

FOSUN TIMES

复星人

准印证号: (B) 0276

总第 446 期 本期 24 版
2025 年 08 月 31 日出版

P02 复星国际 2025 中期业绩

P07 下属公司 2025 中期业绩

P18 舍得自在新品上市发布

P20 AI

P22 泰国豫园灯会

P23 ESG



扫码收阅手机版

聚识聚力 跃新致远

复星国际2025中期业绩

总收入达人民币872.8亿元

产业运营利润达人民币31.5亿元

四大核心子公司收入占总收入的73%

海外收入占总收入的53%



复星国际 2025 中期业绩： 上半年收入 872.8 亿元，产业运营利润 31.5 亿元

◎文|杜宇

2025上半年业绩摘要：

- 总收入达人民币872.8亿元，产业运营利润达人民币31.5亿元，归母净利润达人民币6.6亿元；
- 持续聚焦主业，四大核心子公司总收入达人民币636.1亿元，占集团总收入的比重达73%；
- 科创投入达人民币36亿元，全球创新体系持续发力，涌现出一批具有全球竞争力的创新成果；
- 创新药迎来爆发期，处于全球II期临床阶段的PD-L1靶向ADC（抗体偶联药）HLX43展现出显著竞争力，有潜力成为“广谱抗癌药”；
- 全球化深度运营能力持续提升，海外收入达人民币466.7亿元，占总收入的53%；
- 全面拥抱AI，医药健康、文旅消费、金融服务等核心业务深入布局新增长点。

2025年上半年，复星积极把握宏观趋势，坚持战略聚焦，依托出色的创新和全球化核心能力，驱动业务稳健发展。长期坚持的创新投入，实现多点破局，创新药迎来爆发期。全球化能力加速兑现，海外收入占比持续提升，新兴市场开拓稳步推进。全面拥抱AI应用，赋能业务加速创新与效率提升，前瞻布局新增长点。与此同时，“瘦身健体、有进有退”战略成效显著，资产结构持续优化，财务保持稳健。报告期内，集团总收入达人民币872.8亿元，产业运营利润达人民币31.5亿元，归母净利润达人民币6.6亿元。

四大核心子公司——复星医药、豫园股份、复星葡萄牙保险、复星旅文，上半年总收入达人民币636.1亿元，占集团总收入的比重达到73%。复星医药上半年归母净利润达人民币17.0亿元，同比增长38.96%。豫园股份核心业务筑底回升，上半年珠宝时尚板块营收人民币129亿元，其中二季度营收人民币76亿元，环比大幅增长。复星葡萄牙保险本土及国际业务稳步增长，净利润达到欧元1.33亿元，同比增长27.6%。复星旅文全球运营能力持续提升，收入达人民币95.3亿元，创历史新高，经调整净利润同比增长42.0%。

与此同时，复星不断优化资产组合，财务状况保持稳健，现金储备充裕。截至报告期末，总债务占总资本比率为53%，负债比率保持健康。2025年5月，国际评级机构标普充分肯定复星信用指标，确认评级展望为“稳定”。上半年，集团健康业务板块港股上市公司市值表现亮眼，带动底层资产价值重估。

复星国际董事长郭广昌表示：“上半年，我们的聚焦主业战略得到坚定执行，医药健康、文旅消费、金融保险等核心主业稳健发展，尤其是在创新药领域实现了多项数一数二的突破，不仅获得市场的认可，更将惠及全球更多患者。与此同时，我们的全球运营能力持续提升，越来越多具备竞争优势的好产品、好服务加速拓展全球市场，服务更多家庭客户。”

FOSUN 复星

复星国际2025中期业绩

总收入	产业运营利润	归母净利润
872.8 亿元	31.5 亿元	6.6 亿元

全球化夯实发展底盘，科创驱动长期增长

海外收入	海外收入占比过半	科创投入
466.7 亿元	达 53%	36 亿元

深耕核心产业，资产结构持续优化

四大核心子公司总收入	占集团总收入
636.1 亿元	73%

· 复星医药上半年归母净利润达到**17.0亿元**，同比增长**38.96%**。

· 豫园股份核心业务筑底回升，珠宝时尚板块上半年总营收**129亿元**，其中二季度**76亿元**，环比**大幅增长**。

· 复星旅文上半年收入达人民币**95.3亿元**，创**历史新高**。

· 复星葡萄牙保险上半年净利润达到**欧元1.33亿元**，同比增长**27.6%**。



创新药迎来爆发期 多项创新成果打造“中国第一”“全球首个”

创新是复星长期积累并始终坚持的核心能力。报告期内，复星科创投入达到人民币36亿元，“自主研发+投资孵化+生态合作”三位一体的全球创新体系持续发力，涌现出一批具有全球竞争力的创新成果。

治疗药物方面，复星医药自主研发及许可引进的4个创新药品共5项适应症于境内外获批上市、4个创新药品申报上市。其中，复星医药自主研发的I类新药-复迈宁（芦沃美替尼片）在中国境内获批上市，填补了罕见病肿瘤领域的治疗空白。2025年8月，复星医药在研小分子口服DPP-1抑制剂授权出海，潜在总额达美元6.45亿元。

复宏汉霖的HLX43是一款处于全球II

期临床阶段的PD-L1靶向ADC（抗体偶联药），目前正在中美日澳等国家开展非小细胞肺癌、胰腺癌等实体瘤的临床研究，该产品在药物安全性、药物疗效以及研发进展上展现出显著的竞争力，有潜力成为“广谱抗癌药”。即将于2025年9月召开的世界肺癌大会，复宏汉霖包括HLX43在内的创新产品共10项前沿研究成功入选。此外，创新型抗HER2单抗HLX22获得欧盟委员会授予的孤儿药资格认定，用于胃癌治疗，标志着其成为全球首款同时获得欧盟和美国孤儿药资格认定的胃癌抗HER2靶向疗法。复宏汉霖不断拓展与优化在肿瘤、自免等疾病领域的创新布局，基于差异化的创新研发策略，积极打造更多具有同类最优和同类首创潜力的爆款分子。

此外，医疗器械与医学诊断领域也有突

破性进展。达芬奇SP单孔手术系统依托海南“特许医疗器械”许可，在多个专科完成真实世界研究报告，助力加快正式注册审批进度；“磁波刀”脑部治疗系统运营主体复星医视特的新机型注册、新适应症拓展等工作正稳步推进。

在文旅消费领域，复星旅文旗下太仓阿尔卑斯国际度假区二期项目于2025年6月开工，将打造拥有五项“世界第一”的室内滑雪场，预计2029年6月投入运营。

全球资源嫁接中国能力
海外收入占比过半

依托在全球超过40个国家和地区的产业布局和深度运营，复星海外业务收入持续提升，上半年海外收入达到人民币466.7亿元，占集团总收入比例达到53%。

报告期内，复宏汉霖全球化业务连续取得重大突破。肿瘤领域核心创新产品、全球首个获批一线治疗小细胞肺癌的抗PD-1单抗H药斯鲁利单抗（汉斯状）实现全球销售收入人民币5.977亿元。上半年，H药相继在欧盟、新加坡、马来西亚、英国及印度获批，用于一线治疗广泛期小细胞肺癌，并于印尼和泰国获批治疗鳞状非小细胞肺癌。目前，H药已成功在近40个国家和地区获批上市，覆盖全球近半数人口。乳腺癌领域的核心产品汉曲优是中国、欧盟、美国获批的“中国籍”单抗生物类似药，上半年实现全球销售收入人民币14.442亿元，并在墨西哥等国家获批，累计在全球50多个国家和地区获批上市。

报告期内，复宏汉霖海外产品利润激增超200%，BD合同现金流入超人民币10亿元，同比增长280%。随着海外商业化产品的销售放量，预计2025全年海外产品收入及利润将实现大幅增长，2026年有望持续高速增长。

复星旗下更多产业、更多领域也加快出海步伐。海南矿业在马里布谷尼锂矿一期已启动试生产，并将择机启动二期开发规划。凭借已布局的马里布谷尼锂矿项目、洛克石油马来西亚油田项目和完成并购的阿曼油田项目，海南矿业正加速打造覆盖西非、中东、东南亚的“矿产+能源”网络，境外营收占比升至57%。

豫园灯会继2023年底首次出海法国巴黎后，2025年继续扬帆海外：1月主题灯组亮相越南河内，献礼中越建交75周年；6月在泰国曼谷著名商业地标暹罗天地ICONSIAM点亮，庆祝中泰建交50周年。2025年4月，拥有268年历史的中华老字号松鹤楼在英国伦敦开出海外首店。

与此同时，复星旗下海外企业的全球化业务持续成长。报告期内，复星葡萄牙保险国际业务占总业务量比重达28.2%，海外毛保费达欧元9.24亿元。2025年7月，标普首次覆盖复星葡萄牙保险并授予“A”评级，对其业务组合优质均衡、国际化布局持续拓展、财务表现稳健、资本充足状况等充分认可。

Club Med地中海俱乐部全球业绩再创新高，营业额达人民币92.5亿元，同比增长3.8%；经营利润达人民币12.7亿元，同比增

下转至03版

复星国际举行 2025 年中期业绩会： 依托“创新”与“全球化”，对未来发展充满信心

◎文 李梁

8月29日上午，复星国际在上海举行2025年中期业绩发布会，复星国际董事长郭广昌和复星国际联席董事长汪群斌，复星国际联席CEO陈启宇，复星国际联席CEO徐晓亮，复星国际CFO龚平等复星管理层和多位机构投资者、分析师出席。

复星国际董事长郭广昌表示，今年上半年，复星在多个业务板块都取得了很好的破局，尤其是在生物医药板块；未来复星会聚焦自己积累了深厚行业优势的产业上，去把它做深、做透，努力破局，加速登顶，在全球占领制高点。

近年来，复星持续推进瘦身健体、聚焦主业战略，在退出一系列非核心资产的同时，聚焦有高成长性的核心产业赛道。复星国际联席董事长汪群斌表示，在聚焦发展的过程中，要控制负债率、降低负债，在充沛现金流、合理负债率的基础上聚焦生物医药、旅文、大消费等核心产业的发展，提升复星业务的竞争力。

创新是复星持续推进的核心战略。上半年，复星的科创驱动战略取得突破，涌现出一批具有全球竞争力的创新成果。复星国际联席CEO陈启宇指出，复星的发展，归根结底还是要靠创新来驱动。创新需要打好基础，完善布局好技术平台，在这个基础上利用、善用中国本土的创新力。同时，要加快两个能力建设，一是提升对外合作与转化能力，以实现高效的价值落地；二是全球商业化布局的能力，加速覆盖全球市场。“创新+全球化”，以全球化的商业能力来实现创新价值。

对于舆论较为关注的创新药研发情况，郭广昌介绍说，复星目前管线储备覆盖多款具备全球市场潜力的重磅创新产品，成长空间十分可观。复星不止有复宏汉霖，还有复星凯瑞CAR-T技术平台和成熟产品事业部的一些创新药研发，都有巨大的成长空间。

郭广昌说：“我也一直跟团队在强调：

上接02版

随着夏季假期及次年雪季需求保持强劲，预期2025年下半年及2026年上半年的预订呈现可持续增长。

在巩固传统市场的同时，复星加快拓展全球新兴市场。复星医药与沙特阿拉伯综合性医疗保健集团Fakeeh Care Group达成战略合作，将共同推进创新治疗产品在沙特阿拉伯的落地。翌耀科技与沙特阿拉伯企业Khaled Juffali Company合资，为沙特阿拉伯电动车行业提供生产线解决方案，已获得首个订单。德国HAFS基金服务也将依托复星全球生态，拓展中东、亚洲等新兴市场，强化其轻资产运营模式。

全面拥抱AI 前瞻布局未来新增长点

面对方兴未艾的AI浪潮，复星选择全面拥抱，将AI技术深度融入复星丰富的场景中，推动业务创新提速和运营效率提升。

在生物医药领域，复星医药针对全业务场景挖掘AI生产力，引入“生物医药模型+



我们对创新药不能都一卖了之，license in（授权合作）、license out（对外授权许可）都重要；有些产品如果要简单的license out，可能会有非常高的价格，但我们不急，我们要持续推进研发，真正看到这些产品成为全球最好的产品。”

复星是中国最具有全球产业布局和运营能力的大型民营企业之一，上半年也迎来了全球化新的里程碑，海外收入占比达到了53%。复星国际联席CEO徐晓亮表示，复星从过去“中国动力嫁接全球资源”，到今天“中国能力嫁接全球资源”。能力体现在几方面：全球研发和BD能力、全球投资能力、中国文化出海、全球运营能力。复星会继续围绕战略，用发展来解决发展中的问题，用长期主义来穿越不同的经济周期，为股东和社会创造更多的价值。

自然语言大模型”双引擎，构建知识中台支撑高质量AI场景。在决策支持方面，打造行业首个决策智能体平台PharmAID，整合全球多个临床资讯与管线数据库，数据更新时效可达T+1天，医药健康内容生成准确率优于通用大模型，在研发决策评估与管线优化方面，信息萃取效率提升50%。

在文旅消费领域，Club Med地中海俱乐部持续深化AI数字化升级，G.M Copilot对话助手提供7x24小时即时响应的个性化服务，目前已覆盖巴西、法国、比利时、新加坡、马来西亚等全球12个国家市场。2025年8月，复星旅文与阿里云达成全栈AI合作，基于通义千问3系列模型共同开发文旅智能体“AI G.O”，旨在优化客户度假的全流程体验并提升运营效率。AI G.O预计将于9月底正式发布，并率先在三亚·亚特兰蒂斯开展试点。

在金融服务领域，复星葡萄牙保险依托AI应用系统，全面提升业务全流程效率，并提高数据准确性，推动保险业务快速发展。报告期内，复星葡萄牙保险互联

对上半年集团的财务情况，复星国际CFO龚平表示，复星财务战略围绕战略聚焦、稳健发展不断进化。在战略落地过程中，我们坚定地对集团旗下产业做取舍，集中资源发展有潜力成为行业数一数二的企业，持续推进轻资产运营。展望未来，复星一方面要争取海外收入占总收入比例逐步提升，集团有息债务下降到约人民币600亿元以下，同时也努力实现集团产业运营利润和归母净利润达到人民币100亿元的目标。在此基础上，逐步提升分红率，最终不断提升评级，直至取得投资级评级。

2025年上半年，复星积极把握宏观趋势，坚持战略聚焦，依托出色的创新和全球化核心能力，驱动业务稳健发展。报告期内，集团总收入达人民币872.8亿元，产业

网用户总数突破200万人，接近葡萄牙总人口的20%，通过应用AI技术，车险自动理赔率从2023年末的48%提升至报告期末的66%。

瞄准科技金融新机遇，复星财富控股加速Web3布局，其自主孵化的星路科技于2025年7月推出全球领先的一站式RWA（现实世界资产）技术、发行、分销平台——FinRWA Platform，并积极推进多个资产代币化的科技解决项目。

坚持商业向善 ESG表现保持领先

报告期内，复星凭借多年来在环境、社会及管治（ESG）的持续努力，再次入选标普全球《可持续发展年鉴2025》并在标普全球《可持续发展年鉴（中国版）2025》名列最佳1%。与此同时，富时罗素 ESG评分持续领先全球行业及中国企业平均水平，并连续四年入选富时罗素社会责任指数成分股。

在社会公益方面，复星医药持续为援

运营利润达人民币31.5亿元，归母净利润达人民币6.6亿元。四大核心子公司——复星医药、豫园股份、复星葡萄牙保险、复星旅文，上半年总收入达人民币636.1亿元，占集团总收入的比重达到73%。截至报告期末，总债务占总资本比率为53%，负债比率保持健康。2025年5月，国际评级机构标普充分肯定复星信用指标，确认评级展望为“稳定”。



扫码看视频

非抗疟贡献“中国方案”。截至2025年6月底，其自主研发的注射用青蒿琥酯累计救治全球超8,400万重症疟疾患者，已向全球供应超过4.2亿支注射用青蒿琥酯。

在乡村振兴方面，截至2025年6月底，乡村医生项目已覆盖16个省、市、自治区的78个项目县（含21个国家乡村振兴重点帮扶县），守护2.5万名乡村医生，惠及300万户农村家庭、1,634万农村人口。

展望未来，郭广昌表示：“面对机遇与挑战，我们将继续深耕主业，加码创新，坚定推进全球化发展，依托长期积累的核心能力驱动复星行稳致远，在优势赛道持续攀登，在更多业务领域实现登顶，为股东、为社会创造更大价值。”



扫码看视频

复星管理层： 聚焦优势产业 做深做透加速登顶



郭广昌：紧紧依靠科技创新 不断突破，实现我们的愿景

首先，今年上半年我明显感觉到消费板块维稳向好。第二，我们的创新，尤其创新药，带来了一个突破性的发展的可期。所以我们对业务发展是充满信心的。

现在为什么全球的技术会这么快的发展？我感觉是基于两点，一个，人类对自身碳基生命体的了解和研究有

了突破性的进展，包括基因组等等。第二，硅基智慧体，AI+机器人，也是突飞猛进的发展。这两种一组合，对创新带来的未来空间是非常“恐怖”的，不可想象的。复星的一个愿景，就是让更多的全球家庭健康快乐活到121岁，通过这两个轮子的飞速转动，我们要紧紧依靠这些科技创新来实现我们的愿景。



汪群斌：在健康的财务基础上 聚焦发展

复星非常明确，我们要瘦身健体、聚焦发展。但在瘦身健体、聚焦发展的过程中，我们对财务指标的管理或要求，首先最主要还是降母公司的债。同时我们对聚焦发展的业务要控制负债率、控制负债。我们有优势的，像生物医药、旅文，这些企业还是要发展，但在充沛的现金流的基础上，在合理的负

债率这样一个财务健康的基础上聚焦发展。这些核心发展的企业，它的财务是非常健康的。

现在复星业务的竞争力在提升，同时外部的融资环境也有非常大的改善，但降债和升评级的目标我们坚定不移，这些目标我们都是正常的推进过程中。



陈启宇：以全球化的商业能力 实现创新价值

未来我们的战略布局和核心驱动力，归根结底还是聚焦创新，全面创新，唯有创新来驱动。

创新药的思路会在复星医药的未来战略里得到全面贯彻。但创新先要打好基础，进一步完善布局好技术平台，一个有创新能力的企业，你的技术平台要丰富完善，你的早研资产管线要多，后期临床推进要快，要有选择能力。

在这基础上，要利用好、驱动好中国本土的创新能力，尤其是本土的临床试验能力。在此基础上，加快两个能力建设：一是对外BD转化能力，这是短期快速的价值实现。二是加快全球商业化布局的能力，围绕以创新药为主，覆盖全球市场。

“创新+全球化”，以全球化的商业和能力实现创新价值。



徐晓亮：All in AI 应用 在“AI+业务”道路上不断攀登

AI是这个时代最大的红利，这不是选择题，而是必答题。对复星来说，除了要拥抱AI，更要All in AI，复星核心All in的是AI应用。

复星有自己的思考，AI应用有两座山：一座是“业务+AI”，好比一栋楼，已经在运营中，接入AI会大大提升效率和便利。第二座是“AI+业务”，这栋楼从设计、建设、交付、使用，都用AI重新做一

遍。我们认为，未来AI的竞争在应用，而真正的核心竞争力在第二座山。

“业务+AI”是现在的行动点，有很长的路要走，但最终要登顶“AI+业务”。其中的难点是如何打造并领导一个AI的组织，复星上半年举行了全员AI大会，在思想上、行动上形成共识，我们将全力以赴在“AI+业务”道路上不断攀登。

2025.08.31

专题：2025 中期业绩 SPECIAL REPORT

郭广昌：优势产业努力破局 加速登顶全球制高点

◎文|李梁

8月29日，复星国际董事长郭广昌在复星国际2025年中期业绩发布会上表示，复星未来将在生物医药领域持续加大投入，聚焦优势产业做深做透，占领全球制高点。

当天上午，复星国际在上海举行中期业绩发布会，郭广昌和复星国际联席董事长汪群斌、复星国际联席CEO陈启宇、复星国际联席CEO徐晓亮，以及复星国际CFO龚平等管理层和多位投资人、分析师出席了发布会。

郭广昌表示，今年上半年复星在多个业务板块都完成了很好的破局，尤其是在生物医药板块上，接下来会把握业务成长点，通过科技创新实现突破性进展。

对于投资人比较关注的创新药研发情况，郭广昌介绍说，复星目前管线储备覆盖多款具备全球市场潜力的重磅创新产品，成长空间十分可观。复星不止有复宏汉霖，还有复星凯瑞CAR-T技术平台和成熟产品事业部的一些创新药研发，都有巨大的成长空间。

“我也一直跟团队在强调：我们对创新药不能都一卖了之，license in（授权合作）、license out（对外授权）都重要，有些产品如果要简单的license out，可能会有非常高的价格，但我们不急，我们要持续推进



研发，要真正看到这些产品成为全球最好的产品。”郭广昌说。

郭广昌说，复星之前一直说，要让大家健康快乐地活到121岁，尤其是希望未来癌症能够治愈。从现在医药产业发展来看，越来越感觉这一目标未来可以实现。现在不少癌症已经可检测、可防治，经治疗后可控，变成慢性病。

郭广昌认为，未来癌症治疗不是靠一种手段解决，可能会通过包括药品、器械、多分子治疗的多种手段组合来医治，类似“鸡

尾酒疗法”来解决癌症问题。“复星在这些方面有独特优势，复星在大健康业务领域全面布局，产业面广，未来治疗癌症要依靠综合能力，而这种综合能力恰恰是复星医药很重要的产业特色之一。”他说。

郭广昌强调，复星布局医药的差异化路径是，一定要打造自己的全球研发、全球临床、全球销售能力，这是复星矢志不渝在做的，也是未来复星成长为全球大药企的一条根本之路。

在谈及做企业的感悟时，郭广昌表示，

现在看来，做一个企业，没有十几年二十年的时间是很难积累起真正的竞争力的。像复宏汉霖创业15年，前10多年里100多亿的投资几乎没有什么回报，一直在投入。复星创立的两家保险公司复星联合健康险和复星保德信，一个创立8年，一个创立13年，现在才进入全面盈利期。

郭广昌表示，复星的兴奋点不在新赛道，而是在老赛道上，会聚焦自己积累了深厚行业优势的这些产业，去把它做深、做透，努力破局，加速登顶，在全球占领制高点。

“老赛道上创新也是非常重要的，比如在白酒这一传统赛道上，复星旗下的舍得酒业近期也针对高度数的传统白酒进行创新研发，推出了酒度29度的新产品‘舍得自在’，在保留老酒丰富口味的同时，适应今天年轻人对健康的追求。”郭广昌说。



扫码看视频



扫码看视频

复星国际：谋求在老赛道登顶

◎文|王丽新

“我们的兴奋点不在于新赛道，是在老赛道上怎么加速，怎么破局，怎么登顶，怎么在全球进入制高点，这是我们的兴奋点。”8月29日，在复星国际（以下简称“复星”）2025年中期业绩发布会上，复星国际董事长郭广昌向投资者以及《证券日报》等媒体表示。

8月27日晚间，复星发布2025年半年度业绩报告。报告期内，公司实现总收入872.8亿元，产业运营利润达31.5亿元，归母净利润达6.6亿元。其中，四大核心子公司复星医药、豫园股份、复星葡萄牙保险、复星旅文，上半年总收入达636.1亿元，占总收入的比重达到73%。

