

首席
招聘官
CRO.JOB1001.COM

人才招聘前瞻思维引领者

医疗卫生

穿“牛津”靴 的长桑君

韦传敏给人的感觉，比起在商海沉浮的CEO身份，更像是个满身匠气的学者。很难免地让人与公司的名称联想起来，那个可能有着相似气质的老人，神医扁鹊之师——长桑君，只是他穿了双时髦的“牛津”靴。

胡劲之的坚守与抉择 > P04

对话倍泰健康副总经理肖寒冰 > P08

互联网医疗，看上去很美



扫一扫，下载一览APP



IVD 行业营销精英主题 Offer 派

2015年8月2日下午,在深圳伞友咖啡举行了一场 IVD 营销精英 Offer 派活动。该活动由一览医械职业成长社区主办,为深圳市德夏科技发展有限公司的招聘专场。德夏科技的营销总监王爱明和行政人力经理王丽娟亲临现场,与到场的营销精英们进行面谈,并向合格候选人派发了 Offer。

Offer 派是一览推出的 O2O 招聘服务品牌,通过 HR 和用人部门负责人同时到场面谈的方式,大幅度缩短招聘上岗周期,真正实现招聘的高效化,专业化。本次受邀参与互动的 IVD 营销精英,都具备 2 年以上工作经验,并经过一览职业顾问严格审核、评估和筛选,确保符合企业的用人需求。

深圳德夏科技发展有限公司创建于 2004 年,是一家专业从事生物医学工程产品研发及营销的高科技公司。这些年公司获得高速的发展,对营销人才的需求的非常迫切。为了招募到合适的营销人才,销售总监王爱明亲临现场。事后,他对 Offer 派的高效和高性价比更是赞不绝口。

在本次 Offer 派活动中,还别出心裁地开辟了“职业规划微沙龙”环节,一览邀请专业的职业规划师为现场的营销精英们答疑解惑,厘清职业规划。还随机抽取简历,指导营销精英们的简历写作,现场气氛相当活跃。

一览医械职业成长社区旨在打造一个行业内的企业人才服务平台,通过 Offer 派活动,仅仅深圳地区就已汇聚了知名企业 38 家,专业人才 2000 多人。围绕 IVD 行业营销精英的主题 Offer 派活动也已成功举办三季,第四季 IVD 行业营销精英主题 Offer 派活动将于 8 月 16 日召开。

- ▲ IVD 行业营销精英主题 Offer 派活动工作人员合影。
- ▼ IVD 行业营销精英主题 Offer 派现场掠影。





伞友创业沙龙——健康的邀请

伞友咖啡坐落在南山区虚拟大学园产业化基地的一楼，在这个环境优美、书香浓郁的地方，每个周六都会免费举办一场名为“健康的邀请”的创业沙龙活动。沙龙内容聚焦创业、投资与生命健康产业。参与对象为创业者、投资人、科学家、企业高管、知名律师、财务专家和市场推广精英。

每次伞友创业沙龙活动的人员规模在 50 人左右。在沙龙活动中，拥有丰富实践经验的专业人士为创业者分享创业经历、创业政策、项目选择、商业模式、企业管理、商业趋势、财务法务、职场健康管理等话题，同时进行案例分析、创业诊断、经验交流等活动。自 2014 年 8 月份面世以来，伞友创业沙龙已经邀请了很多从美国、德国、日本以及台湾归国创业的华人科学家以及外籍产业专家作为主讲嘉宾。2014 年 10 月起，在此基础上，伞友咖啡还与深圳市科技开发交流中心和深圳市高层次人才联谊会（筹）联合主办“孔雀开讲”创业沙龙，主讲嘉宾皆是深圳市“孔雀计划”引进的高层次科技人才。

伞友咖啡创办人闫杰将伞友咖啡定位健康界的“YC”，它聚焦生命健康产业，为初创企业提供“一个圈子，三种资本服务”（一个圈子代表由 12 位创业导师组成的 G12 小组，三种资本指现金、知识和人脉）。伞友咖啡通过定期举办“健康的邀请”、“融资午餐会”、“咖啡豆对话”等以创业服务为主题的活动，吸引有创业梦想的人来这里聚焦、交流并促成合作，共创未来。

- ▲ 伞友创业沙龙——健康的邀请活动现场。
- ▼ 8 月 1 日下午广州越秀产业投资基金管理有限公司李善兵博士在伞友创业沙龙进行《浅谈生物医药领域的发展现状与投资》的主题分享。
- ▼ 8 月 1 日下午深圳市二医院神经内科主任医师任力杰博士在伞友创业沙龙进行《伤不起的脑血管——警惕动脉粥样硬化与中风》的主题分享。





胡劲之的坚守和抉择

访岩之澜（北京）医学科技有限公司销售总监胡劲之

从华大基因的 VP 到岩之澜的合伙人，胡劲之的 2014 年实现了巨大的跨越。在这跨越之中，有他对承诺的坚守，亦有他对未来的抉择……

文 张利明 图 CRO

还未谋面，就听闻胡劲之是一个非常能侃的人：在 7 月 25 日伞友咖啡“健康的邀请”论坛上，他像是开了场相声，包袱不断，气氛相当活跃——这也难怪，他是地道的北京人，虽然 92 年就举家迁到了深圳，但是他身上依然保留着浓郁的北京味。

