

上海浦东：未来 3 年推动区域生物医药产业规模达到 4000 亿元

“好项目不缺土地，好产业不缺空间”——坐拥张江“药谷”的上海市浦东新区，近日发布生物医药产业高质量发展行动方案，提出通过强化制度创新、开展混合用地试点等措施，未来 3 年推动区域生物医药产业规模达到 4000 亿元。

生物医药是上海重点发展的三大先导产业之一。浦东新区作为全国的生物医药高地，2021 年共有 5 个一类新药获批上市，占全国的 20%。目前，包括制造、服务和商业流通在内，浦东的生物医药产业规模约 2700 亿元，世界级的产业集群显露雏形。

当前，制约浦东乃至上海生物医药产业发展的一大瓶颈是用地问题。“浦东有土地空间，也需要发展生物医药制造业。实现张江研发、上海制造、浦东优先，这是我们的郑重承诺。”在和 120 多家生物医药企业面对面沟通时，浦东新区副区长吴强表示。

为实现“好项目不缺土地”，浦东新区正在优化产业用地供给机制，探索有突破性的体制机制创新。比如对土地出让实行“弹性年期+有条件自动续期”制度、试行二三产业混合用地改革等。

根据行动方案，未来浦东将持续推动生物医药产业发展迈上新台阶。通过聚焦补链固链育苗链，促进重大项目落地，特别是在小分子化学药物、抗体药物、手术机器人等细分领域达到国际先进水平。

同时，利用中央支持浦东打造社会主义现代化建设引领区的政策，上海市人大常委会表决通过《上海市浦东新区促进张江生物医药产业创新高地建设规定》。规定提出，对生物医药特殊物品、研发用物品实行便利化通关“白名单”制度。

“比如，血液及其制品是新药研发过程中的必需品。进口是否顺利、及时，直接关系到每个研发项目的进程。‘白名单’制度解决了这个难题，为我们开展新药研发提供了有力支撑。”徕博科生物政府事务负责人张文玲说。

浦东新区科经委副主任李晓亮表示，下一步将通过信息化监管平台建设，在全区推广“白名单”制度。

(何欣荣 杨有宗)



●金阳智中心一期竣工

签约企业 60 家浏阳市医疗器械产业集群效应初显

作为湖南省浏阳市十大产业引领项目、金阳新城十大产业聚集项目——以金阳智中心为主体的医疗器械产业园项目传来好消息：金阳智中心一期已竣工并通过消防验收，具备使用条件。

1 月 25 日，走进金阳智中心，一栋栋标准化多层厂房矗立，现代化产业园初具雏形。

金阳智中心由浏阳汇远实业有限公司投资建设，项目总投资约 20 亿元，占地 493 亩，总建筑面积约 45 万平方米，将建设集专业化厂房、研发中心、科研孵化、人才公寓、多功能体育馆等于一体的“产业+生态+社交”新型产业综合体。其中项目一期于 2020 年 9 月开工建设，包含 17 栋标准化厂房和 3 栋公租房，建筑面积约 19 万平方米。

“立足医疗器械产业，项目一期于 2021 年年初正式对外招商，目前已签约嘉纳灭菌、海氏海诺、聚源医疗等 60 家医疗器械企业。预订租赁面积达 13 万平方米，医疗器械产业集群效应初显。”金阳智中心招商总监易江说，目前已有 7 家企业进场进行二次装修，项目二期也已启动建设。

作为金阳智中心第一家进场启动装修的企业，海氏海诺（湖南）医疗有限公司厂房装修和设备安装调试正在加紧进行。

据了解，海氏海诺专注于精准医疗和大健康领域产品的研发和销售，拟投资 2000 万元建设四条二类医疗器械生产线，力争三年后年税收超过 2000 万元，提供就业岗位 100 个。

