

从造“居城”到建“产城”，碧桂园不断颠覆传统商业模式——

新型城镇化有3.0版了

经济日报·中国经济网记者 张建军



继续强化在三四线城市的市场优势。截至6月30日，其城镇化布局已经遍及全国29个省市区，其中105个项目在当地的市场占有率超过20%，11个项目市场占有率超过50%。

碧桂园集团总裁莫斌在中期业绩发布会上表示：“较为平衡的项目组合反映出碧桂园对处于城镇化不同阶段的市场均有充分理解。未来，公司将持续拓展一二线城市、巩固三四线城市，以提高全国范围内的市场份额。”

服务人的城镇化

“碧桂园对三四线城市市场的信心来源于集团早年在一线城市周边积累并沉淀下来的商业模式，以及对新型城镇化建设前景的乐观态度。”碧桂园集团副总裁、新闻发言人朱剑敏介绍说，追溯碧桂园的发展历史可以看到，碧桂园的第一个项目“顺德碧桂园”就是一个小城镇项目。该项目是25年前开发的，目前

占地面积超过万亩，住宅、酒店、办公楼、学校、交通、医院等一应俱全，俨然已经成为一个生态环境优良的小城镇。

在广东省委党校新型城镇化研究中心主任陈述看来，碧桂园以城市开发和运营著称，受益于新型城镇化建设，公司业绩进入爆发周期是很自然的事情。陈述表示，在碧桂园的600多个项目中，有相当多的社区已经实质上形成了小城镇。这样的规模在国外很多地方已经堪比小城市，因此要按照城市理念来运营。

“几年前，我们的居住环境还不太好，周边很多地方脏乱差问题严重。自从碧桂园进驻开发以来，城镇环境得到巨大改善，现在很多在市区工作的职工都在碧桂园置业了。这样的改变对于我们这样一个县级城市来说无疑起到了风向标作用。”广东省肇庆市高要区委办公室主任邹千豪告诉记者。

“推动新型城镇化建设，房地产企业负有义不容辞的责任。经过几十年的发展，国内已经成长起一批包括碧桂园在内非常成熟的房地产企业，这些企业能够调动大量资源，在推动新型城镇化建设方面具有先天优势。”莫斌表示，碧桂园应该发挥这些优势，为中国的城镇化，特别是人的城镇化作出贡献。

促进产城融合发展

在周春山看来，碧桂园的新型城镇化发展思路大体可分为3个阶段，早期是顺德碧桂园、广州凤凰城等传统大盘，算是1.0版；2.0版是三四线城市中心区的高端项目；3.0版则是以科技小镇为代表的产城融合项目。

传统小区是以居住为核心的，科技小镇则是以产业为先导，带动居住与人口、商业集聚。从这个意义上

讲，碧桂园正在从造“居城”向建“产城”转型。

2016年4月份，碧桂园开始筹备科技小镇项目。同年8月份，集团响应顶层设计关于建设特色小镇的号召，发布“产城融合战略”。

2017年5月17日，碧桂园首个产城融合的科技小镇标杆项目——潼湖科技小镇破土动工。该项目坐落于广东惠州，毗邻深圳，目标是以思科数据中心为依托，打造世界级的物联网和智能控制产业基地。碧桂园潼湖科技小镇产城事业部总监王腾介绍说，目前小镇已经吸引了一批科技企业入驻，在未来5年至8年内，项目总投资将达到300亿元。

朱剑敏表示，对于碧桂园来说，这不是一次简单的试水，而是战略性的选择。目前，碧桂园已在珠三角、京津冀等区域初步布局了多个科技小镇，今年将有20个左右的科技小镇项目落地。同时，碧桂园已与思科、富士康、李开复创新工场、浪潮集团及清华大学、中科院综合研究中心等一大批公司和机构建立战略合作。

“碧桂园要求每个科技小镇一定要有一个主导产业，并引入一两家世界级或国内龙头企业。”碧桂园集团助理总裁、产城发展事业部总经理向俊波表示。

对于在传统住宅开发领域以“高周转”著称的碧桂园来说，产城融合的科技小镇是对其传统商业模式的一次颠覆。“住宅不着急开发，先把产业做起来。有了人气，再赚未来的钱。”向俊波表示，对于科技小镇，碧桂园寄予厚望，它不仅寄托着企业对未来业绩的期待，更承载了带动地方产业升级的深层次思考。