05 年大学毕业后，胡劲之在北京医科院肿

瘤医院工作，结合临床病理科需求，在病因室做基因组信息分析。07 年前往瑞典 Uppsala 大学进修应用生物技术方向，09 年硕士毕业后进入瑞典卡罗琳斯卡医学院工作，从事肿瘤基因组的甲基化研究项目。11 年加盟华大基因，在海外驻派，历任欧洲和美洲两区的商业拓展和子公司运营负责人。14 年回国创业，创立岩之澜（北京）



▲ 岩之澜(北京)医学科技有限公司销售总监胡劲之和记者侃侃而谈。

医学科技有限公司，主要从事进口的耳鼻喉、全科耗材和小设备，以及临床 / 检验科产品在国内医院的推广。

和胡劲之约在后海的办公室见面，刚一落座，他就谈开了：谈岩之澜，谈医疗器械行业，也谈他的职业生涯。

因为承诺，所以离开

做了近十年的基因组，怎么在医疗器械领域创业，这个跨越好像有点大。

胡劲之：我在华大基因的子公司做到 VP。对 VP，华大基因要求落实工作地点。我当时选择落在美国，不过后来出现了一些变故，没能谈拢，于是选择了离开。选医疗器械，主要有两方面的原因，一是由于竞业条款限制，两年内暂时不能回到我擅长的基因组领域工作；二是现在国内医药销售行业相对惨淡，所以我就选择了一条中间道路，主攻医疗器械。

回国后，有不少国内从事 HR 工作的朋友跟我提过，其实不用去理睬竞业条款，但我觉得当初我是因为承诺没兑现而离开华大基因，而竞业条款是我对华大基因的一个承诺，我必须遵守。

这种跨越会不会有些不适应？

胡劲之：基因组和我个人结合得比较紧，从 05 年我就开始从事基因组的工作，一直做到 14 年，断断续续也有快十年了，易上手。当初，离开瑞典卡罗琳斯卡医学院，来到华大基因，这个转变基本没有什么裂缝。但这次，回国创业，做医疗器械，其实裂缝非常大，既有行规上的，也有人脉上的——行规很快就能了解，但是人脉需要慢慢积累。

其间也有些企业想挖我过去，我却一直都没有动心。因为我很看好这个领域，也很满意岩之澜这个团队。自己做也有自己做的乐趣，一年过去了，我感觉刚刚摸到门，还真舍不得离开。当然，更重要的是，这里也有我对投资人、对合伙人的承诺——我们自己有一个目标，要将岩之澜的运营和规模达到什么样的程度——实现了这个目标，我才会再考虑下一步。

不能做自己专长的领域，不会觉得可惜么？

胡劲之：没什么可惜的。说到“专长”，部分国内的研究人员可谓是“专而不长”。比方国

外医院的病理科主任，哪怕是到副院长级的，每天都会因为自己的课题，坚持至少看 6 张切片，但是国内高级的医务人员，一旦开始在行政上发展，还这么精研的，已经很少了。

以前，和现在，我对团队里的销售代表也会有不同的区分，比如，26 岁的销售代表，我们会强求他早八点、晚十点，但是 36 岁的销售代表，他不愿意早八点、晚十点，我们也不会说什么。因为人到了一定的年龄和阶段，只能靠自我约束。

此外，还有一点，基因这个行业发展得非常快。再过几年，我可能连“专”都谈不上。

扎根深圳，重新开始

说到销售代表，目前医疗器械这块的销售代表的形势如何？

胡劲之：现在的监管力度，对医药行业的影响非常大。其实大量优秀的医药代表陆续在流失。有一些代表创业了，也有一部分转型从事医疗器械行业和 IVD（体外诊断）行业。我去年参加深圳 CMEF 展会了解到，全国医疗器械方面的销售代表从之前 2012 年的 300 多万从业人员规模，到现今接进 800 万。这逐步新增的 400–500 万人部分就是从医药代表转过来的。此外，另一个数据有意思，全国做医疗器械的实体有 40 多万个。那么，平均每个实体应该有 20 个人左右，规模相当小——这与外企、合资的医药 / 器械大公司有很大的不同——出现这种情况，与行业细分和“大众创业”的大环境有一定的关系。

岩之澜的情况怎么样？

胡劲之：我们有四个主要负责人，两个在北京，一个在上海，再就是我，在深圳。每个人负责每个人的区域，因为大家都是在土生土长的，对当地比较熟悉。公司一共有二十多个人。

我们的招聘都是由各区域的负责人各自进行招聘。以前我是不太赞同这种形式的，比如，谷歌创始之初的 7 名员工中，有 2 名是非常专业的 HR，但是咱们面对的国情就是这样，尤其是像我们这样专注于渠道的公司，招很强人力资源背景的人进来统领并不现实，活下去（盈利）还是我们的首要目的。

