

董事长面对面

诺令生物董事长兼CEO毛雯：

以气体诊疗创新筑牢心肺防线

本报记者 刘 钊

一氧化氮吸入治疗，长期服务于肺动脉高压等危重症救治场景。它的临床价值早已被认知，但受制于供气、运输、储存和设备条件，如何让这项治疗方案从少数医疗机构的专业能力，走向更广泛、更连续的临床场景，仍是一道没有标准答案的产业命题。

在世界经济论坛第十七届新领军者年会（夏季达沃斯论坛）期间，南京诺令生物科技股份有限公司（以下简称“诺令生物”）董事长兼CEO毛雯接受了《证券日报》记者专访。对于一氧化氮治疗从钢瓶供气到即时发生的技术变迁，从重症救治到慢病管理的场景延伸，以及中国创新医疗器械走向全球市场的现实命题，她的回答始终指向同一个核心，即创新必须回到临床价值。

从临床需求切入一氧化氮治疗

一氧化氮是人体源性信号分子之一。一氧化氮吸入治疗在肺动脉高压等严重心肺疾病的急性救治中具有明确的临床价值。长期以来，供给方式和使用条件一直是制约一氧化氮治疗更广泛应用的主要原因。

传统钢瓶供气体系虽然较为成熟，但从气体运输、储存、校准到安全管理，均需配套专业流程，不仅增加了医疗机构的使用成本，也在一定程度上限制了治疗手段向更多临床场景延伸。诺令生物正是在这一痛点中找到切入方向。在毛雯看来，医疗服务最终仍要回到价值本身，企业要解决的不是简单“把气做出来”，而是通过更安全、精准、可靠的方式，让治疗能力在患者真正需要时抵达临床现场。

诺令生物核心产品iNOwill采用电化学催化实时发生技术，将一氧化氮发生、输送和实时监测集成在同一系统中。毛雯认为，真正的技术门槛并不只在发生环节，而在于对纯度、浓度、精度以及副产物的全程控制。

从实验室到临床，团队曾进行了多轮迭代。毛雯并不愿把这一过程概括为某种“弯道超车”。在她看来，医疗器械的技术进步，首先要经受工程化和临床安全性的双重检验。“技术最后一定要回归临床价值，看它有没有临床刚需，能不能给患者带来真正的获益。”

正是基于这一判断，诺令生物没有将自身定位为单一的一氧化氮设备企业，而是围绕气液精密控制能力，逐步形成一氧化氮治疗、心肺循环支持和呼吸诊断三条产品线。毛雯把底层技术平台比作“肥沃的土壤”，其上可以生长出不同产品，但前提是各条线之间存在真实的技术复用和场景协同。

以重症救治为例，一氧化氮治疗更多服务于肺循环和右心功能改善，主动脉内球囊反搏泵则用于循环支持。两类设备在部分临床场景中可形成协同，但这并不意味着企业可以盲目扩张。毛雯说，企业必须把研发资源首先投向平台能力和关键临床问题，而不是被短期市场热点牵着走。

这也是毛雯对行业“内卷”的基本看法。她直言，价格竞争往往发生在产品同质化之后；医疗器械不能以牺牲安全、研发和服务为代价换取短期规模。“一个好产品不应该只剩下价格竞争。”毛雯说，真正的价值战，应当是以技术改进重构综合成本，以临床证据建立使用信任。

围绕心肺诊疗完善产品布局

从钢瓶供气到气体实时发生，看似是技术路线变化，实则涉及对气体发生、传输、检测、流路控制和安全保护的系统重构。毛雯反复强调，医疗场景中的“可用”，远比实验室里的“可实现”复杂。

“新生儿的肺可能只有成人拇指那么大。”她以重症救治举例说，对于这类患者，设备不允许出现任何不确定性。临床所需的并非简单地产生一氧化氮，而是要在不同浓度、不同通气条件下，持续保证气体纯度、输送精度和安全性，并尽可能减少对呼吸支持系统的干扰。

