

# 天津 糖尿病 服务

糖尿病服务公司商业计划书

Soumitri Varadarajan 博士  
墨尔本  
2008年5月

## 目录

关键词 .....	3
内容提要 .....	4
项目背景 .....	5
组织结构 .....	6
产品与服务 .....	7
财务模式 .....	9
市场战略 .....	11
利益相关者 .....	14
项目研究 .....	16
行业结构: 健康护理行业 .....	18
商业运作计划 .....	19
展望2015: 技术的进步 .....	21

## 关键词

居家照护

面对面式糖尿病自我管理

自我管理培训

糖尿病服务

血糖水平监控

数据管理

# 内容提要

## 目的

TDS 公司旨在提高中国糖尿病患者的生活质量，主要目的如下：

- 帮助糖尿病人通过更好地控制自身状况来建立一个健康的生活状态
- 帮助非糖尿病人采取预防措施以避免/推迟糖尿病的发生。

## 商业分析

此项目主要为了获取在教育人们有关如何进行糖尿病预防和控制，以及生活方式的管理与持续健康监控知识方面的成功。

通过对中国糖尿病的现状，尤其是某些地区最易受到影响的情况进行调查，以及对糖尿病人和非糖尿病人所属的不同的经济团体和分类的分析，可以发现：如果要尽可能地扩大受益人群范围，则要对不同的经济区域采取不同的战略来满足商业需求，该战略同样需要根据糖尿病人和非糖尿病人群体而区别。

有关商业战略建立在对不同因素和状况的分析，如：

- 对中国糖尿病现状的研究
- 政府为糖尿病开展的健康项目与支持
- 公司的目的
- 以2015年为目标前景规划图为基础的发展情况分析

以下各项皆为一个完整商业计划所涉及的重要因素，并都经过探讨：

- 组织与结构：宗旨与使命
- 产品与服务
- 收入模式
- 相关研究
- 市场战略
- 利益相关者
- 行业分析

通过提供糖尿病管理服务与相关产品，和更好的信息，帮助中国的糖尿病人将糖尿病带来的烦恼降至最低，并享有更健康快乐的生活，这无疑是一个巨大的商机所在。

## 商业提议

建议建立一家公司，即“天津糖尿病服务（私人）有限公司”（TDS），通过全方位的创新服务及相关产品，来教育和帮助糖尿病人更好地管理其日常生活。

最初的关注点将定位于包括天津市在内的一些中国中心都市，然后逐步扩展业务范围之其它省市。到2015年，TDS 将以其独特的市场定位及运作方式，成为国内的行业翘楚。

## 项目背景

糖尿病是一种由于体内胰腺不能够产生足够的胰岛素，或身体不能有效利用胰岛素时形成的全身性病态，同时也是一种导致失明、截肢和肾脏类疾病的主要原因。与健康的非糖尿病患者相比，糖尿病患者失明的几率高出近25倍，患肾脏类疾病的几率高出近17倍，截肢的几率要高出30-40倍之多，而中风的几率也要翻倍。

世界卫生组织预计，到2030年，全球糖尿病人数将由2000年的1.71亿人翻一番至3.66亿，尤其是中国糖尿病人数量将快速增加近2千万人，达到4千2百万这一警戒水平，成为人数最多的国家。

糖尿病在中国广泛存在的原因主要归咎于中国人基因对糖尿病的易感性。大量研究揭示，中国人特别容易产生糖尿病，与其生活的地域没有无关。糖尿病在移民至世界其他国家的亚洲人种中的流行性，要远远高于生活在统一国度的其他人种。除糖尿病之外，中国城市人群还遭受着名为“葡萄糖耐量受损”的另一种状态，是糖尿病的先兆，并多存在于20至40岁这一年龄段。中国人体基因对胰岛素抵抗特具易感性，基于此因的久坐少运动的生活方式，高脂肪饮食以及较高胆固醇、精制碳水化合物的摄取等都极易引起2型糖尿病。

到2030为止，超过75%的糖尿病例将主要存在于发展中国家中的中国和印度，这种状态愈演愈烈的根本原因在于生活方式的改变、人们寿命的增加（老年化），以及低出生体重可能导致成年期糖尿病问题。

