

· 资讯 ·

平安好医生推新型 互联网医院”

北京商报讯(记者 郭秀娟 姚倩)日前,平安好医生宣布,已与北京中国医科大学航空总医院、四川省第二中医院、南昌大学第四附属医院等全国近50家大型医院达成战略合作,集中各方优势资源共建新型 互联网医院”。

据介绍,平安好医生与医院共建的互联网医院新生态体系中,平安好医生的 医院云”系统将与合作医院的HIS系统打通,形成在线诊疗平台、处方共享平台和健康管理平台的 三合一”互联网医院管理平台。这种新型的互联网医院模式,利用平安好医生的AI医疗科技能力和实体医院医疗资源优势,提升医疗体系效率,改善居民看病就医体验。

平安好医生相关负责人表示,双方搭建的统一管理平台,可以打通患者端、医院端、互联网医院端和供应链端,涵盖在线复诊、处方流转、药品配送、慢病管理等服务,为患者提供复合型医疗健康服务。

雅培2019财年二季度净利增长37%

北京商报讯(记者 郭秀娟 姚倩)日前,雅培公布财报,公司2019财年二季度实现营收79.79亿美元,同比上涨2.73%;实现净利润10.06亿美元,同比增长37.24%。雅培在财报中表示,公司主要产品的盈利超过华尔街预期,主要增长驱动力为辅理善瞬感扫描式葡萄糖监测系统(以下简称“雅培无创血糖仪”)以及公司的创新渠道和专注执行力等。

据了解,雅培无创血糖仪本季度全球销售额为4.33亿美元,同比增长63.9%,同比有机增长72.9%。雅培无创血糖仪分为医护人员专业版产品(Freestyle Libre H)和消费者版本(FreeStyle Libre)。2016年8月,FreeStyle Libre获得原国家食品药品监督管理总局(CFDA)的上市批准;2017年,雅培无创血糖仪FreeStyle Libre进入中国市场。

春雨医生宣布打造 互联网专科”

北京商报讯(记者 郭秀娟 姚倩)近日,春雨医生联合北京大学第一医院男科中心(以下简称 北大男科”)郭应禄院士团队,正式发布 互联网专科”品牌。

据介绍,此次郭应禄院士团队与春雨医生的合作,将针对目前学科建设过程中存在的问题,用“互联网+医疗健康”的方法,在多个方面进行合作探讨。如建立统一规范化的诊疗标准,不断利用互联网培训和提升医生(尤其是基层医疗机构的医生)的水平,规范互联网医生的诊疗行为;利用大数据和人工智能的优势,建立网上随访机制,弥补专科目前数据不足、数据结构化水平低和基于数据的应用较缺乏等缺陷。

春雨医生董事长曾柏毅表示,春雨医生希望根据自身八年多的数据和经验,与北大男科郭应禄院士团队的医生一起合作,在银川春雨互联网医院的框架下,合规地进行互联网专科建设和运营,并在此基础上积累经验,逐步形成互联网专科诊疗管理规范。

春雨医生是我国 互联网+医疗健康”领域成立较早的互联网企业之一,是 在线问诊”服务的主要创立者和服务提供方。曾柏毅透露,截至目前春雨医生已积累1.3亿用户,有超过60万注册公立医院的医生,超过3个亿真实医患交流问诊数据,春雨在线问诊服务响应时间是3分钟,有超过200万医生原创医学知识的主题,有超过600家知名企业接入开放平台,利用春雨问诊服务去服务自己的客户和用户。

药企再掀跨界日化热潮

继华熙生物推出故宫口红后,马应龙也宣布推出了全新款口红。在整合化妆品等业务成立合资公司后,马应龙旗下的大健康公司首次推出了3款唇膏产品。业内人士认为,药品监管日趋严格,部分药企想要借助口红等产品进入日化领域突破原有天花板。不过从目前来看,市场可供选择的日化类品牌较多,真正进入日化领域并不容易。

因旗下痔疮膏产品被人熟知的马应龙近日推出了3款唇膏,此次推出的3款唇膏产品是马应龙旗下的护眼眼霜品牌马应龙八宝,共有3种颜色,分别是女王限定款绛红色、十里红妆款香榭丽色以及嘟嘟水润唇膏初恋色。

马应龙跨界日化被业内视为药品监管日趋严格,马应龙希望进入日化领域突破原有天花板。作为一家药企,马应龙一直以来坚持“肛肠健康方案提供商”的战略定位,聚焦肛肠及下消化道领域,旗下主要产品有马应龙麝香痔疮膏、痔疮栓、龙珠软膏等。

北京商报记者梳理发现,马应龙业绩近年来波动较大。2016-2018年,马应龙分别实现营收21.03亿元、17.51亿元以及21.98亿元,增幅分别为17.89%、-16.75%以及25.53%。