目前公司内的 HR 部门就暂时由助理同事

兼任，主要做一些招聘和入职方面的流程工作。招聘决策由区域负责人来做，主要看重员工的成长性。

脚踏实地，注重实际

您怎么看待雇主品牌？

胡劲之：09年研究生毕业，我在瑞典找工作，不瞒你说，找了3个月，投了500多份简历，可以说在瑞典那个地方，再挖已经挖不出其它跟我专业对口的生命科技企业。在求职的这段时间，每天我都会认真地了解招聘企业的项目，动笔写5封自荐信。3个月到最后我拿到6个面试机会，进入其中4家的最后一轮面试，幸运地，有一家录取了我。当时我发现，拥有好的雇主品牌的企业，你的确很想去，但是大家都想去，有种趋之若鹜的感觉。那段工作、生活经历，给我挺大的感触。

对比之下，中资机构在员工的人文关怀与成长路径上，普遍和外资企业有不小的差距。后来华大基因派我到美国，在硅谷、在波士顿，当你看到一个新兴的公司异军突起，它一些好的政策福利，大家都会效仿，最后变成变相的高福利竞争，最终受益的是员工。另外，国外的企业可能在培养员工方面有单独预算。国内情况则不同，稍微偏一点，看重即战力，能干的就留，不能干的就淘汰。比如华大基因与一些机构这几年也有一些员工互换的项目，但基本上过去的员工就留在了对方那边，没有回来。

单独提一句，在国内华大基因的雇主品牌方面还是有一定的优势。但是在医疗器械销售这一领域，小企业太多了。有些企业为了节约人力成本，甚至可能5年后，企业实体都不复存在，所以雇主品牌其实暂时无从谈起。

那么我们是如何吸引人才？

胡劲之：感觉市场上能够与我们对口的人才并不多。有经验的不一定愿意从头做起，稍微有点资源的可能就自己创业去了；年轻一点的，愿意吃苦的，各方面的条件又不一定很好。所以，招聘对我们来说，真是个不小的挑战。

我们是个初创企业，单纯地提高福利待遇，从投资方的角度来讲，是很难实现的。我们更多是从回报，也就是业务的分成上给予员工一定的

补偿。作为销售型企业，我们主要考虑最终员工手里拿的收入能否达到他们心中的预期。而在社保方面，我们则采用员工自选标准的形式，给予他们足够的灵活度。

在岩之澜工作是什么样子？

胡劲之：早上8点，我们有早节目，要求用自己的手机定位，告诉我你在哪个医院——这个医院可能是你上周末计划中提到的。晚上5点到8点之间，要求打一个电话，告知这一天遇到了什么问题，还有什么工作没有完成。而我主要追问每人排在前三项的重点工作进展。如果这三项工作在两周内没有绝对的进展，要么会增派人手去协助他，要么就叫停这项工作。此外，每天10点交日报，这都是按照外企医药代表的标准执行。

以前在国外常采用Salesforce的APP进行业务机会和进展的管理，但是在国内，我们还是习惯用直接的方式：电话和日报来进行管理——刚刚进入社会的年轻人并不一定能适应这种形式，但是痛苦有时候就意味着成长。要在这个行业有所发展，真心一点、踏实一点还是很重要的。

另外在产品的选择上，我们也没有设产品经理这个岗位，而是让一线的销售代表来决定产品。因为销售代表在一线，当接触需求方时，他会评估到底能不能做下来、资金上能否承受、售前售后的服务能够到位……每个片区都是有公共产品线，总公司决定，我们同时允许每个片区一年开设一个新品种，这样自己决定，就自行消化掉——这是较为灵活的一个特点。

这样通过这样的“前端决定后端”，我们也争取为员工转型和发展提供一些空间。如果他在擅长的产品上做得好的话，就有更大的发展空间。

还有一个原研的梦

竞业限制结束后，您还会重拾基因组么？

胡劲之：如果要重拾基因组，有两个需要考量的地方。

一是我们与美国的差距到底有多大。在华大基因的时候，我就遇到过这样的问题。前沿的技术，在国内能掌握/操控的因素有限，华大基



因当初因为体量太大，能拨出来的预算有限，所以一些项目没有探索做下去。要“原研”，就需要寻找一个好的切入点和契机，追着美国的技术做。

二是能把具体的技术应用在什么领域。我个人倾向于在医院里使用。医院里病人的基数，对产品的成长非常有帮助。华大的糖筛（NIPT）的技术用了不到3年，就在国内重复性实验做到了20万份样本。在开发技术的同时，团队清楚这个技术的应用、转化的成本，以及临床的平台和关系都基本可控的时候，我会考虑重拾基因组，切入到IVD行业，或跟基因组检测相关的行业里。

您对岩之澜及您自己还有怎样的规划和期待？

胡劲之：对于岩之澜，我们的梦想是把它做成一个品牌代理商，真正和国外的产品厂商形成战略合作伙伴关系。而对于我个人，上面说到，我还有一些原研的梦想。以前在华大美国曾接触过个别的好项目，可惜都是半途而废。我个人期望，自己有实力的时候，能将国外的一些贴合医疗应用的技术，在国内做到位。■