“浏阳经开区具有区位优势 and 生物医药产业基础，金阳智中心产业定位精准、基础配套完善，加之近年来湖南省针对医疗器械产业发展的利好政策支持，医疗器械产业园项目建设正当其时。”易江表示，在全力推动项目建设的同时，汇远实业也将为入驻企业提供保姆式服务，力促企业早日投产达效，为浏阳医疗器械产业高质量发展注入活力。

(罗晓芳 彭虹霞 张沁)

万亿咖啡市场激发创业投资热

●孙永剑

谁是喝咖啡的主力军？朱丹蓬表示，根据《2020 中国统计年鉴》统计数据显示，80/90 后人数达 3.25 亿，占总人口的 23.2%，这部分人是职场主力，有经济基础，消费能力强，是社会的中坚力量；95 后人数达 3.85 亿，占总人口的 27.5%，95 后作为互联网数字原住民，敢于尝新，是未来消费的主力军。这群年轻人，他们喝咖啡的消费习惯正在被培养。

虎年伊始，咖啡行业正焕发出“虎虎生气”。据专业机构数据显示，我国咖啡消费市场已跻身世界前列。艾媒咨询数据显示，2020 年中国咖啡行业市场规模达到 3000 亿元，中国咖啡行业市场规模预计将保持 27.2% 增长率上升，远高于全球 2% 的平均增速。2025 年中国咖啡行业市场规模将达到 1 万亿元，总体呈现持续扩大的趋势。

“中国咖啡的潜在市场巨大。”中国食品产业资深分析师朱丹蓬表示，即使是在受疫情冲击的 2020 年，也未影响到各企业在咖啡市场的布局：无论是星巴克、麦当劳的加速布局，还是可口可乐、娃哈哈、农夫山泉等相继推出咖啡饮品。更有一波新兴玩家跨界而来，例如喜茶、奈雪的茶等新茶饮的杀入，中华老字号同仁堂也开咖啡馆，跨界卖起养生咖啡，就连加油站中石化也跨界卖起了咖啡。

巨大的市场蛋糕，也引发了创业投资的热潮。

创业热引发资本热

虎年新春到来之际，新锐咖啡品牌千小鹤创始人程筱颖已经意识到，为迎接巨大的国内咖啡市场，应努力提升产品品质和经营能力，以提高自身造血能力。

2020 年 6 月底，时值新冠肺炎疫情之际，程筱颖放弃了阿里巴巴的优渥职位，踏上了咖啡创业之路，成为千小鹤咖啡创始人。

当月完成工商注册，年底投入运营，以速溶黑咖为主要产品，先从线上电商渠道销售突破。2021 年 2 月初，千小鹤的订单首次破万。6 月和 9 月，订单实现大幅增长，双十一用户突破 10 万，目前复购率超过 40%。2021 年 7 月，成立刚满一年的“千小鹤咖啡”完成天使轮融资，获得融资金额数百万元，投资机构为蘑菇街。

程筱颖透露，曾有投资人对她直言，之前并没有研究过咖啡领域，但必须要投咖啡。在



(图据网络)

她看来，不仅是创业者跨界“打劫”，也有投资人跨界看项目。

当下，许多创业者正把眼线从城市转向广大的农村地区，那里悄然成为咖啡的新兴消费市场。据媒体报道，26 岁的张嘉梅，最初的想法是在北京一栋写字楼底下开一家正常的咖啡店，但经过对城市和农村市场的一番调研对比，最终选择在距离成都市区 50 公里的村庄，租了一个农户的院子，开了一家集咖啡馆、小卖铺和民宿一体的小店。在她看来，农村和城市最大的不同就是人与人之间并没有距离感。把这种感觉运用到咖啡上，加之城镇化的稳步推进、农村年轻人消费观念逐步更新，农村潜在的咖啡市场可观。

国际品牌也看好国内咖啡市场。加拿大 Tims 咖啡自 2019 年 2 月进入中国市场，截至 2021 年末已经开设超 390 家门店，并喊出了“2026 年底开出至少 2750 家可盈利门店”的口号。

