

辽宁瞪羚企业深观察

作为铁杆“跑族”，王兴维说，创办心医国际就是他人生的马拉松——

医疗天猫“云端”奔跑

本报记者 孙大卫 文并摄

企业简介

心医国际数字医疗系统(大连)有限公司(以下简称心医国际)成立于2010年,是中国专业的医疗云应用解决方案提供商...

远程问诊、电子病历、“云端”医院……近年来,在政策和技术的多重支持下,我国医疗领域数字化进程不断加速。

凭借互联网拉近医患距离,破解因资源不均衡带来的健康难题,辽宁的一家企业,正在这个“无人区”孜孜以求。

提起心医国际,也许很多人并不熟悉,但抗击疫情期间的远程会诊,相信人们就不会陌生。没错,心医就是架在患者与异地专家之间的那座“云梯”。

抱着让所有人都能找专家看病的理想,十年如一日地加速奔跑,在这片没有任何经验可循的“数字海洋”中,心医国际,用痴心换真心、开心,奏响了“健康波尔卡”。

引子

去大医院找专家看病什么样?排长队,倒“黄牛”,打地铺?不!上扫二维码,平台自动分诊,数据自动上传,无论何地都能得到权威诊断。

基层医院医生想提升诊疗水平怎么办?去培训、进申请、等机会?不!登录远程平台,院士、博士、专家的实际案例教学视频,随时随地反复学。

凭借一张“医疗”互联网,心医国际将全国80%的三甲医院、160多家区域龙头医院和万余家基层医院连接起来。

成立10年,估值50亿元,研发中心遍布全国东西南北,被中金、国投、广发等众多投资机构看好,成为辽宁“潜在独角兽”中的种子选手。



王辰院士“战疫”期间通过医疗云平台在湖北为沈阳六院新冠肺炎患者诊治。

初心:用健康助小康

4月,大连,阳光正好。早上6点,王兴维换好衣服、戴上耳机,开始晨跑。作为心医国际的创始人、董事长,他觉得自己最值得骄傲的是完成了世界马拉松比赛的六大满贯赛事。

为什么如此痴迷这项运动?“因为每次大家都站在同一起跑线上,只有通过自己的努力和能力获胜,我喜欢这种公平的‘赢’。只要努力,每个人都能成功。”王兴维说。

眼前这位穿着考究的企业家,出生在大连金州,妈妈都是农民。高考,使他走进“象牙塔”,成为辽宁中医药大学中药专业的一名学生。

1994年,他代表学校参加沈阳市大学生运动会800米比赛,获得第四名。但是公布成绩时,只有前三的名字。

“到现在我都记得那几个人的名字,没别的意思,就是想跑赢他们。”

怎么办?练!除了吃饭、睡觉、上课,王兴维都在“跑”。第二年参赛,他领先了第二名近百米。至今,在辽宁中医药大学,他创下的800米纪录仍无人能破。

一生物。于是,一场贯穿一生的“跑”开始了,一个接一个的“赢”发生了。

毕业后进入国企当医药代表,9个月就做到了全国销售总监。下海经商,卖医疗器械,一年

打进大连所有相关医院。就在王兴维顺风顺水之时,一件身边事,让他心里萌生创建心医国际的念头。

“再忙也要抽出时间。”王兴维深知村民看病的不易,“对于一辈子都生活在农村的人来说,能让大城市的医生给他们看好病却‘求医无门’。没有健康何来小康?”

资源不均衡,是当下百姓就医难的关键。硬件设备的差距可以拉近,但医生诊疗水平的差距却需要多元素逐渐累积。如何让每个病人都能随时找到专家问诊?

