

创意信息总经理何文江：

持续聚焦大数据和数据库业务



高端访谈

“信创产业国产化是大势所趋。我们搭建了底层全栈国产化产品以及行业解决方案。”创意信息总经理何文江近日接受中国证券报记者专访时表示，历经二十余年发展，创意信息形成了以大数据、数据库及5G三大技术为核心的自主可控产品及解决方案，服务于政府、能源、通信、交通、金融等领域。“公司将进一步聚焦大数据和数据库业务，完善产品，加大市场推广力度，带动公司业绩迈上新台阶。”

● 本报记者 康曦



5G智慧工厂应用场景

公司供图

全面推广数据库业务

“创意信息扎根成都,多年来打造了从技术到产品的综合能力，是成都IT产业龙头企业。基础软件方面,创意信息拥有国产化的万里数据库和拓林思操作系统，接下来的重点工作是把产品和技术能力转变成真正的业务。”何文江告诉记者。

数据库业务与大数据业务形成双轮驱动，共同推动创意信息可持续健康发展。数据库作为关键信息基础设施之一,关系国计民生和信息安全,是信息系统的关键组成部分。因此,数据库国产化的重要性不言而喻。

“过去几年,国产化数据库更多是处于试运行阶段，现在已经具备大面积推广和应用的基础。”何文江说。随着我国信息技术应用创新工作的不断深入,在政府公文、涉密等关键领域数据库的国产化工作已基本完成。

创意信息旗下万里数据库自2010年起就开始自主研发分布式数据库,掌控了底层核心代码,打造一站式数据库产品与解决方案。目前,万里数据库已成功跻身国产数据库排行前列,并成功应用于金融、运营商、能源、政府部门、交通等领域超500个业务场景。

“数据是客户的核心资源。经过前期稳定试运行,我们与客户建立了信赖关系。”何文江说,“今年我们会大面积推广数据库业务,具体经营成果会体现在2023年。2年至3年后,数据库业务有望成为公司主业的另一大支撑点。”

何文江坦诚:“国产数据库已从原来的‘可用’向‘易用’阶段发展,但是要满足客户更高层次要求还有一定距离。国产数据库产品需要应用场景,需要真实业务系统的磨练,才能不断优化和提高。”

优化大数据产品结构

“大数据是创意信息的成熟业务,2021年该业务实现收入7.02亿元。我们将进一步提高大数据产品的盈利能力。”何文江说。

大数据技术和应用正逐步成为基础性战略支撑,未来发展潜力巨大。根据“十四五”大数据产业发展规划,到2025年大数据产业规模要突破3万亿元,年均复合增长率保持在25%左右。

创意信息的大数据业务聚焦能源和政务两大优势领域。“能源领域聚焦数据中台和智慧变电站的综合大数据解决方案,政务领域可以梳理为新型智慧城市和社会治理等业务体系。”何文江称。

创意信息与行业龙头合作,构建全方位的大数据产业生态体系。目前,公司已与华为、阿里云签署合作协议。同时,公司还与四川华鲲振宇智能科技有限公司、凌华科技(中国)有限公司、云宏信息科技股份有限公司签署了《自主可控数字底座产业生态合作协议》。

“5G、大数据以及数据库等领域都需要建立产业生态,客户的需求不再是单一产品,而是整体解决方案,包括软件和硬件。单家公司难以在每个领域都做到最好,所以要合作。这种合作不是简单地做项目,而是超前对市场的投入。”何文江说。

对于如何拓展业务,何文江表示,2022年公司将全面参与在成都落地的欧拉生态创新中心建设,同时支持阿里打造西南区域创新能力中心,推动大数据业务实现跨越式发展。紧跟新型电力系统发展趋势,重点关注新能源消纳、精准负控、有序用电、综合能源服务、现货交易等新型电力系统应用,融合大数据分析、人工智能算法,落地一批高质量、高价值、高实用的能源大数据应用场景。

