黑客派

PC 到 App，传统互联网医疗的转型与生死未卜

作者：fhway

原文链接：https://hacpai.com/article/1447298603530

来源网站：黑客派

许可协议：署名-相同方式共享 4.0 国际 (CC BY-SA 4.0)

巧了，北京世纪闻康和珠海健康云两家公司都在这个时间段推出了各自在移动端的新一代产品。是两家并不那么让人熟悉的公司，但他们各自旗下的寻医问药网和有问必答网则在 PC 互联网的在线疗咨询中，占据着相当大的市场。比如，寻医问药网宣称，截至 2015年6月，他们网站的注册用户超 1 个亿。
尤其是，这些传统 PC 互联网医疗的网站都是有盈利的，主要来源就是药企和民营医院。这个盈状况，甚至已经好到可以支撑世纪闻康的上市计划。实际上，市面上已有的 PC 端互联网医疗咨询平，都是以药企和民营医院的广告为主要收入来源。
可是，移动互联网成主导之势早已是不争的事实。CNNIC（中国互联网络信息中心）前不久发了一个我国 “十二五期” 间互联网发展状况的统计数据，里面提到，“十二五” 以来，我国手机网规模达 5.94 亿，同比增长 86.8%，使用手机上网比率相比 PC 多 20.5%。
这也就是为什么近五年兴起的互联网医疗，很多创业公司压根就没有 PC 端的布局。当然，这并意味着 PC 向移动转型是个必然，比如与寻医问药、有问必答同类型的 39 健康网，被朗玛信息收购后便未见在移动端的发力，未来很有可能成为朗玛打造的互联网医院流量入口。
但是在移动互联网兴起的背景下，PC 互联网时代日子相当滋润的互联网医疗公司确实面临一个展的关口。
虽然两家公司都不愿意正面回应自己的用户是否受到了移动医疗崛起的影响，但有一点是可以确的，他们的用户增长未来将会很难。因为很难想象一个已经习惯了移动端产品的用户会回到电脑前。
也就是说，PC 端的互联网医疗产品如果还没有到生死关头，至少也要想办法寻求新的增长点。际上，两家公司很早就在移动端有所尝试，那么这次为什么值得重视呢？因为他们都认真了起来。这的话，我们先从这个出发点来看看两家如何策划他们的转型。
“凶猛的” 移动矩阵
寻医问药的策略比较 “凶猛”，搞了一个 “移动矩阵”，就是针对目前医疗服务当中的几乎所需求方都开发了一款 App 产品。当然，这些移动端产品的开发也经历了一个渐进的过程。
寻医问药的 App 版 “寻医问药” 目前已经更新到 4.3 版本，这款产品覆盖诊前、诊中、诊后服。患者可以实现在线咨询、预约挂号、网上购药、院内陪诊、健康管理、疾病自查、电话医生、家庭生等一系列服务。
寻医问药战略发展事业部副总经理吴秀刚说，公司对这款产品的定位是 “超级 App”，将会集公司的优势资源将所有优质服务在移动端集成，打造患者医疗健康需求的第一入口。
所谓 “超级 App” 翻译成普通话，应该就是 “患者需要的功能这里都有”。在这个超级 App 基础上，寻医问药又推出了许多针对具体功能的 App。这些产品的开发进度不同，有的已经比较成熟有的还处于 1.0 或者 2.0 阶段。
比如医省时，主打医院就医陪诊服务；药品指南，提供用药查询、咨询；面向妇儿领域的巧育儿花蜜宝宝，以及功能聚焦在健康管理的智能硬件的云健康，包括体重秤、血压仪、血糖仪等。
这还仅仅是面向普通用户的产品，在 C 端还有一类用户是专业的医生。寻医问药又专门针对医群体推出了 “医脉”。寻医问药通过调研医生的核心诉求，最后将医脉的主要功能定义在四个方面，者管理、学术需求、社交平台以及招聘。这同样也是一款在细分领域大而全的产品。
医院同样也在寻医问药移动矩阵的覆盖范围内，这款产品就是掌上云医。这样看下来，寻医问药线上产品就已经覆盖了医疗服务当中医院、医生、患者三个环节，而在线下，他们已经开始做的还有前特别火的陪诊服务。
<img class="before-fade-in after-fade-in" src="https://static.hacpai.com/images/img-loding.svg" alt="PC 到 app，传统互联网医疗的转型与生死未卜" data-src="http://a.36krcnd.com/ni_class/0ed7f37e-0675-42c0-9ff6-b96268977e9a/4.pic.jpg">
“核心难点在于，如何将医疗这一特殊行业与移动互联网完美 ‘联姻’。一款好的移动医疗产最需要的是能够切实解决患者的问题。所以，我们未来的发展还是会更加聚焦。” 吴秀刚对 36 氪表，“医院、医生、母婴、陪诊这几个领域将会是我们未来重点培育的几个方面。” 吴秀刚说，目前很产品的优化版本都在加紧设计中。
“谨慎地” 卷土重来
最新上线的 “快速问医生” 已经是 8.1 版本，而它最初上线的时间已经是远在 2011年 的时候那时候的功能已经包括在线问诊、自诊、药品信息查询、私人医生等。不过，健康云公司当时没有下大的力气推这款产品，“当时对移动医疗的前景看得并不清楚。” 珠海健康云商务经理余林昌坦陈。/p>
但这次他们的决心显然比上次要强得多，不仅专门在北京开了次发布会推出快速问医生的新版本还这场发布的主题定位 “我不等待”。看起来，珠海健康云这次是没有再犹豫了。

