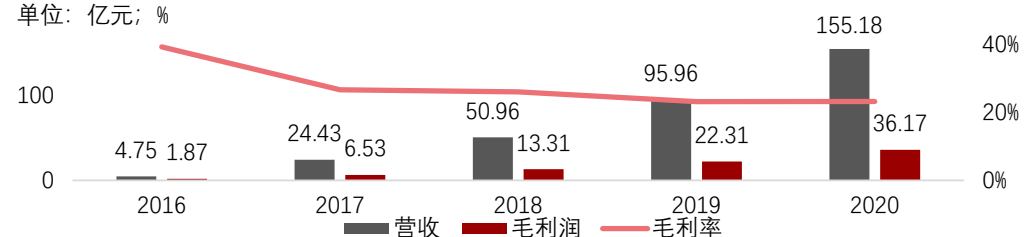
- 阿里健康主要营业收入来源其医药电商平台，**自营医药和医药电商占比所有业务营收97%**，消费医疗营收占比2.23%，产品溯源是阿里健康的护城河，互联网医疗营收仅占0.4%，未来还有很大的发展空间

来源：企业官网、企业年报，头豹研究院

©2021 LeadLeo

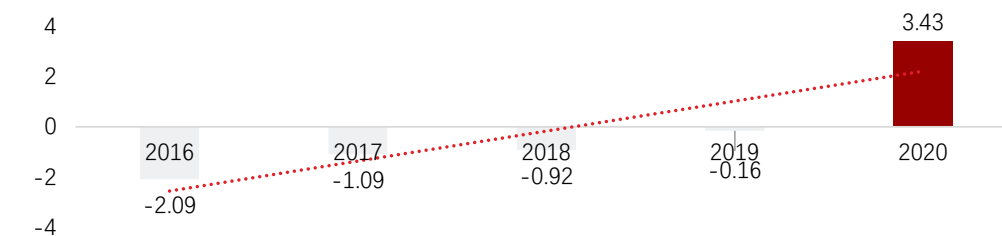
阿里健康营业收入与毛利率，2016-2020年

单位：亿元；%



阿里健康净利润分析，2016-2020年

单位：亿元



- 2016-2020年，阿里健康的营业收入及毛利润连续上涨，随着营收规模上涨，即便毛利率有所下滑，**毛利润4年CAGR达到109.71%**
- 2016-2019年，阿里健康的净利润一直为负，知道2020年受疫情影响，线上医疗及医药电商得到大力发展，**2020财年净利润为3.43亿元，阿里健康终于扭亏为盈**



www.leadleo.com 400-072-5588

中国数字医疗服务企业推荐——京东健康

- 京东健康的主营业务包括医药供应链、互联网医疗、健康管理和智慧医疗四大板块，是中国医疗产业链数字化改造的领跑者

京东健康股份有限公司

- **企业名称：**京东健康
- **成立时间：**2019年
- **总部地址：**北京市
- **经营范围：**互联网医疗、健康管理等

- **京东健康股份有限公司**（以下简称“京东健康”；股份代码：06618.HK）是京东集团旗下专注于经营大健康相关业务的子集团，京东健康的产品和服务已经初步实现了对药品全产业链、医疗全流程、健康全场景、用户全生命周期的覆盖，构建了业内布局完整的“互联网+医疗健康”生态
- 京东健康是中国在线医疗健康平台，公司致力于打造以医药及健康产品供应链为核心，医疗服务为抓手，数字驱动的用户全生命周期全场景的健康管理平台

