

爱康国宾™

美年大健康
Health 100

爱康国宾：私有化得与失

爱康国宾的私有化争斗因阿里的出现而告一段落，但正是这场持久的私有化争斗，也让其错失了“黄金三年”。

文 | 孙斌

一场争斗了近两年的股权之战，即将告一段落，同时也让搁置了许久的爱康国宾私有化进程走到了终点。

3月27日消息，爱康国宾（股票代码：KANG）宣布，与IK Healthcare Investment Limited（母公司）、云锋基金和阿里巴巴签订一份最终协议与合并计划。

如果合并完成，爱康国宾将从美股退市，成为一家私人控股公司。现在看来，爱康国宾的私有化争斗虽因阿里的出现而告一段落，但正是因为这场持久的私有化争斗，爱康国宾却错失了行业三年黄金期。现在，美年大健康不仅已成为行业龙头公司，而且规模（门店数量）是排名第二的爱康国宾近3倍。

阿里的出现，又能否让爱康国宾挽回劣势？

“折腾”的私有化

爱康国宾是爱康网与国宾体检于 2007 年合并建立的公司，当时是国内领先的健康管理集团，主要为公司客户提供健康体检、疾病筛查、齿科服务等服务。

公司于 2014 年 4 月 9 日在美国纳斯达克证券交易所上市，上市后公司一直注重服务网络的建设，截至 2014 年 6 月总共拥有 48 个体检中心。当时排名市场第二位，仅次于慈铭体检。

上市也让爱康国宾成为中国健康体检在美第一股，但 2015 年中概股海外遇冷、股价低迷，爱康国宾由此开启了私有化进程，计划在美股退市后，回归国内 A 股上市，这距离爱康国宾在美国纳斯达克上市不足 18 个月。

对此爱康国宾董事长兼 CEO 张黎刚曾对内部员工表示，“虽然中国资本市场陷入低谷，但决定将爱康私有化是经过审慎思考之后的决策，是为把爱康带入未来、建立起更大平台的决策。”

按照张黎刚的设想，一切都应该很顺利。只不过，谁也没想到“半路却杀出个程咬金”。

2015 年 8 月，爱康国宾发出要约价格：17.8 美元 /ADS，对应市值为 11.65 亿美元。11 月，美年大健康联合北京红杉坤德投资管理中心等投资机构向爱康国宾发出私有化要约，并先后两次提价，将私有化报价提升至 25 美元 /ADS。这一价格比张黎刚的出价高出了 40%。

面对竞争对手的恶意收购，爱康国宾被迫在 2016 年元旦节后抛出“毒丸计划”，并立刻引入强势后援团，包括阿里巴巴和中国人寿等新的资本方，以此应对美年大健康发出私有化要约。

这一场中国健康医疗产业史上最激烈的私有

化纷争就这样保持僵持状态，两大巨头将战火烧到了法院和商务部。彼时，爱康国宾以侵犯商业秘密为由起诉美年大健康，并要求赔偿所有损失合计人民币 5000 万元。随后美年公开回应称：“美年大健康坚决反对诋毁行业，恶意炒作的不正当竞争行为。”

最终打破这场僵局的人正是马云，他携旗下的云锋基金，强势杀入美年大健康与爱康国宾的私有化大战中。2016 年 6 月，爱康国宾公布，公司已收到云锋基金私有化要约建议信，云锋基金拟以每股 20 美元至 25 美元，收购爱康国宾发行在外的全部股份。当月，张黎刚和美年大健康也相继宣布撤回私有化要约，中国人寿也退出战局。云锋基金成为了爱康国宾私有化的唯一竞购方。