▲ 2015年7月25日下午岩之澜(北京)医学科技有限公司销售总监胡劲之在伞友创业沙龙进行《华丽的硬伤——中小型进口医疗产品推广浅析》的主题分享。



互联网医疗，看上去很美

访深圳倍泰健康测量分析技术有限公司副总经理肖寒冰

虽然当下互联网医疗大热，但是在肖寒冰的眼里，大部分互联网医疗企业都没有找到商业模式，远没有看上去那么美……

● 张利明 ● CRO

2014 年堪称互联网元年，随着“互联网+”概念的推波助澜，互联网医疗逐渐形成一股浪潮，吸引各路诸侯抢滩登陆。2015 年初，百度推出百度医生 APP，全面进军移动医疗 O2O；阿里巴巴在收购中信 21 世纪并更名“阿里健康”之后，更是动作频频，布局大健康战略；而腾讯先后投资丁香园、挂号网，布局在线医疗 O2O，还借助微信搭建“智慧医疗”计划；就在不久前，

▲ 2015 年 7 月 25 日下午深圳市倍泰健康测量分析技术有限公司副总经理肖寒冰在伞友创业沙龙进行《看起来是肉，啃起来是骨头——移动互联网医疗之我见》的主题分享

360 也携手国药集团，搭建全新的医药电商平台……

就在互联网医疗“盛宴”开启之际，在 7 月 25 日的伞友咖啡“健康的邀请”创业论坛上，互联网医疗领域的老兵——深圳倍泰健康测量分析技术有限公司副总经理肖寒冰发出了互联网医疗“看起来是肉，啃起来是骨头”的理性声音。互联网医疗“春暖”可以定调，但“花开”为时

过早，远没有看上去那么美。

缺乏商业模式是互联网医疗面临的最大问题

可否简单介绍一下倍泰健康？

肖寒冰：深圳市倍泰健康测量分析技术有限公司是集医疗健康物联网产品研发、全程生命健康管理信息化平台建设、一站式健康管理服务、可穿戴健康产品研制、“云-管-端”一体化的国家级高新技术企业，是国内外远程医疗和智慧医疗健康服务解决方案提供商。

我们公司成立于 1994 年，早期主要做医疗器械，最近这五六年，才开始往互联网医疗方向转型。在转型的过程中，逐渐形成了云管端的运营模式和产品架构，主要集中在以下几大块：

一是智慧社区。针对社区提供一体化健康服务的解决方案。其标志性的产品就是健康亭和倍康仪多参数生理监测仪。

二是智慧健康养老。其标志性的产品是老人监护手表，搭配血压计、血糖仪、耳温枪、脂肪秤等一系列健康设备，进行老人的健康管理及突发事件的监测。

三是家庭云健康。在这一块我们主要和广电合作，以 TV 入口为基础，以多屏互动的形式为百姓提供可靠的、优质的、实惠的健康管理服务。

四是移动医疗。主要是移动可穿戴设备，包括运动手环、监护手表等单件，提供安卓和 IOS 版本。

您怎么看待当前的互联网医疗的形势？倍泰健康的情况如何？

肖寒冰：互联网医疗行业目前已经进入了一个讲故事、推高估值、再讲故事的“产业资本写作循环”，但实际上大部分企业的商业模式和盈利模式都很模糊。虽然很多公司都号称找到了商业模式，但实际上只是在不断试错——这是行业面临的最大问题。

去年有很多移动互联网公司都进入到互联网医疗领域，但是整体效果并不明显。阿里巴巴的“未来医院”项目只是利用互联网工具，将医疗服务搬到了线上，业务模式就目前来看短时期内难有重大改变。还有腾讯的“糖大夫”，实际上

只是拿一款血糖仪，做了一款 APP，它的服务要如何做？这个问题需要深入思考。刚开始听说这个东西的时候，你会觉得很新颖，但落实到具体的运营的时候，问题就出现了……

对于国内市场，我们主要走的是行业合作。我们的智慧社区已经和厦门、天津、重庆等城市签约，将健康亭配备到医院、社区、政府大楼、繁华商圈等公共区域。我们也和万科、恒大、建业等地产公司形成了一定的合作。除此之外，我们还携手深圳天威视讯和深圳天华世纪传媒，推出创新健康管理模式的“天天健康”应用。

未来我们期望转型成为一家医疗互联网公司，成为医疗和健康服务的提供商和运营商。目前我们健康服务的盈利状况初显，但还未形成规模效应，但未来我们期望不再依赖硬件来盈利，而是把它当作一种工具，通过健康服务来挣钱。当然，这还有很长一段路要走。

