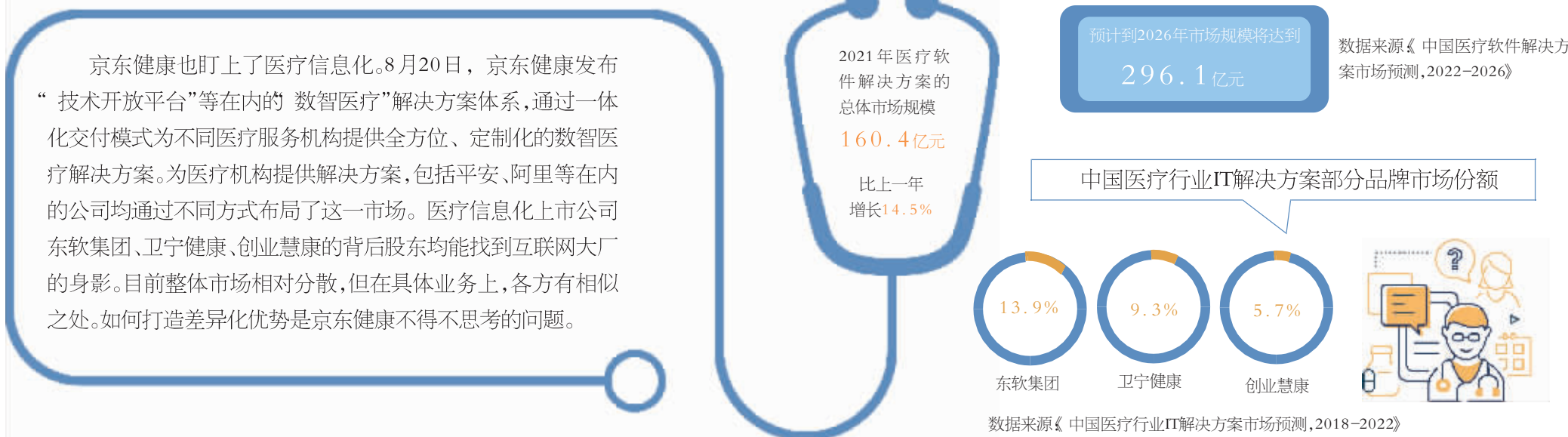


京东健康入局 医疗信息化市场陷入混战

差异化何在



布局上游

首次公开数智医疗四大解决方案体系，京东健康进一步布局医疗信息化市场。据了解，四大解决方案包括“技术开放平台”“大数据应用体系”“运营支持体系”“供应链管理”。

以“技术开放平台”为例；技术开放平台“解决医疗服务体系的技术升级需求，包括云影像、智能随访、阿瑞斯开放平台、互医大脑等解决方案，助力缩短医疗服务体系信息化复杂项目周期。

通过为医院不同应用场景提供综合解决方案，京东健康正向互联网医疗产业的上游延伸。目前，京东健康的主要业务包括京东大药房在内的零售药房业务、在线医疗健康服务以及技术驱动平台等，其中超八成的销售收入来自医药和健康产品。

近年来，包括阿里、平安等互联网公司都有布局医疗信息化市场。市占率排名前三的

东软集团、卫宁健康以及创业慧康的背后股东可以看到互联网大厂的身影。如2020年5月，平安系公司平安康以7.4亿元的价格收购了创业慧康5%的股份；2020年10月，卫宁健康的参股公司卫宁科技引入京东健康这一新股东。

国际数据公司IDC于2022年5月发布的报告《中国医疗软件解决方案市场预测，2022-2026》提到，2021年医疗软件解决方案的总体市场规模为160.4亿元，比上一年增长14.5%，预计到2026年市场规模将达到296.1亿元。

“数智医疗整合数智化技术、大数据应用、运营支持、供应链管理”等能力，将成为医疗服务体系高质量发展强有力的新引擎。”京东健康CEO金恩林说道。

对于布局医疗信息化市场，京东健康相关负责人对北京商报记者表示，京东健康是一家新型医疗服务企业，始终是以用户健康为中心在发展和布局业务。医院作为医疗服务的主阵地，在近年来面临着提质增效的发

