

金融助力向新而行

从“看抵押”到“看管线”： 银行如何成为创新药企的“生态合伙人”

中经记者 张漫游 南京报道

日前，一项针对晚期实体瘤成人患者的创新药临床试验正式启动。这是由南京艾美斐生物医药科技股份有限公司（以下简称“艾美斐”）自主研发的新型广谱抗癌药——IPG7236，目前正在中国进行I/II期临床试验。通俗来说，这

种药物能够拦截一类名为“Treg”的免疫细胞的异常活动，解除它们对免疫系统的抑制作用，从而让人体自身的免疫部队重新恢复活力，去攻击和清除肿瘤细胞。

IPG7236的顺利推进，离不开背后的资金支持。艾美斐副总裁、董事会秘书陶莎向《中国经营报》记者坦言：“一款新药的研发通常需要

十几年周期、十余亿美元投入，而最终能够成功推向市场的概率仅为10%左右。因此，在整个药物研发周期中，企业需要持续加大研发投入，始终对大量资金有着迫切需求。”

过去，生物医药领域主要依赖一轮又一轮的股权融资接力。然而，一旦融资窗口收紧，整个行业将不可避免地承受周期性的压

力。2026年《政府工作报告》首次将生物医药列为新兴支柱产业，将生物制造列为未来产业，明确提出“加强科技创新全链条全生命周期金融服务”。从实验室的靶点发现到多中心临床试验的推进，在这条漫长的创新药研发之路上，传统金融机构正扮演着越来越关键的角色。

如何“看懂”创新药企

评判创新药企的价值，关键在于理解其管线的科学逻辑、临床价值与市场潜力。

成立于2016年10月的艾美斐，是一家基于全球领先靶点的创新药研发公司，致力于开发治疗恶性肿瘤、自身免疫性疾病、神经退行性疾病等重大疾病的小分子或大分子新药。在研管线（从药物发现到市场化的整个过程中的所有候选药物集合）均为“First-in-class”（全球同类首创）且具有全球权益。企业为高新技术企业、创新型中小企业，入选“南京市培育独角兽企业”“江苏省潜在独角兽企业”。

深耕源头创新的发展定位，让艾美斐具备强劲的技术竞争力。然而，硬币的另一面是行业所面对的经营融资难题。日前，记者通过调研了解到，作为一家纯研发型企业，艾美斐建立之初便面临研发成本高、尚未产生收入的现实。陶莎介绍，创新药行业投入大、周期长、风险高，每年需要大几千万元的研发支出，且主要依赖股权融资款。

依赖单一融资方式，在外部环境变化时容易形成资金缺口。放眼整个创新药赛道，这种压力在新冠病毒疫情之后被进一步放大。“疫情之后，创新药行业遭遇资本寒冬，股权融资洽谈较困难，企业面临着不小的资金压力。”陶莎回忆道，那时候，企业需要不断支出，却没有新的资金进账，经营上的可持续性面临挑战。“我们也接触过多家银行，但一直没有突破。”

这不是艾美斐一家的困境。IDC中国研究总监高飞分析称，新



图为南京艾美斐生物医药科技股份有限公司。

本报资料室/图

兴产业和未来产业的技术和市场不确定性更高，存在无法满足传统金融机构风险偏好需求的情况；且以技术和人才为核心价值的轻资产很难通过传统的抵押方式进行估值；同时还存在产业与金融信息的不对称。

这种不对称，在创新药领域尤为突出。易观千帆金融行业咨询专家陈毛川指出，在新兴产业和未来产业的转化链条中，资金缺口最大、金融工具最难覆盖的环节是“概念验证+中试环节”，往往被称为科技创新的“死亡之谷”。

艾美斐与金融机构的合作转机出现在南京银行（601009.SH）的上门走访。陶莎告诉记者，南京银行对生物医药产业有持续跟踪，充分理解生物医药企业的发展规律，并根据该公司不同阶段定制了差

异化金融服务方案。

陶莎向记者介绍，南京银行的授信支持了艾美斐IPG11406、IPG7236、IPG1094等重点管线的持续研发推进。谈及南京银行资金支持的意义，陶莎认为，南京银行带来的不仅是资金，更是“选择的空间”——企业拥有了更从容的时间窗口去筛选投资人、保障企业权益；同时也为核心高管的股权激励预留了空间，为长期发展打下基础。

