



# 江苏创业投资

JIANGSU VENTURE CAPITAL

2019年第4期（总第183期）

江苏省创业投资协会 主办

2019年4月25日

---

## 政经

- 大资管百万亿市场竞争白热化 ..... 3
- 长三角将新设自贸区 江苏三地有望“入群” ..... 4

## 会员新闻

- 江苏高投：混改重生创发展奇迹 ..... 6
- 元禾控股：为创新产业茁壮成长提供“营养源” ..... 9

## 互联网+

- 多重利好助“互联网+教育”站稳风口 ..... 11
- 电商平台用拼购模式打造社群经济 ..... 14

## 热点聚焦

- 氢能利用持续升温 大规模商用还需应用端发力 ..... 16
- 工业互联网步入落地关键窗口期 ..... 18
- 业界共话AI落地 科技实用成共识 ..... 20

## 新健康

- 2020年DTP药房市场将达6100亿 医药流通龙头加速布局22

医药流通龙头入局医疗器械 行业集中度提升 ..... 25

## 大资管百万亿市场竞争白热化

资管新规“靴子”落地将满周年，银行、信托和基金等机构在这一年中转型路线图逐渐清晰，百万亿级别的市场也逐渐浮现出新版图。

《经济参考报》记者通过采访多家金融机构的资管人士了解到，一方面，转型对相关机构的资管业务收入和利润增长确实形成一定冲击，但另一方面，多家机构也以打破刚兑为核心，加大各种收益浮动的净值型产品的发行力度，并进行一系列业务架构和模式的调整。伴随着多家银行理财子公司的入局，未来大资管的竞争格局将愈加激烈。业内专家表示，大资管市场竞争将愈发激烈，大机构将进一步抢收市场份额和客户，不具投研能力的中小银行则在考虑退出资管市场。

由于资管新规在去通道、去杠杆，打破刚兑、去嵌套、限制资金流向等方面做出严格规定，资管行业开始“挤水分”，通道类业务被大量压缩，因此在过去一年，各机构资管业务规模和收入普遍出现下滑。

以市场的“大头”银行理财业务为例，非保本理财产品存续余额 22.04 万亿元，较 2017 年 22.2 万亿的规模变化不大。不过年报显示，银行理财业务收入普遍出现下滑，大行中，工行 2018 年理财业务收入同比下降 18.62%，建行理财业务收入同比降幅达 44.55%，股份制银行中，平安银行理财手续费收入降幅达 60%。公开数据显示，2018 年末，全国 68 家信托公司受托资产减少到 22.7 万亿元，比 2017 年末下降 13.5%。证券行业 2018 年末受托管理资金总额 14.11 万亿元，同比下降 18.25%。伴随券商资管规模下滑，券商资产管理净收入也出现了滑坡，2018 年其资产管理业务净收入同比下降幅度为 11.35%。

收入、规模双双下滑为行业转型短期内必然经历的阵痛，而大部分金融机构都在这种阵痛中谋求业务的转型。一方面，以打破刚兑为核心，各家机构纷纷加大收益浮动的净值型产品的发行力度。以银行理财为例，普益标准给《经济参考报》记者提供的数据显示，近一年来，收益浮动产品发行量高速增长，保本理财产品压缩明显。以 2018 年 4 月至 2019 年 3 月为观察年度，全市场收益浮动产品发行量较上一观察年度同比增长 318.89%，而保本理财产品发行量较上一观察年度同比下滑 38.79%。

“过去银行主要发行预期收益型产品，产品发行之后基本上就等到投资到期，中间也不怎么管产品。但是浮动收益产品净值随时波动，产品估值也可能面临风险，这需要相关人员要随时监测并和投资者进行沟通。可以说，现在银行的资管部门更向基金公司靠拢了，整体工作节奏更快，对人员专业能力要求也高。我们正在适应这种变化和调整。”一位股份制银行资管部门人士表示。建设银行资产负债管理部总经理刘方根在建行业绩会上表示，目前建行已采取多种措施积极应对资管新规带来的变化，向净值型、标准化转型，提高理财业务期限错配的配合度，预计 2019 年能取得显著成效，实现恢复性增长。

另一方面，按照监管的要求，各机构也在进行一系列产品结构和业务模式的调整。以信托为例，信托产品投资金额的门槛有所降低，机构也开始发力低门槛信托产品。券商资管业务向主动管理转型成为行业趋势。尽管整体规模缩水，但

年报显示，在主动管理规模方面，招商证券、方正证券、光大证券、中信建投证券、海通证券等多家券商实现正增长，其中招商证券的主动资管规模同比大涨 81.86%，同时，招商证券资管紧抓市场热点和投资者需求，推出了创新型 FOF 产品，同时重塑量化产品优势。

值得注意的是，作为一类全新的商业银行投资的非银行金融机构，理财子公司成为多家商业银行布局资管业务的重要抓手。截至 18 日，已有 33 家银行公告称拟发起设立理财子公司，包括 6 家国有大行、9 家股份行，16 家城商行和 2 家农商行。其中，部分已经取得筹建批复的国有大行已经基本具备向监管部门报送开业申请的条件。业内人士表示，在产品准入、销售分销和投资管理等部分与公募基金和资金信托计划站在了同一起跑线上，加上银行固有的渠道优势和信誉优势，理财子公司也被市场认为将成为资产管理行业重要参与者。

华夏银行相关负责人对《经济参考报》记者表示，理财子公司的设立将深刻影响我国资管行业和金融业的格局。未来，银行资管业务分化将加剧，行业集中度会进一步提高，传统的理财业务规模较大的银行在基础配套建设、品牌、销售渠道、投研能力方面仍然有较大优势，而理财规模较小的银行的资管业务则会选择走精品化发展的道路。

普益标准研究员于康表示，银行资管转型使资管市场进入“全面混战”，各资管机构需找准自身定位，发挥自身优势才能快速发展。资管新规落地，大资管行业进入统一监管时代，资管市场竞争愈发激烈的同时马太效应加剧，不具投研能力的中小银行已在考虑退出资管市场，而留在市场中的银行将与其他资管机构抢夺客户，面临着来自银行和其他资管机构的全面压力。

来源：经济参考报

## 长三角将新设自贸区 江苏三地有望“入群”

长三角地区若新设一个自由贸易试验区（以下简称“自贸区”），最终会花落谁家？

4 月 10 日，在由中宣部组织的“推动高质量发展调研行”上海站情况通报会上，上海市发改委副主任朱民在会上透露，长三角区域内将诞生新的自贸区。

一石激起千层浪，长三角区域内的新自贸区选址问题成为社会关注的焦点，资本市场也非常关注，江苏板块苏州高新、南京港、连云港等十多只股票涨停。

公开资料显示，长三角区域内三省一市中上海、浙江都已经建立了自贸区，江苏省还尚未挤入自贸区的“朋友圈”，从而也成为此轮自贸区布局最有希望实现落地的地区。

21 世纪经济报道注意到，根据不久前江苏省提交的自贸区申请方案，长三角区域新建自贸区将可能“花落”江苏南京、苏州和连云港三个核心地区。

受访专家表示，此番长三角地区内新建自贸区极有可能落地江苏，主要是因为当前三省一市的自贸区布局中，江苏自贸区依然空缺。此外，当前江苏加快调整化工产业的规划布局后，需进一步推动产业转型与升级，实现更高质量发展

所需关键驱动力的制度布局。

江苏产业转型期待新动能

作为经济强省，江苏省申请自贸区的过程却颇为曲折。

21 世纪经济报道记者梳理发现，自 2103 年 9 月至今，江苏省已经共提交了 5 个申报自贸区的方案，涉及苏锡方案、苏州南通方案、“苏州高新区、昆山、新加坡工业园区方案”、苏州连云港方案，以及最近的提交申请的以南京江北新区为中心的方案，包括苏州和连云港两地。

一位知情人士告诉 21 世纪经济报道记者，长三角区域内的新建自贸区极有可能落地江苏省，且主要将包括苏州工业园区等多个不同地区。

“最终能否落地，还要看中央的最后批复。”该人士向记者透露，按照最近一次江苏省所提交的申请方案，若江苏自贸区实现落地则很有可能主要由南京、苏州和连云港三个核心地区构成。

公开资料显示，2018 年南京、苏州和连云港三地的 GDP 总量分别达到了 12730.8 亿元、18564.78 亿元和 2714.24 亿元。其中，苏州和南京的经济总量分别位列全省第一、第二位，而连云港则位列全省 13 个地区中的最后一名。

对此，华东师范大学城市发展研究院院长曾刚在接受 21 世纪经济报道记者采访时表示，作为长三角一体化中的经济强省，江苏省当前的产业发展升级仍然任重道远，尤其是近期化工产业所体现出的弊端，让江苏省的经济发展面临着较大的转型压力。

曾刚告诉记者，在长三角地区内，当前江苏部分地区产业发展所呈现出的瓶颈问题，急需进一步的制度创新，构建新的发展驱动力，这或许是此次新自贸区极有可能落户江苏的重要原因。

对此，商务部国际市场研究所副所长白明在接受 21 世纪经济报道记者采访时也表示，江苏作为我国重要的制造业中心省份，近年来高端制造产业发展迅速，未来需要在制度上实现突破，否则产业发展将很难迈上一个新的台阶。如果此次新增自贸区落地江苏，能够在推动其高端制造产业方面发挥至关重要的作用。

新自贸区要与长三角联动

21 世纪经济报道记者注意到，我国一般省级自贸区中，除了浙江基本都会将省会纳入自贸区中，因此最新的江苏自贸区申请方案中纳入南京并不意外。但是，经济总量在江苏全省较弱的连云港也为何能跻身自贸区申请方案？

华中科技大学自贸区研究中心执行主任陈波认为，连云港作为亚欧大陆桥的桥头堡，也是“一带一路”倡议下中国连接中亚与欧洲等市场的重要通道，若最终江苏自贸区能够落地，未来连云港势必需要在亚太地区承担更多枢纽任务。

