

# 平安健康董事会主席兼CEO李斗： 推进AI大模型在复杂医疗场景应用

●本报记者 黄一灵

上市后首次实现年度盈利——这是由中国平安集团孵化的平安健康医疗科技有限公司(简称“平安健康”)2024年交出的业绩答卷。

平安健康董事会主席兼CEO李斗日前在接受中国证券报记者专访时表示，2024年平安健康不仅首次实现全面盈利，更在战略深化落地、服务能力提升和AI赋能等方面取得了显著成果。在医疗养老领域的发展需秉持长期主义精神，公司将坚守初心，未来进一步加大AI投入，在AI使用上实现大胆突破，加速推进AI大模型在复杂医疗场景的应用，进而让公司在医险协同领域、养老领域、创新医疗服务模式领域得以进一步发展。

## 上市后首次实现年度盈利

2024年是李斗到任平安健康后首个完整年度。数据显示，2024年，平安健康实现营收48.08亿元，同比增长2.9%；调整后净利润1.58亿元，实现扭亏为盈，这也是平安健康上市后首次实现年度盈利。

实现年度盈利后，市场认为平安健康“至暗时刻”或已过。面对这一描述，李斗笑称：“企业要做大做好确实挑战很大，我觉得公司是在不确定性当中坚守住了正确道路，这是我来平安健康一年半以来的个人体会。具体来说，2024年，我们用十二字来指引经营，即深度赋能、口碑服务、创新增长。通过业绩可以看到十二字方针得到了贯彻与执行。”

作为一家伴随互联网浪潮而生的互联网医疗公司，平安健康早期靠快速占领C端(个人用户)流量从而在较短时间内成为行业龙头。但当下，互联网流量增长式微，平安健康改变了发展策略，选择“多条腿”走路：在C端保持稳健发展的同时优先发力B端(企业用户)和F端(集团综合金融用户)。

目前，策略已成效初现。2024年，平安健康F端及B端业务整体收入达38.5亿元，同比增长约17.2%。截至2024年末，平安健康B端业务付费用户数约581.2万人，同比增长约13.0%。



视觉中国图片

“平安健康背靠集团优势，这一点毋庸置疑。公司业绩增长的最强动能在B端，一方面，集团有超5.6万企业客户，为平安健康开拓市场提供了高品质客户资源。另一方面我们有在险企锻炼出来的医疗健康服务能力，这为我们提供了渠道自拓的竞争力。可以说B端是我们的优势业务，未来公司会和集团加强协同，积极拓展企业客户。”李斗进一步称，F端业绩增长速度虽然弱于B端，但其盈利确定性更高，且其数据对公司未来底层产品的研发可以提供较强的支撑。

在李斗看来，平安健康与集团是双向赋能。平安健康高质量的医疗服务，如家庭医生等可以让客户更直观感受到服务温度，促进客户加保与复购金融产品。同时，及时便捷的就医服务、优质的医疗服务网络、精准导医和全病程管理也能帮助险企更好地管理和优化理赔支出。

## AI赋能企业发展

今年以来，随着DeepSeek的爆发，各行各业都开启了AI+的“革命”。

李斗表示，平安健康一直都把AI技术应用定义为辅助医生诊疗的作用，公司研发的“平安医博通”大模型也全面接入了DeepSeek，借助于强大的通用能力来提升在垂类领域的训练效率和训练优势。

实际上，近年来，平安健康一直在发

力科技能力建设，加速AI场景应用。李斗认为，AI的应用和推广有两个主要的方面，一个是AI三要素，即算力、算法和数据，另外一个就是场景。只有这两方面一起向前推动，AI的商业化价值和客户价值才能被不断释放。

对于AI应用的成果，平安健康财报显示，通过AI赋能，2024年平安健康医疗服务各环节效率及质量指标均有明显提升。具体来看，AI体检解析精准率达98%，辅助诊断准确率超95%，智能推荐准确率达99%，慢病管理改善率达90%。与此同时，助力家医服务效能提升约62%，健康管理师服务效能提升约55%。

“我们通过数据+模型打造了五大应用模型，包括医疗问诊模型、导医推荐模型等。这些模型放到医生工作台上形成了产业化的应用场景，极大提升了我们的效率和服务成本的优化。”李斗介绍，在费用方面，随着人效提升以及AI对医生工作台和用户经营的深化赋能，平安健康2024年全年费用总额较前一年下降6.23亿元。

对于未来AI在医疗领域的发展，李斗认为：“一定会往深度方向发展。小病问诊是一个开源场景，但是重大疾病的专家问诊，特别是多学科问诊成本依旧高昂。如果AI可以在医疗领域深度学习，那么能在这个领域极大减少患者的就医费用，并提升就医时效。”

李斗透露，接下来公司也会在复杂医疗的应用场景、医学影像、辅助诊断以及多学科问诊方面跟DeepSeek进一步进行训练和对接，从而让公司在肿瘤等复杂疾病方面的问诊效率和诊断效率得以进一步提升。

