

活力中国调研行

北京医药健康创新加速走出实验室

深耕原创性基础研究

作为北京市首批新型研发机构,北生所自2005年正式成立以来,始终采用与国际接轨的管理和运行机制,聚焦生命科学领域的原创性基础研究。

截至目前,北生所以通讯作者单位共发表SCI论文904篇,在《自然》《科学》《细胞》三大顶尖期刊上发表论文67篇,专利突破100项;还走出5位中国科学院院士、19位国家杰出青年科学基金获得者。

“我们只讨论科学是不是有原创性、有影响力,能不能对人类健康和知识突破有积极贡献。”北生所副所长黄嵩表示。据了解,北生所对青年科学家给予充分的资源自主权,一位PI(课题组长)拥有五年的合同期,期间人员任免、资金调配均由实验室自主决定。

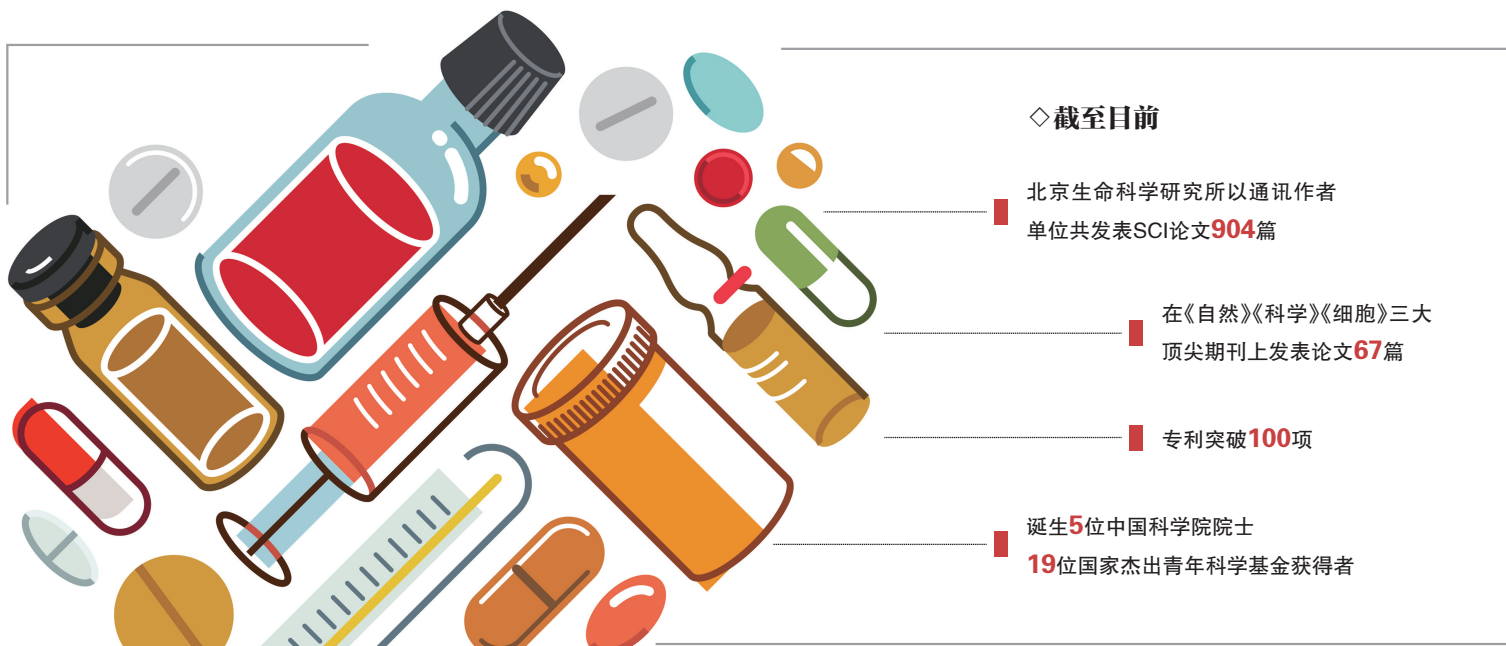
这种“放权”换来了“活力”。以李文辉研究员为例,他带领团队历时多年,成功发现了乙肝病毒受体NTCP,破解了困扰领域四十余年的科学难题。基于这一原始创新,他创办了华辉安健,其研发的丁肝治疗药物已在中国获批上市。