京东健康核心优势分析

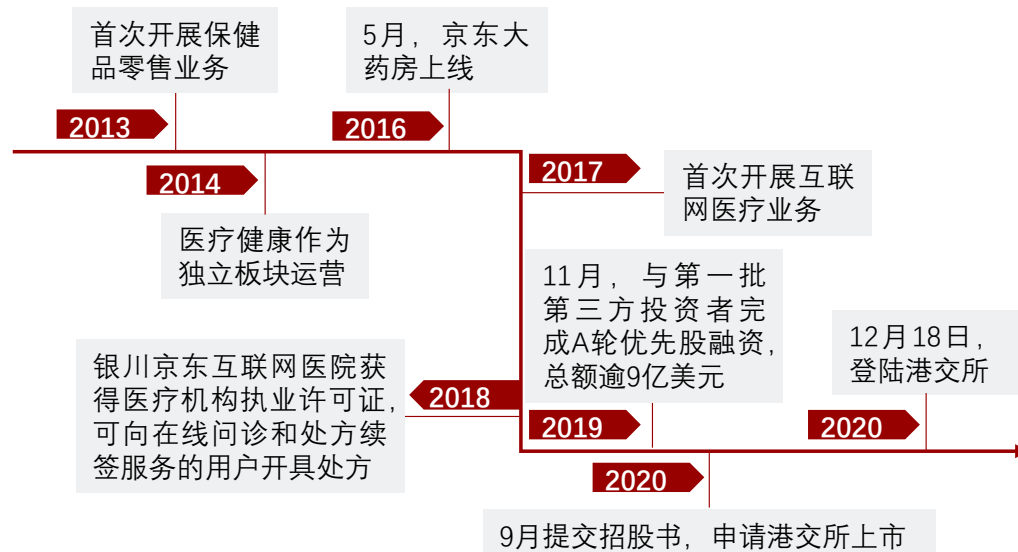
京东健康优势

- **医药供应链优势：**完备供应链，筑成“护城河”，**14座专业药品仓库，300余座其他仓库。**“京东大药房”已成为全国收入规模最大的零售药房，“药急送”覆盖**200个城市、超过100个城市实现同城配送**；第三方药品批发交易平台“药京采”，**拥有22万采购用户**，是国内规模最大的第三方药品批发平台之一
- **线上“医+药”闭环：**针对线下门诊各个环节排队久，患者体验差的问题，结合京东独特药品供应链优势，**零售药房引流在线医疗服务，医疗健康服务反哺零售药店**，并延伸至健康管理服务，**在业界首创线上“医+药”闭环**

来源：企业官网，头豹研究院

©2021 LeadLeo

京东健康发展历程，2013年至今



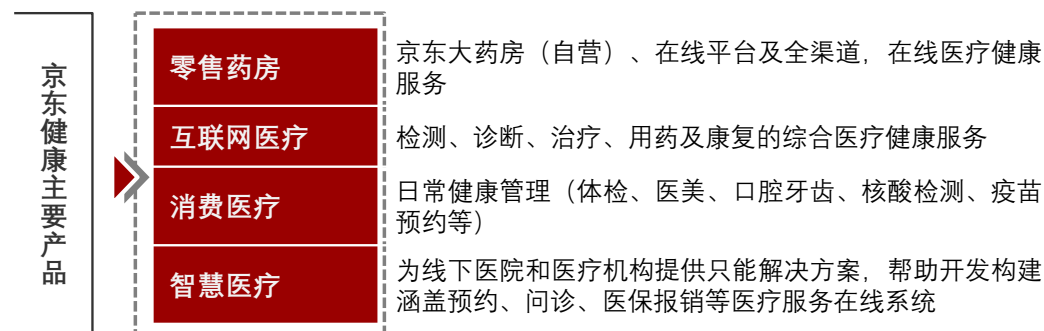
www.leadleo.com 400-072-5588

中国数字医疗服务企业推荐——京东健康

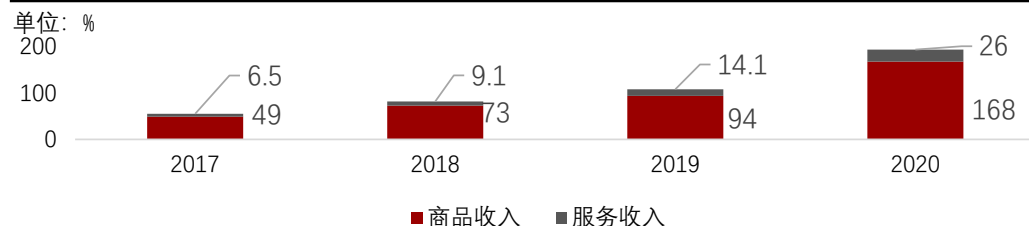
- 京东健康自2017年以来营收和毛利润连续上涨，2020年毛利润达到49.17亿元，同比增长74.86%，其主要营收由零售药房业务支撑，占比达86.6%

