

# 平安健康医疗科技有限公司

## 2022年度业绩发布

2023年3月 中国·上海

股票代码：01833.HK



# 目录 CONTENTS

01 行业/公司概况

02 业绩亮点

03 成功案例

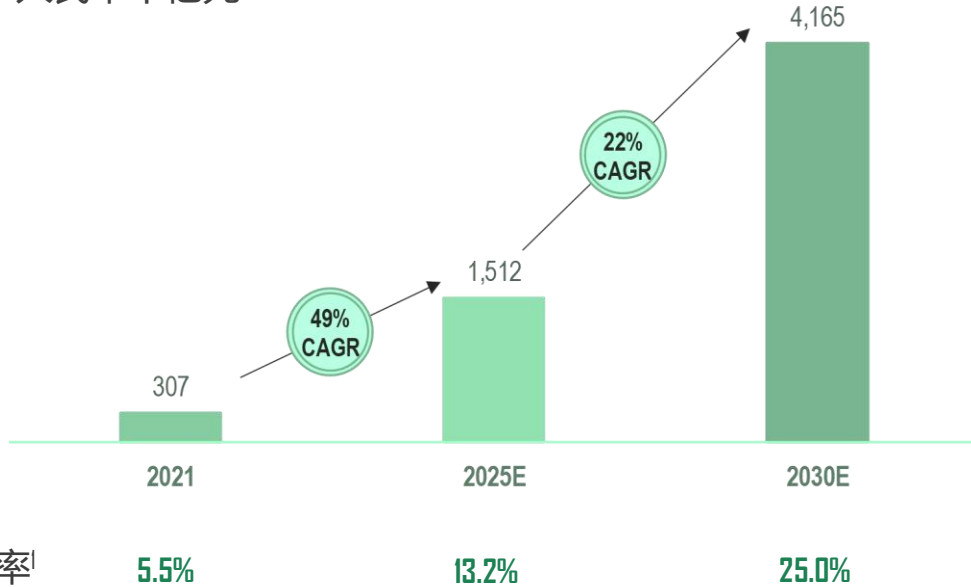
04 业绩表现

05 社会责任

# 机遇巨大：互联网医疗健康行业高速、规范发展

## 中国互联网医疗健康行业高速增长

单位：人民币十亿元



### 潜在市场:

- ✓ 政策鼓励**商保**加强健康管理，分摊成本最高可达净保费的**20%**
- ✓ 基于中国企业职工工资总额<sup>2</sup>，**员工薪酬5%补充医疗费**、**14%员工福利费**和**2%工会费**可支付于医疗健康服务，对应企业健管理论市场规模有望达到**3万亿元**

数据来源：弗若斯特沙利文

注：1.互联网医疗健康支出占医疗健康总支出比例；2.2020年全国工资总额16.4万亿元。

## 政策驱动行业健康发展

### 政策端延续支持力度

- 2022年1月，《“十四五”数字经济发展规划》印发，肯定了互联网医疗是数字经济重要组成部分。
- 2022年5月，《“十四五”国民健康规划》亦明确提出推动互联网在慢病管理和医疗服务等方面的作用。

### 合规监管促进行业规范发展

- 2022年2月，《互联网诊疗监管细则（试行）》发布生效，从**医疗机构监管、人员监管、业务监管、质量安全监管、监管责任**五个方面进一步规范了互联网诊疗活动。
- 2022年12月，药监局发布的《药品网络销售监督管理办法》及《药品网络销售禁止清单（第一版）》正式生效，**明确了药品网络交易相关规则**，有助于药品供应链的进一步精细化管理。

# 生态旗舰：作为医疗健康生态圈旗舰，助力平安集团打造“有温度的金融”

平安集团持续深化“综合金融+医疗健康”双轮并行、科技驱动战略，创新推出中国版“管理式医疗模式”，平安健康是平安集团医疗健康生态圈的**旗舰**。



生态旗舰 赋能助力

## 对平安健康赋能

- 企业客户：**优质的大中型企业客户资源，覆盖员工数7,000万<sup>1</sup>
- 个人用户：**~2.28亿<sup>2</sup>庞大的个人金融用户
- 科技赋能：**强大的科技基础平台，庞大的数据库资源，金融安全级别的信息安全和客户隐私保护

## 对平安集团助力

- 助力获客：**产品差异化竞争力，增加获客及转化
- 提升黏客：**客户黏性、续保率
- 增加规模：**保险加保率、保费规模；银行AUM

注：1.截止到2021年9月30日，平安集团覆盖企业（员工数>500或注册资本>5亿）员工数7000万；  
2.数据来源平安集团2022年第3季度报告。

# 管理式医疗：是平安集团中国特色管理式医疗的重要组成部分

支付方		平安集团庞大商保、企业、个人客群
商保	+	<ul style="list-style-type: none"> <li>健康险规模超<b>1,400亿*</b></li> <li>国内<b>领军的健康险公司</b></li> </ul>
企业		<b>7000万</b> 服务企业员工数
个人		<b>~2.28亿</b> 平安集团金融用户**
平安养老保险	平安财产保险	平安银行
平安健康保险	平安人寿保险	.....

