

创投机构抢滩医疗健康 生物技术有望弯道超车

证券时报记者 朱筱珊 李明珠

自从电影《超能陆战队》上映以来,一只体型胖胖的白色充气机器人就被观众称为“萌神”。这只叫大白的机器人公仔风靡全球。

其实,大白真正的作用是一个私人健康顾问,通过快速扫描人体,能够迅速检测出人体的不正常情绪或受伤部分,并针对人体受伤部位进行治疗。

智能私人健康顾问只是全球医疗健康行业发展的一个组成部分。医疗健康行业细分下的传统医疗如医药、医疗器械、生物技术、医疗服务,以及新兴的涵盖医疗软件和硬件的移动医疗都在快速发展。人类对健康的无止境追求正带动着全球资本朝医疗健康的方向汇聚。

行业预期太热 机构集体抢着布局

据 CVSource 统计显示,2015 年中国二季度医疗健康领域 VC/PE 融资案例 29 起,环比上涨 107%;融资规模 4.81 亿美元,环比上涨 65.63%。2015 年二季度融资数量上涨尤为明显,交易规模较去年同期上涨近 62.83%。

随着人口老龄化时代的迫近,大健康领域被投资机构集体看好。

自 2001 年投资嘉林药业开始,基石资本十多年来陆续在医药、器械、医疗服务、移动医疗等方面有所布局。

基石资本管理合伙人王启文在接受证券时报记者采访时表示,基石资本最近与六家医院签署了投资计划。

他认为,医院是医疗产业环节中最有投资价值的一环。医院是个大平台,汇集了方方面面的资源”。

他表示,未来重点关注的医院类投资方向是高端民营专科医院或者小综合的民营医院。

医疗健康行业具有高度专业、高度监管、高度变化的特点,有很多细分类别,每一个领域都足够专业,产业链也足够长,产业发展的驱动因素都不大一样。

对此,专注于医疗健康行业投资的 PE 机构高特佳执行合伙人曾小军认为,作为投资机构一定要定位明确,是投赛道还是抢赛道,投资未来能够成为细分领域领导者的企业,力争做大健康产业链资源的配置者。

曾小军称,公司已和上市公司成立并购基金,如与迪安诊断发起设立的专项产业基金,在中长期方面做布局。

在创业板上市、以血液制品生产、研发为主的博雅生物便是一例。高特佳在 2007 年投资博雅生物时企业规模很小,年利润仅有 300 万—500 万之间。我们当时研究发现血液制品市

场是供小于求,当时针对的全民健康需求,国家可能从政策方面提高行业准入门槛,”曾小军介绍,公司投资的金额超过 1 个亿,此后从企业的生产改造、管理层股权激励,产品扩张多元化布局,当时成为国内第一个投资机构控股上市公司的经典案例,到今年上半年先后进行 6 次并购,打造了一个以血液制品生物制药为主的综合性医药产业平台。

生物医疗行业是启明创投的重点投资行业之一,覆盖整个产业链,包括生命科学和诊断、创新药的研究、医疗器械和设备,以及医疗服务。

启明创投主管合伙人胡旭波表示,启明的一期基金在 2006 年成立并开始投资,2006 年前后,有更多的生物医疗创业企业开始考虑如何进入国际市场和国内高端市场,内部也开始有步骤地建立起生物医疗行业的视角及投资策略。

不论是生物技术、医药、医疗器械和设备还是新兴的移动医疗,医院始终是核心载体。PE/VC 机构正在试图进入医疗健康最核心的平台。

鼎晖投资的操作逻辑便是如此,作为最早进入医院领域的 PE 机构之一,自十年前落子慈铭体检以来,已在医疗领域斩获颇多,从私立专科连锁医院,到综合性医院的投资,现在再参与公立医院投资管理中。

当然,上述列举的机构只是投资医疗领域的部分,更多的同行正在加速布局中。

中美医疗差距大 生物技术有望弯道超车?

美国一直是最具医疗研发技术的国家之一,那么,中国的研发技术与美国相差有多远?

