

再传上市 微医“乘风”续命

在多次传出消息后,微医终于要上市了?6月9日,有消息称,微医拟以55亿美元估值在第三季度赴港IPO。对此,微医相关负责人向北京商报记者回应称,上市只是公司发展的一个过程,目前没有可以对外公开的消息。

自2018年完成5亿美元的Pre-IPO轮融资后,微医曾多次传出上市。在业内看来,没有可持续的盈利模式是微医两年来未实现上市的主要原因。“疫情下的互联网医疗又‘火’了一把,此时推动上市可以借助行业高估值红利提升自身的估值水平。”业内人士表示,不过,如若持续亏损,资本市场也不会看好,如何实现可持续盈利模式依然是微医以及当下互联网医疗行业需要面临的问题。



2020年一季度
中国移动医疗用户规模达**5.58亿人**

较上个季度
增长了**6.3%**



2020年一季度
中国移动医疗
市场规模为**80.9亿元**

较上个季度
增长了**10.7%**

数据来源:比达咨询(BigData-Research)发布的《2020年第1季度中国在线医疗市场研究报告》



两年多次传上市

从分拆业务独立在A、H股两地上市,港股部分最快2018年底IPO,到2020年三季度赴港IPO,微医上市的各种消息始终不绝于耳。6月9日,微医再传上市。据报道,微医计划将在三季度内向港交所提交招股书,拟募资7亿-9亿美元,招银国际、花旗和摩根大通为承销商。

微医成立于2010年,前身为挂号网,为医院提供预约挂号等就医流程优化服务。从挂号起步,微医逐渐向以互联网医院为基础的在线问诊等模式转型。2015年12月,微医创建了全国首家互联网医院——乌镇互联网医院,并推出“睿医智能医生”等智能医疗产品体系。

2018年5月,微医宣布完成5亿美元的Pre-IPO轮融资,其估值至此达55亿美元。同年,微医首席战略官陈弘哲对外透露,公司计

划2018年底在香港上市。此后,微医上市的消息不断传出。2019年2月,针对分拆业务到科创板上市的消息,微医方面表示不予置评。2020年3月,针对公司拟下半年赴港上市,并募资10亿美元的消息,微医方面仍未回应。

目前,微医的业务线包括互联网医院、全科诊所、商业保险以及微医云等。报道称,微医此次赴港上市的主要核心业务包括互联网医院、医药以及商保等。而微医旗下的微医全科、区域手术中心等业务被剥离,未来可能在A股上市。

针对三季度赴港IPO一事,微医相关负责人向北京商报记者表示,上市只是公司发展的一个过程,目前还没有可以对外公开的消息。

盈利困境

多次传出消息却迟迟未能上市背后,

是微医还在寻找可持续盈利模式的路上。

资料显示,微医在消费端、政府端等都有布局。在C端,微医开展医药电商服务,依托微医医生资源,打通从诊断到选药再到送货到家的全服务链。同时开展互联网保险业务,试水商保直付。

在B端,微医通过搭建的智能医疗云平台——微医云进行探索,依托互联网、大数据和人工智能等技术,为政府、医院、基层、医疗机构和企业等B端用户,提供包括人口健康信息平台、互联网医院与医联体、家庭医生签约、医疗智能辅助诊断等在内的解决方案。在G端,微医在与政府合作建设互联网医院等。

2016年,微医宣布全面盈利,微医创始人兼CEO廖杰远公开表示,公司利润约2.8亿元。不过,这个说法没有得到业界的认可。相关报道显示,2016-2018年,微医实现营收4.37亿元、6.04亿元、12.25亿元,亏损额分别为4.8亿元、6.74亿元、8.18亿元。三年累计亏