服务方		以平安健康为核心，形成“线上+线下”医疗健康服务网络
线上	平安健康	<ul style="list-style-type: none"> <li>健康/亚健康/疾病/慢病/养老<b>5大场景覆盖</b></li> <li><b>4.9万+</b>内外部医生团队</li> </ul>
线下	  	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>1万+</b>医院**、<b>22.4万</b>药店</li> <li><b>10万+</b>健康服务供应商</li> </ul>

平安科技	平安领航基金	平安海外控股	全球领先的医疗数据库之一	累计数字医疗专利申请数全球领先
------	--------	--------	--------------	-----------------

注：\* 数据来源：平安集团2021年年度报告； \*\* 数据来源：平安集团2022年第3季度报告；  
 1. 截止到2021年9月30日，平安集团覆盖企业（员工数>500或注册资本>5亿）员工数7000万。

# 平安健康战略全景图：“3+1+3”模式，落地管理式医疗战略

价值主张：省心、省时、又省钱



# ➤ 目录 CONTENTS

01 行业/公司概况

02 业绩亮点

03 成功案例

04 业绩表现

05 社会责任

# 年付费用户数



年付费用户数\*



F端年付费用户数\*



B端年付费用户数\*

注：1. 同比指截至2022年12月31日的过去12个月累计数与截至2021年12月31日的过去12个月累计数的对比；

\*年付费用户数指2022年1月1日至2022年12月31日通过移动应用程序、WAP或者插件渠道付费一次及以上的用户数。



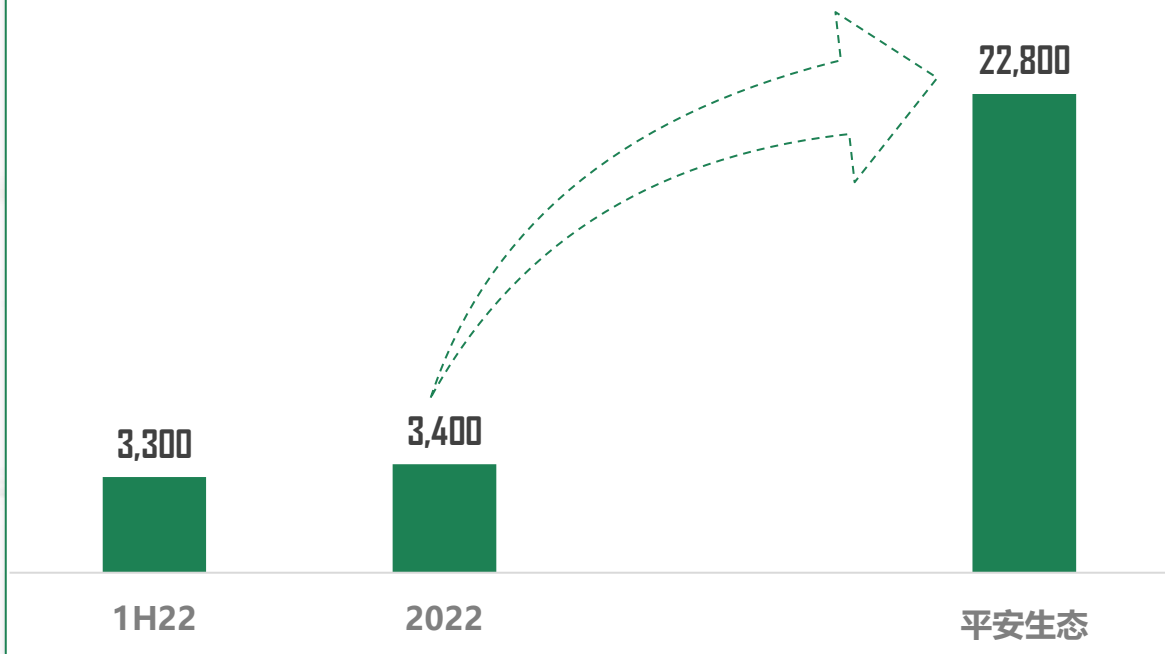
# F端：融入平安集团金融业务场景，打造“有温度的金融”

