

民营医院遭遇“生死”局

本报记者 阎倩如 北京报道

4月9日下午,北京市西城区广安门附近的一家连锁口腔医院大门紧锁,门上通知显示,为响应疫情防控工作延迟开诊时间,具体开诊时间另行通知。而在往日,这家医院会从每天早上9点营业到下午6点,在大众点评平台上,还获得了“铜牌”的等级标识,评分高达4.97分。

这家医院的现状已经成为疫情暴发以来我国民营口腔医院的普遍现象。

在《中国经营报》记者陆续走访的附近5家口腔医院中,只有1家诊所还在营业。这家口腔诊所在门口摆放了一张桌子用作隔绝外来人员,患者需要经过测体温、登记、戴鞋套、手消毒的全部流程才被允许进入,且要提前进行预约,否则不予接待。

“经营基本恢复正常,但现金流压力山大!”“这个时候只能让员工多体谅医院的困难,一起扛过去。”

除了口腔医院,疫情防控期间各地社会办医疗机构纷纷关停,失去收入来源。近日,国内多家社会办医疗机构的管理者向记者表示,尽管疫情后经营逐渐恢复,但现金流方面的压力仍不容小觑。

前线医护人员奋战于新冠肺炎疫情防控救治,后方经营面临现金流压力,同时成片小型诊所关停、转让……疫情暴发至今,我国社会办医行业正处于前所未有的变局之中。

经营承压

由于不能收治急症之外的普通病人,许多社会办医院失去了现金流支撑,医务人员的基本薪酬支付面临困难。

疫情暴发之初的1月27日,北京和睦家医院公告,为提升应对疫情能力,对发热门诊升级改造,暂时停诊。公告一出便引起关于社会办医院在疫情中缺位的质疑。其后,北京和睦家医院澄清实为连续两日连夜赶工升级改造,不存在推诿之说。

中国非公立医疗机构协会常务副会长兼秘书长郝德明介绍,国家已经明确社会办医是我国医疗卫生服务体系的重要组成部分和重要力量,但在本次突发公共卫生事件应急体系中并没有把这支重要力量纳入统筹管理。因此,此次援鄂医疗队是以公立医疗机构的力量为主,我们动员的319支医疗队3383名医务人员是一支民间的志愿者队伍,但到后来也被政府纳入了一视同仁的政策关心对象。

“公立医院有着严格的组织纪

洗牌来临

长期来看,业内人士普遍认为这次疫情将是行业升级的一次机会。

从采访中可以了解到,此次参与抗击疫情的社会办医疗机构,普遍是大型医疗集团旗下医院、三级综合类医院或在急诊、重症等学科具有较强实力的医院。

如中美医疗集团旗下京东中美医院第一时间响应河北省应对新型冠状病毒肺炎疫情防控工作领导小组号召,组织医疗队前往武汉一线支援。同时,全国各地集团旗下的医院,也被纳入当地的定点发热门诊医院。

海尔医疗集团从物资筹措到医疗队的招募,到打通交通障碍的各项工作,都由集团独立、自发组织完成。援鄂医疗队承接了武汉商职医院2病区的患者接诊救治工作。该病区有很多高龄疑似患者,医护人员不仅承担了诊疗和护理工作,还担当起病人与家属之间的“桥梁”,在心理上给予患者安慰。

和康医疗集团则在2月9日就响应杭州市卫健委号召,集结了15名援鄂医疗队队员前往一线,进驻武汉同济医院光谷院区重症病房。同时,集团旗下医院也参与到社区防控、远程问诊、隔离点人员

律性,但在民营医院却并非如此,因为民营医院的核心就是待遇留人,比较现实。况且那个时候,医护人员有被感染甚至致死的情况,民营医院的压力是非常大的。”浙江和康医疗集团董事长钱培鑫指出,尽管如此,有能力的社会办医疗机构仍纷纷主动请战前往一线。

然而,在社会办医参与抗击疫情后方,部分地方政府部门相继暂时关停了社会办诊所、门诊部。非公医疗协会数据显示,全国有社会办诊所24.2万家,基层医务人员逾百万。

随之而来的是现金流压力。第三方医院管理咨询机构广州艾力彼发起问卷调查,涵盖26个省份2014家公立医院和112家社会办医院。调查显示,如今九成医院存在资金压力,民营医院的处境更为艰难。近六成民营医院的现金流支撑不足2个月,55.1%的受访医院2

