

## 那些网上执业早、专业能力强、服务好的医生，逐渐成为患者网上问诊喜欢点名的网红医生，因为问诊量高，网红医生的收入也变得可观。

端，疫情期间的数字化医疗用户达到6.2亿，这一数据已经接近移动互联网用户的七成。

疫情最严重期间有一张来自湖北的照片曾引起人们的关注和同情，一位中年人为社区居民代购药物，浑身挂满了装满药品的塑料袋。因为疫情期间社区封闭和医院停止其他医疗服务，湖北的其他疾病患者一度就医困难。互联网医疗平台不仅为公众解除对新冠肺炎疫情的焦虑，也为其他病人方便就医提供了渠道。

微医集团副总裁张贵民清楚地记得，1月25日大年初一当天，微医平台流量达到1100万人次的峰值，可见当时公众对疫情的关注和就医的需求。张贵民介绍，微医在二月份面向武汉、黄冈等疫情核心地区开通了在线门诊，为复诊病人和慢病人群提供在线购药等服务，药品可以直接送到家。全球疫情加剧期间，微医建立线上全球抗疫平台，为海外华人华侨提供在线的咨询服务，向全球221个国家和地区提供了201.4万在线咨询和问诊服务。

### 网上执业吸引力逐渐变大

王鸿祥医生参与和见证了中国互联网医疗服务的发展。2008年，还是年轻小医生的王医生接触到好大夫在线网站。在那个微信还没有诞生的时代，医生除了在医院门诊

接触病人，下班后几乎不会与病人打交道。

这个PC端网站鼓励医生发表科普文章，接受患者的电话问诊和网页问诊，网站上可以挂上医生的门诊时间，对患者不收费，也不给医生提供报酬。“当时我是个小医生，病人不多，觉得在网上做一些自己的推广挺不错。”王医生从此触网。2010年后，网上问诊逐渐形成规模，第三方平台开始向患者收费，医生们也可以通过在互联网上的工作获得一定报酬。

互联网问诊给王医生带来了声誉，一些病人在问诊后再到医院挂号找王医生看病，病人多了，专业能力也得到了锻炼和提升。线上和线下良性的互相助推，让王医生的事业步步向上。



下图：疫情期间，武汉居民区封闭管理，一名社区网格员为居民代购药。

有了影响力，有了明码标价的问诊收费，王医生也有了压力。第三方平台对医生的要求随着患者问诊量的增加而提高。患者有了评价医生的权利，给医生的好评或者差评，成为其他患者选择医生的重要依据。医生不仅要专业能力过硬，还要善于沟通，让患者有很好的就医体验。

那些网上执业早、专业能力强、服务好的医生，逐渐成为患者网上问诊喜欢点名的网红医生，因为问诊量高，网红医生的收入也变得可观。根据某在线医疗平台年度报告，热门科室网红医生的问诊收入甚至达到百万元。

《2020中国医生洞察报告(Hi Doctor)》反映出，增加收入是医生开展线上医患互动的最主要驱动原因：60%的受调查医生将增加收入列为开展线上医患互动的驱动因素之一，除此之外，增加大众端影响力增长知识，增加行业影响力，降低医疗风险也是常见的动因，但相对较为分散。

医生网上的影响力能够与他们的收入挂钩，也是中国医疗在近十年中的重要变化。中国优质的医疗资源集中在公立医院，患者在寻找医疗资源时，过去主要考量的是医院的声誉和实力，而不会去找某一位医生——患者也没有渠道了解医生的医疗水平。

互联网打破了医院围墙，戳破了阻挡在医生和患者之间的障碍。互联网平台上的评价，相对真实地反映了医生的治疗水平和服务态度。

一部分患者网上问诊后需要到医院就医，那么网上问诊量大的医生，导向线下医疗服务的机会也会