有关中国糖尿病的公开信息比较少，尤其是相关超过总人口60%的农村人群的情况。由于中国迄今还没有合作协调的糖尿病资助照护项目，通过提高公众意识来减少治疗费用，糖尿病人生活质量提高的主要挑战来自日常监控和早期诊断措施。在这个领域里，中国糖尿病教育项目(CDEP)从1998开始就一直致力于提高公众意识和发展各地医疗中心能力，但并没有关注和支持糖尿病人的自我管理。而控制生活方式和饮食习惯是防止糖尿病影响正常生活的最有效手段。生活方式的改观，包括饮食习惯的调整，正常的物理锻炼和减轻体重等都是正确控制这个慢性状况的有效措施。

*控制来自于能力，而能力来自于知识。*

# 组织结构

## 企业宗旨

"努力提高中国糖尿病人的生活质量"

## 企业使命

- 在中国进行糖尿病，以及如何有效控制糖尿病的相关教育。
- 通过创新经济的各种产品及服务领先于同行竞争者。
- 帮助人们有效管理和监控他们的生活方式，并获得更健康和快乐的生活。

## 企业在2015年的前景预测

TDS 是一家在中国主要大型城市都建有分支机构，专注于从社会成因出发，提高糖尿病患者生活质量，同时凭借其可持续性成本和收入模式盈利的公司。通过不懈努力，现占领80%的天津市场，并成功地打入天津的农村市场。

该公司于2010年成立于天津，随后迅速进入其它大型城市与天津的农村区域，并实现了年销售逾3千万美金、客户过百万、占40%城市市场及70%农村市场的佳绩。在不久的将来，还将扩展至全国的其他城市与地区。

公司由近200位积极主动、有着共同的社会服务愿景的团队成员组成，以最佳的人力资源管理保证精英团队的忠诚度并不断壮大队伍。

凭借高质量的产品与服务，公司创建了良好的品牌知名度，新客户数量以平均每年20%的速度稳定增长，这也意味着公司的产品与服务已成功地在中国糖尿病健康护理行业占有一席之地。

公司集中专注并成功地研究开发了创新的产品与服务，服务于糖尿病患者，以及关注健康的非糖尿病患者，现已在对用户无侵扰、无伤害血糖测试技术方面不断推成出新经济实用的各类产品。

TDS以其多种服务措施区别于同类竞争企业，为客户提供健康管理服务、咨询服务、辅导，并进行糖尿病认知项目。在农村地区，公司根据当地居民的需求定期开展糖尿病知识集会。公司得以成功的关键原因，即对城市和农村目标客户不同服务需求的深刻理解能力，以及根据需求超越客户期望的设计能力。除了在早期帮助人们发现糖尿病外，公司的服务还定位于可以从自我管理服务受益的非糖尿病人群。

公司还与国内领先医疗机构，以及众多专业糖尿病护理医院进行商业结盟合作，来推广企业的产品与服务。在农村地区，公司与医学院校、政府机构进行紧密合作。

# 产品与服务

## 知识普及项目

- 广泛普及糖尿病知识，从源头抓起。
- 针对大多数糖尿病人忽视必须的血糖检测及相关的生活规则等现象，在糖尿病人中进行有关知识的普及与提高。
- 有效地广泛传播信息以确保患者得以自我管理他们的健康。
- 与有关社会福利与非政府机构合作，尽量提高糖尿病控制与预防措施的普及率。

## 身体维护

该项服务主要提供维持个人健康纪录的设施，用以记录每一次访医诊断的结果，同样也有帮助医生输入诊断结果及医嘱的功能。该系统具有智能控制来提醒患者应采取的相应措施，（如：服药的特定时间/注射胰岛素等），同时可以灵活地根据每个人的不同情况进行提醒选择的设定，以配合个人的医疗例行需要和生活方式的平衡。

通过系统或公司服务代表进行干预的程度可以由患者自行选择。

**注：**系统有效地行使功能取决于及时地输入所有相关的必要信息（患者，医生，诊断实验室等等）。

## 自我管理支持

该系统允许患者灵活地进行自我管理，以及监控信息与配置的迅速改变与更新。

## 管理支持服务

糖尿病公司同样也将协助患者管理进行日常的生活习惯，以及监控他们的健康与行为；配合生活习惯、医疗及生活方式来帮助会员们更有效地管理与监控他们的生活，以降低糖尿病对生活的影响。

