



联影医疗走出中国高科技企业出海新路

联影医疗的海外版图，覆盖了从欧美、日本高端市场，到经济欠发达国家等几乎所有类型的市场。

□ 记者 | 黄 祺

中国高端医疗影像设备产业起步晚，基础差，海外对中国科技品牌存在根深蒂固的偏见，这是很多人都了解的客观事实。面对充满挑战的海外市场，联影医疗在制定“出海”策略时选择了“高举高打”的“打法”。

“高举高打”具体指的是：以独一无二的突破性创新产品，破冰高端市场、顶尖医疗机构，建立起行业影响力，以点带面逐步辐射其他地区。

联影集团董事长薛敏在不同场合强调：“必须全线覆盖、自主研发；必须掌握全部核心技术；必须对标

国际顶尖水准。不全线发力，不足以撼动行业固有的格局；没有自主研发，不足以打造差异化品牌。”

现在看来，无论是在欧美还是欠发达地区，“高举高打”策略都显示出其合理性和前瞻性。联影医疗走出了一条有别于传统的中国企业海外发展之路。

全面铺开世界市场

欧美跨国公司曾雄霸高端医疗影像设备市场几十年，如果倒回5年，很多人对联影医疗开拓海外市场心

上图：美国顶尖医疗机构 BAMF Health 的医生正在讨论基于 uEXPLORER 可开展的临床探索。

存疑虑。

现在，数据回应了种种质疑。近些年，联影医疗的海外业务一直保持高速增长，过去3年每年增长率都超过100%。联影医疗的海外版图，覆盖了从欧美、日本高端市场，到经济欠发达国家等几乎所有类型的市场，联影医疗用技术创新来突破由欧美老牌公司长期占据的阵地，给世界高端医疗设备市场带来一股清风。

凭借在高端医疗装备领域的自主创新和技术突破，联影医疗在全球市场进展迅猛。目前，联影医疗的创新产品入驻全球60多个国家和地区，服务全球近一万家医疗机构。

截至2023年9月底，联影医疗已有43款产品获得欧盟CE认证，其中12款产品通过了MDR认证，可销往60多个国家和地区，43款产品通过美国FDA认证，获准在美国销售，销售网络覆盖全球主要发达市场及新兴市场，全球产品矩阵进一步完善。

目前，联影医疗在美国、马来西亚、阿联酋、波兰、新加坡等地设立区域总部及研发中心；在上海、常州、武汉、美国休斯敦进行产能布局，已建立全球化的研发、生产和服务网络；拥有全球服务工程师团队已超1000人，建立海外服务中心17个，并开通7X24小时全球技术支持热线。

在经济欠发达国家，联影医疗的到来对当地医疗服务能级的提升是革命性的。

联影医疗中东非洲区业务负责人庞雁在土耳其的酒店房间里接受《新民周刊》记者的采访，他的工作要求他不停地在各个国家之间飞