

2021年1月25日 星期一

本版责编 康克佳 本版美编 郭佳卉

被资本寄予厚望的互联网医疗 如何行稳致远



互联网医疗被新冠肺炎疫情和资本“插”上了高飞的翅膀。

2020年12月,成立仅6年的京东健康市值一度超过了6000亿港元;紧随其后,丁香园宣布完成5亿美元融资;近日,睿心医疗也对外宣布完成B轮近3亿人民币融资……这是资本的故事,也是肉眼可见的蓝海。前景可观的互联网医疗行业在老百姓的日常生活中究竟扮演了怎样的角色?被疫情倒逼而高速发展之下又隐匿着哪些痛点?

优势,可以针对患者的不同诊疗需求,提供不同形式的选择。

行业高速发展下的痛点

近年来,国内互联网医疗行业发展迅速,新冠肺炎疫情这样的“黑天鹅”事件也如催化剂一般,倒逼互联网医疗行业步入高速发展期。

据了解,在国家卫生健康委的委属委管医院中,互联网诊疗比去年同期增加了17倍。一些第三方互联网服务平台的诊疗咨询量也比去年同期增长了20多倍,处方量增长了近10倍。

尽管患者需求激增、市场前景广阔,但互联网医疗行业仍存在明显痛点。

“从患者角度看,有一个十分明显的痛点,就是患者和医生的专业程度和表达方式都不一样,患者在线上如何能够准确地描述和表达病情;从企业角度来看,目前,很多互联网医疗企业的营收主要来源于药品销售,如何开发多元化的商业模式,是企业需要考虑的问题。”亿欧智库高级分析师王思晗在接受记者采访时建议互联网医疗应融合发展,如互联网医疗企业可以和商业保险公司、医药公司以及一些第三方检测的公司合作。“我觉得多元融合不仅可以增加患者的服务场景,更能促进各个细分赛道实现双赢。”王思晗说。

在医疗互联网行业专家白吉可看来,目前,中国互联网医疗行业发展的核心难点是谁付费即谁买单的问题。“行业内无论是锚定TOD还是TOC,都会面临获客、盈利、稳定性等问题。互联网医疗作为链接供求两端的技术支撑行业,对传统医疗行业比如医院、药企、实体药店的依赖较强,如何更好地整合上下游的资源,通过互联网的连接属性,更好地服务医生和患者两端并实现可持续发展,是所有互联网医疗企业应该思考的问题。”白吉可对记者说。

此外,白吉可建议应借助医保付费的东风,联合保险等多种支付途径,企业应当全面拓宽医疗服务半径,解决线下医疗服务的痛点,苦练内功,沉下心来打造相对于实体医疗服务有竞争力的核心互联网服务产品。

中国城市报记者 张亚欣

化解患者“三耗”难题

去医院就医往往得“不怕麻烦”。

挂号、门诊、检查、拿结果、确诊、开药、交款、接受治疗并拿药,这是一般情况下患者就医的必经流程。在疫情最为严峻的时候,为配合防疫需要去医院看病还需增加核酸检测的环节。这样繁琐的流程对于本地患者而言尚可接受,但对于外地患者来说无疑是“耗时间、耗精力、耗钱”的就医体验。

与时间赛跑,与流程掰腕成了部分患者的日常。

今年30岁的李先生正是其中的一员。他肺癌术后不幸复发,基因检测EGFR19外显子突变,口服易瑞沙治疗后没有发现明确的耐药突变,目前一直处于化疗中。“外地人来北京求医,是真的不方便。像我这种需要长期就医的人,就更不方便了。”李先生告诉记者,为了免于来回折腾,他从2020年2月开始通过门诊在医联平台上进行治疗。

“近期,北京疫情较为严重,进京不便,加上医院床位紧张,作为外地人的我不得不选择在当地进行化疗。由于我是外地医保,很多门诊药品无法报销,受疫情管控也不能总到门诊开药,不少升血药我们本地根本没有。幸亏医联的主任通过线上复诊续方的方式帮我开药,2天就能邮寄到家,缓解了我在当地化疗药物不足的问题,费用和在医院门诊费用基本保持一致。”李先生告诉记者,在医联就医之前,自己去北京看病,每次不算问诊治疗费用,仅吃、住、路费就要花费1000多元。现在通过互联网医疗就医,单次问诊的费用在125元左右,不仅方便而且也大大减轻了他的经济压力。

当被问及治疗与服务的感受,李先生说:“其实因为长期化疗的缘故,我的血象检测并不好,医联上分配给我的团队

助理每次都会按时提醒我在家复查血象、帮我解读指标、整理病例。我在化疗过程中出现不舒服的情况,主任也会给予相应指导,异地化疗期间也全程线上参与,通过线上问诊的方式帮我核实治疗方案。”

