

大健康思享汇的过去现在与未来



贾振宝



河北承德人



临床医学专业



主要任职企业：强生、诺华和阿斯利康。
20多年心脑血管、糖尿病和肾病等疾病领域工作经验，北大光华EMBA，2023届优秀毕业生



现任职：阿斯利康北区销售副总监。



北京大学

硕士研究生学位论文

题目：带量采购背景下跨国药企 A
公司在华战略转型案例研究

姓名：贾振宝
学号：2101220747
院系：光华管理学院
专业：高级管理人员工商管理硕士
研究方向：企业战略
导师姓名：张一弛教授

目录
CONTENT



01

医患私域流量——健享家

02

大健康思享汇——商学院EMBA联盟

03

大健康思享汇与其他类似社群的区别

04

大健康思享汇的未来

05

私域流量与根据地思维



PART 01 胸痛中心，全国心电诊断中心，国家代谢疾病中心

PART 02 互联网医院，可穿戴设备，一码通，安唐宝，肠癌检测试剂盒

PART 03 健享家，公众号，汇医坛科普

PART 04 科研成果转化，融资路演会

PART 05 党建下基层，健康中国行

**VBP背景下，
盘点过去五年
的“不务正业”**

商业创新，洞察患者需求，提供全病程解决方案



脱胎于实际的创新最有生命力——穷则思变



01

一个阜外教授的困惑
(我是冠心病患者可以打新冠疫苗吗?)

02

一个三甲医院内分泌科主任的困惑
(药品零加成, 绩效排名倒数, 患者源头)



