

国际医疗机构如何通过互联网开拓中国市场

龚静娴

(好人生<上海>健康科技有限公司, 上海 200051)

【摘要】 本文探讨了国际医疗机构如何利用数字技术来开拓和渗透复杂的中国医疗市场。文章首先概述了国际医疗机构和进入中国市场的意义, 然后深入探讨了他们面临的挑战, 包括监管障碍、文化差异和有限的成功率。文章通过对梅奥诊所发展历程的案例研究, 阐述了如何战略性地利用数字医疗平台和本地化战略来克服这些挑战。文章进一步讨论了成功的关键因素, 如了解市场需求、利用大数据以及通过在线平台提高可及性。文章最后强调了对全球医疗实践的影响、合作与创新的机遇以及未来市场进入者的注意事项, 强调了创新和跨文化合作在塑造全球医疗服务未来方面的变革潜力。

【关键词】 国际医疗机构; 互联网技术; 中国医疗市场

一、背景

(一) 国际医疗机构概况

许多国际医疗机构具备全球最先进、最完善的医疗设施, 他们以尖端研究、创新治疗和高质量的病人护理而闻名。这些机构涵盖各种实体, 包括知名医院、研究中心、学术医疗中心和医疗保健网络。著名的有梅奥诊所、约翰霍普金斯医学院、克利夫兰诊所和哈佛医学院附属医院等。他们的专业知识涵盖了从心脏病学和肿瘤学到神经病学和儿科等各种医学专科, 是推动医疗实践和技术发展的领导者。

(二) 互联网在市场开拓中的作用

互联网已成为国际医疗机构有效开拓和渗透中国医疗市场的重要工具。包括在线平台、移动应用和远程医疗解决方案在内的数字技术已经彻底改变了医疗服务的提供、获取和营销方式。通过战略性地利用互联网, 医疗机构可以克服地域障碍, 接触到更广泛的患者和医疗专业人员, 并在中国市场上占有一席之地。此外, 互联网还能促进实时沟通、数据交换和市场调研, 使医疗机构能够调整战略、定制产品, 并满足中国消费者和医疗保健利益相关者的特定需求和偏好。因此, 互联网在推动国际医疗机构探索、拓展和参与中国市场方面发挥着举足轻重的作用。

二、国际医疗机构进入中国市场面临的挑战

(一) 复杂的监管和许可问题

进入中国医疗市场给国际医疗机构带来了巨大的监管挑战。中国的医疗体系由复杂的法规框架、许可要求和行政程序管理, 不同地区和不同医疗行业的

情况也不尽相同。国际医疗机构必须驾驭这些复杂的法规, 以获得临床运营、医学研究和产品审批所需的许可、执照和认证。监管障碍可能包括严格的质量标准、遵守当地法律法规、医疗器械和药品的审批流程, 以及对医疗机构外资所有权或投资的限制。不遵守监管要求可能会导致法律和经济后果, 阻碍市场进入和扩张努力^[1]。

(二) 文化和市场理解差距

文化差异和市场细微差别是国际医疗机构进入中国市场的巨大障碍。中国多样的文化传统、社会规范和医疗信仰影响着患者的偏好、医疗行为和治疗期望。国际医疗机构必须表现出文化敏感性、同理心和理解力, 才能与中国患者、护理人员和医疗专业人员建立信任、融洽关系和信誉。此外, 要驾驭复杂的中国医疗市场, 就必须深入了解当地动态、市场趋势、竞争格局和消费者偏好。国际医疗机构在调整其商业模式、营销策略和服务项目以满足中国消费者的独特需求和偏好方面可能会遇到挑战, 从而导致错位、沟通不畅和市场效率低下。

(三) 进入中国市场的成功率有限

尽管中国医疗市场潜力巨大, 但国际医疗机构进入和拓展市场的成功率有限。研究表明, 外国医疗机构进入中国市场的成功率不到 10%, 这凸显了进入中国场所面临的巨大挑战和不确定性。导致成功率低的因素包括监管障碍、文化差异、市场波动、竞争压力和地缘政治紧张局势。在竞争激烈、充满活力的中国市场, 国际医疗机构在建立品牌知名度、获得市场份额、实现盈利和保持长期增长方面可能会遇到困

难。因此，许多机构可能会经历挫折、挫折、再挫折，导致市场进入尝试失败或业务成果不理想。

三、案例研究：梅奥诊所的中国市场之旅

（一）梅奥诊所简介

梅奥诊所（Mayo Clinic）总部位于明尼苏达州罗切斯特市，是世界知名的学术医疗中心和医疗保健机构，以其在病人护理、医学研究和教育方面的卓越成就而闻名。梅奥诊所由威廉·沃尔拉·梅奥博士和他的儿子们创建于1889年，现已发展成为全球规模最大、最受尊敬的医疗机构之一，在明尼苏达州、佛罗里达州和亚利桑那州均设有分院，并不断扩大国际合作。梅奥诊所的多学科方法、以患者为中心的医疗模式以及对创新的承诺，为其赢得了医疗服务和卓越医疗领域领导者的美誉。

