2025年9月19日 星期五
本版主编:陈 炜 责 编:田 冬 制 作:董春云
证券日报

政策体系日趋完善加速脑机接口技术落地

本报记者 邬霁霞

近日，国家药品监督管理局最新批准发布了《采用脑机接口技术的医疗器械 术语》医疗器械行业标准。该标准明确界定了采用脑机接口技术的医疗器械相关术语与定义，将于2026年1月1日正式实施。

对此，中国人工智能产业发展联盟工作组专家高泽龙在接受《证券日报》记者采访时表示，这一标准的发布能有效破解行业长期存在的术语混乱、概念模糊等痛点，为脑机接口医疗领域的研发、审评、监管及临床应用搭建起“通用语言”体系，从基础层面为我国“脑机接口+医疗”的高质量发展筑牢根基。

政策相继落地

事实上，今年以来，我国已围绕脑机接口在医疗领域的应用落地，密集推出多项配套政策，逐步构建起更为完善的政策支撑体系。

今年3月份，国家医疗保障局印发《神经系统类医疗服务价格项目立项指南（试行）》，创新性设立侵入式脑机接口置入费、侵入式脑机接口取出费、非侵入式脑机接口适配费三大项目，首次为脑机接口相关医疗服务提供了清晰的定价分类标准，让服务收费有了明确依据。

地方层面也迅速跟进，结合区域实际推进政策落地。以浙江为例，今年5月份，浙江省医疗保障局出台《关于公布脑机接口相关医疗服务价格项目的通知》，对三类脑机接口医疗服务给出具体定价：侵入式脑机接口置入费为6580元/次，侵入式脑机接口取出费为3150元/次，非侵入式脑机接口适配费为960元/次。

此外，为进一步加速脑机接口项目的临床普及，部分地区还探索将相关服务费用纳入医保保障范围。例如，今年8月份，浙江省医疗保障局再出重磅政策，发布《关于非侵入式脑机接口适配费纳入基本医疗保险支付范围的通知》，明确将非侵入式脑机接口适配费纳入《浙江省基本医疗保险医疗服务项目目录》，按乙类项目管理，个人先行自付比例为10%。

科技部国家科技专家库专家周迪在接受《证券日报》记者采访时表示，明确的收费依据能推动脑机接口技术在医疗领域的规范化应用，避免无序竞争；而纳入医保不仅能减轻患者负担，还能让产品在临床中积累更多真实案例，反哺研发迭代。同时，这也会吸引更多企业和资本关注这一赛道，为产业发展注入充足动力，推动行业加速向前。

应用场景不断突破

随着政策体系的日趋成熟，脑机接口技术在医疗领域的应用也迎来突破。据麦肯锡预测，2030年，脑机接口在医疗应用市场规模有望达到400亿美元，其中，以中枢神经系统疾病治疗为主的严肃医疗的潜在应用规模预计为150亿美元，以情绪评估与干预为主的消费医疗的潜在应用规模预计为250亿美元。

面对这一机遇，国内上市公司纷纷加码布局“脑机接口+医疗”赛道，并在实际应用中取得显著进展。

例如，创新医疗管理股份有限公司通过参股杭州博灵医疗科技有限公司（以下简称“博灵脑机”）涉足脑机接口领域。据了解，博灵脑机的新品“赛博灵科AC5”即将上市，这款产品为国产首款采用脑机接口技术的家用型上肢运动功能辅助与增强系统，可改善提升偏瘫患者的生活自理能力。目前，该产品正面向社会开放意向登记和免费预约体验。

三博脑科医院管理集团股份有限公司则凭借临床技术优势与国内多所高校开展深度合作。今年6月份，公司旗下的福建三博福能脑科医院联合南开大学等完成了全球首例介入式脑机接口辅助人体患肢运动功能修复试验，实现了脑机接口临床应用的关键性跨越。

