

▲ 海外视线

国际远程医疗 呈现三大新趋势

本报记者 禹 洋

随着互联网的迅猛发展和4G网 络的普及,远程医疗迎来了新的发展 期,逐步呈现出走进社区、走向家庭、 面对个人提供定向个性化服务的特点

当外科医生佩戴谷歌眼镜进入手术室 时,当苹果推出健康管理系统时,当人们对着 手机看医生时……传统医疗遇上了互联网, 新的问诊模式出现了。无论是健康管理 APP还是视频问诊,都为传统医疗带来了新 的思维模式,为人们提供了更多元化的健康

借助"数字革命"的东风,美国、德国、英 国、意大利、印度、新加坡、墨西哥等国的远程 医疗都呈现出良好发展势头。据统计,在美 国和加拿大,2014年执业医生诊疗次数约为 6亿次,其中约有7500万次通过远程技术实 现,远程诊疗市场的规模有望达到500亿至 600亿美元。

足不出户看医生

在国外,远程医疗这一概念40多年前已 经兴起,多年来主要用于电话或视频远程诊 断及监护,以及数据、图像等远程传输,为没 有良好医疗条件的患者提供治疗及汇聚各地 医学专家对病例进行会诊。随着互联网的迅 猛发展和4G网络的普及,远程医疗迎来了 新的发展期,逐步呈现出走进社区、走向家 庭、面对个人提供定向个性化服务的特点,各 项"亲民"的远程医疗模式迅速得到推广。仔 细梳理一下,各国的远程医疗主要有在线医 疗和移动健康服务两种模式。

在线医疗主要是通过视频等网络沟通方 式,让患者不必出门即可享受医疗服务。目 前,在线医疗主要用于慢性疾病远程监控、轻 微急性病处理、皮肤病、感冒等小病的治疗和 健康咨询等方面。未来,远程医疗服务将逐 渐被应用于突发疾病处理、初级护理和外科 护理、心理咨询和治疗癌症等重大疾病的诊

移动健康服务主要是指移动终端设备上 的健康服务应用程序以及可穿戴医疗设 备。随着物联网技术的发展与智能手机的普 及,智能血压计、远程心电仪、智能手环等健康 医疗产品陆续出现。有关市场研究公司的数 据显示,可穿戴设备最大的市场在医疗健康领 域,占整个市场份额的一半以上。在消费需 求和技术进步的双重驱动下,医疗领域的移 动应用程序和无线可穿戴传感设备将呈现 出爆发式增长。

在家看病谁买单

远程医疗为患者就医提供了方便,但除 了省时省力之外,患者要考虑的另外一大问 题就是诊疗费用。

在国外,互联网医疗的收费方式主要有 三种:一是患者付费。以印度 MediAngels 公司创立的在线医院为例,患者只需要在线 支付10美元的挂号费,就可在2个工作日内 获得相应的医生诊断,这一平台目前已经成 功吸引来自美国的执业医师加入;二是医院 付费,依托实体医院建立在线医疗平台,实现 医生和患者线上线下互通互动,由医院向软 件开发商或是平台运营商支付平台运营费 用;三是保险公司付费,由商业医疗保险公司 支付患者使用在线医疗平台咨询和使用移动 终端设备的费用,这一模式在美国已经普遍 应用于慢性病管理和健康咨询。

政府支持不能少

远程医疗实质上是传统医疗方式的有效 补充,是传统行业向现代化和电子化方向发 展的过程。医疗行业本身是体系复杂的社会 福利性事业,仅靠行业自身实现发展和转变 动力不足,需要相关机构的支持和政府的鼓 励性措施。

从美国远程医疗的发展来看,美国拥有 全球远程医疗领域最大的NGO组织——美 国远程医疗协会(ATA),协调远程医疗服务 供应商、保险公司和各类相关信息技术软硬 件供应商间的关系与合作;在政府推动下,美 国联邦保险计划和商业保险公司将远程医疗 纳入了保险范围。患者和医院没了后顾之 忧,自然会敞开怀抱迎接新事物。远程医疗 的发展不单要靠行业、靠技术,更需要政府的 大力支持与监管。