（二）梅奥诊所最初面临的挑战

梅奥诊所在进入中国市场之初遇到了一些挑战。这些挑战包括监管障碍、文化差异、市场竞争和有限的品牌认知度。中国医疗系统的监管复杂，给梅奥诊所在中国运营和提供医疗服务时获得必要的许可、执照和认证造成了障碍。文化差异和语言障碍给梅奥诊所理解中国患者、护理人员和医疗专业人员并与之有效沟通带来了挑战。此外，梅奥诊所还面临着来自国内外医疗服务提供商的激烈竞争，他们都在争夺中国快速发展的医疗市场份额。此外，梅奥诊所在中国的品牌知名度和影响力相对较低，这为其在中国消费者中获得吸引力和建立信任带来了挑战。

（三）数字化医疗平台的利用：“绝世好医”智能预诊平台

为了克服这些挑战，梅奥诊所利用数字医疗平台扩大其在中国市场的覆盖面和影响力。绝世好医是一个智能预诊平台，旨在提高医疗服务的可及性，为患者提供准确的医疗信息和指导。该平台利用大数据分析、机器学习算法和专家决策树等先进技术，分析患者数据、解读医学影像，并提供个性化的预诊和分诊建议。通过利用数字医疗解决方案的力量，梅奥诊所得以克服地域障碍，提高患者参与度，并向中国患者远程提供高质量的医疗服务，从而扩大其在中国市场的足迹和影响力。

（四）梅奥诊所实施的本地化战略

除了数字医疗平台，梅奥诊所还实施了本地化战略，使其产品和服务符合中国市场的特殊需求和偏好。这些本地化战略包括文化适应、语言本地化

以及定制医疗内容和服务，以引起中国消费者的共鸣。梅奥诊所与当地合作伙伴、医疗保健专业人士和监管机构合作，确保符合当地法规和标准，同时坚持其对卓越医疗和以患者为中心的医疗服务的承诺。此外，梅奥诊所还通过社区宣传、教育活动以及与当地医疗服务提供者和机构建立战略合作伙伴关系等方式，与中国患者建立关系并增进信任。通过将其运营、服务和营销工作与中国市场的独特性相结合，梅奥诊所成功应对了市场进入的复杂性，并在中国站稳了脚跟，为未来的增长和扩张机会铺平了道路。

四、通过互联网开拓中国市场的成功要素

（一）了解市场需求和痛点

国际医疗机构通过互联网开拓中国市场的一个关键成功因素是深入了解当地市场的需求和痛点。通过开展全面的市场调研和分析，医疗机构可以确定中国市场的主要医疗挑战、患者偏好和未满足的需求。有了这种了解，医疗机构就能针对具体痛点开发出量身定制的解决方案、服务和产品，为中国消费者带来价值。此外，与当地利益相关者、医疗保健专业人士和患者社区合作，有助于共同创造与中国的文化、社会和经济背景产生共鸣的解决方案，从而增强市场的信任度、可信度和接受度。

（二）利用数字医疗解决方案

战略性地利用数字医疗解决方案是通过互联网成功开拓中国市场的关键。数字技术，包括远程医疗平台、移动医疗应用和虚拟医疗服务，使国际医疗机构能够不受地域限制地为中国患者提供远程医疗服务、咨询和干预。通过利用这些数字平台，医疗机构可以扩大其在中国的影响力，增加患者获得医疗专业知识的机会，并改善医疗效果。此外，数字医疗解决方案还为患者参与、教育和赋权提供了机会，使个人能够积极主动地管理自己的健康并参与到医疗过程中。

（三）利用大数据和机器学习进行预诊断

大数据分析和机器学习技术在提高中国市场医疗诊断和治疗的有效性和效率方面发挥着至关重要的作用。国际医疗机构可以利用患者病历、医学影像和临床结果等海量医疗数据，开发预测模型、诊断算法和决策支持工具，从而实现早期疾病检测、准确风险评估和个性化治疗规划。机器学习算法可以分析复杂的医疗数据集，识别模式，并产生有助于及时干预和明智临床决策的见解。此外，由大数据和机器学习