郭广昌表示，今年上半年，复星在多个业务板块都完成了很好的破局，尤其是在生物医药板块上，接下来会把握业务成长点，通过科技创新实现突破性进展。

创新药进入收获期

报告期内，复星对科创板投入达到36亿元。“自主研发+投资孵化+生态合作”三位一体的全球创新体系持续发力，涌现出一批具有全球竞争力的创新成果，尤其是医药领域。

对复星而言，医药板块既是老赛道产业又是创新驱动型业务。上半年，复星旗下复星医药自主研发及许可引进的4个创新药品共5项适应证于境内外获批上市，4个创新药品申报上市。医疗器械与医学诊断领域也有突破性进展，达芬奇SP单孔手术系统依托海南“特许医疗器械”许可。此外，复宏汉

霖（复星控股上市公司）在多领域迈出关键一步。复宏汉霖的HLX43是一款处于全球II期临床阶段的PD-L1靶向ADC（抗体偶联药），有潜力成为“广谱抗癌药”。此外，创新型抗HER2单抗HLX22获得欧盟委员会授予的孤儿药资格认定，标志着其成为全球首款同时获得欧盟和美国孤儿药资格认定的胃癌抗HER2靶向疗法。

对于投资人比较关注的创新药研发情况，郭广昌表示，复星目前管线储备覆盖多款具备全球市场潜力的重磅创新产品，成长空间十分可观。复星不只有复宏汉霖，还有复星凯瑞CAR-T技术平台和成熟产品事业部的一些创新药研发，都有较大的成长空间。

“现在为什么中国资产能够在全球很快为大药企所看好？实际上是我们有高质量的临床数据、高质量的研发数据。”复星国际联席CEO陈启宇表示，在此基础上，要加快两个能力建设，一是对外BD（商务拓展）转化能力，这是短期快速的价值实现；二是加快全球商业化布局的能力，围绕以创新药为主，但是覆盖全球市场，全球不同区域市场有不同的策略。有的市场是以创新药物为主，有的市场创新药是敲门砖，仿制药一起上。同时，创新要覆盖绝大部分的企业。未来，复星在创新药板块要推进“创新+全球化”模式，以全球化的商业和能力来实现创新价值。

对此，郭广昌也表示，复星布局医药的差异化路径是，一定要打造自己的全球研发、全球临床、全球销售能力。这是复星矢志不渝在做的，也是未来复星成长为全球大药企的一条根本之路。

海外收入占比过半

今年上半年，依托在全球超过40个国家和地区的产业布局和深度运营，复星海外收入达466.7亿元，占集团总收入比例达到53%。

复宏汉霖全球化业务连续取得重大突破。海外产品利润激增超200%，BD合同现金流入超10亿元，同比增长280%。随着海外商业化产品的销售放量，预计2025年全年海外产品收入及利润将实现大幅增长，2026年有望持续高速增长。

复星旗下更多产业、更多领域也加快“出海”步伐。海南矿业战略性进入中东油气市场，正加速打造覆盖西非、中东、东南亚的“矿产+能源”网络，境外营收占比升至57%。复星葡萄牙保险国际业务占总业务量比重达28.2%，海外毛保费达9.24亿欧元。翌耀科技与沙特阿拉伯企业Khaled Juffali Company合资，为沙特阿拉伯电动车行业提供生产线解决方案，已获得首个订单。复星旅文的Club Med全球业绩再创新高，营业额达92.5亿元，同比增长3.8%。

“复星是中国最具有全球产业布局和运营能力的大型民营企业之一，从过去的‘中国动力嫁接全球资源’，到今天的‘中国能力嫁接全球资源’，复星的全球化能力体现在以下几方面。”复星国际联席CEO徐晓亮表示，一是全球研发和BD能力，复宏汉霖创新药产品汉斯状目前已经在全球30多个国家和地区获批上市；二是全球投资能力，海南矿业启动马里布谷尼锂矿一期试生产；三是中国文化“出海”，继法国豫园灯会后，今年上半年又在泰国举办了豫园灯会；

四是全球化运营能力，复星旅文全面贯彻复星集团轻资产运营策略，升级了全球度假村，各项指标今年上半年创新高。

整体债务平稳

在老赛道业务找到新兴奋点之际，复星仍在推进“瘦身健体”战略。

“上半年，集团层面资产退出和子公司分红实现回流超80亿元，各级子公司重资产、非核心非战略资产退出力度加大，2025年上半年完成签约70亿元。”复星国际执行总裁、CFO龚平表示，在集团合并报表层面退出项目包括但不限于权益类资产，比如，淘通科技、老铺黄金、和睦家等，也包括重资产葡保里斯本大楼部分地块等。

鉴于复星不断优化资产组合，财务状况保持稳健，整体债务平稳，现金储备充裕。截至报告期末，总债务占总资本比率为53%，负债率较为合理。

复星国际联席董事长汪群斌表示，现在复星内部业务竞争力提升，外部融资环境也有改善，但公司依然非常关心降低财务成本和债务成本，从最终结果数字看，降债实现阶段性进展。对比半年前，有息负债在剔除掉汇率波动影响后，还是实现了小额下降。

展望未来，郭广昌表示：“面对机遇与挑战，我们将继续深耕主业，加码创新，坚定推进全球化发展，依托长期积累的核心能力驱动复星行稳致远，在优势赛道持续攀登，在更多业务领域实现登顶，为股东、为社会创造更大价值。”

原文刊载于证券日报

复星再进化：攀创新的顶，破全球化的局

能够穿越周期，实现可持续发展与成长的企业，基本都有一个周期规律：

在周期转换时修炼内功，自我优化与调整，谋求质变，为下一轮周期布局蓄势，在新的周期到来时，因为已准备妥当而继续乘风破浪，质变之后量变，实现新一轮的成长。

已经在过去30年多次与时俱进，质变进化的复星国际就正是这样一家企业。

此前几年，它一直在战略调整，聚焦核心主业瘦身健体，并以创新和全球化赋能未来，而现在，它开启了新周期的登顶步伐。

稳中有进

从陆续发布的上市公司财报看，中国经济已悄然进入了新的周期：以创新和全球化为特色的一批企业，正交出远远优越于大势的成绩单，反之亦然。

无论是中国AI还是创新药，亦或者国产算力，2025年的资本市场开启一轮“中国创新资产”重估潮。诸如自主芯片、创新药以及出海有为的企业，中报成绩十分靓丽；而欠缺核心技术与能力，只能在有限市场内卷的企业，则依旧疲软。资本市场也都在对应给出新的估值与价格。

复星国际显然是再次站到了属于未来的阵营。

最新财报显示，今年上半年，复星国际实现总收入872.8亿元，归母净利润6.6亿元。主营业务依旧坚实，四大核心子公司复星医药、豫园股份、复星葡萄牙保险、复星旅文合计收入636.1亿元，合计比重达到73%。

几大核心业务线稳中有进。

健康板块，复星医药实现净利润17.02亿元，同比增长38.96%，资产结构进一步优化，为具有创新潜力的资产腾出空间；创新旗舰复宏汉霖新药申报上市、国际BD运作硕果连连。

快乐板块，豫园股份继续瘦身健体，虽然消费大环境依然低迷，但公司锐意创新，抓住个性化、场景消费需求，珠宝时尚板块、商业运营板块都开始呈现筑底回升积极信号。

复星旅文全球运营能力持续增强，收入达到95.3亿元，接近百亿元关口，创历史新高，经调整净利润同比增长42.0%。

舍得酒业在第二季度营收11.25亿元，归母净利润9717万元，同比大增139.5%。在白酒行业深度调整期，锚定老酒战略，业绩强势恢复。

富足板块，葡萄牙保险净利润达到1.33亿欧元，同比增长27.6%。在其带领下，集团富足板块上半年斩获归母利润2.4亿元，同比劲增807.1%。

智造板块，海南矿业展现出经营韧性，实现营收24.15亿元，同比增长10.46%，归母净利润2.81亿元，经营现金流净额达到6.9亿元，同比上升近四成。

郭广昌曾表示，“希望未来能翻番，产业运营利润要达到100亿。集团有息负债水平要从800多亿力争下降到600亿。”

今年上半年，复星国际产业运营利润来到31.5亿元，总债务占总资本比率53%，保持良好状态，债务成本进一步下降。2025年5月，国际评级机构标普肯定复星信用指标，评级展望为“稳定”。

一面创造价值，一面财务稳健，复星正稳步向这一目标迈进。

而比数字更重要的是，复星早前加码布局的创新、全球化正跟随经济大周期的步伐，走进自己的新一轮成长与收获期。

创新创造价值

创新是驱动复星这艘巨轮的独特动能，也依靠这种动能，公司正涌现出一批具有全球竞争力的创新成果。

正如郭广昌在业绩发布会上所说，上半年复星创新板块“尤其是创新药，实现了突破性的发展。未来复星创新拥有巨大空间，我们对未来发展充满信心。”

从健康板块来看，上半年，复星医药创新药收入超43亿元，研发投入共计25.84亿元。复星医药自主研发及许可引进的4个创新药品，5项适应症获批上市、4个创新药品申报上市。其中自主研发的I类新药-复迈宁（芦沃美替尼片）在国内上市，填补了罕见病肿瘤领域的治疗空白。

要知道创新旗舰复宏汉霖自成立以来，坚持“生物类似药+创新药”双轮驱动，用生物类似药反哺创新药研发，当前已来到创新药收获期。公司上半年实现收入28.20亿元，同比增长2.7%，净利润3.9亿元。

复宏汉霖上半年研发投入就接近10亿元，高强度的投入带来丰硕的创新成果，公司10项研究报告中选WCLC大会，成为入选口头报告数目最多的中国生物制药企业。

PD-L1 ADC (HLX43) 成为全球首个进入临床II期的PD-L1 ADC，具备FIC/BIC潜力；HLX22多个III期试验获得许可，在美国获孤儿药认证。

其中，HLX43是全球进度最快的PD-L1 ADC，还是一款泛瘤种全覆盖、带有IO功能的广谱ADC，即便与国际顶级药企相比，也展现出显著竞争力，潜在销售额超百亿美元，具有巨大的商业潜力。

借助全球化布局与差异化创新策略，汉霖连续盈利已经完成了转变，未来有望实现从Biotech到Biopharma的历史性蜕变。

其他企业正加速融入AI浪潮。葡萄牙保险利用AI大模型，医疗发票识别率从2023年末的36%提升至2025年中的51%，自动车险理赔率2023年末48%提升至2025年中的62%。

复星旅文成立AI Lab，并与阿里云达成全栈AI合作，基于通义千问共同开发智能体“AI G.O”，推动文旅产业智能升级；Club Med地中海俱乐部过去十年已在数字化领域投入超1.75亿欧元，如今正在利用AI驱动全流程变革。

可以明显看出，复星是在通过创新淬炼成长动能。

全球化价值乘法

用全球化做创新，用全球化兑现创新价值。

当中国制造业掀起出海浪潮时，复星已经成为少有的植根中国、且在全球布局运营的大型企业之一。

当前，复星已将“中国动力嫁接全球资源”升级为“全球动力嫁接全球资源+中国竞争力”，通过效率与创新优势赋能全球业务。

如今，这种独特的能力，逐步转化为盈利和成长性，并构建出深厚的护城河。上半

年，复星海外收入466.7亿元，贡献比率达到53%，同比提升6.6个百分点，国际化程度已成为中国大型企业标杆。

比如，复星医药海外收入占比已从十年前的13%提升至当下的28.07%，覆盖美欧非、印度和东南亚等海外市场，成为中国医药企业中全球整合的佼佼者。

尤其是医药BD运作能力再度升级。

8月份，复星医药连续完成两笔出海，先是与Expedition就口服DPP-11抑制剂XH-S004达成许可协议，首付款为1.2亿美元，总潜在价值6.45亿美元。再是将小分子抑制剂FXS6837的全球权益（除大中华区）授予英国Sitala，复星医药将获得1.9亿美元首付款以及后续里程碑付款及销售分成（至多4.8亿美元）。

值得一提的是，复星医药还可以零对价获得500万美元的Sitala股份，预计持股比例不超过10%。因此，这笔BD交易具备Newco性质，这是时下全球创新药BD领域的一种创新模式。不仅可以获得首付款和里程碑分成，后续还可享受资本增益。

而且，复星医药此前对该在研药累计研发投入1.2亿元，也就意味着，仅2500万美元不可退还首付款，就已与投入的成本打平。预计这款小分子抑制剂将为复星医药带来超10亿元的净收入。

对于全球化+创新，复宏汉霖给出的解法是，用全球资源来做研发，确保更高效的做，且产出更有竞争力的产品，继而又可以

通过全球化快速推向世界市场。特别要注意的是，并非每家企业都有资源、有能力做到相应的高度。这是复星深耕了近20年的独特优势，通过20年的耕耘，现在开始演变为增长动力，持续的投入，如今开始收获回报。

郭广昌就特别强调：“复星跟其它中国医药企业不一样的地方是，有自己的全球研发、全球临床、全球销售能力，这是复星矢志不渝在做的，也是未来复星成长为全球大药企的一条根本之路。”

比如，依托复星全球创新生态资源，打入欧美市场的汉曲优就是针对不同国家患者的临床需要，做出差异化设计，满足当地市场的需求，进而辐射全球市场。在复宏汉霖产品结构中，汉曲优扮演着重要的“现金奶牛”角色，更成为公司全球化的开拓先锋与能力锻造平台。

与此同时，上半年，公司海外产品利润激增超200%，BD交易渐入佳境。年初至8月，达成3项对外授权，合作总金额超5.43亿美元，其中首付款合计6900万美元。

包括HLX13（抗CTLA-4单抗）、HLX15（重组抗CD38全人单克隆抗体注射液）、H药汉斯状的license out，同时引进启德医药III期在研HER2 ADC。

新药获批也是全球开花，PD-1单抗汉斯状于年初在欧盟获批上市，成为首个也是唯一在欧盟上市用于广泛期小细胞肺癌一线治疗的PD-1创新药；汉斯状还成功进入印度市场，贝伐珠单抗眼内注射液（HLX04-O）提交国内上市申请、Ion系统在中国上市。

可以看到，复星医药不仅“引进来”，更能“走出去”，演绎的是从“中国叙事”到“全球故事”的跨越。

对于BD，复星有自己的理解。“我也一直跟团队在强调：我们对创新药不能都一卖了之，license in（授权合作）、license out

（对外授权许可）都重要，有些产品如果要简单的license out，可能会有非常高的价格，但我们不急，要持续推进研发，要真正看到这些产品成为全球最好的产品。”郭广昌说。

其他子公司中，得益于“全球组织+本地运营”的能力，葡萄牙保险已成复星棋盘中的全球化标杆。自2014年以10亿欧元开启收购后，复星已是在葡投资规模最大的中国民营企业之一。

加入复星大家庭后，葡萄牙保险以“产业运营+生态协同”驱动增长，从葡萄牙出发扩展国际市场，业务覆盖欧洲、拉美、非洲等区域，今年上半年，国际业务获得总保费9.24亿欧元，占比近30%。

除了传统市场，复星今年以来持续挖掘新兴市场机会。在印尼，复星旅文旗下Club Med地中海俱乐部携手GKB推进美娜多度假村在北苏拉威西省落地，业务版图再度拓展；

在中东，复星医药与沙特阿拉伯企业推进创新治疗产品在该国落地，翌耀科技与当地企业合资，为沙特电动车提供生产线解决方案，并已获得首个订单；海南矿业完成提斯项目收购，正式进入中东油气市场；德国HAFS基金也将依托复星全球生态，拓展中东、亚洲等市场。

时至今日，复星这艘生态巨舰已经进入全球化新阶段，并进入价值兑现期。

开启新成长

创立33年，复星过去一直跟随经济共同成长，并能与时俱进，踏准脉搏，顺势而为，成功穿越了多轮周期。

当下，它再一次证明了自己的这种与时共舞的能力。

今年以来，复星旗下几乎所有的上市公司都迎来一波估值修复，复宏汉霖股价自年初以来上涨236%，连续创历史新高；舍得酒业成为白酒反弹急先锋，股价自年内低点涨超37%；复星医药、海南矿业反弹超25%。

复星旗下上市公司逐渐得到市场认可，复星国际自底部回升近40%，但仍未完全反应其内在价值。

当前，中国经济新周期的核心，从产业结构上讲，是消费驱动，从发展方式讲，就是创新和全球化。复星几乎都踩在未来发展的节点上。

在中国经济新周期里，复星会做“新酒”，但会更注重卖“老酒”。所谓“新酒”是指新赛道，而“老酒”是指深耕既有赛道。

诚如郭广昌所言，“现在真正能做好的企业，没有十多年的积累，是没有什么竞争力的。再进入一个新的领域，并不现实，复星要更加聚焦，把已经积累的行业优势做深做透。”

比如，“像复宏汉霖创业15年，前10多年里100多亿的投资几乎没有什么回报，一直在投入。复星创立的两家保险公司复星联合健康险和复星保德信，一个创立8年，一个创立13年，现在才进入全面盈利期。”

在已经谋定的优势赛道，继续深耕布局，复星的目标是占据全球范围的制高点。

当下的复星，显然已经具备这样的能力。

原文刊载于《市值观察》

2025.08.31

健康 HEALTH

复星医药 2025 中期业绩： 持续推进创新转型和创新产品的开发落地 提升全球运营能力

◎文|刘明一

(2025年8月26日, 中国上海) 8月26日, 创新驱动的全球化医药健康产业集团复星医药(“本集团”, 股票代码: 600196.SH; 02196.HK) 发布2025年上半年(“报告期”)经营业绩。

报告期内, 复星医药持续推进创新转型和创新产品的开发落地, 提升全球运营能力, 进一步强化全球市场的商业化能力和体系建设。同时, 持续深化数字化与AI战略布局, 已逐步构建覆盖研发、运营以及产品应用的数字化与智能化体系。

2025年上半年, 复星医药实现营收195.14亿元人民币, 归母净利润17.02亿元; 其中, 创新药品稳健增长, 收入超43亿元, 同比增长14.26%; 经营性现金流21.34亿元, 同比增长11.90%; 复星医药持续推进非战略非核心资产的退出和整合, 优化资产结构, 加速现金回流, 2025年以来已签约处置项目总额超20亿元。

打造高价值创新管线组合 核心治疗领域持续突破

创新是复星医药发展的核心驱动力, 通过自主研发、合作开发、许可引进、基金孵化、产业投资等多元化、多层次创新研发模式, 持续强化抗体、ADC、细胞治疗及小分子四大技术平台能力, 加速创新技术与产品的转化落地。

2025年上半年, 复星医药研发投入共计25.84亿元; 其中, 研发费用为17.17亿元, 制药业务研发投入22.95亿元, 占制药业务收入的16.51%; 其中, 研发费用14.69亿元, 占制药业务收入的10.57%。围绕实体瘤、血液瘤、免疫炎症等核心治疗领域, 复星医药已逐步构建高价值管线组合, 并积极拓展慢病(心血管、肾脏与代谢)及神经领域。

在实体瘤领域, 复星医药已在肺癌、乳腺癌等领域形成以斯鲁单抗注射液、注射用曲妥珠单抗为代表的创新药品矩阵。报告期内, 拥有自主知识产权的创新型小分子CDK4/6抑制剂复妥宁®(枸橼酸伏西利胶囊)的获批进一步丰富乳腺癌治疗产品

组合; 首个自研小分子创新药复迈宁®(芦沃美替尼片)双适应症获批, 填补罕见病肿瘤治疗空白; 斯鲁单抗注射液(抗PD-1单抗)于欧盟、英国、印度等国家/地区获批。在持续推进HLX22(重组人源化抗HER2单克隆抗体注射液)与注射用HLX43(靶向PD-L1抗体偶联药物)国际多中心临床试验的同时, 先后引进HLX701(SIRPα-Fc融合蛋白)、FXB0871(PD-1靶向型IL-2融合蛋白), 以进一步充实创新药品管线。

在血液瘤领域, 持续推进CAR-T产品奕凯达®(阿基仑赛注射液)的可及性与可负担性。截至报告期末, 奕凯达®已被纳入超过110款省市惠民保和超过90项商业保险, 备案的治疗中心覆盖全国超28个省市, 数量超过200家。在免疫炎症领域, XH-S004(DPP-1抑制剂)实现除中国境内及港澳地区外的对外许可授权, 临床价值获国际市场认可。

在慢病领域, 一心坦®(沙库巴曲缬沙坦钠片)、旁必福®(盐酸依特卡肽注射液)、倍稳®(盐酸凯普拉生片)及万维乐®(盐酸替那帕诺片)陆续上市, 持续完善心血管、肾脏与代谢领域布局。在神经领域, 许可引进用于延缓阿尔茨海默病(AD)疾病进程的小分子口服药物AR1001, 以协同复星医药医疗器械与医学诊断业务资源, 探索神经退行性疾病诊疗一体化解决方案。

报告期内, 复星医药持续推动管线内疫苗的研发和上市, 自主研发的四价流感病毒裂解疫苗于中国境内获批, 可用于3岁及以上人群接种, 疫苗产品管线进一步丰富。

报告期内, 复星医药自主研发及许可引进的4个创新药品共5项适应症、57个仿制药品种获批, 4个创新药品、22个仿制药品种申报上市; 此外, 报告期内, 复星医药还有近20项创新药临床试验(按批件数量)获境内外监管机构批准开展。报告期内, 制药板块专利申请达142项, 其中包括美国专利申请3项、PCT申请3项; 获得发明专利授权27项。

此外, 在专业医疗产品领域, Ion支气管导航操作控制系统(“Ion系统”)已成功实现商业落地, 连同以“达芬奇手术机器人”为代表的创新器械, 共同提升肿瘤手术领域的

医疗可及性。截至报告期末, “达芬奇手术机器人”于中国境内及港澳地区已累计在370家医院落户, 累计装机总量超450台, 累计服务患者超76万人。其中, 报告期内, 达芬奇Xi手术机器人系统实现行业中标率第一, 市场占有率继续保持第一。

夯实全球运营能力 持续强化全球市场布局

在4IN战略(创新、国际化、整合、智能化)的引领下, 复星医药持续提升运营效率, 强化全球市场布局, 推进国际质量标准的生产体系建设以夯实制剂出海基础, 业务已主要覆盖美国、欧洲、非洲、印度和东南亚等海外市场。2025年上半年, 复星医药海外营收54.78亿元人民币, 占营收比28.07%。

2025年以来, 复星医药多款在研或上市的创新成果全球学术影响力不断提升。其中, 复迈宁®(芦沃美替尼片)上市后获得国际权威学术期刊《Drugs》关注与认可, 在其2025年8月刊发的报告中系统梳理了该药品的研发历程以及关键临床数据。目前, 该药品用于治疗儿童低级别脑胶质瘤于2025年7月在中国境内启动III期临床研究, 是中国境内首个进入该治疗领域III期临床的MEK靶向药物。随着公司创新管线质量的提升, 创新药品BD也于报告期内不断突破, 全球化的双向许可合作持续加强。围绕未被满足的临床需求, 聚焦核心治疗领域, 通过许可引进、合作开发加强创新管线的同时, 复星医药及控股子公司复宏汉霖达成多项对外许可, 加速产品进入欧美、亚太市场。

复星医药已构建成熟的商业化体系, 涵盖制药与医疗器械业务, 其中, 海外商业化团队超1,000人。制药业务已主要覆盖美国、非洲等市场, 并稳步向东盟、中东等新兴市场拓展。目前, 复星医药已在美国市场组建美国创新药团队开展斯鲁单抗注射液上市前的商业化筹备工作以及创新产品许可引进的前期布局; 同时, 复星医药亦自建临床运营团队, 顺利推进斯鲁单抗注射液联合化疗一线治疗广泛期小细胞肺癌(ES-SCLC)的美国桥接试验, 已开设逾