## 实现与平安集团各金融渠道战略协同



当前平安健康F端付费用户数在平安集团渗透率约为15%，未来增长潜力巨大

(万人)



潜在市场

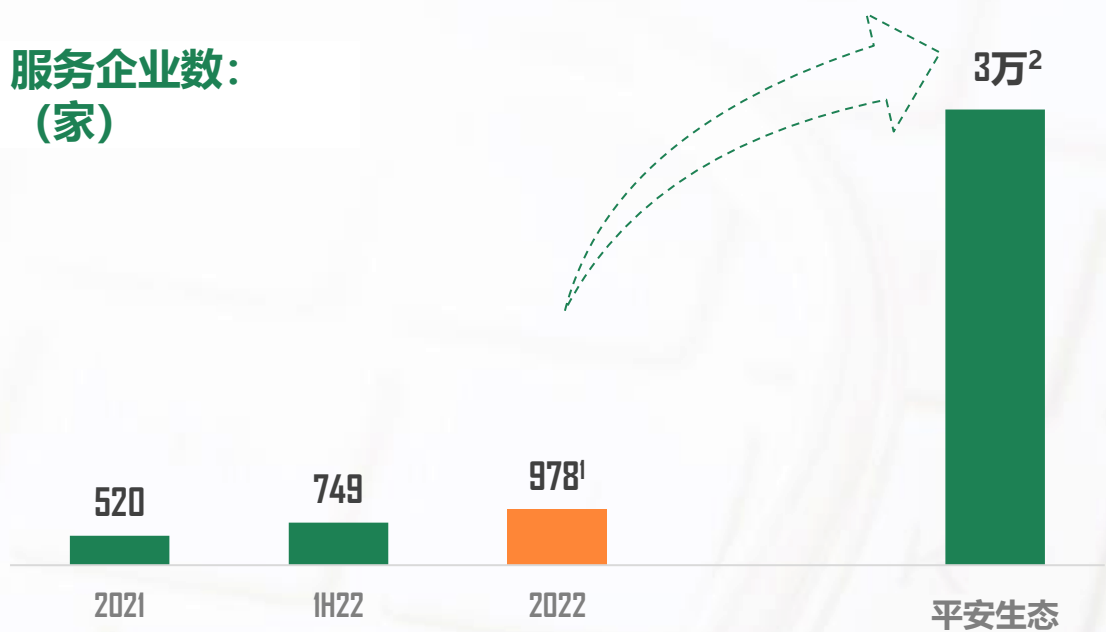
全国金融用户  
~7亿<sup>1</sup>

平安个人金融用户数  
~2.28亿<sup>2</sup>

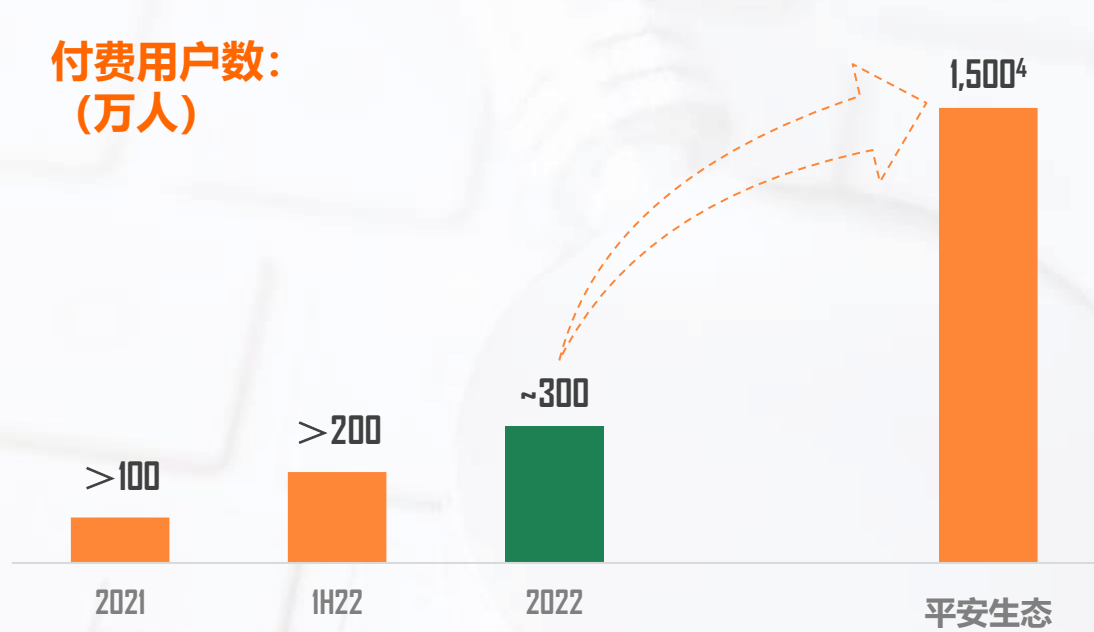
注：1.以银行卡持有人数估算，数据截至2021年6月30日，数据来源BCG；  
2.平安集团2022年3季报披露数据。