京东健康股份有限公司

京东健康提供的服务



京东健康各业务营收占比，2017-2020年

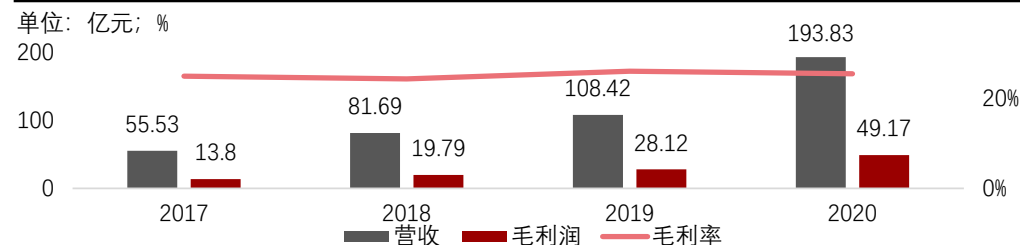


- 自2017年以来，京东健康主要营业收入来源零售药房业务，2020年零售药房业务营收168亿元，占比86.6%，支撑起整个营收，而线上平台、数字化营销等收入为26亿元，仅占比13.4%

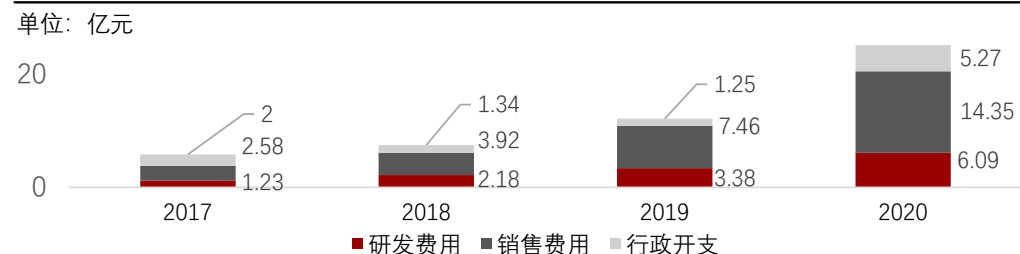
来源：企业官网、企业年报，头豹研究院

©2021 LeadLeo

京东健康营业收入与毛利率，2017-2020年



京东健康费用情况分析，2017-2020年



- 京东健康2020年总营收为人民币194亿元，同比显著增长78.8%。毛利润同比增长74.86%，营收增长主要由于新冠疫情影响，2020年的平台活跃用户数增至8,980万，相比2019年净增加3,370万，成为京东健康业务的主要增长驱动力
- 费用方面，研发费用、销售费用及行政开支共计22.71亿元，同比增长87.84%，在营收大涨的前提下，高昂的费用致使毛利率轻微下降



www.leadleo.com 400-072-5588

中国数字医疗服务企业推荐——平安健康

- 平安健康医疗科技有限公司已经形成在线医疗、消费型医疗、健康商城、健康管理及互动等重点业务板块，是全球领先的互联网医疗健康服务平台

平安健康医疗科技有限公司

- 企业名称：**平安健康
- 成立时间：**2014年
- 总部地址：**深圳市
- 经营范围：**在线医疗、消费型医疗等

- 平安健康医疗科技有限公司（以下简称“平安健康”；股份名称：平安好医生；股份代码：01833.HK）秉承“信任、专业、便捷”三大理念，致力于构建专业医患沟通桥梁，成为中国规模最大、模式最领先、竞争壁垒最坚实的互联网医疗平台
- 平安健康截至2020年6月末，平台注册用户数达**3.46亿**，期末月活跃用户数超**6700万**，是国内覆盖率第一的移动医疗应用