在成果转化机制上,北生所形成了成熟的知识产权转化落地模式,实验室做出的专利、技术按市场公允价值进入公司,采取“首付+里程碑付款+销售分成”的方式回馈研究所。截至目前,北生所已孵化出华辉安健、炎明生物等10余家创新药企业。由所长王晓东创办的百济神州已实现盈利,美国销售额超过本土,市值位居国内行业前列。

脑机接口与基因治疗临床突破

脑科学也被誉为生命科学“最后的疆域”。北京脑所成立于2018年,截至目前,已

6月11日至12日,北京商报记者跟随“活力中国调研行”北京市主题采访团走进了北京生命科学研究所(以下简称“北生所”)、北京脑科学与类脑研究所(以下简称“北京脑所”)、飞镖国际创新中心,实地探访北京如何打通从原始创新到临床转化的全链条,加速构建医药健康产业高地。记者了解到,以基础研究“独步”国内的北生所,如今已孵化出华辉安健、百济神州等多家生物科技公司;专注脑科学与类脑研究的北京脑所联合芯智达自主研发的“北脑一号”全植入式脑机接口完成近30例人体植入;飞镖国际创新中心则打通从实验室到临床的“死亡谷”,已累计服务企业超300家,推动融资超300亿元。



引进高水平科学家40位,建成影像、病毒载体、微纳技术等11个国际一流技术平台,获批17项研究者发起的临床试验,其中脑机接口、基因治疗失明、癫痫药物3项已进入注册临床阶段。

在北京脑所高级研究员赵璐的展示中,能看到“组织透明化”技术的神奇。原本不透明的小鼠大脑经特殊处理后变得“晶莹剔透”,在亚微米级分辨率的显微镜下,神经元、血管、神经纤维等微观结构清晰可辨。

在临床转化层面,北京脑所已牵头开展17项研究者发起的临床试验。截至今年6月初,由北京脑所联合芯智达自主研发的“北脑一号”脑机接口系统完成近30例人体植入,累计安全工作约7万小时,帮助脊髓损伤等神经疾病患者实现功能替代与康复;基因治疗失明项目完成15例临床治疗,受试者感光能力显著改善。

北京脑所仪器仪表中心主任、芯智达公司总经理张全表示,今年“北脑一号”将完成全部注册临床试验入组,明年将申报医疗器

械注册证。同时,采用不同技术路线的高性能侵入式脑机系统“北脑二号”,也已进入大动物试验阶段,今年年底将开启临床验证。

在基因治疗领域同样实现了突破。据健达九州(北京)生物科技有限公司副总经理于涛介绍,针对视网膜色素变性等致盲疾病,团队开发的基因治疗药物GA001已获中美临床批准,全球首创的难治性疼痛精准基因疗法GA008也已取得积极进展。“从基础机制到靶点发现,再到基因递送治疗,这条路正在走通。”于涛说。

共享平台加速成果转化

从基础研究到产业转化,中间横亘着设备、资金、团队、管理等重重门槛。飞镖国际创新中心的使命,正是搭建一座跨越“死亡谷”的桥梁。

飞镖国际创新中心的模式源于美国波士顿,在北京进行了系统性升级。其核心理念是将传统生物医药研发的重资产模式,转变为轻资产、模块化、工程化服务体系。企业无需自建实验室、采购昂贵设备,而是按需调用共享平台和专业团队。

据介绍,在北京飞镖国际创新中心8600平方米的空间内,设置了基因测序平台、病理分析平台、共享细胞间等共享研发平台。入驻企业只需“拎包入住”,甚至只需一个idea,即可依托驻场科学家和研发团队快速启动项目。

“我们把生命科学工程化,把生物企业设计化,把创新孵化制度化。”飞镖国际创新中心副总经理江茂华表示,“这种模式可将企业前期投入降低约60%,研发周期缩短8至12个月。”

典型案例如神济昌华,这家专注于渐冻症基因疗法的企业,在2022年入驻飞镖后,仅用一年时间就从3人团队发展至30余人规模,完成近亿元Pre-A轮融资,多个管线进入临床试验,2025年,其自主研发的针对渐冻症的基因疗法SNUG01获得FDA孤儿药资格认定。