“长三角区域内新建自贸区，表明中国市场的开放要加快。”陈波告诉记者，当前自贸区布局在全国范围内快速拓展，未来若江苏自贸区落地建设，必然要承担更高层次的发展要求。

对此，曾刚也认为，新时期长三角区域内的自贸区建设，必然要在承担落实进一步扩大对外开放的基础上，加强与长三角一体化形成一定的联动机制。

今年全国两会期间，上海市委书记李强曾在上海代表团小组会议上指出，上海自贸区新片区与长三角一体化发展国家战略一道，将有力带动上海一东一西“两翼齐飞”的发展格局，更好发挥对外、对内开放“两个扇面”的枢纽作用。

白明向 21 世纪经济报道记者表示，当前长三角地区的新自贸区建设，一方面需要更多地强调在现有治理框架下，探索如何打通行政分割管理造成的壁垒；另一方面，还需要站在长三角对中国乃至世界的影响与作用的角度上，来审视与

推动长三角在中国发展进程中的地位与作用。

来源：21 世纪经济报道

## 会员新闻

# 江苏高投：混改重生创发展奇迹

5 年前，江苏高科技投资集团（下称“江苏高投”）率先在国有创投企业实现混改突破，组建毅达资本，由管理团队持股 65%，在业内引起强烈反响。5 年后，毅达资本管理基金规模从 48.02 亿元增长到 707.99 亿元，增长 14 倍多，投资过的 166 家企业成功登陆资本市场。这一份沉甸甸的混改成绩单，也使得毅达资本稳居国内创投行业第一梯队。

### 谋定而后动 聚焦创业投资

江苏高投于 2005 年由三家国企合并而来，成立之初就聚焦创业投资这一新兴行业。据江苏高投总裁董梁介绍，创业投资是一个高度竞争的领域，江苏高投很早就注重培养打造自己的专业团队。到 2012 年，江苏高投管理的资本规模由组建时的十几亿元扩大到了上百亿元，成长为一家排名靠前的国有创投机构。

然而到了 2013 年前后，随着创投行业对促进科技创新和转型升级的独特作用逐步被社会认同，越来越多的机构和资本进入这一行业，导致竞争不断加剧。与此同时，合伙制基金渐成主流，但由于国企不能成为普通合伙人等相关法规制约，国有创投企业发展困难重重。江苏高投如果不改革，则难以为继，公司连续三年大量骨干流失，2012 年投资业务严重下滑，业绩增长困难；如若改革，则没有成熟经验可资借鉴，也面临着巨大的风险和挑战。

“谋定而后动是改革成功的关键，关键时刻，江苏省国资委给予直接指导支持，让我们明确了改革的方向和重点，集团党委统一思想后，研究制订具体方案，广泛征求意见，积极宣传贯彻，稳步推进实施。”董梁说。

2014 年，江苏高投在管理公司层面进行了混合所有制改革，成立毅达资本公司，江苏高投在毅达资本中占股 35%，保证把握大方向、掌握大事项，同时在具体投资业务上毅达资本拥有较大自主权，责任也更重大。

### 三项机制激活创投团队

毅达资本刚成立的时候，江苏高投的存量基金管理任务由毅达资本继续承担，按照毅达资本 78 人的初始团队规模计算，这些基金的管理费用最多只能维持两年，不到市场上去募集新基金，不开拓新的业务，大家都将没饭吃。

据毅达资本董事长应文禄介绍，当时的环境逼迫他们必须要迅速学会新本领，从市场上找饭吃。改革之初，毅达资本用三“招”来激发团队活力、大力拓展业务，推动自身获得了超常规增长。

第一招：转换身份重定位。从“国企”身份转变为“市场”身份。江苏高投是国有独资企业，改革前，大家都是国企身份，有的还是中层干部。毅达资本逐步把这些当时在国企的中坚力量转变为合伙人角色。合伙人是一线指挥的作战员，不是领导，是上门谈判、市场调研、管理风险的专家。毅达资本很少发文件，成立至今总共才发了 28 个文件。

为更快地提升专业能力、更精准地找到优质项目、更高效地锁定案源，自

发加班加点也成为常态。据应文禄介绍，曾有投资人在晚上多次突击造访毅达资本调研员工的工作状态，后来这位投资人在一次基金年会上感慨：“毅达资本的员工真的太拼了，这是我接触过的最勤奋的投资机构，把钱交给毅达资本管理，我很放心。”

“在毅达资本，自上而下没有尽力而为，只有全力以赴。访谈报告不过夜是毅达内部自发形成的一个传统，有一个员工在新婚之夜还完成了企业访谈报告。”应文禄介绍，改革完成之后，大家都感觉公司走在正确的轨道上。这几年又赶上了新旧转换动能、大力发展新兴产业的好时机，每个团队、每位员工都有做不完的事。

第二招：不拘一格用人才。应文禄说，毅达资本管理高度扁平，不搞论资排辈，员工收入和职级晋升主要看业绩，即便是刚进入公司一年的新人，能力强、业绩突出一样会被提拔重用，目前拔尖员工收入上百万元已成常态。在多劳多得的机制鼓励下，风控人员平均一年能跟 80 个项目，而在招聘和任用风控人员时，毅达资本给的基础薪资通常会比其原有薪资高出 30%。

由于灵活的机制和开放的平台，五年来毅达资本陆续吸引了一批业内优秀人才加入，为拓展新的业务板块奠定了人才基础。从 78 人改制成立毅达资本到目前拥有 209 人专业化投资团队，从 5 年前管理资本规模 48.02 亿元发展到现在的 707.99 亿元，166 家获得毅达投资的新兴行业企业成功登陆资本市场。

“能获得如此显著的进步，最根本的原因还在人。毅达资本集聚了一批优秀的人才，业内口碑也蒸蒸日上。”江苏高投党委副书记、毅达资本董事金荣林说。

第三招：精兵简政闯市场。创新模式，将团队打散缩小，一个投资小组由 2 到 3 人组成，一共编成 20 多个投资小组。每个投资小组就是一个尖刀连，都上市场一线冲杀，轻装上阵不仅让团队内部更好沟通也便于管理；再根据不同的行业将投资小组划入事业部，比如 TMT、健康医药、清洁技术、文化、服务业、先进制造和新材料等。

“现在科创板企业上市重点推荐的七大领域与毅达资本刚成立时确立的几大重点布局的产业方向几乎一致，这就是通过充分市场调研摸准了投资脉搏。”应文禄说：“开始两年并不容易，为了节省开支，公司连办公楼租用面积都主动缩减了一半。”

内部优化重组后，毅达资本的工作效率得到了极大提升。“现在全公司每年要看 6000 多个项目，投资 60 个左右，对项目层层把关，能够投资的基本都是百里挑一。到目前为止，毅达资本在项目选择上没有出过重大风险，投资的项目上市率很高，政府、企业和投资人都很认可，社会各界都很满意。”应文禄说。

#### 服务高质量发展 能力全面提升

混改的成功，使得江苏高投承载政府专业职责、服务地方发展、服务创新创业和实体经济的能力得到了全方位提升。混改后，江苏高投重点谋划发展战略、整合资源，是战略发展和创新中心、风控和管理中心、党建文化中心。毅达资本则成为江苏高投市场化业务的平台和专业人才高地，同时大力拓展不动产基金、财富管理、并购等创新业务，为江苏高投更好地承载政府专业抓手作用、服务区域经济高质量发展提供保障。

一方面，江苏高投充分利用毅达资本发挥市场化、专业化作用，破解发展难题。围绕江苏省委省政府战略布局当好专业化抓手，用创投基金方式支持全省人才发展战略，组建四期人才基金，在全省重点区域打好组合拳精准助力地方发展，例如在江阴成立首期规模 10 亿元的 VC 基金、规模 20 亿元的并购基金，帮助上

市公司做大做强，产业结构转型升级；在如东组建 10 亿元产业投资基金，培育更多上市企业；支持南京创新名城建设，组建规模 10 亿元的创业投资基金和规模 20 亿元的长租房基金；加大对苏中、苏北地区支持力度，在南通、盐城、宿迁、泰州、扬州等地分别组建基金。

另一方面，在大幅提升市场化、专业化服务区域经济高质量发展能力基础上，江苏高投选择以服务人才强省和双创事业为突破口，进一步整合各类资源，搭建了产业、人才、金融高效对接的专业平台。2017 年以来，江苏高投先后组建了江苏人才创投联盟、江苏人才创新创业路演中心、上交所江苏企业上市培育基地、深交所江苏创新创业企业上市培育基地等，帮助江苏对接更多创投机构资源、创业企业资源和更直接对接优秀资本市场资源，促进创新链、资本链、产业链融合发展。通过这些平台，2018 年促成了 29 家企业获得 28.73 亿元融资。

目前，江苏高投还在江苏省科技厅指导下，筹划建设全省生物医药行业投融资服务中心；与中科院南京分院深化战略合作，共寻助力科创型企业、早期企业发展的途径。科技成果转化、创新企业培育、拟上市企业路演、成熟企业的并购整合、不动产基金和财富管理……江苏高投和毅达资本能够为区域经济服务的领域越来越广，但始终没有偏离自身的定位，就是以专业服务实体经济转型升级、培育壮大新动能。

正如董梁所说，混改不只是激活了企业发展潜能，实现了国有资产保值增值，更重要的是江苏高投体系内各业务板块差异化协同发展，进一步提升了集团整体服务地方经济高质量发展、担当政府战略布局专业化抓手的能力。企业只有将自身发展充分融入区域经济发展大局，才能为自身未来长期可持续发展筑牢根基。

来源：经济参考报



在苏州工业园区建设世界一流高科技产业园区过程中

## 元禾控股：为创新产业茁壮成长提供“营养源”

从一片洼田密布的“白地”蝶变为一座充满活力的创新高地，开发建设 25 年来，苏州工业园区始终将“创新”深深镌刻在发展基因中。围绕产业链打造创新链，这背后，离不开金融资本的支持。

