

政策暖风频吹 创新医疗企业上市潮涌动

智能工厂什么样? ——专家详解“无人化、数字化、标准化”

■ 新华社记者 董瑞丰

无人自动化生产线、通过互联网“私人定制”冰箱、用人工智能做家居设计……在智能化趋势面前,传统制造业正在奋力转型。未来的智能工厂什么样?中国制造业如何跟上甚至引领智能化趋势?一批学界和产业界的知名专家,近日共同交流人工智能及智能制造的最新成果,并探讨如何取得“中国优势”。

无人化:智能制造不是空无一人

在江苏一家智能制造示范工厂,调整后的生产线上的工人数量骤减,从物料配送、组装到打包,昔日厂房里人头攒动的景象已看不到了。但智能工厂的含义就是厂房里空无一人吗?专家说,未必。

“很多人对工业4.0有误解,认为就是无人化生产。实际上,未来10年里我们要实现的并不是无人生产,而是组合性的生产。”工业4.0首倡者之一、德国人工智能研究中心首席执行官沃尔夫冈·瓦尔斯特说。

瓦尔斯特认为,工业化的下一步是大规模的个性化生产。换言之,工厂将会小批量、高频率生产产品,有时甚至只生产一件产品。这就需要工厂实时、自动化地调整制造计划。

“机器和人要展开合作,机器必须有能力和人开展的工作,同时遵守相应的一套规则。”瓦尔斯特说,推动实时的生产线平衡以及预测性维护,促进机器学习、深度学习,促进自动的规划和设计,这三点对于智能制造至关重要。

数字化:数据联通要让机器自己学习

海量的包裹被24小时不间断地扫码识别、数据处理、配送定位——这是快递公司的新型机器人分拣系统,一小时可以分拣包裹7万件,准确率高达99%。

在专家看来,智能工厂里所有的设备、产品都通过物联网连接,所有生产都通过产品记忆来操作。

欧洲科学院院士、深知无限人工智能研究院院长汉斯·乌思克尔特说,产品在生产线上周时,机器会告诉自己要做什么,无需对机器进行重新编程,机器通过产品学习。

“人们现在主要关注的是如何在企业内部进行数字化,但更为重要的其实是,怎样把企业内部和外部的数据结合起来。”乌思克尔特说。

青岛海尔工业智能研究院执行副院长高保卫说,海尔近年来打造了一个工业互联网平台,核心就是面向终端用户,从设计、制造、采购等各个环节都统一打通,才能快速响应用户需求。

标准化:“中国智能制造”应设立技术门槛

业内专家表示,当前国内的智能制造设备更多是系统集成,把国外先进的硬件、软件引进之后,针对各生产企业的实际需求“搭积木”。

“技术基础不夯实,智能制造就是无源之水。”哈工大机器人集团副总裁石君认为,国内智能制造设备厂商首先应该建立行业联盟,建立标准化体系,然后结合应用的具体场景,提升工艺装备的数字化、自动化水平。

他建议,要加强与德国等先进制造强国的交流,尤其是人员交流,引进消化先进技术。同时,结合国内制造领域,在合适应用场景做出范例,再进行联合推广。

中国首个5G电话打通 可商用5G手机预计2019年推出

中国移动联手中兴通讯2日打通国内首个5G电话,这意味着一个上万亿元人民币的产业已经逐步拉开序幕。不过,对于可商用终端,预计要到2019年下半年才能推出。

广东省广州市和深圳市都参与了5G试验。此次打通首个5G电话是在广州的试验。此前广州市还开通了国内第一个5G测试基站。

据了解,国际标准化组织3GPP去年12月正式冻结了第一个5G标准,即3GPP R15版本。广东移动此次测试所采用的5G基站、核心网以及测试终端等全都是基于3GPP R15版本标准的。

可商用5G手机的进展取决于5G国际标准进程。中国信息通信研究院院长刘多介绍,5G第一版国际标准将于今年6月完成,面向2020年商用,产业界只有不到两年时间。她认为,5G手机终端商用应是最晚,也是最难的。她预计2019年下半年,真正的5G手机终端才能够相对成熟。

中国移动研究院副院长黄宇红在介绍5G第三阶段试验时表示,预计2018年上半年5G商用终端芯片可正式推出。

在2月份的世界移动通信大会上,华为发布了全球首款商用的、基于3GPP R15标准的5G芯片。华为消费者业务CEO余承东表示,可商用5G智能手机将于2019年四季度推出。

(刘育英)