目前,飞镖国际创新中心已在北京、长三角、深圳及新加坡、中国香港等地布局,累计服务企业超300家,推动融资超300亿元,协助企业获得临床批件120余项,完成国际技术授权交易超过130亿美元。

北京商报记者 陶凤 王悦彤

毛利率逐年下降 视觉中国冲击港股IPO



身处“A+H”上市浪潮中,视觉中国(000681)在A股上市临近30周年之际,也欲进一步扩张资本版图,将目光投向了港股市场,于6月14日向港交所递交了上市申请材料。不过,在冲击港股上市背后,视觉中国正面临着一定的业绩压力,2024年、2025年,公司年度净利润及毛利率均出现下滑;与此同时,公司还存在客户与供应商重叠情况;另外,在本次递表港交所前,公司实控人曾于年内合计减持1.84%公司A股股份,合计套现约2.72亿元。

净利下滑、毛利率走低

6月14日,港交所官网显示,视觉中国已递交上市申请材料,正式开启冲击“A+H”上市进程。

据了解,视觉中国于1997年登陆A股市场,是一家内容授权及定制服务提供商,公司发展战略围绕内容资产、AI能力和应用场景展开。截至2025年12月31日,公司拥有约300家版权合作机构及约80万名签约供稿人。

根据弗若斯特沙利文的数据,按2025年收入计算,视觉中国在视觉内容授权服务市场位居中国第一、全球第五。

本次冲击H股上市背后,据视觉中国港股招股文件,公司净利于2024年、2025年接连下降。具体来看,2023—2025年,公司实现营业收入分别约为7.81亿元、8.11亿元、7.78亿元,小幅波动;对应实现净利润分别约为1.54亿元、1.3亿元、9267.4万元,接连下降。

按业务线划分,招股文件显示,视觉中国收入分别来源于内容授权服务、内容定制服务以及增值服务。而从公司报告期内收入结构变动情况来看,2023—2025年,公司来自内容授权服务的收入占比分别为

73.7%、75.1%、67.2%;来自内容定制服务的收入占比分别为19.4%、20.2%、26.9%;来自增值服务的收入占比则分别为6.9%、4.7%、5.9%。

报告期内净利承压的同时,视觉中国毛利率也在同步下滑。具体来看,2023—2025年,公司毛利率分别为51.2%、46.8%、41.7%。其中,2025年,公司内容授权服务、内容定制服务、增值服务的毛利率分别为49.5%、16.4%、68.1%。

客户与供应商重叠

在此次港股IPO招股文件中,视觉中国还披露了公司客户与供应商情况。

整体来看,报告期内,公司来自前五大客户的收入占比分别约为22.1%、23.7%及24.1%;向前五大供应商的采购金额占比分别约为19.3%、14.9%及14%。

其中,集团X同时系视觉中国报告期各期的第二大客户及第一大供应商。2023—2025年,视觉中国向集团X的销售金额占比分别约4.8%、4.5%、4.5%;对其采购金额占比则分别约8.3%、6.6%、5.6%。

股权关系方面,截至最后实际可行日期,公司实控人吴玉瑞、廖道训及柴继军三人分别直接及/或间接持有视觉中国已发

行股本总额约9.87%、5.93%、3.47%。根据一致行动方安排,截至最后实际可行日期,吴玉瑞、廖道训及柴继军共持有公司全部已发行股本的约19.27%。

而值得一提的是,在此次递表港交所前,吴玉瑞、柴继军均曾于年内减持公司股份。具体来看,吴玉瑞于2月26日—5月25日合计减持773.18万股,占公司总股本的1.1%,减持均价20.7元/股;柴继军则于同期合计减持521.8万股公司股份,占总股本的比例为0.74%,减持均价21.52元/股。

经计算,吴玉瑞、柴继军二人上述减持合计套现金额约2.72亿元。

中国企业资本联盟副理事长柏文喜告诉北京商报记者,实控人在递表港交所前减持,在“A+H”股案例中并不罕见,此类操作通常出于个人资金需求、规避锁定期限制等原因。另外,若实控人对公司港股发行定价或后市表现缺乏信心,也可能出现提前减持的情况。