作为园区本土国企和在业内颇具知名度的投资控股企业，苏州元禾控股股份有限公司自成立以来，积极创新金融服务方式、丰富金融服务内容，不断探索利用金融资源助推地方发展。

元禾控股的前身是 2001 年底成立的中新苏州工业园区创业投资有限公司，注册资本 30 亿元，直接管理和运营的股权投资基金覆盖企业从种子期到成熟期的各个发展阶段，是一家集创业投资、产业投资、母基金投资、科技金融、资产管理和投融资服务于一体的综合性投资控股企业。

“元禾控股的发展离不开园区良好的发展环境和给力的政策支持。”苏州元禾控股股份有限公司总裁刘澄伟说，在保证国有资产保值增值的基础上，元禾控股一直以反哺园区发展为己任，致力于促进“创新链”“产业链”与“资本链”相融共进，加快园区科技成果转化，推动产业升级。

深挖投资机会助推新兴产业

2 月 26 日，基石药业（苏州）有限公司在香港联交所主板发行上市。这家不满 4 岁的年轻企业成立以来发展迅速，目前已建立起以肿瘤科为重点、包括 14 种肿瘤候选药物的产品管线，由其自主研发的国内首个全人源 PD-L1 单抗 CS1001 已启动第二个中国 III 期试验，备受业内关注。

生物创新药研发，技术之难、周期之长、投入之大、风险之高，众所周知。基石的成功，离不开资本强有力的支持，这其中就有元禾控股的身影。元禾参与了基石 A、B 两轮融资，并在企业后续融资、落户园区、上市筹划等方面持续提供了投后增值服务。

翻看元禾控股的成长履历，这样的案例还有很多。截至去年底，元禾已累计投资园区企业 256 家，投资金额 95 亿元，支持培育园区独角兽、瞪羚企业 69 家，占去年园区公布名单的三分之一。不少被投资企业如今已成为业内佼佼者——

苏州思必驰信息科技有限公司，从一家名不见经传的留学生创业企业逐步成长为国内语音 AI 新生代中的领军企业，并在元禾的支持下共同设立驰星产业基金。

苏州极目机器人科技有限公司，成立短短 3 年就开发出全球唯一的自主型全域智能感知植保无人机产品，并配套自主开发了农业数据管理系统平台。

苏州亚盛药业有限公司，专注于肿瘤、乙肝、衰老等疾病领域的新药研发，2016 年成立至今已有 7 个新药项目进入中国、美国及澳大利亚的 I-II 期临床试验阶段。

.....

“园区人把开发建设中‘国资引领’的经验也推广到了科技创新类企业的扶持中。”苏州元禾控股股份有限公司副总裁盛刚分析，“资本是逐利的，生物医药、纳米技术应用等高科技产业，均难以在短期内看到投资回报，这个时候，国

企就应该拿出自己的担当。”他介绍，元禾自成立起就立足园区，关注新兴产业发展趋势，不断在园区布局的“2+3”产业领域深挖投资机会。

去年，园区三大战略性新兴产业生物医药、纳米技术应用、人工智能的产值均保持了约30%的增幅。元禾控股所提供的资本支持功不可没。以生物医药产业为例，元禾累计在园区投资此类项目86个，投资金额超11亿元。

#### 全生命周期服务优化创新生态

港股OTA第一股同程艺龙，是元禾控股培育的苏州本土互联网上市公司。双方彼此相伴10多年——2008年，元禾控股早期基金对同程旅游进行首轮种子期投资；2010年和2012年，成长期基金接力投资；2015年，成熟期基金再次投资……最终推动同程艺龙在去年11月登陆港交所。

“元禾控股一路扶持同程成长、壮大。”同程艺龙联席董事长吴志祥说，元禾控股不仅持续为同程提供资本支持，还在管理、市场、战略等方面为同程团队提供了大量的信息和咨询服务，帮助同程从为旅行社提供服务的To B业务转型到为消费者直接提供服务的To C业务。

“元禾控股和被投企业的关系，就像是一家人。”盛刚如是形容。这一点，盛科网络(苏州)有限公司CEO孙剑勇深有体会。多年来，无论企业发展到哪个阶段、经历什么波折与考验，元禾始终不离不弃。他甚至动情地说，当企业在生死存亡的悬崖边徘徊，是元禾给了他一双重新腾飞的翅膀。

在园区，元禾的“家人”还有不少。“创业之初，正是因为元禾的投资，我们才决定落户园区，此后又在它的支持下度过了艰难的转型期。”苏州旭创科技有限公司创始人刘圣说。苏州博纳讯动软件有限公司CEO花磊则表示，元禾有着极强的专业能力和广泛的社会资源，为企业提供了包括资金支持在内的全生命周期的周到服务。

“元禾控股组建和培育了一支高素质的专业管理团队，针对企业不同成长阶段，全链条布局投资业务。”苏州元禾控股股份有限公司财务总监何鲲介绍，目前公司已设立了包括种子期、成长期、成熟并购期等26支股权投资直投资基金和5支母基金，规模516亿元。其中，元禾管理的国创母基金二期在去年成为首个获得全国社会保障基金投资的VC母基金。

除此之外，元禾控股还通过运营管理东沙湖金融小镇、举办金鸡湖创业大赛等途径，促进资本、人才、技术在园区深度融合。以东沙湖基金小镇为例，已吸引了包括国开开元、启明、金沙江、北极光、钟鼎、华映等众多国内顶级投资机构入驻，并于2017年5月作为唯一一家金融产业相关小镇上榜江苏第一批省级特色小镇。截至去年底，小镇累计入驻股权投资管理团队157家，设立基金249支，集聚资金规模近1700亿元。健康的金融生态，让园区的创新生态有了保障。

#### 走市场化道路打造一流金融品牌

自上交所科创板股票发行上市审核系统发布企业申请上市受理信息以来，已有30多家企业拿到“准考证”。其中，江苏北人、优刻得、澜起科技、容百科技等潜力不俗的项目均是元禾投资对象。在元禾投资项目中，天准科技、360企业安全等未来也有望登陆科创板。

作为市场化运作的投资企业，元禾控股的投资布局遍布全球。截至去年底，元禾控股直投平台及管理的基金投资项目达642个，金额193亿元，通过主导管理的VC母基金投资子基金90支，子基金总规模超733亿元，投资企业超1520个，累计助力75家企业上市。顺丰速运、三六零等一批业内响当当的项目，其背后都有元禾控股的资本支持。

元禾所投项目中，六成以上为集成电路、生物医药、人工智能等领域的高新技术企业。例如在集成电路领域，围绕 IC 材料、IC 设计、IC 封测及应用等产业链重点环节，元禾投资了苏州敏芯微电子、苏州东微半导体等一批细分领域的潜力股，仅在园区就投资了 58 个项目，金额超 13 亿元。

这些成功的投资，为元禾带来了良好的经济效益，保证了股东的投资回报，实现了国有资产的保值增值；同时，也为企业在业内赢得了极高的口碑和地位，元禾由此成为园区金融产业的一块金字招牌。

目前，元禾控股业务覆盖股权投资、债权融资和投融资服务三大板块。在股权投资板块，元禾控股通过各股权投资平台协同运作，积极引导各类金融资源在园区落地。去年，公司与国家集成电路产业投资基金、江苏省政府投资基金合作，在园区设立专项基金，专注集成电路领域投资。

既要“引进来”也要“走出去”，近年来，元禾陆续在北京、上海、广州等地设立区域化早期基金，同时积极开展境外直接投资和境外基金管理业务，并在海外发起设立投资生命健康、TMT、人工智能等领域的美元基金。

而在债权融资板块，针对中小企业融资难题，元禾借鉴美国硅谷银行经验，引入股权投资与债权融资相结合的模式，为科技型中小企业提供科技贷款、融资租赁等多种形式的金融服务，累计已为超 4400 家企业提供债权融资服务。

“元禾控股既是园区早期科技企业价值的发现者，也是科技企业快速成长的引路人。”刘澄伟表示，未来，元禾控股将继续深耕园区，坚持“引领股权投资发展，践行科技金融创新，创造持续领先价值”的使命与愿景，通过构建一个扎根园区、面向国际、开放合作、生生不息的科技创业生态圈，为园区加快建设世界一流高科技产业园区添砖加瓦，助力园区实现高质量发展。

来源：新华日报

## 互联网+

### 多重利好助“互联网+教育”站稳风口

“互联网+教育”再迎新一轮政策助推。据悉，为提供更公平更有质量的教育，相关部门今年将着力推进“互联网+教育”发展进程，通过运用互联网平台和信息技术，推动互联网和教育行业持续深度融合，促进优质教育资源共享。同时，还将开展城市千兆宽带入户示范工作，提升远程教育建设水平。目前，不少地区的教育网络建设进程正在加快推进。

在政策、市场等多方面影响下，“互联网+教育”产业发展迅猛，其中，“在线教育”规模将持续扩大，“AI+教育”也已成为新的行业热点。据业内预计，2020 年，中国在线教育用户规模将达 2.96 亿人，市场规模将达 4330 亿元，同时人工智能技术带来的个性化教育普及将推动在线教育市场规模加速扩大。

信息技术普及促进教育公平

一块屏幕可以连接起全国名校和贫困山区的课堂，名师课程可以“点单式”播放……信息技术与教育教学深度融合，让更多乡村学校享受到优质的教育资源，基于网络的“在线教育”有效弥补了目前学校课堂教育存在的短板。艾媒咨询数据显示，70.5%的在线教育用户认为在线教育促进了教育公平。

这样的例子并不少见。在河南嵩县思源实验学校，好未来为其搭建智慧课堂教学资源平台，并通过学业测评管理系统、智慧课堂教学系统、双师课堂教学系统，为嵩县建设全面覆盖教、学、测、评、管的智慧教育解决方案而服务。目前，嵩县思源实验学校主要学科课堂的信息化覆盖率已达100%，超过90%的教师实现智慧课堂常态化应用。

