

腾讯联手贵州百灵试水一年 “医疗大数据”前景可期

■ 张晓晖

这究竟只是一场传统制药企业和互联网公司做的“大数据”噱头,还是正儿八经的会干出来一番事业?这个答案目前看起来还不是很明朗,毕竟贵州百灵企业集团制药股份有限公司(下称“贵州百灵”)和腾讯公司(深圳腾讯计算机系统有限公司)在“互联网+慢病医疗”大数据的商业探索才刚刚开始,商业路径也不十分清晰。

但有一点可以看到的是,自从贵州省政府确立“大数据”发展模式以来,马云、马化腾、郭台铭、雷军、周鸿祎等一干大佬光临贵阳之后,贵州百灵、腾讯公司和贵州省卫计委三方联手推出的“互联网+慢病管理”是第一个有实际反馈的大数据成果。

试水贵州模式

早在2015年5月,贵州省人民政府与腾讯公司、贵州百灵签订“互联网+慢性病医疗服务”三方战略合作协议。

三方将依托腾讯公司的用户数据基础、云计算能力,以及社交平台和媒体平台,推进“互联网+”在慢性病医疗服务方面的应用,探索慢性病信息管理和新型医疗服务模式。借助贵州百灵的糖尿病专业治疗能力,构建起一个慢性病患者的大数据。

紧接着的2015年8月,贵州卫计委、腾讯公司和贵州百灵共同打造了贵州省糖尿病防控信息中心(以下简称“信息中心”)。

来自贵州省卫计委的官员表示,目前信息中心的“互联网+慢病管理”贵州模式正在全省推广。这意味着,经过一年的探索,腾讯公司和贵州百灵的“互联网医疗”模式有了初步的进展,信息中心将向贵州全省乡镇医院医生免费发放由腾讯开发的糖大夫智能血糖仪,贵州省所有糖尿病患者,将可以完全免费申领这款智能监测血糖的终端,而腾讯也将借此形成一个糖尿病患者的基础数据库。

具体的方式是:患者通过血糖仪随时测量自己血糖,血糖值会第一时间发送到患者家人和信息中心,如果患者的血糖值出现异常,信息中心的医务助理将会拨打电话给患者,沟通用药情况、饮食情况。

自从贵州省政府确立“大数据”发展模式以来,马云、马化腾、郭台铭、雷军、周鸿祎等一干大佬光临贵阳之后,贵州百灵、腾讯公司和贵州省卫计委三方联手推出的“互联网+慢病管理”是第一个有实际反馈的大数据成果。



也就是说,信息中心将通过血糖仪实时监控患者的健康状况,为糖尿病患者提供远程监测、预约诊疗、在线医嘱等服务。目前,信息中心监测的患者人数为7000多人,主要试点地区为贵州省遵义市绥阳县洋川镇,患者日常病情管理均可以在医院外进行,遭遇严重情况也能第一时间接到预警并及时就医,通过信息中心与患者形成良好的互动关系。

贵州百灵董事长姜伟表示,“我们认为互联网技术能够提升慢病管理的效率,能够提供针对患者的个性化管理方案。目前的实验得出两个结论,一是我们运用互联网技术,为重大疾病尤其是慢性病管理,开创出一种全新的健康管理方案;二是在贵州省医疗资源有限,且分布不均匀的条件下,优化了医疗资源的配置。”

这个模式摸索出一套高效率、精准性的糖



尿病慢性管理方法,模式可以复制、推广,是一个具体能够实施落地并体现社会效益和经济效益的项目,糖尿病患者可以从中受益——对早期的糖尿病肾病、视网膜病变和糖尿病足的患者可以采取个性化干预措施,在一定程度上降低其致残率(糖尿病引起的失明、肾病和截肢)和病死率,降低个体与国家在医疗费用方面的开支。