## 顾问

这包括提供给患者个人的、用以防止/控制糖尿病来引领健康快乐生活的专业性服务。

- 包括课程、支持团队、研讨会等服务不同层次的糖尿病患者。
- 为帮助不同个人提高生活方式的量身定做项目。
- 帮助患者摆脱心情低落与受控的生活方式。
- 对相关的必需药品、设备使用的专业顾问。

## 咨询服务

### 在线

会员们可以通过网络进行咨询提问，并得到专家的解答。在农村和郊区将通过社区健康中心来提供这一服务。

### 电话

会员们可以通过专线电话来讨论/咨询，将由咨询人员解答服务，如有特别需要，还可以代为寻找专家答疑。

## **专业咨询**

- 为企业机构及行业提供咨询，为公众进行糖尿病知识教育。
- 为不同机构提供专业的服务来帮助其雇员管理生活方式。
- 为不同机构检测糖尿病，提供专业的服务来帮助患者控制病情，并扩大会员范围。

## **糖尿病患者社区**

社区是一个可以让会员通过互动与共享经验进行学习的平台，来有效防止/控制病情并持续监控健康状况。

同样，也是一个可以让糖尿病儿童的家长们进行认识共享经验，以便能够处理各种挑战困难来管理他们子女，并确保他们的子女能更好地进行自我管理。

## **检测试剂盒**

早期检测试剂盒 (EDK) 是用来进行糖尿病检测的，方便个人使用，不需要专家的特别指导。这将有助于早期糖尿病的检测。

## **集会—顾问与检测**

在医疗服务并不发达的地区，组织和进行一些特别针对糖尿病患者治疗的集会。这些机会将定位在数目较大的公众，使得糖尿病意识、检测与顾问服务得以广泛传播。集会可以在糖尿病高发区域展开，来推广教育与相关服务，并吸引更多的会员。



## 财务模式

到2015年中, 公司将是一个年收入3千万美元的企业, 拥有50万的客户资源, 占有40%的城市市场和70%的农村市场。

公司的年收入由25%来自产品, 75%来自向客户提供的服务。

投资回报率 (ROI) 为 25%. (ROI = 利润/销售)

销售额 = 3千万美元

利润 = 销售额 - 总费用 = 7百50万美金

总费用 = 2千2百50万美金

该财务模式有两个独立的模式组成: 成本模式与收入模式

### 成本模式

糖尿病患者需要使用较高的健康维护资源, 超额费用取决于较高的治疗并发症及因工日损失或经济机会损失引起的经济损失。成本模式有不同的成本流部分构成。

成本流各项如下

Sr. No		美元 (百万)
1	已售产品成本 (15%)	3.94
2	已提供服务成本 (50.0%)	11.25
2	销售与配送成本 (5%)	1.125
3	管理成本 (5%)	1.125
4	广告宣传成本 (5%)	1.125
5	薪酬 (7.5%)	1.183
6	研发成本 (17.5%)	3.375
	<b>总计</b>	<b>22.5</b>

公司的投资主要聚焦在对其他慢性疾病研究的产品研发, 提升已有的并开发新产品与服务来达到可持续性发展。

### 收入模式

**城市:** 在城市范围内, 主要收入来源为订购服务、捆绑服务、赞助, 以及广告。

这是一个综合收入模式, 包含了用户通过直接联系并为相关服务预付费用的方式来订购服务。这一模式通过直接收取收入的方式, 简化了交易的复杂性, 不需要使用其他特别的系统或第三方提供者。公司还为个人获得更高净价值提供捆绑服务, 在这个方式下, 患者不但对自我管理服务或管理支持服务, 还对其他专业医疗服务的内容感兴趣。公司与这些专业医疗机构建有商业联盟关系, 而且可从商业伙伴处接受服务客户比例获得部分基本收入。公司同样将得到企业的赞助支持。非政府机构通常会在城市地区组织培训与普及机会, 部分非政府机构也和公司有着商业联盟关系。

**农村:** 在农村范围内, 主要收入来源为赞助与广告。

在农村, 每4-5个村庄都会建有一个社区服务中心, 各非政府机构帮助在村庄内组织普及性集会并鼓励当地的糖尿病患者。通过非政府机构的努力, 人们开始使用公司提供的低成本服务。这一模式增加了登记概率, 甚至包括那些并不需要服务的人, 并通过降价的方式吸引着更多的客户来形成一个更稳固一致的用户基础。