二级市场方面,截至6月15日收盘,视觉中国股价收涨4.17%,报22.25元/股,总市值155.9亿元。

针对相关情况,北京商报记者向视觉中国方面发去采访函进行采访,公司方面表示目前处于静默期,暂不方便接受采访。

北京商报记者 王蔓蕾

《盛世天下》销量破百万仅用5天 大厂押注小团队或成新趋势

New One Studio研发的真人互动影游《盛世天下》官方发布最新数据显示,《盛世天下》女帝篇上线5天,全平台销量便突破100万套,全系列总销量超300万套。据Steam官方数据,《盛世天下》女帝篇同时在线人数峰值达2.8万人,打破前作《盛世天下》媚娘篇的1.7万人峰值纪录,不仅拿下Steam中国热销榜第一、Steam全球热销榜前三的成绩,同时还创下互动影游品类销量增长速度的历史新高。

从产业特性来看,互动影游天生就带着吸引资本和大厂的特质。根据市场调研机构YH Research发布的《2026年全球及中国互动影游行业头部企业市场占有率及排名调研报告》,互动影游头部企业毛利率普遍维持在70%—90%,开发周期通常在半年到一年。广州思益得首席策略官陈彦颐指出,正是投入成本更可控,收益确定性更强等优势,让互动影游成了大厂争相布局的新风口。但风口之下,行业的结构性矛盾也一直悬而未决。

值得注意的是,该游戏此次尝试“大厂赋能发行+小团队主导研发”的合作模式。而在游戏行业整体寻求降本增效与内容创新的当下,这种轻度绑定、明确分工的合作路径,是否会成为互动影游的破局新路径?

根据公开数据,由独立工作室Splendy Interactive开发的互动影游《地堡》曾获TIGA Games Industry Awards 2016最原创游戏、最佳音效、年度游戏三项提名;2017年TapTap年度最佳剧情游戏提名;在2016年的Cologne International Games Convention游戏展会上,IGN Entertainment更是评价其为“展会最奇特的游戏”。这样一款成本约百万美元的游戏产品,在发行前两年仅卖出10万份,其工作室后续则因为研发成本高、销量不及预期、投资方撤资等原因最终清算倒闭。

Game Developers Conference发布的《2026 State of the Game Industry》称,游戏行业呈现“自资为主、外部依赖降低”的特征,35%的工作室和独立开发者以自资为主要资金来源,独立开发者的自资比例更是高达86%。融

资难成为行业普遍痛点,中等规模工作室面临“对独立开发者而言成本过高/规模过大,对AA/AAA而言规模过小”的资金缺口,发行商倾向于投资“稳赚不赔”的项目。在研发成本较高、工作室普遍融资困难的背景下,小团队不仅需要考虑游戏宣发,同时还要考虑若销量不佳则无力承担后续游戏运营的问题。

《盛世天下》虽由小型独立研发团队进行研发,但腾讯控股有限公司旗下互动娱乐业务品牌腾讯游戏作为《盛世天下》系列的独家发行商,其官方发布快报,称天美助力国产独立作品,明确《盛世天下》由专注打造高品质创新型互动体验作品的独立创作团队——New One Studio研发制作,游戏在全球(包含移动端、Steam、WeGame以及微信小程序)同步上线。此次押注《盛世天下》,腾讯游戏既保留了New One Studio团队对内容创作的主导权,又给出了充分的流量资源与发行渠道的支持。

《盛世天下》在剧情设计上以唐朝武后夺权为核心,将玩家放置权力中心,全篇剧情总时长约1000分钟,超百条分支剧情。正是因为保留了小团队的创作自主权,才能精准踩中用户兴趣。而在发行端,腾讯游戏开放了全平台的发行渠道与流量资源,让产品同步登陆Steam、WeGame、移动端及微信小程序,覆盖了PC、移动全场景用户,助力作品上线首日就触达全球海量用户。

“《盛世天下》的成功不是偶然,它契合了当前内容产业的发展方向。当前整体内容产业都在往细分化、垂直化走,越来越多垂直赛道需要更懂用户的小团队提供差异化内容,而大厂的流量和渠道资源,则可以开放给优质小团队使用,进一步激活行业的创新活力。当大厂不再将所有环节攥在自己手里,通过自己擅长的发行与流量资源赋能优质内容创作团队,不干涉具体的剧情设计与创作节奏,反而真正实现了专业分工、优势互补,推动互动影游品类增长。”中国城市发展研究院投资部副主任袁帅如是说。

北京商报记者 卢扬 实习生 王祺媛