料,但一直未有实质进展。公司方面有关人士表示,香港市场境外投资者较多,对于生物医药的专业度也较高,因此公司内部亦在积极关注,可以视为选择之一。

众多医疗企业登陆或者拟登陆资本市场,将重构医疗上市企业“版图”。广证恒生分析师赵巧敏估计,目前中资医疗股中的创新药企业在各市场的占比大致为:A股18%、新三板4%-5%、港中概股20%、美中概股50%,且各市场中创新药企业类型亦有所区别:新三板和美中概股以研发型创新药企为主,港中概股中以大型综合药企为主,A股市场二者均含有。但当前格局即将迎来变化。

政策春风激发企业热情

搅动这一池春水的,无疑是政策的春风。今年以来,港交所宣布了一系列重大改革新政,其中包括建议修订《上市规则》以促进新兴及创新产业公司,包括尚未盈利或未有收入的生物科技公司来港上市,就从事医药(小分子药物)、生物制药和医疗器械(包括诊断)生产和研发,但尚未盈利或未有收益的生物科技发行人的上市合适性提供了具体指引。

在3月22日的香港生物科技峰会上,港交所广邀了数百家企业参与,现场座无虚席。港交所行政总裁李小加表示,港交所为拓宽上市机制的准备作现已进入最后阶段。

根据港交所此前的咨询方案,拟吸引以研发为主的生物科技公司赴港上市,且上市前12个月一直从事核心产品的研发,必须拥有其核心产品相关的专利,且在建议上市前至少6个月得到至少1名资深投资者提供的相当数额的第三方投资。此外,相关公司上市时的最低市值需达15亿港元。

香港市场发力争夺创新型企业的资源,内地亦不遑多让。在诸多分析人士看来,药明康德的迅速过会,凸显出政策对创新型生物医药企业的重视与扶持。

日前国务院办公厅转发证监会《关于开展创新企业境内发行股票或存托凭证试点的若干意见》,对于试点企业设定的门槛是:已在境外上市且市值不低于2000亿元人民币的红筹企业;尚未在境外上市,最近一年营业收入不低于30亿元人民币且估值不低于200亿元人民币,或收入快速增长,拥有自主研发、国际领先的技术,同行业竞争中处于相对优势地位的红筹企业和境内企业。

A股市场所设定的门槛虽然高于港股市场,但放开了对于盈利的限制。证监会明确,针对创新企业在特定发展阶段高成长、高投入、实现盈利的周期较长等特点,按照《证券法》规定的程序,报经国务院批准,修改《首发管理办法》第二十六条和《创业板首发管理办法》第十一条,明确规定符合条件的创新企业不再适用有关盈利及不存在未弥补亏损的发行条件。

而在此之前,如何在研发投入和盈利之间取得平衡,是诸多创新型企业所面临的难题。对此,君联资本执行董事周璋表示,诸多医疗创新类企业寻求上市时会遇到一个共同的问题,即为了企业长期发展必须大量投入研发,但是这部分投入绝大部分都要进行费用化处理,计入当期损益表,进而大幅影响净利润水平,导致达不到IPO标准,或者上市之后得不到合理的估值和定价,而这种情况已经在逐步改善。

创新药企业估值方式生变

各大资本市场积极拥抱新经济,对于企

业而言无疑是重大利好。瑞博生物创始人兼董事长梁子才表示,原来只有纳斯达克一个选项,香港市场开放之后,眼前至少有两个选项。A股市场对新经济的开放,对一些企业而言又建立了潜在的第三个选项。

面对A股、港股及纳斯达克等资本市场伸出的“橄榄枝”,医疗界的“独角兽”们将作何选择。一些企业对港交所为生物科技类企业赴港上市所开辟的优惠政策还持观望态度。国投创新合伙人尹正表示,相较于纳斯达克的确定性,香港市场刚刚开始发源,之后能否成为活跃度更高、吸引投资人和上市公司的板块,具有较大的不确定性。

对于A股市场,医药创新企业也在密切关注制度变革的新动向,对行业内企业而言,登陆A股资本市场的最终成行,还需要制度上更多细节落地。

事实上,近年来,医疗行业创新迎来多方面的强力推动,除了资本市场的助力外,产业政策层面更是利好频出。随着顶层设计的推进,整个行业逐步进入“创新时代”。

去年10月,《关于深化审评审批制度改革鼓励药品医疗器械创新的意见》(下称《创新意见》)印发,创新药在其中获得优先审评、专利补偿、药品试验数据保护等多项支持。兴业证券医药分析师表示,去年以来的一系列政策针对国内创新药研发端激励不足、临床试验产能受限、临床和上市申报审批时间过长等多方面困境,为创新药提供了诸多实际利好。另外,随着分类管理逐步推行,国内创新药的标准将会提高,过去创新层次较低的Me-Too甚至Me-Worse药将受到冲击,而真正有能力做到全球性创新级别的企业将集中享受政策红利。