一家传统商业银行，如何“看懂”一家核心资产是人、是一堆专利和一串在研管线的创新药企？这背后，是评估逻辑和方法论的调整。

在南京银行的团队接触艾美斐之前，他们已对生物医药产业有较深的认知积累，能够把握行业和

企业发展规律。这种“看懂”的能力，源于南京银行长期深耕积累的专业体系。南京银行结合多年知识产权融资经验，建立了专利权在线评估系统，联合数交所等第三方机构，融合市场法、未来收益法和专家决策法，对数据资产和知识产权进行组合估值。在人才队伍建设上，银行组建了专注行业研究的营销团队和“行研之鹰”行业专家队伍，搭建科创金融审批团队，定位于提升对科创企业的理解和评估能力。

一位长期关注新兴产业的银行人士告诉记者，评判创新药企的价值，关键在于理解其管线的科学逻辑、临床价值与市场潜力，传统信贷审批逻辑中“看抵押”的惯性，在生物医药这类轻资产、高风险的赛道面前是失效的。

将短期资金“拼接”成长钱

金融支持科技创新，如何在敢于担当与有效风控之间找到平衡？

对创新药企而言，解决了一笔融资，并不意味着走完了资金需求的长路。一款新药从实验室到上市，八到十年的周期里，每一阶段对资金的需求特性都不同，这背后是由行业“马拉松”式的研发规律决定的。

高飞也指出，目前适配新兴产业、未来产业的金融产品仍不够丰富，早期风险投资助力启动，但要让企业做大做强，还需长期资本接力。像知识产权质押融资、科技保险、风险分担等创新型金融产品还处在探索阶段。

在南京银行看来，作为“十五五”规划中的未来产业核心赛道，生物制造产业面临历史性机遇，但受制于其“高技术、高投入、长周期、高风险”的特征，技术与产业化应用、市场与经营风险等方面存在不确定性。在获取金融支持的过程中，最大的难点和堵点主要集中在生物制造行业研发上市周期长等特性与传统金融审批逻辑不匹配。

对此，南京银行的解法不是简单地发放一笔长期贷款，而是通过“定制金融产品+投贷联动+接力式融资+政银担风险共担+无形资产质押”的闭环，把短期资金“拼接”成与研发同节奏的长期资金。具体来看，针对“轻资产、重研发”的初早期生物制造企业，南京银行通过专业的知识产权评估体系，实现知识产权的内部自主估值，将企业的专利转化为可抵押的资产，为其提供知识产权融资贷款。在企业从技术攻关到中试放大再到规模化生产的全链条中，南京银行不断创新信贷产品，并通过构建全生命周期金融服务支持和差异化的信贷评估逻辑来精准匹配企业不同发展阶段的痛点。

在产品创新层面，“研发管线贷”是一个典型样本。该产品主要服务于处于研发阶段、缺乏传统抵押物、高端装备、新能源等领域的初创或成长型企业。该产品无需企业提供厂房、设备等固定资产抵押，重点评估企业的技术实力、研发管线进展、核心团队背景等“软实力”。根据企业研发阶段和项目价值确定额度，贷款期限可设置宽限期，以满足研发周期的资金需求。

高飞认为，接下来应鼓励金融产品结构性创新。如推动银行与风投机构联动进行股权+债权的

综合服务；建立覆盖专利、软件著作权等无形资产的质押评估体系；丰富科技保险产品谱系，形成风险识别、定价与转移的完整链条。

在此方面，南京银行进行了一系列探索和尝试。在投贷联动方面，在原有“小股权+大债权”模式基础上，推出“科创鑫贷”投贷联动3.0服务模式，增加了“认股权综合服务”等内容，通过与外部投资机构合作，实现债权和股权的协同支持。在供应链金融方面，为生物制造企业的上下游提供订单融资、应收账款质押等服务，提升产业链整体资金效率。在绿色金融方面，依托“鑫动绿色”产品体系，为符合绿色标准的生物制造项目提供绿色信贷、绿色债券等工具。

