

# 商务部：将依法依规处理字节跳动技术出口许可申请

北京商报讯(记者 陶凤 吕银铃)9月24日,在商务部例行新闻发布会上,商务部新闻发言人高峰表示:“据了解,北京市商务局已经收到北京字节跳动公司提交的技术出口许可申请,后续将按照相关规定和程序,依法依规处理”。

据了解,9月20日早间,字节跳动发布声明称,为了确保1亿美国人能够继续使用TikTok这款高人气视频及内容应用软件,满足美国政府监管要求,加强TikTok美国业务,字节跳动、甲骨文、沃尔玛对TikTok的合作形成原则性共识。三方将按照此共识,尽快达成满足美国和中国法律要求的合作协议。

不过,字节跳动及其美国交易者就最终交易条款出现了分歧,焦点在于谁将拥有在该交易基础上新成立的美国公司TikTok Global,以及谁来控制TikTok的算法。

而就在今年8月28日,商务部会同科技部调整发布了《中国禁止出口限制出口技术目录》,新增

23项限制类条目。其中,目录在限制出口部分计算机服务业类的信息处理技术项下,新增的第21条关于“基于数据分析的个性化信息推送服务技术”、第18条关于“人工智能交互界面技术”等控制要点,可能涉及字节跳动公司在出售TikTok方面的相关技术。

字节跳动对此表示,拟议中的交易不涉及技术或源代码的转让。但是交易公司甲骨文和沃尔玛表示,TikTok Global将控制该应用的所有技术。

9月23日晚,字节跳动在其社交平台官方账号上发表了《提交申请的说明》,称“根据《中华人民共和国技术进出口管理条例》和《中国禁止出口限制出口技术目录》规定,我们已经向北京市商务局提交了许可申请,正在等待北京市商务局的受理决定”。9月24日,商务部作出前述回应。

“字节跳动向有关部门提交申请是按照我国有关规定所必须的,商务部日前出台了《中国禁

止出口限制出口技术目录》,只有申请并获得同意才能进行相关技术出口,现在看来,美国那边也很可能需要获得白宫批准。”商务部研究院国际市场研究所副所长白明在接受北京商报记者采访时表示。

白明认为,商务部出台限制出口技术目录实际上是为了维护国家安全和企业利益,所以比较慎重,需要关注这里是否涉及敏感技术。这涉及到国家的利益、贸易的公平,也是各国的惯例。

“接下来能否顺利得到出口允许,关键的核心是字节跳动这些技术是否涉及到我们技术安全的问题,如果触碰到这些底线,就有难度。如果在中美双方都得到允许,接下来的商业谈判就会进行下去。至于中美双方最终批准结果,我们还要拭目以待。”白明说。

字节跳动对商务部表态有何最新回应?接下来有哪些进一步的计划?北京商报记者联系到字节跳动方面,但截至发稿对方尚未作出回复。

## 10天近20项目集中发布 房企总攻“金九银十”

与前几个月忙着构筑线上营销不同,近期房企开启了真正意义上的线下“出新”,从新品到新战略的发布,“金九银十”意欲蓄势冲高。9月24日,北京商报记者统计发现,9月的最后10天内,在北京,有近20个项目扎堆亮相,从京西的长安九里、中海石景山“刚改三兄弟”,到北五环的奥海明月、奥森one,再到“分钟寺三兄弟”一一揭开神秘面纱。放眼全国,先有世茂于天津正式披露起云湾的“造城”计划,后有雅居乐在广州推出5N战略……房企全面总攻“金九银十”的态势已经显现。

### 从新品到新战略

在复杂的外部环境下,上半年楼市整体遭遇重创,需求收缩、销售停滞是最鲜明的标志。随着经济形势企稳,房地产市场复苏回温,开发商也把宝压在了下半年,尤其是今年的“金九银十”被寄予厚望。

北京商报记者注意到,在过去10天内,北京楼市的大热之地——石景山迎来了新盘全面释放:长安云尚、长安九里、中海·天钻、中海首钢·天玺等集中推新,开启了“肉搏”战。此外,门头沟、丰台等地区的项目“抢食”,北京罕见出现了“售楼处一条街”。

地处北五环的奥海明月和奥森one也展开正面PK,同一时间拿地,同一区位的限竞房项目比拼。从奥海明月准业主传出的选房现场视频看,京城新市场久违的“千人礼堂”大选房罕见出现。

视线转到东南三环,年内备受瞩目的分钟寺三兄弟在金九最后的10天内悉数公布了案名:东叁金茂

府、世茂北京天誉和合生缙云。北京商报记者了解到,东叁金茂府将于“十一”期间开盘销售,且大概率为一性推出所有房源,知情人士也透露:“分钟寺三兄弟”中的世茂北京天誉也将在今年晚些时间正式亮相,不跨年的销售在豪宅销售历史上也堪称罕见。