损近20亿元。

针对公司具体营业数据,微医相关负责人未给出明确回复。

在一位不愿具名的业内人士看来,丰富的业务线能否赚钱是两种不同的概念。尽管微医目前在互联网医疗领域多方布局,但尚未能看到清晰的盈利模式。以互联网医院为例,单纯依靠线上问诊服务付费难以实现盈利,互联网医院的盈利点依然在药品。在医保作为主要支付方的前提下,处方外流目前难以实现。不同于背靠阿里的阿里健康和背靠平安的平安好医生,微医不具备大量的用户流量可以支撑其服务付费。”

医疗战略咨询公司Latitude Health创始人赵衡在接受北京商报记者采访时表示,商业模式不成熟,未实现可持续性盈利可能是微医多次传出上市消息但迟迟未登陆资本市场的重要原因。“若微医成功登陆港交所,有利于公司更好地融资,获得用于发展

的资金。”

“最后”的时机

疫情发生以来,微医等行业内的企业相继开展在线问诊、健康科普等多项服务,互联网医疗又“火”了一把。公开资料显示,疫情期间,国家卫健委属管医院互联网诊疗在线问诊量相比去年同期增加了17倍,第三方互联网服务平台诊疗咨询量相比去年同期增长了20多倍。

同时,国家层面也相继推出政策利好。3月2日,国家医保局、国家卫健委发布《关于推进新冠肺炎疫情防控期间开展“互联网+”医保服务的指导意见》提出,将符合条件的“互联网+”医疗服务费用纳入医保支付范围。

利好政策对互联网医疗行业的影响直接体现在互联网医疗企业的估值上。在业内看来,此次积极推动上市是微医希望借助疫情带来的行业高估值红利提升其IPO时的估值水平。数据显示,阿里健康的股价由1月底的10.96港元上涨至最高21.5港元,涨幅达96%。

“这也是微医上市最好和‘最后’的时机,再不上市可能就上不去了。”一位不愿具名的业内人士向北京商报记者直言:“资本市场对于互联网医疗的耐心基本已经走到了极限,在阿里健康等互联网医疗头部企业仍在亏损的背景下,投资者对于讲故事的逻辑信心可能越来越小。”

虽然互联网医疗领域得到较快发展,但在医保支付处于探索阶段、处方外流难以实现的情况下,尚未盈利依然是行业内的普遍现象。据已上市互联网医疗企业披露的财报数据,2019年上半年,阿里健康亏损额同比收窄至762.9万元,仍处于亏损状态。2019年,1药网净亏损4.99亿元,每ADS(美国存托股票)亏损6.1元。北京商报记者 郭秀娟 姚倩

“少帅”加盟 动作不断 腾讯金融慢热进阶

低调的腾讯金融近日动作频频,继正式上线微信支付分后,又引入了一员大将。6月8日,北京商报记者从腾讯内部人士处获悉,前平安集团高管任汇川日前加入腾讯,任高级顾问。在分析人士看来,“少帅”任汇川的加入,有望弥补腾讯现有的保险短板,同时通过分付和信用分继续发力消费金融板块。随着各金融业务线的成熟,未来腾讯金融是否会和其他互联网巨头一样独立发展,值得期待。

保险:失去先机

3个月前,平安集团曾发布公告称,任汇川先生因个人身体原因辞去本公司执行董事、副董事长职务。此消息一出便在金融圈引发热议。彼时,也有知情人士向北京商报记者透露,任汇川的下一站或是腾讯。

无风不起浪,任汇川在平安集团的任职时间一结束,便火速入职腾讯。任汇川在腾讯的负责板块与其优势领域息息相关,据腾讯内部人士的透露,任汇川主要参与探索发展互联网保险业务。

事实上,不同于老对手阿里,腾讯在保险板块布局上稍显逊色。腾讯虽也已将产寿险及中介牌照纳入麾下,先后参股众安保险、和泰人寿,但均非第一大股东,多属于财务投资。

相比之下,阿里却总先其一步布局,并拥有较高的持股比例。如2016年蚂蚁金服100%持股的杭州进保保险代理有限公司后更名为蚂蚁保险代理有限公司,拿到经营保险代理业务资格,蚂蚁金服由此获得合法保险中介资质。借助支付宝平台,蚂蚁保险也先后上线了相互宝和好医保等产品,迅速走红于网络。