# ▶ B端：全场景解决方案，逐步加深企业的员工/用户渗透

服务企业数：  
(家)



付费用户数：  
(万人)



~90%

存量大型规模  
企业客户续约率<sup>3</sup>

~20%

平安健康对平安集团医疗健康  
付费企业客户覆盖员工渗透率<sup>5</sup>

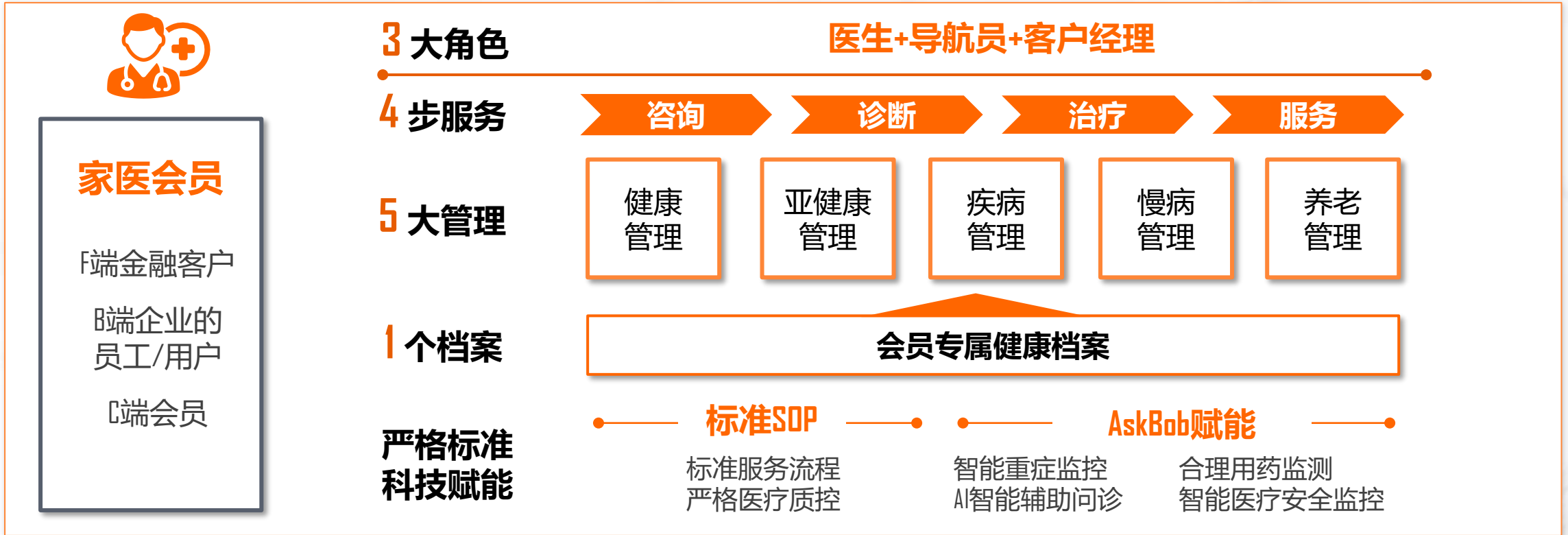
两大拓客渠道

集团协同

自主拓展

注：1.截至2022年12月31日累计服务的企业总数；2.2022H1平安集团医疗健康相关付费企业客户数；3.员工数 > 3,000的企业；4.2022H1平安集团医疗健康相关付费企业客户所覆盖的员工数；5.为公司过往12个月B端付费用户数/集团医疗健康企业客户所覆盖员工数。

# 家庭医生会员制：自有团队、专业导航，串联“线上+线下” 医健服务



**家医会员**

F端金融客户  
B端企业的员工/用户  
C端会员

## 差异化优势

 <p><b>集团客户累积</b> 平安集团综合金融用户</p>	 <p><b>自有团队保障</b> 高品质服务标准</p>	 <p><b>主动运营触达</b> 多平台主动服务触达</p>
---	---	--