失去的黄金三年

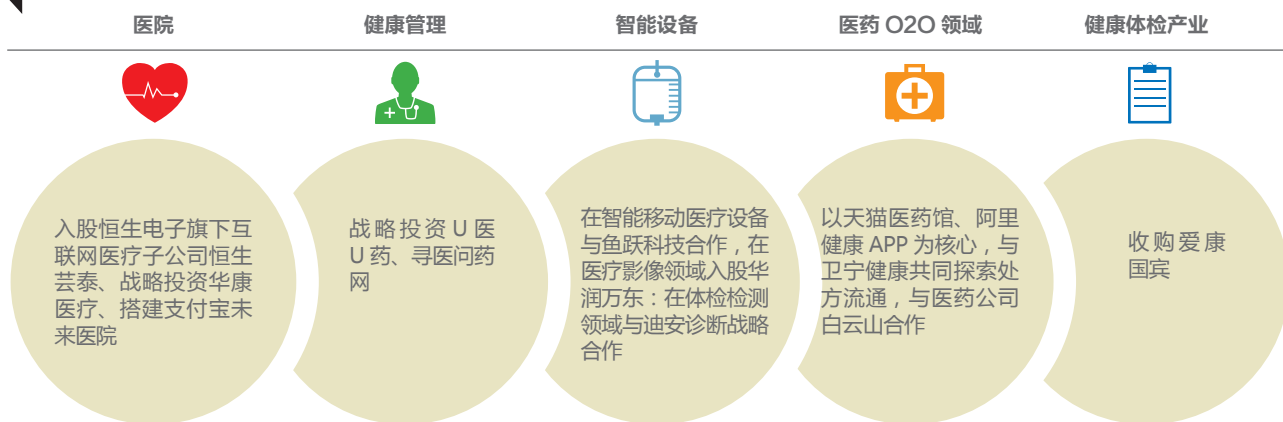
一场围绕爱康国宾的股权争夺战已尘埃落定，但另一场行业资源的争夺战即将打响。健康产业两大巨头的争斗显然也不会因为阿里的入局就化干戈为玉帛，只不过，以前双方争夺的是股权，未来争夺的焦点则是市场和资源。

当前中国的健康体检市场由医院的体检部门和以美年大健康、爱康国宾、瑞慈体检为首的专业健康体检机构组成。其中，专业体检机构市场规模约为 93 亿，占总健康体检市场的 9.2%，且专业体检机构的市场较为分散。根据预测，未来中国专业体检机构的市场规模可达 1960 亿元，未来 5 年行业复合增长率将保持 28%，预计 2020 年市场将达到 520 亿元的收入规模。

这显然是一个“金矿”。爱康国宾作为一家专业体检机构，上市前在市场中排名第二（第一是慈铭体检），目前也在市场中排名第二（第一是美年大健康）。截至 2018 年 3 月底，爱康国

健康产业两大巨头的争斗显然不会因为阿里的入局就化干戈为玉帛，只不过，以前双方争夺的是股权，未来争夺焦点则是市场和资源。

阿里巴巴布局大健康结构图



阿里入局虽然能让健康体检市场的格局更加清晰，但错失“黄金三年”的爱康国宾，想撼动美年大健康却并非易事。

宾共有 110 家体检中心，覆盖全国 33 个城市，年服务人次超过 500 万人。这几年虽不断扩张，但数量增长显示不如美年大健康，其体检中心在 2017 年就已超过 300 家。

主要定位中高端市场的爱康国宾，近年来，一直在互联网医疗、疾病筛查、人工智能等方面在进行探索。2015 年，推出导医通 APP、体检宝 APP，探索 IT 技术和传统医疗服务结合的服务模式，意图在互联网医疗领域发力，将移动医疗平台做入口，整合健康体检、疾病检测、齿科医疗、私人医生、外派医疗、抗衰老、疫苗接种等各种预防与医疗服务，建立起一个全方位的健康管理平台。

除了探索互联网医疗与传统体检结合的种种可能，爱康国宾在过去的一年中还发力精准健康管理。在 2017 年 6 月 23 日爱康集团战略升级发布会上，爱康集团创新推出有人“管”的体检概念以及 iKangCare+ 和 iKangPartners+ 计划。结合 DNA 检测手段，在体检套餐的基础上升级了提供爱康“防癌三宝”。

此外，2017 年 8 月 1 日，爱康集团与百洋医药集团联合宣布通过引入 IBM Watson for Oncology（沃森肿瘤）认知计算解决方案，将在爱康集团旗下 108 家体检与医疗中心合作建设 IBM 沃森肿瘤会诊中心。

以上种种探索，均显示了爱康国宾期望从传统体检业务中延伸出来，在精准预防领域发展的决心。此次收购爱康国宾，也是阿里看好未来中国健康体检产业的高速发展。

实际上，爱康国宾接受阿里的收购，与其战略布局关系密切。早在 2014 年的北大讲坛上，马云曾说：“我想得很清楚，10 年后的中国还会有两个问题：身体问题和思想问题。”而阿里巴巴提出的“双 H”战略大图（Health 和 Happy）就是来解决这两个问题的。

如今，健康体检行业的竞争才刚刚开始。只不过，美年大健康的实力已远超爱康国宾，阿里入局虽然能让健康体检市场的格局更加清晰，但错失“黄金三年”的爱康国宾，想撼动美年大健康却并非易事。☐