



平安好医生

2018中期业绩报告

平安健康医疗科技有限公司

经营亮点

发展潜力

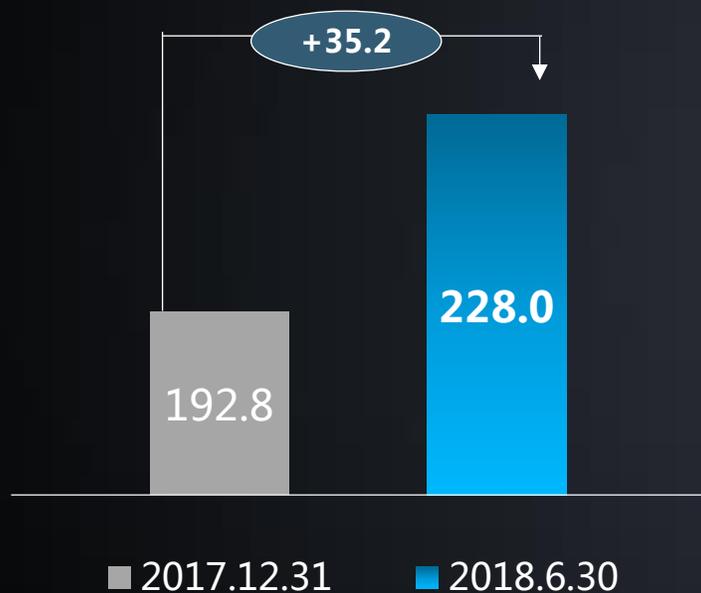
投资布局

财务表现

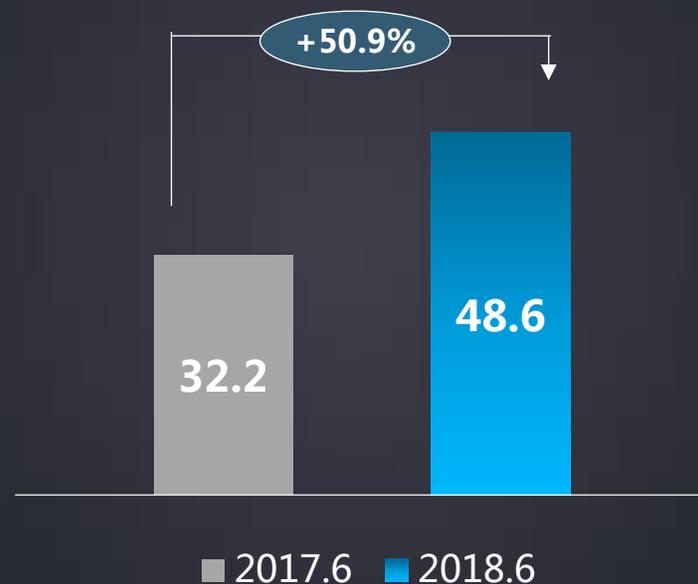
流量持续增长



◆ 累计注册用户数 (百万)



◆ MAU¹ (百万)



◆ 日均咨询量 (万)