检测防控等防控工作。

在湖北之外,与武汉一山之隔的河南信阳成为此次疫情的重灾区。作为信阳当地唯一一家民营三级综合医院,河南圣德医院院长程红介绍,医院300多名医护人员日夜奋战,并先后派出3批次医护专家组18人次,支援市第五人民医院医疗救治、市疾控中心核酸检测,同时全院30多个临床科室正常开诊。

然而,与这些技术力量较强的医院相比,整体来说,我国社会办医仍面临着小而散的局面。钱培鑫指出,民营医院存在规模小、分散、医生资源少等特点,而且小专科居多,自己购地建房、租房,实际上是能力不够。

胡洲庆指出,虽然非公立医疗机构在规模上、资源上相比公立医院还有相当大的距离,但抗击疫情的热情一点儿不差,医护人员纷纷主动请缨奔赴武汉前线。只是由于非公立医疗机构在疫情开始时未纳入政府统一安排的支持计划,出征申请、防控指挥部审批、物资筹措、赴汉交通,往

月份的支出比去年同期增加。

中美医疗集团行政总裁郭华伟介绍,由于疫情期间医院不能收治急症之外的普通病人,许多社会办医院失去了现金流支撑,医务人员的基本薪酬支付面临困难。与此同时,由于需要加强疫情防护,医院的经营成本不降反升。尽管目前疫情稳定,但医院业务量的恢复仍需要一段时间。

人力成本是医院疫情期间主要的运营成本组成部分。丁香园旗下平台丁香人才网近日针对疫情期间医务人员收入进行调查。结果显示,在742位参与调查的医务人员中,56.3%的人表示绩效、奖金受到影响,基本工资没有影响;29.4%的人表示基本工资、绩效、奖金均受到影响。在下降幅度上,36.4%的医务人员表示收入下降了30%~50%,还有5.7%的医务人员

往需要付出相比公立医院更多的工作和协调,才能顺利抵达武汉。

不过,长期来看,业内人士普遍认为这次疫情将是行业升级的一次机会。郭华伟指出,这次疫情,给过去靠单纯轻资产运营、靠广告拉动业绩、炒作概念等以短期盈利为目的的社会办医疗机构带来了巨大考验,无法支撑过三个月的机构可能面临关停、变卖。相反,有核心竞争力、技术积累的长线规划的医院,迎来了发展机会。因此,未来行业将迎来两极分化的局面。

郝德明指出,实际上,在疫情稳定后,平时经营管理规范、口碑好、技术好的社会办医院普遍已经逐渐恢复到日常经营水平。受到较大影响的,一方面是口腔、体检、美容等提供非基本医疗服务的机构,另一方面是过去经营不规范、没有核心技术、鱼目混珠的机构。

东北某三线城市的社会办三级综合医院的一名医生告诉记者,由于医院是由老牌公立专科医院合并改制而来,积攒了良好的口碑,疫情过后医院门诊量很快恢复



抗击新冠肺炎援鄂专业医疗队返回上海。

中新社/图

表示工资目前还没发。

对此,郭华伟指出,困难时期能否留住人才,更加考验医院的实力和文化建设水平。目前,中美医疗集团的核心医务人员仍与医院共同坚守,渡过疫情。

海尔医疗副总裁胡洲庆介绍,疫情中,海尔医疗集团化的运行弥补了各单体医院相对于大型公立医院规模上医疗资源的弱势,有效发挥集合优势,聚焦康复护理和肿

瘤综合治疗,虽然部分科室受疫情影响必须关停,但仍通过多方努力,将损失降到最低。

大型医疗集团尚且承压,小规模的社会办医疗机构则面临关停甚至转让的局面。

在华夏医界网医院转让板块,据记者不完全统计,2月份共有15条社会办医院股权转让信息,3月份则增至60条,其中主要为一级医院。而在2019年3月份,转让信息仅30条。