展困境。京东健康认为，通过数智化解决方案，能为医院提供高效的工具，帮助医院加速实现高质量发展。另外，京东健康为医院提供的数智化解决方案，并不单是IT领域，是包含供应链、技术、系统以及运营等一体化的综合解决方案。

市场竞争

新医改以来，国家相关部门的多个政策驱动了医疗服务体系进行结构性改革。2021年6月，国务院办公厅发布《关于推动公立医院高质量发展的意见》提到，强化信息化支撑作用。推动云计算、大数据、5G等新一代信息技术与医疗服务深度融合。推进电子病历、智慧服务、智慧管理“三位一体”的智慧医院建设和医院信息标准化建设。

政策和需求双重指引下，医疗信息化市场初步形成稳定的格局。根据《中国医疗行业IT解决方案市场预测，2018-2022》，东软集团的市占率为13.9%，卫宁健康以及创业慧康

分别为9.3%、5.7%。

市场风起云涌。2021年7月19日，卫宁健康与创业慧康相继发布股票临时停牌的公告，称拟披露重大事项。彼时消息称，两家公司已达成合并意向，若合并成功，新公司的市占率将一举超过东软集团。不过，后因交易双方对核心条款无法达成一致，此次合并事项告吹。

业内人士认为，目前市场比较分散，市场仍有进一步整合的空间，帮助医疗机构提供解决方案后，企业可以进一步拓展新的业务。

京东健康相关负责人表示，医院信息化市场巨大，在不断发展的过程中，一定会沉淀海量数据。对于医院来说，当下基础的信息化改造已经实现，未来如何从信息化、数字化真正实现智慧化，将不同系统之间的数据打通、将海量数据有效应用起来，会是行业发展的重要方向。“医院信息化市场巨大，我们与信息化厂商并不是竞争关系，而是通过合作，结合彼此的优势，共同为医院提供实现高质量发展的‘有力抓手’。”

在竞合的关系中，如何找到自己的差异化优势是京东健康需要思考的问题。

从具体业务来看，京东健康“大数据应用体系”基于医疗服务体系对于数据互联互通、高效应用的需求，通过对海量信息的整合，生成标准化产品，为医疗服务机构提供RWD平台、数字疗法、医疗知识图谱等解决方案；“运营支持体系”包括质量控制、信息安全保障制度、线上诊疗标准/共识、线上专科建设、智能客服机器人等解决方案。

业务方面，卫宁健康提供HIS、大数据中心建设、互联互通评级等产品。同样，创业慧康拥有HIS、大数据中心建设、智慧医院建设等方向，将传统院内信息化产品向云端转移。

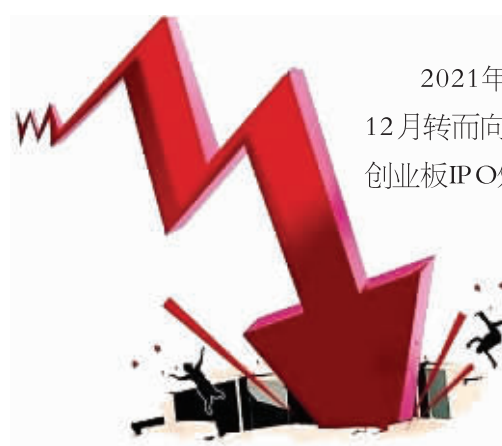
根据2021年财报，东软拥有600余家三级医院客户、2700余家医疗机构客户。面向大型医疗机构（集团），东软RealOne Suite为国家医学中心、区域医疗中心、医联体、智慧医院、评级评测持续提供“一站式”整体解决方案，并持续推进产品的“中台化”“数字化”“智能化”。在AI创新领域，东软CDSS 3.0版本发布，提供更加完善的专科专病和医疗管理知识图谱，助力智能诊疗和医疗质量管理等。

在上述业内人士看来，医院信息化的搭建一般需要1-2年。“不难做，资金是优势之一。”也有观点认为，京东科技在产业数字化上的经验可以让京东健康用最小的投入成本本人局信息化业务。