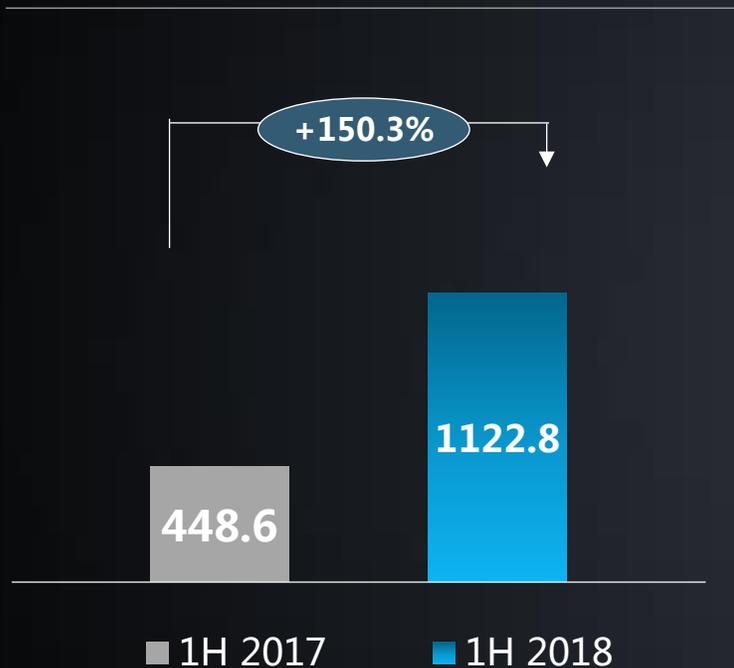


注：1. 2017年6月和2018年6月当月通过移动应用程序、WAP或者插件渠道进入我们的服务或者产品平台一次及以上的用户数

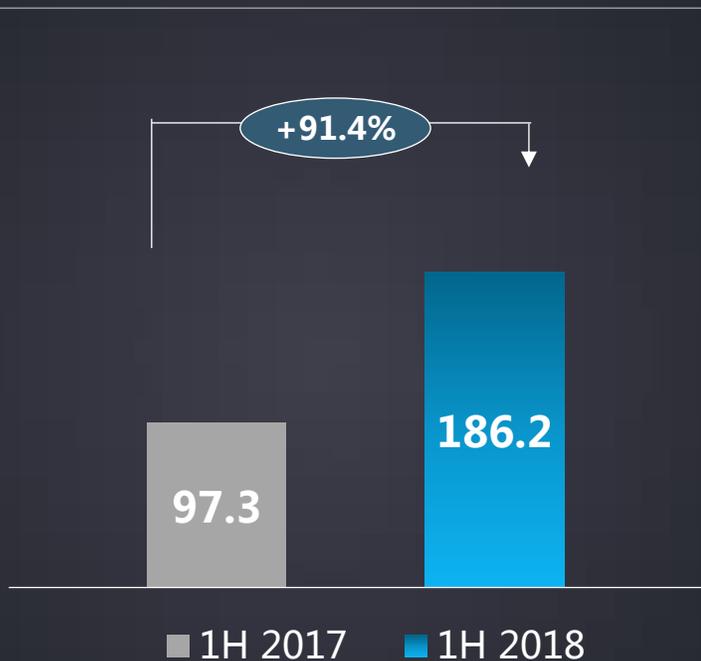
变现能力增强



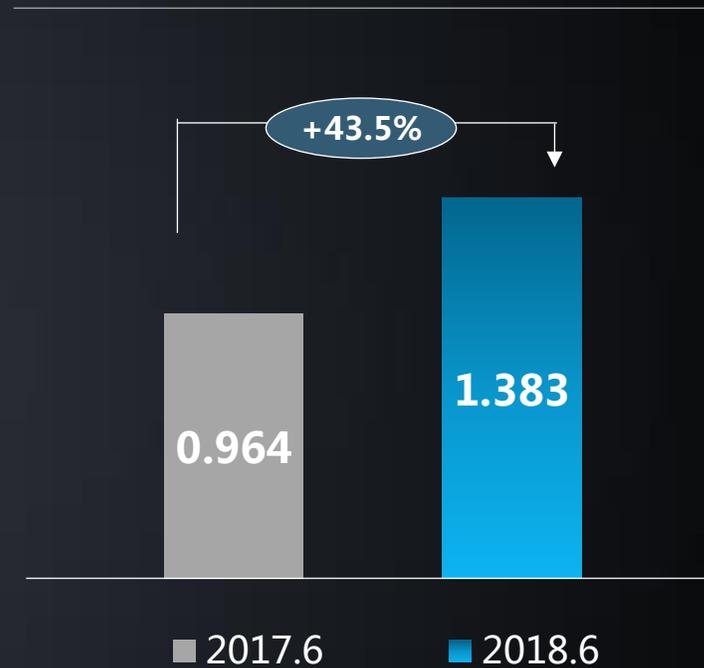
◆ 收入 (百万)