在江西上饶县石人乡小学，依托“腾讯智慧校园”平台，老师们每天发布留守学生成长视频、图片、语音、作业，并及时通过平台与家长沟通，使留守学生成绩得到快速提高。

让贫困地区的孩子接受良好教育是保障教育起点公平的手段之一。北京师范大学中国基础教育质量监测协同创新中心主任张生表示，在基础教育领域，通过远程直播、同步课堂等方式，帮助农村薄弱学校“开齐课、开足课、开好课”，从而缓解了贫困地区学校师资不足、师资力量弱等困难。

好未来集团CTO、教育开放平台事业部总裁黄琰表示，随着互联网、大数据、人工智能等技术的加快应用，教育行业长期存在的资源分配不均等问题有望得到进一步改善。

据了解，目前好未来已经与江苏镇江、雄安新区、河南嵩县、云南文山、贵州兴义等地政府展开智慧教育合作，推动区域教育信息化建设，用教育信息化推动教育现代化发展。

“作为公办教育的有益补充，好未来、腾讯教育等民办教育机构通过合理运用科技手段提高教育、教学效能，有助于推动教育信息化的健康发展，”艾利艾智库首席研究员程群对《经济参考报》记者表示，应鼓励社会资本在教育信息领域的投资，促进信息技术在义务教育领域得到更快应用和普及，从而进一步缩小区域间和城乡间的教育差距。

众多教育机构瞄准“AI+教育”

借助人脸识别、语音识别等AI技术，老师可以识别每个学生的举手、答题等课堂行为，从而随时掌握课堂动态，并及时给予学生个性化的关注和反馈，带来高体验的互动课堂。

这是好未来旗下学而思课堂上的一幕，也是好未来借助人工智能技术给传统教育带来的个性化升级。随着“互联网+教育”迈入人工智能时代，人工智能技术与教育的深度融合使“AI+教育”得到长足发展，不少家长反馈说，“人工智能、大数据的应用可以对知识薄弱点进行分析，准确发现问题，帮助孩子们找到适合自己的学习方法。”

不仅如此，智能作业批改、人脸识别、个性化推荐、AI老师等技术也越来越多地被运用到在线教育的多元场景中，不断提升了用户体验。

人工智能在教育领域的应用已经得到国家高度重视。国务院此前印发《新一代人工智能发展规划》明确提出，应当利用智能技术加快推动人才培养模式、教学方法改革，构建包含智能学习、交互式学习的新型教育体系。

大数据、AI等技术革新在推动因材施教的同时，也在成倍地放大教育产能。艾媒咨询发布的《2018中国在线教育行业白皮书》显示，在线教育的突出优势在于灵活便捷、资源丰富，并且能结合AI、VR等技术满足用户多元化、个性化

需求。据预测,2020年中国在线教育用户规模将达2.96亿人,市场规模将达4330亿元。

值得注意的是,“AI+教育”已经成为众多教育机构竞相布局的新赛道。百度教育、网易教育等先后发布“AI+教育”产品,新东方、好未来、学大教育等均开始探索将人工智能渗透到教育的全场景,并加大技术和资源投入。以好未来为例,据好未来集团创始人兼CEO张邦鑫透露,目前公司有超过5000名内容和技术研发人员,现已产生数百项专利。

“信息技术的运用有利于优化教学方式、提高教学效率,推动教育更广更新的发展。”中国教育科学研究院研究员储朝晖向《经济参考报》记者表示,教育的本质是以人为本,教师和学生之间的互动是不可替代的。AI、大数据等科技手段的引入有望替代教师的重复性工作,成为提升教师能力的工具,通过创新增加“育”的分量。

不过也有业内人士表示,虽然人工智能能够打破师资力量不足的瓶颈,使千人千面的课程设计更加个性化,但对于“AI+教育”这一热点,需要进行更长时间的数据积累和调试。

多重利好开启“互联网+教育”新空间

“互联网+教育”正处在蓬勃发展期。易观监测数据显示,2018年第4季度中国互联网教育市场整体交易规模达到1142.6亿元人民币,环比增长7.1%,同比增长48.7%。

在业内看来,当前密集出台的相关鼓励政策,有望使“互联网+教育”产业迎来新一轮规模扩张。

2018年4月,教育部印发《教育信息化2.0行动计划》,提出实施数字资源服务普及、网络学习空间覆盖等行动,推动在线教育发展。

2019年2月,教育部更是将“推动教育信息化转型升级,提升师生信息素养”作为2019年工作重点之一,提出推进学校联网攻坚行动,力争使全国中小学互联网接入率达到97%以上、出口带宽达到100Mbps(兆/秒)以上。

此外,今年我国还将开展城市千兆宽带入户示范,提升远程教育建设水平,并且进一步加强信息基础设施建设。

据悉,地方已经在加快相关布局。例如,广西教育厅日前明确,到2020年基本实现全自治区中小学宽带网络全覆盖和信息化教学环境全面普及。同时,还将建立教育云准入机制,引入市场化第三方云计算、云应用和云服务资源,形成统一规范的教育云服务。湖南省则提出建设教育城域网,实现义务教育阶段学校宽带接入率、乡镇及以上学校多媒体教室普及率、教师和初中以上学生网络学习空间普及率均达到100%。

事实上,针对技术规模化赋能教育内容的探索已经开启。2018年,好未来与上海市教育委员会签署教育信息化2.0建设战略合作,双方将在推动教育信息化坚持“育人为本”、探索未来教师人技协同教育模式等方面展开合作。在这次合作中,好未来还将STEAM教育、创客教育资源引入上海市的基础教育领域,以满足学生个性化需求,锻炼学生跨学科思维和探究能力,提高学生的创新能力。

张邦鑫表示,一系列利好因素为互联网教育企业依托人工智能、大数据等前沿科技,不断创新教学产品和服务提供了动力和支撑。未来,人工智能、互联网等科技手段在提升教学效率的同时,也将助力教育普惠,促进优质教育资源共享,推动教育更公平更有质量地发展。

来源:经济参考报

# 电商平台用拼购模式打造社群经济

近年来，随着拼多多等社交电商的异军突起，京东、苏宁等平台电商也开始争相布局这一新赛道，发力社群经济。伴随拼购电商的爆发，三四五线及以下城市展现出旺盛消费潜力，互联网下沉市场被进一步激活。专家认为，拼购以裂变传播方式打开了互联网下沉市场和社群经济的大门。不过，在消费升级趋势下，品质打造将是社交电商未来的决胜关键。

## 社群拼购模式兴起

凭借社群拼购模式和精准聚焦“五环外市场”，拼多多异军突起，迅速成长为中国第三大电商平台。

据拼多多联合创始人达达介绍，拼多多能够快速发展的原因在于，传统的电商逻辑是人找货，而拼多多的商业逻辑是货找人，并且在购物过程中融入交流、互动、分享的体验。拼多多平台的特点是少 SKU（库存量单位）、高订单、短爆发，不仅能迅速消化工厂产能，还能帮助生产商通过“现象级”爆款赢得消费者信任，树立品牌形象等。

在拼多多平台上，用户可以直接购买商品，也可以参与“团队购买”，通过微信和 QQ 等社交网络分享产品信息，邀请好友、家人和社交联系人组成购物团队，享受“团购”选项下更具吸引力的价格。新买家转而将平台转介给更广泛的家庭和社交网络，从而产生裂变效应，这种嵌入的社交元素培养了高度参与的用户群。

面对炙手可热的拼购模式，其他电商平台不甘落后，纷纷推出了各自的拼购业务。近日，京东拼购小程序首页悄悄上线了“工厂直供”频道，把不同品类的工厂商品聚合到京东拼购上，并设立了单独的频道入口，吸引商家通过开旗舰店或拼购店的方式入驻。

其实，对京东这家 B2C 基因浓重的电商平台来说，曾在社交电商领域做过难以计数的尝试。2014 年下半年，京东就在一次与宜家联合举行的活动中提出了砍价、裂变红包的玩法，取得了很好的营销效果。而拼购业务也可以追溯到 2015 年，但只是作为当时京东众多市场策略的其中一项，没有被刻意推广，也没有被放大。

拼多多的崛起给了京东新启示。据了解，为了全力发展拼购业务，京东从集团层面给了重量支持，不仅将拼购业务作为和平台运营业务部、7FRESH、新通路事业部、拍拍二手业务部并列的五大前台部门之一，更是在流量方面给了巨大支持。目前，京东拼购是唯一拥有包括微信、手 Q 两大亿级社交平台在内的六大流量入口的平台，这六大流量入口分别为京东 APP、京东微信购物、京东手 Q 购物、拼购小程序、M 站、PC 端。

京东集团发布的 2018 年财报显示，截至 2018 年底，京东拼购商家总数已达到 13.5 万家，覆盖了所有零售品类。京东零售集团轮值 CEO 徐雷表示，京东 2019 年会继续保持对拼购和微信市场的投入和关注，开发和推进打造拼购 APP，打造更适合社群拼购的能力。

苏宁、国美等全渠道零售企业也在不断加大拼购业务。前不久，苏宁拼购提出“包山包湖包海”战略，计划于 3 月份落地 20 个“拼基地”，加快生鲜布局，完成生鲜供应链第一阶段建设。国美则推出了国美美店，正式进军社交电商领域。

国美零售副总裁、国美美店总经理汪峰表示，美店通过“组团”、“立减”、“超级返”三种玩法，向消费者提供高品质、低价格商品。

艾媒咨询发布的《2018-2019 中国拼购电商行业研究报告》显示，2018 年中国拼购电商用户规模达 3.32 亿人，2020 年预计增长至 4.74 亿人。专家认为，在线上获客成本越来越高的当下，电商巨头之所以青睐拼购，是因为他们看重通过拼购这种典型的社交电商模式所获取的用户流量。拼购是移动电商、社交媒体相结合的商业模式创新，目前已成为零售电商行业与平台电商、自营电商并驾齐驱的“第三极”。