打造医生线上私人诊所

平台：慧医天下

注册Ihospital

绑定银行卡

开通问诊

设定问诊费用

分享问诊二维码

社群：健享家

建群：三高或PCI

拉新：桌卡；海报

群活跃

触发问诊

有收益，合法化
能挣钱，不麻烦

小程序

调研问卷

直播连麦

汇医坛

公众号

短视频

公司经纪人：谈判

代表经纪人：服务



健享家

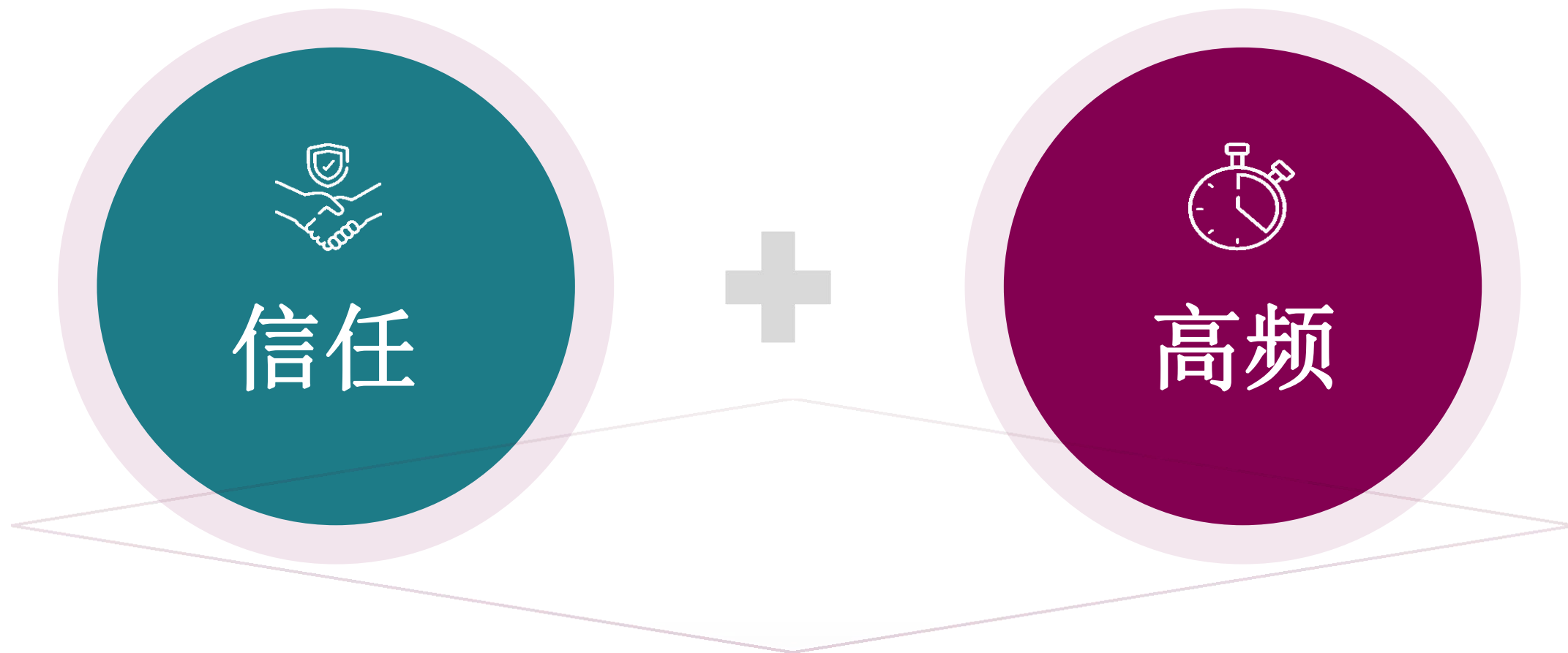
线上智能医患交流社群

线下易斯医道交流社群

医患创新平台



熟医患社群的价值和意义



建立个人品牌



操作医患私域流量心得——医生视角

LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET, CONSECTETUER ADIPISCING
ELIT. MAECENAS PORTTITOR CONGUE MASSA. FUSCE POSUERE,
MAGNA SED PULVINAR ULTRICIES, PURUS LECTUS MALESUADA
LIBERO

1 当前医疗大环境下，适时为自己未来考虑了，凡事“预则立，不预则废”

2 大家都在香火最旺的“庙”执业，因此最要紧的就是让患者“认和尚不认庙”。

3 早做早受益，但还不能贪多求速，三年之内不谈转化，先免费把自己变贵。

操作医患私域流量心得——医生视角

LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET, CONSECTETUER ADIPISCING ELIT. MAECENAS PORTTITOR CONGUE MASSA. FUSCE POSUERE, MAGNA SED PULVINAR ULTRICIES, PURUS LECTUS MALESUADA LIBERO

4 实操中切记：患者不加你个人微信，是进入你的微信群，避免打扰个人生活。

5 考虑法律风险，不对群内个性化诊疗问题就行解答，只定期回答共性问题。

6 针对群内患者特点，常规问题有心做个记录，**10**个常见问题涵盖患者关心话题的**80%**。把这些子话题拍成短视频，简单配上字幕做成视频号，患者关注即可。

操作医患私域流量心得——医生视角

LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET, CONSECTETUER ADIPISCING ELIT. MAECENAS PORTTITOR CONGUE MASSA. FUSCE POSUERE, MAGNA SED PULVINAR ULTRICIES, PURUS LECTUS MALESUADA LIBERO

7 谨记熟医患，线下或线上至少**3**次以上的患者，设置群聊邀请确认。
慢就是快，快就是慢。

8 群规设定不许聊非医疗话题，遇到比较“刺”的患者，入群要谨慎，踢出群聊要坚决。

9 群规模够**1000**，有了信任，未来转化有如下方法：
健康管理会员收入、线上线下患者导流、临床实验患者招募、多点执业议价权、医疗科普高效触达，
科室职位晋升、跳出体制跟你走...

操作医患私域流量心得——医生视角

LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET, CONSECTETUER ADIPISCING ELIT. MAECENAS PORTTITOR CONGUE MASSA. FUSCE POSUERE, MAGNA SED PULVINAR ULTRICIES, PURUS LECTUS MALESUADA LIBERO

10

整体行事要低调，防止科室同行嫉妒，如有领导或同事问起，就说是个患者随访群，做点科普之类...务必说的云淡风轻。“外松内紧”是核心。

在公域当网红觉得快，竞争激烈同时管制也多，而且跟自己没关系是公域的，做熟医患的患者群，老老实实做科普，未来是铁粉，转化有无限可能。通过以上建立了专业和信任的形象，这才能真正回归医疗价值本身。不要琢磨去抖音，快手，小红书等公域流量当所谓“网红”，违法又不持久，尽快马上动手做自己的私域流量是根本，切记公益是核心，外松内紧是王道。

操作医患私域流量心得---运营人视角

1 用户思维:使用最广得工具最有生命力

2 人人都是产品经理,把方便他人做到极致;界面每多一层客户流失**30%**

3 因为相信,所以看见**VS**因为看见,所以相信;调整沟通方式,先知先觉?

4 快就是慢,慢就是快,患者入群一定遵循谨慎原则

5 让客户做选择题,不做问答题;做出八成品,让客户完善成品.

