

京东健康（6618.HK）项目介绍

一、公司概况

京东健康股份有限公司（证券简称：京东健康，证券代码：6618.HK）是京东集团旗下专注于医药健康领域的互联网医疗与医药电商平台，总部位于北京，于2020年12月在香港联交所主板上市。作为国内领先的在线医疗健康平台，京东健康依托京东的供应链、物流与技术基础设施，提供医药电商、在线医疗健康服务、健康管理以及企业健康解决方案。2025年，公司实现总收入约734亿元，同比增长26.3%；非国际财务报告准则（Non-IFRS）净利润约65亿元，同比增长36.3%，净利率约8.9%。平台年活跃用户数约2.177亿。公司CEO为曹冬。经过多年发展，京东健康已成为连接药品、医疗器械、保健品供给与广大消费者的核心渠道之一，并在新药首发、AI健康服务等方向持续布局。

二、核心科学与技术（或核心业务）

京东健康的核心业务由“商品收入”与“服务收入”两大板块构成：商品收入即医药健康产品的自营与平台零售（2025年约609亿元），服务收入包括在线医疗、广告及企业健康服务等（2025年约126亿元）。其底层能力是覆盖全渠道的医药健康供应链与零售药房网络——公司拥有超300家自营药房，并具备即时零售履约能力；线上医保支付已扩展至29个城市。在AI健康服务方向，公司推出“AI京医”（含“大为”医生）与“京东卓医”等产品，据披露“大为”医生累计交互数亿次、用户好评率约98%，用于辅助在线问诊、健康咨询与用药指导。其技术体系以供应链中台、互联网医院系统与AI健康大模型为支柱，支撑全场景健康服务。

三、主要产品与管线

京东健康的主要产品与服务包括：京东大药房（自营医药电商）、第三方商家平台、在线问诊与慢病管理、专科服务（体重管理、皮肤、精神心理等）、新药“全网首发第一站”（2025年新药全网首发超100款）、到家快检（覆盖27城）以及企业健康解决方案。公司通过将医药供应链、互联网医院与AI能力结合，形成“医+药+险+健康管理”的闭环。在新冠等公共卫生事件中，其医药保供与在线问诊能力得到规模化验证。超300家自营药房与即时零售网络，使其能够在核心城市实现较快的药品履约时效，提升用户体验与复购。

四、适应症与疾病背景（如适用）

作为平台型企业，京东健康并不对应单一适应症，其服务覆盖常见病、慢性病（如高血压、糖尿病）、皮肤、精神心理、体重管理等多类健康需求，并连接患者与药品、医生资源。其慢病管理与在线复诊服务，服务于需长期用药与随访的患者群体；新药首发业务则连接创新药企与终端患者，提升新药的早期可及性。我国慢病人群庞大、健康消费线上化趋势明显，加之居民对用药便利性与健康管理的需求提升，为平台型医疗健康服务提供了广阔的用户基础。

五、竞争格局

互联网医疗与医药电商赛道头部集中，主要竞争者包括阿里健康、平安健康，以及美团买药、叮当快药等即时零售玩家。京东健康的优势在于京东体系的供应链、物流与正品心智，以及在售药品类广度；其“自营药房+即时零售+线上医保”的组合强化了履约体验。与偏服务的微医、平安健康不同，京东健康更偏“医药电商+供应链”属性。行业竞争焦点在于履约效率、医保支付覆盖、AI服务渗透率与用户粘性。在监管趋严与医药分开改革背景下，合规经营与药品追溯能力成为竞争门槛。

六、团队与平台

京东健康由京东集团分拆独立运营，CEO为曹冬。公司依托京东集团的仓储、物流、技术与流量基础设施，自建超300家自营药房与医药供应链体系，并通过“京东健康”APP、小程序与企业服务平台触达C端与B端用户。其技术平台融合供应链中台、互联网医院系统与AI健康大模型，支撑全场景健康服务。京东体系的履约网络与用户信任，是其相比垂直医疗平台的核心差异化资源。

七、融资与资本

京东健康于2020年12月港股上市，上市前曾获包括高瓴等机构投资。招商资本团队（王荣）曾主导相关投资布局，体现招商局集团在医疗服务赛道的参与。公司市值与股价表现受电商行业与医药政策影响，相关估值以港股公开信息为准。作为已上市公司，其收入结构、用户规模与盈利指标在定期报告中持续披露，为外部研究提供数据基础。

八、发展展望

在人口老龄化、健康消费线上化与AI医疗渗透提升的趋势下，京东健康有望凭借供应链壁垒与AI服务升级，持续扩大医药电商与健康服务份额。2025年收入与利润双增显示其经营韧性。后续需关注线上医保支付扩围节奏、即时零售竞争、AI服务商业化及行业监管变化（具体经营规划以公司定期报告与公开披露为准，未公开披露/待确认）。若能在医保支付与AI服务上持续突破，公司用户价值与变现效率有望进一步提升。