100个试验中心。在非洲、东南亚等新兴市场已建立6个区域性分销中心, 为客户提供药品注册、流通、学术推广及上市后安全警戒等一站式服务。医疗器械业务持续构建全球营销网络, 控股子公司复锐医疗科技(Sisram)已在全球设立12个直销办公室, 营销网络覆盖超过110个国家和地区; 同时, 博毅雅(Breas)在欧洲、美国、中国、日本、印度和澳大利亚等重点市场持续深耕, 不断夯实全球业务布局。

经过多年深耕, 控股子公司复星健康已形成以大湾区为核心、综合与专科相结合、线上线下一体化的医疗健康服务平台。复星健康控股医疗机构的核定床位合计6,600张, 并持有9张互联网医院牌照。国际医疗和消费医疗方面, 复星健康积极开拓印尼、中国香港及中国澳门等市场, 大湾区四家医院均已落成国际医疗中心, 形成辐射海外的高品质医疗枢纽。其中, 佛山复星禅诚医院、恒生医院作为“港澳药械通”指定医疗机构, 新增落地15项港澳药械通目录内药械。

ESG评级提升至AA级 可持续发展表现获多方认可

在保持稳健经营的同时, 复星医药始终高度重视企业的可持续发展, 提升创新产品在全球的可及可负担。在最新公布的MSCI ESG评级中, 提升至AA级, 位居国内行业领先, 彰显公司在可持续发展管理和表现方面的持续进步。此外, 复星医药还荣登2024中国ESG 50榜单(福布斯)、中国ESG上市公司先锋100(央视总台)、中国卓越管理公司(德勤)等多项榜单, 并入选2025《财富》中国ESG影响力榜单, 成为唯一上榜的中国药企, 广获社会各界认可。

复星医药董事长陈玉卿表示: “2025年下半年, 复星医药将继续贯彻4IN战略, 提升创新研发能力和研发效率, 针对存在较大未满足需求的核心治疗领域产品积极布局, 聚焦高价值管线的内部开发和外部引进, 大力发展战略性产品, 拓展全球市场机遇, 优化资产配置, 内部运营进一步提质增效, 以优化财务结构, 夯实公司长期稳健发展的基础。”

规模 10 亿元 复星医药发行全国首单民营医药行业中长期科技创新债券

近日, 复星医药成功发行全国首单民营医药行业中长期科技创新债券, 由招商银行担任牵头主承销商兼簿记管理人, 北京银行、浦发银行担任联席承销商, 规模10亿元人民币, 期限2年, 票面利率2.70%。

本单科创债获得了银行理财、保险、外资银行、公募基金、券商自营等各类金融机构的踊跃认购, 与此同时, 中债信用增进

投资股份有限公司也积极参与本期债券的认购, 代表监管部门为本期科创债发行给予大力支持。本期债券募集资金将为复星医药在关键科技创新领域的布局提供有力的资金保障, 推动加速创新成果的转化与落地, 进一步巩固和提升公司在全球医药健康产业的创新竞争力。

创立30多年来, 复星医药始终以创新

为核心发展驱动力, 在创新药领域, 自2019年以来, 复星医药已累计获批12款自主研发、许可引进的创新药和生物类似药, 同时成功获得8款创新药物的中国境内商业化权益, 涵盖实体瘤、血液瘤、免疫炎症等核心治疗领域。2025年1月至5月, 复星医药已有4款产品5项适应症在中国及欧盟等多地获批, 包括首个自研小分子创新药复迈宁®(芦

沃美替尼片)获批上市, 填补罕见肿瘤领域空白; 抗PD-1单抗斯鲁单抗注射液成为欧盟首个获批用于广泛期小细胞肺癌(ES-SCLC)治疗的PD-1单抗, 国际化布局取得重要进展。

未来, 复星医药将继续深化创新转型, 致力于为患者和客户提供更优质、更可达的产品和服务, 为股东创造可持续的价值回报。

复星医药小分子口服 DPP-1 抑制剂授权出海 潜在总额达 6.45 亿美元

◎文|刘明一

2025年8月11日，复星医药宣布，控股子公司上海复星医药产业发展有限公司（“复星医药产业”）与Expedition Therapeutics, Inc. (“Expedition”) 签订《许可协议》，将向Expedition授予小分子口服二肽基肽酶1 (DPP-1) 抑制剂XH-S004在全球（不包括中国境内及港澳地区）范围的开发、生产及商业化权利。复星医药将保留XH-S004在中国境内及港澳地区的开发、生产及商业化权利。

根据协议，Expedition将向复星医药支付至多1.2亿美元不可退还的首付款、开发里程碑付款，未来还将基于XH-S004于许可区域的年度净销售额的达成情况，由Expedition依约支付至多5.25亿美元的销售里程碑款项。

XH-S004为复星医药拥有自主知识产权的小分子口服DPP-1抑制剂，其通过抑制DPP-1及其激活的中性粒细胞丝氨酸



蛋白酶降低炎症反应，从而阻断感染恶性循环及由此导致的气道结构损伤；截至目前，XH-S004用于治疗非囊性纤维化支气管扩张症于中国境内处于II期临床试验阶段、用

于治疗慢性阻塞性肺疾病 (COPD) 于中国境内处于Ib期临床试验阶段。截至目前，全球范围内尚无同一分子机制的小分子口服抑制剂获批上市。

复星医药董事长陈玉卿：“我们非常高兴与Expedition达成此次合作，XH-S004是复星医药拥有自主知识产权的治疗呼吸系统疾病的创新药物，其独特的机制和临床价值得到了合作伙伴的高度认可。通过与Expedition的携手，双方专业团队和丰富的行业经验将为XH-S004的全球开发和商业化提供有力支持，进一步拓展该产品的可及性，让全球患者能够尽快受益于这一创新疗法。”

Expedition董事长兼CEO Yi Larson：“我们很高兴与中国领先的医药企业复星医药达成合作。XH-S004是一款令人振奋的靶向中性粒细胞性炎症的小分子药物，该炎症机制是多种慢性呼吸系统疾病的重要潜在驱动因素。我们期待与复星医药在全球范围内合作开发XH-S004，用于治疗慢性阻塞性肺疾病 (COPD) 及其他中性粒细胞性炎症疾病，以解决该领域未被满足的临床需求。”

创新药 BD 再突破！ 复星医药自研免疫调节小分子抑制剂授权出海

近日，复星医药 (600196.SH; 02196.HK) 宣布，控股子公司上海复星医药产业发展有限公司（“复星医药产业”）与专注于研发炎症及自身免疫疾病领域创新药物的英国生物技术企业Sitala Bio Ltd (“Sitala”) 达成《许可协议》，将向Sitala授予小分子抑制剂FXS6837及含有该活性成分的产品于全球范围（除中国境内及港澳台地区）的开发、生产及商业化权利，许可领域包含人类、动物疾病的诊断和治疗。复星医药产业将保留FXS6837在中国境内及港澳台地区的开发、生产及商业化权利。

根据许可协议，Sitala将向复星医药产

业支付至多1.9亿美元不可退还的首付款、开发及商业化里程碑付款，同时，复星医药产业可以零对价获得价值500万美元的Sitala的股份。未来，基于许可产品于许可区域的年度净销售额达成情况，Sitala将向复星医药产业依约支付至多4.8亿美元的销售里程碑款项。

FXS6837为复星医药产业拥有自主知识产权的小分子抑制剂，拟用于治疗免疫调节领域相关疾病。截至目前，FXS6837的相关适应症于中国境内处于临床试验阶段。

截至2025年7月，复星医药产业现阶段针对FXS6837累计研发投入约为人

民币1.20亿元（未经审计）。根据IQVIA MIDASTM最新数据，2024年，全球范围内用于治疗相关疾病的主要药品销售额合计约为38亿美元。

在创新药领域，自2019年以来，复星医药已累计获批12款自主研发、许可引进的创新药和生物类似药，同时成功获得8款创新药物的中国境内商业化权益。在实体瘤、血液瘤、免疫炎症等核心治疗领域，已为中国患者带来了多款开创性的创新研发成果。

2025年上半年，复星医药已有4款创新产品5项适应症在中国及欧盟等多地获批，包括首个自研小分子创新药复迈宁® (芦沃

美替尼片)、创新型小分子CDK4/6抑制剂复妥宁® (枸橼酸伏维西利胶囊)、全球首款磷吸收抑制剂万缇乐® (盐酸替那帕诺片) 于中国境内获批，抗PD-1单抗斯鲁利单抗注射液于欧盟、英国、印度等国家/地区获批，并成为欧盟首个获批用于广泛期小细胞肺癌 (ES-SCLC) 治疗的PD-1单抗，创新价值获得市场认可，国际化布局取得重要进展。8月，继DPP-1抑制剂授权出海消息后，复星医药又一小分子抑制剂FXS6837授权成功，这些创新药BD交易的达成不仅带来资金的回报，更是对公司研发能力的国际认可，为企业持续创新提供动力。

复星医药自研罕见病创新药 复迈宁获沙特突破性疗法认定

近日，复星医药自主研发的创新药复迈宁® (芦沃美替尼片) 获沙特食品药品监督管理局 (SFDA) 授予的突破性疗法认定，用于治疗朗格汉斯细胞组织细胞增生症 (LCH) 和组织细胞肿瘤成人患者适应症，复迈宁将加速在沙特的临床注册和商业化学进程。

复星医药联席总裁、全球研发中心首席执行官王兴利：“非常高兴芦沃美替尼片成人LCH适应症获沙特食品药品监督管理局突破性疗法认定，这不仅体现了复迈宁的临床价值获得国际认可，更是复星医药全球化布局战略的又一重要里程碑。复星医药始终坚持以患者为中心，聚焦未被满足的临床需求，通过全球化布局，整合全球资源，加速

创新药的研发进程。未来，我们将与当地监管机构、合作伙伴紧密协作，加速推进复迈宁这一突破性疗法早日惠及沙特患者，助力当地医疗健康产业的发展，让每个家庭乐享健康。”

沙特食品药品监督管理局 (SFDA) 的突破性疗法认定流程旨在加速创新药物的开发和审评，以满足严重或危及生命疾病的未满足临床需求。突破性疗法是指在治疗严重或危及生命疾病方面，与现有治疗手段相比具有显著优势的药品。这些药品通常在疗效或安全性方面表现出显著改善，能够改变患者的治疗过程。获得突破性疗法认定的药物在新药上市申请提交后，可在60个工作日内完成审评，显著缩短上市周期。

复星医药获爱科诺在研小分子 创新药AC-201大中华区独家授权

(2025年8月29日，中国上海) 8月29日，复星医药 (600196.SH; 02196.HK) 与爱科诺生物医药共同宣布，爱科诺将向复星医药控股子公司上海复星医药产业发展有限公司独家授予公司自主研发的高选择性TYK2/JAK1抑制剂在大中华区 (包括中国内地及港澳地区) 的开发、生产、商业化权利。爱科诺将保留AC-201在全球 (除中国内地及港澳地区) 的开发、生产、商业化权利。

根据协议，爱科诺将获得总计8000万元人民币的首付款及近期里程碑款 (其中包括首付款6000万元，及生产技术转移完成后的里程碑款2000万元)，以及最高可达7600万元的开发里程碑款。爱科诺还将根

据授权地区的产品销售额收取销售里程碑款及至多可能达两位数百分比的梯度销售分成。

AC-201是一种新型、高选择性、强效的口服小分子TYK2/JAK1抑制剂，可与TYK2/JAK1的伪激酶结构域 (JH2) 有效结合，对JAK2/JAK2通路无影响，拟开发用于治疗多种自身免疫性疾病。AC-201已完成一项在中重度斑块型银屑病患者中开展的II期临床试验。结果显示，治疗12周后，AC-201 II期研究的所有给药剂量组均达到PASI-75主要终点及关键次要终点。AC-201在所有剂量组总体安全性和耐受性良好，未出现导致停药的不良事件 (AEs) 或严重不良事件 (SAEs)。

2025.08.31

健康 HEALTH

复宏汉霖 2025 中期业绩： 高质量稳健增长，海外产品利润激增超 200% 加速创新管线全球兑现

◎文| 陈迪

2025年8月25日，复宏汉霖 (2696.HK) 发布2025年中期业绩，公司2025上半年实现营收28.195亿元人民币，同比增长2.7%；毛利润约21.992亿元，同比增长10.5%，净利润3.901亿元，经营性现金流超7.709亿元，同比增长206.8%，持续正向流入。业绩期内，海外产品利润激增超200%，BD合同现金流入超10亿元，同比增长280%。随着海外商业化产品的销售放量，预计公司2025全年海外产品收入及利润将实现大幅增长，2026年有望持续高速增长。公司持续夯实创新与国际化的长期发展策略，加速构建全球商业化闭环，以稳健的增长态势强力支撑创新研发的可持续拓展。2025上半年，公司研发支出为9.954亿元，费用化研发支出同比增长21.3%，重点投向差异化创新分子的临床前开发及核心创新平台的建设。

截至目前，复宏汉霖已有6款产品在中国获批上市，4款产品在国际获批上市，触达近60个国家和地区，广泛覆盖亚洲、欧洲、拉丁美洲、北美洲和大洋洲，惠及全球超85万患者。

同时，公司不断拓展与优化在肿瘤、自免等疾病领域的创新布局，基于差异化的创新研发策略，积极打造更多具有同类最优 (BIC) 和同类首创潜力 (FIC) 的爆款分子。

复宏汉霖执行董事、首席执行官朱俊博士说：“2025是复宏汉霖加速‘全球化2.0’与创新全面升维的关键之年。我们不断夯实全链条闭环体系，持续推动海外营收突破，驱动全球价值释放。同时核心创新产品取得多项突破性进展，下一代高潜力分子蓄势待发。未来，复宏汉霖将继续聚焦‘以患者为中心’的未竟需求，加速带来更优的创新治疗方案。”

全球化2.0：加速构建全球商业化闭环

2025年上半年，复宏汉霖全球化增长引擎全面发力，全球产品收入突破25.568亿元，同比增长3.1%。多款产品加速拓展海外市场，持续提升患者的用药可及性。

公司肿瘤领域核心创新产品、全球首个获批一线治疗小细胞肺癌的抗PD-1单抗H药斯鲁单抗 (中国商品名：汉斯状®，欧洲商品名：Hetronify®) 于业绩期内实现全球产品销售收入5.977亿元。2025年上半年，H药海外市场拓展提速，相继在欧盟、新加坡、马来西亚、英国及印度获批，用于一线治疗广泛期小细胞肺癌 (ES-SCLC)，并于印尼和泰国获批治疗鳞状非小细胞肺癌 (sqNSCLC)。目前，该产品已成功在近40个国家和地区获批上市，覆盖全球近半数人口。H药头对头阿替利珠单抗一线治疗ES-SCLC的美国桥接试验也将于近期完成全

部患者入组，计划于2026上半年向FDA递交生物制品许可申请 (BLA)。

公司乳腺癌领域的核心产品汉曲优® (曲妥珠单抗，美国商品名：HERCESSI™，欧洲商品名：Zercepac®) 是中国、欧盟、美国获批的“中国籍”单抗生物类似药，2025年上半年共计实现产品全球销售收入14.442亿元。业绩期内，汉曲优®在墨西哥等国家获批，累计在全球50多个国家和地区获批上市。针对HER2阳性乳腺癌治疗，复宏汉霖强化辅助治疗药物汉奈佳® (奈拉替尼) 与汉曲优®形成序贯治疗方案，以降低早期患者复发风险；同时，公司自研的帕妥珠单抗生物类似药HLX11已获中美欧监管机构受理上市申请，有望于下半年在美国获得批准。聚焦这一疾病领域，公司持续打造更完善的创新产品矩阵，新型内分泌疗法索昔芬片HLX78、新表位抗HER2单抗HLX22、HER2 ADC HLX87、早期潜力分子KAT6A/B靶向小分子抑制剂HLX97及LIV-1靶向ADC HLX41正在加速布局。

在更多疾病领域，公司与亿胜生物合作开发的重组抗VEGF单抗HLX04-O治疗湿性年龄相关性黄斑变性 (wAMD) 已于2025年8月在中国获上市注册申请 (NDA) 受理，为公司首款申报上市的眼科产品。地舒单抗生物类似药HLX14用于治疗骨质疏松症等的上市注册申请已获得美国、欧盟和加拿大受理，有望于2025年下半年获得批准。

2025年上半年，复宏汉霖多款核心产品通过战略合作加速拓展全球主要市场，进一步提升公司国际影响力与商业转化能力：与Abbott签署协议，授予其在亚洲、拉美等69个国家和地区独家或半独家开发及商业化四款生物类似药和一款生物创新药；与Dr. Reddy's达成HLX15 (抗CD38抗体) 授权，覆盖美国及欧洲共43个国家和地区；与Lotus就抗PD-1单抗H药在韩国多项适应症达成独家商业化和半独家开发合作；与Sandoz签署协议，授予其HLX13 (抗CTLA-4抗体) 在美国、欧洲、日本、加拿大及澳大利亚的独家商业化权益。

2025上半年，公司基于在生物制药领域积累的先进技术和丰富资源，不断夯实集药品研发、临床、生产、质量、药政与商业化一体化的国际化创新生物制药平台。截至目前，复宏汉霖已在全球范围内完成800余项药政注册申请，并获得600余项批准，覆盖中国、美国、欧盟、加拿大、印尼和日本等多个国家和地区，并在美国、欧盟、东南亚、日本等国家和地区开展国际多中心临床试验，加速产品全球化进程。

业绩期内，复宏汉霖持续提升生产与质量管理体系建设。松江基地欧盟GMP再下一城，2025年7月通过比利时联邦药品和保健产品管理局核查。2025年8月，复宏汉霖松江基地 (二) 项目一期顺利通过竣工验收，为复宏汉霖产能战略布局再添重要

一环。

截至目前，公司商业化GMP生产批次超过1150批，实现全球产品常态化供应，覆盖中国、东南亚、欧洲及拉丁美洲等；公司商业化生产基地及配套的质量管理体系已通过近100项由各国药监机构和国际商业合作伙伴进行的多项实地核查及审计，获得中国、欧盟、美国及多个PIC/S成员国 (印尼、巴西) GMP认证。

创新跃迁打开增长天花板

2025年上半年，公司持续贯彻创新驱动的发展战略，在前沿技术平台领域加速突破，引领创新管线爆发式增长，HLX43、HLX22、H药 汉斯状®等核心创新产品皆取得全球开发里程碑进展。

PD-L1靶向ADC HLX43是潜在BIC的广谱抗肿瘤ADC。2025年上半年，HLX43 I期首次人体临床研究数据在2025 ASCO 年会上首次读出，在非小细胞肺癌 (NSCLC)、胸腺鳞癌 (TSCC) 等实体瘤中展现出“高效、低毒”的治疗潜力，且对于鳞状/非鳞状NSCLC，有无EGFR突变、有无脑/肝转移、PD-L1阳性/阴性的NSCLC患者人群都显示出优异疗效，不依赖生物标志物筛选。

目前，公司正全力推进HLX43在NSCLC中的国际多中心II期临床研究，累计获得中、美、日、澳等国家药监机构的临床许可，并在中、美两国完成首例受试者给药。同时，HLX43作为全球首个布局胸腺癌 (TC) 的PD-L1 ADC，已在美国等地获得该适应症的临床试验许可，计划于近期启动国际多中心临床研究，加速填补这一罕见高侵袭癌种 ADC治疗的空白。此外，公司同步推进该产品在更多实体瘤，包括宫颈癌、肝癌、食管鳞癌、头颈鳞癌、鼻咽癌、结直肠癌、胃/胃食管结合部癌等癌种中的II期临床研究，持续挖掘其治疗潜力。单药之外，HLX43联用其他产品的临床试验也正在进行中，进一步探索“ADC+IO”的协同抗肿瘤疗效。

新表位HER2单抗HLX22头对头对比一线标准疗法 (曲妥珠单抗+化疗±帕博利珠单抗) 治疗HER2阳性胃癌的国际多中心III期临床研究 (HLX22-GC-301) 稳步推进，已在中国、美国、日本、澳大利亚和韩国完成首例受试者给药，研究不限PD-L1表达人群，致力于突破当前HER2阳性胃癌一线治疗的临床局限。同时，HLX22的研发潜力获得国际监管机构高度认可，于上半年相继被美国食品药品监督管理局 (FDA) 及欧盟委员会 (EC) 授予孤儿药资格认定 (Orphan Drug Designation, ODD)，用于胃癌的治疗，进一步彰显其临床价值和全球开发前景。

此外，HLX22联合汉曲优® (曲妥珠单抗，美国商品名：HERCESSI™，欧洲商品名：Zercepac®) 治疗HER2阳性胃癌II期临床研究 (HLX22-GC-201) 更新结果于

2025年美国临床肿瘤学会 (ASCO) 发布，数据显示经过长期随访 (中位随访周期超2年)，HLX22在HER2阳性胃癌治疗中依然展现出稳定的疗效获益，远超历史数据，为III期研究提供坚实数据基础。

聚焦肺癌和消化道肿瘤领域，复宏汉霖持续推进自研抗PD-1单抗H药的全球临床开发。肺癌领域，H药治疗小细胞肺癌的日本和美国桥接试验、及H药联合化疗同步放疗用于局限期小细胞肺癌 (LS-SCLC) 的国际多中心III期临床正在同步开展，其中LS-SCLC的III期临床已完成患者入组，为后续海外注册申报奠定基础。消化道肿瘤领域，H药联合化疗新辅助/辅助治疗胃癌III期临床研究以及H药联合贝伐珠单抗联合化疗用于一线治疗转移性结直肠癌 (mCRC) 患者的国际多中心临床研究 (ASTRUM-015) III期研究皆完成患者入组。

业绩期内，H药20余项肺癌和消化道肿瘤领域关键注册性临床研究、IIT以及真实世界研究最新结果相继入选ASCO GI、ELCC、IGCC、ASCO和WCLC等国际学术大会，并获登Cancer Immunology, Immunotherapy和Cancer Communications等学术杂志，广获权威认可。其中，H药联合化疗一线治疗ES-SCLC的III期临床研究 (ASTRUM-005) 研究结束分析首次发布于2025 ASCO，四年OS率达到21.9%，验证其长期生存获益。

全力推进爆款分子价值释放的同时，公司深耕未满足的临床需求，扩充高潜力分子组成的早期管线梯度储备，为中长期高质量发展注入强劲动能。

业绩期内，公司持续搭建与优化具有全球竞争力的创新研发平台，包括拥有自主知识产权的ADC技术平台Hanjugator™、三特异性T细胞衔接器 (T Cell Engager, TCE) 平台、及一站式抗体药物早期研发平台HAI Club、自主搭建的模拟计算平台HAI PBD，不断提升创新研发的转化效率与成功率。

与此同时，公司立足于抗体领域积累的核心技术优势，在靶点覆盖广度与分子多样性维度取得持续突破，加速推动潜在FIC的人唾液酸酶融合蛋白HLX79、较现有CD47靶向疗法更具安全性优势的新型SIRPα-Fc融合蛋白HLX701、创新抗PD-L1/VEGF双抗HLX37、潜在BIC的KAT6A/B口服小分子抑制剂HLX97、基于TCE平台开发的DLL3xCD3xCD28三抗TCE HLX3901、STEAP1xCD3xCD28三抗TCE HLX3902、基于Hanjugator™开发的EGFRxcMET双抗ADC HLX48、及潜在FIC的B7H3-唾液酸酶融合蛋白HLX316等潜力创新分子的开发进程。

