

“即使市场占有率达到90%，目前还在烧钱运作”

互联网医疗距离赚钱还很远

伴随着资本、初创企业的大量涌入，医疗领域正在掀起一场互联网革命。1月10日下午2点，齐鲁晚报创客团“私董会”邀请山大二院网络医疗中心主任陈民、山东诺安诺泰信息系统公司市场部总经理李雪峰、山东中弘信息科技有限公司总经理李康、济南顺能电子技术有限公司副总经理徐先俭、卓健科技山东区域负责人李明杰5位嘉宾共同聊聊互联网医疗发展的想象空间有多大。

本报记者 李虎

目前互联网医疗热度很高，很多知名互联网公司都在投入重金参与，但还没有哪家企业取得了明显的效果。山东中弘信息科技有限公司总经理李康认为，这主要是大家各自为战，都在各自熟悉的领域折腾和烧钱，搞软件的搞软件，搞可穿戴设备的搞设备，搞服务的搞传统服务，这势必造成了大家各自的产品虽然看上去先进，但功能单一，大家如若想在互联网领域分得蛋糕，就应该联合起来。

作为一家浙江的互联网医疗公司，卓健科技进入行业较早，但目前依然在寻找稳定盈利的模式。李明杰坦言，公司从初期的预约、挂号、咨询系统，到目前在此基础上与医院合作进行远程医疗、医疗实培等，在各地与不同医院进行合作，希望寻找盈利的突破口。“与多数介入这个行业的互联网公司不同，卓健始终是发挥互联网的工具性，以医院为中心探寻发展和盈利模式。”李明杰说。

“医疗已经成为各路资本角逐的新战场，但我国互联网医疗至今仍未找到可以快速复制的商业模式。”济南顺能电子技术有限公司副总经理徐先俭表示，通过整合网上、电话、手机端等各种渠道解决看病难的问题，其产品在目前山东市场占有率已经超过90%，目前依然是烧钱在做，依然在整合资源中寻找稳定盈利模式。

“我们在互联网医疗行业做了很多尝试，最终放弃又大又全的做法，选择聚焦到一个能够落地的产品上。”山东诺安诺泰信息系统公司市场部总经理李雪峰介绍说，其近期推出了一个互联网母婴健康管理平台，通过医院远程健康管理平台+院外服务终端智能医疗设备+移动终端APP的方式，将互联网医疗的落地点放在产妇必需的胎心监护仪上，以医院的临床服务为基础，在设备、孕妇、医院三者中打开移动互联网通道。

目前，互联网医疗面临着很多政策的制约，这也使得互联网医疗的发展没有迎来快速的爆发。山大二院网络医疗中心主任陈民认为，多数互联网医疗公司现在依然是徘徊在外围，因此很难做真正盈利，其中很重要的一点是还没有能够影响政策。多点行医、分级诊疗等政策的推行，让互联网医疗正在迎来风口，但医生、患者、互联网医疗公司之间依然存在一定的脱节，互联网医疗产品不能真正解决行业痛点，因此还没能引起政策层面足够的关注。

“不成为先驱就成为先烈。”参加讨论的多数企业认为，互联网医疗目前依然是一片蓝海之势，挑战和机遇并存，面对目前中国医疗体系的复杂性，互联网医疗的发展将面临诸多难点，互联网医疗要爆发，还要迈过很多的坎。



私董会现场，听众用手机拍摄嘉宾演讲。 本报记者 陈文进 摄

现场互动

互联网医疗绕不开医院

“互联网医疗企业若想分得蛋糕，必须相互借用优势技术和资源，特别是原有的实体医疗。”李康认为，因为“医疗”说来说去离不开“医”，而百姓真正认可的“医”还是在医院里，再加上健康的特殊性，决定了很多事情仅靠网上是无法解决的，必须线上线下结合。

“像是春雨医生、好大夫等多是在为医生提供组织手段，很多做互联网企业做医疗的时候都想过医院。每个公司都想形成属于自己的闭环，但这些公司烧钱过后

并没有真正落地。”陈民说，互联网技术并不是医院的优势，医院未来也不能仅仅依靠医疗技术亮点赢得患者，医院也需要好的开放的互联网医疗平台。

陈民预计，互联网医疗未来的真正的风口点，可能出现在像是医疗支付政策的改革、商业保险的介入等一些节点，只有在政策的规范下形成了有效的商业模式，这个行业才能真正得到发展，而医院更多的是一个互联网医疗的接受者。