6 一定要有分寸感,客户拥有绝对决策权

7 前期耐心积累,品牌才能一点点形成,辅导客户穿越丛林期

8 群规要清晰具体,要在运行中迭代,与客户共成长

9 大数据法则:群规模超过**200**,开新群,或者起步就按病种建群

10 必须戒掉客户前期回答个体问题的冲动

目录
CONTENT



01

医患私域流量——健享家

02

大健康思享汇——商学院EMBA联盟

03

大健康思享汇与其他类似社群的区别

04

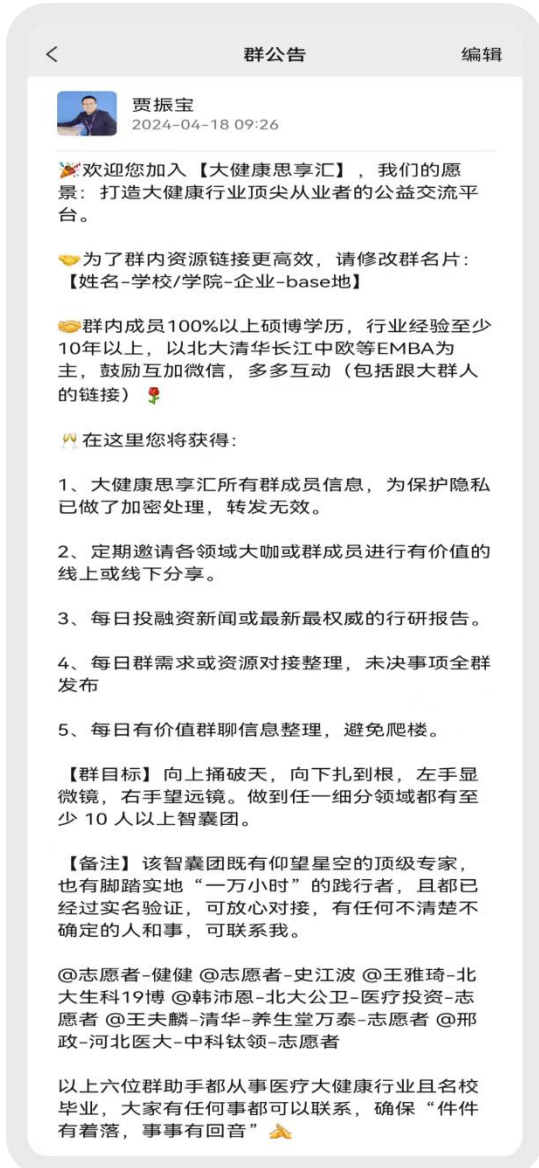
大健康思享汇的未来

05

私域流量与根据地思维



大健康思享汇之成员 --- 600多人99%硕博学历，清北占比60%



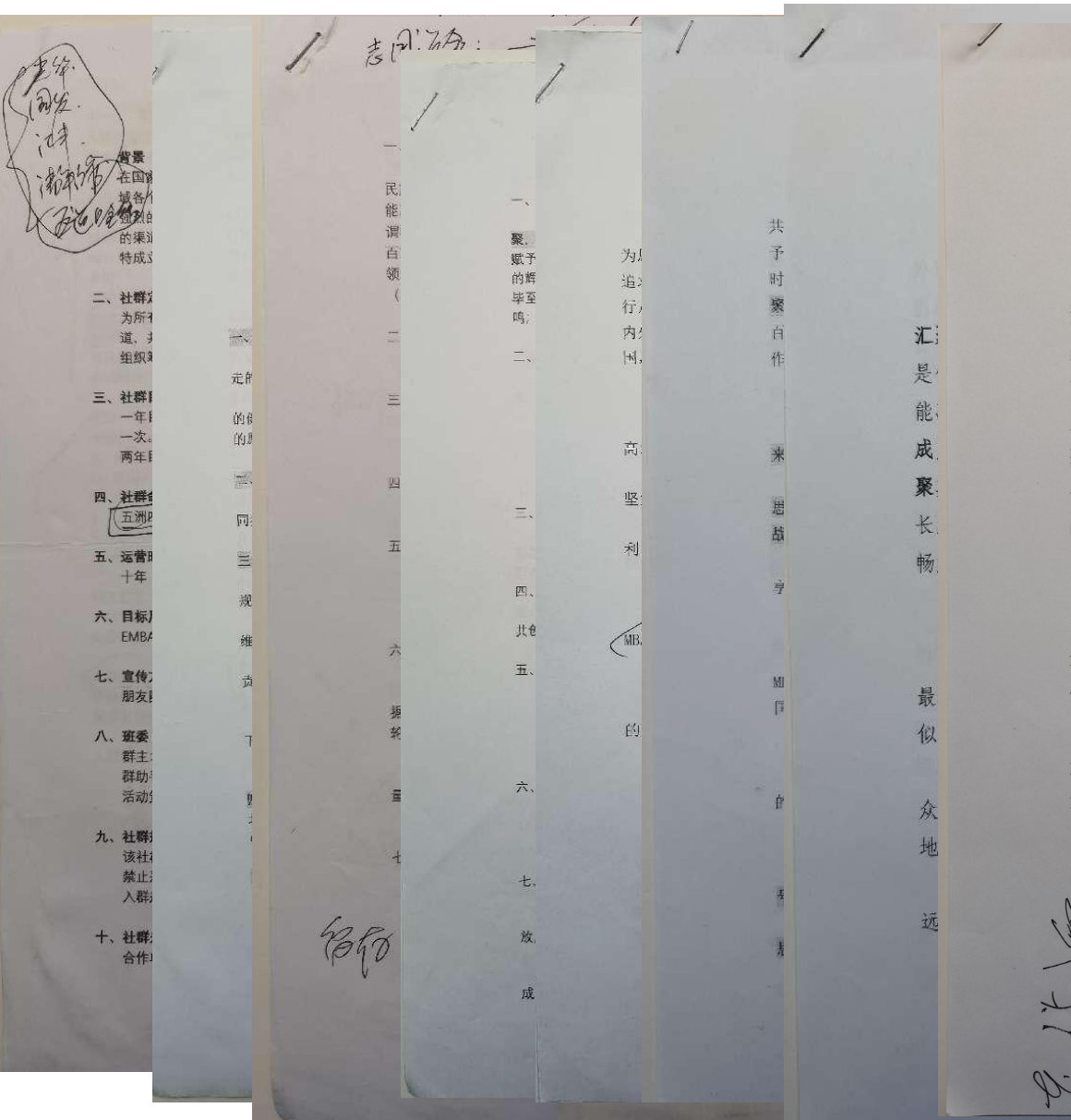
“思享汇”是大健康从业者互动交流的公益组织，意为思想汇聚、社群共创和健康共享。

在中华民族伟大复兴进程中，健康是亿万人民的追求，也是时代赋予我们的责任。一个人的行走只能决定一个人的存在，而一群人的行走可能决定一个时代的辉煌。

成员以北大、清华、中欧、长江等四所商学院校友为主，同时汇聚其他商学院校友和大健康领域的专家学者，可谓群贤毕至，少长咸集；漫江碧透，百舸争流；我们立足中国，放眼全球；我们畅所欲言，百家争鸣；我们共创共享，合作共赢。



大健康思享汇之章程迭代---十三章三十四条



< 大健康思享汇章程 .pdf
文件预览

...

大健康思享汇章程 总纲

“思享汇”是大健康从业者互动交流的公益组织，意为思想汇聚、社群共创和健康共享。在中华民族伟大复兴进程中，健康是亿万人民的追求，也是时代赋予我们的责任。一个人的行走只能决定一个人的存在，而一群人的行走可能决定一个时代的辉煌。成员以北大、清华、中欧、长江等四所商学院校友为主，同时汇聚其他商学院校友和大健康领域的专家学者，可谓群贤毕至，少长咸集；漫江碧透，百舸争流；我们立足中国，放眼全球；我们畅所欲言，百家争鸣；我们共创共享，合作共赢。