上图、左图均为碧桂园广东潼湖科技小镇效果图。（资料图片）

生意经

一整夜的暴雨骤雨驱散了夏日的燥热，上海逸思医疗科技有限公司的员工们在习习凉风中搬入了公司的新总部。当天，完备的研发实验室及高标准示范生产基地也正式启用了。这似乎预示着，这家成立刚刚5年的医疗器械生产企业终于熬出头了。

“逸思医疗的目标是做高品质微创外科产品，让全球患者做得上、做得起微创外科手术。”逸思医疗创始人、首席科学家聂红林在接受《经济日报》记者采访时表示。

打破国际垄断

放疗、药物治疗和外科手术是目前全球肿瘤治疗的主要手段，其中微创手术治疗被业界公认为“最被期待的治疗方式之一”。遗憾的是，微创手术在我国肿瘤病例中的普及率还很低，只有7%至10%。关键问题出在哪里？

价格。想想确实不难理解，当国内90%以上的市场份额都被国际医疗巨头长期垄断，患者们如何能有话语权？

作为国内第一家专注肿瘤微创外科手术器械生产的企业，逸思医疗的“中国梦”是打破进口垄断和国产高端医疗器械从未进入欧美发达国家的历史。聂红林提出的战略规划是，为了让产品进入全球市场，逸思医疗必须规避国际医疗巨头的专利池。而且，所有创新一定要有明确的临床价值。

要实现这个目标何其困难，公司的启动资金很快就花光了。“幸运的是，由于将全部资金都投入到设计和技术创新上，我们在这段时间内完成了关键技术验证。”聂红林回忆说。

创新“医工结合”

工欲善其事，必先利其器。“他们把手术器械吻合器叫‘枪’，把超声刀叫‘刀’。根据器械的大小长短还有长枪短枪、大刀小刀之分。”聂红林笑着说，工程师们的工作就是给战斗在手术台一线做微创手术的医生们提供“神刀神枪”。

“医疗器械是为临床服务的，只有在临床中用得好，器械才有生命力。”聂红林说，为了避免“无效创新”，逸思医疗积极联系医院，让医生和工程师结对子，共同为创新出谋划策。“这种‘医工结合’的智库式创新模式让临床专家参与研发，医生与工程师可以随时保持互动并交流，大大提升了国产医疗器械创新的效率。”

通过这种独特的创新模式，逸思医疗取得了丰硕的创新成果。在5年多的时间里，公司申请了53项专利，其中发明专利18项，国际专利20项。从全球首创的可单手操作腔镜吻合器到在全球范围内首次实现60度旋转角度的突破，再到不出血的弧形成钉缝合技术，逸思医疗在中国微创外科领域迅速得到认可。目前，公司已建起4个同步于全球领先技术的高端产品线，全球最先进的一体化远程荧光腔镜手术室也将进入医学应用阶段。

低价普惠患者

如今，逸思医疗终于实现了自己创业时的诺言：“让全球患者做得上、做得起微创外科手术。”

在今年2月份公布的浙江省医疗器械招标中，由于逸思医疗的参与，进口产品在省内省级招标中史无前例地降价30%；在确标后的4个月内，逸思医疗已进入浙江省53家医院；在江西省阳光工程挂网公布后的半年内，逸思医疗成功进入全省80%的三甲医院……医院和专家的高度认可让逸思医疗各项业务进展迅速。

在谈及目前的困扰时，聂红林坦言，很多省份长年使用国外产品，对国产医疗器械还缺乏了解，表现在招标政策上还存在明显的倾向性。“这说明国产医疗器械市场还不够成熟，品牌尚未被广泛认可。要彻底改变这一现状，不仅需要企业自立自强，打造出值得用户信任的好产品；也需要管理部门、行业协会等联手开展知识普及及权威测评工作，帮助用户了解国产品牌的新进展。”

目前，逸思医疗已经在全球率先打造出最完整的微创外科手术室设备和耗材的整体解决方案，为肿瘤微创外科技术推广做好了充分准备。在保证与同类进口产品技术指标等同的前提下，公司将努力实现设备价格较外国产品低30%、耗材价格低20%的目标，以降低该项技术普及的成本。