胡旭波表示,传统上,美国是全球新药研发最活跃的区域。不过,近几年中国在创新上正在迎头赶上,在基因等领域,华大基因、贝瑞和康一些企业已经有全球影响力。以前制约投资人投资到创新领域的一个环节是中国的证券市场不批准临床研发阶段的公司去公开上市,而新药研发的过程很长,投资额巨大,VC 很难支持一个研发项目到获批并产生销售,新三板的发展以及未来上市办法改变,会大大促进在新药等领域的投资。

在曾小军看来,造成中美药企的研发投入相差甚远的最重要的原因是,中国的药企是政府为导向,而美国是市场为导向,新药的研发一般需要 8—10 年的时间。平均投入 8 亿至 10 亿美金。美国的专利保护期大约在 15 至 20 年,企业有自愿研发的动力,而中国的知识产权保护不完善、医药审批等受到政策影响较大。

他同时认为,目前的生物技术领



业内观点

以前制约投资人投资到创新领域的一个环节是中国的证券市场不批准临床研发阶段的公司去公开上市,而新药研发的过程很长,投资额巨大,VC 很难支持一个研发项目到获批并产生销售,新三板的发展以及未来上市办法改变,会大大促进机构在新药等领域的投资。

国内药企是政府为导向,而美国是市场为导向,新药的研发一般需要 8—10 年的时间,平均投入 8 亿至 10 亿美金。美国的专利保护期大约在 15 至 20 年,企业有自愿研发的动力,而中国的知识产权保护不完善、医药审批等受到政策影响较大。

域的革命,免疫技术、蛋白质药物研发技术以及基因检测技术的提升,包含测序技术发展和成本的降低,以及对基因解读能力的提升,将会改变传统医药行业的基础,迈向未来的精准医疗、个性化医疗,随着中国高端技术团队的回归,生物技术领域和国外的差距在逐渐缩小,有望实现弯道超车。

这其中,受访的创投机构普遍提到了“人才回流”,人才永远是技术转移的重要载体。他们或是将国外已经成熟应用的技术带到国内直接投入进行生产,也有在国外知名药企工作积累了一定经验后回国创业,着手在技术上进行新的突破,眼下看,业内称在基因检测和体外诊断领域,中国的发展速度非常