金融支持科技创新，一个无法回避的核心问题是：如何在敢于担当与有效风控之间找到平衡。

对此，南京银行建立了相应的风控管控机制。充分认识到生物制造产业“高投入、长周期、轻资产”的风险属性，但通过“三主三辅”（看专利、看团队、看现金流）的评估框架，借助政银担风险共担、财政风险补偿资金池以及全生命周期差异化授信等多元化机制，在全力支持产业发展的同时，将自身不良率与拨备覆盖率等核心指标始终控制在安全线内。

在具体操作上，银行以“场景化切入”为核心，深度绑定南京生物医药谷等产业集聚区，借助地方政府“白名单”管理机制对入驻企业进行初步筛选，并构建覆盖“种子期—初创期—成长期—成熟期”的全生命周期风控体系。

除了资金方面的支持，南京银行还为企业对接了产业生态资源。“南京银行深耕生物医药产业，同时依托本地城商行的独特优势，在江北新区已织起一张紧密的产业生态网，不仅为我们转介上下游关联企业，也对接了一些投资基金，让资金、技术、合作机会自由流动，帮助我们成长得更好更快。”陶莎说。

记者了解到，南京银行整合了政府部门、创投机构、律所、会计师事务所等资源，为生物制造企业提供政策解读、融资对接、股权撮合、合规咨询等一站式服务，帮助企业解决发展过程中的非金融问题，促进科技成果转化和产业升级。

花式沉淀“瞬时流量” 银行借世界杯撬动场景金融

中经记者 郝亚娟 欣庆
上海 北京报道

2026年美加墨世界杯已于北京时间6月12日正式拉开帷幕。这场全球瞩目的体育盛事不仅点燃了球迷的热情，也为银行业带来了零售获客与场景金融的重要流量窗口。

《中国经营报》记者注意到，多家银行以此为契，围绕世界杯主题推出一系列营销活动，覆盖从开卡到消费的全链条。

星图金融研究院常务副院长薛洪言指出：“围绕世界杯，银行的差异化服务已从简单的‘贴标营销’升级为深度的‘场景嵌入’。核心抓手在于发行具有收藏驱动属性的主题限定卡，部分银行引入了‘集卡’玩法，客户消费达标可解锁不同球队卡面，极大激发了球迷的收藏与展示心理。在消费端，银行将支付入口无缝嵌入到餐饮、酒吧等看球社交场景的每一个节点。”

从“贴标营销”到“场景嵌入”

本届世界杯期间，银行在产品设计和场景融合上均呈现升级态势：发行世界杯主题限定银行卡吸引球迷收藏与办理；联合餐饮、酒吧等商户推出“看球优惠套餐”；针对计划赴现场观赛的客户提供境外出行福利，包括签证优惠、境外取现免手续费、旅行保险等。

例如，广发银行推出“广发Visa外币国际卡（世界杯版）”，在延续Visa卡便捷跨境金融服务的基础上，通过卡面升级与优惠加码，多

维度提升观赛球迷及出境游客客户的消费获得感。同时，围绕观赛、旅行、日常三大高频场景，搭建起一套阶梯式奖励体系，精准契合球迷与境外自由行旅客的消费习惯。

在具体产品层面，以交通银行（601328.SH）Visa FIFA世界杯TM信用卡为例，除高颜值卡面外，其还设计了消费满额可抢兑世界杯限量特许足球之类的活动。交通银行太平洋信用卡中心方面表示，该产品定位清晰，围绕世界杯观

赛、消费、跨境出行等场景打造了专属权益，构建覆盖新户礼遇、境内消费优惠、境外多重返现的全场景权益体系，获得了目标客群的高度认可。产品上线后，客户的激活率、首刷率均表现亮眼。

同时，线上线下协同联动成为信用卡的重要打法。交通银行太平洋信用卡中心方面表示，该行围绕世界杯赛事带来的消费需求，持续发力深耕体育客群，有力推动赛事热度向消费场景高效转化。线

