

上半年营收 353 亿，活跃用户首破 2 亿，京东健康：AI+全渠道实力强劲，股价已飙升 136%

导语：在用户体验、供应链、医疗服务、AI 技术四大核心业务上持续优化和发展。

作者：市值风云 App：木盒

在政策支持、行业创新成果的兑现及市场需求的推动之下，2025 年以来医药行业指数表现优异，截止 8 月 18 日，A 股医药股平均涨幅为 43.3%，港股医药 ETF 涨幅超 82%，其中创新药和 AI 尤为突出。

作为“AI+创新药”双重属性的京东健康（6618.HK），今年涨幅高达 136%，股价表现更为强劲，其核心驱动因素既有行业利好的不断释放，也有业务基本面的持续优化。

8 月 14 日，2025 年半年度业绩再传来捷报，公告后股价连续两个交易日大涨 21%，其中上半年收入为 353 亿，规模再创历史新高，同比增长 24.5%，在去年同期收入 4.3%的增长上有所提速，彰显出其收入可持续增长的强劲潜力。

在风云君看来，这是公司保持战略定力，聚焦用户体验、供应链、医疗服务、AI 技术四大核心方向持续精耕细作，与各方携手合作共赢的结果。

一、线上健康消费第一入口，客户粘性和品牌效应增强

随着健康中国 2030 战略的深入推进，民众健康意识的明显增强，以及线上购药渗透率的上升，京东健康作为线上健康消费的第一入口，用户对线上问诊和健康服务的接受度不断提高，为业务增长奠定了坚实基础。

从经营数据来看，2023 年和 2024 年京东健康的活跃用户数量分别为 1.723 亿和 1.836 亿，2025 年进一步突破 2 亿大关，日均问诊量也从 2023 年的 45 万增长至当前的 50 万以上，活跃用户与复购率持续提升，品牌粘性增强。

目前中国互联网医药零售市场已形成双龙头主导的竞争格局，两大头部平台合计占据近 80% 的市场份额，而京东健康凭借自营物流体系、严苛品控标准和全渠道布局等战略举措，在供应链效率、服务专业度、用户体验上更具有优势。

此外，京东作为国内主流电商平台，“拥有大量高净值客户”一直是其鲜明标签与核心优势，京东健康依托集团的优质资源支持，近年来在供应链能力上的持续强化，以及医疗服务体系的不断完善，毛利率和 ARPU 值也在稳步上升。

(ARPU 值为每用户平均收入，数据来源：市值风云)

二、多方携手共赢全渠道布局，继续夯实供应链能力

医药和健康产品的供应链是京东健康最核心的基石业务，通过“自营快好”的确定性、“平台多省”的丰富性、“即时零售”的灵便性，一起构建起覆盖“日常储备-应急需求-性价比选择”全场景的健康服务生态。

2025 年上半年，京东健康进一步强化自营、在线平台和即时零售的全渠道模式协同效应，与行业内头部医药、器械等品牌方合作，在提供更丰富的品类、满足用户更多样需求的同时，也为合作方创造新的增长。

（一）自营又快又好，赋能深化合作

京东健康自营业务依托京东集团的强大的物流体系，在药品的品控、配送的速度和覆盖范围上具有明显优势，2025 年持续优化运营和配送效率、强化自营业务优势、深化与合作伙伴的合作。

上半年，京东健康继续在新药首发、全渠道拓展和数字化营销方面赋能合作伙伴，比如通过打造一站式新品首发解决方案，为全球品牌提供从新品孵化、蓄水种草、上新爆发、新品续销等全生命周期服务，已成为全球健康品牌新品首发的第一选择。



医药领域，和创新药企的深度合作尤为突出，“新特药全网首发第一站”的优势进一步凸显：

(1) 上半年超 30 款创新药在京东健康实现线上首发，包括信达生物减重创新药信尔美®、信立泰药业高血压治疗新药信超妥®、强生公司复方靶向抗肿瘤新药泽倍珂®、青峰医药国产抗流感新药伊速达®等；

(2) 和全球多家药企打造创新合作新标杆，与诺和诺德战略合作在肥胖症、糖尿病等打造一站式诊疗服务，与罗氏围绕流感防治开展科普与服务创新。

医疗器械与营养保健领域，上半年和众多品牌商家发布了多款全网首发产品，例如鱼跃医疗的 5 代动态血糖仪、汤臣倍健蛋白粉、Swisse 和 GNC 的鱼油。

(二) 平台又多又省，互惠繁荣生态

2025 年以来，京东健康继续加大自营业务和平台生态的协同性，提升对合作商家的扶持力度，帮助其实现更多业务和用户增长。

作为互惠互利，京东健康平台生态得以持续繁荣，增加了商品的丰富度，合作商家数量也翻倍增长——2023 年第三方商家数量超过 5 万家，2024 年数量超 10 万家，2025 年中进一步提升至 15 万家以上。

