

广东又一家互联网医院上线,全国半年新增约500家

互联网医院全面落地有多远?

羊城晚报记者 陈泽云

讲究“望闻问切”的中医也能在线看病了,日前,广东又一家互联网医院上线了。8月中旬,由广东省中医院与广州微医集团共建的互联网医院正式上线,患者可通过互联网医院平台获得线上复诊、续方开药、中药代煎、送药到家等一条龙服务。

新冠肺炎疫情加速了患者和医院双方共同的“触网”需求。数据显示,截至今年上半年,全国互联网医院已达1600多家,其中,约500家为今年以来新增。互联网医院进入了集中建设期,互联网医院建设深度不断延展,从一开始借助线上平台提供挂号、在线查看报告等服务,到逐渐打通了“在线问诊+复诊续方+医保支付”等环节,在政策的催化下,互联网医院离真正为患者提供覆盖诊前、诊中、诊后全周期的线上线下一体化还有多远?



1 中医也能在线问诊

16日,记者在广东省中医院妇科门诊看到,该院的慢病管理中心主任、妇科主任医师程兰通过视频接诊了复诊的患者江小姐,在询问病情并查看舌苔变化之后,程医生为江小姐在线开具处方,据介绍,江小姐在第二天即可收到由药房寄出的药品。

在中医诊疗过程中,望闻问切是非常重要的部分。广东省中医院医务处处长陈全福称,通过互联网医院就诊的患者大多是病情稳定的复诊病人,“通过摄像头,互联网这一端的专家可以看到互联网另一端患者的舌苔、面色、神态等,

实现望诊;通过视频中医患之间的交流,可以听到患者说话的声音,达到问诊及部分闻诊作用。”

“目前互联网医院已有300多位医生开展服务,医生会在非线下开诊的时间灵活安排线上接诊。普通门诊的药品价格与医院药房保持一致,目前已上线169种院内制剂。”广东省中医院医疗质量控制办公室副主任、互联网医院管理办公室负责人王伟荣表示,目前正加紧建设医保在线支付、专家门诊等服务功能,为患者提供更多优质便捷的服务。

值得关注的是,为了保证

服务质量与安全,此次上线的普通门诊主要面向三个月内曾在广东省中医院线下实体医院就诊过的患者,线上复诊时选择线下就诊的必须是同一个医生。而专家门诊的续方同样针对复诊患者,但可不局限于同一个医生。

广东省中医院院长陈达灿表示,此次广东省中医院与广州微医互联网医院签约合作后,将依托互联网医院平台,打造互联网医联体,打通“线上+线下”、“院内+院外”、中医药为特色的全流程服务闭环,创建可持续的新型诊疗模式、服务流程。

2 互联网医院规模或达5000亿

随着疫情防控常态化,医疗机构积极创新医疗服务模式,通过“互联网+”多渠道、多形式为患者提供及时有效的医疗健康服务。

一年多来,互联网诊疗量明显增长。根据卫生健康委医院管理研究所统计,2020年,国家卫生健康委44家属属(管)医院互联网诊疗人次数比2019年同期增长了17倍,第三方平台互联网诊疗咨询量增长了20多倍。

政策的逐步放开同样催热了互联网医院,2020年,随着

《关于推进新冠肺炎疫情防控期间开展“互联网+”医保服务的指导意见》《关于深化医疗保障制度改革的意见》等政策的密集出台,国家对互联网医疗机构开具电子处方、诊疗费和药费医保在线直接结算“开绿灯”,让打造在线问诊、在线开方、线上结算、药品配送整个互联网医疗生态圈的整体闭环有了政策依据。

7月31日,北京协和医院举行的互联网医院高质量发展高峰论坛上公布的数据显示,截至今年6月,全国互联网医

院已达1600多家。全国互联网医院在2018年12月时只有100多家,到2020年12月已发展到1100余家,2021年上半年又新增约500家。

德勤报告指出,目前互联网医院线上问诊的渗透率只占整个问诊市场的6%,但是随着网售处方药放开,医保对接政策落地,商保逐步引入、个人线上医疗消费意识改变,以及医疗服务链延伸,预测未来互联网医疗的市场渗透率将达到30%,互联网医院将会在2025年前迎来5000亿元市场规模。