互联网医疗已成为互联网新一轮投资的热点。有关方面预测,到2017年中 国移动医疗市场规模将达到125亿元。这种新的医疗服务方式在快速发展的同 时,更需融入原有医疗服务体系、加强政府监管并构建清晰的盈利模式——

互联网+

互联网医疗如何健康长大

本报记者 吴佳佳



融入现有医疗服务体系

移动互联网正在深刻改变现有的 传统就医模式。去年,阿里巴巴开始加 速推进"未来医院"计划,旨在帮助医院 提高运转效率,优化医疗资源配置

记者近日在北京友谊医院进行了 体验和采访。友谊医院是支付宝服务 窗的合作单位之一,只要患者的手机下 载安装了支付宝钱包,在其"服务窗"中 搜索关注"北京友谊医院",并绑定友谊 医院的诊疗卡号后,就可以在手机上进 行挂号、交费、查取检验报告等操作。 值得注意的是,使用支付宝缴纳挂号费 和医药费,都支持医保结算,可以在门 诊大厅内的自助终端机上进行"医保分 解",完成分解之后,医保报销的费用将 实时返还到患者的支付宝账户上。需 要发票的,还可以在窗口补打发票。

北京友谊医院理事长刘建介绍,患 者到友谊医院看病时,无需在医院大厅 多次排队,在手机上即可完成挂号、交 费、排队候诊与支付、取报告等环节,大 大缩短就医排队时间。

"支付交费"是就医流程的再造,这 让患者获得全新的就医体验。"各个窗 口都排队,重复次数最多的就是交费。 统计发现,在医院就诊流程中,最耗费 时间的排队环节就是交费。如果能减 少这样无意义的等待时间,病人就会方 便很多。"北京友谊医院门诊部主任崔 玫说,按照传统的就医流程,如果患者 挂号排队20分钟,候诊30至60分钟, 再加上化验检查、缴费等,整个就诊流 程可能需要花费两三个小时,而使用支

全新的就医流程,极大地方便了患 者。不过,移动医疗与现有医疗服务体 系的衔接还需要进一步完善。

北京市卫生计生委副主任钟东波 指出,移动医疗增加了医院的成本,但 现在难以从价格调整、财政补助等途径 弥补成本,因此除非合作方免费提供支 持设备和服务,否则医院积极性并不 高。而且,个人支付人群有限,商业保 险、基本医疗保险难以将移动医疗纳入

"移动互联网的接入应瞄准医疗体 系的'痛点'。用信息化的手段管理好 医院物流、提高医疗服务的安全质量 和缓解医疗资源的不平衡,是移动医 疗企业撬动医生资源的核心和关 键。"北京大学人民医院信息中心主 任刘帆认为,"未来医疗市场会变得 更加开放,移动医疗的发展方向可能 是非禁即入,但它必须能够优化产业链 的资源配置,帮助医院解决医疗资源紧

监管服务从"管"到"治"

"当前移动健康管理产业的发展还 存在竞争门槛不高、效果衡量机制尚未 建立完善等难点。"美年大健康(集团)股 份有限公司董事长俞熔指出,门槛过低 导致当前移动互联网医疗行业鱼龙混 杂,信息解答内容良莠不齐,直接影响 用户对该行业的信任。

虽然互联网医疗产业保持蓬勃发 展,但是监管却处于缺失状态。现行 的《医疗机构管理条例》和《互联网医疗 保健信息服务管理办法》等法规条例均 未涉及互联网医疗行业。监管不足很 可能造成用户维权困难。比如患者到 医院就医,医患双方即形成法律意义上 的合同关系。但用户在医疗客户端上 获得的处方建议却没有明确的法律规 范,一旦出现了误诊或用药问题,患者将 陷入维权困境,很难找到责任主体。"移 动医疗的核心目标就是利用技术的进 步,更好地服务公众的健康,而不要由此 造成一些新的、不必要的损害。当前,需 要在加强法律监管、保障患者权益和利 用移动互联技术获得更好的医疗服务之 间寻求平衡点。"钟东波说。

