

春雨医生“卖身”

原创 陈杨 界面新闻 2025年12月11日 15:16 上海



图片来源：视觉中国

界面新闻记者 | 陈杨

界面新闻编辑 | 谢欣

日前，港股物业管理服务上市公司国锐生活宣布，以2.69亿元收购春雨医生78.3%的股份。公司称还将收购春雨医生剩余部分股份，目前正在与相关股东磋商。

这一消息放出后，对于这家曾经的初代互联网医疗（又称“移动医疗”）明星企业的这次“卖身”，业内几乎是一片唏嘘声。作为曾经的移动医疗时代最大融资金额创造者，春雨医生最终“卖身”估值仅在3.5亿元左右，相距巅峰期缩水超九成。

而春雨医生上一次得到大规模关注还要追溯到2016年，当年10月，春雨医生创始人张锐因突发心梗不幸离世，不仅引发行业一片哀悼，也在大众层面获得了广泛关注。但似乎，也正是在这一悲剧事件的不久后，彼时还一片红火的初代互联网医疗，就逐渐走向平淡甚至是落寞。直至今日，经历了资本热浪与回撤，当年的那些明星企业或还在IPO与卖身之间抉择，或是在不停的转型与裁员间苦苦支撑，但不可否认的是，其均未达到当年的期待。

初代互联网医疗概念的出现始于移动互联网、尤其是智能手机的普及。2010年前后，苹果iPhone4横空出世、APP生态进入爆发期，移动互联网的风浪席卷各行各业，与民生息息相关的医疗领域也不例外。

在医疗资源分布不均、看病难等现实问题下，360出身、创立好大夫在线的王航开始“一家一家地扫院”搜集医生出诊信息，建立医生数据库、推出分诊系统；张锐离任网

易副总编辑，高喊着“颠覆医疗”的口号，从蓝驰创投拿到300万美元A轮融资，创立春雨医生，主打线上“轻问诊”。

在当时，还有包括健康160、微医、丁香园、医联、1药网等一系列创业明星公司涌现，它们或是希望利用不同地区、城市之间的医疗资源差异、或是围绕医生、用药等开展业务。而平安、阿里、腾讯等互联网大厂也纷纷布局，这一概念在当年的热度远超后来的创新药等，可比肩今年年初的AI医疗。

据《财新周刊》2014年的报道，成立三年，完成5000万美元C轮融资，并由此一度创下国内移动健康领域最大单笔融资记录的春雨医生“商业模式在探索，盈利比较小，可以忽略不计”。在那时，春雨医生曾以每一两年一轮的融资速度，在2016年6月完成Pre-IPO轮融资，获得12亿元，估值约10亿美元，并计划于2017年在A股或新三板上市。



信息来源：天眼查。界面新闻记者陈杨制图

此后，为补上诊疗环节，春雨医生、丁香园等公司开始与线下医疗机构合作共建或自建诊所。微医、平安好医生等公司也尝试打造平台型互联网医院，帮助患者在不同医院间转诊。这些模式实际上是通过互联网医疗公司平台，将线上或其他医院的患者导入目标医疗机构，完成诊疗全流程，包括后续随访、健康管理，从而与医生、医疗机构、药械厂家、保险公司等分利。

实际上，从2014年兴起的移动医疗，到后来的互联网医疗、AI医疗，尽管概念流变，医生始终是衡量医疗资源分布的核心，也是互联网医疗公司们估值、变现的根本。但问题是，在政策强监管的医疗行业，这些公司是否真正“掌握着”医生们及其医疗服务供给，并有人愿意为这些医疗服务买单？

最初，与日后不少被互联网颠覆的细分赛道类似，这些手上不差钱的互联网医疗公司们也靠着烧钱补贴，吸引医生和用户。但实际上，越是大医院、高水平的医生越忙、越不缺病人；同时，寻医问药不像餐饮、出行，用户仅有低频的需求。