◆ 家庭医生收入 (百万)



◆ MPU¹ (百万)



注：1. 月付费用户数，2017年6月和2018年6月当月购买我们的产品或服务的用户数

生态系统持续完善



经营亮点

发展潜力

投资布局

财务表现

互联网医疗行业市场潜力巨大



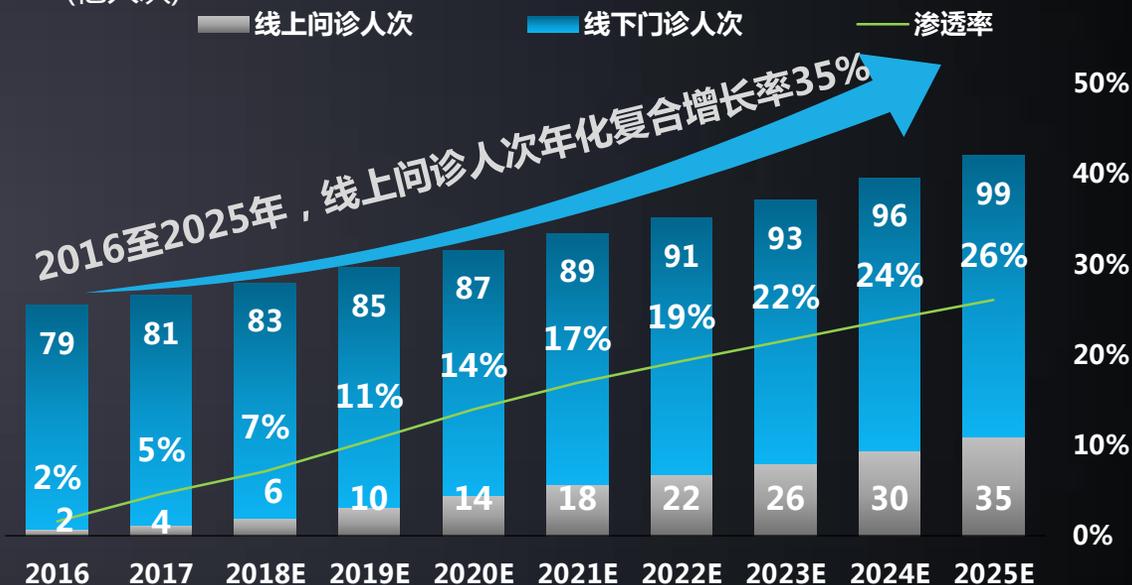
◆ 互联网医疗产业规模

(亿元)



◆ 互联网医疗市场渗透率¹

(亿人次)