# 020: 持续扩大服务网络, 覆盖到线、到店、到家/到企全场景, 提升服务能力



## 家庭医生团队

- 7\*24h在线
- 秒级响应
- 图文问诊
- 日常关怀

链接三到服务

链接线上+线下

# ➤ 目录 CONTENTS

01 行业/公司概况

02 业绩亮点

03 成功案例

04 业绩表现

05 社会责任

# 案例I-某企业员工健管项目：为企业员工提供医疗健康服务

## 客户需求+专属应用场景

### 平台对接

- 确认企业业务需求

### 企业准备

- 了解企业背景及员工画像
- 确认支付模式
- 筹备制作用户使用手册

### 应用场景

- 企业专属APP
- 好福利商城
- 养老金公众号

## 持续定向运营

### 两大触点

- **线上**：通过微信群推广
- **线下**：通过企业职场推广

### 三种运营方案

- 线上定制活动
- 专项小组推动
- 运营预案托底

### 三大持续运营

- 应用场景
- 商品策略
- 服务机制

## 药品/商品等，优惠享健康

### 健康权益商城



#### 人群需求定制

提供高端版、家庭版产品，  
优质高端服务、福利惠及全家



### 员工福利商城

**1,887万**  
项目营收<sup>1</sup>

**29%**  
付费比例

注：1.数据期间为2022年4月1日至2022年12月31日。

# 案例2-某银行合作：为银行客户提供全方位医健服务，赋能“有温度的金融”

## 为银行客户提供丰富的医健服务



### 名医服务

线上+线下一站式服务：名医门诊安排、住院协助、线下讲座、在线直播



### 在线问诊

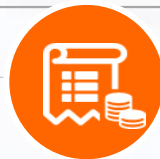
图文、音频、视频问诊；7\*24h在线服务



### 体检服务

检前-中-后全程服务：丰富套餐选择、体检报告解读、检后健康管理

## 助力有温度的金融，实现双向赋能



### 银行赋能价值

私行新增AUM 300亿+  
(22年5-12月)



### 平安健康价值

22年服务私财客户 超过1万单  
服务安排率 100%  
优秀案例 700+

1万+单  
私财客户

100%  
安排率

300亿+  
私行新增  
AUM

# 案例3-企业客户权益：硬件产品和医疗健康服务深度融合

## 合作背景

### 企业简介

某国内领先的动态血糖检测仪研发生产企业

### 企业痛点

仅生产CGM设备，无法提供后续健康管理服务，用户体验有待提升，品牌力/市场影响力弱

### 用户需求

全面提升产品竞争力与品牌力

## 服务内容



专属履约页面

### 三级解决方案

- **问诊服务包**：为用户提供血糖分析、报告解读、营养咨询服务
- **主动服务包**：在问诊服务包基础上，增加主动服务，配置名医服务
- **控糖训练营**：与问诊服务包和主动服务包并行，可进行全年干预

人均互动<sup>1</sup>

30 轮

用户好评<sup>2</sup>

1,000+

注：1. 21天人均互动次数；  
2. 包括视频感谢、手写信、答谢礼物等。



# ➤ 目录 CONTENTS

01 行业/公司概况

02 业绩亮点

03 成功案例

04 业绩表现

05 社会责任

# 业绩表现：公司新战略落地稳步推进，初显成效

## 管理式医疗支付方



## 家庭医生会员制



## O2O服务



# 财务表现 (1/3) : 经营质量稳步优化, 全年亏损大幅缩减

## 财务简表

(人民币百万元)	2022年	2021年	同比
收入	6,160	7,334	(16.0%)
毛利额	1,685	1,707	(1.3%)
毛利率	27.3%	23.3%	+4.0 pps
费用 <sup>1</sup>	(2,854)	(3,603)	(20.8%)
其中: 销售及营销费用率	17.9%	24.0%	(6.0 pps)
净亏损	(611)	(1,539)	(60.3%)