第一章 宗旨

第一条 以服务为底色。助力思享汇成员以最高的效率链接最需要的资源。对甲来说，有如移山填海之难，然对乙来说，却似反掌折枝之易。

第二条 社群共创。让每一个思享汇成员都成为价值创造者，众人拾柴火焰高。思享汇成员秉持开放心态，百分百坦诚，放心地将后背交给对方，成为坚定互信的战友。

第三条 坚守长期主义。结硬寨，打呆仗；敢进窄门，愿走远路，做时间的朋友，享受长期价值的复

- 一、宗旨
- 二、愿景
- 三、使命
- 四、价值观
- 五、倡导文化
- 六、运营理念
- 七、加入条件
- 八、加入福利
- 九、组织构成
- 十、运营规划
- 十一、社群规则
- 十二、组织标志
- 十三、章程修改

国家版权局著作权
编号：NO.01826344



大健康思享汇之社群共创---60多人回复近百条建议

贾那么觉 贾宝里加还 贾还

贾可

贾宝组的

贾宝

1. 更上低

贾2. 多

贾3. 主

贾思

贾1 2 3

贾

贾

寓意直白也

贾振宝: 在群内的同学

贾振宝: 比如通过数字

贾振宝: 群里我好几个

贾振宝: 整体我觉得特别强调传递的是健康和思享, 又

贾振宝: 健康中国是国的目标

贾振宝: 你再听听大家就是优选的

贾振宝: 北京的搞线~北京的部分

贾振宝: 是的, 后面

贾振宝: 还有等到 20 称可以是奔

贾振宝: 就是很难让

贾振宝: 公号运营我质量和与工吸引人。

贾振宝:

宝哥据往热点加修更全

贾振宝: 因为这个

贾振宝: 我所以

贾振宝: 因为

贾振宝: 思建

贾可

贾找

贾健

贾宝聚

贾

贾

贾

贾

情, 慢慢就不再关

【思享汇】: 以思想汇聚, 因分享共赢 (一句话精简掉两个字)!