## 养老业务初露锋芒

国家卫健委此前表示，我国养老已形成“9073”格局。“9073”格局的含义为，90%左右的老年人居家养老，7%左右的老年人依托社区支持养老，3%的老年人入住机构养老。面对90%老年人居家养老的庞大需求，居家养老服务应运而生。

目前，居家养老领域也是平安健康发力的重点方向之一。2024年，平安健康养老服务收入达2.83亿元，同比增长413.5%，同时养老服务的毛利率从2023年的12.6%提升至2024年的29.1%。

“银发经济的到来对我们而言是机遇，也是挑战。”李斗直言，当前，居家养老服务供给非常零散，质量也参差不齐，但这是矛盾也是商机，平安健康的下一步就是“建标准”。

但光有标准还无法商业化。“标准是底层，系统才是核心能力，我们做标准的最大差异化就是把标准发布在系统上，然后将系统提供给供应商使用，供应商在实际上门服务过程中通过拍照片、问问题就能得到相关建议和解决方案，让说不清楚的东西能说清楚，看不见的东西能看得到，这就是科技给我们服务领域带来的变化。”李斗进一步称。

据悉，平安健康居家养老服务已扩展到全国75个城市，连接超150个供应商，并树立了康复护理、居家适老化改造等多项行业规范。

与此同时，随着科技的持续发展，人形机器人也为养老领域带来了新的想象发展空间。李斗表示：“辅助型AI机器人在养老场景的使用，我们正在研究。科技的发展一定可以让任何一个场景变得更高效，这一点我坚信无疑，因此‘人类+机器人’未来在养老领域是趋势，但这一进程可能没那么快，需以更稳健的步伐推进。”

## AI赋能产品

### 家电企业抢占全屋智能高地

●本报记者 万宇

3月20日，2025年中国家电及消费电子博览会(AWE2025)开幕，格力电器、TCL、海尔智家、松下家电、华为、宇树科技、比亚迪等家电及消费电子企业参展，全景展示家电及消费电子领域的前沿成果。AI成为本届AWE上各大企业比拼的焦点之一，它们积极呈现AI赋能的智慧生活新产品、新方案、新场景，同时，家电企业还在大力推进套系化产品，打造全屋智能生态。

## 新品集中发布

AWE是全球三大家电及消费电子展之一，历来是家电企业集中发布新品的时间。在本届AWE开幕首日，格力电器、TCL、万和电气、松下家电等多家企业都发布了家电新品。

TCL发布了TCL大眼睛AI超级筒洗衣机、TCL冰麒麟深冷冰箱、TCL AI 3D人脸猫眼锁新品，TCL小蓝翼C7新风空调等多款新品。万和电气发布了一系列创新厨卫产品，包括燃气热水器“安睡洗”V9S、净肤浴燃气热水器“峰泉”STL61等。松下家电发布了2025年旗舰产品挪威海系列冰箱产品。

近年来，家电行业套系化趋势明显，家电企业希望用全套产品打造全屋智能生态。记者看到，TCL实业在本届展会上以全品类智能终端产品参展，包括电视、空调、冰箱、洗衣机、手机、AR眼镜、电竞显示器、音响、AI陪伴机器人、智能锁等。此外，TCL光伏科技也展示了户用光伏、工商业光伏电站等解决方案。

华为展区面积翻倍，鸿蒙智家解决方案、鸿蒙智家智慧单品、智慧化全场景产品、鸿蒙智行四大板块展示人车家全场景生态。

松下家电围绕消费者对品质生活的多维需求，发布“松下

住空间家电”事业战略，提出“悦己空间”与“美味生活”两大场景化解决方案，以“产品-场景-解决方案”闭环为路径，实现从单品智能到全屋智慧生态的跨越，为用户提供“高品质美好生活”的完整体验。

格力电器发布的“董明珠健康家”战略同样如此，希望改变“格力=空调”的认知，展示格力电器在推动互联网、大数据、人工智能和家电深度融合后，打造从空调到冰洗、厨电，从全屋净水到环境电器等全屋智能健康家电产品。

## AI广泛应用

本届AWE以“AI科技、AI生活”为主题，AI已经广泛应用于家电产品中，各家企业也把先进的AI技术作为打造产品核心竞争力的关键点，记者在现场看到，华为、三星、长虹等多家企业的展台都在显眼的位置展示应

用AI技术的产品。AI技术也在家电行业的应用中取得了较好的效果。格力AI动态节能科技系列空调产品搭载格力自主研发的空调专用芯片和AI人工智能算法，实际应用中，在不限时长、不限季节、不限温度、不限风速、不限风向的情况下，实现了较好的节能省电效果。

TCL积极寻找可以显著提升用户感知和体验的相关场景，推动AI应用落地。在本届AWE上，TCL展示了户用光伏、工商业光伏电站等解决方案。华为展区面积翻倍，鸿蒙智家解决方案、鸿蒙智家智慧单品、智慧化全场景产品、鸿蒙智行四大板块展示人车家全场景生态。

