

輕松健康集團 IPO 報告分析

一、公司概況

1.1 新股基本資訊

- 股份代號：2661.HK
- 全球發售：發行 26,540,000 股 H 股，集資 601.93 百萬港元
- 香港公開發售：發售 2,654,000 股 H 股，占全球發售總量約 10%
- 招股價：22.68 港元
- 每手股數：200 股
- 入場費：4,581.75 港元
- 公開發售日期：2025 年 12 月 15 日至 2025 年 12 月 18 日
- 分配結果日：2025 年 12 月 19 日
- 暗盤日：2025 年 12 月 22 日
- 上市日期：2025 年 12 月 23 日
- 保薦人：中金公司、招商證券國際

1.2 企業簡介

輕松健康於中國提供數字綜合健康服務及健康保險解決方案。根據沙利文報告的資料，按 2024 年的收入計，公司於中國數字綜合健康服務及健康保險服務市場排名第 10 位。具體而言，根據同一資料來源，按 2024 年的收入計，公司在中國數字健康服務市場排名第七。公司致力於通過一套易用、精準且可負擔的健康解決方案，為有需要的人提供保障和支援。

1.3 基石投資者

引入澳琴合鳴為基石投資者，總投資額 1 億元人民幣，佔發售股份總數的概約百分比為 18.09%。

1.4 保薦人情況

中金公司

代碼	名稱	首日收盤漲跌幅(%)
2676. HK	納芯微	-4. 31
9609. HK	海偉股份	-22. 97
2685. HK	量化派	88. 78
2788. HK	創新實業	32. 76
2698. HK	樂舒適	25. 95
0699. HK	均勝電子	-8. 00

0800. HK	文遠知行-W	-9.96
9927. HK	賽力斯	0.00
2718. HK	明略科技-W	106.10
6687. HK	聚水潭	23.86
2575. HK	軒竹生物-B	126.72
2889. HK	博泰車聯	53.58
9973. HK	奇瑞汽車	3.80
2525. HK	禾賽-W	9.96
2580. HK	奧克斯電氣	-5.40
3858. HK	佳鑫國際資源	177.84
6960. HK	雙登股份	31.29
2631. HK	天嶽先進	6.40
2591. HK	銀諾醫藥-B	206.48
6887. HK	東陽光藥	
2590. HK	極智嘉-W	5.36
1304. HK	峰岷科技	16.02
2648. HK	安井食品	-5.00
9678. HK	雲知聲	44.59
6168. HK	週六福	25.00
2050. HK	三花智控	-0.13
3288. HK	海天味業	0.55
2605. HK	METALIGHT	-30.26
2621. HK	手回集團	-18.19
2603. HK	吉宏股份	39.06
2565. HK	派格生物醫藥-B	-25.90
2629. HK	MIRXES-B	28.76
3750. HK	寧德時代	16.43
1333. HK	博雷頓	38.33
3677. HK	正力新能	1.45
6681. HK	腦動極光-B	3.42

招商證券國際

代碼	名稱	首日收盤漲跌幅(%)
2586. HK	多點數智	-54.32
2510. HK	德翔海運	-1.91

二、業務定位與市場環境

2.1AI 驅動的“健康服務+保險保障”雙支柱模式

公司業務體系圍繞“數位健康服務”與“健康保險解決方案”兩大支柱展開，形成覆蓋用戶全生命週期的健康管理閉環：

數位健康服務：具體包括早期疾病篩查推廣與諮詢、健康檢查與諮詢、醫療預約服務及保健品銷售，通過微信生態（公眾號、小程序等）觸達個人用戶。

健康保險解決方案：包括保險技術服務與經紀及保險收入，與 36 家險企合作開發 252 款健康險產品，提供智慧核保、理賠等技術支援。

近年業務重心向高增長的數位健康服務傾斜，保險相關收入占比逐步下降。

2.2 行業高增長與競爭格局並存

政策支持：“健康中國 2030”戰略推動健康知識普及與醫療資源均衡化，為數位健康服務提供政策紅利。

市場需求擴張：以京津冀地區為例，財產保險公司短期健康保險保費收入從 2005 年的 4322 萬元增長至 2023 年的 123.66 億元，年均複合增長率達 35.7%，反映健康保險市場持續擴容。

技術滲透加速：AI 在健康管理、智慧問診、保險風控等場景的應用深化，推動行業從“被動診療”向“主動預防”轉型。

差異化優勢：依託 Alcare 技術棧（58 項發明專利、39 項軟體著作權）與生成式 AI 產品“輕鬆問醫 Dr.GPT”，實現健康服務個性化與保險服務智慧化（核保時效壓縮至秒級），研發人員占比達 43.3%，技術壁壘高於行業平均水準。