除上市公司外，一批专注于技术创新的企业也成为行业攻坚的重要力量，浙江强脑科技有限公司便是其中的典型代表。该公司深耕非侵入式脑机接口技术，推出“BrainCo智能仿生手”“BrainCo智能仿生手”等多款智能假肢产品。

对于脑机接口技术在医疗领域的未来，中关村物联网产业联盟副秘书长袁帅对《证券日报》记者表示：“随着研究的不断深入，脑机接口技术将持续突破现有局限，在精度、延迟、稳定性等核心指标上实现更大提升。与此同时，技术的应用场景也将从当前的少数疾病治疗，逐步拓展到更多医疗领域，为更多患者带来康复的福音。”

众和昆仑（北京）资产管理有限公司董事长柏文喜对此表示认同，他表示：“当前，脑机接口医疗应用正迎来政策、标准、资本与技术的多重利好，未来谁能在合规性、临床价值与商业模式上率先实现突破，谁就能在这场‘脑机技术革命’中抢占先机、占据领先地位。”

头部消费企业纷纷启动“大店策略”

本报记者 丁 蓉

近日，稳健医疗用品股份有限公司（以下简称“稳健医疗”）旗下全棉时代首家全球旗舰店在湖北省武汉市亮相。

“大店策略”是指打造空间大的门店，通过产品陈列、服务优化、数字化管理等多个维度，吸引顾客、提高销售额并强化品牌形象，“大店策略”已成为我国头部消费企业实现品牌升级战略的举措之一。中国城市专家智库委员会常务副秘书长林先平在接受《证券日报》记者采访时表示：“通过旗舰店的独特空间设计和沉浸式体验，可加深消费者对品牌的认知度、传递品牌文化、扩大品牌影响力。”

9月18日，《证券日报》记者来到位于湖北省武汉市楚河汉街的全棉时代全球旗舰店，该门店共3层，目前还处于试运营期间，但已吸引不少消费者到店体验。

稳健医疗董事、全棉时代高级副总裁廖美珍向《证券日报》记者表示：“从2009年在深圳开设首家门店以来，截至2025年6月末，全棉时代在全国已有484家门店。首家全球旗舰店的诞生是公司品牌发展战略的重要一步。接下来，我们将在符合品牌定位的商圈继续探索开大店，实现场景渗透，打造更多爆品。”

此外，名创优品集团控股有限公司（以下简称“名创优品”）也在加速推进“大店策略”。今年8月份，名创优品华南首家城市乐园店开业，该门店位于广东省广州市北京路步行街，开业当日即吸引超万人次打卡消费。名创优品首席营销官刘晓彬称：“公司的城市乐园店预计年底总数将达到25家至30家，海外布局也在同步推进中。”

泡泡玛特国际集团有限公司（以下简称“泡泡玛特”）旗舰大店升级之路也进展顺利。今年7月份，泡泡玛特安徽首家城市旗舰店拉开帷幕，这家门店位于合肥市之心城购物中心，门店共有两层，被称为安徽潮玩界“新地标”。

“苹果、耐克等国际品牌长期采用在城市核心商圈与文旅景区开设旗舰大店的策略。对品牌建设而言，大店不仅是一个销售渠道，更有助于传递品牌价值和增强消费者认同。”苏商银行特约研究员付一夫在接受《证券日报》记者采访时表示。

林先平认为，“大店策略”本质是品牌从单纯卖货转向提供沉浸式体验和生活方式解决方案，通过对空间价值的重构，来抢占商业竞争制高点和实现品牌向上突破。“大店策略”要求参与企业具备更强的产品力、运营力，有望成为中国品牌高端化的新起点。

创新药企持续探索“出海”新范式

本报记者 金婉霞

9月17日晚间，迈威（上海）生物科技股份有限公司（以下简称“迈威生物”）发布公告称，公司与Kalexo Bio,Inc.（以下简称“Kalexo”）签署《独家许可协议》及《优先股股权购买协议》，公司将在研产品2MW7141在全球范围的开发、生产和商业化权利授予Kalexo。根据协议，迈威生物最高可获得10亿美元的预付款和里程碑付款等，并有望在Kalexo的A轮融资中持有双位数比例的A轮优先股。

