

移动医疗2017年风向哪儿吹

互联网医院的集体爆发成为整个2016年移动医疗领域的绝对亮点。移动医疗同质化严重,进入“寒冬期”,北京商报记者调查发现,至少10家移动医疗企业转型互联网医院。移动医疗开启了与保险、线下布局等多路求生阶段,困扰移动医疗的盈利问题亟须在2017年得到解答。



多渠道盈利

从线上问诊到线下诊所再到互联网医院,移动医疗一直不断探索。不断探索需要强大资金的支持,在过去很长一段时间里,融资情况成为移动医疗最为关注的热点。2014年被认为是移动医疗投资风口的到来,这一年开始多数企业获得融资,其中,春雨医生2014年获得5000万美元C轮融资,丁香园2014年获得7000万美元C轮融资,微医2015年宣布获得3.94亿美元融资。

多家企业传出获得融资的利好消息让整个移动医疗行业一度沸腾起来。两年过去,资本方更加看中的是企业盈利能力。线上问诊的发展普及带领移动医疗进

入新发展阶段,但线上问诊有局限性,难以实现医生与患者之间的真正交流,做不到确诊与诊疗,移动医疗只能依靠线上问诊通过流量获取利润,但这种方式获取的利润无法支撑移动医疗生存。企业需要另辟蹊径获取利润,2017年企业如何盈利将替代融资成为行业新看点。

2017年大小移动公司都会想办法挣钱,医药电商、药械营销、转诊会诊、医疗保险将成为各家公司获取利润的新途径。

商业险抢戏

为了能够切入诊疗环节,实现盈利,越来越多的企业转型互联网医院。阿里健康已准备在全国布局基层医疗市场,并先后与武汉中心医院、保定市卫计委合作开

办网络医院;微医集团乌镇互联网医院已投入运营;好大夫在线与银川市人民政府合作共建银川智慧互联网医院正式运营。然而,互联网医院存在新的问题是未能实现与医保连接,这在很大程度上限制了互联网医院的发展。

在此情况下,互联网医院与商业保险的合作将成为2017年互联网医院主要保险模式。据微医集团创始人廖杰远透露,微医互联网医院已经整体实现盈利。微医今年总收入约10亿元,其中乌镇互联网医院总收入8亿元。盈利来源主要是保险、互联网医院和药品。其中,健康险在总体业务中占比达60%,这部分占比中乌镇互联网医院贡献了不小的比重。

好大夫在线创始人王航在接受北京

商报记者采访时表示,目前好大夫在线的银川智慧互联网医院无法对接医保,未来的发展方向是与商业保险进行对接。“未来互联网医院都会在商业保险有所作为。”王航如是说。

布局线下

移动医疗的竞争在2017年将转到线下布局的竞争。不管是向互联网医院发力的微医、好大夫在线,还是专注于线下诊所的丁香园均在线下布局有自己的考量。另一方面,国家政策大力推进分级诊疗,各企业的线下诊所布局在一定程度上有利于分级诊疗的推进,因此,2017年线下医疗机构的布局将成为众多企业发展的重点。

近日,微医在杭州开设首家全科诊所。廖杰远表示,医疗一定是以线下为基础、为核心,这个全科中心是与线上互联网医院形成闭环的关键。微医计划未来三年内在全国建成100家连锁全科中心。

丁香园创始人李天天此前接受北京商报记者采访时表示,已经在经营线下诊所中找到乐趣所在,同时也找到了另一个可发展的市场,今年和明年丁香园诊所都有扩张计划。

好大夫在线的银川互联网医院的运营需要全国设立接诊中心,接诊中心为线下实体的基层医院等医疗机构。王航表示,寻找更多的线下合作伙伴是他们接下来最要紧的事。

北京商报记者 刘宇 郭秀娟

· 速读 ·

亚盛医药B轮融资5亿元

12月26日,江苏亚盛医药开发有限公司(以下简称“亚盛医药”)宣布完成B轮5亿元融资。

据了解,本轮融资由国投创新投资管理有限公司管理的先进制造产业投资基金领投,拾玉资本、潜龙投资、方正韩投等新投资人及元禾原点、元明资本、倚锋创投等A轮投资人共同出资完成。

近几年,中国人口老龄化日益突出,癌症发病率上升,人们越来越关注癌症、抗衰老等医疗问题。国内,“中国制造2025”将生物医药作为重点发展领域。同时,在全球范围内,生物医药的市场规模正在迅速扩张。医药企业也因此受到资本青睐。据媒体不完全统计,今年有超过17家药企获得融资。其中,基石药业完成1.5亿美元A轮融资,上海博威生物(Mab-Venture Biopharma)获得由景旭创投领投的2.26亿元A轮融资。

