



气传过敏原监测预警 在互联网医药平台的 应用白皮书

以精准过敏数据驱动首购转化与慢病复购

敏舒科技 • 2026

目 录

执行摘要 1

1 行业背景与发展趋势 1

2 行业核心痛点与挑战 1

 2.1 过敏人群基数庞大，季节性需求波峰波谷差异显著 2

 2.2 患者行为模式粗放，首购转化与复购粘性双低 2

 2.3 缺乏垂直专业服务能力，流量价值未能充分释放 2

3 敏舒科技核心应用场景 2

 3.1 基于 LBS 的实时过敏预警与趋势预测 2

 3.2 个性化防护建议与精准用药指导 3

 3.3 “预警-防护-用药-问诊”链路打通 3

4 为行业创造的核心价值 3

 4.1 提升用户活跃度与平台粘性 3

 4.2 促进就诊转化与复购率提升 3

 4.3 构建垂直领域差异化竞争力 4

5 典型合作客户与实践 4

6 实施路径与合作展望 4

执行摘要

本白皮书系统阐述了气传过敏原监测预警技术在互联网医药行业的应用背景、核心痛点、解决方案与实践价值。随着过敏性疾病患病率持续上升与数字化健康服务深入发展，精准的环境过敏原数据正在成为互联网医药行业提升服务质量、创造差异化价值的关键基础设施。

白皮书基于敏舒科技在互联网医药领域的技术积累与客户实践，分析了行业面临的核心挑战，提出了覆盖“监测-预警-服务-管理”全链路的应用方案，并展示了国内外代表性客户的合作成果。我们希望通过本白皮书，为互联网医药行业的从业者提供有价值的参考与启示。

1 行业背景与发展趋势

随着我国过敏性疾病患病率持续上升，过敏性鼻炎、过敏性哮喘、特应性皮炎等疾病已成为常见的慢性呼吸道与皮肤疾病。流行病学数据显示，我国过敏性鼻炎患者已超过 2 亿，其中相当比例的患者需要长期用药管理与季节性防护。互联网医药平台作为患者购药、问诊与健康管理的核心入口，正面临从流量竞争向专业服务竞争转型的关键阶段。

在政策层面，《“健康中国 2030”规划纲要》明确提出要强化慢性病诊疗与健康管理服务，推动互联网医疗与医药服务深度融合。《全国医疗机构互联网医疗服务管理办法》等法规的出台，为互联网医药平台拓展慢病管理、复诊续方等服务提供了制度保障。在此背景下，以过敏管理为切入点构建垂直专科服务能力，成为互联网医药平台提升用户粘性与商业价值的重要方向。

从市场格局看，京东健康、阿里健康、美团买药、百度健康等主流平台已完成早期流量积累，用户增速逐步放缓，行业竞争焦点转向留存与复购。抗过敏用药属于典型的季节性、周期性需求，患者在花粉季、换季期用药需求集中爆发，而在非发作期则容易遗忘停药。如何将间歇性需求转化为持续性健康服务，成为平台提升 ARPU 值与用户生命周期价值的核心命题。

2 行业核心痛点与挑战

互联网医药平台在过敏领域的服务能力建设中，主要面临以下三方面结构性痛点：

2.1 过敏人群基数庞大，季节性需求波峰波谷差异显著

我国过敏性疾病患病人数超过 2.5 亿，其中花粉症、尘螨真菌过敏等具有明确的季节性与地域性特征。传统平台仅依靠药品搜索和用户自主购药，无法在花粉季来临前主动触达潜在患者，也难以在高发期将流量高效转化为首购用户。季节性需求的突发性和不可预测性，使平台在库存调度、营销资源配置和客服排班上面临巨大挑战。

2.2 患者行为模式粗放，首购转化与复购粘性双低

调研显示，多数过敏患者在症状初发时倾向于自行硬扛或随意购买非处方药，缺乏规范诊疗与长期管理意识。这种“不知晓风险而硬扛、不规范用药而随意”的行为模式，导致平台首购转化率偏低，且患者用药依从性不足，复购率与客单价（ARPU）难以提升。平台亟需以专业的过敏风险预警服务建立用户信任，引导患者走向规范诊疗。