另一方面,在业内人士看来,日化领域的巨大市场前景也是吸引药企入局的重要原因。数据显示,2019年6月国内化妆品零售额为265.2亿元,同比增长22.5%。

近年来,药企对于日化领域的探索一直在继续。2018年12月,玻尿酸生产商”华熙生物与故宫博物院宣布合作推出颇具中国传统审美的6款故宫口红和2款故宫美人面膜。华熙生物董事长赵艳表示,华熙生物尝试从原料到to C市场的战略转型,接下来公司将做好“玻尿酸+”。“玻尿酸不仅仅用于医美方面,终端产品今后也会针对生命健康领域拓展。”

据了解,2016-2018年,由玻尿酸原料产品、医疗终端产品和功能性护肤品构成的主营业务收入占华熙生物总营收的比例均在

99%以上。进入日化领域可以在一定程度上缓解华熙生物单品独大带来的风险。

日化行业专家、赛恩资本合伙人夏天表示,由于药品监管日趋严格,药企想要突破原有的天花板,通常的做法会选择进军日化等领域。医疗战略咨询公司Latitude Health创始人赵衡此前在接受北京商报记者采访时提到,较大的市场空间是药企纷纷跨界的原因,不过,目前市场可供选择的日化类品牌很多,药企相较于专门从事日化的公司来说,渠道等优势稍弱。

夏天进一步指出,药企或许通过某个故事可以让一两个产品走红,但真正进入日化领域并不容易。在拥有比本土化妆品企业强的科研能力以及资金实力的情况下,部分药企切入日化领域,但一直以来都没有找到比较好的运作方法。早期药企寄希望于OTC药店的渠道,但受政策限制,这个渠道没有发展起来。此外,制药行业和日化行业是两个行业,隔行如隔山。部分药企给予日化团队的权限以及资金并不是很高,导致日化团队能调动的资源有限。加之没有后续的投入和支持,药企跨界日化几乎很难做起来。”

北京商报记者 郭秀娟 姚倩

医美平台更美否认最快今年四季度IPO

北京商报讯(记者 郭秀娟 姚倩)日前,针对公司最快今年四季度在美国或者中国香港市场IPO的消息,更美相关负责人回应北京商报记者称,更美目前内部围绕“美”正在发展新业务,并不着急今年IPO。

据接近更美App的人士透露,互联网医美平台更美App自今年6月起开始密集接触外资投行,包括摩根大通、美银美林、高盛、花旗等,计划最快于2019年四

季度在美国或中国香港进行首次公开募股。此外,更美App暂时还没有锁定承销商,由于公司仍处于亏损状态,且互联网医美赛道已经有了一个上市公司,IPO进程并不是很顺畅。

更美相关负责人表示,更美在2018年就已经实现盈利,目前内部围绕“美”正在发展新业务,并不着急今年IPO。医美的市场规模很大,中国的医美渗透率仅为韩国的1/10左右。目前国内医美

行业还存在很多乱象,市场对互联网医美的需求比较强烈,更美将通过不断发展完善业务推动医美行业发展。

更美公司成立于2013年,旗下更美App是专业微整形平台,提供整形、微整形、齿科、眼科、抗衰老等消费医疗服务。更美App致力于帮助求美者更高效地找到合适的医生,也帮助医生塑造个人品牌。2018年7月,更美完成5000万美元D1轮融资。

近四成药企2019年上半年净利下滑

北京商报讯(记者 郭秀娟 姚倩)随着4+7带量采购、一致性评价等政策的不断推进,国内部分医药上市公司业绩受到影响出现下滑。据同花顺统计数据,截至7月中旬,已有127家药企发布了2019年半年业绩预告,其中预计亏损的企业为13家,亏损面约为10.24%,盈利的企业为113家,约为88.98%,不确定的企业为1家。

值得注意的是,在预盈的113企业中,有41家企业的净利出现下降或预减,约占36%,高于去年同期。财报数据显示,四环生物2019

年上半年亏损800万元,同比下滑877.7%;恒康医疗预计2019年上半年亏损超4000万元,同比下滑196.8%。

对于业绩下滑,各家企业给出不同的解释。四环生物方面称,公司业绩下滑主要是因为控股子公司北京四环生物制药有限公司业绩同比下降。恒康医疗在业绩公告中给出的解释为,公司长期借款部分贷款款项由于到期而更换贷款银行,导致贷款成本较上年同期有所上升。另外,受汇率变动影响,汇兑损益对公司2019年

半年度净利润影响较大;根据国家相关政策,公司下属医院取消药品加成、下调检查费用及药品销售费用同比增加,导致公司净利润不及预期。

虽然每家公司给出的业绩下滑原因不同,但在业内人士看来,多家医药上市公司上半年业绩下滑主要是受仿制药一致性评价、两票制、带量采购等政策实施影响。随着4+7带量采购试点范围的进一步扩大甚至是全面实施,对医药企业净利的的影响也将进一步增大。