## 财务亮点



下半年总收入**环比增长17.8%**; 其中医疗服务板块收入**同比/环比均实现增长**, 分别为**20.7% / 25.1%**



得益于收入结构进一步优化, 全年毛利率**同比提升4.0个百分点**



降本增效, 全年销售及营销费用率**同比收窄6.0个百分点**

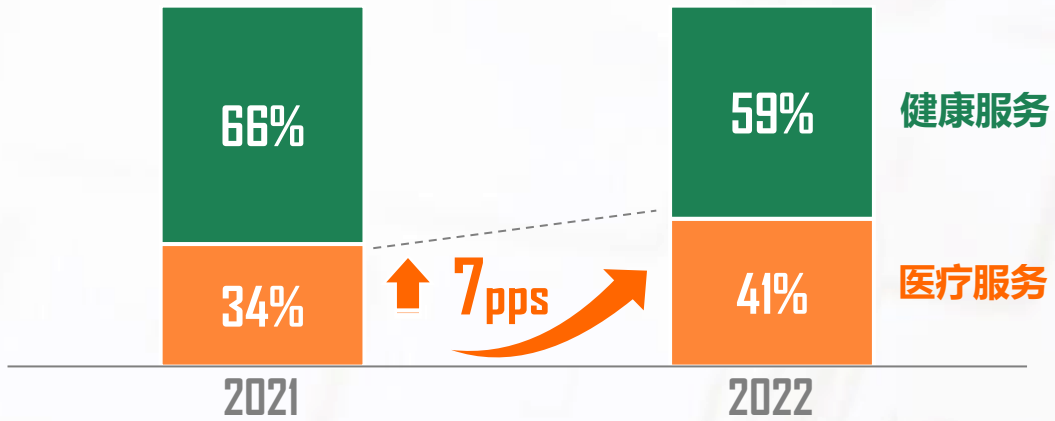


全年净亏损**同比大幅收窄60.3%至6.1亿人民币**

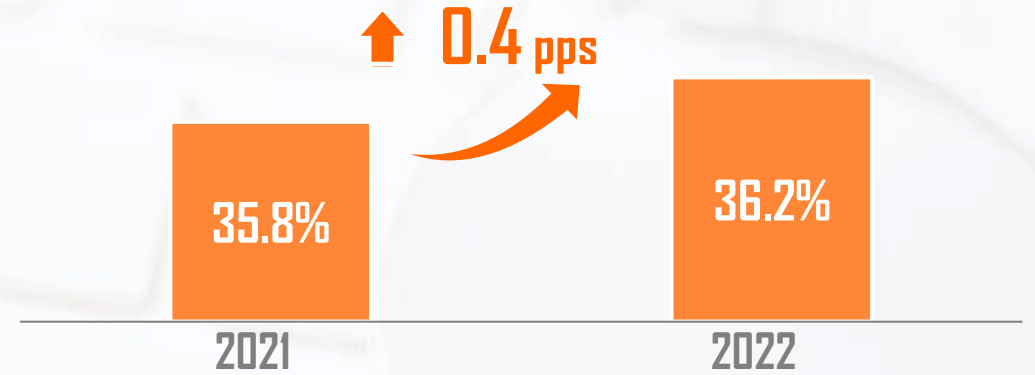
注: 1.费用包含销售及营销费用、管理费用;  
因四舍五入, 直接计算未必相等。