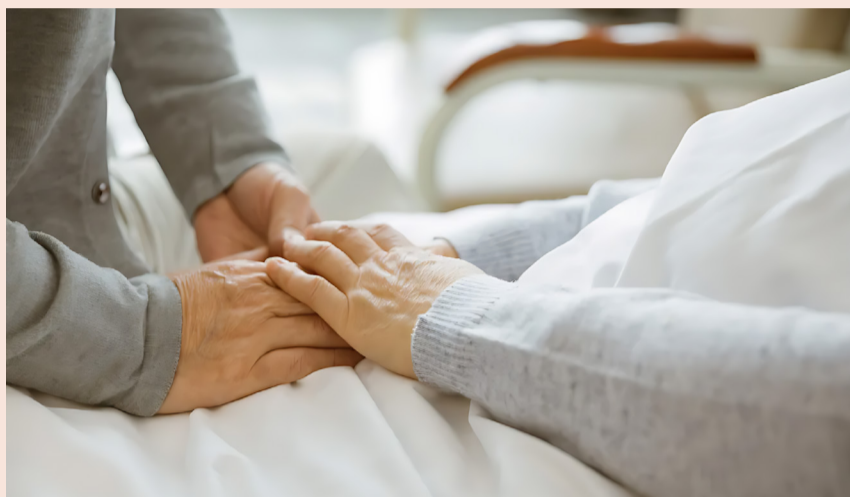
展望未来，复宏汉霖将持续贯彻“以患者为中心”的理念，加速全球化纵深布局，驱动创新成果高效落地，不断夯实产品全球供应与质量体系，以更多、更高质量的创新成果惠及全球患者。

全球首个! 复宏汉霖 HLX43 将于美国启动全球多中心临床研究 布局胸腺癌治疗

◎文| 陈迪

近日,复宏汉霖宣布,公司创新型程序性死亡-配体1(PD-L1)抗体偶联药物(ADC)注射用HLX43已获得美国食品药品监督管理局(FDA)批准,开展一项涵盖胸腺癌(TC)患者队列在内的I期临床试验,加速惠及更广泛的实体瘤患者。此前,HLX43已获批于中国、美国、日本、澳大利亚等地开展治疗晚期非小细胞肺癌(NSCLC)的国际多中心II期临床研究。全球尚无同类靶向PD-L1的ADC产品获批上市,HLX43为全球首个进入临床II期的PD-L1 ADC。

胸腺癌(Thymic carcinoma)是一种起源于胸腺上皮的罕见恶性肿瘤,约占所有胸腺上皮肿瘤的14%-22%。该疾病呈现侵袭性特征,如局部浸润、胸内淋巴结和远处转移,且预后较差。其病理亚型以鳞状细胞癌(squamous cell carcinoma)为主,占比约70%,其次为淋巴上皮癌、未分化癌等[3]。流行病学研究显示,该疾病中位发病年龄为50-60岁,全球年发病率稳定在0.15/10万,但近年诊断率呈上升趋势。对于早期局限性胸腺癌,手术切除是首选治疗方法。对于晚期或复发转移患者,一线治疗主要为联合化疗方案,二线治疗包括化疗、靶向治疗、免疫治疗等系统治疗。但现有治疗



方案存在各种局限,如缺少驱动基因、耐药机制复杂、不良反应严重等,且整体疗效有限,亟待更加安全且有效的新型治疗方案。

HLX43是一款靶向程序性死亡-配体1(PD-L1)的广谱抗肿瘤ADC候选药物,由全人源IgG1抗PD-L1抗体与创新连接器-拓扑异构酶抑制剂荷载偶联而成,药物抗体比(drug-to-antibody ratio, DAR)约为8。HLX43兼具毒素精准杀伤(ADC)和肿瘤免疫治疗(IO)的复合功能:其毒素不

仅能够藉靶点内吞进入肿瘤细胞后进行释放,并在肿瘤微环境中释放后借助旁观者效应进入肿瘤细胞,阻断DNA复制,从而导致肿瘤细胞凋亡;此外,HLX43的PD-L1靶向抗体可激活免疫调节机制,发挥协同抗肿瘤效应。HLX43的I期临床数据展现出令人鼓舞的初步疗效和安全性,对鳞状/非鳞状NSCLC,有无EGFR突变、有无脑/肝转移、PD-L1阳性/阴性的NSCLC患者都展现了优异的治疗潜力。值得关注的是,

HLX43在胸腺鳞状细胞癌(TSCC)患者人群中展现了优异的疗效数据,75%的胸腺鳞状细胞癌患者达到部分缓解(3/4名, ORR = 75%)。该I期研究数据在2025年美国临床肿瘤学会(ASCO)年会上首次发布,并将于2025年世界肺癌大会(WCLC)以壁报形式进行更新,由该研究的主要研究者,中国医学科学院肿瘤医院王洁教授在壁报导览环节发布。

目前公司正在全力推进HLX43临床开发进程,积极探索其在多种实体瘤中的治疗潜力,包括非小细胞肺癌、胸腺鳞癌、肝细胞癌、食管鳞癌、头颈鳞癌、宫颈癌、鼻咽癌等。单药之外,HLX43联用复宏汉霖自研斯鲁单抗(H药 汉斯状®,抗PD-1单抗)治疗实体瘤的Ib/II期临床试验也正在进行中,进一步探索“ADC+IO”的协同抗肿瘤疗效。HLX43不仅可能克服PD-1/L1免疫疗法不响应或耐药问题,并对化疗、TKI治疗失败的患者都具有潜在疗效,有望为更多晚期/转移性实体瘤患者带来新的治疗选择。

未来,复宏汉霖将加速推动HLX43在全球范围内的研发进程,不断夯实更多创新分子的差异化布局,为更多肿瘤患者带来高质量、可负担的创新治疗方案。

复宏汉霖汉斯状在欧洲与印度先后开出首张处方 迅速实现临床使用

◎文| 韩佳逸

欧洲与印度首张处方先后开出:从“监管许可”走向“临床可及”的关键一步,彰显中国创新药企的全球落地实力;

快速惠及患者:汉斯状在印度上市仅12天,就已有150余位患者接受用药,显示出市场对其临床价值与差异化优势的高度认可;

全球可及版图持续拓展:汉斯状已在近40个国家和地区获批,惠及逾12万名患者,“让高质量生物药惠及全球患者”的愿景正在加速实现。

近期,复宏汉霖自主研发和生产的抗PD-1单抗H药 汉斯状®(斯鲁单抗,欧洲与印度商品名:Hetronifly®)先后在欧洲德国和印度开出首张处方,标志着这款中国原研创新药在欧洲及全球人口第一大国均实现临床使用。这一进展不仅为当地患者带来了新的治疗选择,也彰显了中国创新药企在全球落地的执行力与生命力。

复宏汉霖首席商务发展官兼高级副总裁曹平表示:“欧洲与印度首张处方的开出,意味着汉斯状已在更多海外市场实现了快速落地。我们将始终以解决全球患者的临床需求为中心,持续深化与全球合作伙伴的高效协同,把更多高品质、可负担的创新药物带给更多患者,切实提升其用药可及性,让中国创新真正造福世界。”

Intas全球商务发展与战略高级副总裁Alex Falgas表示:“汉斯状在欧洲和印度开出首张处方,是Accord与Intas的重要里程碑,充分体现了我们将创新疗法快速带给患者的能力。凭借在肿瘤学、市场准入和患者触达方面的深厚经验,我们成功将复宏汉霖的科学创新转化为这两大关键市场的可及治疗方案。这一成果进一步巩固了Accord与Intas作为全球值得信赖合作伙伴的地位,并彰显了我们致力于提升高质量、改变生命的药物可及性的承诺,为患者生活带来切实改变。”

欧洲与印度首张处方开出 迈出临床可及关键一步

2025年上半年,汉斯状先后获得欧盟委员会(EC)和印度中央药品标准控制组织(CDSCO)批准,用于一线治疗广泛期小细胞肺癌(ES-SCLC)成人患者,成为首个在上述地区获批上市、用于该适应症的抗PD-1单抗。近期,德国与印度也先后开出了H药的首张处方。汉斯状在欧洲和印度的顺利落地,得益于复宏汉霖与合作伙伴Intas及其子公司Accord Healthcare的高效协作。作为区域市场商业化主导方,Intas与Accord Healthcare分别负责印度和欧洲市场的准入、定价与

渠道部署,复宏汉霖提供全链条生产与跨境供应支持。

根据欧洲肿瘤内科学会(ESMO)临床获益量表(MCBS),汉斯状在ES-SCLC的治疗中获得了4分——这是目前该适应症已评估药物中的最高分,充分证明了其在改善生存和生活质量方面的显著临床获益。该评分是基于国际多中心III期临床研究ASTRUM-005的结果。该研究的最终分析结果已在2025年美国肿瘤学会(ASCO)年会上公布。长期随访数据显示(中位随访时间42.4个月),汉斯状组4年OS率达21.9%,对照组为7.2%,且安全性可控。

全球战略 持续拓展创新药可及版图

作为复宏汉霖全球化战略的代表产品,汉斯状是全球首个获批一线治疗ES-SCLC的抗PD-1单抗,目前已在中国、英国、德国、印度、印度尼西亚、新加坡等近40个国家和地区获批上市,惠及逾12万名患者,并先后获得美国食品药品监督管理局(FDA)、欧盟委员会(EC)、瑞士药品监督管理局(Swissmedic)授予的孤儿药资格,并获韩国食品药品安全部(MFDS)授予用于ES-SCLC的孤儿药资格。与此同

时,公司正积极推进H药在全球更多市场的注册与临床布局。在美国和日本,汉斯状分别在开展对比一线标准治疗的桥接试验,以进一步支持其上市申报。

此次汉斯状欧洲和印度首例处方的落地不仅标志着公司首款自研自产创新药在主流生物药市场完成“从研发到获批、从上市到使用”的全链条闭环,也为公司后续多款创新产品的国际化提供了可复制经验。目前,公司正积极协同合作伙伴,推动H药在更多国家及地区的准入和处方覆盖,加速实现“让高质量生物药惠及全球患者”的愿景。



中国生物药跨越国界传递希望

中国日报双语新闻以《为“她”而来，中国生物药跨越国界传递希望》为题报道了一位来自葡萄牙的乳腺癌患者的真实案例故事，深入分析中国生物药出海企业复宏汉霖如何通过持续创新、卓越运营，让“中国方案”出海惠及全球医疗。

复宏汉霖深耕乳腺癌领域，从首个中国曲妥珠单抗汉曲优，到强化辅助治疗奈拉替尼领导品牌汉奈佳，再到覆盖更广分型与治疗阶段的创新布局，惠及全球超过26万患者。

“复宏汉霖在国际市场上的成功，也证明了中国生物制药企业具备与国际巨头竞争的硬实力。这不仅是中国生物药行业的骄傲，更是全球医疗健康领域的福音。”

以下内容编译自报道原文。

一个患者的自述：不仅仅是生存，更要生活

Rita是一个来自葡萄牙的乳腺癌患者，她曾一度担心无法看到女儿长大。而如今，她的生活逐渐回归正轨，曾经遥不可及的梦想正成为现实。

作为一个母亲，也是一个乳腺癌患者。Rita曾经和女儿在一起过着幸福快乐的生活，但是突如其来的疾病打破这个宁静祥和的家庭。随着时间的推移，病痛不断折磨着Rita。她的消化系统、免疫系统都受到严重影响，甚至她曾一度无法行走超过50米。医院的化疗折磨着她的身体；手术后的伤疤和女儿的难过也对她的心理造成了极大程度的打击。

但是，她并没有因为身心上的痛苦和折磨而放弃，她决定勇敢面对所有的一切，因为她深爱着自己的女儿，也深爱着自己的生活。经过18次靶向治疗，Rita逐渐感觉身体好了起来。同时，她也通过写日记为自己的



心理和情绪找到了出口。这次经历给Rita带来了巨大的改变，她意识到自己不能活在焦虑和压力之中。人生不仅仅要生存，更应该好好生活。

Rita的经历只是千千万万乳腺癌患者的缩影。对于她们而言，治疗不仅关乎延长生命，更关乎如何更好地生活。随着乳腺癌发病率的持续上升，这一疾病已成为全球公共健康的重要挑战。在这一背景下，提升治疗手段的创新与可及性，正成为全球医疗体系关注的重点。在这场全球性的努力中，中国生物制药企业也正在积极参与，并逐步展现出越来越重要的作用。

乳腺癌：全球正在面临的挑战

乳腺癌是全球女性健康面临的重大挑战之一。据世界卫生组织（WHO）统计，乳腺癌目前已成为全球女性最常见的癌症，每年新增病例超过200万例，且发病率呈现上升趋势。这一疾病不仅对患者及其家庭造成

了沉重的负担，也对全球医疗系统造成了严峻的挑战。

国产生物药走向国际

在这样的挑战下，中国的生物制药行业迎来了前所未有的发展机遇。近年来，中国医药企业在全世界舞台上频频获得认可，彰显出强大的研发能力和质量保障。作为国产生物药出海的代表之一，复宏汉霖正以其卓越的创新能力和国际化视野，为全球患者带来福音。

复宏汉霖：深耕乳腺癌领域，关爱患者更关注社会

复宏汉霖是一家总部位于上海、面向全球的国际化创新生物制药公司。它在乳腺癌领域深耕多年，有着丰富的经验储备和专利技术，公司在持续构建覆盖疾病全周期的治疗体系。从围手术期到后线治疗，针对不同

分子分型提供个性化治疗方案。

除此之外，复宏汉霖积极投身公益事业，秉持“不让一个乳腺癌患者落下”的初衷，既为患者提供切实帮助，也带动社会各界共同关注肿瘤防治事业，助力“健康中国”建设。近年来，公司携手基金会、患者组织等各方机构，在北京、上海、云南、甘肃等多地开展乳腺癌防治公益项目，推动优质医疗资源走向全国各地。

其中，“优医相助-乡村医疗关爱公益行”自2020年启动以来，持续为偏远地区居民提供乳腺癌等肿瘤疾病义诊，切实提升基层医疗可及性；2022年推出的“赋时光予生命”——肿瘤患者关爱公益项目，则重点关注肿瘤患者心理健康需求，通过心理关怀和社会支持，帮助患者和家庭重建抗癌信心、走向身心康复。

“中国方案”出海惠及全球医疗

中国生物药企在乳腺癌等领域的全球发展，不仅展示了中国生物制药行业的潜力，也成为中国高端制造产业的一个缩影。复宏汉霖作为中国生物药出海企业之一，它通过持续创新、卓越运营，将优质的治疗方案惠及全球患者。其在国际市场上的成功，也证明了中国生物制药企业具备与国际巨头竞争的硬实力。这不仅是中国生物药行业的骄傲，更是全球医疗健康领域的福音。



扫码看视频

乳腺癌护城河再升级，复宏汉霖引进启德医药临床 III 期创新 HER2 ADC

近日，复宏汉霖宣布与启德医药科技（苏州）有限公司达成战略合作。根据约定，复宏汉霖将获得由启德医药开发的创新HER2靶向抗体偶联药物（ADC）GQ1005在中国及特定海外国家和地区开发和独家商业化权益。目前，该药物处于III期临床研究阶段，拟用于治疗HER2阳性乳腺癌。

复宏汉霖首席商务发展官兼高级副总裁曹平表示：“作为乳腺癌治疗领域的领导品牌，复宏汉霖持续推动治疗创新与临床突破。目前，公司乳腺癌治疗核心产品已在全球50多个国家和地区获批上市，此次合作将进一步完善公司乳腺癌全程全域治疗生态，夯实我们在该领域的领先优势。期待这款创新药早日造福患者，为更多生命带来希望。”

启德医药创始人、董事长秦刚博士表示：“我们非常高兴与复宏汉霖达成合作，既是基于对GQ1005临床价值的高度共识，也是中国生物医药行业顶尖资源的强强联合。复宏汉霖在肿瘤药物临床开发与商业化

领域的丰富经验与深厚积淀，与启德医药在ADC领域聚焦深耕形成的技术优势结合，将实现深度协同发力，为广大HER2肿瘤患者提供优质、安全、有效的创新产品，打造重磅国民基石性药物。”

GQ1005是启德医药基于独创的酶促定点偶联技术开发的靶向HER2的创新ADC药物，通过稳定可裂解的开环连接子将拓扑异构酶I抑制剂与抗HER2单抗偶联而成。该药物采用高透膜性拓扑异构酶抑制剂作为有效载荷，具有强效旁观者杀伤作用，同时结合独特、稳定的连接子设计降低全身毒性，实现疗效与安全性的平衡。临床前研究显示，GQ1005在多个肿瘤细胞系异种移植模型中展现出与德曲妥单抗相当的抗肿瘤活性，且安全性优势明显。

未来，复宏汉霖将持续深化乳腺癌领域创新布局，通过多元化的产品组合和全球化的临床开发，为患者带来更多突破性治疗方案，创造更大的临床价值和社会效益。

眼科领域突破！复宏汉霖贝伐珠单抗 HLX04-O 眼科适应症国内上市申请获受理

2025年8月13日，复宏汉霖宣布，公司与亿胜生物合作开发的重组抗血管内皮生长因子（Vascular endothelial growth factor, VEGF）人源化单克隆抗体注射液HLX04-O用于湿性年龄相关性黄斑变性（wet age-related macular degeneration, wAMD）的上市注册申请（NDA）获国家药品监督管理局（NMPA）药品审评中心受理。截至目前，中国境内上市的贝伐珠单抗产品暂无wAMD适应症获批。

HLX04-O是复宏汉霖利用基因工程技术构建的一款重组抗VEGF人源化单克隆抗体注射液，能够特异性结合VEGF，阻断VEGF与内皮细胞上的受体Flt1（VEGFR-1）和KDR（VEGFR-2）结合，抑制其酪氨酸激酶信号通路的激活，进而抑制内皮细胞增生，减少新生血管生成，从而实现wAMD等血管增生眼部疾病的治疗。根据眼科用药需求，公司在贝伐珠单

抗汉贝泰®的基础上保持活性成分不变，对方剂、包装材料、规格和生产工艺等进行优化，开发了新的眼科制剂产品HLX04-O。可比性研究表明生产工艺和制剂处方的变更对药物制剂的质量、安全性和有效性未产生不利影响。

本次HLX04-O的上市注册申请主要基于一项比较玻璃体内注射（IVT）HLX04-O与雷珠单抗治疗wAMD的多中心、随机、双盲、阳性对照的非劣效III期研究（NCT05003245）。2025年4月，该项III期临床研究达到主要研究终点。研究结果显示，HLX04-O组第48周最佳矫正视力（BCVA）较基线改善的平均字母数变化非劣于雷珠单抗组。HLX04-O安全性良好，未观察到新的安全信号。除NCT05003245外，公司亦就HLX04-O同步开展了一项国际多中心III期临床研究（NCT04740671），并在中国、澳大利亚、欧洲和美国等国家和地区入组受试者。

复锐医疗科技 2025 年中期业绩 注射填充释放增长动能，AI 赋能能量源业务 增强战略韧性

◎文| 方前厉

上半年公司保持核心市场韧性增长，注射填充业务强劲放量，盈利能力受战略投入阶段性影响

■ 收益为165.5百万美元，较去年同期下降1.9%

■ 注射填充业务实现收益14.4百万美元，较去年同期显著增长218.1%

■ 国际市场收益为108.9百万美元，较去年同期增长7.1%。其中，亚太地区较去年同期增长17.6%

■ 毛利率由去年同期的62.4%降至本报告期的60.0%，主要由于产品组合战略性倾向成本更高的专业级及精密的高端产品，以及北美收益占比下降

■ 经调整净利润为12.0百万美元，较去年同期下降28.1%

■ 注射填充业务218.1%增长，达希斐中国上市倒计时：全球多品类、多区域布局驱动，业务强劲放量，形成公司第二增长曲线

■ 亚太市场同比增长17.6%：泰国与韩国表现突出，中国本地闭环生态建设夯实长期增长基础

■ AI联合治疗生态首发：Alma IQ智能影像设备与AI个性化护肤系统Universkin by Alma协同落地，打造“诊断+治疗”一体化模式，加速全球商业化渗透

持续激活能量源市场潜能，融合AI布局联合生态产品，立足创新前沿

多年来，公司坚持构建“技术储备-临床验证-全球覆盖”三位一体的硬科技壁垒。报告期内，公司以创新驱动市场渗透，旗下Alma Accent Prime能量源设备获《自然科学报告》权威认证其非侵入式减脂功效，进一步强化技术话语权。该认证巩固了公司在非侵入式减脂领域的领先地位，有望推动全球销售渗透。

同时，Alma Harmony带动Harmony系列产品不断释放长尾价值，创造超预期市场需求，加强复锐医疗科技作为先进美学和综合解决方案全球领导地位。



此外，公司前瞻性推进AI人工智能与产品的战略融合，打造智能医美生态联合：

1) 推出革命性智能影像设备Alma IQ，通过皮下高清影像实时高清解析重塑决策流程与医美咨询体验，全球上市即引发热烈反响；2) 在北美首发AI驱动创新护肤系统Universkin by Alma，实现“影像采集-智能分析-定制配方”60秒极速服务，开创个性化护肤新范式。

两大创新生态产品形成“治疗+诊断”的协同矩阵，通过AI赋能，从单一治疗向全流程解决方案升级，拓展联合治疗与服务的生态边界，巩固公司在医美创新领域的战略高地。

释放第二增长动能，布局全球注射填充业务，强势驱动未来发展

公司以全球化视野全面激活注射填充第二业务增长动能，依托多元化产品矩阵强势推进注射填充业务布局。报告期内，该业务实现218.1%的强劲增长，标志着公司从技术储备到全球化商业落地的战略升级，逐步迈入收获阶段。期间，公司不仅加速新一代透明质酸复合体Profhilo于泰国市场深耕，打造其为市场标杆产品，迅速实现销售效能与盈利能力显著提升。同时，全面提速各注射填充产品商业化进程：1) 推动长效A型肉毒素产品达希斐的商业化进入倒计时，拟于2025年下半年于中国大陆上市；2) 为多用途注射填充Revanesse系列产品在

英国、德语区及澳新市场的商业化构建专业团队，夯实本地化运营；以及3) 与战略合作伙伴Hallura推动HA和生物刺激剂组合产品的商业化落地，形成多品类、多区域的产品矩阵。

基于全球多个主要市场的商业化基础建设和管线产品持续市场渗透，公司为注射填充业务的发展和放量奠定坚实基础，也将进一步强化其在全球医美领域的生态化竞争优势。

从全球化到区域深耕，为全球本土化奠定基础

从全球直销扩展到全球本土化发展，从规模化扩张转向深度本土化运营，公司进入“全球资源+本土智慧”的双向赋能阶段，通过核心市场深耕与本地化全价值链能力建设，释放高质量增长潜力。依托北美与亚太两大战略支柱市场，公司通过深度本地化运营策略，将全球资源与本土市场洞察及需求高效对接，扩大公司整体增长潜力。

报告期内，亚太市场延续强劲增长势头，实现同比17.6%的增幅，泰国与韩国市场表现尤为突出。公司同时加速整合中国核心运营体系，着力构建集研发、生产、商业化于一体的本地闭环生态，不仅为毛利率提升与供应链韧性夯实长期基础，也推动直销市场升级为区域创新引擎。随着“全球本土化”战略的深入推进，公司正通过“全球

准+本地创新”的融合模式，持续释放高质量增长动能，助力企业迈向全新发展高度。

展望2025年下半年，复锐医疗科技预计收益与净利润将同步实现强劲增长。公司将以全球视野和本土深耕为导向，持续深化“全球本土化”战略布局，以北美和亚太两大核心市场为支点，通过区域化创新与生态协同共振，构建差异化竞争优势，提升业务质量与市场份额。