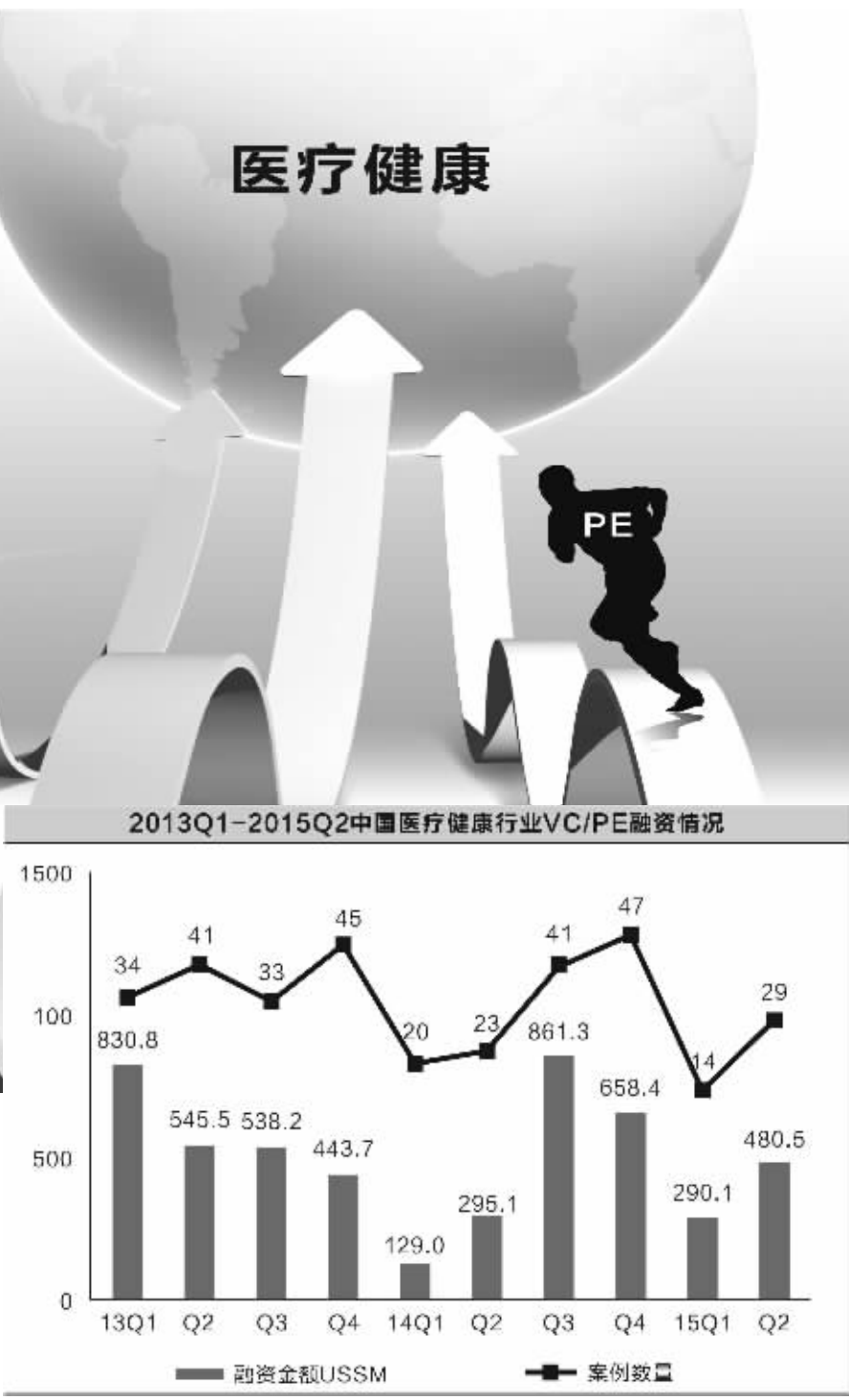
快,正是得益于此。

人才的回流带来研发能力的提高,研发能力、资本能力提高后,则会带来行业集中度的提升,这也是医药巨头成长的必经之路。

在王启文看来,美国的医药巨头都走过收购兼并的道路。中国的药企也正向向这阶段发展的趋势。未来大型医药企业会大概率出现在上市公司药企中,知识产权的保护是兼并过程中相关企业最需要关注的重点之一。”

去哪里找投资机会?

庞大的健康需求、医药技术的改进、“互联网+去中介化”的整体趋势带给医



数据来源:投中研究院 制图/周靖宇

疗行业一些新的机遇。

具体而言,医药领域,曾小军看好各个细分类别的投资机会,中药领域掌握产业链上游,有药材种植基地,通过传统中药声誉沉淀建立了强大品牌,如同仁堂;以及中药现代化,比如中药颗粒提取能够标准化的企业;化学药方面,以高端仿制,有关键原料控制力,可整合上下游资源,有技术引进或转移以及有真正自主研发能力的企业是投资的几个方向;生物制药领域是最具发展潜力,包含血液制品、疫苗、重组蛋白、以及细胞治疗等。

此外,医疗器械小型化、家庭化、智能化、医用级别可穿戴设备,电生理设备、仿生材料、高端医用敷料、介入耗

材、体外诊断试剂等未来都会有长足的发展。

基于中国的医疗需求在未来 10 年内会持续得到释放这一判断,启明创投看好有更大范围的人群在寻找更好的医疗服务、更个性化的诊断和治疗、更方便直接的健康管理方式的机会。

胡旭波表示,创业企业进入市场的壁垒是未来医疗产业遇到的挑战之一,在一些地区,医疗设备产品招标采购打分割制,而历史销售额的高低会较大地影响分数;有些创业企业产品刚刚进入市场,历史销售额为 0,分数打得很低,尽管产品在性能和质量上有很大提升,希望客户把更多的关注点放到产品本身,而不是历史。

互联网医疗大爆发尚待时日

随着“互联网+”概念的推波助澜,互联网医疗逐渐成为一股浪潮,各路资金涌入该领域,直接催生了大量创业项目。

在预约挂号问诊服务方面精耕细作的“健康乐”,帮助用户解决挂号难的问题,应用整合了数千家公立二甲以上级别医生。一些专业诊疗网站,例如春雨医生、阿里健康云医院等,更是聘请各领域顶尖医生,随时开展智能诊断、服务患者。

另外,专注于服务慢性疾病、肿瘤治疗、医学美容、女性健康等的专科医疗网站的发展势头也十分迅猛。国内的医学影像类代表应用——海纳医信,拿到了 FDA 市场准入资质,成为国内首个也是目前唯一一个获得 FDA 批准的医学影像公司。

基石资本管理合伙人王启文认为,移动医疗可以有效解决医疗行业的痛点。目前,针对各个细分领域的同质化产品较多,未来移动医疗将会有有一个淘汰的过程。同时,线上资源和线下资源会相结合。他认为尽管移动医疗是建立在医院的基础上,但未来发展空间依然很大。

在长期专注健康产业的思知咨询 CEO 赵衡看来,互联网医疗归根

结底最终还是要围绕着问诊来展开。抛开纯粹的技术层面的项目,绝大部分项目对后端服务的需求都很强,但医生从何而来?