作为一个提供低成本服务的方式，我们向那些具地域敏感性的广告收取广告费，助其轻易地投放到一个高度聚集的市场。我们由此不仅获得了客户的外部信息，还得到了其地址信息。我们可以凭借这些信息来平衡知识作为收入获取方式的另一个途径。

# 市场战略

## 市场划分:

公司将服务人群划分为以下类别

1. 高收入人群
2. 中等收入群体
3. 低收入群体

## 定位:

产品与服务根据以上三个划分群体进行不同定位。

### 高收入人群

针对高收入人群, 公司着眼于总的健康管理提供个人化服务。除了在线服务外, 公司有个人关系管理人员负责一部分高收入客户, 还将提供并推荐定制化产品, 通过合作提供产品的OEM(原始设备制造商), 为这个群体提供更舒适便利的产品。

### 中等收入群体

这个群体是在线健康管理服务的主要客户群, 喜欢使用顾问与咨询服务, 同样也是实惠的居家测试产品的客户。

### 低收入群体

意识普及项目主要针对与低收入群体展开。公司着重在市场战略的社会福利一边提供低价产品与服务。由于公司开展糖尿病的普及与防治项目与政府紧密合作, 将依靠当地政府的批准与支持, 在农村以及城市低收入人群聚集的固定场所举行健康集会。低收入群体同样也可使用当地社区医疗中心的低成本测试盒, 非政府机构会作为一个重要角色来为这部分人群进行配送和普及。

## 市场组合

### 产品

不同的市场与服务有公司按照不同群体的收入水平需要提供, 并考虑客户的心理、情感和照顾需求。

### 意识普及项目

意识普及项目定位贯穿于不同经济划分区域, 主要目的在于吸引更多的潜在客户, 同样也因为城市和农村地区大范围地推广糖尿病信息, 而在社会对公司愿景的期望方面施加压力。公司还为越来越重视如何通过更健康的生活提高员工的生产力的企业客户提供特别的意识普及项目。

这个项目直接面对高和中等收入群体, 公司将通过集中化的数据库保持客户的健康记录。正向前发展的公司正在寻求经济实惠的产品来使这项服务能同样服务低收入群体。

这个项目的推广将通过健康杂志、全国性报纸、网络和个人销售等渠道进行。

### 自我管理支持

自我管理项目主要定位于高和中等收入人群，中等收入人群作为重点对象将成为这个项目的主要客户。

这个项目的推广主要通过健康杂志、电视广告、全国性报纸、网络和介绍新客户激励机制进行。

### **管理支持服务**

该服务定位在时间较少、对支持服务更有兴趣的高收入人群，通过个人销售、网络和知名健康杂志进行推广。

### **顾问**

顾问服务主要面对高、中等收入人群，并在与非政府机构和政府有关部门合作中免费提供给低收入群体。

该项目的推广通过健康杂志、全国性报纸、网络、电视以及广播广告进行。

### **咨询服务**

咨询服务针对高、中等收入人群。公司拥有健康专员组成的专业队伍提供此项服务，并通过直接销售、网络以及知名健康杂志进行推广。

### **检测试剂盒**

公司主要为低收入群体提供低成本的早期检测试剂盒，同样也按专营权费收费，为高、中等收入提供价高质优的第三方产品。

低成本检测试剂盒的推广通过广播和电视广告，以及口头宣传和全国性报纸进行，而第三方产品的信息可通过公司的网页获取。

### **推广：**

产品与服务的推广主要通过以下几种方式进行

- 传播社会信息的电视广告类主要用来针对低收入群体。
- 在知名健康杂志/报纸上登广告吸引城市人群。
- 通过免费组织糖尿病的普及和检测集会，尤其在企业中推广，来吸引年轻人关注健康生活的益处。
- 口碑营销：通过良好的激励机制来鼓励现有客户向朋友推荐企业产品服务。
- 有效利用网络广告宣传。
- 与医疗机构、医院和医生合作，向病人推荐各项服务。

### **地点**

除了针对那些可以直接通过个人关系专员获得产品和服务的高净价值的患者外，在城市范围的产品与服务信息主要通过网络提供。

在每个中心城市都设有3至5个专有办公室并配备3至5名雇员，以满足客户除了网上的相关信息外，想要了解和咨询更多公司产品与服务更多的需求。

针对农村市场和城市的低收入人群，公司产品通过区卫生中心和非政府机构等渠道提供，人们可以通过区卫生中心设施获取在线服务。

### **价格**

对高收入群体的个人化服务实施高价定位；对中等收入群体的数据管理、顾问和咨询服务等收取合理的年费；而针对低收入群体，相关的服务与测试盒等将得到政府机构、企业和其他社会福利机构，以及通过与非政府机构合作资金的交叉补贴。