在毛雯看来，这正是电化学催化路线需要攻克的核心问题。团队在产品推向临床前经历了多轮迭代，围绕副产物管理、传感器响应、气路稳定性等环节反复验证。她没有把这些过程称作“弯道超车”，而是将其归结为医疗器械必备基本功。

“我们是从临床端反推产品应该怎么定义，而不是先有一个技术，再去找一个场景套进去。”毛雯说。这与她早年参与创新医疗器械全生命周期管理的经历有关。毛雯对技术、合规、临床与市场之间的关系有着较为清晰的边界感。



图①诺令生物董事长兼CEO毛雯(左)接受记者采访
图②公司产品用于NICU 图③公司产品用于急诊病房

她并不否认技术突破的重要性，但也始终强调，医疗器械不是实验室中的单项成果，而是一套能够经得起临床检验、质量检验和长期服务检验的系统能力。

这一思路也影响了诺令生物的产品布局。截至目前，该公司已围绕气液精密控制技术平台形成一氧化氮治疗、心肺循环支持和呼吸诊断三条产品线。除iNOwill外，主动脉内球囊反搏泵NovaPulse已获批上市，便携式一氧化氮治疗、呼出一氧化氮检测及肺功能相关产品也在持续推进。

多条布局是否会分散资源，是创新医疗器械企业绕不开的问题。对此，毛雯的回答颇为审慎。她认为，产品线扩展应建立在底层技术平台能够复用、临床场景能够协同的基础之上。公司之所以进入心肺循环支持领域，正是因为气体控制、气动原理和重症救治场景之间存在连接点。

“这个平台像一片肥沃的土壤。”毛雯说，企业持续投入的，不只是某一款产品，而是支撑多个产品生长的底层能力，包括气体发生、缓释、检测、监测，以及气路和液路的协同控制。

本届夏季达沃斯论坛上，AI影响下的公司治理、人文关怀与科技向善成为讨论的重要内容。面对AI

热潮，毛雯态度开放但并不盲从。她表示：“AI可以帮助创新药企业提升研发效率、整合诊疗数据，也可能成为连接居家检测与临床决策的重要工具；但医疗AI不能离开真实世界数据和临床验证。”

以体系化布局推进全球化发展

今年2月份，诺令生物向港交所递交上市申请。对一家处于产品线拓展和全球化布局阶段的创新医疗器械企业而言，登陆资本市场并不只是获取长期资金支持，更意味着要以更透明的治理、更稳定的组织和更成熟的全球运营能力，接受市场检验。

谈及发展规划，毛雯没有回避创新企业面临的共性压力。研发需要持续投入，产品上市之后仍要完成临床推广、供应链建设、售后维护和适应症拓展。她认为，相比单一产品的成败，医疗器械企业的一个优势在于，成熟技术平台可以在不同产品之间沉淀和复用，企业每推出一款产品，平台的成功率与战略稳定性都会增加。

但这并不意味着可以忽视经营关口。“我们当下最大的‘坎’，是怎样变成一个可以稳定做全球化生意的

体系。”毛雯说。她口中的体系，包含供应链、生产供给、质量控制、维护服务和本地化商业运营。对于医疗器械而言，产品完成注册并不等于市场真正打开。设备能否按时交付、工程师能否及时响应、耗材能否持续供应、临床培训能否覆盖到位，决定了企业能否在海外市场扎根。

当前，诺令生物的产品已进入多个国家和地区。毛雯认为，中国创新医疗器械企业不能只把海外视为销售区域，更要尊重不同市场的监管规则、临床路径和商业生态。成熟市场看重临床证据、质量体系与品牌信任，新兴市场则考验服务能力和本地合作深度。企业不应依靠低价打开市场，而在细分领域形成不可替代的价值。

谈及未来，毛雯表示：“我们希望让先进的心肺诊疗服务更便捷、更普惠、更广泛可及。”这句话，是她对公司长期战略的概括，也点出了创新医疗器械行业最朴素的逻辑。

从一口“救命气”出发，诺令生物正在尝试构建一套覆盖重症、慢病、院内外的心肺诊疗生态。路径显然不轻松，技术迭代、临床证据、支付机制、全球运营，任何一项都不容回避。但在毛雯看来，真正值得长期投入的，正是这些难而正确的事情。