咖啡领域的投资也在近三年达到一个高峰，数据显示，2021 年全年咖啡领域共有 21 起投资案例，总金额达到 59.21 亿元，投资金额超过 2019 年和 2020 年的投资总和。在第三方企业信息查询软件搜索“咖啡”，成立时间在 1 年内的公司就有超过 2.5 万条结果。

“从资本介入的程度和消费者习惯教育来看，咖啡投资的时机已经成熟。”众为资本的资深投资经理李雅璐近日表示。2021 年，她

看了市面上 6 个咖啡项目，明显感受到，“资本层面，这一年应该算是资本介入咖啡的元年；消费者层面，越来越多花式咖啡出现，比如生椰拿铁等，也在用更丰富的口感来拓展自己的消费者边界。”

咖啡消费愈加年轻化家庭化

至于谁是喝咖啡的主力军，朱丹蓬表示，根据《2020 中国统计年鉴》统计数据显示，80/90 后人数达 3.25 亿，占总人口的 23.2%，这部分人是职场主力，有经济基础，消费能力强，是社会的中坚力量；95 后人数达 3.85 亿，占总人口的 27.5%，95 后作为互联网数字原住民，敢于尝新，是未来消费的主力军。这群年轻人，他们喝咖啡的消费习惯正在被培养。

雀巢大中华区咖啡业务资深副总裁何文龙表示，在疫情影响下，这两年咖啡市场格局已发生改变，在家喝咖啡已成常态，一些调查数据也佐证了这样的观点。据凯度消费者指数数据显示，2020 年疫情期间，虽然咖啡在户内消费场景有所放缓但表现稳定，在家消费咖啡的需求在稳步攀升。疫情缓解后迅速反弹。截至 2021 年 4 月，在此前的 52 周里，有 47% 的中国城市家庭购买过咖啡。可见品牌对于持续培养消费者喝咖啡的习惯是有成效，中国消费者对于咖啡的依赖性在增强。

在麦当劳中国副总裁、麦咖啡（McCafé）业务总经理许颖婷看来，中国的咖啡市场在

国家药监局批准的创新医疗器械增至 145 个

国家药监局网站 1 月 24 日公布，经审查批准了北京品驰医疗设备有限公司生产的 2 个“双通道植入式脑深部电刺激脉冲发生器套件”、1 个“植入式脑深部电刺激电极导线套件”和 1 个“植入式脑深部电刺激延伸导线套件”共 4 个创新产品注册申请。至此，共有 145 个创新医疗器械获得国家药监局批准。

本次获批的 2 个双通道植入式脑深部电刺激脉冲发生器套件由脉冲发生器、力矩螺丝刀和封堵头组成，其中一个产品具有充电功能，产品名称为双通道可充电植入式脑深部电刺激脉冲发生器套件。

植入式脑深部电刺激电极导线套件由电极、电极固定组件、限深器、电极保护帽组件、简易电极保护帽、短导丝部件、电极造隧道工具、自锁测试电缆、鳄鱼夹测试电缆、力矩螺丝刀和电极固定装置（视不同型号选择）及备用选配件电极固定组件（型号：A6026）、电极保护帽组件（型号：A6023）、简易电极保护帽（型号：A6024）、短导丝部件（型号：A6025）、电极固定装置（型号：LF01）组成。

植入式脑深部电刺激延伸导线套件由延伸导线套件及备用选配件金属网连接套筒、造隧道工具组成。

脉冲发生器套件、电极导线套件和延伸导线套件产品需配合使用，产生电刺激脉冲，对丘脑底核（STN）进行刺激，用于对药物不能有效控制某些症状的晚期左旋多巴反应性帕金森病患者的联合治疗。