注：1. 渗透率=线上问诊人次/（线上问诊人次+线下门诊人次）；

线上问诊人次包括所有线上轻问诊统计，既包含免费的，也包括收费的问诊；

数据来源：国家卫健委、国家统计局、沙利文分析；



政策利好持续释放，国内外大力推进互联网+医疗健康发展



国内：促进“互联网+医疗健康”发展的多项政策相继发布，支持在线诊疗、家庭医生、处方流转等发展，各地开始积极试点；

海外：法国、日本、摩洛哥等多地从服务内容、服务地域、保险支付等多方面推动“互联网+医疗健康”的发展。

法国：医生将可以提供互联网医疗服务，由社会保障和健康保险进行支付

广东：对基于互联网开展的医疗服务项目，属于基层医疗服务的，纳入医保支付范围

日本：在自由区“free zone”开展互联网医疗服务

上海：推广家庭医生服务包，鼓励社区服务中心平台采购家庭医生服务

摩洛哥：获得正式许可的远程医疗相关服务纳入医疗保险范畴

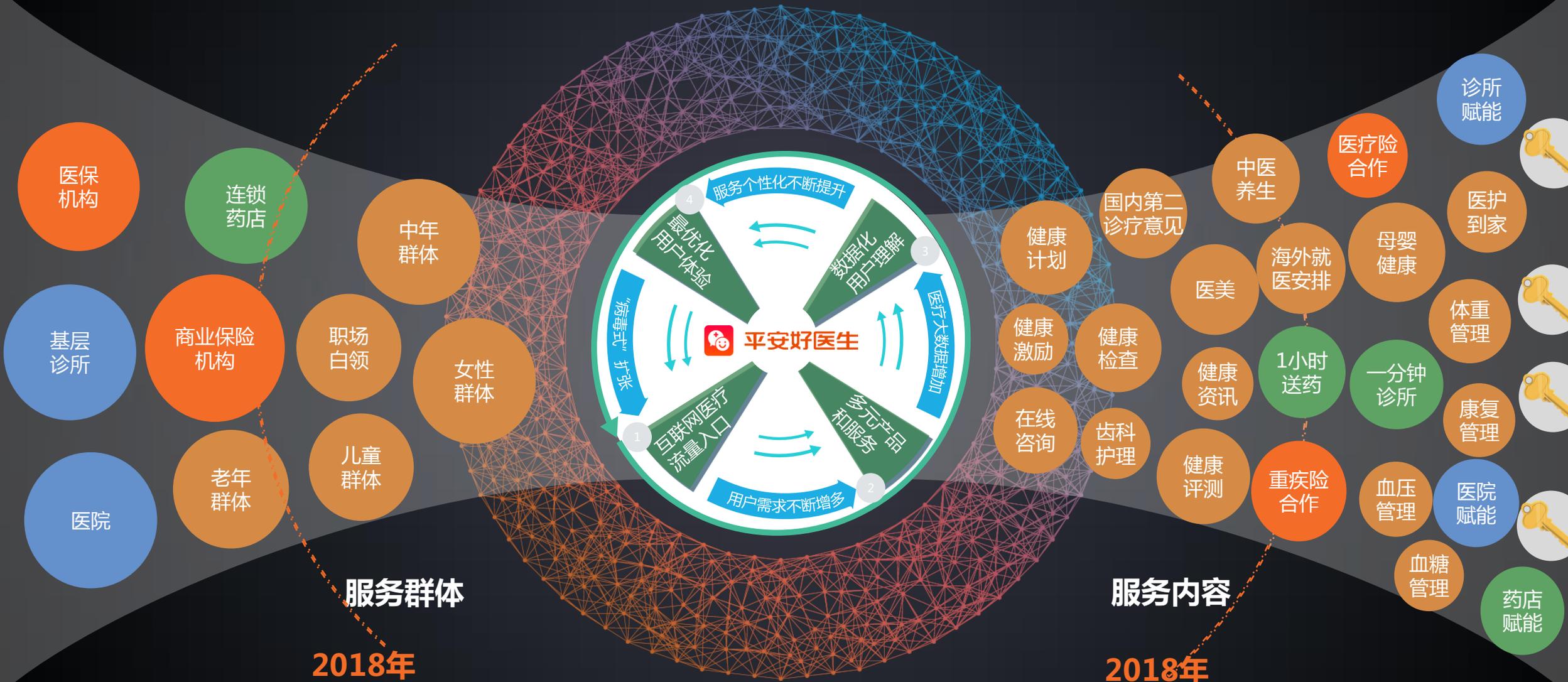
广西：特殊慢性病患者在处方共享药店发生的医疗费用，可医保直接结算

平安好医生拥有六大核心竞争优势



- 1 互联网医疗健康行业领先地位
- 2 独特的商业模式，打造最大的医疗健康生态系统
- 3 AI+ 自有医疗团队为用户提供卓越服务体验
- 4 线上线下全面的医疗健康服务平台
- 5 快速增长及多元化的变现渠道
- 6 一流的管理团队和强大的股东支持

