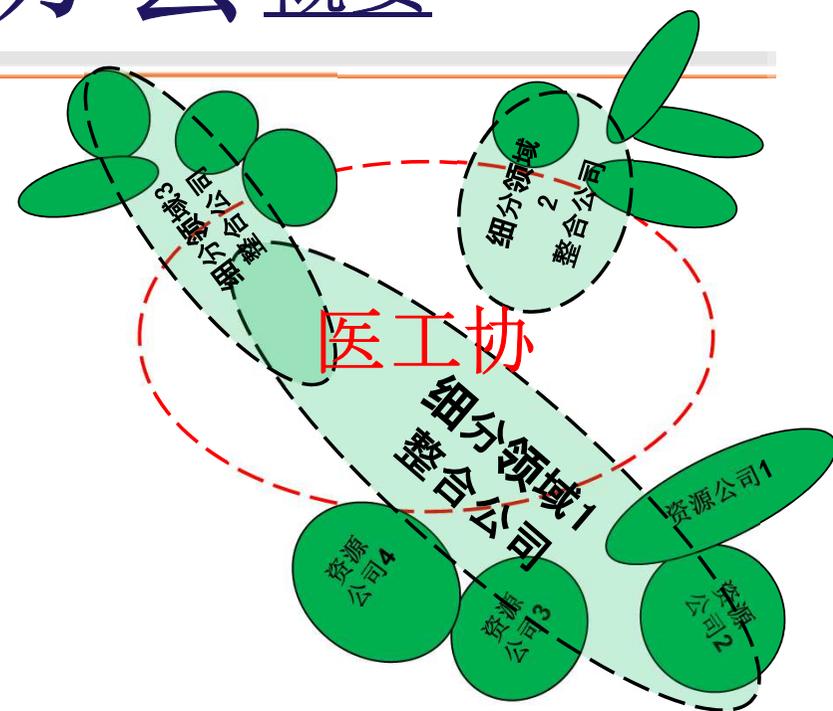


(一般社団法人)医工协会概要

◆ **宗旨** 医/工（融合）领域，以“日中之间的技术/产品/市场互补”为宗旨，协会的理念用孵催化中心/产业整合研究院/细分行业整合龙头公司等商业性实体去实现为目标！

◆ **目标** 在日常业务中把同一（技术性or业务性）细分领域业务相关的人都“关联”起来的交流/活动平台，和以逐步形成细分行业整合龙头公司等商业性实体为目的的业务/产业化平台！

◆ **下设专业分会** 访日医疗，养老和看护，医疗影像，远程医疗/医疗IT，病理检验检测，口腔骨科整形，3D打印/精密制造，无人机/机器人，光/电/控制/核心部件，工业检测/测量等



◆ 一般社団法人医工协会

代表理事（会长）：門 洪涛

東京都港区浜松町1-1-10

www.med-ind-assoc.net

访日游学-欢迎行业精英，政府/投融资人员 来日考察/交流

按照日本医疗类展会的日程，计划组织国内的行业人士到日本的活动如下

- 参观日本的行业展会
- 参观日本医院，包括护理/康复专业科室/医院
- 参观日本养老设施
- 到日本的专业医疗机构精密体检和精密治疗
- 和医工协会在日华人专家和日本专家的座谈会
- 参观日本相关公司或工厂
- 和地方政府/人才机构等合作在日本举办创业大赛
业公司在日本寻找技术或产品/人才
- 富士山温泉/东京都内等观光和购物



(日程/内容可根据同行人员的需求调整。工业行业的细分市场展会更多，也可以根据需求安排)

养老介护-日本国家资格培训，技能实习生，来日养老设施/行业展会参观

◆ 日本国家资格/初任者等培训

招生
医工协/日本介护职员初任者研修讲座（中日文双语）
一、学习内容

東介初学
修了証明書
修了者氏名
生年月日
介護保険法施行令（平成10年政令第412号）第3条第1項第2号に掲げる研修の介護職員初任者研修課程を修了したことを証明する。
平成30年5月5日
一般社団法人医工協会
代表理事 門 洪涛（代表者印）