(三) 即时零售发力，提升本地化体验

无论是京东，还是京东健康，这两年都升级了本地生活服务的能力，进一步强化自身全渠道供应链能力，构建了覆盖“即时零售+本地生活”的全场景生态。

“京东买药秒送”服务链接的药房数量不断扩大，除自己开设的线下自营药房之外，合作线下药房从 2023 年 12 万家提升至如今 20 万家以上，并扩大线上医保支付的覆盖范围，让全国更多参保人群享受此便捷服务。

2024 年共接入全国超 3000 家医保定点药房，线上医保支付覆盖人群超 1 亿，2025 年上半年扩大至 2 亿人口。

与此同时，京东健康积极探索零售药房的新模式，其中之一是联合北京儿童医院共同探索“儿科大药房”模式，建设符合“双通道”标准的儿科专属药房，致力于打通线上线下、支付、配送等关键环节。

三、线上线下一体化融合，“医检诊药”闭环加速

医疗服务是京东健康收入增长的第二曲线，与其他平台只是线上电商卖药品不同，京东健康真正以用户健康为中心的价值创造经营理念，融合线上与线下，形成“医+检+诊+药”的全链路闭环服务，整合更多专业医疗机构和优质资源做专做深。

京东健康线上线下一体化模式，组织起大医生、医师、护士等专业、优质的服务资源，让消费者在家就能享受到“医生线上看、检验在家查、药品送到家、护理到家做”一站式的医疗健康服务体验。

2025 年上半年，京东健康“医、检、诊、药”服务闭环加速，京东到家快检和护士到家服务能力、覆盖范围和响应速度进一步提升：

(1) 2024 年京东到家快检服务仅覆盖 12 个城市 149 款快检服务，2025 年覆盖网络继续扩大至全国 23 个城市超 160 款快速检测服务，且服务质量同质即不低于线下医疗机构；

(2) 已超过 1.2 万名护士入驻京东健康平台，服务项目扩展至 7 大类 64 项，包括打针采血、换药拆线、就医陪诊、中医护理、医疗设备调试等，可实现最快 3 分钟接单、最快 1 个小时内上门服务。

在互联网医疗专科建设方面，京东健康打造了以皮肤、精神心理、中医、肿瘤、男科为核心的五大专科体系。

其中在皮肤专科领域已为超过 2000 万患者提供精细化、个性化的诊疗方案，还开设了全国首个互联网“罕见皮肤病诊疗专区”；在精神心理专科方面，也已经与全国多所高校合作“校、医、家”联动机制，构建大学生心理健康服务体系。

四、AI 全场景落地，推动医疗平权

AI 技术的深度应用是推动公司增长的重要因素之一，京东健康也是国内医疗健康行业智能化发展的先锋，在 AI 发展上有其独有的优势，有垂直行业领先的大模型、集团支持的先进算力、大量的用户和数据以及业内最丰富应用场景。

2023 年京东健康就发布了自主研发的医疗健康行业大模型“京医千询”，2025 年 2 月成为国内首个全面开源的垂直医疗大模型，也是如今业内应用场景最丰富、与医院共建最深、合作医生最多、参与用户最广泛的垂类大模型。

2025 年上半年，京东健康发布了应用于线上全场景的 AI 京医系列产品，包括：

(1) 面向用户的 AI 医生、AI 药师、AI 营养师、AI 心理咨询师等专业服务智能体以及医生专家的数字分身，截至 2025 年 6 月，AI 京医累计服务用户超 5000 万，覆盖看病买药的线上全流程、全场景；

(2) 面向医生的 AI 诊疗助手、AI 科研助手等应用；

(3) 面向医院的业内首个全场景应用 AI 产品——京东卓医，已在多家医疗机构落地，其中与温州医科大学附属第一医院合作打造的门诊患者服务流程闭环，已累计服务患者超 220 万人次。

如今京东互联网医院上线了超 500 个专家医生智能体，已成为业内医生智能体数量和服务规模最大的互联网医疗平台，预计 2025 年底将上线超 1000 个专家医生智能体，覆盖更多专科领域。

总的来看，京东健康在 AI 医疗领域的布局已形成从技术到产品、从线上到线下、从个体到医院的全方位体系，通过“京医干询”大模型及其衍生的 AI 产品，京东健康不仅提升了服务效率和质量，还推动了医疗资源的普惠化发展。

总结

京东健康引领了“互联往+医疗健康”的业态模式创新，2025 年上半年收入仍保持较快增长，主要原因有：

政策与行业利好下的产业趋势、优质用户的增长、品牌粘性的提高、与多方的深度协同共赢、平台的繁荣、供应链的优化、线上线下服务的融合、医疗服务的专业化、AI 技术的深度应用和发展等等.....

这些要素也共同构成了京东健康在互联网医疗健康领域的长期领先地位和长期价值。