平安好医生产品及服务Roadmap



2018年

2018年

经营亮点

发展潜力

投资布局

财务表现

在东南亚市场与Grab合作，建立互联网医疗平台



东南亚医疗健康市场

规模及增长



人口数量
6.4亿



GDP 规模
27,000亿美金



人均GDP
4,200美金



医疗及健康市场规模
3,700亿美金

医疗市场痛点



✓ 医疗服务耗时过长



✓ 问诊效率低下



✓ 医疗基础设施及医疗费用昂贵

Grab的核心优势

大量的用户基础



1亿
APP下载量



225
东南亚城市

强大的配送队伍



700万
小微企业创业者，包括司机和中介人

领先的移动支付平台



10亿美金
2018年预计年收入



借助技术出海+AI赋能，迅速抢占东南亚移动医疗赛道



收购平安万家医疗投资管理公司



万家医疗成立于**2016年7月**，是中国领先的基层医疗信息云平台



为中国基层医疗机构提供“**系统+标准+服务**”三位一体基层医疗解决方案



已实现**63,000**余家诊所入库，医保服务目前已在**深圳、哈尔滨**落地



收购万家具具有重大的战略意义



加速线下布局，打造基层医疗线下流量入口



完善线上+线下家庭医生服务闭环



拓展服务范围，推进一公里医疗服务圈



整合诊疗数据，提升家庭医生智能问诊水平



线上线下服务闭环，推进与保险的全面合作

加速线下布局，和保险公司密切衔接，未来发展新型商业保险医疗模式 平安好医生



经营亮点

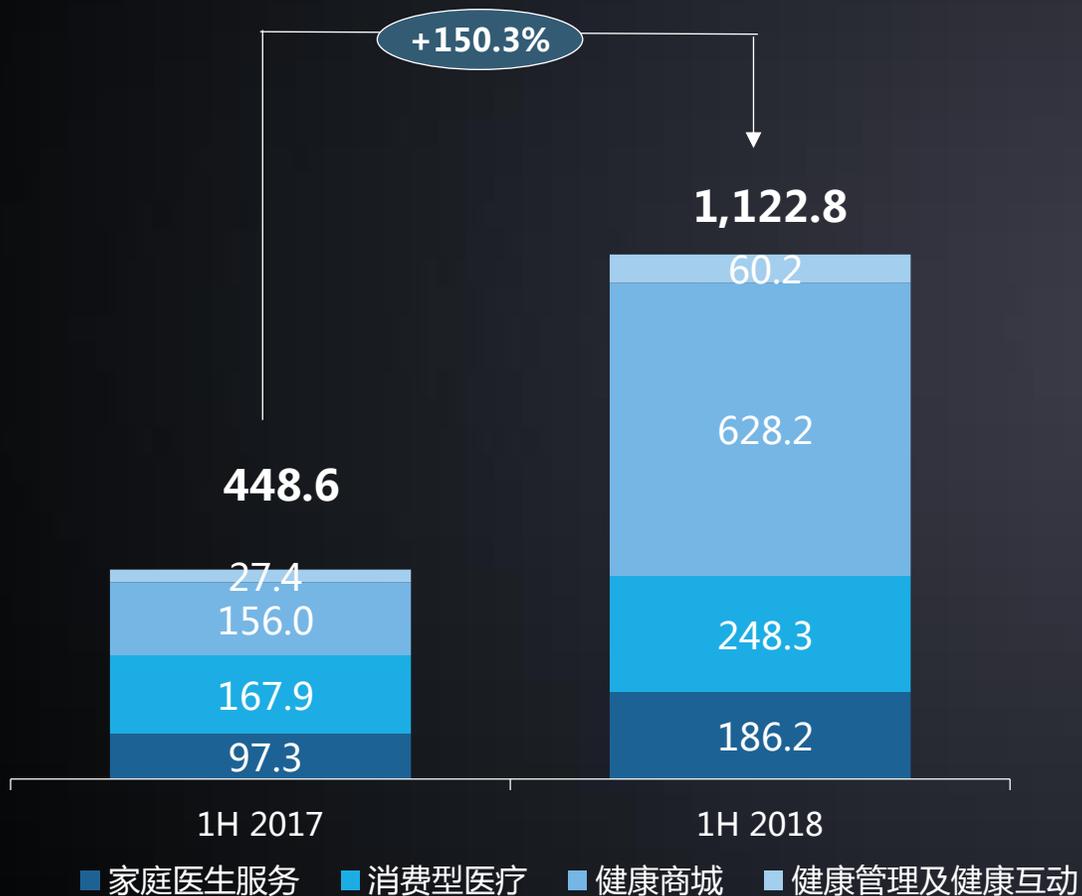
发展潜力

投资布局

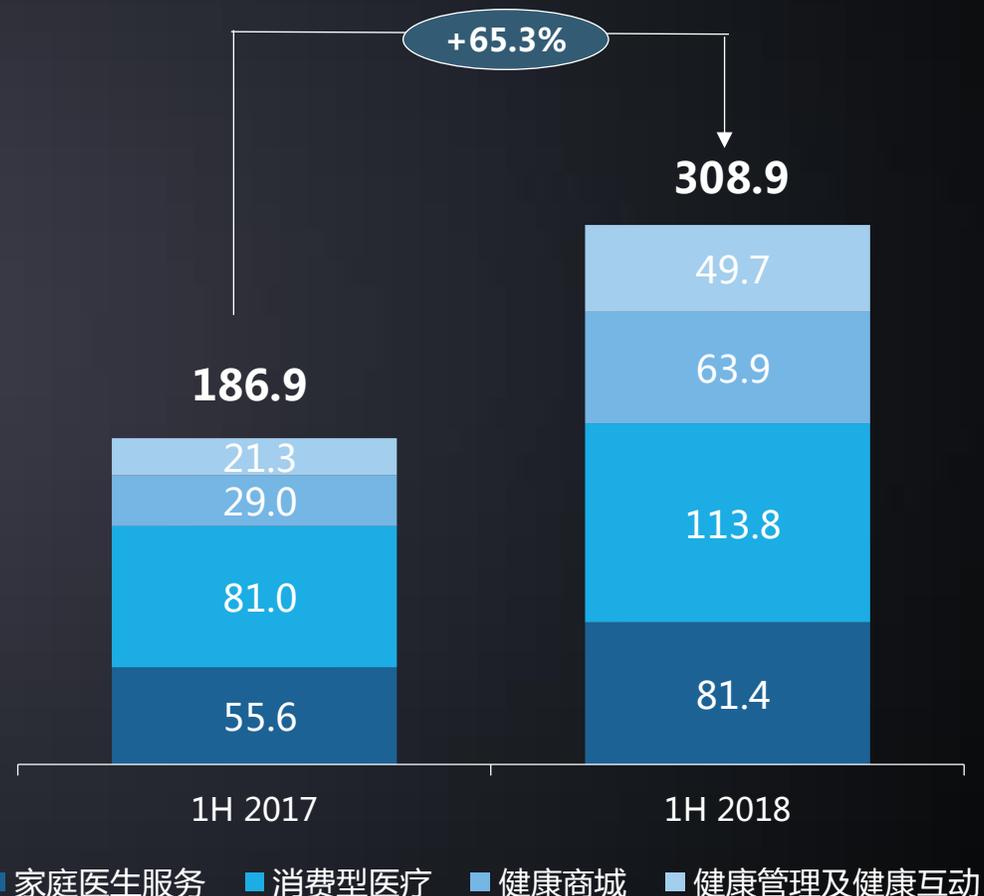
财务表现

分部收入及毛利

◆ 按经营分部的收入结构（人民币百万元）



◆ 按经营分部的毛利结构（人民币百万元）

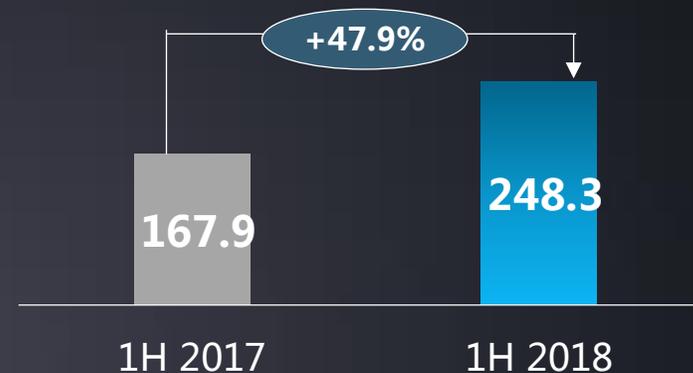


分部收入

◆ 家庭医生服务 (人民币百万元)