#### 搅动电商格局

早在几年前，流量红利消失的说法就已甚嚣尘上，而几大互联网公司 2018 年的财报，也用冰冷的数字把这一论调坐实。业界预言，包括电商在内，互联网公司重回高位数增长几无可能。

但社群拼购模式似乎让电商企业重新找到了有效拉新的兴奋剂。

随着大中城市互联网市场的日趋饱和，“下沉市场”和“五环外人群”开始被视为互联网行业“最后的流量红利”，而社群拼购的兴起，也进一步激活了互联网下沉市场的消费潜力。

目前，来自于三四线城市及以下的拼购电商用户超过五成。艾媒咨询数据显示，2018 年中国拼购电商用户中，有 18.7%来自于一线城市，而有 56.3%的用户来自于三四线及以下城市。

另据第三方 Trustdata 2019 年 1 月发布的数据，拼多多用户中三四线城市及以下的占比为 56.9%。

拼多多相关负责人表示，拼多多的用户与商家的分布比例实际与其它电商平台并无本质区别，而显著区别在于拼多多更好地满足了低线城市消费者的需求，以及中小规模商户的发展诉求。

京东发力拼购业务同样是因为看到了互联网下沉市场的诱人商机。京东零售集团轮值 CEO 徐雷称，拼购业务对于京东零售业务向低线城市下沉起到了非常好的作用，带来了以前京东面对的主流市场以外的用户。在以微信市场为代表的社交生态中，拼购业务对发掘低线城市用户和女性用户的帮助非常大。

“京东拼购不仅能够促进消费分层，助力京东渠道下沉，同时对于低线城市消费升级也有促进作用。”在谈到京东拼购业务时，京东拼购业务的一位负责人表示，“拼购让京东触达到一些此前无法触及的用户群体。”他认为，京东所构建的社交电商生态，是基于用户的喜好及需求，通过更多的内容导购资讯、更多样化的社交玩法及更丰富的品质好货，打通用户圈层，并促使用户自主进行圈层传播。

显然，随着传统电商获客成本不断攀升，社交电商“高频、低成本”的优势日益凸显。虽然传统货架式电商仍有较高价值，但现阶段消费者购物方式逐渐呈分散式，社交平台中好友分享或者朋友圈中广告都可以成为用户的购买渠道。而这种去中心化、碎片化的购物方式就为社交电商提供了发展机遇与空间。

#### 品质竞争依然是重点

随着传统电商获客成本的提高，让以社交为核心高频、低成本的社交电商模式获得了市场关注。但社交电商的发展之路，也并非一帆风顺。无论是一些社交电商曾陷入的传销质疑，还是产品山寨问题，都警示着这一新领域的游戏规则并不完善。

首先，随着行业玩家增多，市场竞争将日趋激烈。近年来，除一系列新兴企

业外，京东、苏宁、阿里等巨头也在积极入局社交电商，这意味着，新兴的社交电商品牌要想维持较高的知名度，其承担的营销成本将水涨船高。

其次，社交电商依然需要解决商品品控、仓储物流、售后服务等问题。可以说传统电商要走的路，社交电商必须也要走一遍。

在专家看来，价格因素是社群拼购模式吸引消费者的一大动力，但低价不能等于低质，消费者虽然热衷拼团砍价，对商品的质量仍有要求。对拼购电商来说，围绕商品品质的竞争仍是重点。

京东方面表示，与其他社交电商相比，京东拼购最大的不同就是“低价优质”，商家进入门槛、商品呈现方式及品质把控都与京东主站一脉相承。面对假冒伪劣商品，京东拼购一直保持“零容忍”的态度。

苏宁易购总裁侯恩龙也认为，只有“正品低价+服务体验”才是优质拼购。苏宁拼购坚持“品质、服务、价格”并重的模式，认为正品本应是拼购的底线，品质和服务则是附加值。

据艾媒咨询调查发现，2018年，中国拼购电商用户不再使用拼购电商的原因中，因为担心买到假冒伪劣商品的用户达到45.1%。可见，假冒伪劣商品是导致拼购电商目标用户远离的首要因素。艾媒咨询分析师认为，品控把握是拼购电商平台发展的重要方向。未来围绕商品品质的竞争还将继续，拼购电商要进一步扩大市场，是否做好深层次的品质打造，是下一阶段决胜的关键。

提升商品品质正成为各大拼购平台发力的方向。2月15日，刚刚完成美国新一轮FPO（后续发行）的拼多多宣布，继2018年对“品牌下乡”补贴5亿元人民币之后，平台将在2019年继续联合一百家大品牌厂商，定向直补不低于5亿元人民币，以促进“品牌下乡”和农村市场消费升级。

据拼多多相关负责人介绍，2019年平台将通过进一步联合和补贴更多品牌商家，向广大低线城市消费人群推出更多“高性价比”商品，从而推动“品牌下乡”，持续通过技术手段和遵循经济规律，挤压农村山寨产品生产和流通的生存空间，以满足最广大消费者深层次、多样化的消费升级需求。

北京工商大学经济系主任倪国华认为，信息和渠道鸿沟所导致的消费不公平现象，是农村地区山寨产品横行的原因之一。由于渠道受限，品牌商下沉成本高昂，在一定程度上为山寨产品提供了生存空间。在做好平台治理的前提下，电商具备的销售集中度高、商品可溯源等特质，恰恰使其成为了破解农村地区山寨产品横行的重要手段。

来源：经济参考报

## 热点聚焦

# 氢能利用持续升温 大规模商用还需应用端发力

氢能利用正在受到前所未有的关注，不仅被认为是新能源的下一个确定性投资机会，更被认为是掀起能源革命、保障国家实现能源自主的重要方向。

氢燃料电池的发展应用场景不仅仅是汽车，还可以应用于船舶、潜艇、分布式热电联产和备电系统等任何能源应用场景。



上海、佛山、武汉、苏州、济南、大同、张家口等城市已纷纷发布氢能发展的规划。中国石化、东方电气、三峡集团、中国中车、中国船舶、中国一汽等一批央企纷纷布局氢能产业。

3月22日，中国能源工程集团旗下的中能源氢能科技（茂名）有限公司氢能源产业基地启动仪式、氢能源产业化高新技术研究院揭牌仪式举行。这一天适逢茂名建市60周年，茂名选择在这一天开启氢能产业的“起航时刻”。

但与此同时“政策热”“投资热”与应用端的“理性”形成鲜明对比。中国工业记者在采访中了解到，车用氢能燃料电池是目前氢能利用最主要的聚焦点。据不完全统计，国内整车企业公布的氢燃料电池车产量、实际上牌数量和正在运营的数量比例约为5：2：1。业界人士呼吁，氢能燃料电池的利用亟待应用端发力。

#### 布局最具发展潜力的清洁能源

氢能源被认为是21世纪最具发展潜力的清洁能源。按照《中国氢能产业基础设施发展蓝皮书》提出的目标，到2030年，燃料电池车保有量将达200万辆，加氢站数量达到1000座，产业产值突破1万亿元。

央企国机集团旗下的能源综合解决方案服务商中国能源工程集团于2016年启动了氢燃料电池项目，致力于打造一家拥有核心技术和自主知识产权的氢能源全产业链产品和服务平台，围绕核心技术的迭代来发展企业的核心竞争力。

中国浦发机械工业股份有限公司总经理、中国能源工程集团党委书记张晋告诉中国工业报记者，“大力推广高效清洁能源”被列入国机集团科技创新与技术储备在节能减排领域五大需求之一。在国机集团“十三五”期间新能源研发创新的六大优先方向中，便提到“燃料电池技术及氢能的利用、电动汽车及充电设施、清洁智能交通技术等”。

中国能源工程集团董事长刘斌表示，“基于对清洁能源的长期专注，我们认识到氢燃料电池技术是电池产业中具有前瞻性和战略性的绿色技术，也是未来汽车产业竞争的战略制高点。我们两年多以前开始投入，到现在实现国内最先进的电堆投产，正好抓住了国家推动氢燃料电池汽车发展这样一个机会。”

据介绍，中国能源工程集团与清华大学联合建立了“氢燃料电池联合实验室”，共同开发高性能、长寿命、低成本20千瓦氢燃料电池电堆；与北京航天动力研究所合作开发氢燃料电池系统集成技术。产业平台企业——中能源工程集团氢能科技有限公司（下称“中氢科技”）落地北京亦庄，并于2019年1月投产，达产后将实现年产18kW石墨板电堆模块1000套、60kW金属板电堆模块1000套、配套1500套60kW级氢燃料电池汽车发动机的生产能力。

目前，中氢科技在茂名的研发大楼基本建成，定制的氢燃料电池观光车在茂名高新区投入运行。3月22日，中氢科技茂名氢能源产业基地也已正式动工。该基地将建设华南地区最重要的氢能源全产业链产业化示范中心，分期建成80000套/年的生产能力。

中国能源于2017年12月，与茂名签订战略合作框架协议，开展氢能源车在公交、市政物流车、班车的示范运行合作，注册成立了中能源氢能科技（茂名）有限公司。

茂名在2018年便发布了氢能规划。茂名市委书记许志晖表示，“我们将千方百计抓住这一千载难逢的机遇，力争在全国氢能源汽车和氢能产业发展布局中占据有利地位，再一次实现主导产业的华丽转身，把茂名打造成为全国氢能产业发展最快、集聚度最高的地区之一。”

应用端仍是短板

今年全国两会上，政府工作报告中首次加入了“推动充电、加氢等设施建设”的内容，更是将“氢能热”推向高潮。专家认为，氢燃料电池产业目前还处在示范阶段，消费市场的打开，仍需要一定时间。目前燃料电池产业仍然存在产业链不完善，生产成本较高，加氢站建设以及相关产业标准滞后等问题。

清华大学核能与新能源技术研究院副研究员王诚告诉中国工业报记者，如果想让氢燃料电池产业更快成熟，应用端发力也是关键，给氢燃料电池更多地应用场景。建量产线必然会降低加工成本，加大国产化的步伐与力度。

