

本报记者 郑馨悦 见习记者 孙文青

8月18日盘后，平安健康医疗科技有限公司

（下称：平安健康）发布了2022年中报业绩。报告期内，公司实现营收达28.3亿元，同比下降25.9%；净亏损为4.24亿元，较去年收窄51.8%。毛利率方面提升至27.3%。

平安健康自今年年初开始对外将其业务类别概括为医疗服务版块和健康服务板块。从公司最新发布的中报来看，两大板块的营收均出现不同程度同比下滑。

在中报发布后的媒体交流会上，平安健康首席财务官臧珞琦接受《证券日报》记者提问时进一步表示，营收下滑背后实则与公司深化转型，主动调整企业优化战略观、战略目标相关。同时，她还对外明确“公司的长期盈利性是毋庸置疑的，我们的中期目标为盈亏平衡，付费用户数增长至5000万-6000万。”

营收变化系战略调整影响

根据平安健康披露的最新财报，今年上半年，平安健康医疗服务板块的收入为11.32亿元，同比下降14.5%，环比下降8.4%；健康服务板块的收入为16.96亿元，同比下降32.0%，环比下降25.6%。

平安健康在财报中分别阐述了下滑原因。其中，健康服务板块收入同比和环比下降的主要原因是商城类业务收入下滑，因为公司战略性缩减了与管理式医疗战略关联度较低、盈利能力也较低的部分商城类业务。另外，疫情管控期间，需要线下体验的健康服务项目，例如体检、口腔、抗衰的履约等受到影响，因此线下履约服务类收入下滑。随着新冠疫情逐渐稳定，健康服务履约率有望逐步回升。

而医疗板块收入同比下降的主要原因是公司于2021年中改变获客策略，战略性聚焦B端客户，因此板块内产品发生结构性变化，会员产品单价下降，导致相关收入减少。同时，同样受到2022年上半年疫情管控，药品物流受到影响，相关收入下降。

反复被提及的“战略性”调整指向去年四季度平安健康启动的战略2.0深化和转型。当时，平安健康提出在“联合健康+O2O+会员制家庭医生”战略基础上，通过B2C渠道触达更多的用户，同时提高用户付费比例。

臧珞琦表示，通过有中国特色的管理式医疗模式的践行，平安健康更加聚焦到支付意愿强、意愿高、增长空间大的综合金融渠道和企业客户渠道的开拓。那么在深化转型的过程之中，企业也主动调整优化了战略观、战略目标关联性较弱的业务，剔除了高投入低价值的收入，比如与管理式医疗模式关联度较低的部分商城类的业务

收入。

“一方面我们把更多的精力和资源投入到战略深化和转型中，另一方面上半年受到疫情影响，我们的商城物流线下机构的履约和服务也受到了限制。综合以上，上半年公司整体的营收都有所下降。”臧璐琦说。

重申中期盈亏平衡目标

虽然营收方面受到短期影响，但平安管理层仍然在交流会上多次提及践行战略2.0。

臧璐琦特别强调，随着战略2.0的深化，平安健康也抓住了B端企业健管增长的新引擎。“反映在公司层面来看，我们的收入结构在不断优化，收入质量和财务毛利也在不断提升。从结果看，上半年医疗服务收入占比和毛利显著提升，结合费用投产和效率优化上半年我们整体环比减亏了35.5%。”

中报显示，截至2022年6月30日，平安好医生在过去12个月内付费用户数超4000万，相较于2021年全年增长4.8%，其中，B端付费用户数超200万，F端（金融市场端）付费用户数超3300万；累计咨询量超13亿人次，累计服务企业数增加至749家。由此，在营收结构中，医疗服务板块收入占比也提升至40%。

同期，平安健康开始强化费用管控措施。由于上半年减少拉新活动及优化投产管控，公司销售及营销费用为5.24亿元，较同期11.04亿元减少52.6%。整体毛利率上为27.3%，同比提升0.5个百分点，环比提升7.9个百分点，有所改善。

随着费用管控和整体毛利率提升，平安健康上半年实现归属于母公司的净亏损逐渐收窄。在此情形下，臧璐琦再次重申了平安健康先前预计达到盈亏平衡的中期目标。

具体实现路径

会上，臧璐琦和平安健

康董事会主席、首席执行官方蔚豪

均声称，未来，平安健康还将不断提升家庭医生会员制的服务能力，打磨B端企业健康管理龙头产品，加大B端潜在市场的开拓和运营，积极拓展O2O“三到”（到线、到店、到家）网络平台收入的增长，持续提升服务标准和质量，稳步实现战略落地的目标。

截至8月18日收盘，平安健康港股总市值近218亿港元。

（编辑 李波）