保持5G技术领先地位

创意信息一直关注5G最新技术。

“5G领域是公司着眼未来发展的布局。”何文江说。

5G赋能工业互联网方面,我国已建5G+工业互联网项目超1800个,覆盖原材料、装备制造、消费品等领域。

2018年3月,创意信息成立了创智联恒,专注于5G核心技术和产品研发,布局新一代智能网络通信。创智联恒以自研5G物理层技术为核心,全面布局“端”——5G智能工业网关,“管”——5G小基站,“边”——MEC和核心网系列产品,同时打造面向垂直行业的5G应用解决方案。创意信息聚焦5G领域的行业专网业务。何文江说:“公网主要是运营商以及中兴、华为等企业的市场,我们则聚焦行业专网,或者在一些特殊的工业应用场景推出我们的5G解决方案。比如,在光伏领域,我们为某太阳能5G智能工厂推出了基于5G的智能小车业务管理系统,实现了在智能工厂领域的业务突破。”同时,创意信息的5G业务不断深入到电力、水务等行业。

“希望公司能成为5G核心技术和行业专网龙头企业。”何文江说,“未来公司将强化5G技术优势,重点跟踪专网市场,并积极探索海外市场。”

争夺海外市场

国产创新药“出海”喜忧参半

● 本报记者 傅苏颖

日前,科伦药业将生物大分子肿瘤项目授权跨国制药巨头默沙东,交易金额超过13亿元。国产创新药“出海”再次引发关注。业内人士认为,随着我国医药企业研发能力的提升,海外市场已成为药企的必争之地,其中海外授权是药企“出海”的方式之一。

不过,国产创新药“出海”并非易事。今年以来,多个国产药海外上市申请受挫。对此,业内人士表示,海外临床试验或成为中国创新药“出海”重要条件。符合监管要求、解决“未被满足的”临床需求且拥有优质临床数据的国产创新药具备更大的国际商业化价值。

研发热情高涨

今年以来,我国药企创新研发热情依然高涨。

恒瑞医药近年来加速创新转型升级,公司创新药迎来收获期。近期,公司接连发布创新药研发进展公告。恒瑞医药5月19日晚间公告,公司药物HRG2005吸入剂、子公司药物注射用HR18034获得药物临床试验批准通知书。

复星医药日前公告,控股子公司复星医药产业收到国家药品监督管理局关于同意FCN-159片用于组织细胞肿瘤治疗开展临床试验的通知书。复星医药产业拟于条件具备后于中国境内(不包括港澳台)开展该适应症的II期临床试验。

招商银行研究院研报显示,国产创新药研发进入快车道。国产创新药临床申请数逐年增加,2021年国产创新药临床试验申请(IND)数量同比增长104%,创近年来新高。

从药物种类来看,生物药近年来在全球市场爆发增长,国内药企技术水平不断提升。虽然国产创新药临床申请数量中化学药仍占据绝对优势,但2020年后生物创新药IND数量增速每年保持100%以上,热度明显提升。

国产创新药进入上市收获期,2021年国产创新药(不含中药、疫苗)共上市44个,同比增长175.0%。2021年获批的国产创新药总数已经超过前五年的总和。业内人士认为,随着国产创新药IND数量持续增长,国产新药获批上市数量仍将持续增长。

近年来,部分仿制药企已有核心创新产品上市,且创新产品在企业营收中的占比逐步提升。对于生物科技企业来说,随着核心创新药品获批上市进入商业化阶段,销售收入将逐年上涨。2021年,康宁杰瑞、康方生物、荣昌生物、诺诚健华、亚盛医药等企业均迎来营收突破。

海外授权重磅品种频现

国内创新药研发速度和技术能力快速提升。

科伦药业日前公告显示,默沙东将根据商业化开发阶段向科伦博泰支付首付款、各类里程碑付款及相应净销售额提成。科伦博泰于许可协议生效时收到1700万美元一次性、不可退还的付款,于本协议修正案签署后收到3000万美元一次性、不可退还的付款,里程碑付款累计不超过13.63亿美元,并按双方约定的净销售额比例提成。