在提速分钟寺项目入市的同时,世茂在天津的超级大盘——中新生态城也在金九期间亮相,项目总体量约为227万平方米,是近期京津冀新盘中最大体量的项目。

在积极推出新项目的同时,众房企的新战略也于近期频频面世。9月19日,雅居乐披露自己的5N产品系;同日,在珠海,华发股份也正式进行品牌焕新;9月26日,融创中国的战略定位升级发布会也将启幕;而中海也将于9月27日在北京推出空间系列4.0产品,以此来稳定其“京西霸主”的地位。

### 顶格的预期

“随着传统‘金九银十’销售旺季的到来,众房企的积极动作早有预见。”中国城市房地产研究院院长谢逸枫表示,推出新项目是抢占市场份额的“触手”,而战略升级则是激烈竞争形势下的“中枢”。

受疫情影响,众房企今年的销售目标普遍设置偏于保守,但即便如此,整体业绩目标完成率依旧不足四成。对于下半年的经营策略,加快推盘节奏成为大家的首要选择。

以中国奥园为例,上半年中国奥园实现合同销售额508.7亿元,完成年度销售目标不足四成。在今年的中期业绩会上,该公司管理层明确表态:“未来将加大销售力度,完成2020年销售额增长12%的目标”。

为冲刺全年业绩目标,今年的“金九银十”或将一改往年颓势。9月6日深夜,中国恒大董事局主席许家印连夜主持召开了营销大会,会上宣布自9月7日起至10月8日,恒大全国楼盘7折开售,并提出“金九银十”

两个月,单月销售额冲刺1000亿元。

而实际上,恒大今年8月的合约销售金额只有514.8亿元。2020年恒大内部目标是8000亿元,今年前8个月恒大合约销售金额约4506.2亿元,如果按照顶格预期完成两个千亿目标,那么恒大还有希望达成8000亿元的目标预期。

诸葛找房数据研究中心分析师王小嫻指出,传统销售旺季“金九银十”已经到来,预计9月商品房销售面积增幅将会回正,销售额进一步增长。

销售业绩承压,促使众房企动作要“快”,在多位业内专家看来,“以价换量”将成为房企提高销售的重要手段。除了销售业绩承压,“三道红线”也让房企不得不提前抵御风险。王小嫻指出,在“三道红线”重压下,房企的推盘节奏明显发生转变。“三道红线”也将限制企业的融资规模,预计四季度房企会加速去化库存降负债,个人按揭贷款、定金及预收款同比增速将扩大。

### 已现供不应求之端倪

上海易居房地产研究院发布的报告显示,1-8月,全国100个城市新建商品住宅成交均价同比上涨10.7%。此前100城年初累计房价同比涨幅曲线连续5个月下行,而8月数据略有反弹,或说明随着供应节奏的加快,各类高端楼盘正积极入市,其会影响成交结构和价格折扣。

易居研究院智库中心研究总监严跃进表示,从具体的城市数量看,房价过热城市即涨幅超过20%的城市依然在减少,这充分说明7-8月调控是有效的,房价也以降温为趋势。尤其是各类炒房需求被剔除,在稳定价格的同时,也稳定了市场预期和交易秩序。

严跃进称,当前中国房地产市场步入到传统的“金九银十”阶段,各地楼盘供应增加、促销节奏明显加快。从这个角度看,房价依然有进一步降温的可能。对于相关房企来

说,主动降价让利购房者,能够加快项目的去库存,进而有助于促进业绩成长和相关城市房价的降温。

事实上,目前楼市已经出现了量涨价跌的情况。以北京市场为例,据贝壳研究院数据显示:“金九银十”第三周北京新房住宅市场成交面积环比上涨68%,主要受朝阳区成交量上涨影响,成交均价环比下降3.9%。当前存量出清周期为14个月,连续下降15周至年内最低值。

贝壳研究院高级分析师潘浩认为,年底北京新房市场成交量或将稳中有升。据贝壳研究院统计,截止到目前,年内供求比为0.997,虽仍接近平衡状态,但已现供不应求之端倪,为跟上年底成交节奏,未来供应端或将小幅发力,使得供求重回平衡状态,出清周期或将维持在当前水平。

北京商报记者 董家声 王寅浩

## 互联网医疗平台的慢病争夺战

带量采购铺开,未能入围的药企们只好另寻渠道,互联网医疗平台此时顺势而上。9月24日,1药网与诺华的银屑病患者管理中心启动。日前,京东健康糖尿病中心与赛诺菲进行深度合作,医联启动线上慢病管理专家共识项目……各大互联网医疗平台纷纷将目光聚焦到慢病领域。不过,随着各家陆续布局慢病管理平台,病种也有了重合,为应对同质化竞争,提高自身运营能力,提高合作药厂的级别、数量等是各大互联网医疗平台需要思考的问题。

### 部分互联网医疗平台慢病管理布局一览

#### 医联

覆盖肝病、糖尿病、肿瘤、肾病、心脑血管、儿科、精神心理、呼吸哮喘、中医、妇科、皮肤等领域。

#### 京东健康

打造了心脏、呼吸、耳鼻喉、肾病、糖尿病、精神心理、脊柱、肿瘤等专科中心。

#### 1药网

布局了糖尿病、高血压、心脑血管、高血脂、肾病、皮肤病、肝病等慢病领域。

我国居民慢性病死亡占总死亡人数的比例高达86.6%,造成的疾病负担已占总疾病负担的70%以上。

### 密集上线

继与礼来合力打造线上糖尿病患者管理平台后,9月24日,1药网与诺华正式启动银屑病患者管理中心。据1药网联合创始人兼执行董事长于刚透露,1药网接下来还将上线肿瘤患者管理平台。