建议改成: 汇聚思想, 分享共赢 或 汇聚思想, 分享共赢

公众号聚焦于愿景目标“健康中国 2030”, 一群人为了这个共同目标而努力, 所有活动围绕这个愿景而展开。

公众号取名【思享汇 2030】, 一是强调我们共同的目标为“健康中国 2030”服务, 二是我们在做一件难而正确的事, 注定要结硬寨, 打呆仗, 着眼于长期!

建议: 把 2030 去掉, 直接思享汇, 既然卓远于长远, 就把没必要设定 2030, 虽然是照着健康中国 2030 标线, 但我觉得没必要。或者用“光华思享汇”, 这样可以借点学校力, 当然要研究“光华”二字是否有 IP 保护, 避免风险。

参照既往运作医生患者群经验, 他里边的两个群助手, 一个人工一个机器人, 除了头像不同外, 名字也不同加以区分。

我们的两个群助手可以命名为“健健”和“康康”。

“健健”这个名字的谐音不改讨喜, 人工助手建议设置两个

首先, 【思享汇 2030】就是聚焦大健康领域, 大家每天叫健健和康康, 叠字朗朗上口, 是一种理念强化, 也是一种彼此的祝福。

其次, “健健”的谐音“贱贱”, 有点戏谑的味道, 把严肃专业的健康, 和高大上的群体从神坛上拉下来, 生活化接地气, 网络化符合年轻人的潮流。

再次, 贱, 其实是一种生活智慧和状态, 名字取贱一点, 活得更好。类似北大王汉生老师的“狗熊会”, 群头像是个憨憨的“熊大形象”。

另外, “健健”谐音“渐渐”, 强调了缓慢的过程, 也是符合长期主义的理念, 一点点前进。

既然已经考虑到谐音“贱贱”了, 但是还是觉得不太好, 主要是因为群的人群特性, 相对来说目前的主要成员还是 70/80 后为主, 90、00 后很少, 且大健康行业人群的互联网基因不如纯互联网公司那么强, 这是我接触的感觉。

未来, 我们的群名, 公众号名字, 日常出镜率最高的群助手都统一名称【思享汇 2030】便于理念的传递, 品牌的强化。

未来运营规划: 日群内容运营, 每周线上“锵锵三人行”, 每两周一次户外&亲子, 每月一次线下交流会, 有半年会有年会。这样形成一整套系统打法。

第二十五条 拉新原则。积极谨慎, 寻找志同道合者。你若阳光, 自有花开, 你若盛开, 蝴蝶自来。

人人都是思享汇的使者, 人人都有责任为壮大思享汇社群贡献力量。

第二十六条 拉新目标。向上捅破天, 向下扎到根, 左手显微镜, 右手望远镜。做到任一细分领域都有至少 10 人以上智囊团。

该智囊团既有仰望星空的国内外顶级专家, 也有脚踏实地一万小时定律的践行者。



大健康思享汇之活动---平均每月一次高质量聚会

思享汇2030

2022年“融通赋能 链接共赢”商业路演活动圆满成功
阅读 117

2022年4月6日



方兴未艾，百舸争流——记光华EMBA医药大健康思享汇第三次会议
阅读 240 赞 1

2022年4月5日



创新、价值、共赢——记光华EMBA医药大健康思享汇第二次会议
阅读 316 赞 2

— 已无更多订阅消息 —

思享汇2030

“锵锵圆桌派”线上活动第三期成功举办
阅读 269 赞 1

2022年5月24日

“锵锵圆桌派”第二期成功举办
阅读 114

2022年4月26日



第1期
锵锵圆桌派
“医疗行业的创业分享”

“锵锵圆桌派”线上活动第一期圆满举行
阅读 206 赞 3

2022年4月19日

2022年“融通赋能 链接共赢”商业路演活动圆满成功
阅读 117

2022年4月6日



2022年4月5日



2022年4月5日

思享汇2030



分子模拟未来
Molecule Simulates the Future
DPTechnology

2022年10月12日

大健康思享汇国庆特辑
阅读 91

2022年10月11日



锵锵圆桌派
创新创业模拟路演

2022年8月21日

大健康思享汇参与北大光华“稳健发展，把握未来”活动
阅读 94 赞 1

2022年6月14日

锵锵圆桌派线上活动第四期成功举办
阅读 155

2022年5月29日



第3期
锵锵圆桌派
“养老产业”