2.3 缺乏垂直专业服务能力，流量价值未能充分释放

现有互联网医药平台的健康服务多为通用型问诊与购药，在过敏这一垂直领域缺乏本地化、个性化的环境数据支撑与专业防护指导。用户无法获得“今天我所在的位置过敏风险有多高”“我应该如何防护”“我该用什么药”等关键决策信息，导致平台流量难以有效导向就诊与长期管理服务，用户生命周期价值未能充分挖掘。

3 敏舒科技核心应用场景

敏舒科技 AllergenCast 是面向全球过敏患者的过敏原监测与管理平台。系统采用自有设备采集气传过敏原数据，同时和已有监测系统合作，构建“监测-预警-干预”闭环。截止 2026 年 9 月，国内系统已经覆盖全国 3182 个城市，为 100 万过敏用户，超过 80 家政企用户提供气传过敏原数据服务。海外版系统覆盖全球所有国家地区，提供 10KM 级别预报预警。

敏舒科技依托高时空分辨率的过敏原实时监测与预报数据，为互联网医药平台构建“预警-防护-用药-问诊”全链路服务闭环，核心应用场景包括：

3.1 基于 LBS 的实时过敏预警与趋势预测

平台 APP 基于用户地理位置，实时展示所在位置的花粉、霉菌等过敏原浓度等级及未来 3-7 天趋势预测。当用户处于高风险区域或花粉季高峰期时，系统主动推送预警

通知，帮助用户提前做好防护准备。这一能力将传统的“用户主动搜索”模式升级为“风险主动触达”，显著提升 APP 打开率与用户活跃度。

3.2 个性化防护建议与精准用药指导

结合用户画像（过敏类型、严重程度、既往用药史）与实时过敏原数据，平台为用户提供个性化的防护建议与用药指导。例如，对花粉过敏用户在花粉高峰日建议减少户外暴露、佩戴口罩、提前使用预防性药物；对尘螨过敏用户建议定期除螨、保持室内干燥等。精准的内容推送有效延长了患者服务周期，促进了就诊转化。

3.3 “预警-防护-用药-问诊”链路打通

敏舒科技的数据服务与平台药品供应链、在线问诊能力深度融合，形成完整的服务闭环：当系统检测到用户所在地过敏原浓度升高时，自动推送防护建议；用户可一键购买对症药品；症状持续或加重时，可直接转接在线问诊，由专业医生开具处方并配送药品。数据显示，该链路可带动平台就诊服务量提升 10%-22%。

4 为行业创造的核心价值

敏舒科技为互联网医药平台创造的核心价值体现在以下三个层面：

4.1 提升用户活跃度与平台粘性

基于位置的实时过敏预警数据为 APP 提供了高频次、高价值的健康服务内容。与天气、空气质量等通用信息相比，过敏预警与用户健康直接相关，更易引发用户主动查看与分享。通过通知栏推送、消息提醒等方式，平台可显著提升用户打开率与日均使用时长，增强用户对平台的依赖。

4.2 促进就诊转化与复购率提升

个性化防护建议与用药指导将用户从被动购药引导至主动健康管理。在过敏高发季，精准的用药提醒与续方建议可有效提升患者用药依从性与复购率；而线上问诊的顺畅接入，则将症状较重的患者引导至规范诊疗路径，带动门诊服务量增长。这种从“卖药”到“管健康”的转变，是平台提升 ARPU 值的关键。

4.3 构建垂直领域差异化竞争力

在互联网医药平台普遍同质化竞争的背景下，过敏垂直领域的专业服务能力成为重要的差异化标签。敏舒科技的高分辨率过敏原监测数据与预报模型，构建了较高的技术壁垒与数据壁垒，帮助平台在过敏健康管理这一细分赛道建立先发优势，形成难以复制的专业品牌形象。

5 典型合作客户与实践

敏舒科技在互联网医药领域已与京东健康、美团买药、百度健康多领先企业开展合作，验证了过敏原监测预警数据的商业价值与社会价值。



6 实施路径与合作展望

展望未来，随着精准医疗与数字健康的深度融合，过敏健康管理将从当前的症状应对模式向预测性、预防性模式演进。敏舒科技将持续优化过敏原监测网络密度与预报模型精度，并与互联网医药平台在患者教育、慢病管理、保险服务等领域开展更深入的合作，共同打造以数据驱动的过敏健康新生态。我们期待与更多互联网医药平台携手，让每一位过敏患者都能获得及时、精准、专业的防护与诊疗服务。