平安健康核心优势分析

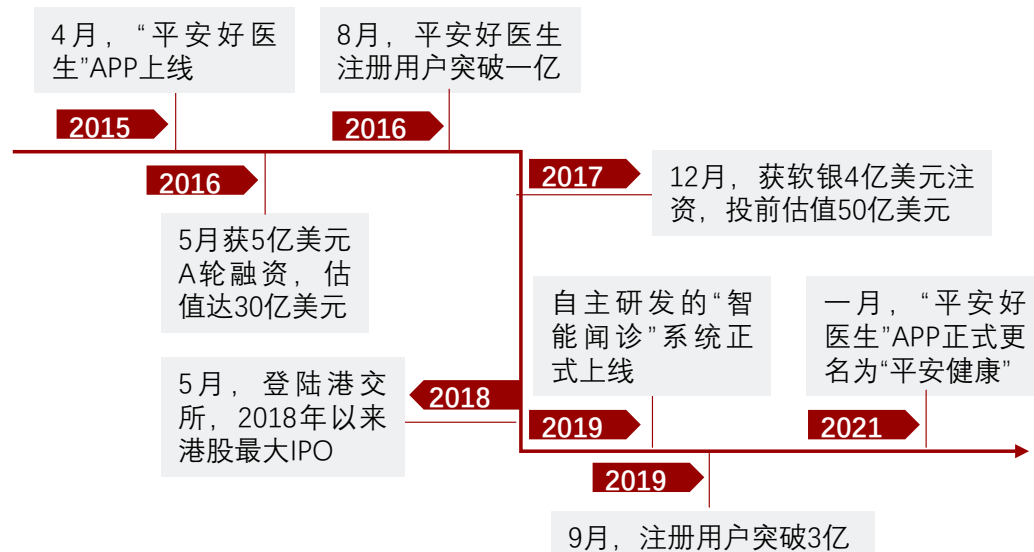
平安好医生优势

- 平安集团平台优势：**背靠中国平安平台，可作为保险行业的增值服务，目的是为客户提供更好的在线医疗健康服务。平安集团为平安好医生进行大量倒流，截止2020年12月31日，平安好医生的注册用户达**3.73亿**，其中**50-60%**来自于平安集团旗下的其他应用插件
- 医疗健康网络优势：**平安好医生其特色为线下医疗健康服务，与线下医疗机构的合作也便更为密切。医疗健康网络已经遍布中国，实现线上线下的无缝衔接，**超3000家合作医院、9.4万家合作药店，超4.8万签约医生，超2250自有医生团队**，为用户提供涵盖7*24小时全天候在线咨询、转诊、挂号、在线购药及1小时送药等一站式医疗服务

来源：企业官网，头豹研究院

©2021 LeadLeo

平安健康发展历程，2005年至今



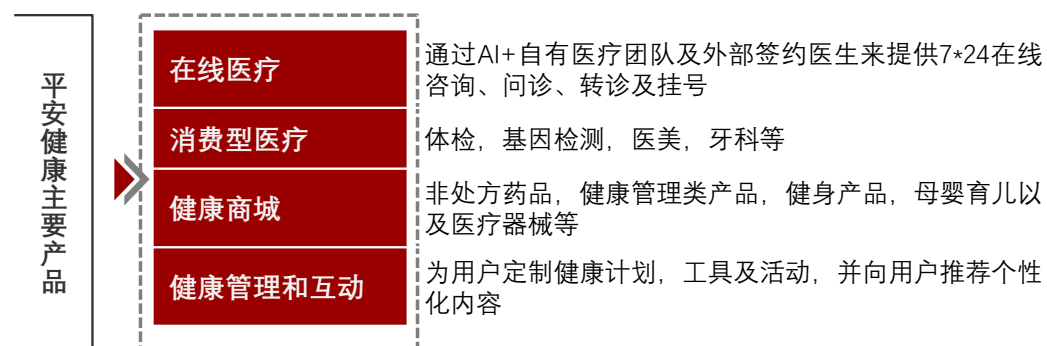
www.leadleo.com 400-072-5588

中国数字医疗服务企业推荐——平安好医生

- 平安好医生自2016年以来营收和毛利润连续上涨，其核心业务在线医疗2020年营收上涨82.4%，但净利润连年亏损，2020年调整后亏损5.16亿元，较2019年调整后亏损6.95下降25.8%