在北美市场，公司将依托技术领先优势，加快重磅新品的渗透与放量，特别是推动Alma IQ与Universkin by Alma在联合治疗领域的应用落地。

在亚太市场，公司将加速长效肉毒素达希斐在中国大陆上市进程，并聚焦Revanesse与Profhilo等核心注射填充产品在重点市场的放量突破。同时推进“钛提升”及“普娜提”能量源设备在中国市场的上市及放量进程，强化在高端美学领域的竞争优势，构建产品矩阵、技术创新与生态协同的合力，驱动高质量可持续增长。

复锐医疗科技董事长兼执行董事刘毅先生表示：“我们正加速构建‘技术创新-生态布局-全球本土化’三位一体的发展格局，以达希斐在中国大陆上市为重要支点，协同全球多款注射填充产品，打造公司第二条强劲增长曲线。通过AI融合与材料创新不断拓展医美产品与服务的边界，并以本土化全价值链能力和多中心生产布局提升供应链韧性。未来，我们将持续优化资源配置，释放生态协同效应，构建更具竞争力的医美生态平台。”

复锐医疗科技及Alma首席执行官Lior Dayan先生表示：“2025年上半年，复锐医疗科技进一步巩固了我们作为医疗美容全方位美丽健康生态建设领域的领导地位。依托人工智能驱动的创新技术与持续迭代的科技突破，我们不断精进和完善。通过升级智能基础设施，不仅为客户创造更高价值，更提升了患者的诊疗体验。与此同时，加速推进产品的商业化进程、本土化运营能力，并强化供应链体系，推动我们在全球核心市场取得卓越业绩表现。”他补充道：“全球化的业务布局使我们能够从容应对区域市场挑战，坚定投入增长计划，并为实现长远的行业领导地位奠定坚实基础。”

复拓知达：AI-AR 定位让手术精准如“开导航”

6月底，复拓知达自主研发生产的JediVision肺结节标记物放置定位设备（以下简称“JediVision”）正式获批上市，创新融合AI+AR技术，首次在普通外科手术室实现AI-AR导航下肺结节定位。截至目前，复拓知达JediVision已在上海、四川、江苏、江西、陕西、广西等全国多个省市开展大规模临床应用，其卓越性能与显著临床价

值获得医疗界的广泛认可。

作为全球首创AI-AR肺结节标记物放置定位设备，JediVision也吸引了众多权威媒体的关注。近日，JediVision及其配套标记物获央视财经《中国好医生》、《浦东时报》的深度聚焦，报道其通过超微创、超精准的技术特点，推动肺结节术中定位手术迈向新阶段，引发行业的高度关注与热烈讨论。

作为复拓知达3A（AI-AR-AT）手术解决方案的核心产品，JediVision融合人工智能、增强现实与新质器械技术，是AI赋能精准医疗的典型落地成果。它与已获批的医学影像处理软件、一次性定位标记物配合，构建起完整的手术导航体系。

“AI-AR导航准不准？和三维重建技术有何区别？”这是业界普遍关注的问

题。复拓知达创始人孙非解释：三维重建是将二维CT数据转为三维影像，如同“看地图”，但复杂情况下仍可能“走错路”；而JediVision通过自研算法和AI模型，能将术前CT结节位置转化为麻醉后的实际位置，再通过AR设备叠加到患者身体上，同时实时追踪手术器械，相当于让医生术中“开导航”，大幅提升手术精准度与安全性。

2025.08.31

快乐 HAPPINESS

豫园股份 2025 中期业绩： 核心业务企稳复苏，加速结构调整 把握消费新机遇

◎文 | 陶宁宁

8月25日晚，豫园股份（上海豫园旅游商城（集团）股份有限公司，股票代码：600655.SH）发布2025半年度报告，在外部消费环境的复杂变局及行业压力之下，公司主动调整应变，以瘦身健体、聚焦主业的发展策略积极应对，注重降本增效，公司整体运营平稳健康，核心业务板块发展质量稳步提升。

业绩报告显示：2025年上半年，豫园股份营收191.12亿元，归母净利润6300万元。在手货币现金充沛，达117.9亿元，较上年末增长10%；经营性净现金流22.8亿元，同比增长71%；资产负债率68.18%，处于安全合理水平。

公司进一步降本增效，管理费用同比下降18%。融资渠道更为多元化；公司旗下豫园珠宝时尚集团继去年底成功引入36名外部投资者并获7.7亿元融资后，今年6月再度引入两大投资方，并获10亿元融资。

公司核心业务在经历周期性波动后，正逐步构建新的增长平衡点，经营情况呈现企稳复苏态势、市场信心出现温和修复特征。珠宝板块作为公司核心业务，正积极修复结构性调整带来阵痛，目前已初步出现筑底回升趋势，给予未来发展信心；上半年，珠宝时尚板块营收128亿元，其中二季度营收76亿元，环比增长47%。商业运营板块，核心项目逐渐释放积极效应，豫园商城上半年客流近2000万人次，商圈GMV同比上升55%。

豫园股份董事长兼总裁黄震表示：“当前，宏观经济环境复杂多变、市场竞争格局持续深化，豫园股份的结构调整也已经进入消化整合与能力提升的关键阶段，这既是公司主动适配市场趋势、穿越行业周期的必由之路，也将为未来的高质量发展筑牢坚实根基。作为一家植根中国的家庭快乐消费集团，豫园股份将锚定时代发展主线，积极拥抱以新业态、新模式、新场景为核心的“三新”消费浪潮，通过技术创新与模式创新，持续巩固“文化+消费”核心优势，开辟全新的增长空间。同时，我们还将稳步推进全球市场布局，在挑战中坚定前行、在机遇中实现跨越，为客户、股东、行业与社会持续创造价值。”

新业态“破圈” 跨界融合激活年轻消费市场

当前，消费市场正经历前所未有的结构性变革，给包括豫园股份在内的消费企业带来全新考验。在持续推进瘦身健体、降本增效的同时，豫园股份主动调整核心业务，紧密贴合消费市场转型趋势，深度挖掘以新业态、新模式、新场景为代表的“三新”消费需求潜力，力求在变局中抢占先机，实现高质量发展。

在新业态方面，豫园股份积极推动核心业务与二次元等新兴业态跨界融合，加速珠



宝、商业零售等产业的“破圈”发展。公司旗下新中式珠宝品牌老庙首次打破“次元壁”，携手国创动画IP《天官赐福》推出联名系列产品，将老庙的好运文化与《天官赐福》动画中的标志性元素相融合，设计推出黄金手链、金钞、御守等新品，精准触达并满足了喜爱古风的年轻消费群体的需求。老庙与《天官赐福》联名金运礼盒今年6月在天猫首发当天销售破百万，位居IP联名黄金品类TOP1；7月15日老庙与《天官赐福》联名新品正式在线下发售，当日老庙景容楼氛围店外便排起长队，新会员注册人数突破2.5万人。

公司旗下核心文化商业地标豫园商城也首次与哔哩哔哩（B站）的10个头部国创动画IP展开合作，于今年暑假期间举办了为期46天的“豫园夏日奇幻夜 - 国创宇宙漫游季”活动。7月15日活动开幕当天，豫园商圈全天客流累计近16万人次，较平时增长50%以上。活动期间，商圈内多家老字号变身国漫空间，宁波汤团店、上海老饭店分别打造了《天官赐福》《时光代理人》主题餐厅；松鹤楼、春风松月楼推出IP主题套餐；童涵春茶肆则与《凡人》动画深度合作，成功吸引了大量年轻消费者。

豫园股份通过在新业态领域的积极开拓，不仅为自身发展注入新活力，更为传统消费企业拥抱新趋势、实现转型升级提供了极具价值的借鉴样本。

新模式驱动 全球化领航 各赛道加速创新探索

在新模式的探索领域，近年来豫园股份将全球化战略确立为企业发展的关键

新模式并积极践行，持续取得令人瞩目的突破。

继法国豫园灯会圆满收官后，今年6月，豫园灯会再度扬帆出海，于泰国曼谷湄南河畔璀璨亮相，以此献礼中泰建交50周年伟大历史时刻。在6月28日至8月15日的泰国豫园灯会举办期间，吸引了超过400万人次全球观灯者，同时在海外社交媒体上收获如潮好评，全球传播声量高达近12亿，既有力推动了中国文化在世界范围内的传播，也为公司全球化布局打下基础。

海外豫园灯会的成功举办，如同一股强劲的东风，激发了豫园股份旗下各产业及品牌探索出海的热忱。今年4月，公司旗下老字号餐饮品牌松鹤楼在英国伦敦开设首家海外门店，将独具江南韵味的苏式面推向全球市场，开启了豫园餐饮品牌的国际化之旅。珠宝品牌老庙则以免税渠道为突破口，稳步布局海外市场，过去两年相继入驻海口国际免税城、海口日月广场免税店及三亚国际免税城，实现了全球化新模式的首个阶段性成果。预计今年9月，老庙将在中国澳门特别行政区与马来西亚分别开设新店，开启全球化新的征程。其中，马来西亚门店的开设将为老庙品牌深耕东南亚市场筑牢根基。未来，老庙还计划聚焦更多华人聚集的国家，有条不紊地推进出海战略，最终实现老庙的国际化品牌打造。

除全球化这一核心的发展新模式外，豫园股份下属各产业品牌也立足自身特色，积极探索适合自身的创新模式。珠宝时尚板块进一步深耕抖音、快手等新零售平台赛道，上半年新零售业务成绩斐然，累计GMV达17.55亿元。餐饮板块，老字号餐饮品牌尝试轻资产模式的连锁化发展，以轻资产模

式运营的南翔馒头店西南地区首店于4月在成都开业；老字号餐饮绿波廊加速产品与渠道创新，携手上海半岛酒店大堂茶座，推出中西合璧的海派下午茶，为消费者带来全新用餐体验。化妆品板块，WEI蔚蓝之美推进“文旅+美妆”融合的发展新模式，在去年9月在上海豫园商城开设首家文化体验店后，于今年7月在南京老东门历史文化街区开启第二家品牌文旅体验店。表业板块，上海表深度挖掘海派文化与红色文化精髓，在产品端与渠道端同步加紧拓展，不断丰富品牌内涵……豫园股份正是通过多维度的创新模式，在消费转型的大趋势之下，为企业健康发展注入新的动力。

新场景赋能 把握区域性与行业性新机遇

新场景的打造是豫园股份的又一重大发展机遇。目前，串联起豫园商城与BFC外滩金融中心的大豫园片区建设工作正稳步推进，未来，大豫园片区将成为一个集文化、商业、办公、旅游、休闲、娱乐、居住等诸多功能于一体的“超级文化商业综合体”，成为上海消费新场景的全新典范。

在建设启动之际，大豫园片区内的豫园商城也在持续焕新升级，力求在场景呈现上更贴合当下消费者的消费需求。今年7月，豫园商城的核心地标——有着240年历史、被誉为“海上第一茶楼”的湖心亭，完成了历时近2年的保护性修缮工作，正式向公众开放。此次修缮采用“考古级勘察+非遗工艺+现代监测”的创新修复模式，让这座历史建筑在当代消费市场中充分展现出文化内涵与商业活力的双重价值。此外，豫园商城的海上梨园与和丰楼等建筑也在紧锣密鼓地开展焕新改造工作，未来将成为大豫园片区打造消费新场景的点睛之笔。

除了空间的整体构建，豫园股份还通过营造场景氛围与举办丰富多样的活动，为新消费场景赋予更大的商业价值。每年春节和元宵期间举办的豫园灯会，已成为上海新年期间消费场景打造的经典范例。自2023年起，豫园灯会以“山海奇豫记”为主题，连续三年每年吸引约400万客流。2025年蛇年灯会期间，豫园商城GMV达到了9.16亿元，同比大幅增长62%。今年上半年，大豫园片区还通过举办“大豫园嗨FUN趣季”等活动，实现豫园商城与BFC的生态联动，进一步激活了城市地标的商业活力。

值得一提的是，今年3月，上海市人民政府办公厅发布了《关于支持黄浦区建设上海国际珠宝时尚功能区的若干措施》，旨在着力打造黄金珠宝交易集聚地、设计中心、消费中心、融合创新中心、专业服务基地。上海国际珠宝时尚功能区正是以大豫园片区为核心进行打造。未来，上海国际珠宝时尚功能区的稳步推进将有助于大豫园片区消费生态场景的完善与丰富，为豫园股份带来更多区域性与行业性的发展机遇。

46天, 750万人次! “豫园夏日奇幻夜”让年轻人“疯狂”

盛夏的上海, 二次元文化浪潮席卷全城。从BW2025漫展到ChinaJoy 2025, 这座城市被粉丝戏称为“痛城”。

而在传统文旅商地标豫园商城, 一场持续46天的“豫园夏日奇幻夜—国创豫宙漫游季”悄然打破次元壁, 将烟火气的老城厢与时尚潮流的二次元文化深度融合, 变身“痛园”, 日均客流突破16万人次, 总客流预计超750万人次, 35岁以下客群占比超六成, 销售额更是增长显著, 更获评上海首批“夜间经济人气地标”。

这场传统与现代的“破壁共舞”, 不仅重塑了年轻人对文化地标的认知, 更探索出一条文旅商融合的创新路径。

老字号“逆生长”: 联名IP唤醒文化归属感

“冬天的豫园灯会是上海市民耳熟能详的超级IP, 持续至今已有30个年头, 这个夏天, 我们也想给大家, 特别是年轻人带来一些不一样的内容。”上海豫园旅游商城(集团)股份有限公司副总裁胡俊杰介绍, 豫园商城携手哔哩哔哩合作, 引入天官赐福、时光代理人等10个热门国漫IP, 将烟火气的老城厢与时尚潮流的二次元文化跨界融合, 打造“痛园”式文旅商新范式, 重塑年轻群体对文化地标新潮的认知。

漫步豫园商城, 你会发现, 九曲桥、凝晖路、豫园老街等熟悉的场景, 华丽变身国漫的背景和灵感之源。其中, 凝晖路化身动画《天官赐福》中的极乐坊; 豫园老街与《时光代理人》以“时光穿梭”为纽带, 将动画叙事与现实空间紧密缝合; 九



曲桥畔《牧神记》的大墟秘境在激光雾森中流转成灵动画卷, 构筑起一个东方幻想世界……

商城内的老字号, 也成为消费新场景。老庙与《天官赐福》携手推出黄金手绳、转运珠、金沙、御守等联名新品, 并将景容楼文化旗舰店打造出多样化的美陈及互动体验。

“孩子主动要来逛老庙, 我原以为她走错了地方。”市民张女士的惊讶, 折射出老字号转型的惊喜。数据显示, 活动期间老字号关联销售预计达4000万元, 印证了“国创内容+传统技艺”对年轻消费者的

吸引力。

胡俊杰认为, 这种跨界并非简单“蹭热度”, 而是通过文化共鸣建立情感链接: “当《百妖谱》的桃树在九曲桥畔绽放, 年轻人看到的不仅是视觉奇观, 更是传统文化与现代审美的对话。”

“这里不再是‘传统旅游景点’, 而是能拍照、互动、沉浸式体验的‘东方幻想宇宙’。”95后游客小林的话, 印证了豫园的“破圈”成效。活动期间, 商城日均客流超15万人次, 较日常增长超20%, 35岁以下客群占比突破60%, 成为上海夏日最炙手可热的“二次元打卡地”。

夜经济升维: 从“打卡”到“互动”的体验革命

7月15日开幕夜, 豫园瞬时客流达2.7万人次, 《黑神话: 悟空》神曲演唱者者来女、B站百大UP主浑元等登台“星河夜宴”音乐会, 唢呐与电子乐的碰撞引爆全场。这场被网友戏称“全上海年轻人都在豫园”的狂欢, 正是豫园夜经济升级的缩影。

作为上海首批“夜间经济人气地标”, 豫园的转型远不止延长营业时间。作为“夜生活首席执行官”, 胡俊杰持续关注园区灯光方案优化、客流动态管控, 并努力引入常态化市集与餐饮外摆。但他的核心策略更聚焦于“互动体验”: “夜经济要让人愿意出门, 更要留得住人。老字号传承文化精神, 二次元提供潮流表达, 这种跨界联名是未来持续突破的关键。”

豫园商城的蜕变, 是上海城市更新与文化创新的缩影。当二次元文化遇见知名景点, 当老字号拥抱Z世代审美, 传统地标不再是被时间凝固的标本, 而是成为文化传承与创新的试验场。胡俊杰坦言: “城市更新不仅是物理空间的改造, 更是文化基因的重塑。豫园的夏天证明, 传统与现代可以共生, 商业与文化能够共荣。”

如今, 豫园的夏夜依然灯火通明。九曲桥畔的国漫画卷、老字号店内的年轻面孔、市集上此起彼伏的欢笑声, 共同勾勒出一幅“传统不古、潮流有根”的城市夜经济新图景。这场持续46天的奇幻实验, 或许正为更多文化地标的“青春化”突围提供答案。

“全上海的老外在豫园熬夜” 这里变身“不夜城”, 现场“炸裂”

8月29日晚, 恰逢七夕佳节, 豫园商城与国际知名电音厂牌Alter.携手, 于古典园林的环抱之中, 开创性地打造了一场前所未有的室外新风电音乐节。

活动现场, 江南园林的亭台水榭、飞檐翘角与极具现代感的电子脉冲交织共鸣, 千年古韵与未来节拍碰撞融合。光影流转间, 传统建筑轮廓被重新勾勒, 东方生活美学以充满张力的新声态跃动于夜色之中。



“It's crazy!”一位来自意大利的游客兴奋她表示: “以前看过攻略, 也来参观过, 觉得这里是中国的很传统的景点。今天跟着朋友来的, 完全颠覆了我对豫园的印象!”

这场盛宴一直持续至凌晨, 让参与者亲身领略“豫园不夜城”的无穷魅力。这不仅是一次音乐形式的跨界实验, 更是一场贯通时空的文化对话, 为沪上的夜晚注入了浪漫新活力。

BFC 心动开启“外滩比心” 浪漫甜宠企划

浪漫七夕, 让爱栖息, BFC外滩金融中心(下称BFC)迸发甜蜜力量, 为魔都情侣打造甜蜜超标的“外滩比心”浪漫企划: 在江景露台邂逅萌趣猫鼠, 带来浪漫治愈; 以充满艺术感的七夕主题艺术设计展《七彩心桥》勾勒情动夏日; 更有咖啡香气萦绕的市集欢愉与礼遇七夕的惊喜馈赠, 甜蜜加码。值此七夕, 相约爱侣来BFC共享甜蜜, 点亮专属八月的幸福瞬间。

猫鼠真爱花样不断! 汤姆和杰瑞浪漫变装, 点亮BFC南区5楼心动露台, 打造七夕限时打卡胜地。象征爱意的心形气球随心跃动, 融入魔都迷人天际线, 交织出一幅浪漫的动画图景。猫鼠七夕互动不止于此!

七夕主题艺术设计展《七彩心桥》于BFC南区1楼浪漫启幕。展览将童话般的幻想具象为一座令人怦然心动的七彩爱之桥, 每一处色彩都承载着爱的层次与温度, 构筑出一幅“穿越银河、相遇鹊桥”的当代表达。

BFC还联动场内商户打造心动好礼, 为爱侣们铺就甜蜜之旅。从先锋数码到精致珠宝, 从潮流鞋服到奇趣文创, 解锁爱的多元表达。



2025.08.31

快乐 HAPPINESS

复星旅文 2025 年上半年收入创新高 净利润增长超 40%

◎文| 藤国

(2025年8月27日,上海)一复星国际(00656.HK)旗下复星旅游文化集团(以下简称“复星旅文”或“公司”)今日公布截至2025年6月30日止六个月的业绩。报告期内,复星旅文业绩保持稳步增长,收入创历史新高,经调整净利润同比增长超四成。

2025年上半年,复星旅文旅游运营营业额达人民币102.3亿元,较2024年同期增长1.6%;公司收入达人民币95.3亿元,同比增长1.3%,创历史新高。

2025年上半年,在一系列运营增效举措的推动下,复星旅文实现经营利润人民币12.7亿元,同比增长22.4%;经调整EBITDA达人民币24.0亿元,同比增长15.8%;经调整净利润达人民币4.6亿元,同比增长42.0%。

复星国际联席CEO,复星旅文董事长徐晓亮表示:“2025年上半年,尽管全球旅游业仍面临地缘政治与高通胀等不确定性,复星旅文凭借全球化运营与效率优化,依然交出了一份亮眼的业绩答卷。展望下半年,我们将进一步强化全球运营能力,坚定推进轻资产模式与AI应用,加快产品创新与业态迭代,持续进化产品、能力与组织体系,让全球更多家庭的生活因复星旅文的度假产品而更美好。”

Club Med全球业绩再创新高

2025年上半年,在迎来品牌75周年之际,Club Med地中海俱乐部全球营业额再次刷新历史最好成绩,达人民币92.5亿元,同比增长3.8%;容纳能力同比增长1.2%;全球平均客房入住率达69.8%,与2024年同期基本持平;平均每日床位价格达2,021元,同比增长5.1%,彰显品牌溢价能力;经营利润达人民币12.7亿元,同比增



长11.0%。

今年7月,Club Med官方宣布新任总裁兼CEO——法国籍高管Stéphane Maquaire。Stéphane在品牌高端化、数字化转型以及跨国企业管理方面拥有卓越的背景。他将与三位副CEO密切合作,在传承品牌法国根基与核心价值观的基础上,继续强化Club Med的高端定位与全球化拓展的战略。

随着夏季度假及次年雪季需求保持强劲,预期2025年下半年及2026年上半年的预订呈现可持续增长。截至2024年7月5日,录得2025年下半年的累计预订量较2024年同期录得2024年下半年的营业额增长约9%;录得2026年上半年的累计预订量,较2024年同期录得2025年上半年的营业额增长约17%。

国内业务运营能力持续提升

2025年上半年,三亚·亚特兰蒂斯营业额继续维持高位,达人民币7.6亿元;平均客房入住率为88.4%,接待游客约308万人次。得益于海外营销发力,度假区上半年接待境外客群人次同比增长71%。

2025年上半年,三亚·亚特兰蒂斯亦持续推动产品与服务升级迭代。婚宴业态持续新增临海婚礼场景,报告期内承接场次同比大增超5倍。同时,加大对亲子客群产品的投入,报告期内推出“海底小纵队”主题房,助推家庭主题房营业额同比增长43%。7月30日,C秀新版首演,凭借全新的原创剧情与舞台设置,广受观众好评。

太仓阿尔卑斯国际度假区围绕“冰雪+”持续创新业态,上半年实现营业收入人民币

1.0亿元,累计接待游客40万人次,稳居长三角城市冰雪度假市场的引领地位。丽江地中海国际度假区自2024年升级湖区营地品牌“阿美泽AMAZE”以来热度不减,上半年营业额达人民币5,455.1万元,累计接待游客12万人次。未来将继续融合非遗文化、亲子研学与康养疗愈,打造更具差异化的度假场景体验。

轻资产拓展方面,太仓阿尔卑斯国际度假区二期项目已于6月正式开工,将涵盖一座创下五项“世界第一”的室内滑雪场、两家国际化主题酒店以及六大超级娱乐项目,预计2029年6月投入运营。重庆文旅Mall项目已与重庆市政府平台达成合作,将整合全球资源与在地文化,以文旅思维重塑商业空间,创造城市文旅的新物种。

AI创新及应用加速落地

伴随AI技术的快速发展,复星旅文持续推动人工智能在产品与运营端的落地。2025年8月,公司与阿里云达成全栈AI合作,基于通义千问3系列模型共同开发文旅智能体“AI G.O”,旨在优化客户度假的全流程体验并提升运营效率。AI G.O预计将于9月底正式发布,并率先在三亚·亚特兰蒂斯开展试点。