“现金+股权”是典型的NewCo“出海”模式（以下简称“NewCo”）。陕西巨丰投资资讯有限责任公司高级投资顾问于晓明对《证券日报》记者表示，NewCo通常指创新药企将其核心创新药产品的海外开发、生产和商业化权利授权给一家在海外新设立的公司。这家新公司通常由国际投资基金主导成立，并引入国际化管理团队。

从行业层面来看，NewCo由江苏恒瑞医药股份有限公司（以下简称“恒瑞医药”）等医药龙头企业于2024年首批尝试，而今，包括岸迈生物科技有限公司、映恩生物、圣诺医药、迈威生物等在内的中小型创新药企均加速参与。

与过去的“出海”模式相比，NewCo是一条更为“聪明”的“出海”路径。于晓明表示，过去，国内创新药企最常见的“出海”模式是对外授权（License out），在该模式下，药企通过产品的对外授权仅可换取首付款、里程碑付款和销售分成；而NewCo除了能为药企带来现金收益外，还有持股新公司的股权收益，从而分享持股新公司未来上市或并购带来的资本红利。

据了解，此次是迈威生物首次尝试NewCo，据公告内容，其合作方Kalexo是由生物医药创新的风险投资机构Aditum Bio Fund 3,L.P.设立，除在研药物的授权给Kalexo外，迈威生物还将在符合约定条件下另外获得Kalexo总计双位数的A轮优先股。

高特佳投资执行合伙人王海蛟认为，更优“出海”模式的出现，与创新药企对于“出海”的经验积累密不可分，如今创新药企在“出海”模式选择、“出海”权益谈判上已更有经验、更加成熟。

除选择回报更优的“出海”模式外，创新药企在“出海”时也更为理性。迈威生物相关负责人对记者进一步表示，公司并不会局限于某一种特定的“出海”模式，而是会充分考虑管线价值最大化去选择合适的合作模式。“除了经济回报，我们会看重合作方的研发实力、临床资源、商业化运作能力，以及对产品和开发领域的深耕程度。”该负责人表示，在公司的管线中，还有许多优质的临床或临床前的资产具有对外合作潜质，均会按照该理念来寻找合作伙伴。

随着“出海”经验的积累，创新药企的“出海”模式在不断更新。

仅以NewCo来看，市场上还出现了纯海外NewCo、融合式NewCo等多元模式。

其中，百济神州有限公司（以下简称“百济神州”）于今年8月份公告的“特许权使用费出租”新模式引发业界广泛关注。交易方Royalty Pharma将向百济神州支付8.85亿美元，以购买收取百济神州单克隆抗体Imdelltra在中国外地区的年度销售净收入中特许权使用费的大部分权利等。由于该交易不涉及药物知识产权权属的转让，因此，只是将药物的部分海外权益“出租”给了对方。在该模式下，企业既获得了现金流，还能拥有创新药的所属权。

王海蛟认为，在全球药物开发领域存在着一种生态链关系：跨国制药企业胜在药品注册渠道与全球销售网络，国内创新药企胜在研发效率，二者是一种互相补位的关系。

“过去，跨国制药企业的投资标的是来自欧洲或美国的小型创新药企，如今，中国创新药企进入了该生态链中，是值得庆幸的事情。”王海蛟表示，对于中国的中小型生物技术公司而言，通过出售早期研发项目的部分权益，加速回笼资金，进而可以持续地开展新项目的研发，也是一种成熟的商业模式。

多地发放“大礼包”助力楼市“金九银十”