上述产品具有抗干扰设计，可接受 3.0T 场强磁共振成像检查，具有完备的自主知识

春节猪肉价格迎低点 企业“问路”半成品加工

●马嘉

春节期间，猪肉价格低迷，市场状况令猪企、肉企有些惆怅。对此，业内人士对中国商报记者分析，肉类半成品、肉食礼盒或是企业提升业绩的“神器”。

企业有些“惆怅”

虎年春节，猪肉的销售旺季来了，但价格却持续低迷，这让企业有些不知所措。

河南一位生猪养殖企业相关负责人张兴涛（化名）告诉记者，春节前，大家都在想尽办法卖猪肉、冲销量，因为节后的猪肉价格只会比节前更低。不出张兴涛所料，春节假期刚过，生猪价格再度迎来低点。根据大宗商品分析机构上海钢联—我的农产品网数据，2 月 7 日，全国生猪（外三元）均价为 13.54 元/公斤，同比下跌了 17.29%。

“猪肉价格对比前一周下降明显，对比前一年下降就更明显了。”北京新发地市场统计部负责人刘通表示，1 月 7 日新发地市场白条猪肉批发均价为 18.5 元/公斤，比 2021 年 12 月 31 日的 20 元/公斤下降了 7.5%，比 2021 年 1 月 7 日的 42.25 元/公斤下降了 56.21%。

猪肉价格下跌或会继续。中国农业科学院北京畜牧兽医研究所研究员朱增勇表示，2021 年二季度能繁母猪存栏处于较高水平，仔猪供给量持续保持高位，预示着 2022 年上半年市场供给呈明显增加态势，春节过后，生猪价格仍存在阶段性过快下跌的风险。周期低点可能会出现在四五月份，价格可能较行业平均成本线低 30%。

从牛年春节的“躺着赚钱”到虎年春节“多渠道促消费”，肉类销售端的想法正在发生改变。许多猪企、肉企纷纷针对生鲜精加工



●工作人员正在对屠宰后的生猪进行分割

(图据网络)

产品推出新产品、新品牌，肉类半成品、肉食礼盒成为市场主角。

盯上线上卖肉

春节猪肉价格走低的情况下，猪企、肉企纷纷盯上了线上卖肉。北京二商大红门五肉联食品有限公司相关负责人对记者表示，目前公司基本覆盖了所有的社团平台以及批发类的电商平台。春节期间，部分产品销量比线下还要好，其未来会针对线上销售推出更多的产品。

有企业也在今年走上了打造“网红单品”营销之路。新希望六和相关负责人则表示，1 月的食材单品的销售明星是旗下的小酥肉产

品，单月销量超过 1.3 亿件。火锅食材肉片、半成品加工的肥肠等单品也销量过千万件，其场景不仅有线下商超、农贸集市的年货节现场售卖，也有相当部分来自网店、直播平台、社区电商和私域社群运营，反映出年菜市场的多样化、年轻化趋势。同时，流量精准爆发和品牌效应合一的效果尤其明显。

此外，为产品换上新年包装也成为企业拉动销量的一大方法。企业纷纷为猪肉、鸡肉、牛肉等肉食类食品穿上节日“服装”。

一位贵州地区肉制品加工企业相关负责人表示，一位贵州地区肉制品加工企业相关负责人表示，推出礼盒包装也是为了在节日效应下刺激消费，但今年猪肉价格本身就较低，各类包装成本叠加，销售端的盈利还是相

过去三四年的变化非常迅速，“它的改变不只是在产品，整个场景、使用习惯都不一样。现在可能大家喝咖啡可以说是刚需了。”

另据咨询机构弗若斯特沙利文数据显示，2018 年中国人均咖啡消费量 6.2 杯，与发达国家相比依然处于较低水平，仅为德国的 0.71%，美国的 1.6%。从中国庞大的人口基数中可以测算出，中国市场的咖啡前景具备较大的想象空间。