用互联网手段，解决医疗行业的问题

您在什么机缘下加盟倍泰健康？怎么看待倍泰健康这家企业？

肖寒冰：我是去年加盟倍泰健康，历任技术总监，副总经理，高级副总裁。在加盟倍泰健康之前，我曾在深圳新元素医疗技术开发股份有限公司，在首席科学家张黔教授的团队里担任主要技术负责人。那时候我就经常接触到医生，和他们聊得比较多。为了和他们聊得上话，私下里我喜欢看医学方面的书籍，逐渐热爱上这个行业。后来加盟倍泰健康，负责健康云平台的技术开发，就成了水到渠成的事情。

倍泰健康是一家持续盈利的公司，不过不讳言，我们公司目前的人才结构还不是十分合理。除了深圳总部外，倍泰健康在东莞塘厦镇还建设有倍泰科技园，整体有七百多名员工，研发人员约占 1/3，大部分还是生产制造人员。目前公司正努力向互联网转型，高层次人才相对缺乏。

为达成我们未来的愿景，我们还稀缺哪一类的人才？

肖寒冰：我们目前稀缺真正对医疗理解比较透彻的人才。现在互联网的人才并不缺，但是医疗人才会相对比较匮乏，尤其是能将医疗和互联网结合的，更缺。



▲ 深圳市倍泰健康测量分析技术有限公司副总经理肖寒冰与记者合影

很多在互联网公司经验丰富的人才，进入互联网医疗领域都会不适应。因为他们形成互联网思维和经验，在医疗领域并不一定行得通——他还需要掌握医疗方面的知识。就算你不是学医的，也需要了解和学习医学知识，尤其是多与医生和专家，甚至于患者进行沟通——他们有什么新的想法和需求，你需要清楚地掌握，然后通过技术语言去实现它。否则，你一味地通过互联网的手段去颠覆这个，颠覆那个，只会是空中楼阁，并不会产生任何价值。

以您的经验来看，职场人想要在互联网医疗领域获得成功，需要具备哪些能力和素质？

肖寒冰：主要是专业化。这体现在行业的专业化与职业的专业化。

首先，你要对医学、对国家现有的体制、对医院和社康的实际情况等都要很熟。也就是说，你做的东西不仅要很炫，还要能解决实际的诉求。我们是要用互联网思维解决医学的问题，而不是要用医学的思维解决互联网的问题——互联网的问题并不需要解决，现在已经有很多成熟的案例。

我们在增强用户体验的同时，是要实际解决医疗的问题。所以，你需要很主动地去挖掘一些医学的需求，然后利用互联网的手段，来实现它。这里并不反对颠覆，但是前提是切切实实为老百姓解决一些问题，让他们获得一些实际的好处。比方说现在预约挂号这一块就做得很好，因为它切实解决了挂号的难题，当然就医时也可以省掉挂号这个环节。

还有就是医疗卫生通常是全国一盘棋，不是说你想颠覆就能颠覆的，需要国家做一些上层规划。如果企业实力够大，可以协助国家去做；如果实力不够，可以在模式上做一些创新，但不能让国家感到为难。

此外，你还需要实时了解国外的情况，将国外一些先进的东西在国内进行融合和改造。

在职业方面，你要做到职业操守和职业道德的专业化。要对这个行业有期望，能看到一些美好的东西。

非常感谢您接受我们的采访！谢谢！

穿“牛津”靴的长桑君

访深圳长桑技术有限公司 CEO 韦传敏

韦传敏给人的感觉，比起在商海沉浮的 CEO 身份，更像是个满身匠气的学者。很难免的让人与公司的名称联想起来，那个可能有着相似气质的老人，神医扁鹊之师——长桑君，只是他穿了双时髦的“牛津”靴。

文 沈 劼 图 CRO

韦传敏，毕业于北京大学，曾在华为工作 17 年，担任企业战略部部长等职。2014 年，自主成立深圳长桑技术有限公司，致力于通过穿戴设备和服务构建个人数据模型和健康管理。