本报记者 陈 潇

“这次国庆节回家正好可以顺便看看房子，政府补贴再加上项目本身也有不少促销活动，也许这次真能下决心买房了。”在广州工作的肖女士告诉《证券日报》记者。

随着国庆节假期临近，近期，多地纷纷拿出真金白银，通过现金补贴、举办房交会等多重方式鼓励住房消费。业内人士认为，此轮政策主要集中在二三线城市，既契合了返乡置业、购房旺季的季节性特点，又释放出地方稳楼市的决心。

多地推出购房“大礼包”

从各地的购房“大礼包”来看，以现金补贴最为普遍，多数城市的补贴金额在1万元到5万元之间，补贴普遍是按套发放，有的则按面积或购房总价比例计算。

以广西为例，2025年广西“金九银十”购房补贴活动于9月15日至10月31日开展。活动期间内，在广西购买首套或二套新建商品住宅的购房人，每套可获1万元补贴；购买新建商品房车位的购房人，每个车位可获1000元补贴。补贴总额为1.2亿元，采取“先到先得”原则。记者了解到，截至9月18日发稿，已有超400万元补贴额度完成发放。

广西壮族自治区住房和城乡建设厅相关负责人告诉《证券日报》记者，消费者购房后，凭借相关凭证在线上申请即可，补贴资金会直接打到消费者银行卡上，只要购买的是普通住宅，都可以申请。

与广西普惠性补贴不同，吉林省延吉市则侧重通过房交会释放交易需求。据了解，延吉市将于9月20日至10月31日举办2025年秋季房交会，相比于以往，今年延吉市房交会优惠力度空前。除企业自主推出的“购房立减”等福利外，政府对购买新建商品房的群众按照每平方米补贴500元、最高补贴5万元；对人才购房及可办理产权证的车位、车库购买者，均有不同额度补贴；还会叠加发放家电消费券、减免部分交易税费，并提高住房公积金贷款额度、降低商业性个人住房贷款利率等。

河南同样通过多重方式叠加发力降低购房成本。河南近期发布的相关公告提出，不仅要加大购房补贴力度，同时，各地要利用“金九银十”等传统消费旺季和节假日，2025年底前通过线上线下等方式全省累计开展不少于100场房展会、购房节等展销活动，引导房地产企业集中推出一批位置好、品质高的优质房源，搭配家电家装大礼包等让利优惠措施，持续降低居民购房成本。

广东省中山市则希望吸引港澳购房群体置业。9月17日，中山市住房和城乡建设局发布开展2025年港澳市场全民营销活动及扩大2025年“新中山人安家中山”活动奖补范围的通知。凡成功推荐中国港澳居民在该市购买新建商品房的推荐人，可获得购房发票票面金额最高3%的现金奖励。“新中山人安家中山”活动则为符合条件的购房者提供了梯度奖补，最高可获购房发票票面金额2.5%的电子消费券补贴。

返乡置业动力增强

国庆节假期是传统的返乡置业高峰期，补贴政策的叠加进一步强化了这一季节性需求，多位意向购房者告诉记者，有优惠补贴的话，会更愿意考虑出手。

“我们在国庆节假期期间会有9.5折的购房优惠，同时还会推出特价工抵房，认购成功有价值十万元的家装礼包赠送。”广西南宁一楼盘销售人员告诉《证券日报》记者，叠加今年政府补贴，优惠力度比往年大。

“与一线城市相比，二三线城市的购房需求对价格和补贴的敏感度更高。”上海易居房地产研究院副院长严跃进对《证券日报》记者表示，本轮政策集中在二三线城市，充分考虑了外出务工人员返乡置业以及本地居民改善性购房的实际情况，形式简单直接，容易被购房者感知。

严跃进表示，今年以来，中央层面强调“因城施策”，地方稳楼市政策频出，“一线城市主要通过限购松绑、信贷优化来稳预期，而二三线城市则更倾向于发放补贴、搞房交会，直接降低购房门槛，能更快激发市场活力。”

同策研究院联席院长宋红卫对《证券日报》记者表示，近期开发商均在积极筹备“十一黄金周”这一传统购房旺季。这是房地产市场的重要节点，也是房企全年最为重视的销售阶段。从往年的表现来看，四季度有时能够贡献全年约30%的业绩份额，因此这期间的销售表现对房企来说至关重要。