本报记者 李虎



关注创客齐鲁、齐鲁晚报企业家联盟
欢迎扫描二维码

长山海珍品王恒义：

坚持做好产品，品质贵在坚持



长岛县长山海珍品有限责任公司自1992年成立以来，从一个小小的个体户做起，到如今发展为长岛县最大的海珍品公司，一直坚持做好产品，不求快速做大，只求在市场的洪流中，做得长远，坚持高品质，一步一个脚印，做大做强。公司新一代掌门人——长山海珍品济南分公司总经理王恒义的名片背面，只印有一句话“品质贵在坚持，始于1992”，这同样也是他的坚持。

本报记者 王颖颖

◀长山海珍品济南分公司
总经理王恒义。

从个体户一点一点做起

时间回到1992年，王恒义的母亲张巧英成为一名下岗工人。“那时候的长岛，旅游还没有兴起，为了填饱肚子，母亲就在海水浴场的营业厅里租赁了一个6米长的柜台。”当时谁也没有想到，母亲的柜台会发展为如今长岛县最大的海珍品公司。

“经营的头两年都是赔钱的，后来随着游客越来越多以及经验的丰富，第三年终于开始盈利。”王恒义说，母亲张巧英是个特别勤劳、能吃苦的人，而且做

事有胆量，上百万的大单也敢接，并且在海产品大厅50多个个体户中，第一个走出来创业，成立了长岛海产品商场。

2003年，经过十多年的积累，长岛县长山海珍品有限责任公司正式注册成立，开始拥有自己的品牌“庙岛”牌，以及生产加工厂，并获得国家QS生产许可证，销售规模也逐步扩大。

2012年9月，公司投资1000多万元，全额收购了长岛科元海洋生物开发有限公司，公司生产能力得到质的提升，不仅可以加工干海参，也开始加工即食海参、即食鲍鱼、即食虾酱等十几项殊荣。

种海珍品，长岛县长山海珍品有限责任公司，生产的“庙岛”牌海珍品先后获得“山东省最受百姓欢迎的年货品牌”、“改革开放三十年山东省渔业发展最具影响力品牌”和“山东省著名品牌”等十几项殊荣。

海参长在深海里

一提到海参，很多人可能会想到养殖大坝。一排排的大坝围成养殖池，海参就在池子里生长，好管理也方便采摘。但是长山海珍品“庙岛”牌海参却是实实在在长在20多米水深的大海里的。

王恒义介绍，长山海珍品

“庙岛”牌海参生长于长岛县的大黑山岛以及砣矶岛以北的北五岛周围的深海里。那里都是一片片的自然海域，除了投石造礁改造海生存环境，让海参在此自然生长之外，不需要任何其他投入。

每年的4—5月是海参的主要采捕季节，这时将采捕上来的海参去除内脏洗净，煮熟，然后盐渍、脱盐、晾晒、包装，就成了“庙岛”牌海参。此外，王恒义介绍，到了每年的6月份是海参的繁殖季节，就不再捕捞。

站在巨人肩膀上拼一把

王恒义出生于1989年，是一名80后，2012年开始进入公司管理。怀着一腔抱负，想做一番事业，很多人资历比他高、年龄比他大、经验也比他丰富，他只能一步步去做，从最基层做起，从最细微的地方做起。“很多技术环节我都亲自下车间，向老师傅请教，谈心，了解他们、融入到公司的管理中去。”

为了得到大家的认可，王恒义着实做了不少努力，而且从小他就是很有想法的人。高中时期，他就看好互联网发展前景，自己招聘了几名大学生创建了“中国水产贸易网”，后来由于学业的原因不得不放弃；大学期间还积极参加创业比赛，获得过校级三等奖以及省级二等奖。成立济南分公司也是他的想法。“应该以销促产，根据市场的需求来生产，眼光不能只局限在长岛，所以我决定来济南成立分公司。”

王恒义说。

2013年，济南分公司成立。在组建营销团队时，他几乎过着苦行僧的生活：一个人陈列、一个人打扫卫生、一个人出去跑市场、一个人去做调研。为了寻找一个合适的店面，他经常在一个地方一个人守一天，了解各个时间点的人流车流，调研市场情况。

目前，除了海参产品，各种即食海产品也是长山海珍品的主营业务。今年春天，该公司全新的品牌“仙岛渡海记”也将全面上市，以八仙文化为主线，主打8种休闲小食品，包括香酥小黄鱼、鱿鱼仔、马面鱼、鱼排等。此外，公司自己的手机APP也在筹备中。

“上一辈依靠的是勤劳和诚信打天下，但在我们这一代身上，仅凭这一些却不一定成功。”长山海珍品已经打造好了品质优良的品牌和产品，可谓站在了“巨人的肩膀上”，但这些东西，要通过王恒义的手走向更大的市场。“品质贵在坚持，做事业要坚持不懈，同时也要坚持自己的信念。”王恒义说道。



欢迎扫描二维码
关注齐鲁有货公众号