

# 迎智能时代机遇 HICOOL全球创业大赛启动

创业者是我国经济不断发展的催化剂，而优质的创业项目是经济转型升级的奠基石。5月15日下午，HICOOL全球创业者峰会暨创业大赛正式启动。今年，新冠病毒肺炎疫情的侵袭给某些行业造成了损失，但也促进了一些新兴产业的发展，创业者把握住稍纵即逝的机会至关重要。

5G就是其中关键的一环。5月17日，工业和信息化部副部长、中国通信学会理事长陈肇雄表示，我国已知的“新基建”项目投资规模达到了34万亿元，5G在其中占了头把交椅，也将是未来拉动经济发展的一驾马车，将为创业者们提供大量的发展机会。

HICOOL全球创业者峰会暨创业大赛启动现场，主持人对话小米集团创始人雷军、奇绩论坛创始人陆奇和IDG资本创始董事长熊晓鸽。



模，比如石头科技、华米、云米这些已经成功上市的公司。”

## 探秘成功代表

诺诚健华董事长兼CEO崔霁松是归国创业的“代言人”。

崔霁松告诉北京商报记者，在美国学习工作24年后，她于2011年回归，担任PPD旗下北京葆诺科技总经理，负责公司600多人的运营管理，帮助公司扭亏为盈。

2015年，崔霁松与归国的施一公联合创立北京诺诚健华医药科技有限公司，组建了一流的新药研发团队，开发创制以中国病人所需为第一目标的新药，集中在肿瘤和自身免疫性疾病治疗领域。用四年半时间，诺诚健华研发出9款新药产品，其中1款已经提交上市申请，3款处于临床阶段，多个项目在临床前研发阶段。2020年，诺诚健华在港交所上市，成为港交所首家“云路演、云敲钟”上市公司，目前市值超180亿元。

旷视则是北京新一批创业公司的代表。

2011年，也就是崔霁松回国创业的那一年，旷视在北京成立，第二年旷视推出基于云端的视觉开放平台Face++。2015年，旷视推出基于云端的人脸识别身份认证解决方案FaceID，城市物联网解决方案、首款智能摄影头产品。旷视的设备解锁、智能物流、智慧物流平台河图等也在随后几年陆续推出。2019年8月，科技部宣布依托旷视建设“图像感知”国家新一代人工智能开放创新平台。

从北京出发，目前旷视已经在上海、南京、成都等地设有研发中心，拥有员工2000多名。目前正在筹备上市，是国内人工智能“四小龙”之一。

唐文斌则表示，现在创业环境已经很不一样。“技术变化让旷视有了发展机会，疫情让市场发生变化，也带来了创业机会。”他建议创业者面对逆境做好准备，把握趋势赢得挑战，要快速迭代、以终为始。

北京商报记者 魏蔚 石飞月/文并摄

## 聚焦高精尖

这次创业大赛由北京海外高层次人才协会主办、北京海高创新科技服务有限公司承办，阿里云与奇绩论坛作为战略合作机构，百度、小米、字节跳动、红杉资本、高瓴资本、IDG资本、北极光创投、FESCO、富华国际集团等作为合作机构。

据介绍，此次大赛分为北美赛区、欧洲赛区、亚太赛区和中国赛区。首届大赛主要针对科技领域创业项目，赛道设定为以下六大产业领域，分别为人工智能/大数据/金融科技/生物健康/新一代信息技术/新能源/新材料/智能装备、文化创意及其他类。每个赛道里分为创客组和成长组，其中，创客组是面向报名时尚未在北京注册公司的参赛项目，成长组是面向报名时已在北京注册公司的参赛项目。

大赛的整体赛程分六个阶段，5-7月进行项目报名和初审，7月下旬到8月下旬分阶段进行国内和海外项目的初赛，并公布进入复赛的项目名单，9月在北京举行复赛及决赛，

充分保障了海内外项目的参赛时间。

这次大赛致力于面向全球寻找优质项目，助力其在北京快速发展，覆盖北美、欧洲、亚太等区域，重点聚焦在人工智能、生物健康、新一代信息技术等高精尖科技领域，具有奖金数额高、获奖席位多、配套资源全等特点。大赛共设置100个获奖席位，总奖金8000万元，同时匹配10亿元创投资金，获奖项目可获千万元风险投资直投。