算法驱动的预诊断平台可简化诊断流程、减少诊断错误并优化医疗服务的资源分配。

（四）通过在线平台提高可及性和效率

在线平台在通过互联网提高中国患者的医疗可及性和效率方面发挥着举足轻重的作用。国际医疗机构可以利用远程医疗门户网站、健康信息网站、移动医疗应用等网络平台，为患者提供方便、及时的医疗服务、咨询和资源。这些平台使患者能够在家中或移动设备上舒适地寻求医疗建议、安排预约和获取健康信息，克服了与距离、时间和身体移动性有关的障碍。此外，在线平台还能促进医疗服务提供者之间的沟通与协作，实现多学科护理协调、远程会诊和知识共享，从而提高患者的治疗效果和满意度。

五、影响和未来方向

（一）对全球医疗实践的潜在影响

国际医疗机构通过互联网成功开拓中国市场，对全球医疗实践具有重要意义。通过利用数字技术和创新医疗解决方案，这些机构不仅扩大了其市场覆盖范围，还推动了全球医疗服务模式的变革。中国对远程医疗、远程监控和人工智能的采用，展示了数字医疗在全球范围内改善医疗服务的可及性、可负担性和质量的潜力。此外，从中国市场的复杂性中汲取的经验教训可为全球医疗利益相关者提供借鉴和启发，帮助他们采用以患者为中心、数据驱动的方法来应对医疗挑战和差距^[2]。

（二）合作与创新的机遇

对中国市场的探索为中美医疗利益相关者之间的合作与创新提供了大量机会。通过与当地医疗机构、技术公司和政府机构建立合作关系，国际医疗机构可以利用其专业知识和资源，共同创造创新解决方案，以应对中国市场的独特需求和挑战。合作计划可包括联合研究项目、技术转让协议和临床试验合作，旨在促进医学科学发展、改善患者护理和推动医疗创新。此外，中美医疗保健专业人员之间交流最佳实践、知识和专长，可以促进跨文化学习、能力建设和相互充实，从而在应对全球健康挑战方面发挥更大的协同作用和影响^[3]。

（三）对其他国际医疗机构的启示

梅奥诊所进军中国市场的成功经验和教训为其他寻求国际扩张的国际医疗机构提供了宝贵的参考。这些机构应优先考虑战略规划、市场调研和利益相关者的参与，以评估进入中国市场的可行性、风险和机遇。此外，它们还应该投资于文化能力、语言能力和

本地合作伙伴关系的建设，以有效驾驭复杂的监管问题、文化差异和市场动态。此外，国际医疗机构应利用数字技术、数据分析和创新来实现差异化，增强竞争优势，为中国消费者提供增值服务。通过采用以患者为中心、数据驱动的方法和拥抱数字化转型，国际医疗机构可以在中国市场取得成功，并为全球医疗保健事业的发展做出贡献。

六、结论

国际医疗机构通过互联网开拓中国医疗市场，是推动全球医疗实践和促进国际合作的关键一步。尽管面临复杂的监管、文化差异和市场竞争等严峻挑战，但国际医疗机构在克服这些障碍的过程中表现出了顽强的生命力和创新精神。通过利用数字医疗解决方案、大数据分析和本地化战略，梅奥诊所等机构已成功进驻中国，提供高质量的医疗服务并推动医疗创新。

国际医疗机构成功打入中国市场，凸显了数字医疗技术和跨文化合作在应对全球卫生挑战方面的变革潜力。中国采用远程医疗、人工智能和数据驱动决策不仅提高了医疗服务的可及性和效率，也为全球医疗创新树立了典范。展望未来，这一探索的意义不仅限于市场拓展，还将对全球医疗实践产生更广泛的影响，包括知识交流、能力建设和合作研究的机会，以改善患者的治疗效果和人口健康^[4]。

随着国际医疗机构继续探索中国市场的复杂性并扩大其国际业务，保持警惕并适应不断变化的市场动态和监管环境势在必行。通过采用以患者为中心、数据驱动的方法，并与当地利益相关者建立合作关系，医疗机构可以有效地满足中国消费者的独特需求和偏好，同时为全球医疗保健事业的发展做出贡献。对中国市场的成功探索证明了创新、合作和数字医疗在塑造全球医疗服务未来方面的变革力量。

参考文献：

- [1] 孙志之. 国际医疗机构在中国市场的探索与挑战[J]. 医疗管理杂志, 2022, 30(4): 56-68.
- [2] 严振东, 黄旭. 数字化医疗平台对中国医疗市场的影响与应用[J]. 中国数字医疗, 2022, 8(3): 112-125.
- [3] 高峰, 陈瑜静. 中国医疗市场发展趋势与国际合作机会[J]. 国际医学研究, 2023, 12(2): 45-58.
- [4] 陈江河, 李霞. 国际医疗机构进军中国市场的策略与实践[J]. 医疗经济学评论, 2022, 20(3): 102-115.