京东健康相关负责人表示，京东健康差异化的地方在于具有互联网基因和电商“底色”，京东集团的强大技术及供应链能力，为京东健康给医院提供的解决方案做了有力“背书”，同时电商基因让京东健康更注重客户和用户体验，强调运营效率和应用效果，追求产品和解决方案的实用和“好用”。

北京商报记者 姚倩

IPO又撤单 熵能新材转战创业板告败



2021年8月科创板IPO撤单后，广州熵能新材料股份有限公司（以下简称“熵能新材”）在当年12月转而向创业板发起冲击，未曾料到仍以撤单告终。深交所官网最新披露的消息显示，熵能新材创业板IPO处于终止状态，公司主动撤回了发行上市申请，这也意味着熵能新材二度冲A告败。

	营收	归属净利	扣非后归属净利
熵能新材	2019年 2.03亿元	2600.22万元	2532.37万元
	2020年 2.65亿元	5753.38万元	5728.36万元
2019-2021年业绩一览	2021年 3.54亿元	5089.42万元	5056.4万元

冲击A股再度折戟

排队逾8个月，熵能新材创业板IPO终止。深交所表示，由于熵能新材申请撤回发行上市申请文件，决定终止对其首次公开发行股票并在创业板上市的审核。

招股书显示，熵能新材是一家专业从事高分子材料助剂研发、生产和销售的科技驱动型企业，主要产品包括抗滴落剂、增稠剂和聚合物加工助剂等，应用于工程塑料、通用塑料等行业。

深交所官网显示，熵能新材创业板IPO已排队超8个月，公司招股书在2021年12月17日获得受理，之后在今年1月16日进入问询状态，8月19日IPO处于终止状态。

此番谋求创业板上市，熵能新材拟募资2.75亿元，投向熵能珠海功能聚合物新材料制造基地二期、创新研发中心、补充流动资金及偿还银行贷款，分别拟投入募资1.6亿元、6500万元、5000万元。

不过，伴随着公司IPO终止，熵能新材的募资愿景也宣告破灭。

北京商报记者注意到，在闯关创业板之前，熵能新材就曾有过一段IPO经历，彼时公司拟登陆科创板。

上交所官网显示，2021年6月29日，熵能

新材料科创板IPO获得受理，之后在当年7月22日进入问询状态，不过一轮问询尚未对外披露，公司IPO便在当年8月9日草草终止。投融资专家许小恒对北京商报记者表示，企业多次谋求上市，可能是融资需求比较迫切，在这样的情况下，不排除企业未来会继续申报IPO寻求融资。

业绩下滑被重点关注

在IPO撤单之前，熵能新材8月15日刚刚回复了审核中心意见落实函，其中公司业绩下滑以及创业板定位遭到了重点追问。

财务数据显示，2019-2021年，熵能新材实现营业收入分别约为2.03亿元、2.65亿元、3.54亿元；对应实现归属净利润分别约为2600.22万元、5753.38万元、5089.42万元；对应实现扣非后归属净利润分别约为2532.37万元、5728.36万元、5056.4万元。

不难看出，熵能新材2021年归属净利润、扣非后归属净利润均出现一定程度的下滑，并且熵能新材今年一季度经审阅的扣非后归属净利润为1077.75万元，同比下滑37.95%。

据熵能新材介绍，公司主要产品抗滴落剂2021年实现收入为1.56亿元，已在国内达到33.42%的市场占有率。

对此，深交所曾要求熵能新材结合业绩下滑情况、主要产品的市场占有率及市场空间等说明业绩下滑的原因，是否存在持续下滑的风险，公司是否具备充分的市场空间，是否具有成长性。

另外，深交所还要求熵能新材结合发明专利取得时间、研发投入的主要方向及成果、公司所在行业技术进步的方向和趋势等说明公司技术先进性的具体表征，现有研发项目的研发方向、应用领域、成果转化的进度等，是否具有创新性；结合上述情况说明公司是否符合“成长型创新创业企业”的创业板定位。

针对上述问题，熵能新材给出公司2022年全年业绩预计情况，预计营收、净利相比去年同期将有所增长。

此外，熵能新材表示，公司共有19项已授权发明专利，在审发明专利20项，构建了多项核心技术专利、非专利技术和高新技术产品组成的技术壁垒，符合创业板的“三创四新”定位，符合创业板定位。