这种坚决的态度从产品功能的改进上也能得出来。在功能升级方面，快速问医生 8.0 增加了免费询值班医生、语音搜索、云病历、查找附近医院药店等功能，同时在页面设计和消息列表方面都作了进。
快速问医生团队这样描述新版本的设计思路：让人们不去医院，依然可以找到医生，而且可以在公室里，在家里，在公交车上，和想要找的任何一个医生对话，为想节省就医时间、就医成本的人，供最迅速，最方便的咨询平台。
珠海健康云在接下来要发力的不止在面向患者的部分，实际上这家公司最早起源于爱爱医这家医社区网，那还是远在 2002年。目前爱爱医已经成为医学专业网站，爱爱医方面称，网站现在已经有过 300 万医务工作者注册。
<img class="before-fade-in after-fade-in" src="https://static.hacpai.com/images/img-loding.svg" alt="PC 到 app，传统互联网医疗的转型与生死未卜" data-src="http://a.36krcnd.com/ni_class/29efb806-c5e4-4d6f-b3fe-5dcaf46a2e51/5.pic.jpg">
对于珠海健康云来讲，未来最理想的状况当然是将这两个群体打通：一方面在快速问医生端聚集多患者，一方面又在爱爱医方面汇集更多医生，两块资源相辅相成。但从两个产品的功能其实也可以出，它们分别要同目前移动医疗领域两家最火的公司春雨医生和丁香园竞争。
虽然已经清楚的看到了移动医疗的发展趋势，而且也已经决心在这个领域加大推广力度，但移动疗目前无法盈利的现状仍然让陆德庆心有余悸。“我们现在还是采取比较谨慎的态度。” 余林昌对 36 氪表示。
转型的确定和不确定
显然，做移动端是两家公司认定的确定选择，而且他们也都具有一定的资源、品牌方面的优势和累。但无论是寻医问药还是健康云的有问必答，对向移动端都保持了相当谨慎的态度。
关于这一点，从用户导流上面就可以看得出来。虽然两家网站在 PC 端都拥有大量的用户，但至它们都没有大力度的导流。产品本身仍处于完善阶段是一个方面，更重要的是，这种导流恐怕是不可的。
PC 互联网时代的在线咨询是相当粗放式的，用户大多是基于个人感觉、症状进行咨询，而医生线的回答也是在没有任何先前信息的背景下做出的判断。这种方式所得到的答案，科学性、有效性、全性都存在疑问。而移动端产品最大的卖点，是个性化、定制化。
在整个互联网发展的大趋势下，移动端对用户本身就已经具有很强的吸引力。余林昌告诉 36 氪他们之前已经做了移动端的 web 产品。而在短短三年里，网站的总访问量当中，已经有 70%的是来移动端 web 的用户。
不过移动端 web 仍然是网页形态，一旦推广 App，那么整个的运营模式都会很不一样。
首先，App 无法获得来自搜索引擎的导流，而这对于 PC 时代的互联网是流量的重要来源。比如医问药网、有问必答网都与百度有着密切的合作关系。
第二，网站的流量是他们收益的主要来源，因为需要药企和民营医院投放广告。但广告这种模式 App 当中显然无法继续，它会直接影响用户体验。
这样的话，移动端如何获得用户是一个问题，如何获得收益又是一个问题。而这两个问题，其实正是困扰移动医疗构建商业模式的关键所在。
对闻康和健康云两家公司而言，PC 端的广告都有着很好的收益，而在移动医疗普遍没有盈利模的情况下，贸然进行用户导流，分解网站的用户，其实是存在一定风险的。
但也许正像珠海健康云发布会 “我不等待” 的主题一样，如果两家公司不在移动端发力，那么们迟早会被移动端的竞争对手超越。而且越晚转型，他们在移动端获得用户的成本就越高。
不过从现状看，情况似乎并没有那么糟糕。中国的移动医疗已经折腾了不下三五年，但寻医问药、有问必答网，包括已经被朗玛信息收购的 39 健康网仍然有巨大的生存空间，仍然可以依靠流量以告收益为生，这本身就证明移动医疗并没有获得实质性的突破。
可以想象，如果一家移动医疗公司在模式上实现突破，它将很快会被复制。基于移动互联网所具的天然优势，PC 互联网可能不具备还手之力。而这个优势就是数据。“相比网页，App 的最大优势是能够保存用户的基础信息，而这个信息才是最有价值的部分。” 余林昌对 36 氪表示。
一个比较让人纠结的现状是，移动医疗要想实现突破需要的前提条件太多，比如在线诊疗、电子方、医保开放等。这些条件究竟什么时候具备，没人说得清楚。这对传统互联网医疗企业来说是好事，因为他们还有足够的时间。
原创文章，作者：刘涌，如若转载，请注明出处：http://36kr.com/p/5039543.html
“看完这篇还不够？如果你也在创业，并且希望自己的项目被报道，请戳这里告诉我们！”

```
<div>
  
</div>
```