应用端的“理性”，与这个领域“政策热”“投资热”的现象形成鲜明对比。深圳市佳华利道新技术开发有限公司董事长凌兆蔚坦言，当前国内整车企业公布的氢燃料电池车产量、实际上牌数量和正在运营的数量比例不相适应。“整车企业卖了三五千辆，实际运营的可能不到 1000 辆。”

中国汽车工业协会发布《2018 年汽车工业经济运行情况》显示，2018 年我国新能源汽车产销量分别完成 127 万辆和 125.6 万辆，比上年同期分别增长 59.9%和 61.7%。其中，氢燃料电池汽车产销均完成 1527 辆，占比微乎其微。

我国新能源汽车推广应用财政补贴政策 3 月 26 日迎来调整，未来将购置补贴集中用于支持充电（加氢）等基础设施“短板”建设和配套运营服务等环节。

据财政部网站，调研发现消费应用环境仍需改善，一些地方对使用环节投入不足，充电等配套基础设施不健全，成为制约产业发展的关键因素。

拓展船舶等应用场景

中南大学粉末冶金研究院教授谢志勇则建议，“从船舶开始。”目前船舶以柴油为原料，对水体污染严重，用氢燃料电池可以解决污染问题。并且船对电池的体积、重量没有车的要求高。船舶是非常好的选择。

“船用可能比车用的势头更猛。”中氢科技总经理穆怀萍也表示，氢燃料电池要扩大应用场景，“传统船只的污染较大，目前长江水系和一些景点已经开始和我们一起探索氢燃料电池在船体的应用。”同时长航无人机、房车也是氢燃料电池很好地应用场景。

今年中氢科技计划与茂名市政府一起建设 4 个加氢站，拓展更多的应用场景，联手打造“梦幻氢世界”。

来源：中国工业报

央地新一轮支持政策密集释放

## 工业互联网步入落地关键窗口期

深度赋能轻工能源等行业，逾百家平台逐鹿万亿级市场

作为新型基础设施之一，我国工业互联网正步入落地应用关键窗口期。《经济参考报》记者了解到，目前我国工业互联网发展的顶层设计已经完成，相关主管部门正在加快酝酿出台对工业互联网的新一轮政策支持，加大行业应用赋能、

区域落地推广力度。地方层面，福建、长沙等地近期密集出台相关政策和指导意见。

在这一背景下，轻工、能源等行业工业互联网应用提速，行业龙头企业纷纷加快布局，超百个平台逐鹿万亿级市场。与此同时，相关的投融资活动也十分活跃，一些工业互联网平台企业正在积极运作企业重组和上市，即将开启的科创板也为工业互联网企业拓展了融资新空间。

#### 立标准促应用步伐加快

2017年11月，国务院印发《关于深化“互联网+先进制造业”发展工业互联网的指导意见》，之后随着一系列政策的出台和试点示范项目的推进，我国工业互联网迅猛发展。今年政府工作报告要求，打造工业互联网平台，拓展“智能+”，为制造业转型升级赋能。

工信部微电子发展研究中心副主任杨春立对《经济参考报》记者表示，目前我国工业互联网顶层设计已经完成，但我国工业互联网平台正处于发轫期，在行业标准、推广应用等方面尚存在短板和难题，亟待突破。例如面向汽车、航空航天、石油化工、机械制造、轻工家电、信息电子等垂直行业领域的工业互联网平台应用服务标准缺失。

工业大数据应用技术国家工程实验室副主任纪丰伟也认为，目前产业整体以及很多领域并没有形成业界统一的标准，工业互联网仍然处于高速发展、高速迭代和竞争定位的阶段。

《经济参考报》记者了解到，今年以来，新一轮政策密集发力。工信部提出到2020年，形成相对完善的工业互联网网络顶层设计，初步建成工业互联网基础设施和技术产业体系。工信部和国家标准化委员会近期印发的《工业互联网综合标准化体系建设指南》明确，到2025年，制定100项以上标准，重点推进支撑行业应用的标准化工作。

工信部总经济师王新哲近日在国新办发布会上透露，今年将重点围绕平台建设开展多场景、大范围、规模化的测试验证，加快重点工业企业、重点设备上云的步伐；开展跨行业跨领域的平台遴选和示范，遴选一批平台标杆项目和典型案例，引导企业开展平台的模式创新；培育一批基础性、行业通用的工业APP等。

杨春立透露，下一步，将围绕行业应用赋能、区域落地推广、生态机制建设等方面加大政策实施力度。包括制定一批规范，重点制定工业互联网平台数据接入、运行监测、评估评价等规范；鼓励行业龙头企业联合工业互联网平台开发定制化、易部署的工业APP，面向中小企业推广应用。

#### 2020年市场规模或达万亿

在新一轮政策支持下，工业互联网发展正在进入快车道。

数据显示，目前我国重点工业互联网平台平均工业设备连接数达到59万台，平均注册户数超过50万，2018年平台相关业务收入平均约为5亿元。目前，已经形成一批基于平台的创新解决方案，并在轻工、钢铁、石化、电子等行业实现了商业化应用。

中国轻工业联合会副会长何焯表示，下一步将通过推动人工智能、工业互联网等技术与轻工业的融合创新，推动组建创新共享技术服务平台等方式，加大信息技术在轻工业的广泛应用，以先进制造助力轻工业转型升级。

工信部相关负责人表示，将着力推动轻工企业内外网改造升级，推动面向轻工多行业、多领域应用的国家级工业互联网平台建设，引导企业加快数字化转型和智能化改造。

据悉，工信部、国资委、国家能源局正在联合推进能源工业互联网平台（国家能源智慧信息平台）建设，打造工业互联网在能源领域的应用样板，形成可复制、可推广经验，从而推动工业互联网在能源行业的落地应用。

围绕行业落地应用，多地也已出台相关规划和细则。今年4月，长沙市提出每年在全市范围内公开评选20个优秀工业APP和20家工业APP创新应用示范企业，给予资金奖励；支持在工程机械、汽车及零部件、食品医药、新材料等重点行业开展基于标识解析服务的创新应用。福建省提出支持具有工业互联网基础的龙头企业，整合利用其在不同领域的平台级工具，构建推动上下游集聚的全产业生态链，形成新的增长点。

太平洋证券预估，我国工业互联网市场继续快速发展，预计市场规模有望保持每年18%的复合增长率，至2020年达到近万亿元。

相关投融资活动日趋活跃

当前，领先制造企业和信息技术企业都高度重视工业互联网平台建设，将工业互联网平台建设作为企业的重要战略。目前，海尔、航天科工、徐工机械、三一重工等龙头制造企业，以及阿里巴巴、东方国信、浪潮、华为等大型ICT企业基于云计算、大数据等技术，纷纷打造跨行业跨领域工业互联网平台。杨春立向记者透露，截至2018年底，工业互联网平台超过百家，跨行业跨领域平台接近二成。

工业互联网平台相关投融资活动十分活跃。去年以来，中国船舶投资5000万元成立了中船工业互联网有限公司，中国电子与长沙市投资20亿元成立了中电工业互联网有限公司，富士康工业互联网股份有限公司成功登陆上交所融资271亿元。

工业互联网领域创新创业项目也获得风投界的青睐。树根互联获得了数亿元的A轮融资，寄云科技获得了1亿元的B轮融资。同时，徐工、TCL、中联重科等大型集团企业剥离和整合内部相关资源，成立了工业互联网平台业务的独立运营子公司。此外，一些工业互联网平台企业正在积极运作企业重组和上市。

“行业发展的动力正在从自上而下的政策推动，转变为自下而上的企业自发需求，工业互联网的应用为企业带来实实在在的降本增效。”太平洋证券分析师刘国清表示。

杨春立表示，下一步随着科创板开启和注册制实行，资本市场对以工业互联网平台为代表的先进制造业企业的投资活动和投资力度逐渐加大，平台融资规模和融资活动同步增长，产融结合、良性互促的行业发展格局正在形成。

来源：经济参考报

## 业界共话AI落地 科技实用成共识

在日前举办的将门2019年度创新峰会上，来自微软、平安、万达、MARSS、沃尔玛、博世、三一、泰雷兹等数十家实力雄厚、实战经验丰富的行业领袖，地平线、杉数科技、小鱼在家等创新企业先锋，以及《都挺好》里干练知性的“苏明玉”扮演者姚晨，同现场近700位创新圈伙伴一起，分享人工智能（AI

I) 技术落地的实践真知，探索智能科技赋能细分领域的创新优势和价值机遇，思考创新的实现路径。

人工智能将深刻重塑各个行业

“人工智能深刻重塑所有行业，智能应用将向垂直化、泛在化、系统化方向发展；物联网的复兴推动服务化升级，创造产品即服务，空间即服务，设施即服务的产业新动能；自然人机交互创造商业新界面、新入口。”将门CTO沈强在将门主题演讲环节中表示。

“人工智能的行业赋能和融合创新，必将引发零售、地产、医疗、工业的变革与进化，实现零售人货场重构；为房地产开发提高效率；医疗智能化持续加速；智造升级形成‘AI+’应用闭环。”将门首席技术战略专家姚宁波认为。

“这是投资企业级智能科技创业公司最好的时刻”。将门创投创始合伙人杜枫表示，行业发展越有挑战就越是科技提高效率的最佳时机，将门已经先后投资码隆科技、杉数科技、量化派、禾赛科技、文远知行、暗物智能等数十家具有高成长潜力的技术型创业公司，助力科技创新的落地。

“科技实用主义”

让技术创造价值

“不论是2B还是2C的公司，用数字化的方法可以让你和客户的互动变得更好。”微软全球资深副总裁、微软亚太研发集团主席兼微软亚洲研究院院长洪小文分享了他的企业数字化趋势洞察，“在数字化转型中是需要伙伴的，没有一个人可以把所有的事情搞定，任何公司到最后，最大的资产都是员工。所以，在数字化转型的过程中，不能忽略人的问题。”