“我要建立一个平台,借助科技的力量,消除医患之间的障碍。”王兴维勇敢地离开了之前的公司。2010年6月,心医国际在大连注册成立了。

这是一件前无古人的事业,与医院打了多年交道的他,开始找一个又一个医生聊天。

“目前诊疗的主要依据是医学数据,也就是检测报告。这不是拍些照片在社交平台传一下就能解决的,特别是一些重大疾病,影像、检测数据将对诊断产生重大影响。”医生普遍认为。

一个模型,初步在王兴维的心里建立起来,要用数据链接医院、医生、患者,必须是实体与网络双核驱动,必须用医院内部的医学数据,要从医疗系统由内而外铺开。



青海基层医院的医生在与辽宁专家远程会诊。

专心:超强团队,硬核创新

跑,让人心无旁骛。放空一切的时候,也是最能吸收精神养分的时候。

初创业,尽管忙、累,但王兴维还是不停地跑。每次,他都会戴上耳机,倾听那些他急需的知识。

“创业不是一个人的事情,是一群人的事业。心医国际需要能人!”一次慢跑中,股权激励这个当时的新鲜词汇迅速植入了王兴维的创业理念。

于是,年收入百万的跨国企业高管都从越,成为心医国际的执行董事,也是心医国际第一位持股高管。

舍得舍得,有舍才有得。只要是人才,王兴维从不吝惜股份。目前,他本人的持股只在20%左右,公司的十几位高管都是股东。

有了人才,有了方向,接下来就是苦干实干的技术攻坚了。打赢硬仗,必须技高一筹。

卖医疗器械出身的王兴维,选择了影像这个突破口。医学影像检测,是目前肿瘤、血管等重点诊断的主要依据。

“那两年,不容易。董事长、总经理都和我们一起熬,天天加班。”心医国际远程教育研发负责人陈瀚回忆研发经历感受颇深。

说起来好像很简单,就是一个让平面CT变立体的过程,但人体实在太复杂了,需要对每寸肌肉、每根血管、每块骨头进行360度的建模呈现,还要将“多余”的部分

“过滤”掉。留下影像中一个肉眼很难看清的“点”,切出来,进行细节放大,让医生和家属都能准确地看到肿瘤、阻塞等病症的位置和形态。

在心医国际的展示间内,售前工程师王智明在电脑屏幕上进行着操作。这是一个真实病例,患者胡先生的脑血管上,长着一个极小但随时可能破裂的血管瘤。

根据传统看片方法,几名医生都没有找到血管瘤的具体位置。但是将片子上的医学数据传入系统后,一个三维切片旋转而出,明显看到在一处血管交汇处,有一个红色的小包在跳动。医生以此为参考,成功进行了诊治。

影像是最难突破的“医学语言”,有了这个撒手锏,让心医国际进一步拓展业务,开始向远程医疗平台领域迈进。

然而,在数字医疗这个庞大的海洋中,只有一只桨怎能远航?对于陈瀚和他的团队而言,几乎每天处于“暗流”之中。

“我们其实挺喜欢这种竞争的,可以让大家处于‘备战状态’。”陈瀚说。心医国际研发团队有一个群,每次公司有了重要项目,就会“扔”在里面竞标,有兴趣的研发小组都可以报名参加。每个项目的参与度、完成度、贡献度都会被作为定期评比的重要指标。

成绩不好没惩罚,成绩优异有奖励。“听说产品问世,患者得到救治的时候,感觉会比得奖还高兴。”陈瀚说,因此,他从不觉得累。

成立不到10年,心医国际形成了五大研发中心,340余人的研发团队,成为国家级高新技术和双软认证企业,拥有190余项自主知识产权,获得包括FDA、CFDA、ISO9001、ISO13485、IHE、CMMI L5级等在内的多项认证。