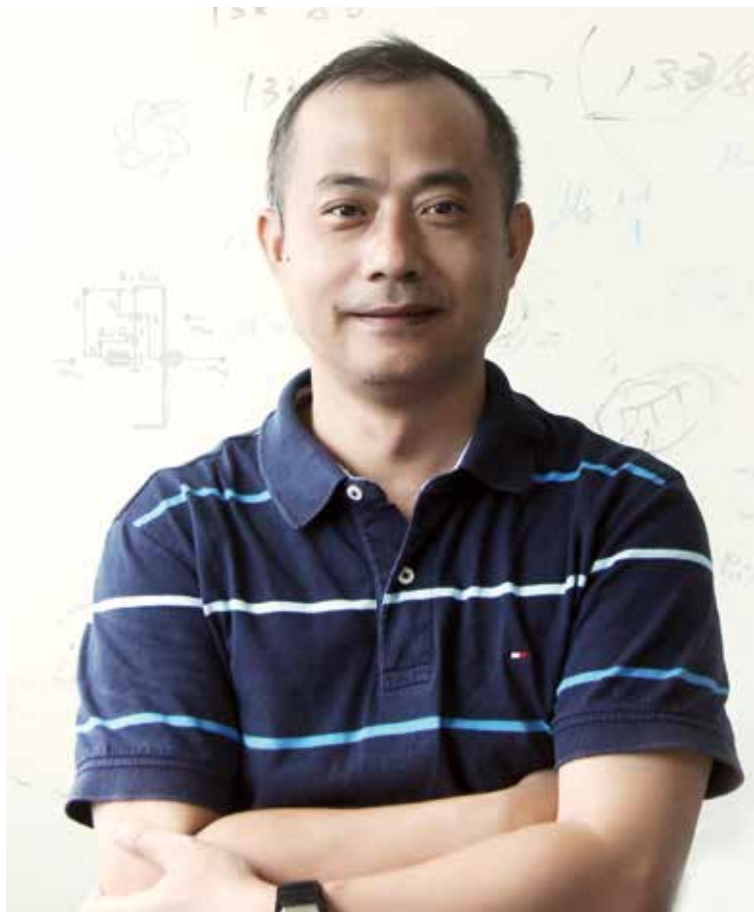
去伞友俱乐部，听韦传敏做分享，标题是《穿戴设备之人体体征参数连续测量的实现》。邀请页面上关于他的介绍很简单，就一句话，比起动辄一堆名头的嘉宾，略显单薄。但这似乎并没影响诸多“伞友”的热情，因为他分享的课题，内容很“干”，每次翻动演讲 PPT 的时候，必定有一群人拿出手机，起身拍照。这场面就很有些大牌的意味了。

一场分享讲完，从行业运营模块，讲到参数测量算法，再从严肃科学讲到临床医学，潇洒写意。只是在最后的结束语上，腼腆地卖了个关于自己的小广告。韦传敏给人的感觉，比起在商海沉浮的 CEO 身份，更像是个满身匠气的学者。很难免的让人与公司的名称联想起来，那个可能有着相似气质的老人，神医扁鹊之师——长桑君，只是他穿了双时髦的“牛津”靴。

从“华为”出来创业“长桑”，是为了走在世界的前面

跟老韦聊天，开场话题不可免俗地扯到了“华为”身上。面对这个俗套的问题，和自己奉献了 17 年青春的老东家，韦传敏明显已经被问过多次，表现已经很淡定。

华为战略发展部部长，一般人看来这得多大官了。这顶帽子他一口气戴了 10 来年，2014



▲ 深圳长桑技术有限公司 CEO 韦传敏

年才自己摘下来，成立了如今的“长桑技术股份有限公司”，难免有人想问问为什么？

“毕竟在华为那么多年，这个品牌的基因已经深入骨髓。因为工作的关系，对世界经济发展形式也一直在关注。内燃机的问世，推动了以汽车工业为龙头的经济飞跃，持续了整整 50 年。



▲ 2015年7月11日下午深圳长桑技术有限公司 CEO 韦传敏在伞友创业沙龙进行《穿戴设备之人体体征参数连续测量的实现》的主题分享。

随后信息技术领域的突破，造就了一直火到现在的互联网时代。几乎每个真正的技术创新，都会开启一轮全新的经济浪潮。”

“下一个未来在哪儿？现在全球有 52 亿台手机，中国又是全球规模最大的市场。在这个领域，P2P 几乎已经被做到了极限，下一步，我觉得就该是人机‘对话’了。开启下一个‘时代’的行业，很有可能就是智能可穿戴设备。之前的没赶上，这一趟我不想错过。毕竟有些机会，遇到上就要抢占先机，扭扭捏捏就错过了。”

记者觉得这些都是实在话，13 跟 14 年是培育期，大家都在摸索。

现在行业已经初见雏形。数据显示，回顾 2014 年，国内仅移动医疗项目全年共投资超 80 余起，是过去 5 年案例数总和的近 3 倍，总融资额亦是近 7 亿美金，可谓是一个井喷之年。

据相关机构预测，到 2017 年底，中国移动智能可穿戴设备市场规模将达到 125.3 亿元，尽管医疗领域一贯相对保守，与互联网的融合速度远不及其他行业，但在巨大的市场刚需及政策利好的形势下，2015 年的中国移动医疗市场将

迎来群雄并起的时代。

致力学术突破，拓展商业边际

谈及长桑创业的经历，韦传敏只是笑，很真切的自嘲：“首先是‘后悔’，现在再选一次的话，多半没当初的勇气了。差一年就可以退休的时候，跑来自立门户，聊发少年狂，肯定很累。尤其是现在的状况，这一行的公司都很难过，是行业大势。但公司从创业到现在，不到半年，靠着几万美金的研发费用，就拥有了 4 项智能穿戴设备领域的国际专利，也还算对得起当初的选择。”

“智能穿戴设备的技术大背景是血压测量的算法，目前市场有不少产品动辄以大数据采集说事，但这是不严谨的。测试场景的转换，导致了原有算法肯定会出现偏差，这样采集来的数据是有问题的，在这个基础上谈大数据显得就没什么意义。毕竟医学是严肃的，需要大量临床测试来求证。”