据统计,在工信部累计公布的三批专精特新“小巨人”企业中,已有132家企业在创业板上市,IPO融资金额合计570亿元,其中注册制下新上市的“小巨人”企业28家,IPO金额合计156亿元。

从新上市公司来看,优势行业集聚特征凸显。记者从深交所了解到,注册制下新上市公司企业呈现以高端制造和服务行业为主、各行各业均衡发展良好态势,

局局长梁志峰说:“创业板注册制改革大幅精简了发行条件,降低了进入门槛,并强化信息披露要求,改革后创业板的透明度、包容度和普惠性显著提升,有效地激发了优质中小企业上市融资的积极性。”

据统计,在工信部累计公布的三批专精特新“小巨人”企业中,已有132家企业在创业板上市,IPO融资金额合计570亿元,其中注册制下新上市的“小巨人”企业28家,IPO金额合计156亿元。

从新上市公司来看,优势行业集聚特征凸显。记者从深交所了解到,注册制下新上市公司企业呈现以高端制造和服务行业为主、各行各业均衡发展良好态势,

3 服务标准有待细化

羊城晚报记者查看多家互联网医院发现,目前互联网医院主要提供复诊续方、复诊开药服务和在线问诊三大类服务,根据现有管理政策,互联网医院仅允许为患者提供部分常见病、慢性病复诊和家庭医生的签约服务,不能开展首诊服务。首诊的患者可以在互联网医院上利用文字、图片、语音等方式与医生沟通互动,申请报告解读、疾病咨询指导等,但“只问诊不开方”。若常见病及慢性病的复诊,则可直接在线开具电子病历和处方,患者可选择药品配送到家或就近到线下药店取药,形成“问诊、开方、支付、配送及健康管理”的线上医疗服务闭环。

互联网医院与线下问诊有什么区别?在广东省中医院的服务号上,记者看到,接诊医生一般有三种接诊模式:一是图文,二是电话,三是视频。以皮肤科的一位主任医师为例,其电话问诊收费100元,图文200元,视频则要300元。而该费用在线下问诊时通常只需要30

元。记者选择了图文问诊,在付费后约1个小时,专家接诊。记者就某项皮肤病向医生咨询病情,在提供了图文之后,医生给出了几种病情可能性,但由于并非复诊患者,该医生表示,无法给予明确的诊断以及用药开方,需要前往医院进行线下确诊。

为何互联网医院收费普遍更贵?有业内人士向记者透露,由于医生只能在线下开诊的时间灵活安排线上接诊,这也意味着,需要有更高的薪酬才能吸引医生。同时,接诊后患者与医生的沟通时间通常较长,以记者体验的广东省中医院图文问诊为例,医生接诊后24小时内可不限次数交流,医生接诊一个病人所花费的时间比线下门诊的要长,这也是收费较高的原因之一。

不过,整体来看,互联网医院尚未形成统一的价格标准,特别是在疫情期间,有不少互联网医院的收费与线下门诊持平甚至更低。记者随机点开暨南大学附属第一医院的互联网医院,发现其首页医生在线问诊收费均为10元。

4 广东有望试点互联网医院首诊

而对于“复诊患者”群体,目前各家互联网医院的定义也不大一样。“我在A医生首诊开方后,一个月后在同一家医院挂了B医生的号,但他也无法帮我线上续方,还是得到线下门诊去。”广州白领莫小姐向记者反馈。由于目前互联网医院主要还是向复诊患者提供续方服务,但在实际的操作过程中,怎样归为复诊、不同医生看的算不算复诊、同一次患病不同医院看又算不算复诊,仍需要更多研究和细化。

值得注意的是,去年4月,国家发改委、中央网信办联合印发的《关于推进“上云用数赋智”行动培育新经济发展实施方案》中指出,将在卫生健康领域探索推进互联网医疗医保首诊制和预约分诊制。这也是国家在政策层面上,第一次提及将首诊纳入互联网医疗。而广东正是国家数字经济创新发展试验区六个省份之一,有望率先试点首诊,这也对诊疗全过程的规范化和标准化以及相关监管配套政策的出台,提出了更高要求。

延伸阅读

未来的互联网医院长什么样?