是东的
指定机构
后颁发
认定书
日本
国家
资格
有效
医工协
是东的
指定机构
后颁发
认定书
日本
国家
资格
有效

◆ 参观日本养老设施，护理/康复医院，和日本的行业人士互动/交流！



◆ 派在日华人或日本人资深讲师到国内培训/讲学

◆ 技能实习生，卫校/介护学校之间的日中校际交流

医工协拥有大批常年活跃在日本医疗/养老/器材等行业第一线的高端博士人才和现场实操在日华人人才。通过这些在日华人把日本的各种行业资源融入国内同行业的业务中去是医工协的宗旨和方向！
医工协拥有丰富的日本医工资源，有资源和想法的期待在本地或日本合作

访日医疗-精密体检,癌症治疗,美容,妇产



大阪

北海道

名古屋

东京

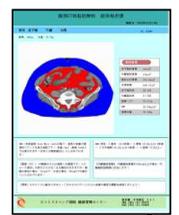
精密健康检查

- 癌/综合/脑/心脏/三大疾病
- PET/CT癌检查
- 女性/乳腺特定检查
- 基因癌症风险检查

癌症治疗

重离子放疗等

干细胞治疗
美容, 妇产



- 远程日本专家会诊给出Second Opinion
- 来日本直接去日本各大医院治疗

- 医工协和日本各大医院直接签约。
- 医工协有许多各大医院负责中国客人的跨境医疗负责人, 医生或医务人员遍及日本各地!

北京



上海



南京



深圳



武汉



医工協

www.mi

医疗器械等的日本注册 专注在“医工融合”领域的跨国平台

医工协为中国企业提供开拓日本市场所需要的日本医疗注册的服务如下

- 中国企业自主销售:医工协提供日本医疗注册服务
- 寻找日本代销公司销售:医工协提供业务中介和医疗注册服务
- 医工协/bitstrong自己代销

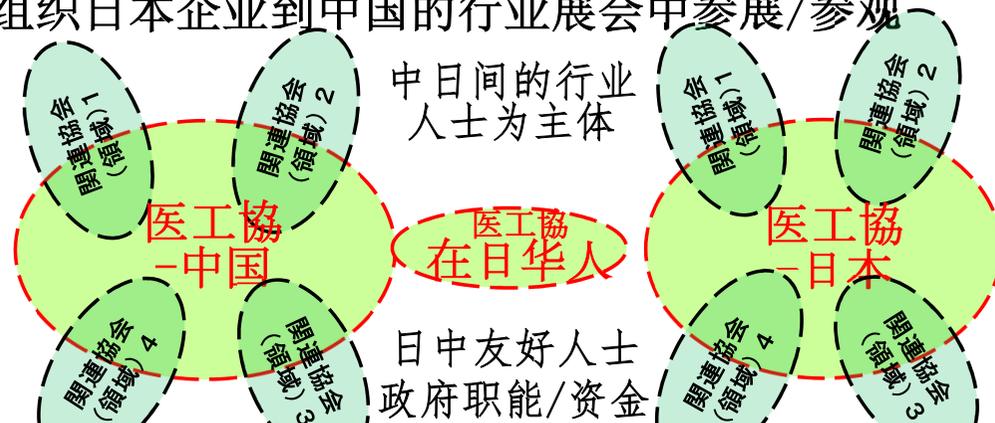


日本和中国行业协会/之间的
“产业/学术实施/操作平台”

- 语言相通/交流顺畅/互访多才有力
- 习惯/做法/组织架构的不同/变化也能想办法实现
- “一起努力设法”活用好行业里的中日友好人士”