腾讯首次涉足基层医疗

在贵州模式之前,腾讯公司与贵州百灵,这两家企业平时素无交集,从事的行业也相差十万八千里,一个从事互联网信息产业,一个从事民族医药(苗药)产业。

然而对腾讯公司而言,其野心并不止于贵州和糖尿病,在腾讯推出免费的智能血糖仪叫做“腾爱·糖大夫”在血糖仪和患者背后,腾讯公司还拥有个叫做“腾爱医生”的项目。

2016年3月10日,腾讯腾爱医生平台与国内9大医生集团在上海签约,9大医生集团入驻腾讯腾爱医生平台,与腾讯一起打造医疗领域移动信息管理平台。腾讯公司副总裁丁珂在签约发布会上表示,腾讯腾爱医生平台将连接医院、医生与患者,通过腾讯大数据技术及在智能医疗的经验积累,为医患双方提供定制服务,让看病这件事变得更简单、更透明、更顺畅。

在贵州百灵的合作上,腾讯公司副总裁丁珂表示,腾爱医生处于一个非常前期的过程,

我们现在都是一个开放的注册环境,逐渐完善腾爱医生群体的准入机制。

丁珂还详细解释了跟贵州百灵、贵州省卫计委共建的糖尿病大数据项目,他表示,传统的医生看病,并不知道患者的病情好坏程度,但是有了信息中心,后台数据会分析医生明天要诊断的病患病情危急程度,自动安排分级制度。这样一来,整个医疗资源的投放就非常精准,比如连续三次监测患者都是低血糖的话,信息中心会在五分钟之内响应。

在贵州模式向前推进的时候,仍然遭遇不少阻力,主要来自与患者的自我意识,腾讯公司糖大夫项目负责人网表示,可能还需要不少时间,如果没有一些手段(免费赠送智能血糖仪),可能需要更长的时间,尽管如此,还是看到慢病管理的新模式,也许到了一个临界点就突然起来了,完全颠覆性的慢病管理模式。

对于将来能够走多远,丁珂表示,腾讯公司自己心里也没有底,现阶段盈利方面没有任何要求与考虑。

目前这个糖尿病数据库大约不到10000人规模,继续往前推进的工作还很漫长,但这是腾讯公司在医疗系统领域一次非同寻常的尝试,腾讯试图通过互联网方式打造“患者+医生”大数据平台的野心已然显现。

贵州百灵趁势扩张

对于贵州百灵而言,目前最为显著的好处

就是,可以通过信息中心,不断地得到关于糖宁通络这款糖尿病新药的数据反馈。

贵州百灵董事长姜伟表示,大数据的收集直接反哺糖宁通络的新药研发进展,在慢病管理过程中,信息中心的服务模式可以加强百灵与患者之间的黏性。

糖宁通络由贵州百灵于2013年花费1亿元收购的苗药秘方基础上研制而成,是一种纯天然的糖尿病植物用药,目前该药物仍然处于临床阶段,只在贵州省内部分医院作为试剂流通,同时在贵州百灵的糖尿病专科医院使用。

贵州百灵总经理牛民介绍,目前糖尿病这块,贵州百灵取得的收入规模有1000多万,尚处于成长期。

2015年度报告显示,贵州百灵取得了不俗的业绩,营业收入19亿,同比增长20%;净利达到4.11亿元,同比增长32.5%。对一家中医药企业而言,这个增长速度已经惊人,虽然如此,但贵州百灵的糖尿病医院和糖宁通络胶囊仍在初始阶段,糖尿病专科医院目前仅在贵阳布局一家,糖宁通络胶囊仍然在新药临床试验。

姜伟表示,长沙马会上会布局新的糖尿病专科医院,目前刚刚拿到医疗卫生许可证,这是百灵去年前期签约的合作。根据运作一年来的结果看,糖宁通络效果已经确认,价值巨大。全国复制马上要开始,下一步百灵要在全国最大的城市都准备去开办中医糖尿病医院。目前很多城市很多合作伙伴,包括很多上市公司,都想与我们合作开办医院。

对百灵而言,百灵看中的是腾讯的大数据覆盖和反馈,有利于检验苗药的药性;对腾讯而言,糖尿病是一个非常理想的慢病品种,血糖可以实现实时监测,对患者各项指标进行在线管理,实现大数据汇集;对贵州省卫计委而言,这个项目具有社会效益。

但是目前的瓶颈在于,糖大夫血糖仪的是否可以达到数十万患者?贵州模式能否在全省铺开,乃至全国其他地区铺开?监测采集仪器的成本由谁负担?患者对远程在线医疗的接受程度等等都是决定这个项目成败的因素。