专家建议,政策法规和政府监管 应跟上新技术对传统行业的改造步伐, 应从资质许可、监管政策等方面入手, 推动互联网医疗行业的健康发展。

"对于未来互联网医疗保健服务信 息的监管,希望能够从'管理'向'治 理'转变。"健康报社副总编辑周冰认 为,首先,要通过政府的监督和引导, 形成监管者与被监管者共同参与的 创新治理模式;其次,要从事前监管 逐步过渡为过程监管,提高违规成 本,使监管执行更加高效。我国可在 保护患者与鼓励创新之间找到平衡 点,出台相关政策并完善现行法律法 规,对互联网医疗企业的审查备案、医 生资质、医疗纠纷处理、患者维权等关 键问题予以规定,改变该行业"无序生 长"的现状。

构建更清晰的盈利模式

盈利模式尚不清晰, 也制约着移 动互联网医疗企业的可持续发展。目 前,移动医疗企业"好大夫在线"已 积累了几十万用户, 收录了近30万名 医生, 但仍未找到清晰的盈利模式。 创始人王航坦言,其产品主要包括信 息查询服务、专家咨询服务、预约挂 号和电话咨询服务, 其中只有电话咨 询服务是收费的,其他服务都无法产

"目前春雨医生除免费咨询之外另 有用户定向付费的服务模式, 但春雨 医生并没有从中提成, 因此咨询本身 并不构成商业模式。"据春雨医生的 品牌总监徐妍妮介绍,在盈利模式的 探索上,春雨医生更倾向大数据的 方向, 在现有的问答数据的基础上 引入可穿戴设备数据。还要建立用 户的电子健康档案,并根据数据分析 出的用户需要,将上游的设备商、下 游药企和保健机构链接起来,形成有 序利益分成。

"移动互联网医疗产业的发展离 不开数据搜集和信息共享。" 挂号网 CEO 廖杰远表示, 医疗是一个特殊的 行业,尤其需要产业链各环节充分的 协作。因此, 挂号网致力于构建开放 的移动健康平台,并首先面向医院开 放。"微医"将开放标准的接口,让 医院一点接入即可服务全国患者。也 将面向医生开放标准的接口, 让医生 一点接入即可创建自己的品牌传播 及患者服务平台。不仅如此,微医 平台还将面向厂商开放,支持厂商协 助医院优化就医流程,构建移动互联 网门户。

廖杰远建议在国家层面建立标准 体系、完善监督机制, 在此基础上, 借助互联网技术运用,对居民健康状 况进行跟踪管理,真正实现"网络全 科医生"的推广普及,推动健康信息 产业的快速发展。

决胜汽车E时代

北汽集团董事长 徐和谊

中国车企要用互联网 思维去定义汽车,这在汽 车行业产能过剩问题日益 突出的情况下,对汽车企 业来讲显得更加重要。北 汽集团为应对互联网时代 的冲击做好了准备



互联网正改写与重构经济生态。随着移动互联技 术的普及应用,手机、Pad产品、家电以及汽车等电子电器 产品都能够成为移动互联网的终端,互联网对制造业的颠 覆悄然开始。当前,世界各国都在利用信息技术和互联网 经济对自己国家的制造业进行调整、转型和升级,我国也出 台了相关的对策。中国企业要做的,就是走工业化与信息 化、制造业与服务业的融合发展之路,抓住信息技术、新材 料、新能源等技术变革与制造技术融合创新的重大机遇, 通过工业化与信息化的深度融合,以信息技术应用和商 业模式创新促进产业结构调整升级,使制造业向网络 化、智能化、柔性化和服务化转变,延伸产业链,培育新 业态,创造新价值。

因此,中国车企要用互联网思维去定义汽车。车主 已不仅是车主,还是使用汽车上网的网民;汽车业不再是 传统制造业,还是一种IT和互联网产业。在汽车制造之 外,围绕汽车的软件开发为行业提供了全新的价值来源。

在汽车行业产能过剩问题日益突出的情况下,这 一点对汽车企业来讲显得更加重要。2011年开始,中 国汽车市场进入到"微增长"的时代;2014年上半年开 始,国内汽车行业产能过剩的苗头已经显现。汽车产 业低成本制造的时代正在结束。汽车企业必须以最快 的速度实现突围。北汽集团为应对互联网时代的冲击 做好了准备,将利用互联网引领行业大变革,决胜汽