医工協

日本/中国的行业展会中组织“医工展区”
组织中国企业到日本的行业展会中参展/参观
组织日本企业到中国的行业展会中参展/参观



在日本组织创业大赛/地方政府推介会/行业精英访日 座谈会，组织日本项目/人才团在中国各地“推介”



日本老匠人/专业中小公司 和中国企业年轻团队的结合

一般社団法人医工協会 (日本)

www.med-ind-assoc.net/

bitstrong影像视觉集团 (日本, 中国)

www.bitstrong.com/

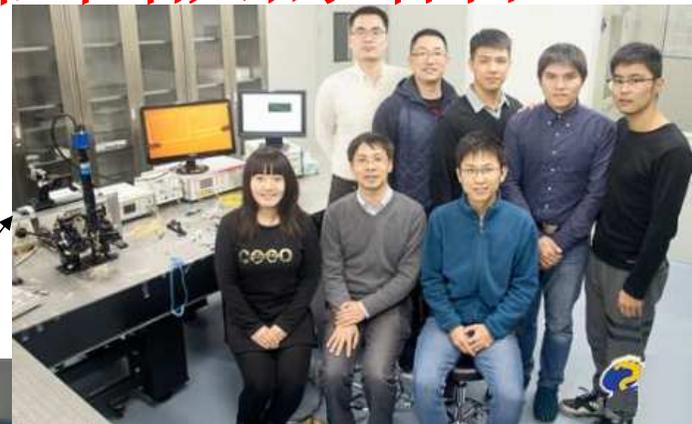
医工協会
产业研究院/孵化器



门洪涛

微信: 15358835815 或 HongtoMen

e-mail: admin@med-ind-assoc.net



日本中小企业的核心技术/产品和 和中国企业的产品结合

一般社团法人医工协会(日本)

www.med-ind-assoc.net/

bitstrong影像视觉集团(日本, 中国)

www.bitstrong.com/

医工协会
产业研究院/孵化器



门洪涛

微信: 15358835815 或 HongtoMen

e-mail: admin@med-ind-assoc.net



超微細
超精密
加工技術

Network: 医工协/在日华人, 医工协/日本, 医工协/中国

在日华人会员近2000多名, 70%以上的会员拥有“医”或“工”博士学位, 并作为专家活跃在日本的各个细分领域里。“医工协-在日华人”已经成为在各细分行业里可以把“日本的行业和国内的行业”也关联起来的在日华人交流/活动平台



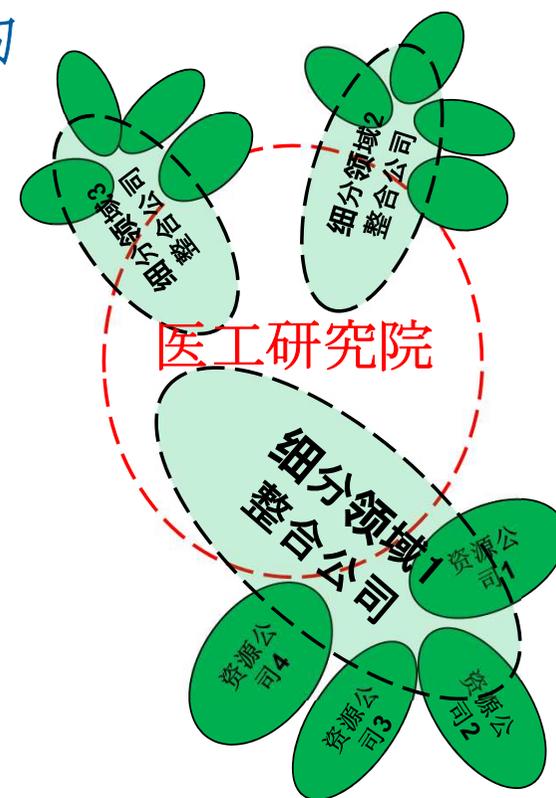
和“把日本的技术/产品/人才等资源整合到自己公司的产品/服务中去”需求相对应的**3种商业模式**