此外,安信证券分析师崔文亮表示,随着我国药审、医保等顶层设计政策的改革,叠加产业蓬勃发展与资本追捧的共振,激发了医药创新的积极性,创新药企业的估值方式也正在发生深刻变化。

值得注意的是,去年以来,创新药在研品种带来的股价和估值提升现象在港股和A股市场中分别上演。兴业证券医药分析师表示,港股市场表现的尤为明显。2017年下半年以来,港股医药市场的估值体系悄然出现一些变化,在传统估值体系下的优质标的依旧保持较好的上升趋势,而变化在于对pipeline(在研产品管线)的衡量已经逐渐加入当前的估值体系,医药市场开始从固有的“PEG”估值转向“PEG+pipeline”的体系。

(来源:中证网 作者:黄淑慧 徐金忠)

金正大集团 CEO 白瑛:“百千亿行动”让亲土种植在中国落地

■ 新华社 冯孔

“万物土中生,有土斯有粮”。土壤是农业发展的命脉,是乡村振兴的根基。长期以来,我国农业以高投入高产出的超负荷模式运行,耕地承载压力巨大,调节修复能力下降,长期处于“亚健康”状态,发展与土壤“亲和、友好”型亲土种植势在必行。

“亲土种植,是指采取对土壤‘亲和、友好’的方式来开展种植作业,实现作物优质高产和耕地质量提升两大目标,保障农业可持续发展。”近日,金正大集团CEO白瑛做客新华网客厅时这样说。白瑛表示,金正大集团正在联合“政、企、学、研、用”五方力量发起“百千亿行动”,推动亲土种植模式在中国落地生根。

据了解,为践行质量兴农、绿色兴农战略,促进我国土地减量增效,3月21号农业部耕地质量监测保护中心、金正大集团、金丰公社、世界亲土种植联盟、高效复合肥国家农业科技创新联盟等五大机构共同倡议,把每年春分时节(3月21日)设立为“亲土种植日”,通过开展丰富多彩的技术研讨和宣传推广等活动,普及“亲土种植”理念,从源头上保护耕地质量,提升作物品质,推动农业绿色发展,实现乡村振兴战略目标。

此外,3月26日,由农业农村部种植业管理司指导,农业部耕地质量监测保护中心、中国植物营养与肥料学会、世界亲土种植联盟联合主办,金正大集团等承办的“亲土种植富养天下——守护亿亩良田,践行乡村振兴”大型公益行动在北京启动,会上发布了旨在推动亲土种植在中国落地的“百千亿行动”方案,并对来自全国各地的首批亲土种植带头人进行授牌。

据白瑛介绍,“百千亿行动”具体包括五个方面的内容:示范田建设,在全国上千个农业重点县,打造上万块亲土种植标准示范田,提供真实可信的样板基地。

服务站打造,建设农业服务中心或农业服务站,通过为农民提供便捷、省力、省心的农业综合服务,让亿万农民切实能够体验到亲土种植的众多好处。

田间技术培训,联手百家机构、百位专家打造亲土种植田间学校,开展上万场田间公益培训会,帮助农民掌握改善耕地土壤质量的原则和方法。

公益基金设立,投入千万元成立亲土种植精准扶贫基金,鼓励农业科研单位和广大农民开展亲土种植研究与实践。

科技带头人培养,开展评选表彰活动,对



取得显著效果的种植户进行表彰宣传,形成示范带头作用。

创业20年来,金正大集团持续科技创新,在亲土种植上储备了成熟的技术和产品。据了解,除了缓控释肥及种肥同播技术、水溶肥及水肥一体化技术之外,金正大还开发了酸性土壤、碱性土壤、土传病害治理等全套土壤修复产品,是国内唯一一家拥有土肥水全系列产品企业。

中国植物营养与肥料学会理事长、中国农业科学院农业资源与农业区划研究所研究员白由路表示,“亲土种植有不错的技术力量和产品展示,还要将成功的案例、效果展示给农民,通过大规模的多点、多片的示范,让农民亲眼看到亲土种植是保护环境的,是可持续发展的,并积极参与进来,这是百千亿行动

最大的价值。”