# 财务表现 (2/3) : 医疗健康服务核心财务指标持续提升

### 医疗服务收入占比增长

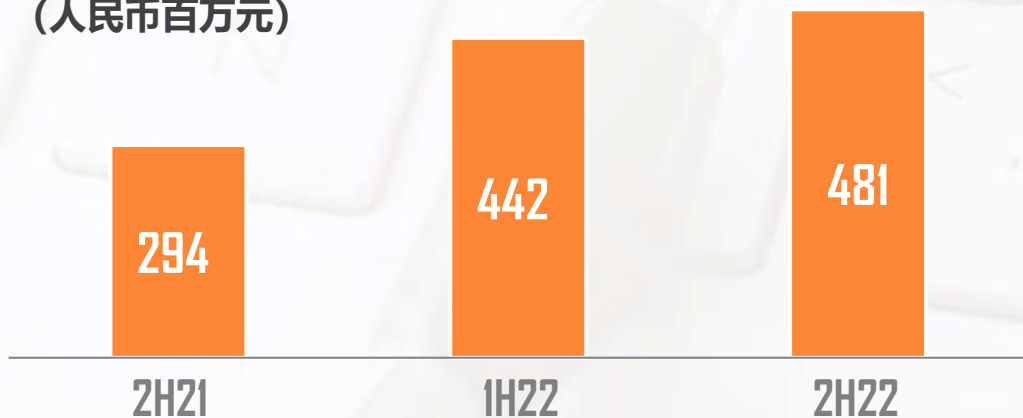


### 医疗服务毛利率持续提升

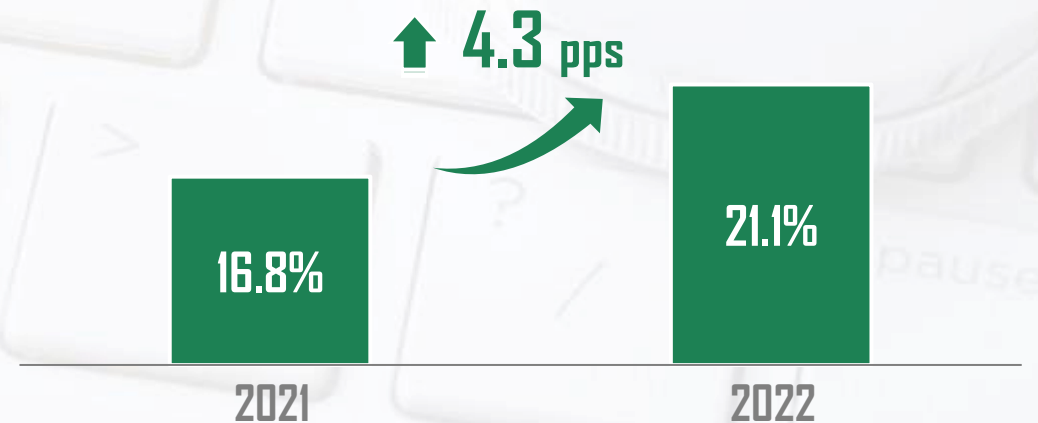


### 医疗服务毛利额持续环比增长

(人民币百万元)