对于李先生这类患者而言,像医联这样的互联网慢病管理平台无疑化解了诸多不便。艾瑞测算数据显示,诊后阶段线上模式算上线上问诊、医药及医护到家的医疗服务成本,平均单人每次医疗成本仅395元。然而,线下就医的模式平均成本则高达每人每次1080元。相比而言,使用互联网医疗诊后方式无疑能够节省更多医疗资源,提高全社会医疗服务供给效率,让饱受疾病困扰、有着诊后医护需求的人群能够得到更加有效的治疗和更舒心地就医体验,从而推动整个社会更加健康高效地发展。

精细化智能化成为趋势

互联网医疗的服务已经愈加精细化、智能化。

目前,市场上存在最为普遍的互联网医疗模式为“B2B2C”,即通过用户终端应用,将医生和患者连接起来,设置急速问诊和找专家模块,通过线上问诊的模式向患者收取相应费用,例如阿里巴巴旗下的互联网医疗平台医鹿,针对线上问诊开设了不同的模块,可以通过首页搜索进行问诊,同时开设急速问诊,7*24小时在线,另外还开设找专家模块,按科室和疾病进行分类以满足患者的不同需求。

在此基础上,随着用户的需求日趋具体化,互联网医疗平台随之细分,针对的患者群体也更加具有针对性。

“医联的定位就是慢病管理平台,我们计划朝着技术门槛高、整合难度大、对患者结果负责的方向来做疾病管理的全流程服务。”医联相关负责人在接受记者采访时表示,医联利用人工智能与大数据划定慢病

专科,然后让专科医生和平台上的医生助理+健康管理师共同为慢病患者提供长期规范的诊疗服务,包括建立个人电子档案、定制化方案分级、病情管理、指标反馈、生活方式干预、治疗方案调整、定期评估治疗效果等。

事实上,患者的依从性一部分源于对医生的信任,如何建立医患双方的信任也成为互联网医疗企业努力的方向。据上述负责人介绍,在医联,医生首先在医联平台注册备案,在和患者完成首次线下面诊,医患彼此建立信任基础后,患者才会扫描医生的二维码完成医患绑定,进而在医联平台上进行慢病复诊行为,因此平台上的医患关系相对更加稳固。

此外,可穿戴医疗设备的模式也是目前较为流行和普遍的互联网医疗模式。

早在2015年就布局移动医疗的乐普医疗推出了乐普医生,乐普医疗公司移动医疗事业部总监曹君在接受记者采访时坦言:“乐普医生依托数字医疗、物联网及人工智能技术,通过旗下可穿戴设备,对多项人体体征参数(心电、血压、血氧等)进行实时监测和自动分析,满足不同用户、不同场景的医疗服务和健康管理需求,并就此建立起线上、线下互联互通的平台,达到‘防病-治病-养病’的生态闭环,相当于为每位用户都配备了一位了解自己的家庭医生。”

据曹君介绍,近期,乐普医疗还为老年群体和慢性病患者专门设计了“乐小乐AI健康陪伴机器人”,通过配套的智能手环等检测设备,用户在家即可进行多项体征的健康自测。检测完成后数据会自动上传到乐普医生后台,通过基于大数据的人工智能系统分析生成检测报告。一旦发现检测数据异常,乐普医生平台将自动向用户进行预警及告知。在检测结果正常的情况下,如果用户需要进一步咨询,也可通过机器人连接到平台的医生进行视频问诊,医生根据设备采集的数

据能够准确了解用户情况,并提供专业的医疗服务。

医生患者双受益

中国每年医疗卫生支出近7万亿元,互联网医疗市场潜力大。

据Analysys数据显示,2015-2019年期间,我国互联网医疗市场规模呈逐年增长态势。2019年互联网医疗市场规模为1336.9亿元,同比增长35.6%。2020年受疫情影响部分医疗服务由线下转至线上,市场规模增至1960.9亿元。

而据《2020中国互联网医疗行业研究报告》显示,中国互联网医院月接诊患者超过3亿人次,已上线互联网医院数量超600家,持牌网上药店数为693家,互联网医疗月活用户规模超过5400万,在线医疗月活用户峰值超6000万,月活用户同比增长17%。

广阔的市场之下,也孕育着对医生和患者的福音。

“‘互联网+医疗’服务形式不仅有助于患者,也为医生学习进修提供了很大帮助。”解放军总医院第七医学中心心脏内科主任医师刘春萍在接受记者采访时称,针对患者,互联网医疗新模式创新下,推出医生助理和健康管理师的角色,辅助医生,为医生节省了更多时间和精力,同时,也能及时收集患者病历资料并传送给医生,自行进行病情梳理,为医生和患者的沟通提供最简便快捷的途径。

医联的相关负责人也指出:“线上+线下的联动模式,可推进公立医院的分级诊疗,将优质医疗资源下沉,有效地缓解看病难、看病贵的行业现状。”

此外,刘春萍还认为,互联网平台还为提高医疗服务质量增添了“双翼”:以互联网为载体,医疗服务有了新形式,如形式多样的健康教育、医疗信息查询、电子健康档案、疾病风险评估和在线疾病咨询等;互联网具有便捷性和时效性等