

国产医疗设备加速崛起

本报记者 张悦 曹学平 北京报道

8月,中国政府采购网发布《中国医学科学院肿瘤医院医用磁共振成像系统项目公开招标公告》(下称《公告》),中国医学科学院肿瘤医院准备以2300万元采购一套医用磁共振成像系统,在是否接受进口产品中明确标注“否”。

就不接受进口产品的原因,《中国经营报》记者拨打公告中该院方联系方式,工作人员表示国产能够满足需求因而采购国产设备,采购进口设备则需要申请,但并未透露具体采购流程。

此前国务院办公厅《关于促进医药产业健康发展的指导意见》显示,国产药品和医疗器械能够满足要求的,政府采购项目原则上须采购国产产品,逐步提高公立医疗机构国产设备配置水平。

中国医学装备协会副秘书长兼学术交流与教育培训部主任杨建龙向记者表示,医疗设备属于多种高水平学科交叉融合产品,上游的关键技术和零部件掌握在少数发达国家极少数企业手中,高端医疗设备产业上游供应链多数拥有科技含量极高的制造工艺或合成技术,如芯片技术、精密仪器加工技术、微电子技术等,实现完全自主的过程较为艰辛,且不是单凭医疗器械企业能够做到的。对于未来国产医疗设备企业的发展,企业应当首先抓住国家政策的利好,同时要努力提升产品的质量稳定性、性能的先进性,将设备功能做得尽量全、满足临床要求,尤其对于暂时不具备的高端功能要加强科研以及核心技术的攻关。

国产品牌产品力提升

国产品牌自身的产品力近年在不断提升,能够越来越多地满足医疗机构的使用需求,性价比方面的优势明显高于国外品牌。

根据中国政府采购网的公告,近年多家医院在采购相应设备时备注只采购国产设备或不接受进口产品。

一位业内人士向记者介绍,就医疗设备而言国产产品和国产品牌实际是两个完全不同的概念,对绝大多数设备而言,国产产品包括了国产品牌和在国内生产的国外品牌。因此,在政策鼓励应用国产产品的同时,若用户对进口设备有需求也有相应的选择。部分省份的集中采购中以进口设备居多,但其中有相当一部分是在国内生产。

杨建龙也表示,目前关于国产

抓住利好机会

由于特定的历史背景,医疗行业大多为医院自行采购设备,医院在采购进口设备时依据财政和海关要求需开展进口医疗设备论证的审批程序,一直延续到现在。

在政策方面,近年来多省发布采购进口医疗设备的相关规定。

2021年2月,浙江省财政厅公布了《2021—2022年度全省政府采购进口产品统一论证清单(医疗设备类)》的通知,被纳入浙江省政府采购进口产品统一论证清单的医疗类设备共有195种。

2021年3月,为了推进省级卫生健康机构政府采购进口产品目录清单管理,简化程序,提高进口产品政府采购效率,广东省卫健委发布《关于2021年省级卫生健康机构进口产品目录清单的公示》,名单包含46项产品目录。以名单中的磁共振成像系统(MRI,3.0T及以上)为例,允许选择进口品牌的理由显示,进口产品在成像质量、科研软件功能等方面对比国产产品有一定的优势。国内现有产品无法满足部分临床或科研在

医疗设备概念相对较为模糊,并没有明确的定义。

北京协和医院近一年的采购招标公告中,多个科室的设备采购标注只采购国产设备,包括研究型病房设备采购项目、重点学科发展(检验)设备采购项目等,预算金额从几十万元至上百万元不等,部分科室设备采购项目标注可采购进口产品。

今年6-8月,武汉市东西湖区卫生健康局2022年区卫生系统医疗设备采购中,8项公告的采购预算总额6000万元,在是否可采购进口产品一项中均标注“否”,其中九州通医疗器械集团有限公司供

成像质量、科研软件功能等方面实质性需求,建议允许进口产品参与。此外,部分设备允许选择进口品牌的理由包括国内品牌数量不足以满足政府采购法规有关公开招标方式采购的最低数量要求、中国境内无法获取(国内暂无同类产品)等。