◆根据市场定位，正在筹划/促成以下3种不同类型的**实体公司**

- 宏观整合研究院/孵（催）化器
 - 广泛的对应国内公司的“日本资源”需求
- 细分领域整合龙头公司（一个或少数个）
 - 对应国内行业公司的需求，目标…该领域的整合/牵引/龙头公司
- 核心技术专业/资源公司的孵化/催化/业务集团化
 - 活用政府政策孵化/商业性培育

◆国内顾客对日本资源的需求和市场现状

- “不确实/吃亏”的太多等原因，不致理/不积极国内公司的商业习惯适用于购买“成品”/无意图做前期投入。需要前期投入的就画饼“有顾客/市场大，肯定赚钱”
- 周边在日人员有的/专业的，眼前的国内顾客不需要-需求不匹配。谁？为眼前的国内顾客找日本资源的动力是什么？



宏观整合实体1

实体模型2—细分领域整合龙头公司/ 病理/检验检测/Bio影像领域的例子

◆几家拥有核心技术/产品的公司/个人构成技术/产品型股东或合作伙伴

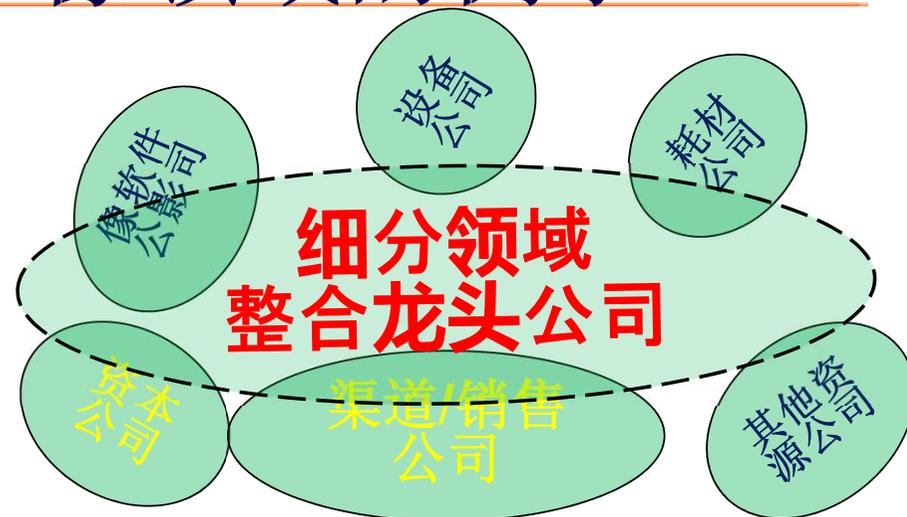
- 影像软件:bitstrong
- 设备和耗材公司在商谈中
- 从小（现有产品）的“可销售状态/实际销售”作起。以“配套”为原则运作，业绩/规模做到一定程度后以引进行业渠道公司/资本为方向

◆阶段性彻底明确运营目标

- 中长期面向医院的检验科/病理科的医生团队等，以逐步整合出所需要的整套影像类“基础产品（白带/尿沉渣/粪便等镜检）”+各种“差异化产品（云诊断/大数据等）”为目标
- 基础产品:日常业务中锁定配套对象，明确要整合出的产品，整合研发/销售/服务
- 差异化产品:锁定有意愿一起产学研的医疗机构等，申请项目等强化产学研/附加价值产品储备