## **实体组成**

个人关系专员为高收入群体个性化服务的指定工作人员，都经过有关糖尿病知识的良好培训，并了解现有糖尿病产品对病情的有效程度。

公司的网站对其服务提供详细综合的信息，帮助客户了解其服务、产品、愿景和价格明细等，并经过精心设计来方便客户使用。

## **步骤**

公司网站列出了不同服务使用的详细步骤，客户同样可以通过公司的免费咨询电话，来了解使用不同服务的程序，以及价格明细。患者关系管理系统通过客户的反馈信息不断提高服务质量。

## **服务对象**

保持现有客户是公司的主要目标之一，为此必须关注服务质量问题。公司在员工的糖尿病知识、客户关系管理培训方面进行投入，每年进行市场调研和服务质量评估研究，并根据不同时期客户行为的改变而对相关程序步骤进行相应的改善。CRM (客户关系管理) 软件是用来完成此项任务的简捷手段。

## 利益相关者

在中国建立TDS公司，除了客户、公司所有人、公司股东之外，不少政府和非政府机构也成为了企业的利益相关者，这是由于大量的直接利益相关者如客户机构、政府医疗学府，以及政府和私人的医疗协会等在中国都是息息相关的。2年前的一个国家级峰会针对糖尿病将给一个国家，如中国，带来的重重挑战以及针对这种慢性疾病的相应解决办法进行了研讨。北京的卫生部发挥了一个信息矿的作用，在帮助TDS与天津市的一些医学院校建立联系方面牵线搭桥，给予了大力支援。这反过来也帮助了公司接触中心城市和非中心城市（二级城市）的糖尿病人，提供了这些城市中有关糖尿病人得关键研究信息和重要临床数据。

在许多中心城市如北京、天津和广州等，公司与当地的非政府机构及社区福利中心合作组织集会进行病理普及教育，介绍糖尿病这一长期状况导致的各种并发症对身体造成的影响，以及如何更好地通过防治或管理糖尿病来提高生活质量，特别是在当前经济快速发展的中国，糖尿病人及类似人群没有足够的时间来控制 and 防止糖尿病状态的发生。在中心和非中心城市的一些私人诊所和护理机构，都参与了信息的传播，这也使得公司能集中精力以可承受的价格为社会各阶层的糖尿病患者提供更好的医疗设施服务，同时也帮助糖尿病患者的家人和朋友理解如何帮助患者获得一个正常、丰富且有意义的生活。

公司对与中国医疗研究设施的广泛采用，不仅有助于其与美国、英国和澳大利亚合作伙伴的产品合乎中国客户的需求，帮助公司利用这些竞争力开始向东南亚其他国家和地区如泰国、韩国和马来西亚等提供类似的解决方案，而且也帮助了公司在为中国糖尿病客户需求提供特殊解决方案方面打造核心竞争力。事实上，中国的大量高端技术和专家，极大地帮助了公司利用其作为发展基地来走向世界。

一些专业机构，如中国医药商业协会在近阶段帮助了公司提供一个宣传自己关注点和需求的平台，出于对发展迅速的中国民众将更积极地掌控其生活方式这一趋势的远见。公司在天津的健康机制建设方面为低收入背景的糖尿病患者提供基础护理，这也将帮助政府卫生部门以更有效可行的方式利用其基础设施。

公司将力争成为中国卫生部在管理应对慢性病方面的“最佳实践”模式，这种在公众性业绩将帮助公司在众多中国同行中脱颖而出。此“最佳实践”的终极用户包括糖尿病患者和潜在患者们，都是检测和实施这些实践的重要但经常的资源。随着提供培训来使得客户更积极有效地参与到他们的健康护理之中，发展“最佳实践”指导来形成用户要求一定程度的护理，是项目执行的一个重要组成部分。

公司正与卫生部合作以针对在国内首先启动省级范围的国家糖尿病队伍的实施制定相应战略方案，随后，政府组织的顾问委员会将被建立以支持省级和国家级政府部门采取可实施的行动计划来应对糖尿病将给中国社会带来的种种威胁，“病态”人群将导致生产力水平的降低，进而严重限制国家的发展，因而如果不加控制的话，这些威胁将导致无法弥补的损失。