对此,广发证券认为,科伦药业的创新药研发获海外大厂企认可,价值有望重估。

和铂医药也有同样的授权。公司4月7日宣布,与阿斯利康就CLDN18.2xCD3双特异性抗体(HBM7022)的开发与商业化达成全球对外授权协议。和铂医药将获得2500万美元的预付款和最高达3.25亿美元的里程碑付款,以及基于未来HBM7022销售额的特许权使用费。

招商银行研究院研报显示,2021年国产创新药的研发质量持续得到同类公司认可,从海外授权的数量来看,虽然相比2020年有一定幅度降低,但相比于2019年增长121.4%。从成交价格看,2021年国产创新药海外授权总价创近年来新高,同比增长19.3%。考虑到海外授权数量相较于2020年有所减少,2021年平均每笔海外授权价格增幅明显。尤其是部分公司的交易对象均为全球医药行业龙头企业,并获得较高的首付款,表明外资药企对于产品的认可。

减少同质化竞争

国产创新药“出海”并非一帆风顺。一方面,传奇生物靶向BCMA的CAR-T产品于2022年2月获FDA批准上市,国产创新药再次迎来里程碑式突破。另一方面,今年以来已有信达生物等多家药企“闯关”受挫。其中,两家公司因临床试验样本不具有代表性,缺乏美国患者的临床数据,需要补充国际多中心临床试验以支持其在美国获批。

东北证券认为,新药递交是否遵循临床未被满足需求,设计试验是否对北美人群和北美医疗实践具有普遍适用性,相关临床试验是否从开始到结束全阶段与FDA积极沟通,以及是否有针对同适应症已上市药物做头对头实验等,都将成为“出海”之路需要考虑的因素。

兴业证券认为,FDA药物的获批从适应症或靶点的角度可总结为“人无我有、人有我优”,具体细分为以下几种类型:首创药、孤儿药以及同靶点的更优一代、同靶点同代药物的差异化品种。

事实上,国内企业原创能力仍需提升,且重复研发情况严重。券商研报显示,从国家药监局药品审评中心统计的2020年药品品种排名前十靶点及适应症领域来看,每个热门靶点都有超过15个厂家和药物布局,这一特点在2021年更加明显。以热门靶点PD-1/PD-L1为例,2021年进入临床的药品达到173个,同比增长46%。而2021年新获批的国产PD-1/PD-L1达到4个,与之前3年获批数持平。

为避免临床资源浪费,《以临床价值为导向的抗肿瘤药物临床研发指导原则》于2021年11月发布,围绕研发立项、临床试验设计等维度,从患者需求的角度出发,对抗肿瘤药物的临床研发提出建议,以期指导申请人在研发过程中,落实以临床价值为导向,患者为核心的研发理念,为促进抗肿瘤药物有序开发提供重要参考。

券商认为,从中长期来看,在该文件指引下,创新药行业将减少同质化竞争,并引导行业资本、技术、临床资源向头部创新型企

“i茅台”正式上线 “迷你版”飞天茅台开售

● 本报记者 高佳晨

5月19日,茅台数字营销平台“i茅台”正式上线,同时100ml“迷你版”飞天茅台等多种酒品上架。该平台自3月底试运营以来,用户已突破1300万,累计3.4亿人次参与申购,曾一度创下5万人预约4瓶酒火爆纪录。当日,281.19万人在“i茅台”上申购茅台虎年生肖酒、茅台1935等4款此前上架的产品,总投放量为2.34万瓶;新上的5款产品相关销售

数据未公布。

3月31日,“i茅台”开始试运行,期间投放了4款产品,包括贵州茅台酒(珍品)、500ml贵州茅台酒(壬寅虎年)、375ml贵州茅台酒(壬寅虎年)以及茅台1935,均使用预约申购方式。根据“i茅台”最新数据,截至5月18日,累计超1.3亿人、3.4亿人次参与申购,累计投放逾117万瓶产品,合计560.7吨。