Club Med继续深化AI数字化升级。在客户服务端,G.M Copilot对话助手提供7x24小时即时响应的个性化服务,目前已覆盖巴西、法国、比利时、新加坡、马来西亚等全球12个国家市场,每月处理12,000次对话,自动化率达到30%。在人才管理端,推出G.O Match,利用AI技术优化全球G.O岗位分配流程,每年处理约25,000次岗位安排,显著提升分配效率、精准度及人才满意度。

复星旅文 8 亿欧元银团贷款落地, 彰显资本市场长期信心

◎文| 藤国

2025年7月30日,复星旅游文化集团(简称“复星旅文”)与法国外贸银行、法国东方汇理银行、德意志银行、渣打银行、汇丰银行、法国巴黎银行及法国兴业银行签署8亿欧元银团贷款协议。此次银团贷款的落地,是复星旅文持续优化资本结构、深化全球化布局的重要举措,也进一步彰显了金融机构对复星旅文业务战略和未来发展的高度认可与长期信心。

签约仪式在Club Med地中海邻境·黑龙滩度假村举行,复星旅文高级副总裁、首席财务官、Club Med首席财务官蔡贤安与七家银行代表共同签署协议。复星国际高级副总裁、联席首席财务官张厚林出席并见证本次签约。

张厚林表示:“作为复星全球生态体系中重要的一员,复星旅文旗下业务在近年来全球旅游复苏的背景下表现亮眼。本次银团贷款的成功落地,体现了外资金融机构对旅

文业务韧性、资产质量和发展前景的高度认可。未来,复星国际也将持续加深与金融机构的合作,助力旗下优质企业实现更具竞争力的可持续发展。”

蔡贤安表示:“本次银团贷款的成功落地,不仅进一步提升了公司的资金稳定性和流动性,也为公司在全球范围内的战略拓展提供了有力的金融支持。复星旅文将继续发挥品牌资源整合及全球本土化运营优势,专注家庭客户需求,夯实全球度假版图,迈向全球家庭度假第一品牌的战略愿景。”

银行方面表示,文旅已成为中国新的消费支柱产业。复星旅文作为领先的全球化旅游度假集团,拥有稳健的财务表现、清晰的战略方向和卓越的管理能力,是值得长期信赖的重要合作伙伴,期待未来与复星旅文在文旅与金融产业融合领域展开更深入的合作,携手推动中国文旅高质量发展。



新版 C 秀惊艳问世： 复星旅文打造超级目的地的方法论

◎文 藤国

旅行的动机正在被重新定义。

曾经，人们出发是为了登名山、看大川，沿途的美食、购物不过是点缀；而如今，一场演唱会、一场足球赛，甚至一顿烧烤，都可以成为奔赴一座城市的理由，观光反倒成了它们之外的“顺带”。

旅游的逻辑，正从“观光导向”转向“体验驱动”。当体验成为出发的起点，旅游目的地的打造，也迎来了新的发展机遇。

新版C秀上线 亚特兰蒂斯再造内容引擎

7月30日，三亚·亚特兰蒂斯的主题驻场秀C秀在全新升级后迎来首演，标志着这座国内顶流度假区的“内容引擎”再次焕新。

新版C秀由北京冬奥会闭幕式核心主创黄辉担任总导演，融合人屏互动、仿生机械装置、全域声光电联动等前沿技术，在国内罕见蓄有7000立方米海水的水陆空3D立体舞台上，打造沉浸式的视觉奇观。40米曲面LED巨幕、裸眼3D纱幕、水下花游、高空特技与灯光秀交织，为首演现场近1,300位观众带来极致体验。

作为亚特兰蒂斯倾力打造的原创演艺项目，C秀自2019年2月首演以来已累计演出超3,000场，吸引超100万名观众（超半数为非住店游客），并荣获亚洲旅游大奖、中国旅游大奖、文旅龙雀奖等多个行业奖项，成为三亚标志性体验项目之一。

此次改版的最大亮点，在于其全新的原创剧情、角色和舞台设定。在新故事线中，观众将踏入浩瀚海底世界，与七位个性鲜明、身怀异能的“七海首领”共同展开拯救王国的奇幻旅程。

在这个内容驱动、情绪价值主导的时



代，IP是一切体验创新与迭代的起点。

此次C秀的改版升级，不只是在演艺呈现层面，更为整个度假区的叙事内核带来了一次系统性的升级——将亚特兰蒂斯这一幻想中的海洋古文明，从建筑装饰与空间氛围，延伸到了叙事层面，为未来体验内容提供可延展的故事基础，为亚特兰蒂斯重构了一个崭新的世界观。

事实上，在今年亚特兰蒂斯水世界推出的夜间狂欢活动《第七重奏》中，“七海首领”们已率先“走出剧场”——他们身着华丽服饰亮相舞台，与游客互动表演、才艺展示，迅速点燃现场氛围，尤其受到年轻游客的热烈追捧。

打造多核驱动的超级综合体 持续释放内容势能

C秀的升级只是冰山一角。作为国内度假综合体的标杆，三亚·亚特兰蒂斯自开业

以来，始终以IP为牵引、内容为支点、业态为触点，对旗下各大板块持续进行迭代焕新，构建一个“多核驱动”的超级度假生态，让游客每一次到来都有不一样的惊喜。

水世界：从日间体验到夜场嘉年华。水世界夜场活动不断推陈出新，已成为城市级文旅事件。2025年夏季在水世界造浪池上演的《第七重奏》，融合机械装置、实景歌舞、说唱、互动演出等元素，带来沉浸式节庆氛围，打造出超越度假区本身的流量磁场。

水族馆：从观赏窗口到海洋科普馆。持续引进全球珍稀海洋生物，包括北太平洋巨型章鱼、巨螯蟹、苏眉、草海龙等，打造兼具科普教育、繁育研究与观赏性的“海洋生物博物馆”。

客房：从住宿空间到亲子乐园。在成功推出白鲸主题亲子套房后，今年再度推出《海底小纵队》IP联名房型，构建以动画人物为主角的探险式亲子房体验，强化亲子家

庭复购力。

大环礁湖凭借长达16.5米的亚克力观赏幕墙，已成为国内美人鱼专业选手的打卡圣地，连续四年承办中国美人鱼公开赛，吸引全球选手参赛，赛事影响力持续扩大。

与此同时，在婚礼场景打造上，项目持续拓展临海婚礼布置方案，推动婚宴承办场次实现倍数增长，进一步释放“目的地婚礼”潜力。

餐饮：从度假餐食到环球美食集合地。在标志性的海底餐厅之外，持续引进黑珍珠与米其林级餐厅与厨师，结合本地特色食材，打造高端美食阵列。

内容驱动未来 “IP+多业态+持续迭代” 才是超级目的地的终极形态

开业七年来，三亚·亚特兰蒂斯年平均营业额超15亿元，累计接待游客超3,200万人次，平均入住率始终维持在八成以上。它从来不是一个“有水乐园的酒店”，而是一个不断进化的内容生态系统。

复星旅文也正以三亚·亚特兰蒂斯为样本，逐步建立起“IP驱动+多业态融合+内容迭代”的超级综合体方法论：

以统一的IP世界观串联（如亚特兰蒂斯的海洋叙事）；

以多元内容体验为支撑（演艺、餐饮、娱乐、购物等），以自传播力为增长引擎；

持续迭代各业态体验，提升复购率。

真正的超级目的地，不靠一个爆点，而是每个体验都能成为游客的出发理由。从“一个项目”到“一个世界”，从“网红”到“长红”，复星旅文正在用系统能力重构文旅产业的“内容方法论”。

Club Med 地中海俱乐部全新签约印尼美娜多度假村 拓展东南亚版图

◎文 姜晓琦

2025年8月7日，复星旅文旗下拥有75年历史的全球精致“一价全包”度假先锋品牌——Club Med地中海俱乐部与印度尼西亚酒店业先锋PT Grahata Kreasibaru (GKB) 签署度假村管理协议 (HMA)，宣布备受期待的Club Med地中海俱乐部·美娜多度假村 (Club Med Manado) 即将登陆北苏拉威西省，为地中海俱乐部的东亚及东南亚业务版图再添力作。美娜多度假村预计将于2028年开业。

继1984年开业的Club Med地中海俱乐部·巴厘岛度假村和1997年问世的Club Med地中海俱乐部·印尼民丹岛度假村之后，美娜多度假村是地中海俱乐部在印尼地区布局的第三座度假村。为深化对印尼市场的长期承诺，地中海俱乐部已续签巴厘岛度假村的土地开发使用协议，并计划对民丹岛

度假村进行升级改造。这些战略投资凸显了地中海俱乐部致力于挖掘印尼目的地潜力、持续提升宾客体验的决心。

Club Med地中海俱乐部·美娜多度假村

素有“微笑之岛”美誉的北苏拉威西省，是印尼最具魅力的省份之一，拥有独特的文化底蕴、惊险刺激的探险路线和绚丽多彩的海洋生态。Club Med地中海俱乐部·美娜多度假村坐落于岛屿东湾要地，距萨姆·拉图兰吉国际机场仅70分钟车程，是领略自然美景的理想之所。此处的海域保留着原始风貌、丰富多样的海洋生物，与度假村仅数步之遥。度假村设有250间客房，直面迷人的马鲁古海，以及巍峨耸立的北苏拉威西的

最高峰——克拉巴特山。

宾客可在此领略国际美食与当地美娜多风味相碰撞的餐饮理念。度假村巧妙融合室内舒适度与户外自然景观，呈现地中海俱乐部品牌标志性的快乐氛围、顺畅的“一价全包”度假体验、丰富多样的运动及活动，包括儿童俱乐部与Amazing Family! 非凡

家庭等特色项目。此外，度假村设有奢华空间，为追求更高品质体验的宾客奉上更进阶的服务与高端设施，并保障私密性。北苏拉威西省以原始清澈的海水、多彩海洋生物和深厚文化底蕴而闻名。选址于此的美娜多度假村与当地度假资源相得益彰，为宾客打造非凡的水上及水下探险奇遇。



2025.08.31

快乐 HAPPINESS

舍得酒业 2025 中期业绩： 二季度归母净利润同比倍增，营收筑底企稳 半年报再显经营韧劲

◎文|邵哲

8月22日盘后晚间，舍得酒业（600702.SH）发布2025年半年度报告。数据显示，今年上半年，舍得酒业实现营业收入27.01亿元，归属于上市公司股东的净利润4.43亿元。其中，第二季度表现抢眼，实现营业收入11.25亿元，同比基本持平，归母净利润9717万元，同比大幅增长139.5%。

在行业继续深度调整的压力下，舍得酒业锚定老酒战略，主动调整，去年以来连续多个季度大力去库存收效显著，继今年一季度归母净利润超去年全年之后，二季度归母净利润同比翻倍，上半年基本盘稳固，经营强势恢复性增长，为下半年发展奠定了积极基调。

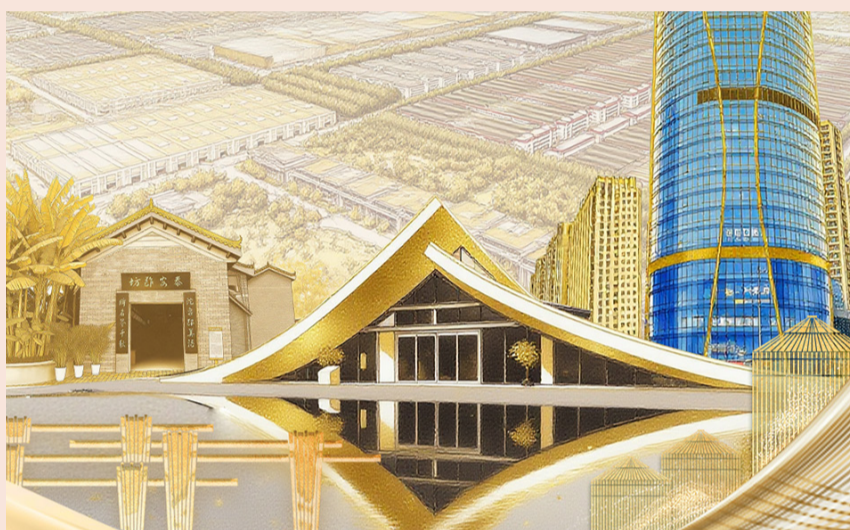
Q2归母净利润同比翻倍，库存去化下业绩强劲修复

舍得酒业凭借2024年提前布局去库存、稳价格措施，在2025年释放出强劲经营韧性和增长后劲。

财报显示，舍得酒业一季度归母净利润3.46亿元，超过去年全年净利润。今年第二季度，舍得酒业实现归母净利润9717万元，同比大幅增长139.5%；营收11.25亿元，同比基本持平，环比第一季度降幅明显收窄；营业利润同比增长67.76%；净利润率同比提升近五个百分点，展现出业绩回升的向好趋势。

至今年二季度末，舍得酒业去库存已接近尾声，库存回归至理性水平。在去库存、稳价格策略下，舍得酒业核心大单品品味舍得和藏品舍得10年保持价盘稳固，带动渠道信心强劲恢复，上半年舍得酒业经销商数量达2585家。

此外，多项核心数据持续优化提升，也



印证了舍得酒业上半年业绩的修复态势。

半年报显示，舍得酒业总资产较上年度末增长5.12%，经营活动产生的现金流量净额同比增长达427.77%，显示财务状况明显改善。同时，管理费用同比下降19.49%，表明精益管理水平持续提升。

在行业普遍承压收窄的背景下，舍得酒业半年报反映出其通过精准动销与渠道优化穿越周期的良好成效。

电商渠道加速发展，沱牌特级T68持续领跑大众酒市场

在稳存量的同时，今年上半年舍得酒业有力执行“渠道向下，品牌向上，全面向C”策略，在增量市场取得突出成效。

第一，互联网、团购直销增长超预期。上半年，舍得酒业发力电商、直播等新渠道，实现电商渠道销售3.36亿元，同比增长31.38%；互联网销售和动销双增长，且互联网渠道专属产品占比实现大幅增长；团购直销业务销售超去年全年。

第二，宴席消费跨越式增长。上半年，舍得酒业聚焦核心市场，紧抓宴席市场，品味舍得、舍之道等产品销售在宴席市场表现良好，推动舍得酒上半年宴席市场实现双位数增长。

第三，沱牌特级T68实现高速增长。舍得酒业以沱牌特级T68为突破点，全面进攻大众酒市场，从消费者培育到全渠道拓展，成功打造出多个千万级样板市场，实现厂商深度协调发展。上半年，沱牌特级T68的动销、开瓶和上柜数据均获高速增长，在基地市场、省外重点市场等地位列高线光瓶酒品类前三。半年报显示，普通酒销售收入4.45亿元，同比增长15.86%。

第四，国际化实现新突破。在复星全球生态资源的持续赋能下，上半年舍得出海已触达40个国家和地区，国际化进程进一步深化。

第五，实现品效协同发展。上半年，舍得酒业持续发力C端市场，一方面紧抓春节等旺季营销，实现舍得酒和沱牌酒的春节终端开瓶率同比分别增长70%和87%。

另一方面，借势文化IP《舍得智慧人物》第七季热播，携手埃文·凯尔、罗振宇等名人落地端午直播、成长季整合营销大事件，有效实现品牌与市场协同互促。

面对行业调整深水区，舍得酒业深耕稳固传统市场，积极开拓新增量，展现出穿越周期的韧性与创新力。

拓展“新消费”领域，首款“低酒度畅饮型老酒”8月30日上市

纵观上半年，在库存大减负、全力营销的“一减一加”策略中，舍得酒业营收和净利润走出去年四季度的低谷，迎来了触底V型反弹的局面。

展望下半年，乘势传统旺季，舍得酒业将在提前布局、全力做好国庆中秋双节营销的同时，继续发力拓展高潜力增量市场，开辟未来增长新曲线。

面对当前低度酒饮市场的高速增长，舍得酒业快速跟进，将于8月30日发布首款低酒度畅饮型老酒“舍得自在”。该款新品为29度舍得老酒，主打“轻负担、更醇柔”，依托舍得酒业优质老酒储量核心优势，在“降醇固香”“温和降度”“基酒风味靶向遴选”等关键技术领域实现突破，达成了低酒度与高风味的平衡。既保留了老酒的醇厚风味、丰富层次，又满足消费者对低度、健康、舒适的饮用需求和轻商务社交需求。

该新品不仅填补了低酒度高风味老酒细分市场的空白，也将完善并升级公司产品结构布局，助力拓宽白酒消费新人群与新场景，为下半年业绩增长注入新动能。

于复杂多变的环境中认清大势，舍得酒业锚定战略方向和定力，聚焦解决主要矛盾，敢于让渡短期利益以蓄势长远发展，并通过持续创新开拓新增长机会。这份定力与行动力，或将有助于舍得酒业交出逆势回升的答卷，为未来发展奠定坚实基础。

复朗集团 2025 中期业绩： 运营管理强化，复苏动能积聚，奠定下半年增长根基

■ 2025年上半年毛利率为54%，随着过往季库存逐步出清及各品牌效率提升计划成效显现，第二季度毛利率已初现改善势头。

■ 品牌亮点包括：Lanvin在EMEA地区零售表现稳健，北美电商强势反弹；Wolford批发业务增长14%，St.John保持强劲势头，毛利率稳定在69%。

■ Lanvin的艺术总监Peter Copping和Sergio Rossi的创意总监Paul Andrew正积蓄强劲的创意势能，同时Wolford将迎来75周年里程碑庆典，Caruso批发业务多版图持续扩张，共同构筑集团发展新动能。

2025年8月29日—全球时尚奢侈品集团Lanvin Group(复朗集团，以下简称集团)(纽约证券交易所代码:LANV)今天公布了其2025年上半年未经审计财报。集团旗下品牌包括Lanvin、Wolford、Sergio Rossi、St.John和Caruso。尽管行业压力持续存在，集团通过严格的成本管控和运营效率的提升，在第二季度显现出复苏的态势。

2025年上半年集团营收达1.33亿欧元，同比下降22%，主要受EMEA地区批发业务疲软、大中华区消费情绪谨慎以及全球奢侈品市场整体放缓影响，同时集团积极推进跨地域与产品矩阵的战略转型，也对短期业绩产生了一定影响。尽管处于调整期，得益于创

意转型中严格的库存管控和持续的成本优化措施，集团实现毛利7.200万欧元，毛利率达54%。尽管边际收益仍承压，但集团通过削减管理费用和更具针对性的营销投入，部分抵消了负面影响，为下半年业绩改善奠定了基础。

复朗集团董事长黄震先生表示：“尽管上半年奢侈品市场充满挑战，我们始终坚持以有效的成本管控与结构优化，积极应对市场变化，并坚定不移地释放品牌长期潜力。随着新鲜创意血液的注入及持续的产品创新投入，我们已做好充分准备，将在市场环境回暖时把握增长机遇。”

复朗集团执行总裁AndyLew先生表

示：“上半年我们聚焦于强化运营管控，并为未来增长奠定基础。随着旗下品牌全新创意方向的确立，辅以精准的营销策略与优化的渠道布局，我们预计将在下半年逐步积累品牌动能，提升消费者参与度。在持续强化品牌吸引力的过程中，我们始终秉持敏捷的执行力，为市场复苏做好充分准备。”

集团2025年下半年将继续坚定不移地聚焦成本效益提升与战略品牌投入，持续推进的战略举措包括：优化零售网络布局、提升运营效率、升级产品矩阵、开展高影响力营销活动，以及深化批发合作伙伴关系。这些举措已初见成效，预计下半年将产生更显著的成果。

高质价比“自在”畅饮 | 舍得自在新品上市发布会暨京东首发签约仪式举行

◎文| 张梦

8月30日，舍得自在新品上市发布会暨京东首发签约仪式在中国酒业协会举行，行业首款低酒度畅饮型老酒——“舍得自在”正式发布。作为业内首款低酒度畅饮型老酒，“舍得自在”以“真实年份老酒和三大关键技术”重新定义了低度酒品质标准，树立了低度酒品质新标杆，助力中国白酒行业健康发展。

中国酒业协会理事长宋书玉，射洪市委副书记、市长王能，复星国际执行董事、豫园股份董事长兼总裁黄震，中国酒业协会副秘书长刘振国，京东集团副总裁赵煜，舍得酒业董事长蒲吉洲、联席董事长吴毅飞、总裁唐琿，江南大学教授、舍得酒业首席科学家徐岩，海纳咨询机构总经理吕成逊等领导嘉宾，以及行业专家与核心经销商代表出席，共同见证这一新品的亮相。复星国际董事长郭广昌通过视频对“舍得自在”战略新品的推出表达了祝贺。

坚定深耕老酒战略 乘时代之势，酿自在新生

会上，宋书玉理事长对“舍得自在”给予了高度评价。他表示，中国白酒特有的“时间价值”，是由时光淬炼而成的核心优势——稀缺的陈年价值、复杂精妙的风味、深厚的文化内涵，共同构筑了中国白酒产业不可撼动、难以替代的坚实根基。“舍得自在”定位“悦己”“自在”情绪和松弛社交氛围，平衡低醇舒适与陈年醇柔口感，市场表现值得期待。“舍”的是繁琐冗沉，“得”的是清雅醇柔，“去”的是身心负累，“获”的是自在之境，承载着舍得酒业对市场脉搏的精准把握，更寄托着产业对消费者“自在”“悦己”新需求的深切回应。与京东的战略合作，更是融合传统酿造智慧与现代流通效率的创新实践。

王能市长代表射洪市委、市政府向“舍得自在”的发布表示热烈祝贺。他指出，“舍得自在”在品质化坚守与年轻化探索的使命下应运而生，承载着复星、舍得酒业和射洪



政府的共同期许，是舍得酒业老酒战略与现代消费理念的精彩碰撞。射洪将坚持真心实意付出，创造最贴心的涉企服务、最完备的要素保障、最自在的发展环境，让舍得酒业轻装上阵、跨越发展。

郭广昌通过线上视频表达了高度认可：“舍得自在”既保留了老酒的醇厚风味，同时又利口轻负担，是实打实的老酒品质和调酒技术真功夫！舍得酒业守得住匠心，玩得转创新，是一家底蕴深厚的名酒企业，拥有一支专业扎实勇于创新优秀团队，复星坚定看好并全力支持舍得酒业的发展。复星的宗旨是与经销商合作伙伴共创共赢，“一定要让生意伙伴赚到钱，让消费者喝好酒”。

黄震对“舍得自在”的推出及舍得酒业的发展表示高度支持。他强调，“舍得自在”的推出是非常有价值的创新探索，是创新驱动的成果。复星豫园将充分嫁接生态资源，通过生态协同助力舍得发展；借助复星全球化产业网络，持续推进舍得出海，传递东方生活美学。

会上，蒲吉洲作了《乘时代之势，酿自在新生》的主题发言。他表示，舍得酒业用数十年的厚积，形成了生态、文化、老酒的硬实力优势，为持续升级的消费品质需求做好了准备。面对消费主导者迭代、消费动机转向、消费场景重构的新变化，舍得酒业洞

察形势，倾力打造“舍得自在”全新好产品，带来“轻负担，更醇柔”的新体验。舍得酒业期待与大家一起，以“自在”姿态，拥抱变化，以“舍得”之心，从容前行！

四大硬核产品力 实现“今天喝个自在！”