苹果对多款产品实施全球性涨价

本报记者 贾 丽

6月26日消息，苹果于近日宣布，对MacBook、iPad等多款硬件产品实施全球性涨价。此次调价的主要原因是人工智能数据中心大规模扩张引发的存储芯片供应紧张和价格飙升。

苹果在一份声明中表示，人工智能数据中心的快速扩张导致存储芯片需求出现激增，公司此前一直在内部消化成本上涨压力，但目前不得不开始上调多款产品售价。

中关村信息消费联盟理事长项立刚分析认为，苹果此次涨价反映出AI基础设施建设对消费电子产业链的传导效应已从上游蔓延至终端。存储芯片产能被AI数据中心大幅挤占后，消费电子领域供应收缩、价格攀升是市场的必然反应。

iPhone价格暂未变动

根据苹果官方公布的价格调整方案，本轮苹果涨价产品主要为笔记本电脑以及平板，涉及MacBook Air、iPad Pro等。本轮调价为全球性调整，iPhone价格暂未变动。

苹果公司首席执行官蒂姆·库克此前曾公开表示，受人工智能服务器对存储芯片需求激增影响，消费级内存供应持续紧张，苹果已难以完全消化原材料成本上涨压力，产品涨价不可避免。

中国电子商务副秘书长王福山表示，iPhone产品暂未调价主要源于苹果对核心产品的定价策略更为审慎。他认为，按照当前存储成本上涨趋势，iPhone价格调整只是时间问题，最快可能在今年三季度新机发布时落地。

存储芯片的价格涨幅超出市场预期。市场研究机构群智咨询最新报告显示，2026年第二季度消费级DRAM与NAND存储芯片价格全面走高。其中，苹果产品中大量采用的12GB LPDDR5X内存颗粒价格，较今年第一季度大涨89%。

金融公司Aletheia Capital预计，今年第三季度存储价格环比涨幅可能高达40%至50%。

业内普遍认为，本轮存储芯片价格上涨的核心驱动力来自人工智能基础设施的快速扩张。随着全球科技企业对加大人工智能基础设施投资，高带宽内存、服务器内存等产品需求显著增加，消费电子产品所需的内存和存储芯片供应受到挤压。

工业和信息化部信息通信经济专家委员会委员盘和林认为，本轮存储设备涨价与以往周期性波动有本质区别。AI算力需求带来的结构性增量具有长期性和持续性特征，存储芯片产能向AI领域的倾斜并非短期调节，而是产业格局的重新配置。

果链企业积极应对

面对存储芯片持续涨价带来的成本压力以及苹果供应链方面的不确定性，苹果供应链企业正在采取多种策略积极应对。

在A股果链企业中，各家企业根据自身业务特点采取差异化应对举措。立讯精密工业股份有限公司在近日举行的业绩说明会上披露，受内存供应紧张影响，公司已放缓ODM手机业务推进节奏，将资源向AI个人电脑领域倾斜。歌尔股份有限公司负责人表示，该公司主营的智能声学整机与智能硬件业务受存储涨价直接影响较小，但手机市场出货量波动可能间接波及零组件销售，目前正密切关注市场动态。

面板厂商京东方科技集团股份有限公司相关负责人在与投资者交流中表示，存储涨价对笔记本电脑和智能手机终端需求可能产生一定程度影响。针对成本压力，公司正与终端厂商协商成本分摊机制。

国泰海通科技资深分析师李轩对《证券日报》记者表示，果链企业当前的核心应对策略应从“被动承压”转向“主动调整”。他表示，供应链企业一方面需要通过多元化采购分散风险，另一方面应加快向AI服务器、AI个人电脑等高附加值领域转型，以对冲消费电子终端出货量下滑带来的影响。中长期来看，这一轮存储涨价将加速低端产能出清，利好具备技术壁垒和客户壁垒的头部供应链企业。