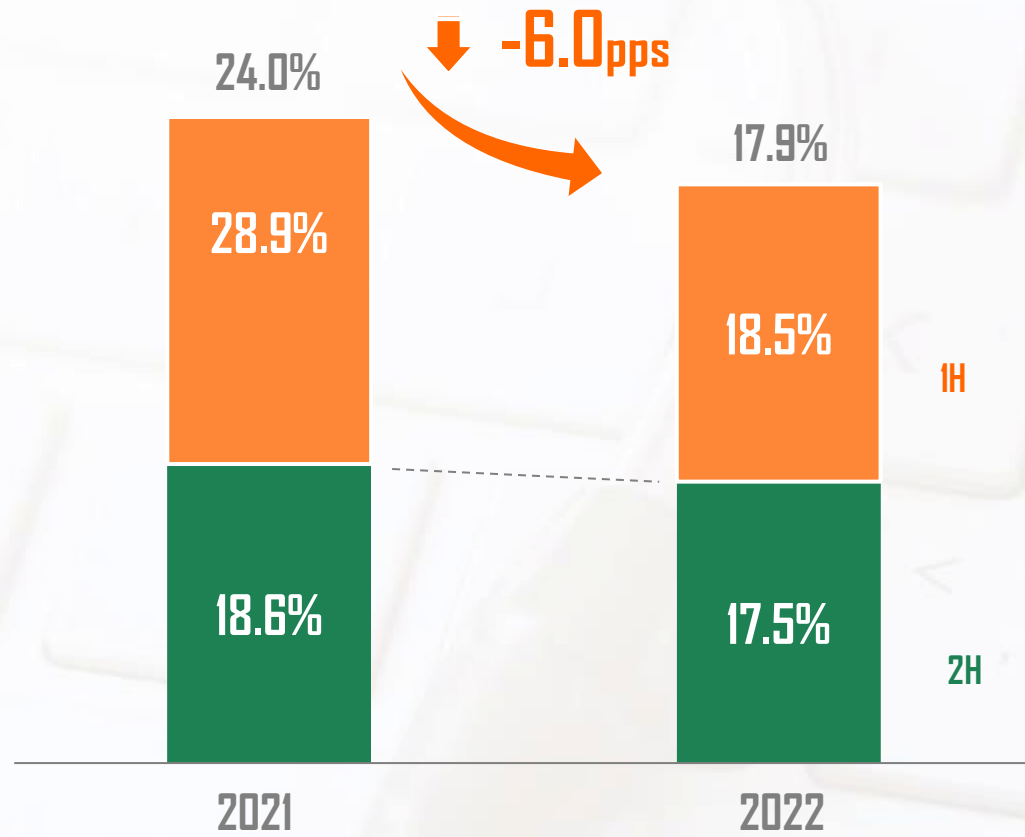
### 健康服务毛利率显著提升



注：因四舍五入，直接计算未必相等。

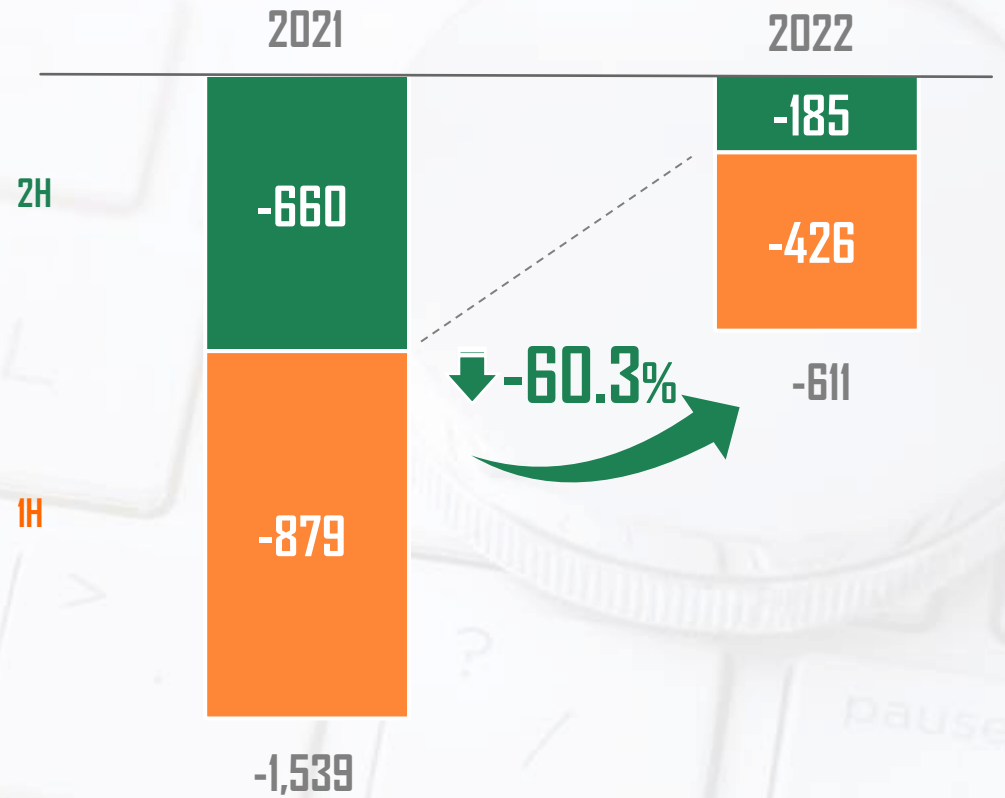
# 财务表现 (3/3) :业务结构调优, 降本增效, 全年净亏损大幅收窄

## 销售及营销费用率持续收窄



## 净亏损同比收窄

(人民币百万元)



注: 因四舍五入, 直接计算未必相等。

# ➤ 目录 CONTENTS

01 行业/公司概况

02 业绩亮点

03 成功案例

04 业绩表现

05 社会责任

# 明晟环境、社会与企业管治评级 (MSCI ESG Rating) 连续两年维持A级

## 明晟ESG评级综合表现提升



**碳排放议题得分 ↑30%**

碳排放管理举措优于同行

**劳工管理议题得分 ↑25%**

主营业务劳工权益保护  
政策明晰

**公司行为议题得分 ↑22%**

商业道德  
政策与实践  
稳健落地

## ESG履责亮点

### 推进医学科普及普惠医疗

- 响应乡村振兴号召，推动医疗资源下沉，提高欠发达地区医疗水平及居民健康素养
- 积极开展生态链合作，加速让医疗和健康服务遍及更多人群

### 科技赋能，高度重视数据安全与隐私保护

- 以数字医疗等高科技手段提高医疗资源可及性，并平衡供需
- 已通过ISO/IEC 27001信息安全管理体系认证、ISO /IEC 27701隐私信息管理体系认证与工信部TLC数据安全能力认证

### 优化ESG管理体系，合规稳健诚信经营

- 完善ESG管治架构，优化反腐与反舞弊机制
- 健全风险内控体系，制定了《全面风险管理办法》《风险偏好管理办法》等风控制度与规范

## 有关前瞻性陈述之提示声明

除历史事实陈述外，本演示材料中包括了某些“前瞻性陈述”。所有本公司预计或期待未来可能或即将发生的(包括但不限于)预测、目标、估计及经营计划都属于前瞻性陈述。前瞻性陈述涉及一些通常或特别的已知和未知的风险与不明朗因素。某些陈述，例如包含「潜在」、「估计」、「预期」、「预计」、「目的」、「有意」、「计划」、「相信」、「将」、「可能」、「应该」等词语或惯用词的陈述，以及类似用语，均可视为前瞻性陈述

读者务请注意这些因素，其大部分不受本公司控制，影响着公司的表现、发展趋势及实际业绩。受上述因素的影响，本公司未来的实际结果可能会与这些前瞻性陈述出现重大差异。这些因素包括但不限于：汇率变动、市场份额、同业竞争、环境风险、法律、财政和监管变化、国际经济和金融市场条件及其他非本公司可控制的风险和因素。任何人需审慎考虑上述及其他因素，并不可完全依赖本公司的“前瞻性陈述”。本公司声明，本公司没有义务因新信息、未来事件或其他原因而对本演示材料中的任何前瞻性陈述公开地进行更新或修改。本公司及其任何员工或联系人，并未就本公司的未来表现作出任何保证声明，及不为任何该等声明负上责任



让每一家企业拥有幸福职场  
让每一个家庭拥有专属医生  
让每一位用户拥有平安健康