赵衡称,面对已经涌现的数百个互联网医疗项目,中国的后端医疗服务能力却非常有限。当互联网切入医疗服务领域后,到底依靠谁来做后端的服务就成为不得不面对的问题。如果让非三甲的医疗机构来提供服务,用户的需求显然无法得到满足。因为线下的这类资源可获得性非常强,价格低廉并且可以使用医保,用户并没有动力去自费使用线上的服务。而如果让三甲医院的医生来提供服务,这些医生在线下的业务本身已经足够繁忙,他们并没有太多的时间和精力来做线上的服务。而且,与来自产品的利润相比,这对他们来说得到的经济利益太小了,动力明显不足。

他认为,真正的互联网医疗大爆发还是要等到医生自由执业的展开和对医生的评定不再是围绕着大医院还是小医院,而是以医生个人的能力来确定。同时,支付方对医生的赔付是基于疗效而非次数,医生不再依靠药品来赚钱。这些要素都满足后,整个市场才能最终获得发展。

(李珊珊)

中美移动医疗发展有何不同?

实习记者 徐意唯

随着移动互联网的飞速发展,越来越多的传统行业搭上了这条顺风船,移动医疗产业就是其中之一。

根据布鲁金斯学会的研究报告显示,2014 年全球移动医疗产业规模已达到 69 亿美元,预计 2015 年将会突破 100 亿美元;其中,中国和美国将成为发展的主要动力。得益于 2010 年以来政策层面的放开,近几年中国的移动医疗产业,也开始了从无到有,从小到大的爆发式增长。

从市场的需求来看,一方面,我国已于 2010 进入深度老龄化阶段,65 岁以上的人口已经超过总人口的 14%。随之而来的是老年群体的医疗、保健需求的急剧增长。另一方面,我国的医疗资源相对不足,医疗资源的分布也不均匀,供需的矛盾为 B2C 和 O2O 模式的移动医疗创造了发展空间。

2015 年,预计我国移动医疗市场规模将达到 42.3 亿元,同比增长 48.9%。

面对如此大的市场,巨大潜力和无限商机,越来越多的资本开始进入

这一领域。以百度、阿里、腾讯为首的国内互联网巨头通过大额投资、并购,整合了一部分知名的在线医疗平台,借助本身的渠道优势,扩大市场占有率,进入全方位的战略布局。

2014 年 5 月,支付宝钱包正式推出“未来医院”计划,截至 2015 年 1 月 6 日,支付宝未来医院已覆盖 37 家医院,累计为超过 30 万个患者提供服务。

2015 年 2 月 15 日,百度数千万美元战略投资医视网。

2015 年 4 月 3 日,据健康元发布公告分析,腾讯 CEO 马化腾和百仕达董事长欧亚平或将出资 12.21 亿港元间接持有健康元 4.81%的股份。

上述巨头纷纷押宝移动医疗产业,加剧了行业的激烈竞争。

不过,国内资本虽然汹涌,但从研发基础、社会需求的角度而言,中美的移动医疗发展也存在着很多差异。

在产品的市场定位上,中国大多数移动医疗企业的产品是面向患者的;而在美国,移动医疗产业侧重医生和医院的需求。造成这种差异的原因在于我国的医疗资源相对缺乏,患者很难获得高质量的治疗,所以移动医

疗企业试图用搭建平台的方式解决这种信息的不对称。

而在美国,医疗资源相对丰富,最主要的问题是费用高昂、效率低下。由于全科医生的普及,大部分患者都有固定的医生。因而对于预约挂号以及就诊平台的需求不太强烈,但对于美国的医生和医院来说,如何提高效率、减少浪费、提升医疗质量,则是需要移动医疗企业提供服务的方向。

市场定位的不同也直接表现在企业发展方向上,据中科院撰写的《国内外移动医疗技术及产业发展状况调研报告》称,我国的移动医疗企业大多采取传统的 O2O 思维,以搭建平台为主,解决患者信息不对称和就医难问题。

在美国,则更多地应用云计算和大数据技术提升医疗服务的质量和效率。美国第一家上市的移动医疗公司 Epocrates 就是这方面的代表。通过向医护人员提供药品查询软件以及健康数据管理系统实现盈利。总的看来,我国移动医疗企业的相关布局更多地还属于战略卡位,在底层数据的收集环节仍处于各自为战的探索阶段,而美国已经很好地运用了这些技术,从而