今年4月,安徽省三部门联合印发《关于规范公立医疗机构政府采购进口产品有关事项的通知》,自6月1日起,各医疗机构使用财政预算资金和“自有资金”采购进口产品,通过“徽采云”平台上传相关申请表格和专家论证意见,实行在线申报,主管预算单位和设区的市级以上财政部门在线审批。审批完成后,根据相关规定开展采购活动,未经批准的不得开展进口产品采购。

对于采购进口设备需要进行

审批的原因,杨建龙表示,相关要求并不是现在才出现,在《政府采购法》还未实施前,由于特定的历史背景,医疗行业大多为医院自行采购设备,医院在采购进口设备时依据财政和海关要求需开展进口医疗设备论证的审批程序,一直延续到现在。

财政部对十三届全国人大四次会议第8584号建议的答复显示,公益性医院的财政补助收入以及事业收入、经营性收入和其他收入等“自有资金”,均纳入部门预算管理。公益性医院凡使用纳入部门预算管理的资金开展的政府采购活动,无论资金来源,都应当执行政府采购规定。杨建龙表示,医院资金作为财政资金购买设备时,根据相关要求应当优先采购本国产品,但对于在招标公告中标注不接受进口的现象一般属于医院

度,未来超高端的产品很大一部分增量仍来自于高等级的医院。

杨建龙介绍,近年国产替代的速度在加快,在政策的驱动下国产医疗器械企业的销售规模和额度增加,总体利于国产替代,部分三甲医院进行科研和高水平治疗时也会购买进口产品,短期内国产设备还不具备高端应用条件,因此没有太大影响。就基层医院的设备应用而言,乡镇医院国产设备的应用比例较大,而对县级医院来讲,近十年来发展速度较快、医院规模不断扩大,购买内镜、超声、活检、CT核磁等进口设备的比例也

有所上涨,如中东部发达地区的一些规模较大的县级医院进口设备在资产金额上占据一定比例。

安徽省医保局消息显示,2020年度全省公立医疗机构乙类医用设备报名集中采购70台设备。截至2021年6月,完成45台设备开标评标工作。其中,国产品牌中标8台,中标数量占比17.8%;国产设备(国产品牌和在国内生产的国外品牌)中标15台(8台国产品牌,GE天津公司中标1.5T磁共振第1包7台),中标数量占比33.3%。国产设备中标比例较往年呈上升趋势,基本形成国产设备与进口设备充分竞争的局面。

自设的采购行为,并非国家强制要求,不具备普及推广的基础。

湖北省政府采购网显示,近年华中科技大学同济医学院附属同济医院、武汉市东湖医院、宜昌市第二人民医院等省内多家医院在采购进口产品时公示了专家论证意见。前述业内人士也表示,就国家医疗设备采购要求而言,做进口论证的流程存在已久,如果某医院需要购买进口的产品,需要向上级主管部门申请,说明国产设备不能代替进口设备的原因,并非从近期才开始。

而对国产医疗设备企业而言,未来应当如何突破?前述业内人士表示,非常高端的医疗设备如3.0T及以上等级的磁共振、128排或更高排数的CT、高端血管机等,国产品牌还存在着一定的差距——实际上是研发的积

累。对高端医疗设备而言需要长期的积累,包括技术、产品、临床应用等多方面,“毕竟是医疗设备,必须在医院取得一定的反馈,如果机器都没有装在医院又谈何临床积累呢。”国外的部分产品可能早10年甚至20年开始做相关积累,目前具有一定的优势,因此,企业也会从人员增加、高水平人员引进等多方面加强研发端的投入力度。

杨建龙表示,对于常规检查和治疗,本土制造的绝大多数设备能够满足需求,在部分高端领域如放疗、影像核磁等,尤其是部分设备的高端零部件、耗材存在一定欠缺。企业应当首先抓住国家政策的利好,同时要努力提升产品的质量稳定性、性能的先进性,将设备功能做得尽量全、满足临床要求,尤其对于暂时不具备的高端功能要加强科研以及核心技术的攻关。