5月17日，在由中国通信学会主办的2020年世界电信和信息社会日大会上，陈肇雄指出，世界正进入数字化全联接的智能时代，万物感知、万物互联、万物智能成为主要特征，以5G、大数据、人工智能等为代表的新一代信息通信技术，开辟了生产生活的新时代，提供了全球发展的新动力。目前，我国已知的“新基建”项目投资规模达到了34万亿元，涵盖了以下七个领域：5G基建、工业互联网、特高压、高速公路轨道交通、新能源汽车充电桩、大数据中心、人工智能。5G在其中占了头把交椅，也将是未来拉动经济发展的一驾马车，将为创业者们提供大量的发展机会。

## 新的创业机会

在启动仪式现场，多位企业家分享了自己过去创业的经历和磨难。

百度CEO李彦宏透露，自己刚回国创业时，很多人都跟他说，中国已经没有什么创业的机会了，但事实上还有很多事情可以做。“过去这20年，中国不断有新的机会产生，不断有伟大的公司诞生，比如雷军的小米公司，所以我鼓励大家更多地去创新和创业。”

2011年，李彦宏和四位海归一起发起了北京海外高层次人才协会，并成为首任理事长。十年来，协会发展壮大，涌现出一批成功的创业者，还有10多家上市公司和独角兽企业。“我想对海内外创业者说，积极迎接智能经济时代的机遇，抓住北京持续优化产业结构、发展战略性新兴产业的机会，来北京创业，就能够成就梦想。”李彦宏说。

旷视联合创始人兼CTO唐文斌在回忆自己2012年创业时表示，当时还没有技术人员创业的氛围；旷视成立至今已经搬了四五次公司，但从没有离开北京”。

而对于创业者来说，当下的中国市场，创业变得更加复杂，竞争也更加激烈，因此，把握住稍纵即逝的机会至关重要。

奇绩论坛创始人兼CEO陆奇建议创业者关注四大要素：独特的见解、思考和沟通能力、行动力导向、持续的驱动力。在创业前期的0-1阶段，要快速迭代，把试错的代价降到最低。

他进一步解释道：“成功企业的创始人都有对未来的独特见解，创业者要对未来有观察有想象，要想明白讲清楚；有快速行动和解决问题的能力；有持续的驱动力”。

小米集团CEO雷军则认为，今年的疫情虽然是一场大灾难，但创业者应该有能力在这场灾难里看到一些机会，包括整个消费趋势的变化，比如线上会议系统、孩子们上的网课，以及网上带货；疫情普及了很多过去难以普及的东西，我觉得这是很好的一件事”。

他认为，在如今的创业环境下，合作是必不可少的因素，小米生态链就是一个典型的例子：“智能硬件的创业难度很高，小团队不容易搞定，因此，小米依托已有的资源，帮助有核心能力的创业者补齐短板，快速大规模

## 蓝海变红海 网红自热火锅寻路资本

一周3起千万级融资，网红自热火锅火了。5月17日，北京商报记者获悉，网红自热火锅品牌“莫小仙”“自嗨锅”“食人族”于一周内同时完成融资。在业内人士看来，受资本追捧的背后是不断扩大的自热火锅市场，但随着需求增加，蓝海逐渐变红海，传统火锅巨头德庄、海底捞“带资”进场，方便食品大佬康师傅、统一强势入局。重重压力之下，有了资本护身的网红火锅能否补足渠道短板，突出重围呢？