亚盛医药共同创始人、董事长兼首席执行官杨大俊表示,在完成本轮融资后,公司将加快系列原创新药的国内外临床开发进度,迅速启动产业化基地建设,积极开展美国上市准备工作。资料显示,亚盛医药是一家原创新药研发企业,围绕肿瘤、乙肝以及衰老三大治疗领域研发新产品。

北京商报综合报道

中孝·医生集团启动人才IPO计划

日前,中孝科技、中孝医生集团正式启动中孝医学人才IPO计划,并举行中孝医学人才IPO签约仪式。

中国中医科学院、中华糖尿病协会、北京同仁堂中医医院、北京美兆体检机构等多名全科专科医生现场与中孝·医生集团进行了医学人才IPO名医代表签约仪式。

中孝·医生集团CEO郑霄指出,医学专家是医疗产业最核心的资源,中孝医生集团面向医疗健康专家制定的“人才IPO计划”,是家庭医生签约服务的一种创新发展,是实现分级诊疗的基础,通过医疗+互联网实现医生、患者和医院互惠共享,最终构建个体化、定制化医联体生态圈。

北京商报综合报道

动态

香雪制药完成抗病毒口服液临床研究

12月20日,由中国中医科学院作为负责单位,11家知名医院共同参与完成的“香雪抗病毒口服液治疗成人感冒的随机双盲安慰剂对照临床研究总结会”在北京举行。

该项研究由广州市香雪制药股份有限公司作为申办单位,中国中医科学院为负责单位,北京、广东、成都、辽宁4个地区11个研究单位,历时四年,进行香雪抗病毒口服液治疗成人感冒的随机、双盲、安慰剂

对照临床研究。对近3000例受试者临床观察初步结果表明,香雪抗病毒口服液可有效改善成人感冒的恶风、恶寒、咽痛、鼻塞、头痛、肌肉痛等主要症状,不同程度地缩短感冒病程。

中医药由于自身的特点,难以作出西药公式化的解释说明,香雪制药努力探索实现“数字化中药”:其一,香雪抗病毒口服液建立了从中药材源头质量控制、生产过程动

态控制和最终产品质量控制相关联的质量控制体系,实现标准数字化、生产过程数字化、中药溯源数字化以及中药流通数字化;其二,香雪制药完成了超过1万例的“口服抗感冒中成药上市后安全性研究”,实现安全监控的数字化;其三,抗病毒口服液治疗成人感冒的随机双盲安慰剂对照临床研究,通过广地域、大样本循证医学评价方法,实现对疗效监控的数字化。

民生转赚主打私人定制理财

最豪客户投资额4000多万

近日,民生电商旗下专业资产权益流转平台民生转赚发布了两周运营报告,报告显示该平台已累计服务高端定制客户数千名。此举表明,民生转赚的私人定制特色和民生易贷的普惠金融已构成了民生电商金融板块两条腿协调并进的战略格局。

“民生转赚私人定制业务模式的产生,是我们在为社会大众提供普惠理财服务的同时,通过对客户数据的分析调研,慢慢摸索出来的不同于普惠金融的新方向。当然,对高端客户的关注,或许和我们团队的金融从业经历有关。”民生转赚CEO陶静远表示。

主打私人定制 提供专享产品

据了解,民生转赚主打私人定制,突出个性化定制理财,定位于精英客户财富管理服务平台,为投资人提供触手可及的私人银行般投资体验。

目前,民生转赚的定制客户单次投资金额均在50万元以上,其中最豪投资人累计投资金额约为4500万元。从投资金额来看,经济实力雄厚的“60后”和“70后”的投资占比达到52%;区域分布上,北京、广东、江苏、浙江、上海的投资用户居于前五;最忠实投资人,在两年内投了185次。

“民生转赚的私人定制,是根据投资者的个性化需求,提供专享产品和服务,分为个人定制和团体定制。其中,个人定制是为投资金额较大的个人投资者开设专享定制通道,团体定制主要面向亲朋好友的组团、企业客户等。”陶静远说。

私人定制理财在投资流程、投资标的、收益率、客户服务等方面都和普通产品有所区别。在投资标的上,根据定制客户需求专门设立,带有尊享专享标志等个性化信息,可以方便识别;在收益率方面,提供比

同期普惠产品更丰厚的收益;在客户服务上,由专属客户经理提供服务及进行协调。

差异化发展 两条腿发展战略

“围绕着民生电商以金融为主轴的核心战略,民生转赚主打私人定制和民生易贷侧重普惠金融的区别化发展,已经实现了金融板块两条腿协调、向前大步迈进的效果。”陶静远称,后续两个平台将继续强化和突出各自的特色,并进一步加强协同。

虽然在定位上有所差别,但民生转赚和民生易贷都把风险的控制视为关键。成立以来,在严格的风险把关之下,民生转赚的历史到期产品100%本息兑付。据陶静远介绍,民生转赚将在严守风险底线的基础上,继续坚持私人定制特色,特别是通过建立精英客户服务团队,实现精英客户服务的精准化、专属化、特色化。