在医院发展方向上,社会办医疗机构的管理者达成共识。上海德济医院院长郭辉指出,唯有加强学科建设和人才梯队的建设,才能以不变应万变。同时,医院管理者一定要亲临一线,才能够对突发情况及时掌握,作出反应。

另一方面,从产业的发展前景来说,钱培鑫认为,疫情对整个全球经济和中国经济是很大的一次打击,但是,对于互联网经济和医疗行业却产生了正向影响。在投资方面,现在各个行业都在萎缩,唯有医疗行业态势良好,这能够吸引更多投资,可能就有更足够的资金去发展布局,所以从投资角度来说对和康也是一个很好的机遇。

郭华伟认为,此次疫情为社会办医疗机构的创新医疗发展方向带来了新的思考。在过去,医疗机构的线下门诊和线上问诊服务没有并行。在疫情期间,中美医疗集团旗下医院的医生走进社区,为特殊病人提供上门服务,促进了线上服务、家庭、社区三位一体的建设。在“后疫情时期”,中美医疗集团将着手搭建这一平台,迎接市场机遇。

“富了方丈穷了庙” 西藏药业超四成营收流向大股东

本报记者 晏国文 曹学平 北京报道

“大股东从公司提取巨额推广费,这严重伤害了投资者的感情……如果大股东过度收取推广费……我们也可理解。这样公司利润可能增加1倍,股价将增长1倍,大股东可以通过股价上涨吃到肥肉,为什么非得吸血呢?”

大股东抽走超四成营收

公开资料显示,西藏药业于1999年上市,为西藏自治区首家高新技术制药上市企业。上市初期西藏药业以藏药为主,现在其产品以心脑血管用药为主。目前,西藏药业的控股股东为康哲药业,持股38.10%。

2019年,西藏药业营收为12.56亿元,归属于上市公司股东的净利润为3.12亿元。

西藏药业核心产品有注射用重组人脑利钠肽(商品名:新活素)、单硝酸异山梨酯缓释片(商品名:依姆多)、诺迪康。其中,作为西藏药业最核心的产品,新活素销售收入占该公司总销售收入的65.22%。

在产品销售和推广模式上,2017年之前,西藏药业主要采用了由大股东康哲药业买断销售并推广的模式;2017年及之后,西藏

4月8日,一位长期关注西藏诺迪康药业股份有限公司(600211.SH,以下简称“西藏药业”)的投资者发帖,寻求西藏药业管理层回应大股东关联交易的问题。

2019年,西藏药业接受控股股东康哲药业(00867.HK)提供的药品推广服务,共发生推广费5.29亿元,占销售费用的比例为

84.95%,占西藏药业当期营业收入的比例为42.14%。

西藏药业与大股东康哲药业的关联交易也受到不少中小投资者的反对。西藏药业《2019年年度股东大会决议公告》显示,对于“关于日常关联交易预计的议案”,虽然最终被审议通过,但是5%以下股东有一半以上投了反对票。

药业改为自行销售,同时委托大股东康哲药业推广。

近三年,西藏药业的销售费用率一直在逐年增高,分别为41.16%、47.12%和49.60%。

据了解,因为康哲药业从西藏药业获取的推广费较高,西藏药业多年前也曾被指“富了代理商穷了自己”。

2019年,西藏药业销售费用为6.23亿元。西藏药业接受大股东康哲药业提供药品推广服务,共计发生推广费5.29亿元。年报指出,西藏药业的销售费用较上年同期增加1.39亿元,增长28.65%,主要原因是新活素销售收入大幅增加,推广费相应增加影响所致。

在接受记者采访时,刘岚介绍,公司与大股东康哲药业前一年度和新一年的关联交易

情况,公司每年初发布的《关于日常关联交易预计的公告》均有介绍。“目前,公司给大股东新活素推广费比例为销售收入的54%。康哲药业的推广费按销售收入来提成。销售得多,相应的提成就多。”

刘岚说:“事实上,公司和大股东康哲药业的合作从2008年就开始了。2008年康哲药业还不是公司的关联方,双方仅有上下游的合作关系。到2014年,康哲药业通过从二级市场上收购股份,协议受让股份,成为公司的大股东。从此,康哲药业由公司的非关联方变成了关联方。”

