

壹健康集团数字经济下的“产品+服务”模式成数字化健康管理行业风向标

一枚戒指大小的指环戴在无名指上,人的脉搏、血压、生理周期等数据就能被感知和监测,再通过指环中的芯片同步到产品的微信小程序或APP上。如此一来,佩戴者就能对自己的健康数据了然于心,同时可得到来自产品后台提供的一系列健康管理服务。这样的数字化场景已不罕见。随着大健康行业的不断发展,人们的健康需求日新月异、层出不穷。与之而来的,是如何提高健康管理效率,提高管理能效,形成商业闭环,当下蓬勃发展的数字科技就是一剂“解药”。

跑在健康管理数字化前面

我国已从世界互联网发展的“追随者”,到成为浪潮的“引领者”,数字技术是飞驰向前的加速器。数据显示,2022年中国数字经济规模达50.2万亿元,总量稳居世界第二,占GDP比重已提升至41.5%。在数字科技渗入各行各业的同时,健康管理领域也在经历着数字化带来的深刻变革。作为行业的领军企业,大健康企业密切关注健康管理数字化发展趋势,并在数字化转型中进行积极探索,以数字化为引领,开启健康管理新的发展篇章。

从十多年前的一家传统的“卖产品”的公司,到现在的“卖服务”,从当初的“销售驱动”,到现在的“数据驱动”,嗅到数字化的“甜味”,在全国健康管理行业数字化转型如火如荼的时候,作为国内较早一批进入健康管理赛道的企业,健康管理数字化积极探索者壹健康已经跑在了前面,并实现了转型升级。

壹健康实现升级转型的法门,就是通过体重管理铺设了庞大且坚实的用户基础,借助前期强大的用户黏性和大数据积淀,继续铺开多层次的健康管理业务。如今,已经被称为“减肥公司”的壹健康,已转型升级成为一家覆盖体重管理、慢病管理两大核心业务板块的集团,更准确地说,是一家基于大数据的“全过程健康管理”公司。

“我们以体重管理与慢病管理两大基础业务为切入,以数据化驱动为基础,围绕满足客户全面需求构建了一体化的定制健康管理平台,并引领了中国健康管理行业数字化、标准化与专业化变革。”壹健康集团创始人、董事长皮涛涛接受媒体采访时称。

数字化体重管理的1.0到3.0

2011年上线的“绿瘦商城”或许并不完美,但这确是壹健康推进数据化战略最具代表性的实践。彼时,“绿瘦商城”一举冲进了行业电商网站的前十,稳定的流量为后台留下了大量的用户数据。壹健康开始了数据1.0时代。

2012年,壹健康搭建了“数据驱动”的地基,一年时间完成了电子商务和大数据营销的结合。当时销售部、商品中心、客服部等部门掀起了大刀阔斧的变革潮,完成了公司各个部门的数据沉淀和管理,通过数据去分析客户、了解用户,对客户进行分类、分级,通过分析用户数据的变化,来预判用户可能生成什么样的需求。壹健康又再次率先同行完成了一次创新转型,开始进入数据2.0时代。

2014年,绿瘦数据中心成立,体重管理以数据驱动为核心,迈入数字健康管理赛道。新成立的数据中心通过汇总各部门的数据,对用户数据进行综合分析,使用户的体验不断得到优化。2015年-2016年,公司还组建了基因检测研究实验室,对人体的健康管理进行精细化、数据化,并基本完成了数据化战略2.0版本的有效运用,还启动了智能语音分析系统、小易智能系统、订单管理系统



联网医院牌照,上线壹健康大药房天猫、京东旗舰店等举措,将焦点聚集在慢病管理。

2021年,壹邦狠狠发力。首先,壹邦APP升级为专注慢病管理。同时,壹邦还在全国布局了慢病管理业务,相继成立壹邦海南分公司、武汉分公司,并在2021年相继成立了医学服务中心和壹健康药业。

为细分市场,2022年,壹邦形成了糖汇佳、健倍达、盛百颜3个子品牌业务模块,分别进入糖尿病管理、慢病管理、气血管理专业领域,通过医学+产品+服务模式为更多用户提供专业服务。同年8月,广州壹健康综合门诊部正式开业,专业医学+赋能服务的业务模式形成。同一年,壹健康成立了数据智能中心、硬件智能中心、系统智能中心,以数据为驱动的数字健康管理模式布局完成,提出“为了中国人的身心健康”发展愿景。

已建立以数据化为驱动、线上线下结合的全面健康管理体系

经过十余年的积累与发展,壹健康紧扣“全家人、全生命周期、全健康管理”,业务由销售传统减肥产品拓展成了以体重管理和慢病管理两大基础板块为支撑,以数据化为驱动,线上线下销售模式相结合,建立了全面健康管理体系。

在体重管理方面,通过提供具有减重功效的保健品和精细化的体重管理服务方案,壹健康为消费者提供数字化、标准化、定制化的线上线下相结合的体重管理解决方案。例如,通过识别体重管理四个关键周期,即“启动期、减重期、塑形期、维持期”,提出了“五力合一”的独特服务模式,为每一位体重管理客户配备体重规划师、运动顾问、营养顾问、心理咨询顾问及服务管家五位专业顾问;借助“好享瘦APP”作为数字化的载体与工具,为客户提供一人一界面的个性化服务,实现服务的可视化与实时交互;同时通过绿瘦训练营、形体美学中心及丽媛荟,为消费者提供丰富的线下体验,从而增强用户满意度及黏性。

在慢病管理方面,依托体重管理业务所积累的数字化能力与系统化服务的经验,为慢病管理开发数字化解决方案,即慢病管理“健康3+6”服务体系。通过提供药品、食品、保健品等产品及慢病管理服务方案,为消费者提供标准化、个性化的数字化慢病管理解决方案:包括“询+医+养”三步法及“六名顾问”服务团队,打造全周期一站式服务流程并向客户提供全方位慢病管理解决方案;以“壹邦APP”作为与客户的数字化交互平台,实现服务的深度跟进与实时交互,将男性健康管理、女性调理及糖尿病管理三个子板块串联起来。

截至2023年3月16日10:25,壹健康集团在过去15年来累计服务客户人数为2,436万,其中,绿瘦服务过将近2000万客户,壹邦也服务了将近500万客户。

(梁瑜/文)



等一系列智能化升级的举措。数据化管理渗透到了壹健康的每个部门,壹健康已然成为了一家真正的数据公司。

2016年,“好享瘦”APP上线,标志着壹健康正式进军移动互联网。2017年,绿瘦品牌、产品、服务、数据系统全面升级,100多种产品搭配出来的丰富组合所产生的海量数据,让壹健康在数据化战略3.0的道路上快步前进。

扩展大健康赛道,角逐慢病管理市场

壹健康从没把自己限制在体重管理赛道,在发展体重管理的同时,扩展到更广阔的大健康赛道,瞄准了慢病管理。

慢病管理服务则是满足患者长期医疗需求的关键一环。我国未被满足的健康需求巨大,包括壹健康在内的各类大健康企业纷纷聚焦于数字化慢病管理。据弗若斯特沙利文报告统计,中国的慢病医疗卫生支出预计将从2020年的4.1万亿元增长到2030年的12.5万亿元。相比传统方式,其提供的线上复诊随诊、用药指导、健康科普等服务,弥补了传统慢病管理不能满足消费者个性化需求的不足。

2014年壹健康成立壹邦,冲入大健康赛道。2018年壹邦APP上线,在此之前业务已从男性健康市场到大健康。接着,壹邦通过成立慢病管理团队,申领互