随着互联网医院如雨后春笋冒出,也给了普通公众更多选择的空间。市民张先生告诉记者,作为患者,在挑选互联网医院时,可以突破时空局限,选择省内甚至国内最好的医院咨询问诊,如果去线下,挂到了专家号,实际与医生面对面交流的时间也非常短,就诊过程其实90%的时间都用来排队、等候、缴费上了。

对于公立大三甲医院来说,将复诊患者分流到线上、提升患者就医效率,是互联网医院最直接的作用。但业内也有质疑的声音,认为这可能进一步增加大医院的虹吸效应,与分级诊疗相悖,可能会造成优秀医院通过互联网医疗实现不断扩张,加剧各地间医疗的不平衡。

情况是不是这样呢?阿里健康研究院日前联合发布《新青年、新医生 互联网医生洞察报告》显示,互联网让医生的服务半径持续扩大,越来越多的基层地区患者可以通过互联网分享到更先进的医疗资源。如其中,阿里健康的互联网医院平台——“医鹿,来自一二线城市三甲医院的医生,有40%的问诊咨询患者来自四线以下地区。

对此,德勤报告指出,实际服务中,医院一般要复诊患者为本院的线下首诊患者,同时,大三甲医院的互联网医院还包括一系列指导下级医院的远程医疗服务,因此未必一定会“虹吸”患者。但医生永远是医疗行业最核心、最宝贵的资源,公立医院有天

然优势,有望成为新一轮互联网医院建设的主导力量。所以如何利用好互联网医院优势,进一步推进国家医联体和医共体建设至关重要。

记者注意到,建成的互联网医院互联互通建设不理想。现实中,各个互联网医院基本上各自为政,数据不能共享、资源不能共用。一家互联网医院就是一个信息孤岛。患者要找多少个医院的专家,就需要下载多少个App。

在分级诊疗和互联互通的呼声下,各地及各平台开始了医联体的探索。“未来,微医将携手广东省中医院推进互联网医院、中医医联体的建设,造福广东省乃至全国的老百姓。”微医互联网医院总院长范吉平表示,为推进中医医联体和互联网医院建设,未来将重点推进以互联网技术实现优质医疗资源下沉,打造互联网中医医联体示范提升服务能力,利用互联网开展规范化慢病管理实现早防早治“三大件”工作。

德勤报告中指出,互联网医院未来模式应该是一个融合医生平台、病患平台、生态平台的综合性平台。与医联体、医共体相结合、区域协同一体化发展成为互联网医院发展趋势之一。随着互联网医院的支持政策开放,将打破西地为主的局面,而大数据分析、AI、5G等高科技技术应用更是赋能工具去建立和优化区域化医疗信息融合,实现在同一医联体下的医疗机构间建立高效安全的信息共享机制。

方案25单,占比近六成。

改革落地一年以来,创业板指累计上涨25.12%,创业板日均成交金额1926亿元,日均换手率2.89%,保持了较高活跃度。

注册制下,创业板退市制度也迎来改革——新增市值指标、复合财务指标,精简优化退市流程,有望加速淘汰“僵尸公司”“空壳公司”。截至目前,共17家公司因触及新规财务指标被实施“ST”。2020年至今,深交所共对7家创业板公司作出终止上市决定,优胜劣汰机制逐步健全。

专家认为,未来,进一步促进科技创新与资本深度融合,更好地支持服务创新战略,资本市场大有可为。

继同程生活申请破产、食享会总部人去楼空之后,十荟团被曝裁员撤城

“老三强”日子也难过 社区团购淘汰赛提速

羊城晚报记者 沈钊

8月22日,知名社区团购电商十荟团被曝出大量裁员,且员工并未拿到法定赔偿。根据公开报道,十荟团部分城市供应商近期陆续接到当地网格仓即将关停业务的通知。截至发稿,十荟团尚未对此事回应。这也是自7月份同程生活宣布申请破产、食享会武汉总部人去楼空之后,社区团购赛道的又一个负面消息。