“锵锵圆桌派”线上活动第三期成功举办
阅读 269 赞 1

思享汇2030

2022年10月12日

大健康思享汇国庆特辑
阅读 91

2022年10月11日



锵锵圆桌派
创新创业模拟路演

2022年10月8日

锵锵圆桌派线上活动第五期成功举办
阅读 94

2022年10月8日



分子模拟未来
Molecule Simulates the Future
DPTechnology

2022年10月12日

大健康思享汇企业参访——深势科技
阅读 100

2022年8月21日

思享汇2030

巅峰聚首 医药大健康供应链年度盛会议程发布
阅读 89

2023年3月31日

“唐诗与人文精神”讲座圆满举办
阅读 77

2023年2月19日



医聊+AI医疗主题论坛圆满举行
阅读 326 赞 2

2022年12月26日

大健康思享汇上医仁家中医馆参访之旅
阅读 108

2022年10月12日

大健康思享汇国庆特辑
阅读 91

— 日常置顶推送消息 —

2022年4月5日



2022年4月5日

2022年4月5日



2022年4月5日

2022年4月5日



2022年4月5日

2022年4月5日



2022年4月5日

大健康思享汇之活动---与高校和业界伙伴联合举办

思享汇2030

2023年11月26日

权威发布

2023最权威“就医指南”发布，建议收藏！
阅读 1090 赞 2

2023年9月28日

医药合规沙龙成功举办
阅读 261 赞 1

2023年7月31日

会议议程

第二届医药大健康供应链创新大会暨京津冀医药供应链协同发展论坛

巅峰聚首 医药大健康供应链年度盛会会议议程发布
阅读 89

2023年3月31日

思享汇2030

1月26日

权威发布

点击进入

2023最权威“就医指南”（中医版）发布！
阅读 869 赞 1

1月1日

思享汇 SIXIANGHUI

大健康思享汇总结暨开新群通告
阅读 1463 赞 11 19个朋友读过

2023年12月27日

“聚合力量，加速创新”，医疗初创企业商业逻辑剖析活动圆满落幕
阅读 240 赞 1

2023年11月26日

思享汇2030

4月5日

权威发布

大健康思享汇雄安行
阅读 278 赞 2 1个朋友分享

3月11日

无创血糖仪项目闭门研讨会
阅读 164 赞 4 6个朋友读过

3月8日

企业参访：北京细胞治疗集团有限公司
阅读 240 赞 3 13个朋友读过

1月26日

权威发布

思享汇2030 北京

因思想而汇聚，因分享而共赢。思享汇致力于搭建行业顶尖的大健康从业者平台。在中华民族伟大复兴进程中...
8篇原创内容
333个朋友关注

已关注公众号 发消息

星期日

新青年 LA JEUNESSE

2024 05/07-10

第八届中国未来医疗生态峰会 THE 8TH FUTURE HEALTHCARE ECOLOGICAL PEAK FORUM

大健康思享汇校友论坛暨两周年成立庆典
阅读 389 赞 1 23个朋友分享

4月6日

企业参访：北京爱蝶健康科技公司
阅读 218 赞 1 2个朋友分享

4月5日

大健康思享汇之入群条件---严格审核，入群小作文，修改群名片

具备以下条件之一者可入群:

- 01 国内外EMBA或MBA大健康校友
- 02 医药政策规划者
- 03 研究大健康方向的商学院教授
- 04 医疗大健康企业或医药投资机构的创始人（限一号位）
- 05 其他合伙人以上级别的医生&药师（硕士学历以上）创业者



目录
CONTENT



01

医患私域流量——健享家

02

大健康思享汇——商学院EMBA联盟

03

大健康思享汇与其他类似社群的区别

04

大健康思享汇的未来

05

私域流量与根据地思维



大健康思享汇与其他类似社群的区别



大健康思享汇章程 十三章三十四条，章程修改需三分之二以上反馈人同意才可修改



明确的入群条件 严格审核，入群小作文（标准模板），修改群名片，鼓励大家链接



系统的群成员管理机制 资料每周更新，全群发布；先入群人信息每天1-2人随机发布



群需求24小时反馈机制 两年来沉淀群需求1045条，类似12345 “件件有回音”



群内三不谈 不谈政治，不谈风月，不谈琐事；坚守价值输出的方向，努力做一股清流



每晚十点群内高价值信息折叠 避免爬楼，类似老朋友 “没事各忙各，有事就招呼”