与中国一些大型工业企业进行探讨合作，作为企业社会责任感实施的一部分来介绍与宣传糖尿病护理，并鼓励他们与糖尿病护理的相关利益与选择作为给雇员提供的国家医疗保障的一部分。TDS还计划开发一个全国性的网络，联合非政府机构、学术界、政府部门以及工业界组成成为糖尿病患者和潜在糖尿病患者打造一个更好的未来前景。

该网络将使得中国有着不同生活方式、方言、习俗和文化背景的不同省市横向共享健康知识，目标在于能通过中国医疗网将高质量、易获取的糖尿病护理领域的特别服务提供给各地患者。

国际药品领域的巨人，如Novo Nordisk公司已经开始并正成功地将糖尿病纳入联合国卫生日程，在使用公司针对糖尿病前后阶段护理开发的特别技能，并提供类似解决方案给欧洲与非洲大陆的一些小国家方面颇有兴趣。该项目将在世界糖尿病组织(WDF)下进行开展，该组织成立于2002年，作为一个独立的、非营利机构，Novo Nordisk公司在初创期投入了9千万美元的启动资金来提高在世界最贫穷的一些国家的糖尿病护理与防治。

对相关中文社会信息的有效分析帮助了公司来识别一些核心合作伙伴如非政府机构、糖尿病患者余危患中的中国大众、投资者和政府医疗部门，以及附带利益相关者如经济与受教育层次较低的人群，这有助于公司针对不同受众来制订一系列有效且可操作性强的战略决策，及一种可被其他需求类似解决方案的国家采用的商业模式。

# 项目研究

## 技术与科学研究

### 非侵入性检测研究

如果人体摄入准确数量的食物或胰岛素的话，糖尿病就可以得到有效控制。这就需要开发一个系统来提供所需的BGL（血液血糖水平）信息。BGL需要每天测试6次，每次需要刺破指尖验血，这常导致很多人逃避定时检测。在一些国家，如中国和印度，有些糖尿病人每月只检测血糖一次。虽然每次都可以得到检测结果却不会有太大帮助，因为即使这个数据显示在可接受范围内，却无法保证在接下来的一个月时间内都会保持在该水平。事实上，糖尿病人的BGL读数可能在每个时段都产生变化。因此，非针刺入性检测手段亟需应运而生。有关研究人员已经证实了人类唾液中含有大量的蛋白质因子，初步发现可能为未来通过唾液样品做糖尿病检测铺垫了道路。这种检测方式有望成为一种比血液检测更快速、廉价且更具安全性的诊断方式。研究人员们现在已具有从唾液中分析出高达28种蛋白质的能力，包括19种仅在唾液中才能发现的，以及9种同样出现在血清中的蛋白质，而对疾病诊断最重要的生理因素都属于典型的血源性蛋白质。

本公司的目的就在于研究唾液中的蛋白质如何才能用来检测血糖胰岛素水平。

## 项目研究

### 肥胖研究

- a) 该研究锁定导致糖尿病人肥胖的主要成因，反之亦然，目的在于发现导致结果的基因或事实依据。
- b) 通过对肥胖型患者的研究来观察其生活方式对肥胖产生何种效果。

### 传统中医研究

传统中医在提高人们生活方面是很有帮助的，被广泛地在国内所有医院中推广实践。通常认为传统中医治疗对糖尿病也有一定帮助，该研究将努力证实这种观念的正确性。

### 基因与饮食研究

糖尿病已被发现有遗传方面的原因，但具体原因还处于未知阶段。该研究将观测一些父母非糖尿病患者的儿童患者们的生活方式，同样也考量因遗传原因患糖尿病的儿童患者们的生活方式和饮食习惯。

该研究意在获知患2型糖尿病人的饮食习惯，并与非糖尿病人的饮食习惯作比较，只对那些特别区域内有相似糖尿病易感性人群，作针对特别的地理位置人群比较研究。

## 数据源

### 从志愿者处获得的信息

研究团队包括统计学家、医疗人员和传统中医人士，已建立志愿者团队有近100人，来自以下三种人群：

- 1) 糖尿病患者
- 2) 有糖尿病家族史的非糖尿病人
- 3) 无糖尿病家族史的非糖尿病人

这些人将报告其生活方式有关的数据、饮食习惯和其血液胰岛素水平等。这些志愿者将通过网络数据库的方式输入数据。由于不同区域糖尿病患者的易感性有所不同，志愿者队伍将按不同