上方面，通过“买单吧”App之类的线上渠道精准触达目标客群，把权益和活动主动推送给球迷、年轻客群等核心用户，深度激发消费潜能。线下方面，交通银行信用卡中心联合全国多家分行，通过主题网点、授权快闪商店、商圈驻点、文旅赛事驻点等形式，策划了“14家主题快闪店+16个商圈+50余家围绕世界杯赛事带来的消费需求，持续发力深耕体育客群，有力推动赛事热度向消费场景高效转化。线

薛洪言补充道：“针对赴北美观赛的高净值客群，银行推出的产品设计不再局限于单一优惠，而是整合了签证减免、境外取现免费、高额旅行险及多倍积分在内的一站式‘串联方案’，形成了从行前准备到境外消费，再到回国售后的完整服务闭环。部分银行还将赛事竞猜等轻量游戏化功能植入手机银行，通过预测比分等活动将金融服务与球迷的情绪体验深度绑定，以此提升App打开频次。”

“短期热度”如何拉动零售业务？

本届世界杯由美国、加拿大、墨西哥三国联合举办，是历史上首次三国联办，这对银行的跨境金融服务提出了更高要求。

交通银行太平洋信用卡中心方面指出，世界杯期间的跨境消费需求主要呈现出三个新趋势：一是消费场景更加丰富。消费场景不再局限于传统的出境观赛、海淘周边、跨境流媒体会员、境外餐饮住宿预订等场景的消费占比明显提升。二是支付体验要求更高。客户对跨境支付便捷性的要求越来越高，同时更加关注跨境支付安全。三是情感消费属性更强。球迷客户更愿意为带有世界杯IP、球

星元素的联名产品和专属权益买单，消费行为具有明显的情感和社会属性。

信用卡行业专家葛亮直言：“‘多国联办’对银行的挑战在于：一是支持美元、加元、墨西哥比索的实时汇率转换和无缝支付；二是同时应对美国、加拿大、墨西哥三国的监管框架，并在异常交易模式激增时，精准识别洗钱、欺诈等行为；三是银行系统必须能承受集中支付的流量洪峰。”

薛洪言进一步分析：“三国联办模式对跨境金融服务提出了远超单一主办国的复杂度。产品设计必须从单一的‘国家包’拆解为

顺畅的‘多国串联’方案，客户可能在三国间穿梭，面临不同政策与消费环境，银行需提供覆盖全程的签证咨询与保障服务。核心挑战在于多币种清算：面对美元、加元、墨西哥比索的混用现实，客户在短时间内连续跨境消费容易产生高昂的叠加汇兑成本。银行不仅需要为客户提供透明的实时汇率锁定或多币种统一账户，更需在后台优化多币种头寸管理。传统‘本币—美元—外币’的二次转换路径已不合时宜，银行必须升级清算通道以支持更多币种的直接兑换，这对代理行网络和反洗钱合规体系均提出了较高要求。”

更进一步，银行面临的关键课题在于，如何将世界杯的“瞬时流量”从单纯的获客入口，沉淀为可持续运营的零售增长新动能。

“银行不能只依靠赛事短期流量完成一次性获客，要把世界杯衍生消费行为沉淀为长期场景运营基础，依托活动积累的交易数据搭建球迷客户分层标签，针对不同消费能力、不同出行需求客户匹配信贷、理财、汇兑等综合金融服务。同时，将短期赛事营销沉淀的账户与用户转化为稳定活跃零售客群，沉淀一套标准化大型体育赛事场景运营流程可复用至各类文体赛事活动，持续拉动零售业务稳定增长。”博通咨

询首席分析师王蓬博指出。

薛洪言强调：“将短期热度转化为可持续增长动能，关键在于能否驱动客户从‘一次性活动参与’向‘主账户绑定’跃迁。世界杯作为巨型流量入口，其长期价值取决于赛后的留存策略。银行通常选择在营销中设置‘钩子产品’，例如将世界杯主题信用卡与工资代发、自动还款或定投签约等高刚需功能捆绑，使客户因支付惯性而留存。更深层的转化在于利用赛事期间积累的消费行为数据，对客户进行分层画像，赛后有针对性地推送差异化的理财或信贷产品，完成精准交叉销售。”