### 频繁融资

受疫情影响，宅经济兴起，自热火锅等方便速食产品备受资本青睐。5月17日，北京商报记者从天眼查获悉，自热火锅品牌“莫小仙”已于近日完成数千万元A轮融资。

天眼查信息显示，本轮融资将主要用于线下渠道拓展、全产业链优化、品牌打造等方面，以获得更多的市场份额，打造新生代自热火锅品牌。

值得一提的是，资本追捧的自热火锅品牌并非只有一家。5月11日，“自嗨锅”完成由经纬中国独家投资的逾亿元B轮融资；5月9日，“食人族”完成数千万元A轮融资，由众晖资本投资，青岭资本担任独家财务顾问，主要用于品牌建设、人才引进和渠道拓展。

香颂资本董事沈萌表示，自热火锅概念热度居高不下，一方面是疫情促使宅经济发展，另一方面是社会时代变化使得消费需求更偏向个人化的推动。所以，自热火锅相关品牌被资本市场看好。

在战略定位专家、九德定位咨询公司创始人徐雄俊看来，消费者对“莫小仙”“自嗨锅”“食人族”品牌产品复购率提升，为其注入了快速发展的动力，助推自热火锅形

成了产销两旺的市场格局。

据悉，“莫小仙”“自嗨锅”“食人族”皆成立于2017年，2018年陆续入局自热火锅市场，凭借淘宝、京东等电商平台迅速走红。

### 需求猛增

自热火锅于2017年走红。也是在这一年，众多企业开始入局。除了先后于2017年成立的网络品牌“莫小仙”“自嗨锅”等品牌外，传统食品企业、餐饮企业也纷纷加码。2017年3月，大龙焱的随身锅上市；4月，德庄、小龙坎入局自热火锅市场，推出自热火锅产品；7月，海底捞关联企业颐海国际入局自热火锅。

2018年，方便食品巨头康师傅、统一入局，速冻食品三全随后切入赛道。天猫平台数据显示，2018年，自热食品市场已经涌入了超过400家公司。

在徐雄俊看来，自热火锅之所以备受欢迎，其主要原因是由其产品类型决定——自热食品更接近于一份正餐的品质，而非简单的快餐。自热火锅与常规的速食相比更接近堂食，在品质上更满足消费者需求。此外，消费群体与营销环境的变化也为自热食品的发展提供了生存土壤。

而当下，疫情加速了自热火锅市场的发展。数据显示，1月20日-2月2日期间，自热方便食品在热销产品中排名第二。其中，“自嗨锅”订单量增长超200%；“莫小仙”销量同比增长近400%；“食人族”3月的出货量同比增长了30%，3月成交金额增长至9000万元。销量暴增之下，线上线下均供不应求。

据青山资本研究报告，方便速食已经是一个2500亿元级别的市场。2015-2018年，自热火锅市场规模由2.3亿元增长至44.9亿元，复合增长率高达550.7%。

### 巨头挤压

虽然市场不断扩大以及依托疫情节点推动自热火锅高速发展，为“莫小仙”等网红品牌带来巨大的发展机遇，但由于巨头涌入，对于成立两年的“莫小仙”“自嗨锅”而言，更多的是“危”。

数据显示，2019年颐海国际以自热小火锅为主的方便速食业务销售额达10亿元，同比增长122.3%。而起步于互联网平台的“莫小仙”2019年自热食品销售额超5亿元；“自嗨锅”2018年全年销售额达5亿元。

徐雄俊表示，海底捞是“入局即巨头”，无论在渠道构建上，还是在品牌影响力、消费者认知度上，海底捞都处于火锅领域的“领头羊”位置。因此，其推出的自热火锅产品也依托已有影响力实现快速发展。这些先天优势是“莫小仙”等网红品牌所不具备的。

据悉，“莫小仙”于2018年开始布局线下渠道；“自嗨锅”在2019年才开始布局线下渠道，城市渗透不足80%。而已入局自热火锅的康师傅、统一则在渠道上完全碾压网红品牌。