未来可穿戴设备的市场规模摆在哪里，多



▲ 参与创业沙龙的伞友在伞友咖啡门外合影，左六为韦传敏。

家机构的预测，全球市场链接的经济规模将超过1000 亿元。这千亿弱水，取哪一瓢来饮，也就成了学问。对此韦传敏和长桑也有自己的考量。

“目前整个智能穿戴设备的市场格局，还是受了学术理论的限制。毕竟智能产品的突破，基础还是在与学术的领域突破。从学术到产品是一个过程。做研发的不能给消费者画饼，忽悠一些技术水平仍然处于探索阶段的玩法。长桑科技未来的一个重头，还是定位于，对人体生物信息的捕获，和血压测量的算法突破上。不敢说颠覆二字，但致力于研发改变目前基于克氏算法的技术，一直都是我们的目标。从家用辅助设备出发，未来根据技术发展，逐步展望到医疗领域，这样的大健康产品整合，才是长桑科技的蓝图。但眼下要做的，还是把现有技术融入到日常应用中，服务大众。”

高复合性的技术型人才，是行业发展的驱动力

聊到行业未来的发展，老韦显得很兴奋。

在他眼里，满是对未来的憧憬和期待。但可以更多感受到的是他对生命科学的敬畏，或许正是因为这种态度，造就了他本人于长桑科技，在学术领域的执着。

“毕竟可以靠工作量解决的问题，根本算不上问题。但一个动力传感器不可能解决生物学的问题，对生命科学不敬畏，就可以理解为对产品的不负责。这个行业需要更多的高级人才来推动。”

在智能可穿戴设备的领域，包含了生物学，信息技术，医学等多个学科的专业知识技能，一般的专业协作确实很难达到无缝的工作衔接。这也对从业人员提出了高复合性的职业需求。这种大面积跨越专业和学术领域的实战模式，所磨砺出来的也必定是最顶级精英人才。

“按目前的发展水平，2017 年底，学术界在器件计算能力将会有重大的突破，届时整个行业将迎来一次变革，谁准备得更充分，就能站在前面领跑，这取决于自身的努力，希望国内的一流人才们，能严格要求自己，抓住时代的机遇。”



用项目管理方式管理招聘流程

你还在为招不到人忧心忡忡？或在抱怨用人部门不配合？……尝试用项目管理方式来管理你的招聘流程，或许一切都会迎刃而解。

✎ 丁录雷 📎 CRO

这些天，听到不少招聘官抱怨，现在招聘太难了：要么是招聘广告发布出去，收不到合适的简历；要么是辛辛苦苦约了候选人，但是他们却爽约；要么是人才过来面试了，面试官那边又出

了问题……总之，虽然每天忙忙碌碌的，但是收获却寥寥。看着时间一天天过去，空缺的岗位还在空缺着，各种心焦。

当然，我也认识一些成功的招聘官，他们每

年动辄招聘上千人，却能应对自如。其主要原因在于，他们擅长将复杂的事情简单化。感觉事情都是迫在眉睫，但又千头万绪，但成功的招聘官总能让它变得井井有条，从中找到最需优先解决的问题。

招聘的常规流程

通常来说，人才招聘流程可以拆分为以下四个方面：

◎ **理解需求：**招聘首先需要获得用人部门经理的支持，了解到他们对候选人的要求。这也是一种能力，是任何招聘官获得成功的基础。

◎ **采购人才：**了解到需求后，招聘官在脑海里基本能描绘出候选人的概貌了。接下来，就需要在合适的地方找到他/她。如果你不在合适的地方去寻找，你可能需要花费很长时间，才能填补空缺。如果在这一领域没有付出足够的努力，一方面，你的候选人渠道会相当狭窄，找不到太多的简历；另外一方面，你的工作也会让用人部门感到失望。

◎ **筛选人才：**找到匹配需求的候选人之后，你需要合理地向用人部门经理或面试官销售他/她。相信很多招聘官都遇到过这样的情况，本来你提供了一个很强的、有能力的候选人，但是却没有赢得用人部门或面试官的认可。问起原因，得到的回复往往偏主观，比方说“我想看看更多的人”等等——这种情况是你需要避免的。

◎ **销售工作：**很多新员工入职后，没呆几天，就离开了。这对招聘结果的影响是巨大的伤害。如果你期望这种情况尽可能少出现，则需要在招聘流程中有效地销售你们公司。我说的这种销售不是“二手车销售”（有时候避重就轻、夸大其辞），而是顾问式销售。你需要清晰了解候选人的相关优势以及他们改变工作的动机。通过空缺职位，向他们呈现公司、文化及位置，让他们意识到这份工作能发挥他们的优势，又能匹配/满足他们的主观因素。

用项目管理化繁为简

招聘官要想让招聘工作更加顺利，有时候需要运用一些科学的办法来优化一下招聘流程。譬

如说项目管理。你有没有觉得人才招聘也算作是一个项目？

我们先看看百度百科上对项目和项目管理的解释。

“项目是在限定的资源及限定的时间内需完成的一次性任务。具体可以是一项工程、服务、研究课题及活动等。”

