

# 移动医疗,有钱也没法任性

玩转医疗APP,除了互联网思维还得有深厚专业积累

2014年是移动医疗企业的丰收之年。统计数据显示,2014年移动医疗企业发生的融资案例共计80余起,是2008年~2013年该领域所有融资案例数量总和的近三倍,这些移动医疗企业获得的融资金额在几百万人民币到几千万美元之间。根据艾媒咨询预测,2017年中国移动医疗市场规模将达到125.3亿元。虽然目前国内的移动医疗APP已达2000多款,可是其中能够真正得到市场认可并逐渐找到盈利模式的应用却是凤毛麟角。

业内人士坦言,尽管市场资本正在疯狂地推动着移动医疗行业快速发展,但是移动医疗却并不是一个“有钱就能任性的行业”。移动医疗的发展已经从浅入口走向重度垂直医疗。到2015年,浅入口移动医疗市场经过厮杀将只剩下四五家巨头垄断,而重度垂直移动医疗将在2016年迎来爆发。

现代快报记者 吕珂

## 使用 移动医疗APP,效果的确很赞

中大医院糖尿病学校护士长韩晶使用一款名为“博医帮”的APP软件管理糖尿病人已经有4年多了,可是真正让她感到使用顺手起来,却是近两年的事,眼下她利用这款应用程序正在管理着近300位糖尿病患者。

“使用APP程序管理病人,最大的优点是能随时随地实现对病人的管理,改变了过去依靠电话或者回医院复查等回访形式,对病人的全面检测非常灵活,而且使得病人对医生护士的依从性大大提高,对于疾病的监控和治疗效果非常好。”韩晶对于通过移动医疗手段来对糖尿病人进行日常管理,以及帮助糖尿病人实现自我管理

的强大功能非常认可,与传统医疗手段相比,医患双方的互动性更强,医治效果的提高非常显著。

记者了解到,博医帮的患者只要定期录入自身的血糖、饮食、运动、用药等数据,通过数据积累生成一份个人病历就能反馈给相关医师。而医师则根据用户数据,为其提供个性化的健康管理方案。专业人士解释,博医帮在设计上比较充分地照顾了医患交互,除数据记录外各模块均由用户和医师共同参与:比如用户既可以自定义一份生活作息表,也可以收到医师为你定制的检测、用药项目;既可以在知识库中自主浏览,也能看到医师

推送的相关文章。从医师端看,则在与用户端对应的交互功能外提供了一套管理工具。医师可以相对简单地实现用户分组、统计报表、个性化教育和提醒等工作。

在健康和医疗类信息在互联网上更轻松获得的今天,用户需要的不仅仅是唾手可得的互联网资讯,而是和医生专家进行直接的沟通和交流。而博医帮的成功正贴合了用户的这一需求,因此被许多医护人员点赞“使用效果好”。

## 开发 除了会玩互联网,还要更“专业”

根据艾瑞研究报告,目前国内的移动医疗APP已达2000多款,种类繁多。市场资本也在疯狂地推动着移动医疗行业快速发展,但是移动医疗却并不是一个“有钱就能任性的行业”。业内人士坦言,寻医问诊才是很多用户乃至病患最为直接和迫切的需求,现在移动医疗APP多为雏形应用,大多处于早期阶段,真正持续的活跃用户还是较少,产生的真正有用数据以及医患互动关系都还较弱。

记者了解到,近几年来南京市各家三甲医院都非常重视移动医疗的开发和推广,但是现实是在南京乃至江苏的医疗系统,能够得到广泛应用的却不多。“一款移动医疗APP的开发过程相对于其推广来说,还算是简单的。开发一个产品容易,运营一个产品难,即便有了下载用户,还得让这些用户活跃起来,看上去再美的东西,

用起来脱离现实的情况还是很多。”一位三甲医院的主任医师表示,很多科技或者医疗公司开发的软件,由于缺乏与医患实际使用者之间的沟通,所以即便有不少患者会下载使用,但是粘性低,用户流失快。

南京一家正在开发一款移动医疗应用APP的投资人告诉记者:移动医疗的设计开发门槛正在不断提高的,光有钱未必就能那么任性。开发者除了强大的技术和千万元级别的入门资金支持外,还要与医疗系统的研发团队以及一线医护人员不断地沟通和磨合对接,才能做得更专业,更贴近使用者的需求。

这位投资人坦言,移动医疗市场经过两三年的快速发展已经进入一个新时期。目前明显出现了两种投资方向的分化:一种是以全疾病为入口,通过积累大量用户数,并完善产品功能以加强用户体验,获得更多市场份

额。例如春雨医生、挂号网、丁香园等,这类公司最初的主导公司大多都拥有互联网背景,因此具有明显的互联网思维特征,这一市场预计将在2015年内形成定局,被四五家巨头垄断,这类公司深耕市场多年,目前都已经进入C轮融资。另一种则是移动医疗开发的新热土:重度垂直医疗领域,也就是针对某一类疾病所做的开发应用。这位投资人进一步解释说,投资开发这一领域,除了要求开发者擅长互联网思维的玩法外,更加注重的是医疗专业团队的参与和建设。而国内目前涉足这一领域的开发公司基本上全部都是在医疗行业已经拥有多年的深厚积累。预计重度垂直医疗领域将在2016年迎来爆发,盈利模式也将从全疾病浅入口单一消费模式,变化发展为围绕某一类疾病产生多场景消费的形势,从而实现较好的现金流。

## 盈利 流量转化与收费是症结

想象是美好的,回到现实总要面对一些困难。看上去很美的移动医疗究竟如何才能盈利?大家都是“摸着石头过河,走一步看一步,如何将流量转化,并提高用户的粘性依然是具有挑战的现实问题。目前移动医疗大部分都是免费应用阶段,如何将流量转化成实实在在的收入是不能回避的问题。

“所有患者管理都是免费的,我们只有在为患者提供个性化的治疗方案时才收费,标准为每次6元。但是现实是,只要提到收费,推广和应用就比较难了,尽管6

元并不是多么高的费用。虽然在医保范围内也有一项‘远程管理’的收费,就是指通过网络可以收取每天2.5元的费用,可是按天收费的标准还是会受到患者质疑。而且收费方式要在线下进行,还是会给对患者带来不便。我们也希望有关部门能想出些办法,使得网络问诊和移动医疗的收费规范起来。毕竟我们的医护人员在这方面投入了非常大的精力,除了正常工作,还要花大量的心思为终端的患者及家属提供咨询服务,督促他们做好病人的自我管理,不断充实在这个平台上的知识问答

等。可是作为医护人员,这样长期的免费劳动,不知道还能坚持多久。”中大医院的韩晶护士长对此直言不讳。

业界专家指出,不可否认,移动医疗商业模式还需要不断探索,“叫好不叫座”是阶段性的现象,其中,瓶颈主要是整个医疗服务行业处在市场化的变革初期,大众的移动医疗消费习惯还需要进行培养。投资开发公司应该鼓励医生使用移动互联网为患者服务,获得合理收入。移动健康平台应寻找一些比较合理的商业模式,比如衍生出的药企、保险等第三方收费方式。