目前以社群为载体，国内最顶尖医疗大健康商业力量，没有之一；
没有在这个群里链接不到的医疗大健康的人和事，能不能搞定不一定。



目录
CONTENT



01

医患私域流量——健享家

02

大健康思享汇——商学院EMBA联盟

03

大健康思享汇与其他类似社群的区别

04

大健康思享汇的未来

05

私域流量与根据地思维





大健康思享汇的未来

只要地球不爆炸，腾讯微信不倒，群就永远存在，且永远是免费、开放的平台。

有限游戏（为达目的可以不择手段）&无限游戏（凭借内心的坚守做事）

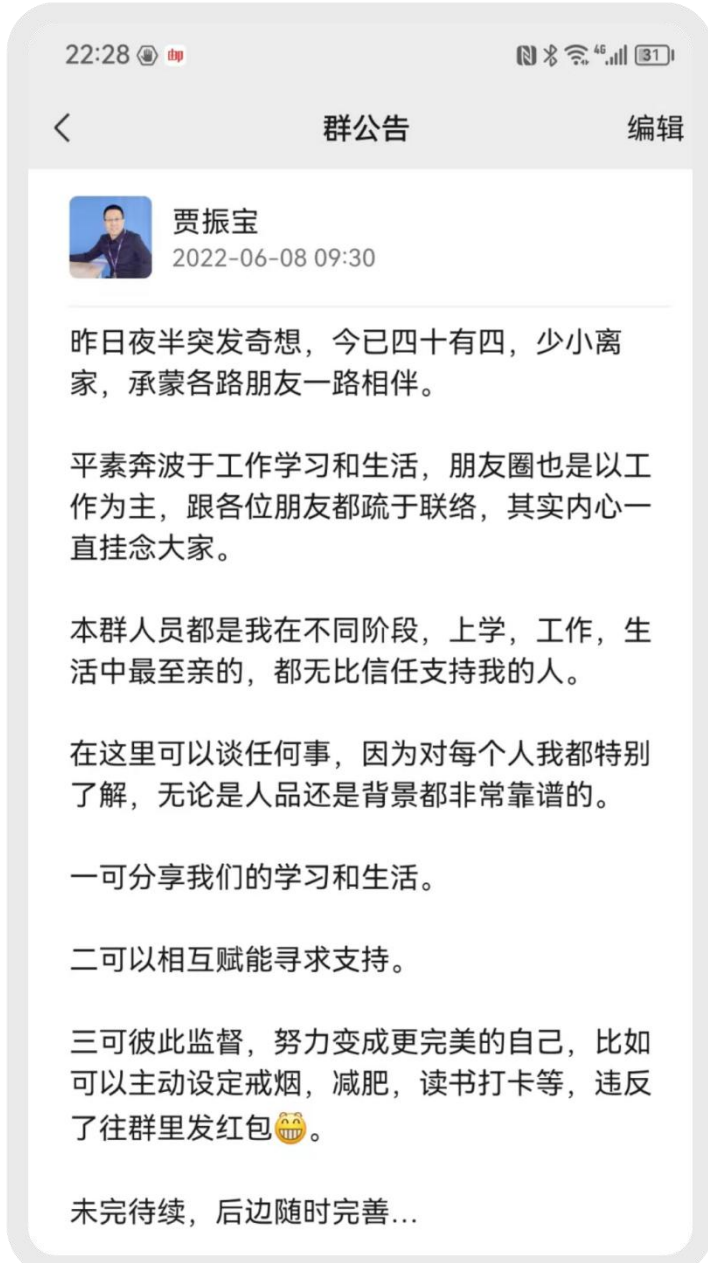
医疗大健康领域人脉资源的高速公路，未来建设方向是服务区。

定位：独特的产业生态系统——举例：一站式医疗大健康领域投融资和投后赋能平台...



老贾老友记---目前已接近60人，认识至少10年以上

反面案例





群内高效触达
群外深度链接

全球EMBA链接群

全球EMBA链接群---入群条件



为了让群成员相互赋能，也为了让大家寻找彼此的成本最低，所以全球EMBA链接群设定了严格的入群条件和流程，期待入群成员秉持开放心态，主动展示自己，共创社群的诗和远方。

人员：2023 QS 世界大学排名TOP100大学商学院EMBA&DBA。境内包括北大、清华、复旦、浙大、上海交大、长江、中欧、中国人大、同济大学、中山大学、南京大学和厦门大学等院校。

机制：群邀请，至少1名已入群校友推荐并实名验证，且须经管理员确认。

入群前填写信息：姓名、性别、国籍、籍贯、常住地、大学、学院、入学年级、班级、所在行业、企业和推荐人，以上12项信息为必填项；其他信息如职务、工作职责和社会荣誉等为选填项。