◆经营方针:有能力给所有资源公司连续不断的提供销路

- 这是整合成功的最大保证，为此从开始就逐步培养“配套等”的销售能力
- 演示室/案例医院演示/云/电商/应用案例等，做好所有可能的“可见化”来提高营销效率

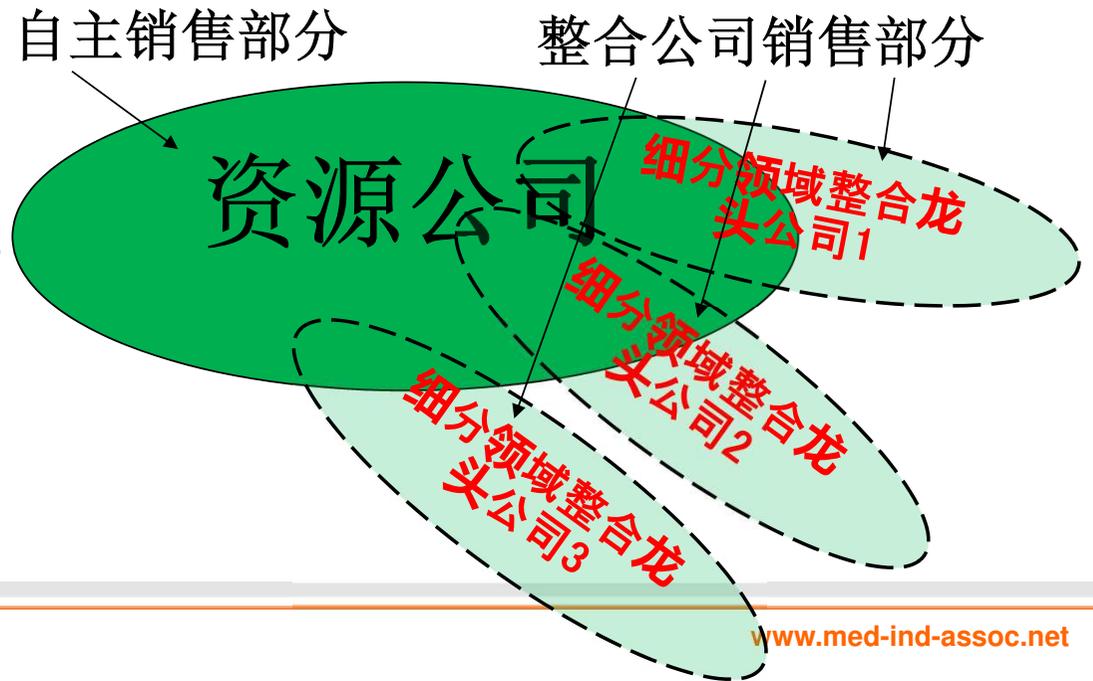


技术性^{细分领域} vs 业务性^{细分领域} 资源公司的共赢机制

实体模型3—病理/检验检测/Bio影像领域的例子

以以下思路为原则实现产业生态链

- 软件/设备/耗材等技术型细分领域资源公司在固定地点/专注于技术研发/提高性价比才效率最高。业务型细分领域里的整合公司彻底缩短研发制造投入，专注于整合开发，销售/渠道/服务等业务开拓，彻底把经营资源集中于作出质量和品牌
- 软件/机构/耗材等技术型细分领域资源公司多是跨多个业务型细分领域的。其在“病理/检验检测/Bio”领域的业务应全盘交给型该业务型细分领域里的整合公司思路设立“合作模型”
- 从开始就以有价值的服务占股/逐步增股/参与孵化的同时，根据情况可设“销售权的归属标准”（比如整合公司的销售比率超过50%后销售权移交整合公司等）



非独自做模式/愿意以合作为前提参与业务整合的 感兴趣的行业公司或行业人士，期望一起来做的事情

(产品/技术型) 公司或个人， 期望一起来做的事情

- ◆一般性的做法，那一直会和到现在为止的一样
 - 中国那么大/销售服务不容易，厂家那么多/竞争那么厉害，可能性/风险/资金/人员等那么不确定
 - 把相关的/医工协其他会员公司的产品/技术“关联起来”/大力整合，引入第三方资金，在全国布网销售/服务……大做，没有可能吗？
- ◆一起具体行动，整合出“系统产品/成套产品”
 - 在此基础上
 - 活用其他医工协（产品/技术型）会员的销售渠道，扩大销售/实绩
 - 活用其他医工协（销售/服务型）会员在特定地区和行业的渠道，扩大销售/做好服务
 - 有时间的出力一起整合，没时间的也可出钱雇人整合