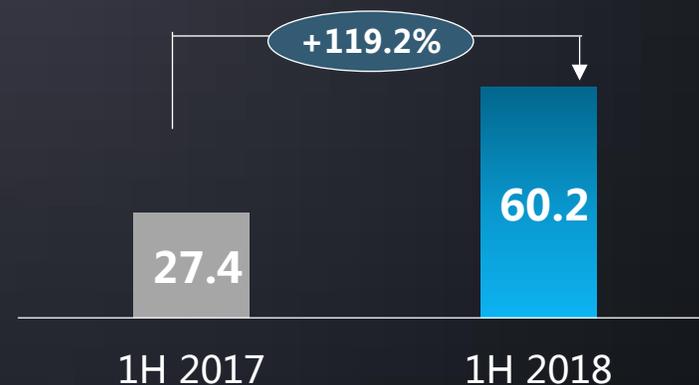
◆ 消费型医疗 (人民币百万元)



◆ 健康商城 (人民币百万元)



◆ 健康管理及互动 (人民币百万元)



分部毛利

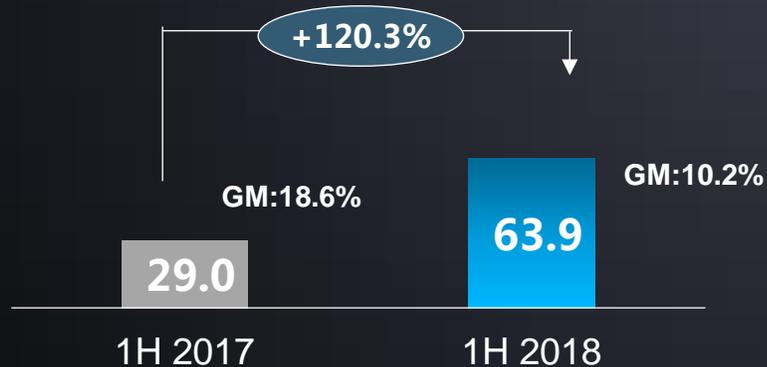
◆ 家庭医生服务 (人民币百万元)



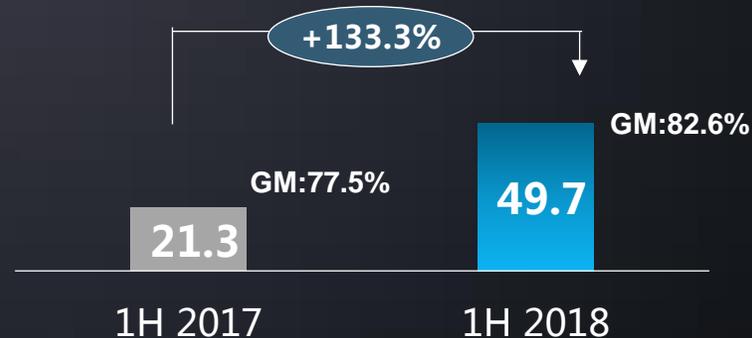
◆ 消费型医疗 (人民币百万元)



◆ 健康商城 (人民币百万元)