在全场嘉宾的共同见证下，宋书玉、王能、黄震、蒲吉洲、吴毅飞、唐琿共同启动了舍得自在新品上市发布仪式，业内首款低酒度畅饮型老酒“舍得自在”隆重亮相。

唐琿解读了“舍得自在”的四大亮点：

其一，高质价比。新品定价329元，平均单毫升升价仅为0.66元。在低度白酒市场，“舍得自在”以真老酒为核心竞争力，6年优质坛贮老酒为基，20年调味酒和30年高端调味酒增香，真正实现“质价双优”，精准契合当下理性消费时代需求。

其二，高风味、轻负担体验。“舍得自在”以三大关键技术攻克了低酒度与高风味不可兼得的技术难题，维持了老酒醇厚感，大幅降低身体负担，降度固香，真正达到“轻负担，更醇柔”。

其三，多元化场景。“舍得自在”创造了一个新的“满足多元化需求的选择”，为非白酒消费者提供了一个尝鲜理由，为白酒消费者提供一个舒适选择，从商务轻

社交、好友小聚，到居家独酌、冰饮等多元场景，均可通过“舍得自在”实现“自在饮酒”的体验。

其四，高颜值设计。瓶身设计摒弃繁复，“舍得自在”采取通透瓶体颜值依旧能打，新中式东方韵味与极简现代风格兼具，给人“低度轻盈”感官认知；醒目的29度金色标识传达“低酒度无压力”产品特性，降低消费者对饮用白酒的心理门槛。

唐琿表示，“舍得自在”是舍得酒业对极致产品主义的践行，也是开辟增量市场的创新，希望与各位合作伙伴携手，掀起业内低酒度、高风味畅饮型老酒的风潮，为广大消费者带来高品质低度老酒的新体验。

徐岩教授从技术维度进一步印证产品力：“舍得自在”以“基酒风味靶向筛选技术、降度固香风味重组技术、高端老酒风味回填技术”三大关键技术成功破解低度酒风味易流失的行业挑战，确保其在29度的低酒精度下，依然能呈现坛贮老酒“柔、甜、陈、醇厚迷人”的典型风格。

发布会上，赵煜副总裁表示，“舍得自在”不仅是一款卓越的低度酒产品，更是传统白酒行业一次成功的创新实践。京东将整合全域资源，从精准营销、极速物流、共建会员体系沉淀用户及AI技术提升互动体验等方面，为新品提供全方位支持。他指出，舍得与京东的合作始终基于共同价值观与发展愿景，双方将持续以用户需求驱动产品创新，以数字化能力推动酒业焕新。

未来，在政府支持、中酒协引领与复星的赋能下，舍得酒业将继续坚守老酒战略，置顶“科创驱动战略”，创新求变，以“舍得”之心助力中国白酒行业高质量发展。



扫码看视频

复星赋能 舍得出海 | 舍得老酒节全球巡回马来西亚站举行

◎文| 林虹秀

8月3日，主题为“与世界分享舍得智慧”的舍得老酒节全球巡回马来西亚站在吉隆坡举行。舍得酒业盛邀各界嘉宾相聚在具有深厚华人文化底蕴的吉隆坡，共议舍得智慧，共促文化交流，共探中国白酒国际化之路。

马来西亚国家旅游局副局长李泰康，马华公会总秘书长、拿督张盛闻，UTAR拉曼大学副校长钟志强，复星国际董事长郭广昌，舍得酒业董事长蒲吉洲、联席董事长吴毅飞、总裁唐琿，米克斯公司董事长杨啸，国家级白酒专家、源坤教育科技创始人钟杰等领导嘉宾，以及马来西亚商业机构代表、经销商代表、媒体代表、老酒藏家和爱好者等共同出席了活动。

会上，李泰康副局长发表了致辞，高度赞扬舍得酒业在中马文化交流与慈善领域的贡献。他表示，“舍得”精神体现担当、温度和格局，与马来西亚推动文旅融合、履行社会责任、促进中马友好的理念高度契合，期待舍得酒业深入中马合作，共谱合作新篇。

郭广昌表示复星将坚定推动舍得酒业和中国白酒文化走向全球。他提到，舍得近年来产研基础建设快速提升，展现出以老酒战略为代表的长期向好发展趋势。复星秉持长期主义理念，坚定支持舍得酒业长期健康发展——通过整合国内外生态平台资源，帮助舍得酒业深耕国内市场、开拓海外市场，为中国白酒出海、中国文化出海贡献力

量。他指出，东南亚华人根基深厚，对中国白酒有着天然情感，期望舍得酒能成为当地最受喜爱和信赖的中国白酒。他还表示，未来将借助文化出海与产品创新双轮驱动，加速国际化布局，携手共赢，拓展全球市场。

蒲吉洲在会上作了“世界分享舍得智慧 共酿中马情谊醇香”的主题演讲。他回顾了中马两国源远流长的历史情谊与文化交融，深刻阐释了“舍得”哲学的时代内涵与价值共鸣。他表示，舍得酒业来自盛产美酒的中国白酒之乡四川遂宁射洪。古有杜甫诗云“射洪春酒寒仍绿”，今有“一壶舍得酒，半城观音湖”。在复星的赋能下舍得将国际业务快速铺展到全球40个国家和地区，舍得

酒业将坚定不移地深耕东南亚市场，携手更多经销商伙伴推动高品质老酒融入当地生活，让舍得智慧成为全球文化交流与情感共鸣的桥梁，让世界领略中国白酒之香、中国文化之美。

近年来，舍得酒业加速全球化布局，旗下产品已覆盖全球40个国家和地区。接下来，舍得老酒节还将走进更多的国家和地区，让国际消费者感受舍得文化和老酒之美。

在复星的深度赋能下，舍得酒业将继续坚持以文化赋能，强化舍得文化IP的打造，持续探索中国白酒出海新模式，让舍得老酒飘香全球，与世界分享舍得智慧。

海南矿业 2025 中期业绩： 技术优化、精益管理、提产降本 展现抗周期盈利能力和经营韧性

◎文| 林尤豪

8月26日，海南矿业发布2025年半年报，报告期内铁矿石普氏指数及布伦特原油价格均同比下跌约15%，公司通过技术优化、精益管理、提产降本等产业运营手段有效平滑价格影响，展现了较强的抗周期盈利能力和经营韧性。

公司上半年营业收入24.15亿元，同比增长10.46%，经营性现金流净额提升至6.9亿元，同比上升39.76%，实现归母净利润2.81亿元。

在发布半年报的同时，海南矿业还公告了2025年中期分红方案，拟每10股派发现金红利0.3元，这是公司连续两年向全体股东派发中期现金红利。

铁矿石业务生产稳定 盈利能力保持韧性

石碌分公司上半年成品矿产量120.75万吨，同比增长5.79%，实现“时间过半，产量过半”的预算目标，块矿在周期下行中仍保持50%以上毛利率，持续贡献业绩安全垫。

在产量管理方面积极拓展矿源，新增南矿地采作业区贡献中短期原矿增量，积极推进地采中段建设保障中长期矿源稳定。

在毛利率管理方面，多维实践选矿技改提质，通过光电智能选矿技术提升现有选矿效率，并继续推进磁化焙烧项目全流程调试，通过技术升级优化产品结构、提升产品毛利率。

油气业务产量大增 有效平滑油价周期波动

得益于阿曼油田项目并表贡献及八

角场气田产量提升，洛克石油上半年油气权益产量604.29万桶当量，同比大幅增长51.35%。

面对油价下行压力，公司通过并购阿曼油田项目实现了原油储量与产量的提升，目前正在按计划推进特提斯公司小股东挤出流程与组织整合，同时与合作方积极沟通推进3&4区块作业方案和56区块开发方案的优化。

八角场气田快速实施增产措施，报告期内实现权益产量同比增长40.22%。由于其天然气产品售价固定，不与油价挂钩，产量增加直接增厚该项目收益和公司业绩安全垫。

锂资源一体化布局完成 为业绩增量奠定基础

新能源业务是公司倾力打造的第三赛道，报告期内，马里布谷尼锂矿一期采选工程已完成建设并进入试生产阶段，已产出锂精矿约3.5万吨。锂矿包销协议已完成签署，马里政府入股及出口许可手续办理仍在积极推进中。

星之海氢氧化锂项目于5月实现合格品下线，正式进入试生产阶段。后续在推动产能爬坡和达产的同时，星之海公司还将积极开展下游客户的产品认证工作。

作为国内少数具备自有优质矿山与高品质先进加工产线一体化优势的锂资源上游企业，待行业周期回暖后，公司将依托成本优势和区域优势创造新的业绩增量。

产业投资并购加速推进 拓展资源领域布局

公司持续聚焦战略性资源，加速出海

步伐，不断夯实“矿产+能源”的全球化产业布局。2025年上半年，公司境外子公司营收13.83亿元，占比提升至57%；境外资产70.68亿元，占比超过48%。

公司于2024年12月启动的莫桑比克在产钨钛矿并购项目，正在积极推进项目尽调及审计评估工作。

2025年8月，公司发布公告将以3亿元增资洛阳丰瑞氟业有限公司，获得其15.79%股权，标志着公司将资源布局拓展至萤石矿这一战略性关键矿产领域。

高度重视股东回报 连续两年中期分红

近年来，公司切实落地“提质增效重回报”行动方案，持续实施现金分红，积极为股东创造价值，2022年-2024年度合计派发现金红利6亿元。

基于对公司未来持续发展的信心，今年3月14日公司发布新一轮股份回购计划，拟以7500万元至1.5亿元回购股份，回购的股份将全部用于注销并减少注册资本。

为进一步回报股东，公司根据上半年盈利情况及发展资金需求，制定了2025年度中期分红方案，拟向全体股东每10股派发现金红利0.30元。

2025年是海南自贸港启动全岛封关运作的重要节点，这将为公司发展带来重要机遇。

海南矿业将坚持战略引领，立足海南，面向全球，做大做强海南区域内的核心业务，持续推进全球化资源布局，重点关注海外的战略性资源并购机会，致力成为“以战略性资源为核心，具有国际影响力的产业发展集团”。

海南矿业 3 亿元增资丰瑞氟业 布局不可再生战略性资源

8月16日，海南矿业投资丰瑞氟业签约仪式在海南举行。海南矿业将以3亿元现金增资洛阳丰瑞氟业有限公司，获得其15.79%股权，标志着海南矿业将资源布局拓展至萤石矿这一战略性关键矿产领域。

丰瑞氟业的主营业务为萤石矿的采选和无水氟化氢等化工产品的生产和销售，其拥有河南境内8个萤石矿采矿权，保有矿石资源量1,354万吨，2024年矿石开采量71.8万吨，生产萤石块矿、萤石精粉各7.8万吨，实现营业收入6.68亿元，净利润1.65亿元。

海南矿业聚焦战略性资源的勘探、开发和运营业务，目前已形成以铁矿石、油气及锂资源为主的多品种布局，成为A股唯一在金属矿产和能源矿产均有布局的资源类上市公司。本次增资参股丰瑞氟业，是公司在萤石这个细分矿品种资源领域的首次投资，符合也有助于进一步优化战略性资源布局，提升公司盈利水平，增强应对大宗商品价格周期波动的能力。

洛克石油马来西亚项目实现首次注气气举采油里程碑

近日，洛克石油马来西亚项目成功完成J4DP-A气举压缩机系统的首次注气气举采油作业及72小时性能测试运行，标志着D35/J4/D21油田开发工作取得关键进展，为J4DP-A区块产量增长奠定了坚实基础。

该项目从启动概念设计到最终交付的整个实施过程中，洛克石油马来西亚团队克服了众多挑战，确保气举压缩机系统高标准地完成安装、调试并安全投产，项目最终实现作业就绪状态。项目的投运也体现了洛克石油马来西亚团队、马来西亚国家石油公司砂拉越团队以及主要承包商Bijak Akif与Natgas通力协作的结果。

此次首次注气气举采油作业的顺利完成，将为公司后续开发计划和油气产能持续提升注入强劲动力。

共建合规 RWA 生态 复星财富控股与香港 Web3.0 标准化协会签署战略合作协议

◎文| 刘晓

复星旗下数智化全球财富管理平台——复星财富国际控股有限公司（简称“复星财富控股”）与香港Web3.0标准化协会（简称“W3SA-HK”）于8月7日签署战略合作协议，携手打造安全、高效与合规的现实世界资产（RWA）生态体系。

当日，由香港Web3.0标准化协会主办的“「锚」定Web3.0未来峰会暨RWA研究和成果发布会”在香港举办，香港Web3.0标准化协会指导建设的全球首个RWA注册登记平台正式上线发布。同时，复星财富控股及其他15家机构，共同与香港Web3.0标准化协会签署首批全球战略

合作协议。全国政协副主席梁振英、香港财经事务及库务局局长许正宇、香港中华总商会会长蔡冠深、香港特别行政区立法会议员黄锦辉、香港特别行政区立法会议员黄俊硕，以及多个外国驻港代表出席会议。

此次，复星财富控股与协会签署战略合作协议，将从产业研究和标准研制、技术探索、金融服务、生态构建四大重要维度深入合作，携手打造安全、高效、合规的RWA生态体系。双方通过基于区块链技术的RWA注册登记平台，支撑RWA的数据化、资产化和金融化的生命周期过程，提升资产透明度和流动性，降低交易成本，为资产持

有者、投资者及相关服务机构创造价值。

香港Web3.0标准化协会于2024年1月成立，以标准化助力香港Web3.0技术突破、应用创新和生态发展，目前已汇聚近30家成员单位，与数百名行业专家共同在稳定币、RWA、Depin、DeFi方面完成研究报告、立项国际标准、建成RWA注册登记平台等。

复星财富控股加速Web3布局，其自主孵化的星路科技于7月推出一站式RWA技术、发行、分销平台——FinRWA Platform（简称“FRP”），树立RWA行业新标杆。由此，复星财富控股旗下面向个人投资者的

“星财富”APP与星路科技面向机构客户的FRP形成强大业务协同，从RWA的技术、发行、合规管理到最终的市场分销，复星财富控股已构建起完整的生态闭环，重塑数字金融的基础设施，促进传统金融与数字资产世界的融合。

随着香港《稳定币条例》于8月正式生效，复星财富控股亦将坚持开放合作的态度，携手链下与链上生态伙伴，持续推动香港成为全球RWA的创新中心、定价中心和流动性枢纽，共同推动Web3标准的完善、技术的成熟、应用的落地以及生态的繁荣。

豫园股份把握“AI+”时代机遇 AI 定义传统商业新生态

◎文| 陆骏健

当深厚文化底蕴碰撞前沿智能科技，豫园股份以一场AI创新盛宴给出精彩答卷。今年，豫园股份敏锐把握“AI+”时代机遇，将AI能力建设确立为公司转型升级的核心战略支点，通过技术创新驱动业务模式变革与组织效能跃迁。

2月，豫园股份成立AI战役工作组，全面推进AI在产业的落地和应用。3月，重点开展AI全员推广培训，完成全员AI认知升级，奠定数字化人才基础。4至6月，开展“AI百日提效”活动，各产业积极探索AI技术与产业实际业务深度融合，挖掘新增长点，逐步构建AI应用新生态。

为了助推产业AI应用热情和验证应用成果，豫园股份于7月1日成功举办首届AI应用创新大赛，吸引了全产业共计50支团队及个人参与。经过初赛决赛两轮角逐，最终11个标杆项目胜出。AI应用创新大赛的举办彰显了豫园以科技创新驱动战略落地、加速核心产业智能化升级的坚定决心。

技术筑基、产业焕新 AI定义传统商业新生态

人工智能正重塑全球商业规则。豫园股份2025年全面启动AI战略引擎，由AI智能科技中心、C2M及好产品营销中心、人力资源中心协同构建“技术-场景-人才”三位一体AI赋能生态。

在此驱动下，珠宝时尚、汉辰表业、美丽健康等核心产业加速智能化转型。目前，产业AI应用覆盖前端营销、产品研发到供应链优化、管理中后台全价值链，不仅实现业务全链路效能提升，更展现传统产业融合科技后的创新势能，为“东方生活美学”战略注入智能动能。

智慧场景管理和服务提升。当数据洪流与智能算法交织成产业革新的底色，人工智能已从“可选项”演变为“必答题”。复地、汉辰表业等产业以“智能运营+产品创新”双轮驱动，聚焦“智慧场景管理”，把AI势能转化为物业服务、零售终端的管理动能。

物业服务效率与品质的双重革新。物业巡检曾是“老大难”：人工巡查2小时1次，覆盖范围有限，数据分散难分析；区



域巡检成本高达10万元/年，却难以及时发现。通过AI重构巡检逻辑，利用外部大模型、引擎技术支持，结合自研AIQC智慧品检系统与Dify智能体实现巡查效率直接提升24倍，主动发现问题能力提升5倍，7×24小时全时全域监测，风险管理效能翻4倍。

督导智能升级。在实体零售数字化转型攻坚战中，汉辰表业上线业内首个“AI巡检+动态优化”闭环管理平台，面向全国80余家自营门店，通过融合自研图像识别、人形姿态识别与时空行为分析三大算法引擎，对“空岗、玩手机、坐岗、营业异常、电视机开启”五大高频场景进行毫秒级捕捉；上线以来累计完成8,387次无感巡检，整体识别准确率达96.69%，单店巡检耗时由传统40分钟压缩至3分钟，效率提升13倍。

数据驱动终端运营。借助AI与BI融合，将终端数据实时接入“人-货-场-财”数字孪生沙盘。同时，BI系统深度分析经营数据，包括收入、客单价、运营成本等，全方位呈现终端经营状况。真正实现了从数据采集到决策支持的全链路智能化升级，为线下场景管理树立了新的标杆。

AI营销实践定义营销新范式。营销与AI技术的实践结合，正成为驱动业务增长和

效率跃升的关键路径。在这一趋势下，豫园股份各部门及各产业聚焦三大核心目标：显著降低营销成本、重构用户沟通体验、实现量化的运营提效，通过AI技术驱动营销模式革新实现了阶段性成果。

通过AI工具达成降本增效双突破。珠宝时尚利用AI工具演绎祈福转运，将好运文化在大促高流量期间，快速形成具象化图文/视频/文案呈现，与消费者建立沟通，实现店铺页面点击率同比提升16%。蔚蓝之美团队构建全渠道智能营销体系，通过AI工具高效产出图文/视频，以及AI直播，实现前端人力精简43%，内容产出量跃升610%。

运用AI创作内容，成功打造用户沟通新体验。为提升在年轻客群中的影响力并注入年轻化品牌表达，豫园文商依托AIGC技术成功打造“豫猫”IP矩阵，通过这一用户沟通新体验，有效推动年轻客群占比提升5%。BFC运用AI工具打造了创新的内容生成方法论。该方法论成功复刻应用于甜品节系列内容，并创下6万次播放与11万次曝光的传播佳绩，实现了用户沟通体验的显著提升。

用户洞察驱动营销决策，通过深度解析用户行为与需求，企业能精准定位目标客

群、优化产品体验，更能驱动营销决策从经验导向转向数据驱动，实现降本增效与长效增长。在这一趋势下，豫园股份以“用户为本”搭建AI智能分析平台，覆盖用户满意度、产品洞察、营销三大业务场景，形成“全渠道用户声音抓取→痛点及需求归因→优化产品及营销策略”的链路，持续反哺运营决策的动态优化。

智慧供应链建立仓储新标准。珠宝时尚产业通过人工智能、物联网等前沿技术的深度融合，实现了珠宝仓储管理效率质的飞跃，为行业树立了数字化升级的新标杆。通过三大创新突破，全面提升供应链效率。

智能识别系统：采用“RFID+机器视觉”双校验模式，实现珠宝商品的毫秒级识别，识别准确率达99.99%。每件商品配备唯一数字身份，全程可追溯。

动态路径规划算法：基于强化学习开发的调度系统，可实时优化机械臂运动轨迹，使单次作业效率提升400%，能耗降低30%。

预测性维护系统：通过设备运行数据建模，提前预判机械故障，将设备停机时间缩短至行业平均水平的1/5。

系统上线以来，出入库效率从300件/小时提升至2000件/小时，盘点准确率从98.5%提升至99.99%，空间利用率从40%提升至85%，人力成本降低60%，这套系统不仅解决了效率问题，更深远的意义在于建立了珠宝仓储的新标准。

生态持续进化 AI战略笃定前行

首届AI应用创新大赛的成功举办，是豫园股份AI战略落地的里程碑，更是一个新的起点。大赛涌现的优秀案例和人才，为公司全面推进AI应用注入了强大动力。豫园股份将继续秉持“东方生活美学”的核心理念，围绕“人货场”，结合BI+AI能力，不断探索AI在用户洞察、产品研发、供应链优化、管理提效等领域的广泛应用，实现从“业务+AI”到“AI+业务”的关键转变，持续提升公司核心竞争力与长期投资价值。

复星旅文与阿里云达成全栈 AI 合作 搭建文旅 AI 智能体

◎文| 藤国

近日，复星旅游文化集团（简称“复星旅文”）与阿里云达成全栈AI合作，双方将基于通义千问3系列模型共同开发智能体“AI G.O”，推动文旅产业智能升级。复星旅文首席执行官鲍将军与阿里云智能集团公共云事业部副总裁、上海大区总理解航代表双方签约。

复星旅文作为全球家庭度假的代表企业，始终走在AI文旅创新的前沿，致力于推动家庭度假体验的迭代与升级。今年年初，复星旅文成立AI Lab，专注于人工智能科技

在旅游度假领域的应用与创新，深化AI在文旅产业运营端的落地。去年，复星旅文宣布将打造全球首个AI主题度假区——海南超级地中海，并引入AI智能体为客户提供24小时个性化服务。

基于通义千问3系列模型，复星旅文将搭建一个文旅AI智能体，优化客户度假的全流程体验，覆盖从出行前的行程规划、房间选择与活动安排，到出行期间的村内导览、儿童托管与餐饮推荐，再到行程结束后的旅程纪念、互动分享以及未来旅行建议。通

过智能体个性化的推荐与实时的系统调度，客户在度假过程中的每一个需求都将得到及时的响应。

复星旅文首席执行官鲍将军表示：“AI不仅是提升运营效率的工具，更是重塑度假体验的关键引擎。多年来，复星旅文在全球家庭度假场景中积累了深厚的用户洞察。此次与阿里云这样在AI、大数据和云计算领域具有领先优势的合作伙伴携手，将有助于加快将这些洞察与技术能力转化为创新产品和服务，进一步推动复星旅文在业务

拓展、运营增效与组织升级等方面的全面转型，向成为‘AI文旅第一品牌’迈进。”

阿里云智能集团公共云事业部副总裁、上海大区总理解航表示：“阿里云在大模型与AI应用领域的技术积累和开放生态，将为文旅行业带来前所未有的创新可能。通过本次合作，双方将共同探索AI在智能客服、行程规划、会员营销等多元场景的深度融合，推动复星旅文在全球化战略中实现智慧化、差异化发展，也为更多产业客户提供可借鉴的创新样板。”

2025.08.31

AI

复星旅文 AI+HEARTS 品控体系： 让客户满意度持续领跑行业

◎文| 陈洁

你是否曾邂逅这样的旅行瞬间？
一座光影绝妙的水族馆，让你和伴侣驻足良久……

一次沉浸式的文化互动，点燃孩子的探索热情，成为回家后津津乐道的“高光时刻”……

一次看似细微的服务巧思，唤醒对奢华度假的感知……

在复星旅文，这些“不期而遇的感动”绝非偶然。其背后，是 AI+HEARTS 独特的品控体系在运转。

“度假让生活更美好”是我们的使命，更是行动灯塔。2025年，我们推出“AI+HEARTS品控体系”，通过“监测-分析-改善”闭环，将品控升维为创新驱动动力，实现HEARTS品控体系与AI智能的完美融合。