宋红卫进一步表示，随着购房补贴等多重举措落地，市场信心正逐步回暖。尤其是那些高品质、性价比突出的项目，更有望在本轮购房旺季实现较好的销售表现。可以预见，今年的“十一黄金周”将成为好项目集中释放潜力的重要时点，也有望带动整体市场氛围的改善。

业内人士认为，这些看得见、摸得着的政策红利将在短期内推动成交回暖。但更长远的稳楼市之道，仍需建立在高质量供给和稳预期的市场环境之上。

上市公司积极行动 丰富消费场景

本报记者 桂小笋

9月16日，商务部等9部门联合发布《关于扩大服务消费的若干政策措施》（以下简称《政策措施》）。在9月17日国新办举行的新闻发布会上，商务部副部长盛秋平表示，《政策措施》坚持从供给和需求两端协同发力，以扩大优质供给为切入点，提出开展消费新业态新模式新场景试点城市建设，推动创新和丰富服务消费场景。

深圳市前海排排网基金销售有限责任公司研究总监刘有华在接受《证券日报》记者采访时表示：“当前融合消费正突破行业与空间边界，催生出多元创新形态，从实践来看，融合创新主要围绕几大维度展开，包括业态跨界，推动不同行业打破壁垒实现深度联动；空间跨界，让单一场所承载复合型消费需求，延长消费者停留时间；技术赋能，借助数字技术实现线上线下无缝衔接，提升消费体验的流畅性与互动性。”

面对这种变化，上市公司积极响应，在业态融合、场景创新、渠道拓展等方面加快布局。

在南宁百货大楼股份有限公司（以下简称“南宁百货”）的业绩说明会上，南宁百货董事长覃耀杯在回答《证券日报》记者提问时表示，公司密切关注消费趋势的变化，探索打造融合消费场景，聚焦百货业态场景融合升级，焕新“南百直播间”等核心营销IP，结合线上线下协同矩阵，通过“无界造节”策略和沉浸式场景体验。此外，公司还抢抓以旧换新政策红利，整合政府补贴、品牌资源及渠道优势，推动跨界合作与资源联动。这些举措旨在通过业态融合、场景创新及资源整合，持续提升消费体验与核心竞争力。

多家公司正寻求在业务结构与渠道布局上实现突破。

在上海丽人丽妆化妆品股份有限公司（以下简称“丽人丽妆”）的业绩说明会上，丽人丽妆董事长黄梅在回答《证券日报》记者提问时表示，公司的主营业务为化妆品网络零售服务，主要为品牌方提供在线销售服务。除传统电商零售业务外，公司近几年加大新业务的拓展力度，主要包括以玉容初为代表的自有品牌业务以及温丽慈、唐嘉庭等品牌为代表的总代业务。在平台上，除传统天猫平台外，还在抖音、小红书等新兴渠道上持续扩大销售规模。

在浙江红蜻蜓鞋业股份有限公司（以下简称“红蜻蜓”）的业绩说明会上，红蜻蜓董事会秘书钱程在回答《证券日报》记者提问时表示，为顺应消费新趋势，公司在新门店、新产品的首发方面持续增加投入。未来，公司还将继续在首发经济上整合更多资源，与众多品牌和IP联动，扩大红蜻蜓的影响力，持续推进红蜻蜓品牌的年轻化。

综合来看，上市公司在融合创新、场景打造、渠道拓展等方面的实践，不仅将推动自身竞争力提升，也将为消费市场注入更多活力。

刘有华表示，当前，消费者更关注产品在具体场景中的痛点解决能力，而非单纯功能叠加。这要求企业从“品牌思维”转向“用户视角”，通过深度调研识别高频场景与核心痛点，再结合数字技术推动线上线下体验融合，同时借助政策支持整合跨业态资源，构建新型消费模式。