的地理区域划分，最初的天津市区和天津郊区良知团队已建成。其他区域的不同团队也将逐步建立。

#### **从调查问卷获得的数据**

建立团队在某些地区上门收集信息，相关数据已经过分析研究。

#### **从第三方获得的数据**

同样，从其他机构如世界卫生组织收集相关信息，有些机构仅提供收费信息服务。

## 行业结构：健康护理行业

中国健康护理行业由以下综合商业模式的特征组成：

- 新药品开发行业
- 医学院校
- 中成药
- 瑜伽

在2015年将有更多企业涌向中国，这些企业主要关注点将是技能与资源的获取，而不是室内经济发展。转战中国同样还需要这些企业克服其本身的种种能力限制。

我们已经通过分析供应商能力、购买者能力、替代品、进入威胁和竞争等方面来分析健康护理行业。

**供应商能力：**供应商的能力较弱，原因在于只有极少数的企业针对糖尿病问题开发创新产品。

**购买者能力：**中国消费者属于价格特别敏感型，竞争者与替代品的出现已增强了购买者能力。

**替代者：**我们的产品与服务的替代者主要是本土草本与自然产品，以及瑜伽。我们必须持续提高自身产品与服务的性价比，否则客户可能转向其他服务。

**进入威胁：**由于我们现在只在3个省市和中心都市发展，进入威胁并不高，所以竞争者很有可能来争夺市场。而且，开设一家草本药材公司或瑜伽会所的成本也并不是很高。

**竞争：**竞争来自大量的医药公司和生活方式提高机构。

中国是一个利润丰厚的目标市场，许多大企业都在中国经营发展。

# 商业运作计划

2008年-2010年

## 商业计划建议书

完整的商业计划建议书已完成

## 最初资金的聚集

建立公司及必要基础设施的最初资金需要2千万美元左右。完整的商业计划书将被展示给风险投资家、企业集团和银行等，可以联系一些国际机构如世界卫生组织(WHO)、联合国(UN)等来寻求和其他国际机构合作的支持。建议书同样还会被递交至中国卫生部，来获得资金、与健康护理领域的政府部门合作的支持。

## 建立公司

公司的总部和必要的基础设施将建在天津，到2009年有10名雇员。一年之内，公司的网页将得到开发以大力宣传公司的愿景、糖尿病普及知识，以及TDS的重要贡献，还将涵括不同产品与服务的信息为客户提供信息支持系统。

## 产品与服务

公司将开始市场研究来找出针对不同区域的产品与服务，以及获得客户基础。研究数据将用来决定服务项目特性，以及提供给特别客户群的产品和进入的区域。

2009年开始的工作如下：

- 意识性项目的设计
- 身体维护申请的类型
- 顾问服务的设计
- 咨询服务的设计
- 早期检测盒的开发

当公司在2010年进入正式运营时，将提供成熟的服务战略，以及中心都市和部分天津作为目标区域。2010年提供的服务将是：

意识性教育项目 - 这就需要全方位地展开以打开大众糖尿病意识性普及的局面，以及预防和控制的重要性。

身体维护 - 这种服务需要时间来取得成功，是由于早期服务的宣传非常重要，并需要定位于中心都市和二级城市。

顾问与咨询 - 这将在最小客户群建成之后开始实施，并逐步发展成一个成熟的服务。

集会: 这项服务将在意识性项目达到一定成功后开始进行，以确保人们参加集会的积极性。

## 市场营销

公司将在电视和印刷媒体上登广告，以此来吸引人关注糖尿病和公司提供的相关服务。还应包括健康集会，企业内部研讨会，街道展示宣传等来增加可视性。另外，公司应与知名医院和糖尿病研究实验室、门诊等合作，向他们的客户宣传推荐公司的服务。

## **收入来源**

由于主要重点将放在培养市场意识和市场研究方面，第一年将收入极低（少于1百万美元）。利润分配或非政府机构及其他机构的统一合同设计将被实施。主要的费用将是公司的委托费用（固定成本，许可证等），建立基础设施等。年收入在2010年应该达到2百万美元。