在获得保险中介牌照方面,腾讯也晚于阿里布局。2017年10月,腾讯持股57.8%的微保获得经营保险代理业务资质,至此,腾讯才获得保险代理牌照。同年11月,微保上线并补齐了微信钱包九宫格中的最后一个空缺。

而腾讯投资官网显示,在投资金融科技的版图中,除了微保和众安保险外,水滴筹也赫然在列。北京商报记者梳理发现,无论是天使轮、A轮融资,还是B、C轮融资,腾讯均出现

在了水滴筹的投资方名单里。而任汇川加入腾讯被老东家平安集团点评为“中国平安30多年成就的重要参与者和贡献者任汇川的加盟,会否带‘后来者’腾讯奋起直追值得期待”。

消金:补齐短板

除了大将加盟外,今年腾讯在信用市场也动作频频,在分析人士看来,这也是为了补齐一个短板——消费金融。

依托自身强大的流量入口,传统互联网巨头一直对消费金融领域热情颇高,腾讯也并不例外。近日,微信支付分低调开通查询入口,面向用户全量开放。两个半月前,微信上线个人分期消费支付产品“分付”。腾讯方面表示,分付是一款“类分期”消费贷产品,部分微信用户自3月25日起可使用该功能,用户在使用微信支付时,可以通过分付先付款,再进行分期还款。

微信支付分的正式上线,也意味着微信在信用服务市场正式发力。零壹研究院院长于百程表示,信用评分已成为互联网巨头的“标配”,芝麻信用和微信支付分等信用数据产品的推出,实则是对于自身海量用户价值的识别和挖掘,为更多的信用和金融产品服务。这些信用评分产品并没有征信牌照,因此主要用于巨头的生态内场景,比如借贷产品等服务。

微信拥有巨量的支付用户,支付分能提升用户的黏性,同时对于各类信用产品的使用有促进作用;特别是对于分付的价值最为明显,分付背靠腾讯体系,对微信支付和生态内电商形成正向作用。由此,腾讯旗下的分付与微粒贷,将分别与蚂蚁金服的花呗与借呗对标,各自面向消费分期与现金借款需求”。于百程向北京商报记者说道。

作为一款信用评分产品,微信支付分同样存在挑战。于百程指出,相比蚂蚁金服的芝麻信用来说,微信支付分可能存在的挑战是对于个人用户信用识别的准确性,腾讯用户的数据主要以社交为主,在风控上属于弱相关数据,其信用分推出时间也比较晚。

也有分析人士指出,分付以及微信支付分

的推出,一方面是基于利润考虑,同时可提升用户使用频率,此外也有利于补齐腾讯的消费金融短板,完善其整个金融业务架构。

近年来,互联网公司参股或者成立持牌消费金融公司成为一大趋势,百度、小米相继将消费金融牌照收入囊中,对于腾讯是否有计划入手消费金融牌照,腾讯方面暂未回应。

独立的可能

除了补齐金融短板外,腾讯金融未来是否独立发展一直颇受市场关注。

日前腾讯发布的2020年一季度的业绩报告显示,2020年一季度腾讯营收1080.65亿元。其中,“金融科技及企业服务”单季度收入同比增长22%至人民币264.75亿元。从腾讯的营收数据来看,金融科技及企业服务已经成为了腾讯的第二大营收来源。

目前,腾讯金融业务主要依托于旗下FiT(腾讯支付基础平台与金融应用线)板块,根据其官网披露的信息显示,FiT板块在支付业务的基础上,已经构建起了支付平台、财富管理、民生服务、证券平台等几个业务板块,各个业务板块下的产品合计多达十几种。不过,重磅的银行板块、保险板块仍由各控股或参股机构独立运行。