伊利签约北京冬奥组委

成为其官方唯一乳制品合作伙伴

本报讯 记者黄鑫、实习生曹曼曼报道：北京冬奥组委日前与伊利集团正式签约，伊利成为北京2022年冬奥会和冬残奥会官方唯一乳制品合作伙伴。业界专家表示，与奥运“再续前缘”意味着伊利成为全球唯一同时服务夏季奥运会和冬季奥运会的健康食品企业，堪称中国乳业新的里程碑。

早在2005年，伊利就成为中国首家也是唯一一家奥运乳制品合作伙伴。伊利集团董事长潘刚表示，对于与奥运携手走过12年的伊利而言，“更高、更快、更强”的奥林匹克精神已成为企业基因。

在品质方面，伊利全面实施“质量领先战略”，将质量管理延伸至全球产业链上的所有合作伙伴，系统构建全球质量管理体系，打造符合奥运标准的健康食品；在创新方面，积极推进“全链创新”战略，同时引入全球创新资源构建“全球智慧链”；在国际化方面，已初步完成覆盖亚洲、大洋洲、欧洲、美洲的全球资源、研发及市场网络布局，通过整合全球优质资源为消费者持续提供高品质的产品和服务。

今年上半年，伊利实现营业总收入334.94亿元，较上年同期增长11.32%；净利润33.68亿元，较上年同期增长4.52%。在荷兰合作银行发布的2017年度“全球乳业20强”中，伊利集团蝉联亚洲乳业第一，位列全球乳业8强，连续第四次入围全球乳业前十。

本版编辑 韩叙 美编 吴迪

本版邮箱 jirbyb@163.com

逸思致力中国高端微创外科器械品牌——

智库式创新锻造医疗「利器」

本报记者 陈颀

本钢集团提出年度销售收入940亿元目标——

打出提质增效“组合拳”

本报记者 张允强

革时间表，本钢不断加大产品结构调整力度，优化生产流程，推进已有产线创效、新产线达产达效。

为打造更加完善的质量保障体系，本钢围绕炼铁、炼钢工序，批批取样，次次检测，时时跟踪，道道关口严抓细管。具体来说，每道生产工序的每个环节均执行专人负责制，每位职工都必须按照标准化生产流程和生产工艺制度操作；每件产品从订单环节便将用户个性化要求标注清晰，每道工序均需按相应质量标准来生产。统计显示，通过一系列改革，今年1月份至4月份，集团不良品率同比降低36%，产品竞争力大幅提高。

同时，集团还在产品研发上下大力气。为此，本钢以提高自主创新能力为核心，联合科研院所、高等院校、上下游战略用户等共建“产学研用”产业链式技术创新平台、技术创新联

盟和联合实验室。

统计显示，目前本钢“双高”产品占比达85%以上，高级别汽车用钢、家电用钢、管线钢、集装箱用钢、帘线钢等高端产品已成为主导产品。其中，汽车板产品实现系列化、精品化、规模化生产；高级别管线钢广泛应用于印度管线、西气东输二线等重点管线工程；家电板实现海尔、格力、奥克斯等国内知名品牌全覆盖。

在做强钢铁主业的同时，本钢集团还大力发展多元产业，不断改变“一钢独大”的发展局面，力争“多条腿走路”。为此，本钢不断加大贸易物流产业投入，扩大传统贸易、加工配送和仓储贸易；通过参股、合资等方式参与汽车板产业链的整合，提高产品附加值。此外，他们还积极参与钢铁电商平台建设，并深度介入金融投资产业以降低融资成本。

大国重器

今年年初，本钢集团有限公司提出实现销售收入940亿元、利润5亿元，上缴税费21亿元，多元产业实现销售收入61亿元的任务目标。在市场需求下降、产能过剩、有效供给不足、环保压力增加、出口难度加大的当下，这无疑是个艰巨的任务。本钢集团信心来自哪里？

“我们会紧紧抓住‘一带一路’建设、中国制造2025和东北振兴‘十三五’规划等重大机遇，不断打出提质增效‘组合拳’，引领本钢走出一条改革发展的新路。”本钢集团董事长陈继壮表示。

今年以来，围绕钢铁主业，本钢集团从强化成本管控、推动对标挖潜入手，推动全流程降本增效。根据改