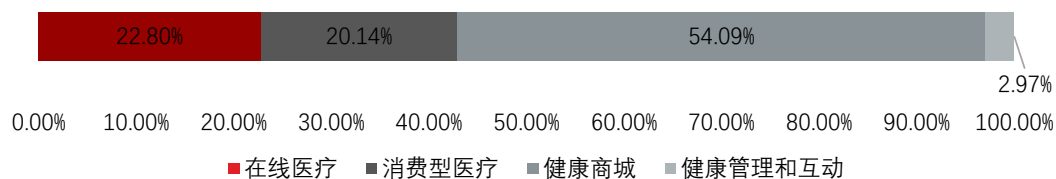
平安健康医疗科技有限公司

平安健康提供的服务



平安健康各业务营收占比，2020财年

单位：%



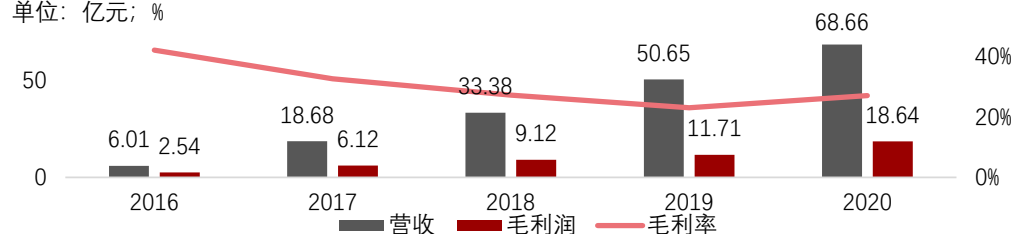
- 平安健康主要营收来源其健康商城，占比54.09%，其核心业务在线医疗2020年营收1.57亿元，占比22.8%，较上一年的0.86亿元上涨82.4%。这是由于2020年初的疫情，致使在线问诊人数激增，75%的活跃用户咨询新冠肺炎相关问题

来源：企业官网、企业年报，头豹研究院

©2021 LeadLeo

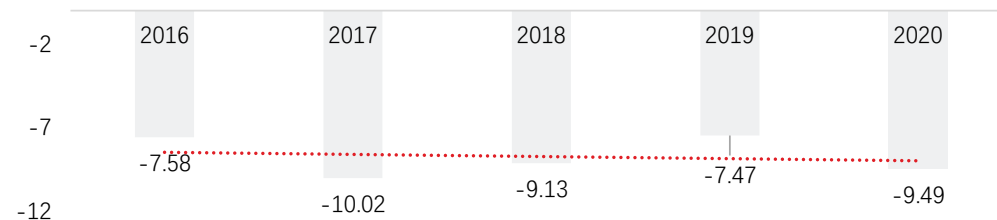
平安健康营业收入与毛利率，2016-2020年

单位：亿元；%



平安健康净利润分析，2016-2020年

单位：亿元



- 平安健康2020年总营收为人民币68.66亿元，较2019年的50.65亿元同比显著增长35.5%；毛利润为18.64亿元，较2019年的11.71亿元同比增长59.18%，致使毛利率上涨
- 净亏损9.49亿元，较2019年的7.47亿元增加27%，平安健康年报中解释：由于人民币升值以及海外合营公司规模增长导致的，调整后净亏损为5.16亿元，较2019年调整后净亏损6.95亿元下降25.8%