一年间从资本垂青到“失宠”

在社区团购领域,十荟团是老牌劲旅,此前与兴盛优选、同程生活等并称社区团购“老三强”。公开资料显示,十荟团已覆盖了华北、华东、华中、西南、华南、西北、东北七大区,20个省220个城市,2020年GMV超过百亿元。

实际上,自从去年社区团购概念大“火”,巨头们纷纷入场掀起“百团大战”之时,不同于滴滴、拼多多、美团等直接入场,阿里巴巴入局社区团购的重要举动就是投资十荟团。天眼查数据显示,十荟团截至目前已进行了7轮融资,已披露的融资总额约为80亿元。其中C++轮与D轮最重要的领投方为阿里巴巴。

就在今年年初,部分手机淘宝用户发现,手淘首页出现了“淘宝买菜”的入口。点击进入“淘宝买菜”的页面不难发现,所谓的买菜并非如美团买菜、叮咚买菜等的到家业务,而是与多多买菜、橙心优选等同质的到店业务,也就是社区团购。这意味着除了资本投入外,阿里还给予了十荟团淘宝首页流量入口的支持,足见社区团购在其眼中的地位。

不过,羊城晚报记者近日再次通过该入口进入页面时候发现。在广州地区,淘宝买菜的默认供应商已经从十荟团变成了盒马集市。

就在8月21日,十荟团创始人陈郢发布了一封内部信并宣布,十荟团近期将与阿里MMC在部分地区进行区域整合。但是,关于整合的这一点,阿里方面对羊城晚报记者回应称:“截至目前,阿里MMC尚未和十荟团发生任何商业往来。”

就目前来看,陈郢发布内部信的时间节点与网上传出大量裁员、且没有给足法定赔偿的时间基本一致,但十荟团接下来该怎么走尚未可知。有消息人士表示:“先是长春市的供应商,再是青岛、漳州、福州、哈尔滨等多个城市也即将关停业务。”

社区团购第二轮洗牌开始

实际上,社区团购这条路从一开始就不好走。顶着“阿里系”光环,十荟团扛过社区团购第一轮洗牌后,和兴盛、同程等居于行业前列。

转折点发生在2020年下半年。2020年6月起,滴滴、美团、拼多多等先后杀入社区团购战局,各家在各地掀起了“补贴大

战”,这也意味着社区团购的第二轮洗牌即将到来,赛道难度瞬间升级进入“地狱模式”。

网经社电子商务研究中心主任曹磊认为,从目前的社区团购的市场情况来看,已经表现出高度同质化的特点,因此决定未来发展差异化的因素,很可能就在于进场时间、团队执行力以及背后的资金支持。

今年7月7日,前一天刚宣布改名为“蜜橙生活”的社区团购老玩家“同程生活”发布公告,因经营不善拟申请破产。作为国内最早一批社区团购的玩家,依靠在线旅游上市公司“同程艺龙”这一有实力的小巨头,同程生活在短短几年时间快速崛起、到多轮融资再到走向衰落,可以说是“起个大早,赶个晚集”。

对此,曹磊表示,社区团购赛道已经是“天价烧钱”的资本游戏。由于平台自身缺乏“造血”功能,且同行竞争过于惨烈,产品长期低价亦惜售卖,导致同程生活拖欠供应商资金超过2亿元,造成资金链断裂。加之“严监管”,同程生活破产并不意外。

同程生活的破产似乎也宣告了这轮社区团购洗牌的幕启。7月底,有媒体报道称,社区团购平台食享会武汉总部已人去楼空,联合创始人温志平已离职,创始人戴山辉也悄然退出母公司“武汉七种美味科技有限公司”主要人员之列。

不管是同程生活的破产申请,还是食享会武汉总站的撤离,在这一阶段给整个赛道带来的负面影响是致命的。而此次十荟团裁员撤城,也再一次印证了这条赛道的残酷竞争。

内耗严重两极分化或是趋势

2020年发生的疫情给了社区团购快速发展的机会,但是,大量资本涌入市场,以低于成本的价格倾销商品“跑马圈地”,无序竞争。破坏了市场秩序,损害了公平竞争的市场环境,长远上也会损害消费者的利益。