“2008年,新活素推广费用占销售收入的比例为61%。后来,随着新活素又入医保目录,整个产品的推广费用率到现在降到了54%。西藏药业与康哲药业的产

对于大股东关联交易推广费较高的问题,日前,西藏药业董事会秘书刘岚在接受《中国经营报》记者采访时表示,西藏药业与大股东康哲药业的药品推广合作有较长历史和较深的渊源。2019年康哲药业为西藏药业新活素推广而收取的推广费为该品种销售收入的54%,依姆多的推广费为销售收入的18%。

品推广合作是有历史沿革的。从双方还是非关联方的时候,产品推广合作关系就一直存续到现在。”刘岚介绍。

刘岚向记者解释称,推广费用比例依据产品所属的不同阶段有所不同,甚至有很大差别。

刘岚说:“药品推广费用比例的高低,跟药品的属性和该药品所处的阶段有很大关系。康哲药业为公司推广两个药品。其中,新活素是需要做较强的学术推广的,推广费占销售收入的比例为54%。另外一个产品依姆多,在全球上市应该有20多年,是患者比较熟悉、市场比较成熟的药品。这个药品的推广费比例为18%。两个产品的推广费收取比例有较大差距,主要是根据不同产品所处的阶段和患者熟悉度以及难易决定的。”

对大股东依赖性畸增

相较于长期高额的销售费用及推广费用,西藏药业研发投入显得“捉襟见肘”。2017年至2019年,西藏药业研发投入分别为661.73万元、1021.12万元、1460.26万元,研发投入占营收的比例分别为0.72%、0.99%、1.16%。

对于研发投入较低的问题,西藏药业3月2日在e互动平台上解释称,公司目前对新产品研发投入较少,低于同行业水平的主要原因是公司目前在研产品较少。在研项目主要包括重组人白介素-1受体拮抗剂滴眼液项目和红景天人工种植项目,故投入较小。按照公司发展规划,公司将持续考察、研究合适的项目进行研发,储备在研品种。

记者梳理发现,近几年,西藏药业一直在提及减少对大股东的依赖。多年来,西藏药业在《关于日常关联交易预计的公告》中表示,根据公司发展战略,本公司还将不断引进适合公司销售的产品,以增加公司产品目录,加强公司产品组合,不断增强公司的独立性,逐步减少对大股东的依赖。

但实际上,西藏药业对大股东的依赖性却越来越大。西藏药业由大股东康哲药业及其关联方负责推广的产品所产生的利润占其净利润的比例逐年提升。西藏药业每年初披露的《关于日常关联交易预计的公告》显示,2016年至2019年,该比例分别约为57.51%、60%、71%、79.69%。

西藏药业与大股东康哲药业的关联交易也受到不少中小投资者的反对。

西藏药业《2019年年度股东大会决议公告》显示,“关于日常关联交易预计的议案”获得了3195.13万票同意,同意的票数为98.45%,该议案被审议通过。

然而,值得注意的是,针对“关于日常关联交易预计的议案”,5%以下股东有一半以上投了反对票。

5%以下股东的表决情况显示,针对“关于日常关联交易预计的议案”,同意的票数为47.13万票,占比48.42%;反对的票数为50.19万票,占比为51.57%。

对于公司与大股东康哲药业的关联交易模式,刘岚介绍道:“目前,公司几个主要产品新活素和依姆多都是交给大股东康哲药业进行推广,由公司自己销售。其他几个产品诺迪康、小儿双清颗粒等由公司自己的队伍来做推广。”

刘岚说:“实际上,为什么要交给大股东来做推广,或者一个产品为什么要交给第三方来做推广呢?因为养一支覆盖全国的推广队伍需要花费很多的资金和精力。从我们公司的销售能力来说,目前还不具备自己独自承担这么大的品种的推广要求。大股东康哲药业在心血管领域有较强的推广队伍和较久的推广经验,公司跟它合作可以优势互补。”

刘岚解释称,在专业分工越来越细的今天,医药行业要求的专业化能力越来越强,企业不一定要从生产到最终的推广和销售自己全部做完。把专业的事情交给专业的人或企业来做这样效果会更好。推广或委托销售在医药行业是很普遍的现象和模式。