入群时请修改群昵称：姓名-学校学院-行业-企业。

备注：虽然群成员已经过实名验证，依然欢迎大家互相监督，共同维护群的良好秩序。经查实有不符合群条件者，会在全群公开（包括该成员的入群推荐人）

全球EMBA链接群

欢迎



成为第 1068 位成员

与全球EMBA交个朋友

使命

让每个人获得最有价值、多元并可持续的帮助

愿景

成为EMBA&DBA终生为友、赋能共生的全球社群组织

价值观

主动、开放、坦诚、互助、利他

群内高效触达，群外深度链接

社群运营心得

01

碎片化交流，就拼凑出了完整的群主或群形象

02

及时回复本身就是一种陪伴，越陪伴越依赖，越依赖越喜欢

03

私域流量运营最核心的点是价值思维 and 用户思维

04

流量不等于留量，解决用户的留存和粘性才是基石

09

主动积极拥抱新媒体，公众号就是你的报纸杂志，视频号就是你的私人电视台

05

私域流量运营中，既要打造个人IP，同时又能看到群内的每一个用户

06

把复杂留给自己，把简单留给别人：尽一切可能降低群成员的阅读成本，理解成本是群运营者永远义务

07

线上运营细节中藏着魔鬼，要把控每一个细节

08

用微博（公共广场）思维去发朋友圈（私人空间），传递普适性价值观很重要

社群思维的本质是一群
人带动另外一群人的沟通。
社群互动是一个人闲暇时间
被群成员“随机填满”的过程。
在这个过程中，谁出现的频
率高，谁获得的关注就高，
被喜欢的可能性就大。



目录
CONTENT



01

医患私域流量——健享家

02

大健康思享汇——商学院EMBA联盟

03

大健康思享汇与其他类似社群的区别

04

大健康思享汇的未来

05

私域流量与根据地思维



一句话的事

毛泽东

01

客户

02

品牌

03

企业

04

董事长/
总裁

05

总经理



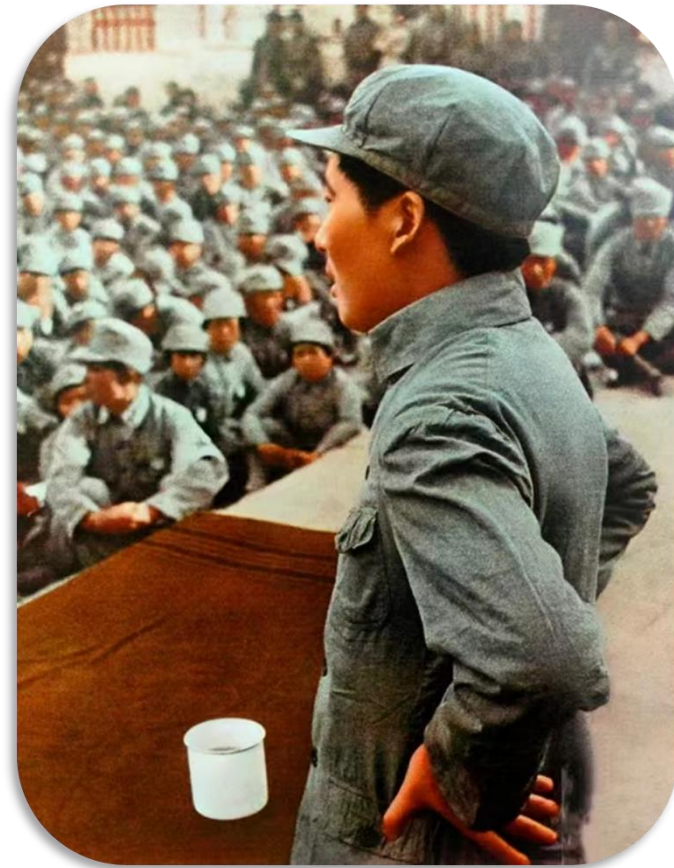
《我们的经济政策》——1934年1月第二次全国苏维埃代表大会报告

将欲取之，必先与之。越是着急达成某种目的，就越要先去壮大达成这种目的的条件，想满足**战争**需求，就得先解决**群众**的需求。

总结起来，教员在主持**政府**工作期间，全部在围绕提高**群众**生活满意度、解决**群众**问题在进行，正如教员所说：

“我郑重地向大会提出，我们应该深刻地注意**群众**生活的问题，从土地、劳动问题，到柴米油盐问题。”

“总之，一切**群众**的实际生活问题，都是我们应当注意的问题。假如我们对这些问题注意了，解决了，满足了**群众**的需要，我们就真正成了**群众**生活的组织者，**群众**就会真正围绕在我们的周围，热烈地拥护我们。”

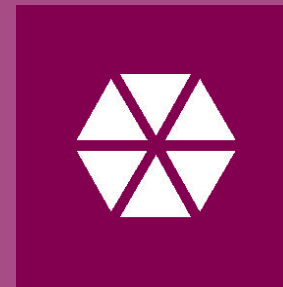


根据地思维---社群运营的底层逻辑



信任是永恒不变的主题

- 二十年前的风口是电商
- 十年前的风口是短视频
- 今天的风口是私域流量



尽管演员老变，
但舞台从未变过



欢迎随时沟通交流



群聊：5月10日大健康思享汇校友论坛