5月19日,中国证券报记者准备参

与飞天茅台申购。上午9时,在100ml飞天茅台的申购页面,显示北京东城区“当前地址附近无可售门店”;43度500ml飞天茅台等产品同样显示“无可售门店”。切换到杭州、上海等地区,多个产品均显示“无可售门店”。但位于成都的一个地址可以购买金王子、迎宾酒。在社交平台,安徽、北京、上海、四川、山西等地也有不少网友表示申购不到。

对此,“i茅台”客服人员向中国证

券报记者表示,供货情况实时变化。为方便客户就近到店自提,系统对部分产品做了距离限制,超出距离就申购不了。

白酒行业分析师蔡学飞告诉中国证券报记者,飞天茅台的社会关注度很高,不少人购买是作为投资。酒水行业研究者欧阳千里告诉记者,“i茅台”通过对C端的有效布局,赋能B端市场。“拥有海量用户的‘i茅台’,成为茅台检验市场有效性的平台之一。”

多地发放消费券 提振消费效应明显

● 本报记者 潘宇静

广州、成都等地为“5·20”发放消费券,商家紧跟热点推出促销活动。今年前4个月,浙江、江西、四川等地先后发放总额超过34亿元的消费券。业内人士表示,发放消费券可以撬动需求,助力消费市场复苏。

推出多个优惠活动

5月20日,四川成都市将通过云闪付发放“5·20”促消费活动消费券,财政资金规模1.2亿元,发动金融单位和商户叠加优惠活动,共计2.4亿元。这是今年以来成都首次面向全市大规模发放消费券,涵盖成都市重点零售、餐饮企业以及个体工商户。

“发放消费券可谓正当其时。”成

都全家便利店相关负责人表示,正在积极筹备,将推出相关商品优惠让利活动,届时成都171家门店均可使用消费券。

记者从广州市商务局获悉,“羊城欢乐购——广购羊城 悦来粤好”促消费活动第三轮消费券于5月18日18时至19日19时预约报名,5月20日开始使用。本次广州消费券以摇号抽签形式派送,使用期限为5月20日16时至29日24时,包括住宿餐饮券、购物消费券、电商消费券。上述消费券可在穗好办、云闪付、“羊城通+穗康生活”微信小程序三个平台任选其一报名抽签。“羊城欢乐购——广购羊城 悦来粤好”活动将向市民发放超1亿元政府消费券。

商家也积极参与。记者从北京华联生活超市了解到,护肤品五折、红酒四折等,这是专为“5·20”推出的优惠活动。

助力消费市场复苏

今年以来,为进一步拉动消费,不少地方推出数字消费券,助力消费市场复苏。

据统计,今年前4个月,浙江、江西、四川等多地先后发放总额超过34亿元的消费券,包括米面粮油等必选消费,以及家电、汽车、酒店旅游等可选消费,涵盖生活的方方面面,有效提振了消费。

各地发放消费券对短期消费具有显著带动作用。今年以来,广东省20个地市多个移动支付平台,累计投放政府消费券2600多万张,涉及金额超过6亿元,撬动消费交易额超过35亿元,惠及实体商户大约22万家。“五一”期间,海南省开展“助商惠民,乐享海南”消费券发放活

动,吸引1万多家商户参与,带动海南10家重点零售企业5天内实现了1亿多元销售额,同比增长3.86%。

“消费券的拉动作用最为直接,可以起到立竿见影的作用。搭配一些使用规则,消费券可以撬动需求杠杆,放大财政资金的拉动效果。”浙江大学国际联合商学院数字经济与金融创新研究中心联席主任、研究员盘和林说。

商务部新闻发言人束玉婷此前表示,下一步商务部将会同相关部门和地方,统筹推进疫情防控和消费促进工作,全力落实好国务院出台的新一轮促消费举措。“从提升传统消费能级、加快新型消费发展、优化消费平台载体等方面,继续加大工作力度,推动消费持续恢复和升级,更好发挥消费对经济循环的牵引带动作用。”



新华社图片