

AI健康，“管家”来了

“阿福你好，请你告诉我，2周岁的小孩注射乙脑减毒活疫苗，可能会有哪些不良反应，应该怎样观察。”完成从对“互联网看病”不屑一顾到使用人工智能(AI)进行全家健康管理的转变，消费者季彦敏(化名)只花了一年。

将时间拉回至两年前，你是否想象过，在高专业度的医疗健康领域，能够迎来AI技术的全面渗透。上传体检报告，它能为你全面解读；拍下皮肤照片，它能识别百余种皮肤病，还能识别肤质；针对你设置的健康目标，运动、饮食、睡眠、戒烟等各类打卡计划或提醒应有尽有……

这一系列变化背后，是一场由大模型技术驱动的健康服务革新，AI健康的服务边界更加清晰。在过去，民众健康需求长期局限于“生病就医、问诊拿药”的传统模式，线上医疗也多以被动式问诊、线上挂号为主。随着AI大模型技术快速迭代，AI健康摒弃医疗领域的高风险探索，在打消用户对“AI医疗”顾虑的同时，满足了大众主动化、日常化健康管理需求，并进一步激活了体重管理、居家慢病监测、智能硬件联动等C端赛道的增量空间。

而这一过程中，AI健康的算法顾虑、数据合规壁垒等问题，仍是产业规模化发展待解的难题。



/AI健康全面落地/

2026年的夏天，蚂蚁阿福发起“科学减重1亿斤”活动，掀起了全民主动健康管理的热潮。

季彦敏正是其中一员。季彦敏告诉北京商报记者，7月上旬，其在阿福App首页关注到“1分钱领体脂秤”字样，在获得平台发放的体脂秤后随即进一步参与到“科学减重1亿斤”活动中。当前，季彦敏在阿福App参与的打卡活动还有“饮食挑战赛”，需要连续14天记录饮食并完成AI分析。

此前，蚂蚁阿福于6月22日上线“科学减重1亿斤”活动，并接连推出了一系列激励举措和产品能力升级，包括1分钱补贴体脂秤、根据体重变化生成饮食或运动建议、上线21天减重挑战赛等。

而在参与本次活动前，阿福App已经成为季彦敏日常的健康管理助手。“我会使用阿福App管理父母和孩子的健康档案，包括分析体检报告、记录健康相关的数据变化。在拿

不准用药剂量和服药时间时，也会习惯性地向阿福进行求证。”季彦敏说道。

在日常数字健康消费中，从认为“互联网看病”不靠谱，到主动、持续使用AI健康工具，季彦敏的习惯正在悄然发生变化。这种差异化使用行为，精准折射出当下AI健康行业的真实变局。

近年来AI大模型、智能体在医疗健康领域的落地速度远超行业预期，海量创新应用快速渗透到辅助诊断、药物研发、慢病管理等各个环节。结合头部互联网平台布局来看，除了阿福面向C端用户，以减重、居家慢病管理为流量入口，带动问诊、就医、保险、医药消费全链路转化外，其他各家也在依托自身资源形成差异化路径。

例如，美团将AI能力嵌入家庭健康管理，依托平台长期积累的买药、问诊数据，构建线上咨询+线下服务的闭环；腾讯深耕公立医院B端临床AI与院内数字化系统，主打

医疗影像辅助诊断、全流程院内技术输出；京东健康依托自有医药供应链与家用智能监测硬件，打通居家监测、线上购药、基层医疗服务链路……

医疗AI独立观察人士石岩指出，传统互联网业务增速放缓后，医疗健康成为少数具有长期增量的赛道，加之国家政策支持，自然成为平台争夺的新入口。这一轮发展的基础，一是老龄化、慢病和居家健康需求增长；二是大模型、多模态技术成熟；三是互联网医院、电子处方和药品配送等基础设施逐渐完善。

在北京中医药大学卫生健康法学教授、博士生导师邓勇看来，当下互联网平台分层布局AI健康，是行业摆脱早年单纯线上问诊的流量思维、走向产业深耕的重要转变。各平台依托自身资源禀赋形成差异化赛道，流量平台主攻大众居家健康管理，供应链企业打通监测、问诊、送药闭环，算力企业面向医院、药企输出专业AI工具，完整产业矩阵逐步成型。