竞争白热化 引发更多“进阶”需求

“如果说此前中国咖啡市场尚属市场教育的阶段，如今无疑是竞争白热化的阶段。经过 30 多年的发展，中国的咖啡行业迸发出更多的‘进阶’需求，市场有了多样性的存在，这些都对企业提出了更高的要求。”朱丹蓬表示。

朱丹蓬回顾过去 30 多年间，中国咖啡市场经历了三次浪潮：雀巢速溶咖啡带来的是第一次浪潮；以星巴克、Costa 等为代表的手磨咖啡是第二次浪潮；当下咖啡市场正在进入第三次浪潮：在多层次消费需求带动下，咖啡市场变得更加多元化。伴随基础设施的变化，咖啡行业也在经历着重构。速溶、挂耳、袋泡、浓缩咖啡液等多种多样的形式，足以满足一千个人眼中有一千种咖啡的喝法，中国正在形成自己独特且不断更新的咖啡市场。

他预测，随着需求越来越细分多元化，基于从电商等数字化平台收集来自消费者和市场的反馈，围绕主流产品线、高端产品线、进口产品线以及本土产品线展开的优化和改良，将以需求为核心来全面布局咖啡品类。

他从电商大数据中，深挖出八大咖啡目标的人群的需求。在年轻族群里，有需求基础提神的，有喜欢饮料口味的，有咖啡趣玩族。在中坚力量里，有追求健康生活的，有需求日常品质的，有颜值至上的，有专业品鉴级的。另外，还有生活闲适的年长的族群，他们对咖啡有着不同的需求。这些推动着企业以用户的需求为核心，不断创新并全面布局咖啡品类，引领消费者的咖啡之旅。

在他看来，去年双十一，雀巢携两倍于前年同期的 104 款新品线上线下同步发布，堪称历届双十一之最，覆盖了速溶、即饮、胶囊、浓缩液等各大品类，正是这一产品开发思路的集中体现。

产权，属于国内首创医疗器械。电极导线套件和延伸导线套件产品采用一种包覆于电极导线上的编织复合导电屏蔽结构的制造技术，可显著降低射频场造成的温升。植入该类产品的患者不但能在 1.5T MRI 设备下安全地进行磁共振扫描，而且能在 3.0T MRI 设备下进行扫描，进而获得高质量的 MRI 影像资料。

国家药监局表示，药品监督管理部门将加强该产品上市后监管，保护患者用械安全。

(韩璐)

布局肉制品加工

当前，猪企、肉企纷纷在肉制品加工业务上谋求出路。

牧原股份表示，公司未来在肉制品方面也会更加开放，采用多种方式扩充产能，同时积极拓展多种销售渠道。正邦科技也表示，在深加工特色食品方面，公司未来会选择终端品牌打造，通过中央厨房的方式满足年轻人对美味、简单快捷这一类型食品的需求。

而肉制品企业则盯上了更为多样的肉制品加工链条。双汇发展表示，公司目前推出的素食产品有“素食界”手撕蛋白肉、“探未”素牛排、素牛肉粒等。公司将密切关注市场情况，积极进行素肉类产品的研发和推广，丰富产品品类。

此外，值得关注的是，生猪养殖赛道上的“扩张战役”仍未结束。据上海钢联—我的农产品网数据，各大猪企 2022 年全年规模场出栏计划均有不同程度增加，其中牧原股份预计增量 50% 左右，温氏股份预计增量 35% 左右，德康农牧增量 65% 左右，傲农生物增量 55%，巨星农牧增量 67% 左右，预计 13 家规模以上养殖企业出栏 1.4 亿头，增幅为 28% 左右。

“可以看到，整个市场供应还是过剩的。养猪企业向产业链下游延伸，发展屠宰、肉制品加工业务能在一定程度上与养殖环节的生猪价格波动形成对冲。但是，当前受生猪价格影响，屠宰端利润较低，肉制品加工生产线开工率也受到了影响。长期来看，肉制品加工业务仍不是企业盈利关键。”张兴涛说。