



编者按

今日起,天津海河传媒中心和天津广播电视台都市频道联手推出全新的“财富+”专刊。这里有财富领域最新的实用信息,助力读者每一份洞察更立体,每一次解读更透彻。愿这份专刊能与您一同读懂经济趋势,把握财富先机。

创业灵感,来自一桶方便面

刘毅的创业灵感,竟来源于一桶方便面。“当时桶装方便面很流行,这种包装食用起来更方便。”这个发现让刘毅开始寻找能够解决“更方便”需求的产品方向。

在一次同学聚会上,有人提到了电子血压计。“一说血压计,大家都知道它是干什么的;一说电子,肯定就是更方便了。”刘毅敏锐地察觉到这个产品的市场潜力,“患高血压的人多,这个人群要测血压,用电子血压计比较方便,市场应该比较好打开。”

说干就干,刘毅拉着几个同学和即将毕业的研究生,开始了创业之路。然而,理想很丰满,现实很骨感。

攻克产品难关,破局国际市场

“我们最大的挑战是一帮完全不懂实业的人,一帮年轻人,选择了一个最有挑战性的工作——做实业,这是最难的。”刘毅坦言当初是“无知者无畏”。

产品问题是团队遇到的第一个坎。从学校刚刚毕业的研究生团队花了六个多月时间,才做出一个合格的产品。

“我们最开始去测血压的时候,一半人的血压是测不准的。当时就感觉这个公司干不下去了,这个项目好像选错了。”刘毅回忆道。

经过三个多月的日夜攻坚,团队终于调试出准确的算法。1996年,产品上市第一个月在天津就卖了一千台,年销量达到一万多台。“这下我们创业就成功了!”创业伙伴们欢呼雀跃。这第一桶金让九安生存了下来。

产品成功后,公司却进入了动荡期。初创团队十几个人,要覆盖研发、生产、营销等各个专业领域,“摊到每个专业上,可能都不到一个人”。公司发展遇到木桶效应,最短的那块板决定了能装多少水。1998年到2002年间,许多初创伙伴选择了离开。

转机来自于国际市场的开拓。“实际上,我们的突破是出口。”刘毅和团队开始参加全球各地的医疗展会,“靠着我们自己蹩脚的英语,我说我们比一些本土企业家强一点,是能讲两句英语。”

他们采取“拾遗补缺”策略,提供“别人不给的产品,别人不给的价格,别人做不了的功能”。

从血压计到全球健康管家

九安医疗刘毅的三十年创业路



从巴西和波兰的第一个国外客户开始,九安一步步打开了国际市场。

欧洲市场,中国制造赢得信任

2005年,九安与英国最大连锁药店LloydsPharmacy合作,推出了一款血压计,“一张订单一百万台,让公司迅速发展起来了。”

2006年,通过差异化产品——语音血压计,九安打开了以严谨著称的德国市场。“我们最多的时候,在德国市场份额能占50%以上,每年都能够达到一百万台以上。”刘毅不无自豪地说。

德国客户的认可来之不易。“开始,德国客户听说我们能做电子血压计,都觉得很奇怪,问‘中国人能做电子血压计吗?’”刘毅回忆道。

德国人十分谨慎,“不可能上来就给你做很大的订单,他需要验你的工厂,看你的品质,然后试单”。合作从最初的五千台开始,到一万台,到十万台,最后达到一年一百万台。刘毅说,与这个客户合作至今已有十几年历史。

联姻苹果,切入智能健康赛道

2010年6月,九安在深交所上市,募集资金六亿元。公司发展进入新阶段,也迎来了一个重要转折点——把血压计与苹果手机相连。

2010年,大家对iPhone有一个诟病,说苹果手机只能干一些娱乐的事情。乔布斯说“我们还能干严肃的事情,我们可以测血压”。

在2011年1月的拉斯维加斯消费电子展上,九安推出了与苹果设备连接的血压计,引起业界轰动。“当时美国主流媒体就报道,说这就是未来科技趋势之一。这是一个全世界的新闻,有1746篇报道,25000个转载。”

这次合作对九安团队鼓舞巨大。“1997年的时候,我在天津的书摊上买过一本书叫《硅谷海盗》,讲乔布斯的故事。那时候苹果公司离我们很远,突然这个世界最有名的公司开始和我们合作了。”

十年探索,布局互联网医疗

与苹果的合作让九安看到了新的方向——从硬件走向互联与服务。“我们觉得我们不应该小富即安,不应该局限于原来的想法,我们应该有更大的梦想。”

这个梦想就是通过联网设备获得

一款曾经测不准血压的产品,如何成为全球家庭健康管理入口?