事实上,行业内的各家企业都在加大慢病管理上的投入。日前,京东健康与赛诺菲中国联合宣布,赛诺菲正式成为京东健康糖尿病中心的首家深度合作企业。双方将在糖尿病患者续方购药、胰岛素冷链配送等领域展开合作,共同打造数字化创新慢病管理模式。此外,医联与中国老年保健协会糖尿病专业委员会等共同发起首个线上慢病管理专家共识项目。在公司成立6周年的时间点,轻松集团将“中联朵尔互联网肝病中心”提升为公司发展的关键战略位置。

对于从细分病种打造不同患者管理平台的原因,于刚在接受北京商报记者采访时表示,公司希望把疾病分成100多种,每个单独的病种和全球顶级药企战略合作,形成最好的品牌,集聚优质的专家,给病患提供专业的服务。

让边缘的城市患者享受到更好的治疗,以及提高用药的可及性是1药网想要解决的问题:“一个肿瘤患者在北京或上海看了病,然后回到家乡,患者的一些用药指导以及之后药品用需要续方,患者再次返回医院,这需要较大的时间成本。我们的平台正是解决这些问题。患者可以在偏远的地区询问医生,医生根据病情,开出电子处方。”于刚说道。

据了解,截至2019年底,1药网的药房服务网络持续扩展至23.5万家,占全国药房总数的一半。目前,1药网已与超过188家药企建立了直采战略合作。

### 各取所需

各大互联网医疗平台布局慢病管理的背后是市场需求等多方面因素驱动。近年来,在新增病例年轻化等趋势下,慢病群体增加。据健康中国行动推进委员会2019年7月发布的《健康中国行动(2019-2030年)》显示,慢病已成为居民的主要死亡原因和疾病负担,慢病导致的负担占总疾病负担的70%以上,成为制约健康的重要因素。

今年2月,国家卫健委先后发布3份涉及互联网医疗的文件,提出充分发挥互联网医院、互联网诊疗优势,鼓励在线开展部分慢性病复诊及药品配送服务。7月,国家卫健委等十三部门发布的《关于支持新业态新模式健康发展激活消费市场带动扩大就业的意见》提到,积极探索线上服务新模式,积极发展互联网医疗。这都给互联网医疗平台的慢病管理发展带来推动作用。

对于药企而言,带量采购带来的药品价格下降,以及部分品种在医院内失标,药企急需找到新的院外渠道。据一位企业相关负责人透露,带量采购从“4+7”开始,后来扩围。带量采购给患者带来利好,药品低成本进入医院,降低了大众买药负担。同时给药企带来挑战,很多品牌药落标,药品的销售收入直降至少70%。

医疗战略咨询公司Latitude Health创始人赵衡在接受北京商报记者采访时表示,在“4+7”带量采购、医保控费、两票制等政策影响下,企业产品销量、价格大幅下滑,部分产品落标,销售和利润压力下,与互联网医疗平台合作,通过数字化以及互联网等方式触达患者成为药企的出路之一。与此同时,互联网医疗平台与药企合作,通过提供慢病管理以及问诊等服务获得收入。

### 同质化竞争

随着各家纷纷瞄向慢病管理领域,打造专科中心,一场行业较量不可避免。以糖尿病为例,目前京东健康、医联以及1药网均打造了糖尿病患者管理平台。

北京商报记者在医联平台上看到,目前该公司在卖的糖尿病慢病管理服务包含9.9元/月的个性化饮食计划套餐,199元/月的包括复诊续方、血糖数据云分析在内的血糖控制服务+套餐以及季度、年度套餐。在京东健康App上,包含问诊服务、电子处方在内的30天血糖管理服务包从299元到399元不等。各企业均提供了涵盖医生全程血糖管理等类似的服务。

在业内人士看来,平台的运营能力,合作药厂的级别、数量以及单病种的专业度是各平台发展慢病管理的竞争点。慢病管理上的各个链条也很重要,比如提供体检、保险的合作方。

医联相关负责人表示,在接收北京商报记者采访时表示,医联深耕慢病管理领域,专注慢病管理精细化运营。区别于其他平台,医联的模式医带患,即医生首先在医联平台注册备案,在和患者完成首次线下面诊、医患彼此信任后,患者才会扫描医生的二维码完成医患绑定,因此平台上的医患关系更加稳固。

赵衡则认为,国内用户并未形成互联网医疗服务买单的习惯。慢病管理平台可以赚钱的部分仍在卖药环节。而平台对服务收费直接影响了后端的卖药环节。此外,慢病管理平台的药品品类要全,慢性病患者不会因为平台有免费的健康管理而更换用药,因此平台需要拓宽合作药企的数量。

北京商报记者 姚倩