三、財務與經營情況

綜合損益及其他全面收益表概要方面，截至 2025 年 6 月 30 日止六個月公司收入為 6.56 億元，毛利率為 32.5%，期內利潤為 0.86 億元。按分部劃分的收入方面，健康相關服務收入為 5.03 億元，占比 76.7%；保險相關服務業務收入為 1.5 億元，占比 22.9%；其他服務收入為 2.66 百萬元，占比 0.4%，毛利率為 16.5%。

四、公司發展戰略

4.1 技術戰略：AI 智慧體為核心，構建差異化技術壁壘

公司將 AI 技術作為戰略核心驅動力，重點佈局智慧體（AI Agent）技術在健康服務全流程的應用，形成“主動感知-動態決策-持續優化”的智慧化服務能力。

技術體系建設：依託 Alcare 技術棧（含 58 項發明專利、39 項軟體著作權），開發具備主動健康管理能力的智慧服務主體，可根據使用者健康資料輸出個性化策略建議，實現從“被動回應”向“主動預防”轉型。例如，其生成式 AI 產品“輕鬆問醫 Dr.GPT”已應用于智慧問診、健康評估等場景，核保時效壓縮至秒級。

行業認可與標準化探索：憑藉智慧體技術落地成果，入圍“2025 智慧體創新應用案例”並成為“智慧體創新推進計畫”合作夥伴單位，技術實力獲行業權威認可，同時推動健康服務智慧化標準的建立。

合規與研發投入：已完成 6 個演算法模型備案，研發人員占比達 43.3%，持續投入 AI 及大資料技術升級，目標提升服務精準度與使用者體驗。

4.2 生態戰略：整合“檢-醫-藥-康-險”資源，打造全鏈條服務閉環

公司致力於構建覆蓋健康管理、醫療服務、保險保障及健康消費的一體化生態體系，通過線上線下資源整合提升使用者粘性與服務連續性。

服務鏈條延伸：

預防端：開展“肺腑之援”等公益健康行動，聯合醫療機構推進肺結核等疾病篩查與科普教育，覆蓋社區、醫院、校園場景；

診療端：提供醫療預約、線上問診服務，與 58 家保險公司合作開發近 300 款健康險產品，實現“服務-保障”聯動；

健康消費端：通過保健品銷售、會員訂閱服務（個性化健康評估、監測）挖掘用戶生命週期價值。

合作夥伴生態：聯動醫療機構（如國家傳染病醫學中心）、藥企（如奇正藏藥）、險企等產業鏈參與者，通過數位行銷、科普內容策劃等形式賦能行業，強化生態協同效應。

4.3 資本化戰略：香港上市募資，支撐技術與市場擴張

公司已通過港交所聆訊，計畫主機板上市，募資將重點用於強化技術壁壘、拓展市場覆蓋與提升品牌影響力，為長期增長提供資本支撐。

募資用途規劃：儘管具體分配細節待招股書披露，核心方向包括：提升 AI 及大資料技術能力（如智慧體規模化落地）、醫學研究（真實世界研究與臨床資料應用）、品牌建設與市場拓展（覆蓋更多地區及潛在海外市場）。

4.4 用戶與市場戰略：規模化使用者基礎與精細化運營並行

公司以 1.684 億註冊用戶（20-45 歲年輕群體占比 60.4%）為基礎，通過會員服務與場景化活動提升用戶活躍度與付費轉化，同時拓展市場覆蓋。

使用者增長與結構：2025 年上半年用戶數達 1.684 億，2022-2024 年收入年複合增長率 54.9%，2025 年上半年營收 6.56 億元（同比+84.7%），顯示使用者規模與商業轉化的同步增長。

市場拓展方向：重點覆蓋國內數位健康需求旺盛區域，同時探索海外市場可能性（如公告提及“戰略重心或在中國大陸或其他國際市場”），但當前核心仍聚焦國內市場深耕。

五、投資亮點與風險

5.1 投資亮點

輕鬆健康集團作為 AI 驅動的數位健康與保險解決方案平臺，投資亮點在於技術壁壘逐步構建、核心業務高速增長、細分市場地位穩固及優質股東背景支撐

5.2 投資風險

但同時面臨業績波動顯著、盈利能力下滑、用戶流失加劇、合作依賴度高及成本壓力大等風險，需綜合評估其技術轉化效率與業務可持續性。