更重要的是，受制于行业政策，这些公司们只能止步于挂号、咨询等就医的最前端，无法进入更核心、价值更高的诊疗环节。

但实际上，这没有改变医疗资源分布本身。诊疗水平高的大医院没有“求合作”的诉求。而等级低的小医院在诊疗水平、吸引患者等方面依旧存在短板。据行业媒体动脉网，2016年初，春雨诊所签约合作机构数量突破300家，但大多都没能实际运营。到2022年，国内首家互联网医疗线下诊所、丁香诊所杭州滨江店关闭。

自2015年年底，没看到清晰商业模式的资本们开始失去耐心，偃旗息鼓，不少公司在此后倒下。2016年10月，张锐因突发心梗不幸离世，更为行业添上一笔悲色。留在牌桌上的玩家也感受到寒意，春雨医生、好大夫在线、微医、平安好医生、丁香园等多家公司的公司历经裁员。

这期间，2020年的新冠疫情曾经给互联网公司们送过一阵春风。但激增的线上问诊业务随着疫情降温很快退去。仍因政策限制，互联网医疗公司想要赚诊疗环节的钱，却始终困在业务量较小的复诊里和医保支付外。

此外，微医开始尝试to G（面向政府），与天津市政府合作“天津数字健康共同体”，通过为地方医保控费而从结余中获利。不过该模式在其他地区的可复制性存疑。且微医当下仍在亏损中。

医疗战略咨询公司Latitude Health创始人赵衡告诉界面新闻，医疗资源配置的不可能三角，即“高质量、可及、便宜”背后是医疗体制问题，并非仅靠技术就可以解决。目前看来，其他商业模式没走通的根本原因还是在于没有支付方。

他向界面新闻分析，一方面药品作为货物可以线上化销售；另外中国医疗开支的自费比例为27%，人们自费买药的需求很明确，所以“卖药”模式可行。而医疗服务无法在线上完成，或者当下线上化的问诊、健康管理等服务没有明确的自费需求，叠加医保控费，商保尚在发展，个人和提供员工福利的企业都无意成为支付方，因而无法商业变现。

此外他认为，当下的生成式AI也还局限于辅助功能，仅作为互联网用户进入诊疗环节、接触其他服务的入口，对前述因素没有实质性影响。

2024年，蚂蚁集团收购好大夫在线，似是已在表明，初代的互联网医疗公司们已经快到了要做出抉择的时候了。

而最新公告显示，2023年、2024年和2025年前十个月，春雨医生营收分别为1.01亿元、6622.6万元、5104.8万元，分别亏损957.2万元、2294.9万元、291.8万元。

而单就寻医问药类互联网公司最核心的医生与用户资源来看，王航今年1月提到，目前已有28万名医生在好大夫在线平台注册，其累计服务患者的数量已达到9100万名。另据本次公告，截至2025年6月，春雨医生拥有约1.8亿注册用户，69万名签约医师，日处理健康咨询约33万则，累积约4亿份健康档案。

对此，赵衡告诉界面新闻“好大夫在线比春雨医生值钱很多”，因为前者入驻医生多为名医，春雨医生则更多是基层医生或低年资小医生。这与两家公司最初的定位有关，由此导致价值上的差距。

界面新闻注意到，近年好大夫在线在官网介绍中称，其平台实名注册、直接向患者提供线上医疗服务的活跃医生中，“三甲医院的医生比例占到73%，具有很高的医疗服务权威性。”春雨医生的官方介绍中未提及相关信息。

回顾十年会发现，时至今日，互联网医疗真正走通的路只有“线上卖药”一条，而这条路被具有流量与供应链优势的京东、阿里、美团等电商巨头占据后，后来者也很难再分得蛋糕。而不管是出于自身业务能力方向的考量、还是未能料到日后的网售处方药政策调整所带来的巨大红利，大部分互联网医疗的探路者们未在“线上卖药”有重点布局。不过，就算是有多年布局，其是否能挡住互联网大厂们的巨大优势也会是个未知数。

但不可否认的是，这与十多年前人们最初希望借移动互联网等一众技术手段，解决医疗资源分布不均、实现分级诊疗、健康管理等设想相去甚远。

未经授权 禁止转载



[阅读原文](#)