不过，在淘宝平台搜索自热火锅，在以销量为前提的排名中，网红产品占据多半份额。“莫小仙”“自嗨锅”均排名靠前，月销量在几千到几万不等。

就如何面对市场竞争及未来发展规划等问题，北京商报记者联系采访了“莫小仙”“自嗨锅”，但截至发稿，对方并未予以回复。

北京商业经济学会常务副会长赖阳建议，小品牌虽然不及大品牌的巨大影响力，但依托于互联网平台灵活、年轻化的发展模式，也能够占据一定的市场份额。但是若要实现较强的竞争力，需要依托资本力量，不断完善渠道构建和品牌宣传。

北京商报记者 钱瑜 张君花

## 熔喷布价格再遭哄抬 市场监管总局：严惩不贷 一查到底

北京商报讯（记者 陶凤 吕银玲）5月17日，市场监管总局官网发布消息称，针对近期熔喷布等防疫物资价格再度暴涨情况，市场监管总局组成专案组，赴江苏、上海、浙江、广东等地严查中间商和生产厂家价格违法行为，坚决斩断哄抬熔喷布等防疫物资价格的违法链条。各级市场监管部门将进一步加大对熔喷布等防疫物资价格监管力度，对疫情防控期间哄抬价格、“发疫情财”的违法者严惩不贷、一查到底。

4月下旬，市场监管总局通过前期线索摸排，查处了一系列相互关联的中间商、生产厂家哄抬熔喷布等防疫物资价格违法案件。经查，上海中间商马某通过空壳公司从上海某熔喷布生产企业低价获得熔喷布、纺粘无纺布并高价倒卖，累计获利600余万元。中间商余某通过马某等多个渠道拿到货源后加价进行倒卖，累计获利300余万元。

市场监管总局表示，上述案件违法情形复杂，当事人既有中间商也有生产厂家，既有企业也有个人；涉案产品既有熔喷布、纺粘无纺布，也有聚丙烯改性料。当事人违法手段隐蔽，参与哄抬炒作的上下游之间一般不签合同、不开发票，一些中间商与生产企业工作人员内外勾结，借助空壳公司逃避监管。

据悉，专案组短期内立案调查9起典型案例。其中，广东江门某无纺布公司案对当事人罚没共计3270余万元。对涉嫌犯罪的4起案件，已移交公安机关。

自疫情发生以来，防疫物资哄抬价格现象便屡禁不止，其中以熔喷布、口罩机等产品为主。北京盈科律师事务所刑事部主任高同武律师在接受北京商报记者采

访时表示，在全国疫情突发、防疫用品供不应求的情况下，部分不良商家和个人趁疫情应急防控、防疫用品需求激增之机，铤而走险牟取暴利。一方面，为了逃避监管，中间商与参与哄抬物价企业内外勾结，采取不签合同、不开发票，甚至采取借助空壳公司的手段，使国家监管部门取证困难，难以锁定有效证据实施处罚。另一方面，国家监管存在疏漏，未能及时按照相关法律规定精确监管及时处罚。

此前，市场监管总局对防疫物资哄抬价格问题多次进行严打，并表示“对哄抬熔喷布价格等行为露头就打，绝不姑息”。部署专项调查，组织专案查办。全国人大常委会法工委发言人臧铁伟也在接受媒体采访时表示，要依法从重从快处理这类案件。对涉及疫情防控的扰乱市场秩序行为，要充分考虑其特殊危害性，依法从重惩处。

高同武表示，定性经营者“从生产到零售”哄抬价格的违法犯罪行为，主要是依据《价格违法行为行政处罚规定》等相关法律法规。疫情防控期间，违反国家有关市场经营、价格管理等规定，囤积居奇，哄抬疫情防控急需的口罩、护目镜、防护服、消毒液等防护用品、药品或者其他涉及民生的物品价格，牟取暴利，违法所得数额较大或者有其他严重情节，严重扰乱市场秩序的，依照刑法第二百二十五条第四项的规定，以非法经营罪定罪处罚。

关于整治现阶段下哄抬防疫物资价格行为，高同武建议，全面布控监管平台，包括网络平台（淘宝、天猫、京东、微信等），设置特别投诉通道；线下的实体商铺（商超、药店等）所在区域的监管部门设立专管人员，发现一例，一查到底，绝不姑息。