www.leadleo.com 400-072-5588

方法论

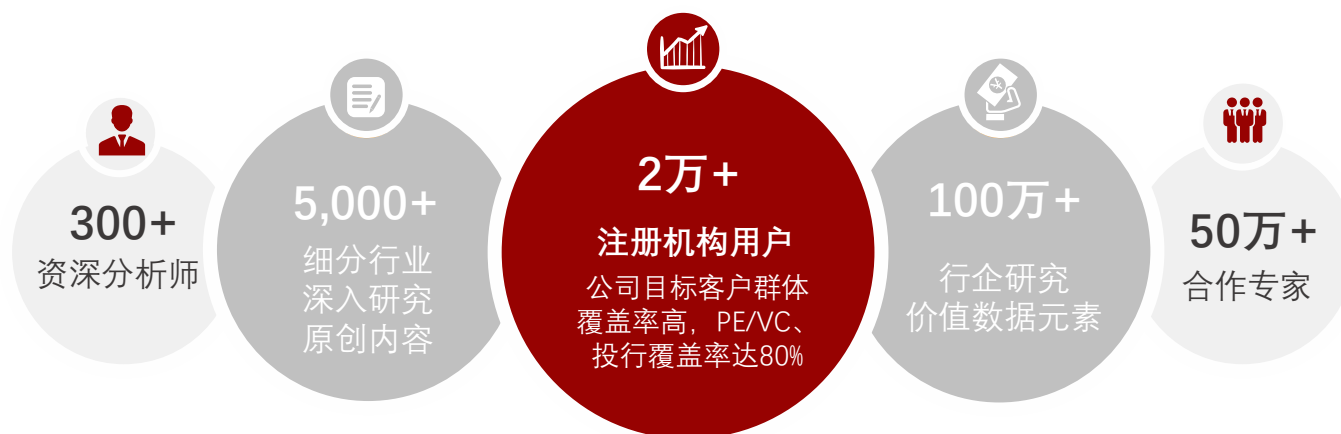
- ◆ 头豹研究院布局中国市场，深入研究10大行业，54个垂直行业的市场变化，已经积累了近50万行业研究样本，完成近10,000多个独立的研究咨询项目。
- ◆ 研究院依托中国活跃的经济环境，从互联网医院、医药新零售、移动医疗等领域着手，研究内容覆盖整个行业的发展周期，伴随着行业中企业的创立，发展，扩张，到企业走向上市及上市后的成熟期，研究院的各行业研究员探索和评估行业中多变的产业模式，企业的商业模式和运营模式，以专业的视野解读行业的沿革。
- ◆ 研究院融合传统与新型的研究方法，采用自主研发的算法，结合行业交叉的大数据，以多元化的调研方法，挖掘定量数据背后的逻辑，分析定性内容背后的观点，客观和真实地阐述行业的现状，前瞻性地预测行业未来的发展趋势，在研究院的每一份研究报告中，完整地呈现行业的过去，现在和未来。
- ◆ 研究院密切关注行业发展最新动向，报告内容及数据会随着行业发展、技术革新、竞争格局变化、政策法规颁布、市场调研深入，保持不断更新与优化。
- ◆ 研究院秉承匠心研究，砥砺前行的宗旨，从战略的角度分析行业，从执行的层面阅读行业，为每一个行业的报告阅读者提供值得品鉴的研究报告。

法律声明

- ◆ 本报告著作权归头豹所有，未经书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复刻、发表或引用。若征得头豹同意进行引用、刊发的，需在允许的范围内使用，并注明出处为“头豹研究院”，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节或修改。
- ◆ 本报告分析师具有专业研究能力，保证报告数据均来自合法合规渠道，观点产出及数据分析基于分析师对行业的客观理解，本报告不受任何第三方授意或影响。
- ◆ 本报告所涉及的观点或信息仅供参考，不构成任何投资建议。本报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发放，概不构成任何广告。在法律许可的情况下，头豹可能会为报告中提及的企业提供或争取提供投融资或咨询等相关服务。本报告所指的公司或投资标的的价值、价格及投资收入可升可跌。
- ◆ 本报告的部分信息来源于公开资料，头豹对该等信息的准确性、完整性或可靠性不做任何保证。本文所载的资料、意见及推测仅反映头豹于发布本报告当日的判断，过往报告中的描述不应作为日后的表现依据。在不同时期，头豹可发出与本文所载资料、意见及推测不一致的报告和文章。头豹不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，头豹对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，读者应当自行关注相应的更新或修改。任何机构或个人应对其利用本报告的数据、分析、研究、部分或者全部内容所进行的一切活动负责并承担该等活动所导致的任何损失或伤害。