供应紧张或持续较长时间

本轮存储芯片涨价对消费电子行业形成普遍冲击。除苹果外，三星、vivo、OPPO、荣耀等品牌此前已相继对部分产品进行价格调整。据了解，存储芯片在消费电子产品成本结构中的比重已从10%至15%上升至30%至40%，成为影响终端定价的关键变量。

比如，三星手机在全球同步调整，其中Galaxy S26系列标准版和S26+起售价分别上涨千元，顶配大存储版本实际单价显著上升。业内人士普遍认为，存储芯片供应紧张态势可能持续较长时间，通用型存储芯片价格短期内难以回落。交银国际研究认为，本轮存储上行周期至2027年第一季度，周期强度和持续性均显著超越以往。这意味着消费电子行业的成本压力仍将持续，终端产品定价或将面临进一步调整。

DCCI互联网研究院院长刘亮对《证券日报》记者表示，本轮存储设备涨价是AI时代产业格局重塑的缩影。他建议，消费电子企业应积极提升供应链安全至战略高度，加快建立多元化的采购体系，同时，在产品层面向高端化、AI化方向升级，通过提升产品附加值来消化成本压力，维持利润空间。

虎鲸文娱联合阿里打造AI影视生态核心枢纽

本报记者 袁传玺

6月22日，阿里巴巴集团控股有限公司（以下简称“阿里”）正式推出视频生成模型Happy Horse 1.1，并联合虎鲸文娱集团（以下简称“虎鲸文娱”）重磅启动“HorsePower·AI影像大赛”，面向全球AIGC创作者搭建技术落地、人才孵化与商业变现一体化平台。

有行业分析师对《证券日报》记者表示，本次模型发布与产业赛事联动，不仅标志着国内AI视频生成技术在动态表现力、画面主体一致性、长时序叙事等核心维度实现系统性突破，更通过“底层AI技术+实体文娱产业”的深度绑定，打通了AI影像创作

从生产、展示到商业落地的全链路闭环。

我国AI视频生成市场增速稳健、技术迭代提速，但长期存在“技术强、落地弱”的结构性矛盾。当前多数AI视频模型应用集中在轻量化短视频娱乐场景，同质化严重，难以适配院线影视、高端商业广告等高标准、高价值工业化创作场景。

本次阿里与虎鲸文娱联合主办的“HorsePower·AI影像大赛”并非单一赛事活动，而是一套覆盖人才挖掘、内容共创、商业变现、产业落地的完整生态体系。如果说HappyHorse 1.1为行业提供了核心技术引擎，虎鲸文娱则为AI影视产业化落地补齐了关键产业底座。

上述行业分析师表示，此前国内AI视频行业竞争多聚焦画面清晰度、细节质感等表层参数迭代，偏离影视行业真实工业化生产逻辑。影视创作具备成熟的镜头语言、叙事架构与美术标准，对内容专业性、逻辑性、完整性要求严苛。HappyHorse 1.1依托专业影像赛事进行真实产业场景测试，以影视工业化需求反向驱动技术迭代，是国产AI视频模型从实验室技术向工业级生产工具转型的关键突破。赛事沉淀的海量专业化影视创作样本，可有效补齐通用视频模型在长叙事、院线级视觉呈现上的能力短板，为行业产业化落地提供重要数据支撑。

作为核心联合主办方，虎鲸文

娱并非简单承担赛事执行工作，而是充分AI技术与传统影视产业深度融合的核心枢纽。相较于互联网科技企业侧重技术研发，虎鲸文娱深耕影视全产业链，手握院线IP开发、影视项目制作、商业接单、主创团队、内容宣发等完备产业资源，形成AIGC影视落地的天然壁垒与先发优势。

值得注意的是，本次大赛邀请张纪中导演的《镜花奇缘》院线影视IP作为特别合作方，优胜创作者可直接入驻剧组，深度参与前期分镜设计、虚拟场景搭建、特效短片制作等核心环节，打通“AI创作参赛—院线影视实战”的落地路径。同时，赛事为优质创作者提供最高百万级商业合