平安健康中报出炉 聚焦企业端战略显成效

本报记者 阎倩如 北京报道

近年来,广大一、二线城市职场竞争日益加剧,涉及员工生命健康的社会事件频发,员工的日常健康管理逐渐引起各界重视。在此背景下,医疗行业各细分领域的头部公司也纷纷将目光投向市场广阔的企业端用户及其员工,力图在提升国民健康管理水平的同时,探索新的商业路径。

8月18日,平安健康医疗科技有限公司(股票简称“平安好医生”,1833.HK,以下简称“平安健康”)公布了2022年中期业绩报告。

聚焦企业健康管理痛点

中报显示,平安健康过去12个月内付费用户数环比增长约200万。作为一站式企业健康管理服务提供商,公司打造“易企健康”2+4企业健管产品体系,包括“体检+”“健管+”等内容,按需为企业员工提供一站式健康管理解决方案。

与此同时,“综合金融+医疗健康”协同效应日趋凸显。平安健康持续挖掘平安集团管理式医疗模式的经验、科技、客群和资源等优势,更好地实现与金融业务的双向协同,打造“有温度的金融”。截至2022年6月30日,公司累计服务企业客户数749家,过去12个月内付费的企业员工与企业的客户超过200万,金融端付费用户数超过3300万。

平安健康上半年的业绩表现使其聚焦B2C用户战略得到有力验证。

近年来,员工健康问题日益凸显。因长期使用电脑、伏案工作,高血压、高血糖和脂肪肝等慢性病患病群体逐渐扩大,腰椎、颈椎等部位疾病患者趋于年轻化。此外,由于社会压力、职场压力等综合作用,员工患精神类疾病的风险也不容忽视。

第三方机构Mercer发布的

绩效报告。报告期内,平安健康总收入达28.3亿元,毛利率提升至27.3%,其中,医疗服务毛利率环比提升13.3个百分点。过去12个月内付费用户数快速增长至超4000万,累计服务企业数达749家,累计咨询量超13亿人次。

平安健康聚焦企业端的战略成效在上半年业绩中得以显现。通过深入调研,挖掘企业和员工需求,平安健康基于医疗服务能力和供应链整合能力,重构员工健康管理产品体系,针对性解决企业员工健康管理普遍存在的单一、分散等问题。

《2020中国企业管理报告》显示,针对中国25个行业223家企业调研中,2020年制定健康战略规划比例达33%,较2018年的20%有显著提升;同时,2021~2021年期间,计划增加健康管理费用的企业近八成。

在此背景下,互联网医疗平台纷纷注意到了企业端客户广阔的市场空间,提供了多种模式的产品。目前行业中已经出现的服务模式一类是围绕企业员工福利场景,基于SaaS服务模式,将流程全面“上云”,帮助员工和业务部门免去繁琐的线下流程。或面向企业场景,为员工提供灵活性高的定制福利计划,覆盖多种传统医保计划中并不包含的健康服务。

还有一类是建立一站式员工管理平台,以提供增值服务的方式,升级员工健康管理产品,用辐射线上、线下全场景的服务体系帮助HR进行可视化管理,进而达到利用企业福利对员工健康问题进行事前干预和后续管理的目的。

不过,当前大多数员工健康管理产品仍存在体系简单、服务分散等问题,导致客户感知度不够、员工体验感不强。

重构员工健康管理体系

针对企业健康管理中存在的多项痛点,平安健康根据各企业的行业属性、员工情况等,提供定制产品和丰富的健康活动,帮助企业优化员工的就医效率,保障员工身体健康。

以某大型国企为例,该企业的员工56%以上年龄达50岁,且分散在十多个地级市,其中2.1万人是离退休人员。这个群体每次去医院都需要家人陪同,看病折腾。

该企业与平安健康合作后,平安健康为其提供一体化线上平台,既可以支持实物购买,又可以提供在线问诊、门诊检号、健康体检、重疾住院等服务。家庭医生24小时一对一在线问诊,可以极大缓解老年人就医不便的问题。