从行业背景看，医药电商与互联网医疗的兴起，受益于居民健康消费线上化、处方外流与药品供应链数字化。我国药品零售市场庞大，线上渠道凭借品类广度、价格透明与配送便利逐步提升渗透率。政策层面，处方流转、线上医保支付试点扩围，为平台型医疗健康服务创造制度条件，但药品网售合规、处方审核与追溯要求亦趋严格。就业务结构而言，京东健康以商品收入（医药健康产品零售）为基本盘，以服务收入（在线医疗、广告、企业健康）为增值方向，二者协同形成“医+药+险+健康管理”闭环。供应链能力是其核心壁垒，依托京东体系的仓储、物流与正品心智，公司自营药房超三百家，并在核心城市实现较快履约；线上医保支付已覆盖二十九城，到家快检覆盖二十七城，延伸了服务半径。人工智能方向，公司推出AI京医与京东卓医，以“大为”医生等智能体辅助问诊与健康咨询，累计交互数亿次。竞争格局上，阿里健康、平安健康及美团买药、叮当快药等构成主要对手，履约效率、医保覆盖与用户信任是竞争关键。作为平台企业，其并不直接对应单一适应症，而是连接药品、医生与患者，服务于慢病、常见病与健康管理需求。后续需关注医保支付扩围、即时零售竞争与AI服务商业化（具体以定期报告为准，未公开披露/待确认）。就产业链位置而言，京东健康处于医药健康消费的渠道与服务平台层，上游连接药企、器械与保健品供应商，下游服务消费者与企业客户，并对接医生与医疗机构。其价值在于以供应链效率降低药品流通成本、提升可及性。在质量与合规方面，医药电商须严格遵循药品经营质量管理规范，落实处方审核、药品追溯与仓储冷链要求，平台对入驻商家与药品资质亦有审核责任。研发与知识产权维度，公司的技术积累体现在供应链中台、履约调度、互联网医院系统与AI健康大模型，AI京医等智能体用于辅助问诊与健康管理。临床合作上，平台通过在线问诊连接医生资源，并以新药首发业务连接创新药企与患者，提升新药早期可及性。从区域布局看，公司依托京东全国仓配网络与超三百家自营药房，在核心城市实现较快履约，线上医保支付已扩至二十九城。政策环境方面，处方外流、线上医保支付试点与互联网医疗规范发展为平台创造空间，但网售处方药的合规边界与监管尺度亦影响业务边界。竞争格局上，平台需在履约、品类、价格与信任之间建立优势。京东健康2025年收入与利润双增，后续取决于医保扩围与AI服务深化（未公开披露/待确认）。从发展脉络看，京东健康由京东集团内部业务分拆，2020年港股上市，依托供应链与流量优势成长为头部在线医疗健康平台，并持续加码AI健康服务与新药首发。在行业共性挑战方面，医药电商面临履约成本、处方药合规与价格竞争，平台需在品类广度、配送时效与信任间建立优势；线上医保支付范围与定价机制仍在演进，影响服务边界。在趋势层面，健康消费线上化、AI辅助问诊与健康管理普及、处方外流与即时零售发展，共同拓展平台空间；

同时老龄化与慢病管理需求提升用户价值。对京东健康而言，供应链壁垒与AI服务深化是其核心抓手，2025年收入与利润双增显示经营韧性。后续需关注医保支付扩围、即时零售竞争与AI商业化节奏（未公开披露/待确认）。在研发与人才体系方面，京东健康的技术能力依托京东集团的供应链中台、履约算法与互联网医疗团队，其AI健康大模型与“大为”医生等智能体需要医学知识与真实问诊数据迭代，累计数亿次交互为模型优化提供基础。在全球化层面，公司以境内市场为主，凭借京东物流与自营药房网络建立履约优势。在数字化与智能化趋势下，AI辅助问诊、智能用药提醒与健康管理正提升用户体验，线上医保支付扩至二十九城、到家快检覆盖二十七城，延伸了服务场景。就行业政策而言，处方外流、线上医保试点与互联网医疗规范为平台创造空间，但网售处方药的合规边界、数据安全与药品追溯要求亦趋严格。对京东健康而言，供应链壁垒与用户规模是其基本盘，AI服务深化与医保护围是增量来源，2025年收入利润双增体现韧性，后续以定期报告为准（未公开披露/待确认）。

信息来源：公司2025年年度报告、公司投资者关系网站（ir.jdhealth.com）、公开融资报道及上述 briefing 摘录。