“关于与腾讯的合作,下一步会继续深入,争取把这个模式向全国复制。”姜伟说。

管理日记

多开“探讨会”,不开“检讨会”

■ 北京大北农科技集团股份有限公司
独立董事 鲁柏祥

一次,我们企业的一个销售部门开会,经理邀请我参加。我问:“这次开会主要有什么内容?”经理答道:“会议安排了三项内容:总结团队发展过程中的成功经验,找出团队目前运行中存在的问题,探讨团队未来发展方向。”我说:“这样的会议没意义,我不去。”

经理疑惑地问我为什么,我说:“总结成功经验应该放在最后一项,而探讨团队未来的发

展方向应该是最重要的。你们这样的会议把关键的东西颠倒过来,等到最后说未来的时候,大家已经昏昏欲睡,必草草了事。这样团队永远活在历史中,而对未来迷失方向。”

因此,我建议团队应该多开“探讨会”,而不是“检讨会”,要多问员工“怎么办?”而不是“为什么?”把过去看得越重,团队会死得越早。注重面向未来的“怎么办”才是管理的要义。管理永远要为达成目标寻找方法,而不是为达不成目标或完不成任务找理由。

消费金融坏账率基本为零

据了解,旅游业利润单薄是公认的事实,近几年在价格战的压力下更是家家亏损,有媒体此前报道指出,互联网金融的盈利点非常高,在OTA频频亏钱的情况下,寻找新的盈利点成为OTA的方向。

易观智库发布的《中国互联网旅游金融市场专题研究报告2015》数据显示,2014年中国互联网旅游金融市场的交易规模为19.7亿元人民币,渗透率为5.9%,预计到2017年整体渗透率将超过30%。有业内人士表示,甚至不排除一些企业将盈利点放在互联网金融上。

在金融事业成为目标之后,旅游企业涉水金融的可行性也让途牛借机搭上了金融快车。然而,有业内人士直接指出,旅游企业做互联网金融业务,实际上就是利用旅游企业大量的资金流打一个“时间差”。此外,魏长仁还表示,“做金融的话肯定是战略选择,短期的话做金融并不会赚多少钱”。

严海锋对于此种说法并未给予过多评论。当记者问及消费金融业务时,他表示,“实际上我们现在在做消费性金融坏账率基本为零。因为我们之前已经大力的在做,还是在原来的客户里面做,他本身就有比较优质,所以坏账率基本上是零。去年我们基本上是没有利息的,今年我们要收一些利息。”

金融作为旅游企业潜在的盈利点,已经在旅游业内成为趋势,但未来是否真的能够为企业创造利润尚不可知。有业内人士建议,金融产品种类繁多、专业性较强,在具体操作过程中要严格按照法律法规,切忌打擦边球。

(李冰)

小业态上位 麦德龙“从大到小”急拓便利店

中国零售行业的发展将更加注重小型业态,这是麦德龙入华20年后做出的新判断,麦德龙旗下的便利店业态“合麦家”也由此而生。“合麦家的商业及财务模式已经准备就绪,这是非常有潜力的市场。”麦德龙中国区总裁席龙表示,合麦家将通过特许经营模式快速推广,便利店已经被列为麦德龙2020年发展愿景的五大业务之一。不过,对于做惯了企业用户、定位“顾客仓库”、采取“现购自运”模式的麦德龙,跨界做便利店、迅速启动特许经营模式,面临的是大写的冒险和挑战。

小业态上位

“合麦家”其实在去年就已经悄悄出现在麦德龙上海普陀店旁边,这家80多平方米的小店成为麦德龙在中国测试便利店业务的阵地。席龙之前在接受媒体采访时曾表示,合麦家是麦德龙在中国的一个新品牌,专门为特许经营业务设立。据悉,首批的两家合麦家计划将于今年5月率先在上海开业,一家靠近麦德龙总部,一家在地铁金沙江路附近,其他城市的合麦家也在积极筹备中。

自2013年11月席龙接替何哲伟出任中国区总裁一职后,麦德龙便开始启动最大规模的变革。2014年4月麦德龙全球50周年的庆典上,麦德龙在上海发布了中国区新战略。彼时,席龙表示,麦德龙将全面优化在华的业务线,聚焦五大业务,即将过去的电商、商贸、福礼、大宗采购、餐饮、工厂、客户销售、现购自运批发商场、餐馆至电商、商贸支持、福礼产品、食品分销、现购自运批发市场五大业务。