博世底盘控制系统中国区总裁陈黎明在“AI+交通”主题演讲时表示，在交通领域AI要与安全同行。“自动驾驶是非常光亮的一件事情，是第三生活空间。我们在自动驾驶中可以享受各种场景，但如果没有安全做保障，我想我们任何一个人都不会去享受其附带的利益。”

以“科技实用主义”为题，现场同步设置了零售、地产、制造、智能家庭圆桌分论坛，旨在发掘技术在细分领域落地的空间与挑战，探究智能技术驱动下的传统行业将创造出怎样的商业图景。

当谈到创新技术引发的“新零售革命”时，玛氏集团中国数字化创新中心总监彭雅瑞认为，零售创新对品牌方来说，更注重的是资源怎么以消费者为中心，重构人、货、场的资源配置、投资组合，然后是数据战略。Convertlab联合创始人兼CEO高鹏认为，项目不成功，主要是三方面的原因：认知、策略和技能。

创新创业企业代表帷幄CEO叶生暄认为创新需要验证：“创新企业需要建立一个标准化的平台，在上面测试不同的交互及体验，快速去试点验证(POC)，然后快速去推广。”

AI技术在地产行业的碰撞实践，带来行业生态转变。万达集团现在已经从单纯的房地产企业转型成为以服务业为主的综合性企业集团，万达集团总裁助理兼信息管理中心常务副总经理冯中茜介绍了万达的信息化到智能化路程，“是5个I的综合：Information信息、Incorporation连接部门的协作、Innovation创新、Influence影响、Resource integration资源整合。”

创新技术在地产行业的变革,能够为消费者带来什么? 龙湖商业首席数字李琳表示:“对于消费者来讲,不再是一个空壳的房子,而是一个寻找服务、欢乐、体验、社交、分享的地方,在这个基础之上,龙湖提出空间即服务的理念。”

创新先锋地平线智慧城市事业部总经理刘俊华则表示,“从技术的场景落地应用来看,大家现在看到的人脸闸机等简单的应用,其实远不止这些。从管理、效率的提升方面来说,带给大家更好的生活状态,还有非常漫长的路要走。”

共话“智”造升级的制造行业分论坛现场,关于创新的解读,双良集团节能低碳产业技术研究院院长吴刚认为:“创新是需要浓度、密度、氛围、资源的聚焦、机制的保证。”

在家庭领域的应用,怎样用智能技术让用户的生活更美好,收获用户青睐? 小鱼在家CEO宋晨枫表示:“理性和感性就是产品逻辑和用户体验,两者结合才能真正带来满足用户需求的产品,这也是今天我们尤其是在语音交互新的界面时代到来的时候,看到最大的机遇。”

来源:中国高新技术产业导报

## 新健康

# 2020年DTP药房市场将达6100亿 医药流通龙头加速布局

### 导读

DTP药房容纳了医院流出的大量处方药购买需求,承担了部分慢病管理职能,并可以通过执业药师为患者提供个性化用药意见和专业的物流配送服务。DTP药房成为医药流通企业的兵家必争之地。

“目前DTP药房有大约1280家,销售过百亿,到2020年,特药药房市场将达6100亿元,市场空间巨大。”在4月16日零售药店经营特殊疾病药品服务规范贯标发布会上,中国医药商业协会副秘书长叶真向21世纪经济报道记者介绍。DTP药房不同于市面上常见的药店,后者以销售OTC类药物为主,经营品种有限且经过多年竞争利润较低,而DTP药房获得生产制造企业的药品经销权,患者在医疗机构获得处方后,可从药房直接购买药品并获得专业指导与服务,经营品种主要以抗肿瘤、罕见病、自身免疫系统疾病方面的新特药为主。

由于巨大的市场空间,DTP药房(经营特殊疾病药品零售药店)正吸引越来越多的上市公司参与,其中便包括医药流通行业龙头企业国药控股、华润医药和上海医药。在业内人士看来,DTP药房布局也将为医药流通巨头们提供更多增量。中国医药流通市场正处在变革中。年报显示,2018年国药控股实现营业收入3445.25亿元,稳居医药流通行业龙头地位。在药品分销业务上,华润医药约1329亿元;上海医药收入1394亿元,赶上了华润医药。

对于上海医药分销业务的赶超，4月9日，中国医药商业协会副秘书长朱建云在接受21世纪经济报道记者采访时分析称，对拥有较强DTP药房的康德乐等企业的收购，是其快速发展的重要原因，但核心还要看管理整合和业务创新。6100亿元DTP药房市场

特药药房是经营特殊疾病药品零售药店的简称，俗称DTP药房，这是一种药店获得制造企业产品经销权，患者在获得处方后从药房直接购买药品并获得专业指导与服务的模式，经营品种主要以抗肿瘤、罕见病、自身免疫系统疾病方面的新特药为主。

西南证券发布的《医药流通之DTP药房专题报告》指出，由于DTP行业的特殊性，该业务对药房的客户来源、产品来源、库存管理与物流能力和综合的药事服务能力等软实力提出了很高要求，市场进入壁垒较高。

叶真介绍，目前国内DTP药房有大约1280家，年销售额超过百亿。为此，DTP药房正吸引越来越多的上市公司参与其中。如2018年2月，上海医药完成对康德乐中国的收购，成为全国最大的进口总代理商和分销商，并与罗氏、默沙东等外资药企签署合作协议。

2018年年内，上海医药共获得15个进口药品全国总代理，囊括了两大PD-1新药欧狄沃（Opdivo）与可瑞达（Keytruda），以及日本卫材公司的肝癌一线治疗新药乐卫玛（甲磺酸仑伐替尼胶囊）等重磅产品。2018年进口药品占上海医药药品分销收入55.04%。

华润医药和国药控股同样在DTP药房市场有所布局。截至2018年末，华润医药共在66个城市开设了140家DTP药房。另据了解，华润医药不仅局限在医药商业领域的并购，更加注重对有特色的制药企业的并购，包括上海国邦医药、连云港德众药业、江苏南山药业、国药广安医药等。

4月16日，上海科圆信海医药有限公司总经理于锐向21世纪经济报道记者表示，中国医药市场产品结构正在发生改变，特药需求上升。“新特药上市步伐正在加快，在获得医保报销之后，产品中长期渠道拓宽，销量有所保证。”

一位跨国药企负责人向21世纪经济报道记者指出，DTP药房反映出药品流通环节中的内生需求，它为专业药厂商提供医药分家后的药品销售渠道，同时也能够提供稀缺的一手患者用药信息，尤其是平时较难找到的罕见病患者。

“更重要的是DTP药房容纳了医院流出的大量处方药购买需求，承担了部分慢病管理职能，并可以通过执业药师为患者提供个性化用药意见和专业的物流配送服务。”上述负责人指出。

事实上，2018年上海医药收购康德乐也使得其在药品分销领域座次排名迅速提升。

根据年报，国药控股医药分销2018年营收为2810.49亿元，位居三大流通企业榜首；华润医药2018年分销业务收益约1329亿元，上海医药2018年分销业务收入1394亿元。

#### 龙头企业加速布局

在朱建云看来，上海医药对康德乐等的并购是其赶超华润的主要原因。“并购对排名的影响反应较快，是影响上海医药与华润医药竞争态势因素之一，但核心还要看管理整合和业务创新。”

在业内人士看来，国药控股在药品流通领域具有绝对主导权，华润医药和上海医药的物流能力也在持续增强；尤其是上海医药在并购康德乐中国区的分销业务后，其物流配送能力快速增强，并且在分销进口药物上具有较大优势。

政策影响下的医药流通市场变革，小企业呈退出之势。3月26日，太平洋证券发布报告分析称，我国医药流通行业早期“多、小、散、乱”的特征在两票制、零加成等医改政策的影响下不断改善，流通企业龙头通过兼并小企业不断提升市场占有率。

太平洋证券分析师认为，从中长期看集中度提升，医药流通行业企业业务结构调整打开空间，行业政策进一步推动小企业被收购兼并或逐步退出，龙头公司份额提升。数据显示，小企业的逐步退出促使行业内药品批发企业数量已从2012年的16300家下降至2017年的13146家，并呈继续下降趋势。

而当下对制药企业影响巨大的带量采购政策，对医药流通企业也产生很大冲击，尤其是医疗机构的分销业务。

红阳资本认为，带量采购会削弱医药流通企业的药品销售和推广的优势，传统赚中间价的贸易模式将被重组，其次，药品带量采购带来的药品价格下降会影响终端药店的业务，带量采购的扩容势必挤压零售药店的生存空间。

政策影响之下，三大医药流通企业积极对未来发展进行布局。

尽管上海医药在分销领域赶超华润医药，但华润医药总体营收仍超过上海医药。在未来布局上，华润医药将发展战略对准重点产品和核心治疗领域。持续提升产品质量，巩固制药业务现有品牌、生产以及营销资源优势，持续关注疾病谱变化，拓展心脑血管、抗肿瘤、中枢神经、呼吸系统等治疗领域；完善慢病治疗、专科疗法和输液疗法相结合的化学药产品组合。此外还要挖掘中医经典名方，推动中医药全产业链布局，加快大健康业务发展。

而上海医药也表示继续在优势领域深耕。年报显示，其医药工业销售收入已连续7个季度保持高速增长，全年销售收入过亿产品达31个，其将在医药工业板块深化销、产、研三大中心的管理体系完善，形成按治疗领域跨组织的产品发展协作工作机制。在医药商业板块，上海医药大力推进省级平台建设，做好重点省份“一省一策”管理，加强业务流程优化及资源共享。

另据年报，2018年内，上海医药共有卡托普利片等四个品种通过一致性评价和布洛芬缓释胶囊等32个品规已完成BE实验并申报至国家药监局；华润医药开展了40个以上一致性评价专项项目，其中有超过18个已经开展或完成了BE实验，四个品种已经完成申报，两个品种已经通过一致性评价。