“项目管理指在项目活动中运用专门的知识、技能、工具和方法，使项目能够在有限资源限定条件下，实现或超过设定的需求和期望的过程。”

确实，招聘也相当于一个项目。当招聘像项目一样执行时，就会产生有效的招聘。

管理招聘流程，可以分为相同的五步进行项目。

◎ **项目启动：**招聘官和用人部门经理召开启动会议，对项目交付成果、工期、预期成本等进行描述。

◎ **项目规划：**描述采购战略，定义里程碑、确定面试团队（选择那些清楚自己正在做什么的面试官）以及他们各自关注的领域。另外，还需要定义客观标准，明确哪种申请条件是合乎要求的。

◎ **项目执行：**这是最能让招聘官们一展所长的地方。

◎ **监测与控制：**比方说两周后，你是否清楚你的采购战略有多有效？你还需要调整什么来支持你的结果？

◎ **项目完成：**确信候选人对你所提供的 Offer 说“Yes”。

之前说到的那些问题，大多是因为没有清晰的招聘战略，或用人部门经理没有客观的标准评估候选人，或者是一些很简单的招聘职能（如联系候选人、使用员工推荐、理解候选人职业目标和动机等）没有被很好地执行。

如果你想改善这种状况，那就得化繁为简。首先拥有一个有效的采购战略；其次，把招聘流程像项目一样执行，尤其要确定你的利益共同体是否知道他们在做什么以及是否有客观标准评估你所提供的人才；最后，你要懂得如何去销售——无论是候选人还是你所提供的职位。只要你做好了这些，相信你就能收获你所期望的成功！

伞友公约

我们在伞友咖啡相聚，以书会友，益友达志，合作实现创业梦想。我们相互之间称伞友，伞友在一起读书、交友、创富、乐活。

读书：行动学习，学以致用；
交友：每月一见，互相帮助；
创富：关注创业，合伙制胜；
乐活：有信有爱，健康同行。

欢迎您来伞友咖啡
这里汇聚创业人脉
这里碰撞智慧火花
环境优美，氛围引人

读书交友，洽谈商务
沙龙活动，公司会议
圈子交流，团体聚会
餐饮配套，让您满意

伞友咖啡在哪里？

百度地图搜索“伞友咖啡创业服务平台”；
蛇口线科技园地铁站D出口，粤兴三道虚拟大学综合楼一楼。

微信订阅号：



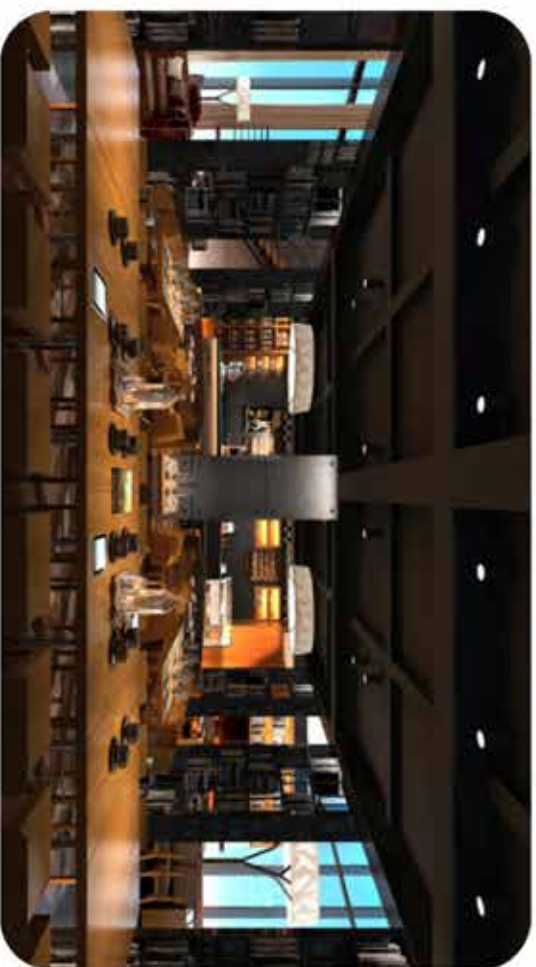
官方微博：伞友咖啡

☎0755-86728511
订座电话

营业时间：9:00-21:30



伞：为创业者挡风遮雨，一路呵护！
三片叶子：慈善平台为创业企业提供资金、知识和人脉三种创业资本。
UMBRELLA：代表一揽子服务。



伞友咖啡创业服务平台简介

伞友咖啡是深圳第一家聚焦生命健康、为初创企业提供天使投资和创业导师服务的创业服务平台（创业咖啡馆）。

伞友咖啡营造了一个类似星巴克那样飘香怡人的咖啡馆环境，通过定期举办“健康的邀请”、“融资午餐会”、“咖啡豆对话”等创业主题活动，吸引天使投资人、创业者、律师、会计师及创业服务人员来这里聚集、交流并促成合作，共创未来。

伞友咖啡平台发起并组织创业书友会，倡导“读书、交友、创富、乐活”的价值理念，汇聚伞友智慧，群策群力，推动初创企业做强做大。