而这正是目前金正大集团作为“一号工程”在全力推进的事情。据了解,今年,金正大成功入选央视国家品牌计划,成为该计划唯一一个农业领域企业。

白瑛表示,要充分借助央视、新华网这样的权威平台,包括全国上千县的地方电视台,将这些成功的案例、经验、模式通过示范田建设、培训会、科技带头人等扎扎实实的落地举措复制推广开来,在神州大地形成百花齐放的效果,真正让亲土种植率先在中国全面落地生根,让农业成为有奔头的产业,让农民成为有吸引力的职业,让农村成为安居乐业的美丽家园。

白瑛进一步解释了亲土种植落地方案的内涵:“4+3CS”模式。“4”是指系统化解决方案(solution)的四个维度:改土养地、减量增效、品质提升、综合服务。这四步步骤,环环相扣,从多个维度覆盖了亲土种植涉及的“土、肥、水”等全要素和全流程。“3”则是推动亲土种植落地必须具备的三项核心能力(Core Capabilities):人才是第一要素、技术是第一动力、产品是第一支撑。

在金正大集团的大力推动下,汇聚百家机构、百位专家,在全国上千个农业县开展的一场亲土种植大会战正迎面而来。

互联网新一轮收购潮:没哪个巨头绝对安全

滴滴、美团、饿了么、摩拜等企业,虽是某领域首战大捷的胜利者,但这种胜利,却也面临不断的挑战。

新京报记者获悉,4月3日晚间,摩拜召开股东会表决通过美团收购案。知情人士称,美团将以35%的美团股权、65%的现金收购摩拜单车,其中3.2亿美元作为未来流动性补充,A、B轮投资人及创始团队以7.5亿美元现金出局。与此同时,携程专车宣布获得网约车牌照,这意味着,携程现在可开展网络出租车线上服务。

此前,饿了么则被阿里以95亿美元收购,中国互联网史上最大规模的一笔收购就此尘埃落定。而在更早前,美团在上海推出打车服务;作为回应,滴滴则加快了其外卖服务。就此,中国互联网这些巨头或独角兽企业,再度掀起了风浪。这一幕让许多人感觉似曾相识,仿佛几年前在出行领域中滴

滴大战的、饮食领域“百团大战”等“互联网大战”又回来了。如今,战火再次掀起,或许值得追问的是,为何中国的互联网如此容易掀起收购潮呢?

众所周知,中国拥有7亿多网民,这个数量相当于印度与美国的总和。如此海量的用户,以及全球领先的互联网普及程度,是中国互联网的根本基础,也造就了中国互联网技术应有和市场的独有特征。

海量用户,使得中国互联网的任何一个服务和技术普及速度都很快,可以在短时间内拥有大规模的用户群体。这就造成,许多技术或数字技术,都会选择从应用端切入,由业务场景驱动。哪怕是对技术要求很高的人工智能领域,也是如此。而诸如出行、餐饮、购物等服务领域,则更是很容易形成风口,滴滴、美团、饿了么、摩拜,都是此中的胜利者。但是,海量的用户同样也意味

着,活跃度、波动度大。所以,滴滴、美团、饿了么、摩拜等企业,虽是某领域首战大捷的胜利者,但这种胜利,却也面临不断的挑战。

此中关键,就在于企业要有足够资本。只要企业有钱,就有机会打破原来的格局、边界,进入到一个全新的领域。比如,最近身处不同领域的美团和滴滴,据报道都曾有意收购摩拜。

滴滴在出行服务市场上有算法优势。但算法并没有形成真正的壁垒,只要有资本愿意介入,其他企业依然能够抢到出行服务的份额。美团在上周就声称,已经在上海拿到1/3份额。基于同样的理由,携程也同样想在出行领域完成产业链闭环。

那么,像滴滴这样的企业是否就完全没有办法形成独特壁垒?其实也未必。比如,作为同行的Uber就在全心全意打造无人驾驶

技术,试图形成技术壁垒。

当然,除了实打实的技术外,通过其他方式也能形成壁垒。比如京东通过打造自己的物流系统,也逐渐建立起自己的壁垒,甚至威胁到阿里的整个商业布局。所以,阿里巴巴收购饿了么这样的企业,也是为了进一步丰富自己的生态体系,服务于其新零售战略,并构建起自己的同城服务物流。事实证明,在中国,即使是像阿里这样的巨头,也无法确保自己的地位永远巩固。

可以说,在中国这样一个庞大的市场中,没有哪个独角兽企业是绝对安全的。这一波互联网的收购潮,所验证的正是这个坚硬现实。作为回应,既有的企业要么依靠不断的技术创新形成壁垒,要么像已有的巨头一样,不断构建、完善自己的生态体系,以应对这样几乎没有尽头的竞争格局。

(来源:新京报 作者:郑伟彬)