北汽集团提出,要积极探索工业化与信息化相互融 合、制造业与服务业相互渗透的发展模式与发展路径, 走规模化、高端化、服务化、国际化、低碳化的发展之路, 努力使北汽集团由传统的制造型企业向制造服务型企 业和创新型企业转型,成为具有国际竞争力的汽车企 业。北汽集团主要从以下5个方面着力:

第一,开放创新与协同创新最为重要。

北汽集团自始至终都把技术创新放在企业发展首 位,以国际化视野与全球眼光,充分利用各种资源,打造 "平台化、开放式"的研发模式。同时,北汽集团重视产 学研的结合,发挥北京科技创新中心的优势,让科研院 所、大专院校成为北汽集团编外的研发中心;重视与央 企的合作,让它们的技术成果在北汽的平台上开花结 果,实现互利共赢

第二,要大力发展生产性服务业,向服务要利润。

当前,"服务经济"时代已经来临。北汽集团着力构 建北汽生产性服务业的完整业务体系,打造一条与传统 汽车产业价值链互为补充、服务于制造全过程的独立汽 车产业价值链,力争形成汽车服务贸易和金融服务两大 第三大业务板块,成为北汽集团未来营业收入和利润的 重要增长点。

第三,要以互联网思维为工具实现转型。

北汽集团把互联网思维作为战略转型的有力工具,努 力从研发、品牌、商业模式到管理等各个方面,为企业植入 互联网基因,进行深层次、大范围的全面变革。

一是在产品研发上,北汽将运用互联网思维,以用 户需求和用户体验作为一切研发工作的出发点,形成需 求牵引和技术推动的有效连接,使产品研发更有市场针 对性,更符合用户偏好,更能为企业创造价值。

二是在品牌培育与传播的模式与方法上,运用不断 涌现的新媒体、新的传播工具,如微博、微信、客户端、自 媒体等,不断刷新我们企业的品牌营销体系。充分发挥 互联网开放性、参与性的特点,让用户在参与中体验到 快乐,增强北汽品牌的吸引力。

三是在商业模式上要迅速导入互联网思维,创新营 销模式。北汽新能源公司与京东、第一电动网等电商合 作,开展新能源汽车在网店销售的新尝试,同时还与庞 大等实体店合作拓展销售渠道,与富士康合资设立租赁 公司,开展分时租赁等新业务。北汽新能源公司现在所 做的,就是一个制造服务型企业应该做的,它代表了北 汽集团未来的发展方向。

第四,要积极发展智能制造。

北汽将努力提升现有制造体系的智能化水平,更多 采用智能化设备,提高信息系统的使用深度和广度,提 高生产过程的自动化水平和高端制造、敏捷制造能力。 在此基础上,由集中生产向网络化异地协同生产转变。 目前北汽集团已经形成了全国性的产业布局,并且将陆 续在海外建厂,北汽还将发挥近年来投入巨资建设的 BOM、ERP等信息管理系统优势,推进研、产、供、销、经 营管理与生产控制、业务与财务全流程的无缝衔接,实 现产品开发、生产制造、经营管理等过程的信息共享和 业务协同,把北汽集团的全国制造与全球制造提升到一 个新水平。

第五,转型能否成功的关键在用人。

近年来,北汽集团牢固树立"人才是第一资源"的观 念,坚持内生性培养与市场化招聘并重,着力打造支撑 北汽发展的人才方阵。近3年来,北汽集团引进海外高 层次人才402名,其中外籍专家22名。同时,北汽集团 还非常注重以市场化手段从国内其他企业引进高层次 管理人才。

没有"敢为天下先"的勇气,无以实现从追随者到领 导者的超越。互联网时代,北汽集团积极推动企业战略 转型,利用互联网思维引领行业变革,紧扣中国经济结构 调整和转型升级的时代脉搏,在国家的发展主线中寻找 汽车行业由大到强的路径。 (本报记者 苏民整理)