不过，刚回复审核中心意见落实函不足一周，熵能新材主动撤单。针对公司此次创业板IPO撤单原因以及公司后续上市计划安排等问题，北京商报记者致电熵能新材方面进行采访，不过电话未有人接听。

北京商报记者 马换换

新能源车市再放“大礼包”

北京商报讯（记者 刘洋 刘晓梦）新能源汽车免征购置税再延一年，至2023年底。

近日，中共中央政治局常委、国务院总理李克强主持召开国务院常务会议，为扩大消费、培育新增长点、促进新能源汽车消费、相关产业升级，决定将免征车购置税政策延续至2023年底，继续予以免征车船税和消费税、路权、牌照等支持。

本次新能源汽车免征购置税已第三次延期。我国现行汽车购置税法的基本规范依据为2001年1月1日起实施的《中华人民共和国车辆购置税暂行条例》。2014年9月，工业和信息化部与国家税务总局联合发布《免征车辆购置税的新能源汽车车型目录（第一批）》，对进入目录的新能源车型实施免征购置税优惠政策，该政策最初计划于2017年底到期。随后，由于市场反响积极，为进一步刺激新能源汽车消费，相关部门发布《关于继续执行新能源汽车免征购置税政策的公告》，将该政策延续至2020年末；2020年3月，为促进汽车消费，新能源汽车免征购置税政策再被延长两年至2022年底。

政策助力下，新能源汽车市场持续增长。中国汽车工业协会发布数据显示，2014年中国新能源汽车销量仅为7.5万辆，2021年销量超过350万辆。今年前7个月，新能源汽车产销量分别为327.9万辆和319.4万辆，同比均增长1.2倍。

不过，2020年4月，财政部、税务总局、工业和信息化部印发的《关于新能源汽车免征车辆购置税有关政策的公告》（财政部公告2020年第21号）显示，新能源汽车新一轮免征购置税的截止日期为2022年12月31日，明确时间。业内人士认为，现行的免征新能源汽车购置税政策原本将于今年年底结束，此次确定延期一年，无疑将为新能源汽车市场再次注入动能。

据了解，目前我国车辆购置税计算公式为10%×[发票价÷(1+增值税率

13%)]，4S店一般提供给消费者的快捷计算方式为车辆发票价÷11.3。以购买一辆开票价为15万元的新能源汽车为例，免征购置税约为1.32万元。乘用车市场信息联席会秘书长崔东树认为，新能源汽车税收优惠政策延续有利于推动新能源汽车市场持续增长。每年免征几百元的车船税对新能源汽车销售影响不大，但免征车船税政策的推出是国家对新能源汽车、节能汽车发展的一种鼓励。

事实上，今年6月的国务院常务会议上便提出，车购税应主要用于公路建设，考虑当前实际研究免征新能源汽车购置税政策延期问题；7月7日，商务部等17部门发布《关于搞活汽车流通扩大汽车消费若干措施的通知》中再次提到，有关部门支持新能源汽车消费，正研究免征新能源汽车购置税政策到期后延期问题；7月19日，工信部新闻发言人、总工程师田玉龙表示：关于购置税免征问题，大家普遍关心，国务院高度重视，常务会要求相关部门结合实际，认真研究免征新能源汽车购置税延期的问题。目前工信部相关部门正在加紧研究，尽快出台有关结果。

“新能源汽车购置税免税政策延期符合预期。”崔东树表示，今年底新能源汽车购置税补贴退出，将释放一部分购买力，而新能源汽车购置税减免延续到明年底，将再一次拉动一部分购买力，这样梯次退出有助于逐步拉动新能源汽车市场消费力。今年底面临新能源汽车购置税退出，继续免征一年购置税将会为市场提供缓冲。此前，崔东树预测，今年新能源汽车总销量有望达650万辆，同比增长超100%。

根据财政部发布的《关于2022年新能源汽车推广应用财政补贴政策的通知》显示，2022年新能源汽车购置补贴政策于2022年12月31日终止。按照规划，今年补贴政策终止后，新能源汽车补贴将正式退出。