头豹研究院简介

- ◆ 头豹是中国领先的原创行企研究内容平台和新型企业服务提供商。围绕“协助企业加速资本价值的挖掘、提升、传播”这一核心目标，头豹打造了一系列产品及解决方案，包括：**报告/数据库服务、行企研报服务、微估值及微尽调自动化产品、财务顾问服务、PR及IR服务**，以及其他企业为基础，利用大数据、区块链和人工智能等技术，围绕产业焦点、热点问题，基于丰富案例和海量数据，通过开放合作的增长咨询服务等
- ◆ 头豹致力于以优质商业资源共享研究平台，汇集各界智慧，推动产业健康、有序、可持续发展



四大核心服务

研究咨询服务

为企业提供定制化报告服务、管理咨询、战略调整等服务

企业价值增长服务

为处于不同发展阶段的企业，提供与之推广需求相对应的“内容+渠道投放”一站式服务

行业排名、展会宣传

行业峰会策划、奖项评选、行业白皮书等服务

园区规划、产业规划

地方产业规划，园区企业孵化服务

研报阅读渠道

◆ 头豹官网：登录 www.leadleo.com 阅读更多研报

◆ 头豹小程序：微信小程序搜索“头豹”、手机扫上方二维码阅读研报

◆ 行业精英交流分享群：邀请制，请添加右下侧头豹研究院分析师微信



扫一扫
进入头豹微信小程序阅读报告



扫一扫
实名认证行业专家身份

详情咨询



客服电话

400-072-5588



上海

王先生：13611634866

李女士：13061967127



深圳

李先生：18916233114

李女士：18049912451



南京

杨先生：13120628075

唐先生：18014813521

头豹领航者计划介绍

头豹共建报告

2021年度
特别策划

Project
Navigator
领航者计划



每个季度，头豹将于网站、公众号、各自媒体公开发布**季度招募令**，每季公开**125个**招募名额



头豹诚邀各行业**创造者、颠覆者、领航者**，知识共享、内容共建



头豹诚邀**政府及园区、金融及投资机构、顶流财经媒体及大V**推荐共建企业

沙利文担任计划首席增长咨询官、江苏中科院智能院担任计划首席科创辅导官、财联社担任计划首席媒体助力官、无锋科技担任计划首席新媒体造势官、iDeals担任计划首席VDR技术支持官、友品荟担任计划首席生态合作官……



1

企业申请共建

2

头豹审核资质

3

确定合作细项

4

信息共享、内容共建

5

报告发布投放

备注：活动解释权均归头豹所有，活动细则将根据实际情况作出调整。

©2021 LeadLeo



www.leadleo.com 400-072-5588

www.leadleo.com

头豹领航者计划与商业服务

研报服务

共建深度研报
撬动精准流量



传播服务

塑造行业标杆
传递品牌价值



FA服务

提升企业估值
协助企业融资



头豹以**研报服务**为切入点，
根据企业不同发展阶段的资本价值需求，依托**传播服务**、**FA服务**、**资源对接**、**IPO服务**、**市值管理**等，提供精准的商业管家服务解决方案

资源对接

助力业务发展
加速企业成长



IPO服务

建立融资平台
登陆资本市场



市值管理

提升市场关注
管理企业市值



扫描二维码
联系客服报名加入



读完报告有问题？ 快，问头豹！你的智能随身专家



扫码二维码即刻联系你的
智能随身专家