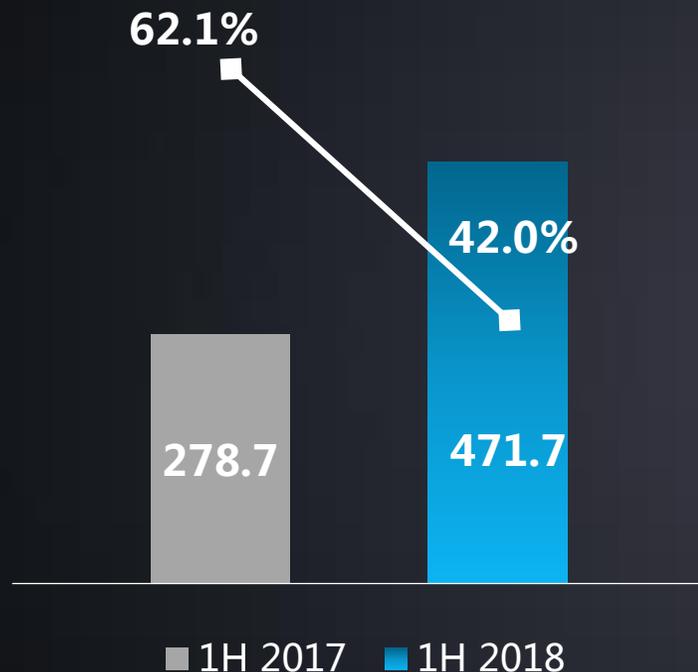


◆ 健康管理及互动 (人民币百万元)



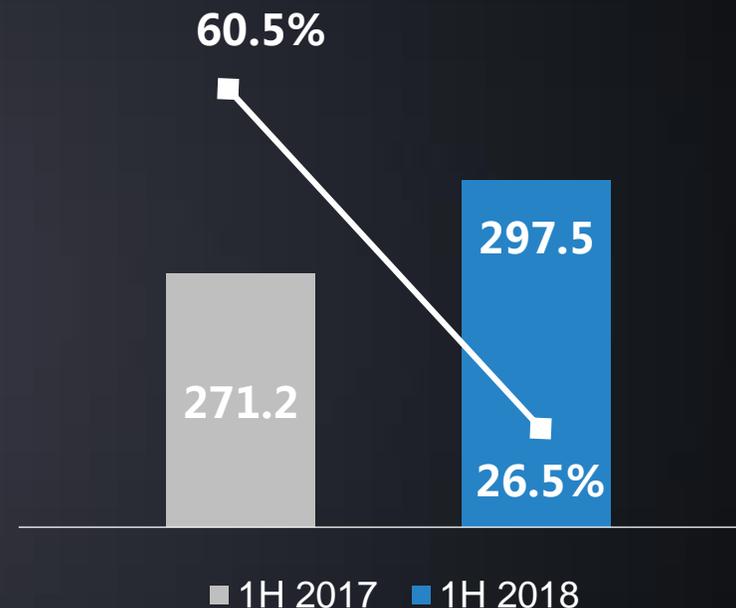
营业费用

◆ 销售与市场费用（人民币百万元，%占收入比）



2018年1H销售与市场费用占收入比例为42.0%，
2017年1H为62.1%

◆ 管理费用¹（人民币百万元，%占收入比）



剔除上市费用和员工期权费用，2018年1H管理
费用占收入比例为26.5%，2017年1H为60.5%

注：1. 管理费用已剔除员工期权费用与上市相关的一次性费用

利润简表



单位：人民币百万元

17年1H

18年1H

同比增速

| | | | |
|-------------------|---------|---------|--------|
| 一、营业收入 | 448.6 | 1,122.8 | 150.3% |
| 二、营业成本 | (261.7) | (813.9) | 211.0% |
| 三、毛利额 | 186.9 | 308.9 | 65.3% |
| 四、营业费用 | (549.9) | (769.2) | 39.9% |
| 销售与市场费用 | (278.7) | (471.7) | 69.3% |
| 管理费用 ¹ | (271.2) | (297.5) | 9.7% |
| 五、其他收入 | 4.50 | 8.27 | 83.8% |
| 六、经营性利润（亏损） | (358.5) | (452.0) | 26.1% |
| 七、财务收支净额、汇兑损益及其他 | (83.3) | 86.3 | N/A |
| 八、期权+上市费用 | (14.2) | (78.5) | 452.8% |
| 九、净利润（亏损） | (456.0) | (444.2) | -2.6% |

注：1. 管理费用已剔除员工期权费用与上市相关的一次性费用

谢谢！