

腾讯医典： 医学知识内容平台的纵深破局

翟昕、袁慰

案例摘要：当生命健康成为全社会关注的重要议题，人们对权威医学知识的显性需求就愈发明显。但面对互联网上医学谣言的滋生、伪科学的横行，腾讯医典以打造专业、权威、细致可靠的医学科普平台为己任，创立于 2017 年底。经过 3 年多的发展，目前腾讯医典摸索出了一条已经与中国 5000 名医生、院士专家合作，覆盖了 1 万多个病种词条和诊疗全流程的专业、体系化医学内容，其中包括肿瘤等重疾和慢性病在内的各种常见病。

2020 年席卷全球的新冠疫情，让人们深刻地认识到医学科普的重要性和便捷获取信息的价值。在此种情况下，医学科普生产、传播和应用的习惯也被改变，由原来单纯的“人找内容”向“内容找人”等多元化的供需关系方向发展。在这一趋势下，如何发挥腾讯医典的自身优势，利用平台、技术优势挖掘医学知识与后疫时代人们的健康诉求，实现科普从专业生产到精准触达的闭环，是腾讯医典目前首要任务和重要挑战。

关键词：互联网医疗、大健康、腾讯医典

引言

本案例由北京大学光华管理学院翟昕教授、管理案例研究中心研究员袁慰根据企业访谈与行业研究撰写。案例仅用于课堂讨论，而非管理决策或活动是否有效的证明。

本案例版权归北京大学管理案例研究中心所有，如申请使用本案例请联系：casecenter@gsm.pku.edu.cn。未经北京大学管理案例研究中心授权许可，禁止以任何方式复制、保存、传播、使用本案例或者案例正文中的任何部分。

Copyright©2020 北京大学管理案例研究中心

“疫情是一场通识教育课，医学科普从窄需求成为用户高频刚需，也使得更多医生投入科普，更多平台传播科普，并渗透在公众日常生活中，驱动公众健康认知进化。”2020 年腾讯医学 ME 大会上，腾讯医典负责人黄磊指出，互联网医学科普如今已迎来 3.0 时代：以社交化、场景化的传播方式，重塑科普连接，重构科普的“人—内容—场景”，知识的生产、传播、形态都更加开放多元，并从资讯向服务延伸，推动线上线下一体化医疗模式，优化医疗资源精准匹配。

回首腾讯医典一路走来，从开创体系化医学科普模式，打造专业、权威的内容，到尝试通过社交化和场景化重塑科普连接，并开放外部合作“从资讯向服务延伸”。在短短的3年里，腾讯医典一直谋求变化与发展。面对迎面而来“互联网医学科普3.0时代”，腾讯医典在探索与创新的路上。

第一部分 腾讯医典与腾讯

2017年12月29日，腾讯对外宣布成立医疗资讯中心，旗下首款互联网医学科普产品“企鹅医典”正式上线，彼时腾讯方面表示这款产品旨在解决互联网健康信息繁杂、专业内容难懂、医疗广告充斥、优质科普标准不一致等问题，致力于为大网友提供科学可信的医学知识，并提供易于理解的科普解读。

2018年10月，企鹅医典正式更名为“腾讯医典”。腾讯医典希望自己不仅仅是单个知识点的科普，而是构建体系全面、有深度价值的科普内容，成为一款真正为大众而生的专业医典，从治疗到康复各阶段一路相伴，为患者和公众提供切实可行的知识和帮助。

2020年11月，腾讯医典推出医学科普官、大众科普官和内容开放三大计划，打造国内最大的开放医学知识库，联合专业医生、机构、患者和公众，以社交化、场景化重塑科普新连接，提升全民健康素养。截至2020年底，腾讯医典与全国5000名医生、院士专家合作，搭建了涵盖1万多个病种和诊疗全流程专业医学科普，不仅覆盖常见病种，也包括重疾和慢性病。除此之外，腾讯医典还与政府、医院、医生及移动互联网平台广泛合作，包括国家卫健委人口宣教中心、北京协和医院等国内知名三甲医院、钟南山院士等专家，以科普“新基建”弥合医患信息鸿沟，助力医疗体系从疾病治疗向健康管理转变。

腾讯

腾讯（HK：00700）成立于1998年11月，彼时基础通讯并不是很发达，文字信息多依靠手机短信、电子邮件的方式进行传输。腾讯成立最初是给中小企业提供无线网络寻呼系统为主营业务，但在经营过程中腾讯看到了互联网的巨大潜力并创造了即时通信服务（OICQ）。伴随着PC电脑、互联网的普及与应用，OICQ迭代并更名为“QQ”，并在2000年6月突破1000万的用户大关，“QQ”逐渐成为人们打开电脑后第一个打开上线的软件。随后腾讯围绕QQ衍生出QQ游戏、QQ空间等线上娱乐、社交等产品，“QQ生态链”的雏形出现。基于QQ自身庞大的用户群，QQ生态链也得到了迅速的成长。2004年，腾讯公司在香港上市，成为第一家在香港上市的互联网企业。2010年，QQ同时在线人数破亿，成为全球第一款应用能够破亿，同年，

腾讯开始向外投资，腾讯也逐步向更多产业和场景延伸。

发展至今，腾讯已经成为中国最大的互联网服务提供商之一，旗下拥有六大事业群（附录 1:腾讯业务结构图）其中，云与智慧产业事业群（CSIG，即 Cloud and Smart Industries Group），整合了腾讯旗下的腾讯云、互联网+、智慧零售、教育、医疗、安全和 LBS 等业务。

腾讯医疗业务

“2020 腾讯全球数字生态大会”的智慧医疗专场上，腾讯高级执行副总裁、云与智慧产业事业群总裁汤道生表示，腾讯将以 C-To-B 为抓手，以“双轮驱动”助力医疗健康智慧化升级。（附录 2：腾讯医疗的“双轮驱动”模式图）即通过线上线下一体化的解决方案，一方面提升个人在医疗健康服务上获取；另一方面助力医疗健康全产业链的智慧升级。（附录 3：腾讯医疗生态图）

具体来说，是通过医疗健康全环节的数字化升级协同布局，腾讯瞄准三医联动改革、公民健康素养、公共卫生安全三大突破点发力攻关：

第一，打通医疗、医保、医药信息流通，促进三医联动改革，升级医疗服务体系，助力医药卫生体制改革的全面深化。

第二，整合专家资源，发挥 C 端触点优势，向数十亿用户普及健康知识、行为和技能，赋能用户实现从被动治病到主动管理健康的转变，助力公民健康素养和健康水平提升。

第三，以技术和数据驱动，赋能基层医疗服务效率和统筹监管效率提升，完善疾病控制和公共卫生应急管理体系，提升公共卫生服务能力，保障公共卫生安全。

第二部分 中国的医疗与互联网医疗

我国医疗卫生行业现状

医疗，关乎国计民生。良好的医疗卫生条件无疑是影响国民寿命非常重要的因素。可用于衡量一个国家卫生条件的指标有，医院、床位、医护人员数量，以及对本国人口的覆盖率。

从目前的医疗卫生服务覆盖情况看，根据《2018 年我国卫生健康事业发展统计公报》和其他国家医疗服务数据对比，中国在医院和床位上的覆盖已经达到了医疗服务覆盖前列国家的水平。但是，在医护人员密度上与发达国家相比还有一定差距，2018 年，中国每千人拥有的执业医师人数 2.59 人。2017 年，日本和韩国每千人拥