(销售/经营型) 公司或个人， 期望一起来做的事情

- ◆一般性的做法，那一直会和到现在为止的一样
 - 中国那么大/销售服务不容易，厂家那么多/竞争那么厉害，可能性/风险/资金/人员等那么不确定
- ◆销售为王/只要有销售力，巧做即可形成好的产品/产品链
 - “从小做起”，有意识/有意图地销售医工协会员的现有产品
 - 活用医工协“把相关的产品/技术“关联起来”/大力整合”的理念，促进/逐步形成自己需要的“好产品”和“好的产品链”
 - 一起探讨商业模式/同时利用好日本资源/引入第三方资金，在全国布网销售/服务，大做！

和自己的业务直接相关前提下的 各方力量都可参与的合作方法

- 以细分领域为单位，期望“唱戏的，搭舞台的，组织/运作的，器材/周边服务的”都来参与合作
- 期望感兴趣的有识之士，一起对现有的商业生态做一个“商业模式上的创新”！

◆期待合作的“政府/金融”等宏观机构

- 有意愿“更进一步深入参与”整合研发/孵（催）化的，政府部门
- 有意愿“更进一步深入参与”整合研发/孵（催）化的，行业实体公司或第三方社会资本
- 有意愿“更进一步深入参与”整合研发/孵（催）化的，专业做成果转化的机构

◆细分领域中的“龙头企业”期待合作来牵引整合

- 在细分领域有意愿/也有能力起龙头作用/能牵引整合的，龙头企业

◆细分领域中的“光/机/电—医/工等”资源公司期待合作来支撑整合

- 市场巨大，时机很好，但是产品定型难/实力不足/管理难等原因而很难赚钱
- 专注于自己特长的产品和技术上“最有效”。不特长的（包括销售/服务）交给“整合链”上其他公司

整合研究院/孵（催）化器 也是自然了解/挖掘好项目的孵化平台

◆ “好项目”的标准及其挖掘/培育的必要性

- 理论上好项目大部分企业都愿意投入。但是事实上，不做太多深入等就能认为是显然的“好项目”的，在更早的阶段就被别的投资机构等拿走了。更多的“好项目”还需要耐心的深入理解/研究，挖掘甚至培育。
- 所有人认为是好项目的大部分投资人不一定认可。其中既有确实不是好项目的项目，也有后来事实证明为好项目的但由于当时人员的知识/经验的不足而误判等原因而失去机会的项目。
- “整合研究院/孵（催）化器”可以提供这样一个这样的“深入理解/研究，挖掘甚至培育”好项目的平台和机制。借助有意愿做“细分领域整合龙头公司”在行业里的专业性资源，通过一些应用整合研发和市场试探性开拓等具体业务来持续性花时间/自然的了解/挖掘好项目

◆ “整合研究院/孵（催）化器”的作用

- 如果研究院/孵（催）化器能“借助有意愿做“细分领域整合龙头公司”在行业里的专业性资源，通过一些应用整合研发和市场试探性开拓等具体业务”做好，那效益上也将是杠杆效应
- 国内有市场/有资本，在日华人有技术有愿望，探讨以市场为导向的多赢合作模式的新机制，实现强强联合，用华人间合作概念，突破对日合作意识禁锢，可实现资源最大化

联系方式如下，欢迎垂询

◆ 门洪涛

微信: 15358835815 QQ : 1685301850

手机: 15358835815 (国内) 090-6102-1189 (日本)

e-mail: menh1@bitstrong.com; admin@med-ind-assoc.net

◆ 比特速浪影像视觉集团 (日本, 中国) 董事长

www.bitstrong.com

◆ 医工协会 (一般社团法人, 日本) 会长/创始人

www.med-ind-assoc.net/