而国药控股则表示将继续推进分销网络下沉，优化网络布局，积极把握政策机会窗口，提升分销份额。此外，医疗器械业务也是其调整结构的战略性板块，在未来布局中，国药控股将把握器械业态发展态势，进一步发挥协同效应和规模优势。

在创新领域，上海医药和华润医药均把引进高端人才，提升研发能力及开放研发合作作为持续创新发展的重要保障，而国药控股则在探索供应链服务新模式，研发药品追溯系统，打造统一追溯平台，推动运营模式变革。此外，华润医药还将培育有市场竞争优势的核心产品作为目标，上海医药则致力于运用云计算、大数据等技术持续创新业务模式。

国际业务布局也受到三大药企关注。国药控股把打造走向国际化，整体领先的药品零售终端网络作为其零售业务的目标。华润医药通过产品进口、成立合资公司、开展合作等多种方式，希望实现海外业务布局的突破。上海医药则将“一带一路”沿线国家作为医药投资与出口的机会。

来源：21世纪经济报道



## 医药流通龙头入局医疗器械 行业集中度提升

“进口替代”和“黄金十年”成为当前中国医疗器械行业的关键词。

“此前，行业内营收过亿元的医疗器械企业很少，如今，排名前十名企业的市占率已达 20%左右。”4 月 16 日，九州通医疗器械集团有限公司总经理付雄对 21 世纪经济报道记者表示，医疗器械流通行业正在加速并购和整合，九州通从一个后进者，进入到了行业前三名。

过去几年里，国产医疗设备逐步突破技术壁垒，专业化产业集群出现，而在国家层面，医改、分级诊疗、扶持国产设备、鼓励民营医院等多项政策落地，医疗政策大力支持医疗器械国产化，国产医疗器械获得优先采购资格，国产厂商充分享受政策红利。

行业的闯入者

2007 年，继国药集团之后，国内民营医药流通龙头九州通试水医疗器械流通，其模式为：通过贸易公司模式，成为医疗器械个人产品和医院所需医疗器械产品的提供商。

在付雄看来，九州通这一战略调整，是将九州通集团与医疗器械行业的优势融合。“医疗器械行业更倾向于一站式采购，即一家企业可提供相关所有器械，方便快捷。”付雄说，九州通器械依靠集团的平台优势，全国范围内的流通网络更利于医疗器械的销售。

此时的行业格局，也给了九州通介入机会。“医疗器械产品严格根据 CFDA 的监管要求审批上市，但在销售端缺乏标准，绝大部分企业依靠资源和少量品种就可以存活，且效益还不错，如此导致行业内企业小、散，规模化企业不多。”付雄说，很少出现头部企业，力推规范化和标准化的新进入者会有更多机遇。

但要进入这一领域“夺食”，九州通要解决的问题并不少。“医疗器械领域的门槛不低。”付雄解释，其核心是专业度。在需求端，中国医疗器械产品种类繁多，仅区分方法就有几十种，“我们最终采用集中分类方法，将医疗器械分为 26 种。”付雄说，此后，第一步是围绕 26 种医疗器械打造专业团队，包括骨科、IVD、康复、个人家用医疗器械、大外科等建立团队，给市场提供解决方案。通过品类的划分和集中，为专业团队分类，为业务开展打基础。

另一个方面是服务“在产品卖出去后，服务才刚刚开始。”付雄说，产品的使用，售后是关键，需要专业快捷的服务。特别是针对医院，需要与医生对话，“对专业要求很高，没有专业服务团队，不敢开展业务”。九州通的策略是，将团队搭建好后，才推进这一业务。也正是因为这种专业性的要求，“在 26 各类产品中，我们只开始尝试了部分领域，还有一些领域正在陆续搭建团队。”

与传统医药行业一样，医疗器械流通领域的准入门槛并不低，仍留有传统中国医药企业的“历史沉疴”。在首届世界大健康产业博览会上，一位从事医药流通行业多年的市场人士透露，“医疗器械企业的绝大部分销售会与医院合作，存在回款周期长问题，需要企业具备足够的资金实力，一般产品公立医院账期为 6-8 个月甚至更长，只有少量医院所需的重要器械产品，才有缩短账期的可能性。此外，行业内整体毛利率只有 20%左右，相对不高。”

机遇催生行业整合

在九州通抢抓医疗器械领域机遇时，中国医疗器械行业经历高景气周期。

兴业证券研报数据显示，我国医疗器械行业规模从 2006 年的 434 亿元增长至 2017 年的 4450 亿元，年均复合增长率约为 23.50%，行业正处于快速发展期。

根据《中国医疗器械行业发展报告》统计，2013-2016 年医疗仪器设备及器械制造子行业在工信部统计的医药行业 8 个子行业中，年增幅一直高于平均水平，2016 年的增幅位于 8 个子行业之首，规模以上生产企业主营业务收入增速为 11.66%-22.20%，明显高于同期国民经济发展增速。财报数据显示，从 2007 年开始，九州通医疗器械领域的年均增幅达到 45%-50%，2018 年的增幅估计会更高，2017 年，九州通医疗器械板块营收达到 70 多亿元，在集团整体收入占比达到 9%左右，但 2018 年估计能超过百亿元，在集团整体收入的占比会进一步提升，成为九州通集团新的盈利增长点。

这种景气指数也加速了其他资本流入医疗企业行业，截至目前，华润医药、上海医药等也都陆续进入医疗企业领域。

政策、资本轮番加持，行业竞争加剧。“我们在自建专业化团队的同时，加速并购，快速扩张。”付雄介绍，截至目前，九州通医疗器械集团旗下涵盖 23 家全资公司，另外，通过并购方式新增 42 家合并报表的合资公司，并购的领域主要围绕着骨科、IVD、大外科等切入，而这些并购标的不是单纯的资源型企业，而是同时具备资源和专业服务能力的团队。

鱼跃医疗事业部一负责人也指出，当前，医疗器械行业的集中度是在慢慢提升。公司也通过并购将产品覆盖到手术器械、卫生材料等。总之，公司通过并购不断寻求多元化发展，以期突破单种产品的行业天花板。

当前也是行业集中度提升的契机。随着国家监管趋严，招标制的推行等，受限于规模的要求，中小企业陆续退出行业。

在这种机遇中，对比药品领域，九州通在医疗器械业务的拓展能力更强。“目前，我们在医院业务占比达到 46%以上，但药品领域可能只有 30%左右。”付雄说，其中，家用医疗器械占比最高，在欧姆龙和鱼跃医疗的市占率达到 25%左右，在强生的 OTC 医疗器械产品中占比约 20%-30%。而这种产品结构，正是因为九州通集团一直擅长基层医院和中小企业渠道建立。

#### 新格局的突围

与生产企业的关系，是考验医疗器械流通企业的另一个关键。鼓励自主创新，实现国产替代，是政策给予医疗企业行业的政策机遇。

这与我国医疗器械行业的现状相关。

资料显示，我国医疗器械企业整体规模较小。截至 2016 年底，我国共有约 1.5 万家医疗器械生产企业，其中，90%以上规模 2000 万元以下，年产值过亿的企业仅 300-400 家左右。2017 年，营业收入最高的三家公司规模也仅在百亿元左右。而行业集中度方面来看，中国前 20 大医疗器械企业（按照销售额）的行业集中度 2017 年达到 14.18%，较 2010 年的 10.75%有所提升，但集中度依然很低。

中国加速推进医疗器械产品的进口替代和自主创新。从 2014 年药监局《创新医疗器械特别审批程序（试行）》实行以来，截止 2019 年 2 月末，共有 218 项产品纳入创新器械特别审批，共 57 个创新器械获批，其中 2017-18 年呈现爆发式增长，创新产品审批时间大量压缩。同时中国资本市场方面，2018 年医疗保健设备与技术融资 201 起，共 296.05 亿元，创历史新高。

“欧美地区医疗行业药品和器械的占比是 1:1，而在中国医疗器械的份额不足两成。”鱼跃医疗上市负责人指出，未来可待挖掘市场需求很大。

这种供给端的改变，医疗企业加速自建渠道的同时，也继续依赖流通企业的销售，这种新变化也给医疗器械流通企业更多新的关系考量。

“产商和经销商之间的关系就像恋爱关系，是个双向选择的过程。”三诺生物一省区经理表示，产商会衡量经销商渠道广不广，网络铺得开不开，还会考虑与其合作会不会影响与其他经销商的合作等等。而一些大型经销商在选择合作产商的时候也会有自己的标准。

九州通的办法是强化自身固有优势。“专业服务能力是我们最大的优势。”付雄说，公司研发出的柯尼兹服务体系，通过“互联网+”的优势，切入医院的信息化改造中，形成增值服务。此外，公司还计划拓展设备租赁服务，拓展新的业务内容。在售后领域，九州通建立一个家用器械维修团队，并在医院设立售后公司、消毒中心、医院内部的自动补货系统等，“将九州通在信息化和民企灵活服务的优势做足。”此外，公司还拓展出微商等新零售渠道，探索器械产品的线上销售，形成更加核心的竞争力。

新的政策也将进一步规范行业，给规范化的头部企业更多机会。

微创医疗一负责人也表示，两票制要求生产企业到配送商（经销商）一票，配送商到医院一票，一些小经销商因为没有开票的资格可能退出。

“随着带量采购的出现，医疗器械行业的利润会进一步变薄。”付雄说，政策的变化也会加速行业集中度的提升，中小企业逐步退出历史舞台，龙头企业的市场份额进一步集中，以量取胜。

来源：21 世纪经济报道

《江苏创业投资》联系方式：

江苏省创业投资协会

地址：南京市山西路 128 号和泰大厦 19 楼

邮编：210009

电话：025-83303470

传真：025-85529959

E-mail: [jsvca@js-vc.com](mailto:jsvca@js-vc.com);

网址：[www.js-vc.org](http://www.js-vc.org)