## **研究**

公司将在2010年开设研究部门，主要致力于项目研究领域（如肥胖症、基因与饮食研究），以及技术和克隆研究。

## **合作股东**

公司将在第一年先后在天津、北京两地设立公司。一旦在天津开始，公司将从其关注点的目的出发，着手与当地的非政府机构及政府有关部门建立合作伙伴关系。随后，将通过在北京和天津的公共街道区域展示作为意识性集会宣传的一个部分。印刷品、电视和广播媒体将被充分利用，用以从中心都市的公众、学术界、社会与工业圈内找到合作伙伴。

与北京的卫生部的合作将帮助公司与不同医疗研究机构、政府医学院校建立联系。到2010年，公司在国内主要范围的正式启动将具备一个坚实的基础。

## **2010年-2015年**

所有的产品和服务将在目标地区完全建立，其他地区的发展也应该开始计划。TDS已成功发展了达2百万人的客户群。随着商业竞争的加剧，创新的服务和产品将层出不穷，以保持和发展客户基础。

引入激励机制以满足现有的客户并不断吸引新客户的加入，通过经常性的客户反馈/调查来观察市场和客户行为的变化。与非政府机构、政府部门及当地政府代表机构结盟和建立合作，以接触农村的广大群众。

公司正式投入运营后，将逐步开始在天津市和广东省的广州市市区设立分支机构。天津公司将作为基地向中国的其他重要城市进行扩展，同样的战略发展计划也将在广东省实施。

与各省政府的合作也将开始形成，并将有助于形成公司的一个国家级合作发展战略。公司还将于英、美及澳大利亚的糖尿病医疗研究建立合作伙伴关系，以进一步发展其研究开发方面。与中国的MNCs及其他大企业，公司将执行正式的MoUs，在全国范围内建立良好的企业社会责任影响。

来自如Novo Nordisk公司、世界性组织如世界卫生组织，以及世界糖尿病协会的国际支持将被积极利用，为中国解决方案在东南亚地区、欧洲和非洲大陆其他国家的实施助一臂之力。

## 展望2015: 技术的进步

到2015年，我们将拥有非刺破性检测工具如唾液检测条，可以直接测出人次胰岛素的水平，并可借助技术精湛的无线技术将数据通过网络传送到公司的服务器。该工具也许在开始阶段并不廉价，只能作为高收入患者所享有的特别服务项目中的一部分。当这一技术逐渐发展，价格也随之降至一般消费者可承受范围内时，该工具可被社区福利中心采用，并广泛应用于中国的所有农村和城市地区，以收集不同层次人群的数据信息，用网络传至公司。

高性价比的宽带技术的广泛普及，将使得公司在全国范围内网络视频设施的建立成为可能。这些设施将通过宽带传送录像片断，用远程的方式帮助公司联系患者和医疗专家与医生，这将帮助患者找到一个高效低价的咨询途径。公司将可能在公共场所入商场及影剧院附近建立一些设备齐全的医疗技术亭，来帮助人们测量血糖、血压和心率等，并配有其他必需的测量仪器来告知被测者是否需要使用相关服务来对症就医，以及提供联系指导信息。这些服务亭的位置和有关使用信息将在电影中中场休息期间在荧屏上进行商业性提示，同样也会在印刷媒体之外的电视、广播上做广告宣传。服务亭将以低廉的收费为想要获得快速医疗检测的个人提供服务。

另一种与服务亭内使用的技术类似的诊断盒同样也可能被糖尿病患者，及患糖尿病几率较高的人群用来监控血压、血液胰岛素水平等，并可以通过对健康指数的综合测试来帮助他们在家里进行自我监控以维护其身体健康，但由于开始的价格会偏高，比较适合高收入人群采用。测试的数据将通过网络宽带技术传输，帮助公司分析相关数据，针对患者的情况和诊疗措施提供意见和建议。各政府和私人医院、诊所、养老院的患者们会拥有一个在国内独一无二的识别号码，不管是通过公司作为患者注册，或者在其它时间地点成为会员，公司都将通过网络共享的方式将最新的医疗信息传递给所有会员患者。这个全国性、以网络为基础的信息库将可被中国所有的医疗机构是用来共享和收集患者数据。移动电话将被广泛使用在全国范围内的个人患者及社会团体之间，来就其有关糖尿病的医疗状况信息发送至公司进行数据交流。这将被用作发送重要信息给糖尿病患者和潜在糖尿病患者的一个普遍方式，成为一种简单经济的、管理大量糖尿病数据的手段。