有观点认为,互联网平台和企业与其在“低价倾销”等不正当竞争行为上下功夫,不如结合自身流量优势,进行更多技术创新,让社区团购行业走上可持续发展的绿色道路。

网经社电子商务研究中心特约研究员、百联咨询创始人庄帅表示,社区团购赛道全面进入巨头时代后,拼价格、拼团长返佣成了常态,短期内谁也无法实现正向收益,而用户端的服务创新、体验创新陷入停滞,整个行业内耗严重。

“两极分化将是社区团购的未来走向。”庄帅认为,多多买菜、美团买菜等巨头,拥有资本、流量优势,互联网思维和打法较为突出,牺牲利润继续做大做强;腰部及以下的团购平台会专注于原有优势区域,完善冷链物流,丰富菜品种类,提供一站式的购买服务。



图/视觉中国

上投摩根陈思郁: 新能源高景气度有望延续

近段时间,A股市场震荡加剧,无论是核心资产还是新兴赛道均出现一定波动,大大增加了投资者的赚钱难度。面对当前复杂的市场环境,上投摩根基金及时推出了“跨越波动,超前突围”的主题直播活动,公司旗下多位

优秀基金经理齐聚一堂,从不同角度详细解读市场。在直播中,上投摩根景气甄选混合型基金经理基金基金经理陈思郁表示,从长期来看,消费仍是非常优质的投资赛道,而新能源、军工等板块高景气度有望延续。(杨广)

深挖成长领域稳健投资机会 中欧睿泽正在发行中

据悉,拟由中生代实力战将许文星担任基金经理的中欧睿泽混合型基金正在发行中。该基金将充分发挥许文星在科技圈丰富的投研经验,力求更稳健地把握成长股投资机会。

招募说明书显示,拟由许文星管理的中欧睿泽混合基金,

将以自下而上的个股选择作为股票投资的主要方法,兼顾个股的成长性和估值,优选具备持续竞争优势、良好成长和较高内在价值的股票,捕捉行业产业发展的战略性机遇以及个股快速成长带来的价值提升投资机会。(杨广)

创业板注册制一周年 总市值逾13万亿

据新华社电 2020年8月24日,随着创业板注册制下首批企业上市的钟声在深交所敲响,创业板正式步入注册制时代。

一周年期满,创业板试点注册制“成绩单”如何?市场生态发生哪些变化?市场关注并期待着,创业板通过改革更好发挥服务实体经济创新效能,并为全市场推行注册制奠定坚实基础。

经历十余年发展,我国创业板市场不断发展壮大——上市公司数突破1000家,总市值超过13万亿元(截至8月23日),在全球主要创业板市场中位列第二位。

坚持服务“三创”“四新”,创业板已聚集九大战略性新兴产业,高新技术企业占比超过九成……

去年8月24日,创业板改革并试点注册制成功落地,资本市场注册制改革迈出承前启后的坚实一步。

注册制下创业板新上市公司释放“新生动能”——截至8月20日,注册制下新上市公司182家,占比18%;新上市公司总市值占到板块整体市值的14%;新上市公司2020年平均营业收入和净利润均优于板块平均水平。

“更加多元包容的上市条件”是注册制改革亮点之一。综合考虑收入、净利润、预计市值等因素,设置多套上市标准,同时取消了“不存在未弥补亏损”的要求,增强了对创新创业企业的服务能力。

工业和信息化部中小企业

局局长梁志峰说:“创业板注册制改革大幅精简了发行条件,降低了进入门槛,并强化信息披露要求,改革后创业板的透明度、包容度和普惠性显著提升,有效地激发了优质中小企业上市融资的积极性。”

据统计,在工信部累计公布的三批专精特新“小巨人”企业中,已有132家企业在创业板上市,IPO融资金额合计570亿元,其中注册制下新上市的“小巨人”企业28家,IPO金额合计156亿元。

从新上市公司来看,优势行业集聚特征凸显。记者从深交所了解到,注册制下新上市公司企业呈现以高端制造和服务行业为主、各行各业均衡发展良好态势,