在麦德龙中国20周年庆典上,席龙表示,麦德龙希望在2020年成为多渠道的领先者,并将其五大业务重新规划为现购自运、食品配送、福利礼品、便利店和电子商务五大业务。便利店虽然还在试验中,但已经取代商贸支撑被列入发展规划中,“我们在不断调整和优化业务线,以制定更适合中国市场的发展战略”。

便利店的火热已经传遍了整个零售行业,也成为诸多零售巨头的新欢。家乐福在去年试水便利店之后,今年开始向其他城市扩张;泰资企业正大集团的便利店在上海试运营后,已经开进了多个城市,去年底进入北京。虽然各自定位不同,但原来和消费者有一段距离的大卖场都在试图靠近消费者生活中的任何一个场景。

试水区域加盟

距离2020年还有四年,如何将一个零基础的业务迅速发展五大业务之一,麦德龙



●麦德龙中国区总裁席龙

选择区域加盟快速扩张。“虽然这是我们最年轻的业态,但我们总部已经有两年的样板店经验了。”席龙认为,采取特许经营,麦德龙没有100%的控制权,在扩张的同时也要保持谨慎,在其眼里,合适的加盟者应该是“可靠的、有一定经验、有足够资本、保证一定的盈利”。今年2月,日本第二大便利店罗森在武汉和中百集团超市签订协议,罗森授权中百超市先期进行一年的试行加盟。试行期结束后,如继续合作,中百超市按合同约定成为罗森正式区域加盟商,目标是三年500家店。

“我们首先会通过上海的两家店测试顾客接受度、欢迎度,在消费者认同的基础上确定我们的门店产品服务模式等。同时,我们会在合适的地区选择了解当地市场并且对零售有兴趣,愿意和麦德龙共同成长的公司或者个人作为区域加盟商的方式与我们合作拓展便利店业务。”但具体加盟资金问题,麦德龙方面表示,“还未最终确定”。

据麦德龙内部人士介绍,麦德龙原有的优势也将体现在合麦家,比如店内会有更多的进口商品、可追溯的生鲜商品以及自有品牌商品,定位会比普通便利店稍微高一些,会选择在高端写字楼附近。对于已经拥有6000家便利店的上海市场来说,进入新的便利店品牌已经不是新鲜事,但如何才能站得住脚并不容易,目前上海便利店门店最多的是全家,其次还有“可的”、“联华”、“光明”、“良友”、“好德”、“农工商”等本土品牌。

寻求电商触点

小业态的火热离不开电商的催化,尤其

是O2O的兴起。去年,麦德龙完成了全国商场网上商城的建设,实现了线下商城的网上呈现。麦德龙希望,以实体商场为本体,O2O网上商城与B2C天猫旗舰店作为“两翼”护航,最终实现线上线下无缝衔接的购物体验。截至今年底,麦德龙将有50多家门店被改造,其中一项为增加食品配送和电商备货区域面积。但是这并不容易,麦德龙因为门店面积过大,一般都位于城市边缘或者非中心居住区,并且单个城市门店较少,全国57个城市仅有82家商城,以北京为例,三家门店分别在西四环外、北四环以及东南四环,以此为基础进行线上线下体验的难度可想而知。

新业态便利店也被定义为电商网络的一部分,以及麦德龙网上商城及天猫旗舰店的触点。从已有的线下门店结合电商的实践来看,成为电商的体验店和提货点是最普遍的做法,以家乐福为例,其便利店业态“EASY家乐福”店内有一个巨大的电子屏,家乐福网上商城很多商品都将放在这块触摸屏上,商品标明价格并附加一个二维码,用户可以扫码下单。北京消费者在多点dmall上的订单可以选择在物美大卖场内自提。

但是打通线上线下需要后端供应链的改造和配合。家乐福将在全国建成6个物流配送中心,实现对全国200多家大卖场的覆盖,并为新开门店和网上商城、便利店等新业务提供配送服务。在原有商贸支持的基础上,麦德龙的食品配送也有可能成为其实现全渠道的一个物流支撑。席龙表示,今年将在无锡开设一个新的食品配送平台。

(邵蓝洁)