作机会，精准破解当前AIGC创作者变现渠道单一、商业价值难以释放的行业难题。

广州艾媒数聚信息咨询股份有限公司CEO张毅对《证券日报》记者表示，本次“技术企业+文娱产业”联合办赛的模式，实现了以赛代练、以赛促产，真正构建起“AI原生创作—影视工业化生产—商业化落地”的完整闭环。阿里与虎鲸文娱的跨界联动，既为AIGC创作者提供了工具、算力、流量、接单、剧组资源的一站式扶持，也为影视行业AI智能化转型打造了可复制、可落地的产业样本。伴随AI+影视复合型创作人才持续扩容，国内影视工业化有望迎来底层技术驱动的全新变革。

新希望：以成本优势穿越周期

本报记者 舒娅璐

“2025年，饲料与生猪养殖行业面临复杂多变的环境。我们坚守主业、苦练内功，饲料业务年内总销量同比增长15%，增幅领先行业，今年以来也延续了量利双升的态势，单季销售额创近五年最高水平；生猪养殖各项生产指标持续优化，2025年运营场线平均养殖成本降至12.84元/公斤，截至目前已进一步优化至12元/公斤以内。饲料和生猪养殖两项业务的不断优化，为公司平稳穿越周期提供了坚实的保障。”新希望六和股份有限公司（以下简称“新希望”）董事长刘畅在6月26日下午举行的2025

年年度股东大会上表示。

作为A股农牧板块的龙头企业，新希望在2025年实现营业收入1069亿元，同比小幅增长，但受2025年第四季度猪价超预期下跌、生物资产计提等一次性因素影响，2025年净利润承压。在本次股东大会上，“优化成本”“穿越周期”成为该公司董事、高管团队多次提及的关键词。

“剔除一次性因素影响，新希望2025年的核心主业仍稳定运行，饲料业务盈利能力稳步提升，生猪养殖业务成本大幅改善，我们具备撑过周期底部的坚实基础和坚定信心。”新希望财务总监史涵介绍，该公司持续将海外饲料业务作为增长第三极，加大

资源投入与产能布局，2026年将力争海外饲料销量实现百万吨级增长，并向着2030年海外饲料销量1000万吨的中长期目标稳步迈进。

“这几年的海外饲料业务正在加大产能扩建。目前产能扩建工程正按照计划推进，预计今年海外饲料销售目标将有足够的产能保障。”史涵说。

谈及投资者普遍关注的猪周期问题，新希望董事会秘书赵亮向《证券日报》等媒体表示，近年来，生猪养殖行业进一步朝着规模化、集约化养殖的方向发展。随着生猪养殖行业参与者的规模化程度提高，猪周期会拉长，波动幅度也会趋于平缓。

从去年年底到今年第一季度，猪价在波动过程中经历了较深的探底，但随着行业产能去化和低效产能出清，猪价已经出现了一些上升态势。从市场预期来看，行业应该度过了本轮周期摸底中最困难的时候，周期回暖的过程不是一蹴而就，猪价将会随着产能优化逐步回到合理区间。

赵亮进一步表示，在当前生猪养殖行业背景下，“以成本优势穿越周期”成为企业的生存法则，单一企业哪怕体量再大也没有办法反向干预和影响周期，新希望将更加立足于自身，做好成本管理和经营预判等能力建设。

据介绍，2026年，新希望猪产业

的战略目标是提质增效，打造盈利提升的核心支柱，全面实现从“养好”猪向养“好猪”的升级，重点围绕“健康管理、持续降本、育种改良、提效增利”四大核心路径推进工作。

刘畅表示：“当前，国家持续加强生猪产能调控力度，新希望积极响应政策号召，切实履行头部企业责任，我们坚信在国家调控和市场调节的同步作用下，行情必将恢复并稳健运行。2026年，公司将继续深耕国内和海外两个大市场，进一步提升饲料业务的规模和边际效应，优化种猪体系，持续提升降本，以坚定的决心、务实的作风穿越周期，创造更大的价值。”