恒心:“马拉松”刚刚开始

熟悉马拉松的人都知道,每个选手都有一个体能“鬼门关”。而“冲关”也是让马拉松爱好者“欲罢不能”的一种“生死感受”。

2015年春节前,心医国际的“鬼门关”出现了。医联网与消费互联网有很多不同,但有一点无异,就是都很“烧钱”。

有一点无异,就是都很“烧钱”。每一次扩张,都需资本的注入。“2014年,我们一直在与国内一家大型电商平台谈投资。谈判到了最后,对方提出要控股。说实话,如果为了钱,我当时就能把公司卖了,实现财富自由。但是从此我将失去心医国际的话语权,未来企业还能否按照我既有的初心发展,会画个问号。”于是,王兴维拒绝了投资方提出的优越条件。

骨气背后,其实心医国际的底气并不足。眼看春节到了,员工的工资还没着落,年后公司就可能倒闭。

“挺着,挺过去才是企业家,挺不过去就是失败者。”王兴维心里默念着这句“鸡汤”,打了一天的电话。终于,一笔3000万元的投资,解决了这次危机。

之后,心医国际经过了多轮融资,国内多家知名基金都向这个“海边的孩子”抛出了橄榄枝,公司发展的步子迈得更大。

2019年9月,辽宁中医药大学附属医疗远程会议中心进行了一场“特殊诊治”。屏幕那端是青海省海东市互助县一名消化道急症患者和4名当地急诊医生。

一场生死营救,相隔数千公里,半小时内完成,桥梁是心医国际提供的远程医疗平台。建远程医疗平台,将全国甚至全世界的患者与医生联系起来,像在“天猫”上购物一样就诊,即便是在发达国家也没有太成熟的经验。比起技术,让市场认可可更不容易。

“东西挺好,为啥推不下去,问题无非是出在以下几个方面。”心医国际的“老人”、交付中心总监武晓峰,聊起了刚开始跑项目时的难处。

首先,缺钱。基层医院的经费有限,大医院也不愿意为此多掏腰包。钱从哪来?基层医院的费用,还需要政府支持,借力近年来国家推动数字医疗的优惠政策和财政支持,心医国际先从贫困地区较多的青海、贵州等地入手。

而对于一号难求的大医院,心医国际则以“硬件换软件”,让其免费试用。其次,缺人。部分基层医生不情愿,对于向上级医院求助,有些心理障碍。大医院本就繁忙,自然也不愿意接受太多远程病例。

怎么办?还是分别对待。心医国际的远程医疗平台,不仅能看病,还能培训,平台为基层医院提供专家实战教学课程,这让有提升欲望的基层医院很感兴趣,愿意加入其中。大医院的医生可以借助远程医疗,合理增加收入,也减少了外地看诊的奔波。

突破了瓶颈,远程医疗势如破竹,很快成了全国最大医疗云平台运营商。2月17日,还是心医国际远程医疗平台。一端是中国医科大学附属第一医院远程会诊中心,另一端是湖北省襄阳市中心医院远程会诊中心。

“患者初期是新冠肺炎疑似病例收住院的,初期就是发热,呼吸循环稳定,后确诊为新冠肺炎。2月5日白天出现呼吸困难,晚上就出现了意识障碍。”襄阳市中心医院重症医学科主任曹锋生结合患者连日来的CT影像介绍患者情况。

中国医大一院新冠肺炎医疗救治专家组回复:“患者需早‘插管’吹氧。患者脱离‘艾克膜’可能性小,动态监测血小板,口服‘阿比朵尔’。”

中国医大一院副院长辛世杰表示:“对于当时的湖北来说,派去的医生毕竟有限,通过远程会诊解决重症救治,将为更多人带来生的希望。”10年,并不短暂。但对于心医国际来说,距离让所有人都能就近、便捷、从优问诊的目标,还很遥远。在王兴维看来,这场“马拉松”,才刚刚开始……



客户在公司试看影像数据。

“讲文明树新风”公益广告

中国少年 老人之老

河岸欢快的笑声 少长相融的重心 把春花与亲情一开入酒 心中白云在 岸上杨柳青 都是梦中人 坤宁



中国网络电视台制 上海丰子恺旧居陈列室供稿