具体而言,该企业通过平安健康APP,根据员工工龄发放对应金额的福利金,员工可以在平安健康上将这些健康金豆换成不同的权益,从而获取各种服务。

包括购买健康服务类商品,如体检卡、洁牙卡等、开通(并绑定)保健医生,可享受免费线上问诊;直接在平安健康商城里购买商品,包括健康商品、品牌产品等;用平安健康里的药诊卡权益在线上商城及线下药店购买药品。

这种服务方式的核心价值在

践行“管理式医疗”

用户付费意愿提升的基础是平台能够提供专业的医疗能力。平安健康致力于打造以家庭医生为核心,以专科医生为支撑的医疗健康服务生态,上半年家庭医生服务的人均发起咨询次数达14.5次。在不断优化会员产品的同时,公司向提升家庭医生团队的诊疗与服务串联能力,赋能企业员工健康管理。中报显示,截至2022年6月30日,平台上已积累来自20个科室的近4.9万名内外部医生团队及健身教练、营养师和心理咨询师,可全面覆盖用户的医疗及健康



平安健康聚焦企业端的战略成效在上半年业绩中得以显现。

视觉中国/图

于,线上消费与线下实体店消费并行,符合中老年群体的消费习惯,还起到了补充医保卡的作用。且企业员工从健康到亚健康再到轻症的各个阶段,都可以享受一站式全方位服务。

更进一步,平安健康整合线上线下优质资源,推出面向企业和企业员工的“易企健康”健康管理产品体系,通过丰富的产品矩阵加快企业客户的覆盖,帮助企业提升员工的健康水平。

“易企健康”产品体系,包括2

大核心产品:“体检+”、“健管+”以及4大定制产品。“体检+”产品按性别、职业等6大标签,匹配相关风险因素,打造多样化体检产品和多档差异化服务方案。同时,还提供企业健康白皮书等服务,助力企业实现数字化管理;“健管+”系列产品是通过专属家庭医生团队主动串联咨询、诊断、诊疗、服务四大核心流程,全方位满足员工个人及家庭医疗健康需求。

在上述2大核心产品的基础上,平安健康还开发了4大定制

产品,包括“随心配”、“职场健康”、“智慧医务室”和“员工福利兑换平台”,以满足企业多层次的健管需求。通过“随心配”产品,企业可以根据员工数和个性化需求,定制不同的体检产品套餐。“员工福利兑换平台”提供包括咨询问诊、药品权益、健康服务、健康商品等系统性的员工健康福利解决方案,提升企业健康福利管理效率,并促进企业健康福利数字化转型。对企业而言,解决了员工健康问题,企业生产力就有了保障。

需求,患者五星好评率稳定在98%以上。

针对需求较高的专科领域,报告期内平安健康建立7个专病中心,覆盖预防、筛查、治疗、康养等场景,并通过与大型三级医院及外部优质专家学科资源合作,为用户带来全病程精细化管理和一站式医疗健康服务。同时,平台累计签约名医超1500名,与专病中心相辅相成,共同提升专业医疗服务能力。报告期内,医疗服务毛利率环比提升13.3个百分点,医疗服务收入占比提升至40%。

在不断完善线上线下网络体系过程中,平安健康打造了750项服务,涵盖健康管理、亚健康、疾病管理、慢病管理、养老管理五大场景。截至2022年6月30日,平安健康合作医院数超3000家,其中近85%为三级医院;合作药店达20.8万家,全国覆盖率超35%,在超过150城实现1小时送药,在80座城市开通7×24小时送药服务;合作健康服务供应商超过10万家。报告期间,公司“到线、到店、到家”三到服务网络收入占比提升至63%。

在链接多品类医疗健康资源的同时,平安健康建立涵盖从准入到退出的全链路供应商管理质控体系,针对用户需求实现高效、精准的匹配,更好地为其提供覆盖线上线下、院内外、诊前诊中诊后的连续性、全周期的医疗健康服务。

展望下半年,平安健康董事会主席兼首席执行官蔚豪表示,公司将持续深入洞察企业端和个人用户需求,用心做好产品打磨和服务提升,协同建设符合中国需要、有平安特色的中国版“管理式医疗模式”。