于百程表示,相比于蚂蚁金服、京东数科、度小满,腾讯的金融科技版图的确相对分散,微信支付、微众银行、理财通、保险等各自独立性较强,不过又都主要依托于微信生态。

未来腾讯金融是否有可能独立?于百程指出,目前,互联网巨头的金融科技板块重要性日益增强,盈利能力也逐步体现,蚂蚁金服和京东数科、度小满、360金融等都已经独立发展,甚至有的已经上市。相对来说,独立发展更有利于进行相关金融业务的协同与扩张,也能够针对金融服务的特点设置激励方式、人才和发展战略。

“低调挣钱”一直是腾讯金融给外界的一贯印象,未来腾讯是否有可能独立金融板块,值得期待。北京商报记者 陈婷婷 岳品瑜

Focus

虚假出资风波发酵 江苏赛麟30亿元融资暂遭搁置

北京商报讯(记者 刘洋 刘晓梦)持续发酵的举报风波,让江苏赛麟恐面临“无米下锅”的窘境。6月9日,网络上出现一封江苏赛麟CEO王晓麟致全体员工的内部信,信中称公司过去三年多的努力,因乔宇东的诬告而不得不暂时告一段落,江苏赛麟原来和投资人达成共识的30亿元融资现已被搁置。

据了解,王晓麟信中所提到的“诬告”事件,为今年4月27日一封来自江苏赛麟前法务员工乔宇东对王晓麟的实名举报信,让江苏赛麟成为焦点。举报信中,乔宇东认为,王晓麟实际控制的江苏赛麟4个外资企业股东,系以“虚假技术出资”作价66亿元取得江苏赛麟股份。

天眼查显示,江苏赛麟汽车科技有限公司注册资本为100亿元,大股东为南通嘉禾,以货币认缴方式出资33.4187亿元,并持有约33.42%的股份。王晓麟旗下的上述4家外商投资企业以知识产权作价出资,合计持有约66.58%的股份,成为公司实际控制人。

对于乔宇东的举报,江苏赛麟在一份声明中表示,乔宇东确系公司员工,在职期间因严重违纪被公司批评警告,此后乔宇东不思悔改,故意破坏公司与第三方的合作关系,公司于2019年9月25日解除与乔宇东的劳动合同。鉴于乔宇东持续捏造散布虚假信息,公司已经依法通过刑事控告、民事诉讼等方式追究乔宇东的刑事责任及民事责任。

不过,举报事件发生后,江苏赛麟陷入舆论风波,公司经营也陷入困难

期。王晓麟在信中表示,受此事件在网络传媒发酵的影响,部分供应商通过法院全面冻结江苏赛麟的账号。据了解,如皋市政府已组织工作组就乔宇东举报的事项进行调查。江苏赛麟原来和投资人达成共识的30亿元融资,本应在今年5月分步到位,但由于乔宇东的举报和其直接致电投资人破坏融资的行为,导致投资人在政府作出调查结论前搁置投资的决定。”

在业内人士看来,该举报持续发酵已经影响到企业形象,让投资人对江苏赛麟产生疑虑致融资受阻,这也让长时间欠缺“造血能力”的江苏赛麟陷入危机。

资料显示,2014年赛麟品牌被王晓麟收购,2017年赛麟宣布在江苏如皋建厂实现国产。2019年,定位微型电动小跑车赛麟迈迈上市销售。然而,上市首月,天猫迈迈旗舰店累计付款数量仅为9笔,在长时间难有成交量的局面下,赛麟天猫旗舰店也随即关闭。

由于销量不佳、公司陷入困境,赛麟迈迈也被传已暂停生产。有报道称,工厂自4月底复工以来一直没生产,主要做一些设备调试、打扫卫生之类的工作以及内部培训,何时正式复产还没有通知。

汽车行业专家颜景辉表示:“江苏赛麟的产品不够出彩,再加上此番负面消息打击,赛麟汽车的前景难言乐观。产品没有销量,工厂成本、员工工资让江苏赛麟压力倍增,此时融资受阻对企业而言是严重打击”。

王晓麟在信中表示:“如果股东之间不能达成一致解决公司的运营资金,公司将无以为继。”