松下家电围绕消费者对品质生活的多维需求，发布“松下

# 聚焦主业行稳致远 高质量发展再上台阶 ——交通银行发布2024年度业绩

## 深度融入国家战略 提升服务实体质效

高效落实稳经济各项政策，推动“两重”“两新”政策实施，金融供给总量攀升、结构优化。报告期末，集团客户贷款余额、债券投资余额分别较上年末增长7.52%和6.59%。

进一步提升支持重大战略、重点领域和薄弱环节的强度和适配度。报告期末，制造业中长期、战略性新兴产业贷款余额分别较上年末增长11.93%和9.05%。

围绕促消费、惠民生，持续丰富消费金融产品供给，丰富多元化消费场景。报告期末，个人贷款余额27,524.06亿元，较上年末增长11.29%。其中，个人消费贷款、信用卡贷款余额分别较上年末增长90.44%和19.94%。

以高效金融供给切实推动国家重大区域发展战略落地。报告期末，长三角、粤港澳大湾区、京津冀三大区域贷款余额较上年末增长7.85%，增幅较集团贷款平均增幅高0.33个百分点；三大区域贷款余额占比54.01%，较上年末提升0.17个百分点。

## 做实做细“五篇大文章” 推动战略落地见效

科技金融能级提升。紧扣新质生产力发展需要，完善科技型企业全链条、全生命周期金融服务。报告期末，科技金融授信客户数较上年末增长45.37%，“专精特新”中小



企业贷款、科技型中小企业贷款增速分别为64.5%和59.59%。

绿色金融提质增效。围绕经济社会发展全面绿色转型目标，丰富绿色金融和转型金融产品服务，加强对绿色、低碳、循环经济的金融支持。报告期末，境内银行机构绿色贷款余额较上年末增长8.58%，投资绿色债券余额较上年末增长37.55%。

普惠金融扩面上量。构建普惠金融发展长效机制，加大对小微企业、乡村全面振兴等领域的有效信贷供给。报告期末，普惠型小微企业贷款、涉农贷款余额分别较上年末增长29.10%和15.72%。

养老金融初成体系。协同发展养老产业金融、养老金金融、养老财富管理、养老消费金融和适老化金融服务，支持银发经济、健康产业和中国式养老事业高质量发展。报告期末，累计上线适老化财富管理产品323款，

养老产业贷款余额较上年末增长38.84%，个人养老金资金账户规模快速增长，养老金托管规模居行业前列。

数字金融蹄疾步稳。加大数据拓源与融合应用，接入全国及地方各类外部数据，赋能精准获客、融资增信、风险计量。推进人工智能应用规模化、体系化，全年释放超1,000人力工作量，在反洗钱反电诈、客户服务、集中营运等领域发挥积极成效。打造G-B-C多元联动的生态平台，“交政通”服务品牌已接入2,000余项政务服务。

## 强化上海主场优势 促进业务创新突破

上海主场策源优势不断积蓄。加力提升“上海主场”竞争力和价值贡献度，金融市场交易、要素市场服务、托管业务等保持市场领先，股权投资、科技金融、航贸金融、离



岸、数字人民币、信用就医等领域创新策源成效渐显。报告期末，“债券通”“互换通”交易量达1.80万亿元，银行间市场交易量达177万亿元，医疗付费一件事已在97个城市、1,198家医院推广上线。

贸易金融与财富金融特色持续凸显。积极服务产业链供应链发展和高水平对外开放，在“双循环”新发展格局中积极寻找自身发展机遇。报告期内，贸易融资发生额同比增长31.76%。提升财富管理服务的可得性和覆盖面，更好满足人民群众多层次财富管理需求。报告期末，集团理财产品余额较上年末增长27.65%。

## 持续强化风险管理 有效夯实发展根基

加强集团全面风险管理，积极对接国家一揽子化债方案，落实房地产融资协调机制，提升早识别、早预警、早暴露、早处置能力，有效防范化解重点领域风险，贷(投)后管理年目标总体达成。加强风险前瞻性识别与主动防范，打造全流程、全覆盖的数字化风险管理体系，有效提升风险管理智慧化水平。提升网络安全、数据安全和系统安全管理，因势制定完善风险防控应对预案。

报告期末，集团不良贷款率为1.31%，较上年末下降0.02个百分点；拨备覆盖率为201.94%，较上年末上升6.73个百分点。报告期内，共处置不良贷款666.7亿元，其中实质性清收303.8亿元。

交行管理层表示，2025年，世界百年变局加速演进，国际环境的不稳定、不确定性因素显著增加，改革发展稳定任务繁重，但我国经济基础稳、优势多、韧性好、潜力大，长期向好的支撑条件和基本趋势没有变。交行将扎实践行金融工作的政治性、人民性，以服务国家战略、服务实体经济、服务社会民生为着力点，笃行不怠锻长板、挖潜力，为加快建设金融强国、推进中国式现代化作出新的更大贡献！

-cis-