1995年,刘毅和几个刚毕业的同学一起创业,选择了电子血压计这个方向。产品最初并不成熟,“一半人的血压是测不准的”,这让团队几乎放弃。

20多年后,这家从零起步的公司不仅实现了年销售额数十亿元,其电子血压计在德国市场占有率超过50%,更是推出了全球首款与iPhone连接的智能血压计。

数据,为用户提供个性化健康管理服务。“我们通过把硬件产品联网,获得更多的用户数据信息,并据此提供个性化的服务。”

这次转型让九安进入了无人区。“互联网医疗这件事情,在过去的二十年的历史上,就没有人做成过。”刘毅解释道。

医疗行业规模巨大,“在美国基本上快到GDP的20%。如果你要把互联网医疗做成的话,它就是一家和谷歌、FaceBook一样大的公司了。”

九安面临的是从0到1的挑战,而且是中国人要做从0到1。“这也是我们为什么花了十年时间,在这上面投入了二十个亿,依然还在探索的一个关键原因。”

为了应对挑战,九安多管齐下:不仅自己做,还投资了二十多家互联网医疗公司,收购了法国公司eDevice和美国的Care Innovations。

成效初显,打造健康管理新模式

经过十年探索,九安的互联网医疗模式已经开始落地见效。“我们在中国已经有二十多家医院按照这种方式开始检测糖尿病了,我们在美国也有十多家诊所按这种方式看(诊)糖尿病了。”

刘毅说,这种新模式取得了显著效果,“让糖尿病患者的检测达标率提高了一倍。”刘毅希望在未来三年时间里,九安能够服务更多的糖尿病患者。

回馈社会,构建创业生态

作为天津大学的校友,刘毅发起成立了天大校友基金,希望推动天津形成类似“斯坦福+硅谷”的创新创业生态。

斯坦福大学是世界级的教学、科研和创业型大学。刘毅也希望用论坛、大讲堂、训练营、训练课程、俱乐部、基金等方式,“真正推动一个生态的形成,即能让最优秀的科技人才,在他们创业的时候得到支持。”

到目前为止,九安电子额温枪居美国亚马逊网站销量第一,全球销量冲击世界第一。九安医疗的三十年历程,是中国制造业从学习模仿到创新引领的缩影。

刘毅和他的团队用三次关键转型——从产品到出口,从硬件到智能,从设备到服务,走出了一条中国医疗企业的创新之路。

如今,九安的产品已进入全球数千万家庭,正在通过物联网、大数据和人工智能技术,改变着传统医疗健康管理模式。

人到中年,上有老下有少,每月还得还房贷车贷,更需通过科学理财为家庭撑起“保护伞”。理财的核心并非寻觅“完美产品”,而是结合自身情况做出合适选择,毕竟高收益常伴高风险,安稳与增长难以兼得,明确需求与取舍,才能找到适配的理财方向。

要做好理财,先搞懂三种常见的“钱的风险”。

1. 市场风险:比如买股票、股票基金这类“股类产品”,长期看大概率能赚钱,但短期可能跌得让人睡不着觉,得有耐心等它涨回来。

2. 信用风险:买债券、信托这类“债类产品”,大多时候省心,赚的钱能跑赢物价上涨,但有些高收益的债,一旦发行方没钱还,可能连本金都没了,比如曾经的P2P。

3. 通胀风险:比如把钱全存定期,利息太低,时间长了反而不够花。

同时,理财收益不能只看回报率,持续增长、简单省心同样重要,比如年金保险,虽然赚得没股票多,但能帮孩子存学费、帮自己存养老金,还不用天天盯着看,省下来的时间陪家人不也挺好?

了解风险后,再从三个维度了解自己的“财务情况”:

1. 看消费高峰远近:若几年内有买房、孩子升学等大额开支,就不宜大量配置短期高波动产品;若用钱高峰尚远,可多投股类追求长期回报。

2. 看未来收入与现有资产:若未来收入稳定且增长空间大,比如“金领”年轻人、医生、律师,应优先配置保障类保险,防范疾病、意外导致的收入中断;若现有资产多但后续收入少,比如手里有一笔拆迁款,要警惕高风险投资,本金亏了就补不回来了。

3. 看长期开支大小:长期开支大、家庭责任重的家庭,要侧重能对抗贬值的高收益产品;开支小、消费保守的家庭,可多配置保险、银行理财等稳健产品。

最后,按“四步法”匹配理财行为:

1. 确定财务目标,比如想攒多少养老金,投资能接受亏损多少钱;

2. 根据目标制定资产战略,确定稳健与激进产品的配置比例;

3. 随人生阶段变化调整投资计划,比如孩子毕业后可以调整教育金相关的投资;

4. 按资产战略选择金融产品,避免明明想安稳,却受鼓动买了数字货币;也别定好买股类产品,结果全买了高收益债,不然很容易竹篮打水一场空。

中年理财,如同为家庭航船掌舵,明确方向、稳步调整,才能在风雨中守护家庭财务安全,为未来生活筑牢根基。



李程

平安人寿中级
保险康养顾问
第三届理财师
大赛 卓越财富管家
第四届理财师
大赛组委会特别奖