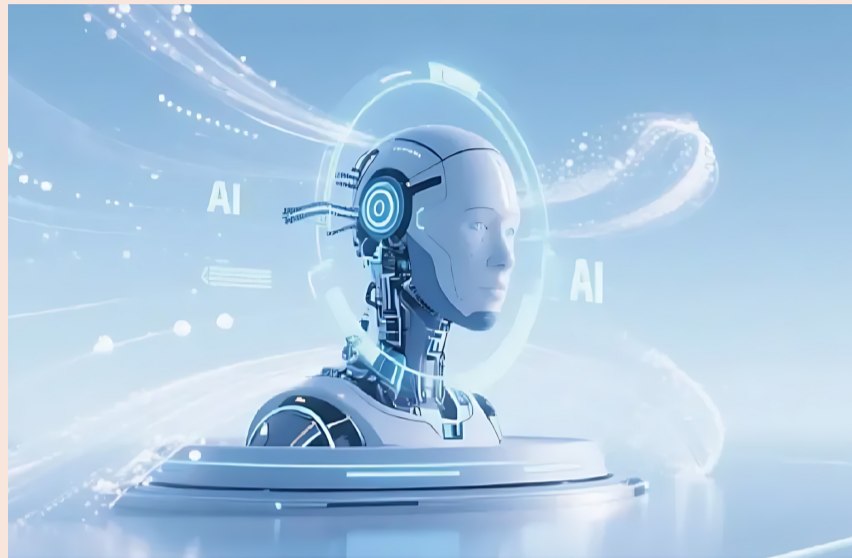
在这一体系下，2025年上半年，复星旅文在29个核心客户触点实现动态优化，推动核心业态满意度连续12周实现增长，高频服务触点好评率提升50%，负面反馈率锐减75%。

AI+HEARTS品控体系：“极致响应”驱动客户体验改善闭环

AI+HEARTS品控体系以“极致响应”为核心，依托“监测-分析-改善”的闭环机制，将客户反馈实时转化为品质升级动力，持续推动体验优化与品质升级。

体验设计：AI定义心动时刻

当传统景区还在追逐“打卡点数量”时，



AI+HEARTS品控体系正在重新定义峰值体验设计。

三亚·亚特兰蒂斯水族馆：灯光如何“深度把控”情绪？

我们在日常监测中发现，灯光在客户体验场景中发挥重要作用。通过整合AI智能分析工具，我们锁定“光影氛围塑造”这一触点，升级智能光效，精准分区冷暖光营造秘境、勾勒轮廓。水母缸智能渐变模拟自然韵律，打造令人心动的理想拍照打卡点。

这组经过“监测-分析-改善”的精心设计，让游客平均停留时间提升50%。

平衡标准与特色：文化铸就独特记忆

复星旅文的AI+HEARTS品控体系由标准化体验与特色化体验双轮驱动，为规模化运营下的品质一致性与体验独特性提供保障。

标准化底座：AI巡查+质检持续监控运营全流程，对3900+项动态SOP实时预警，确保安全、卫生、基础服务绝对一致性。

特色化引擎：提炼引发高度共鸣的“本地基因”，转化为可复制的“记忆锚点”，在标准基石上绽放独特惊喜。

丽江地中海国际度假区：如何让米线和小吃成为“味蕾记忆”？

在业务监测和分析中，我们通过AI分

析洞察到，饮食和文化是旅游中消费者的重要触点，他们渴望深度在地体验及寻找独特味蕾记忆。结合区域饮食文化数据，锁定“舌尖上的云南米线”和“本地民族特色食材运用”，复星旅文启动专项行动：“品味100种云南米线”焕新升级，并且引入特色地方美食，如炸石屏小豆腐、玫瑰粥等。

客户体验第一：AI驱动 核心业态满意度持续领跑

通过系统性品控建设，我们实现了客户满意度持续提升，为业务增长奠定了坚实基础。

核心业态表现持续领先：自品控体系深化运行以来，集团核心业务板块（酒店、乐园、餐饮）综合满意度指数在第二季度实现连续三个月环比增长。

负评敏捷闭环：通过创新应用AI技术，实现负面反馈100%触发预警生成工单，整体整改率高达98.8%。

智能客服增效：AI机器人提供7×24相应高频咨询，释放人力聚焦个性化、有温度的深度服务。

AI+HEARTS品控体系的终极价值，在于持续创造卓越客户满意度。这份坚持，是复星旅文全体伙伴秉承“客户体验第一”、拥抱科技、深耕品质的见证！未来，我们将持续精进品控体系，打造更多超越期待的快乐体验，引领文旅行业品质新高度。

复星旅文，以极致体验，让美好发生。

AI 驱动变革 Club Med 地中海俱乐部以数字化创新提升 150 万宾客的度假体验

◎文| 姜晓琦

人工智能的引入并非为了追逐技术潮流，而是作为实现“以人为本”服务的战略支撑，让科技真正成为传递快乐、连接情感的桥梁。

在AI人工智能及数字化加速发展的当下，各行各业正积极拥抱技术变革以提升竞争力。复星旅文旗下Club Med地中海俱乐部作为全球度假行业先锋品牌，始终将“以人为本”的服务理念深植于品牌内核，不断创新度假体验。通过持续践行“Happy Digital (快乐数字化)”战略支柱，地中海俱乐部以数字化创新提升150万宾客的度假体验。赋能2.5万名员工，并传承品牌75年来始终“自由自在”的度假理念。过去十年间，地中海俱乐部已在数字化转型领域投入超过1.75亿欧元，致力于全面提升度假与办公场景中宾客和员工的体验。不断以技术推动行业革新，引领全球度假生活方式的潮流。

2021年，地中海俱乐部启动数据基础设施的全面升级，依托于全球多区域的云端架构，构建新一代“数据工厂”，实现对海量商业、宾客及运营数据的集中整合与

管理。

这场由AI驱动的变革，极大改变了地中海俱乐部的信息管理方式：如今，系统可实现每日大规模数据的高效处理与近实时分析。在此基础上，地中海俱乐部持续推进人工智能战略，在宾客服务、团队管理和内容创作等方面取得显著成果：

重塑宾客沟通方式

在宾客服务方面，地中海俱乐部通过G.M Copilot项目进一步将人工智能应用于宾客互动场景，将WhatsApp、微信等聊天工具转化为新的预订渠道，为宾客提供7×24小时即时响应的个性化服务。例如，宾客可通过WhatsApp咨询问题、获取价格信息，并在数秒钟内获得实时回复。这一智能化服务大幅缩短了客服机器人的响应周期，同时显著提升了自动化率。

截至2025年，G.M Copilot项目的对话助手已覆盖巴西、法国、比利时、新加坡、马来西亚等全球超12个市场，每月处理

12,000次对话，自动化率达到30%。

与此同时，地中海俱乐部正在打造智能管家——AI G.O，致力于通过AI技术优化宾客度假全流程体验。从行前旅程规划、行中村内导览，到行后旅程纪念与未来旅行建议，AI G.O将为宾客带来更便捷、个性化的服务，用现代科技赋能更加自在的度假体验。

智能化革新人才管理

在人力资源管理方面，G.O Match项目利用人工智能技术优化全球快乐管家G.O的岗位分配流程，每年处理约25,000次岗位安排。该项目在欧洲-非洲地区的试点中，夏季岗位自动化分配率达20%，显著提升了分配效率并保障了人员配置精准度。基于这一成功经验，地中海俱乐部计划在全球推广该系统，目标在2025年底实现60%的岗位分配自动化，让人力资源团队从繁琐事务中解放，提升配置效率与人才满意度。

AI赋能品牌内容创作

为提升品牌传播效率，地中海俱乐部特别开发了由Azure OpenAI和Azure WebApps驱动的AI内容生成工具，可在保障品牌语言风格与内容品质的前提下，自动生成高质量营销文案，提升营销团队效率。该工具于2024年12月推出法语与英语版本，目前日均服务超140名用户，处理约100项内容请求，文案撰写效率提升十倍，成为品牌全球化传播的有力引擎。此外，地中海俱乐部还引入了基于品牌视觉形象定制的智能图像识别工具，此工具将进一步优化视觉内容管理流程，提升运营效率。

从1950年创立之初到如今遍布全球的度假胜地，地中海俱乐部始终坚守“以人为本”的服务与“共享快乐”的初心，为宾客带来更加智能、快乐与自在的度假体验。未来，地中海俱乐部将持续深化人工智能在服务与运营中的融合应用，以“Happy Digital”战略为基石，用科技赋能宾客服务，持续推动高端度假体验创新。

泰国豫园灯会圆满收官 50 天光影盛宴献礼中泰 50 年金色友谊

◎文| 陆骏健

8月15日，为期50天的泰国豫园灯会在曼谷落下帷幕，期间共吸引了超400万客流前来参观，全球传播声量近12亿。此次灯会是庆祝中泰建交50周年一份特别的礼物，同时，豫园股份还与上海市新闻办深度合作，通过“魅力上海周”文化主题周活动，全面生动展现上海城市视觉艺术，并奉上丰富多元的互动活动、城市文创。

泰国是“21世纪海上丝绸之路”的重要节点，更是中国提出共建“一带一路”倡议的重要合作伙伴。同时，作为旅游业大国，泰国每年接待数量庞大的国际旅客入境，在泰国举办豫园灯会，其影响力将带来更大范围的辐射。加之2025年正值中泰建交50周年，上海与曼谷自结为友好城市以来，合作交流成果丰硕。2025泰国豫园灯会成为两国文化、商业交流的绝佳平台。充满互动性的沉浸式展览、汇聚了中泰两国好物的风情市集、主题丰富的文化周活动等，全方位展示以豫园灯会为代表的中国传统民俗活动独特的包容性与吸引力。

值得一提的是，此次泰国灯会还协同上海市新闻办，携手上海发布、IP SHANGHAI海内外平台以直播、街采、KOL寻访等互动方式传递以灯会为代表的中华文化双创发展及魅力上海城市新发展。同期推出“上海之夏”全球推介·曼谷站发布活动。

2025年8月15日，泰国豫园灯会50天



山海之旅圆满收官。泰国豫园灯会继续以《山海经》为蓝本打造的IP“山海奇豫记”进行延展，而在设计中更是注重融入泰国本土特色，将《山海经》中各种古老且生动的中国传统文化元素与泰国元素相结合，构建出了一个既神秘绚烂又充满烟火气的大型户外沉浸式体验场景。

在泰国豫园灯会的整体设计中，选用了《山海经》中四海八荒的华夏地理观概念，具象化塑造了东南西北四方岛屿，同时，结合本次泰国灯会举办地暹罗天地毗邻泰国

母亲河——湄南河这一独有的地理区位，以主题不同的灯组营造出一个漂浮在“湄南河”畔的水岸光影奇景，星罗密布的幻彩“岛屿”既妆点了湄南河，又勾勒出《山海经》中充满想象力的域外秘境。

在泰国豫园灯会的集市区域，来自中泰两国的特色美食、精美礼品、创意好物等琳琅满目的货品必将激发观灯者们的消费热情。豫园股份旗下老庙、南翔馒头店、舍得、沱牌、童涵春堂、WEI蔚蓝之美、DJULA、上海表、海鸥表、复地、大豫园等多个中华

老字号及优质品牌、项目也以不同方式参与其中，吸引了不少游客驻足。

从亮灯第一天开始，泰国豫园灯会就广受欢迎，成为当地民众、游客、媒体的热门打卡地。包括泰国3台、泰国5台、泰国7台、ThaiPBS、Thairath、Manager、Bangkok Post等百余家泰国当地电视台、新闻媒体，集中报道了泰国豫园灯会开幕亮灯的盛况。包括美联社、法新社、金融时报在内的国际媒体纷纷关注豫园灯会第二次出海，国内主流媒体亦广泛传播豫园灯会代表“中华文化走出去”。

山海有灵·豫园灯会是一次“以灯为媒”的文明对话，让全球观众在奇幻美丽的灯彩表达中，对中国传统文化中的自然观念产生认识和理解。这也是一个沉浸式的文化体验场景，让全球观众通过参与式的文化实践，了解了中国灯彩所承载的“祈福纳祥”的文化内涵。更重要的是，这是一个可持续发展的文化交流平台，豫园股份将持续推进东方生活美学战略的全球化发展路径，以豫园灯会的扬帆远航同步实现文化传播与商业拓展双重价值，既带动中国制造拥抱全球市场。

未来，豫园股将继续通过传统文化创新将中国文化更好地向世界表达，传播东方生活美学，以豫园灯会为媒，不断拓宽中华优秀传统文化“走出去”的道路，在流光溢彩中向世界讲好豫园故事、上海故事、中国故事。

黄浦江与湄南河美丽邂逅，泰国豫园灯会开启“魅力上海周”

◎文| 陶宁宇

8月9日晚，泰国豫园灯会“魅力上海周”开幕式暨“上海之夏”曼谷发布活动在泰国曼谷暹罗天地ICONSIAM举行。来自中国上海的非遗豫园灯会，用一场穿越百余年的光影绮梦，邀请黄浦江与湄南河，在曼谷奇遇。

2025年是中国与泰国建交50周年暨“中泰友谊金色五十周年”。上海与曼谷，友城关系历久弥坚，合作交流成果丰硕。作为中国国家级非遗、上海城市名片，豫园灯会再次启航，于6月28日在曼谷正式亮灯，通过现代光影技术与传统灯彩技艺，为泰国民众及全球游客打造一场跨越山海、融合多元的文化盛宴。

8月9日至8月15日迎来“魅力上海周”文化主题周活动，全面生动展现上海城市视觉艺术，并奉上丰富多元的互动活动、城市文创。同期推出“上海之夏”全球推介·曼谷站发布活动。

这个夏天，上海诚邀天下客，到曼谷逛逛灯会，来上海走走看看。欢迎用“中国240小时过境免签”，开启属于个性中国行。

影像定格魅力 多元视角绘就上海画卷

“魅力上海 闪耀曼谷——上海城市形象影像展”无疑是泰国豫园灯会“魅力

上海周”活动的一大亮点。本次展览精心策划，从上海城市形象官方画册，以及IP SHANGHAI城市形象资源共享平台近期的高赞内容中，甄选出80余幅中外摄影师、插画师的优秀作品。这些作品宛如一部生动的城市史诗，镜头定格了城市随时代奋进的坚实注脚，见证了此刻的上海处处涌动着无限机遇，以开放包容之姿，链接着每一个人的梦想与未来。

展览作品的创作者们来自五湖四海，他们有的在上海这片土地上成长生活，有的则是旅居此地的外国人，其中更有多位在上海生活或来上海旅游的泰国友人。他们以各自独特的视角，记录下上海这座城市的无限魅力，用镜头和画笔表达着对上海的喜悦与期许。

本次上海城市形象影像展的摄影部分聚焦“开放”“创新”“包容”三大主题，全方位展现上海的多元风貌。既有充满烟火气的市井生活，又有引领潮流的摩登时尚，还有东西方文化交融的独特韵味。展览的插画部分则分为经典地标和城市更新案例两大板块：

经典地标宛如城市的筋骨，承载着历史的记忆与文化的传承。从承载百年历史的邮政博物馆，到流光溢彩的豫园灯会；从典雅隽永的武康大楼，到连接世界的浦东机场；从繁华熙攘的南京路，到光影流转的国泰电影院，以及象征城市天际线的外滩“三件

套”……这些地标建筑生动地描摹出一座城市的品格与风貌。城市更新板块则通过插画展现重塑城市空间与生活的典型案例：如激发社区活力的新华·社区营造中心、巧妙再生的苏州河桥下空间、工业遗迹焕新的杨浦滨江、融合历史与摩登的张园、探索宇宙奥秘的上海天文馆、崭露头角的北外滩、文艺新地标上生新所，以及充满烟火气的乌中市集等。这些画面生动诠释了上海如何在保留历史文脉的同时，焕发出鲜活的生命力，展现出城市发展的无限可能。

不止影像展，“魅力上海周”期间，15条上海城市形象系列短视频也亮相泰国豫园灯会，与璀璨的花灯交相辉映，让泰国民众沉浸式体验上海的热情与魅力，仿佛身临其境般感受这座城市的独特韵味。

互动体验升级 沉浸式感受上海风情

丰富多样的互动体验是“魅力上海周”的另一大魅力所在。活动现场精心设置了生动有趣的打卡体验区，为参观者带来一场别开生面的城市之旅。

在“上海-曼谷手牵手”打卡点，参观者们仿佛拥有神奇魔力，可实现上海豫园与曼谷大皇宫一秒穿越，领略双城各自的东方生活美学，感受不同文化碰撞出的独特火花。

在“悟空的假期”打卡点，上海经典动画IP《大闹天宫》中的主角孙悟空化身热情向导，带领大家从吴淞口腾空跃起，沿黄浦江翻着筋斗云，在外滩张望，在苏河两岸穿行，在滨江嬉戏，在东方明珠登高，还与路人亲切互动“依好！萨瓦迪卡！”，让参观者仿佛置身于一场奇幻的冒险之旅。

在上海城市形象影像展上，还精心设计了动态插画装置。参观者只需发出现场指令，插画中有关上海的一景一物便都“活”起来，与参观者们“共舞”，为参观者带来一场充满趣味与惊喜的互动体验。

“魅力上海周”还携手中国教育部中外语言交流合作中心“汉语桥”品牌，邀请“汉语桥”活动中多位优秀的泰国青年获奖选手，在活动现场带来中国书法、中国歌舞、中华武术等精彩表演。他们还将以流利的中泰双语在“魅力上海周”期间进行直播互动，用泰国青年的独特视角讲好中国故事，促进中泰文化交流与传播。

豫园灯会与上海发布联名的文创大礼包、由上海东华大学设计的非遗主题国风文创、IP SHANGHAI的上海特色文创等多款文创产品也跨越千里来到“魅力上海周”活动现场。这些上海城市相关的文创产品不仅好看实用，更承载着上海的文化内涵，以创新创意吸引泰国游客们来上海，开启一场难忘的消费与文化之旅。

2025.08.31

环境 | 社会 | 公司治理 ESG

2025 青少年远见者新星奖全国峰会暨颁奖典礼举行

◎文| 刘帅

8月24日，2025青少年远见者新星奖全国峰会暨颁奖典礼在上海中学国际部精彩举行。活动现场为本年度热衷公益的“发光少年”们颁发荣誉，来自全国各地的远见者进行了公益创投路演。《远见者新星奖十二周年回顾白皮书》和远见者“星仔”IP形象发布，为本年度的公益盛会增添了特别意义。

公益创投：触碰新灵感 触发新机遇

峰会上，“公益创投”环节聚集了多位热心青少年公益发展的企业代表与组织。他们现场聆听了优秀公益项目的路演后，及时点评或表达了支持意愿，赋能远见者公益项目可持续发展。创投嘉宾被孩子们的善意和创意打动，纷纷表示愿意提供支持、对接资源，助力他们的公益梦想落地生根、持续生长。

李飞翰是2025远见者“慈善大使”之一，来自上海市协和双语高级中学（协和古北）。他在路演中介绍了自己为应对津巴布韦霍乱疫情设计的Sunflower太阳能灶具。

中国美国人民友好协会副会长黄屏对李同学的创造点赞。“民以食为天，你的这个创造利用了津巴布韦的地理优势，为那里的人民提供了负担得起的灶具，解决了一个大问题。”

上海市人民对外友好协会一级巡视员、上海市社会组织国际交流促进会会长景莹说，“从去年的‘点亮滤水瓶’到今年



的太阳能灶，我们连续将中国远见者的公益项目推向国际友好交流的舞台，非常有意义。”

「远见者」工作坊：寓教于乐的公益新体验

为了让更多中学生直观了解和参与公益，今年，远见者战略合作伙伴——复星旅文还特别与主办方一起开设了“青少年远见者可持续工作坊”。

在同济大学生态文明与循环经济研究所所长、长三角循环经济技术研究院院长杜欢政教授，知名野生动物摄影师、“野性中国”创始人奚志农，Arts Access融艺创始

人李丹的现场指导下，同学们实地走访度假村，探讨废旧雪板、客房布草及运动鞋的材料成分与循环潜力；近距离观察和了解企鹅生存保育的相关“冷”知识；感受度假区内无障碍设施的实际使用效果等。

参与工作坊的同学在结营路演中各抒己见，形成了一个基本认同——“真正的可持续项目既能广泛传播，又兼具商业价值”。这种“从真实问题到创新方案”的工作坊，是可触摸、可参与、可改变的具体行动。

峰会现场，复星旅文为六组同学授予“复星旅文青少年可持续发展大使”称号，以表彰他们在公益创新中的积极实践与独特贡献。

“远见者校园公益联盟 SEEDING

计划”于2024年正式启动，今年，“SEEDING计划”迎来新成员——上海市民办平和学校、上海浦东新区协和教育中心加入联盟。峰会现场为这两位新朋友授牌，共同为这一公益教育平台注入更多发展动力。

“大咖说”环节邀请到“乡村笔记”“未来笔记”创始人、全国青联委员汪星宇，结合他的团队在乡村振兴领域的多年经验，为大家分享他的观察与思考，勉励青少年在城乡之间勇于创新探索。“如果有一天我们的孩子们真的选择把公益这件事情作为他们的事业，请大家继续为他们鼓掌，鼓励更多人追求非共性的成功。”

黄晓明明天爱心基金秘书长黄鹏以“从善意到善治：用共益思维改变世界”为主题，给学生们上了一堂关于中国慈善事业的发展脉络和明星参与公益事业的案例课程。

复星基金会理事长李海峰在展望寄语中表示：“12年来，远见者新星奖持续推出优秀的中学生公益项目，一批批可爱的‘慈善大使’从国内走向国际舞台，其中一些项目不断迭代升级，也陆续捐赠给海外有需要的地区，为创造一个更加公平有爱的世界贡献了青春智慧。我们再次感谢上海市友协、UNITAR等指导单位给予孩子们的鼓励和帮助，以及所有合作伙伴的倾情付出！期待未来有更多的‘远见者新星’在世界不同的角落发光，像我们新推出的远见者小狮子‘星仔’一样勇敢聪慧充满活力，照亮更多同龄人的公益创想路。”

感受商业向善，“舍得游学营”为成长加油！

8月11日至15日，由舍得酒业、上海复星公益基金会（下称“复星基金会”）、复星旅文联合举办的2025“舍得星未来”游学营在上海举行。来自全国各地的100名优秀高中毕业生走进复星生态企业，聆听高管讲授企业管理，学习复星基金会项目管理模式，体验非遗文化和当代艺术，在“舍得”中成长，在成长中逐梦。

复星基金会理事长李海峰，复星党委书记、复星国际副总裁祝文魁，复星联席首席战略赋能官、品牌与传播部总经理施喆，舍得酒业总裁唐晖，复星助理首席人力资源官张杨，复星AI条线研发交付总经理楼立，复星旅文集团Club Med邻境&白日方舟销售副总裁颜艾，狼队电竞市场总监王语嫣，卓尔荟品牌营销总监许兴昱等出席活动。

开营仪式上，祝文魁表示“舍得”二字蕴藏着中国人的生存智慧，是取舍间的通透，更是面向结果的清醒选择，希望同学们在这次游学营中感受舍得的哲学底蕴，祝愿“舍得”智慧陪伴大家从容前行。

开拓视野，规划未来。施喆介绍了复星的成长历程，阐述了“修身、齐家、立业、助天下”的企业价值观和“全球动力嫁接全球

资源+中国竞争力”的国际化战略。在回答学子们关于“竞争”的提问时，他鼓励大家以开放的心态在竞争中达成合作。

唐晖对同学们的到来表示热烈欢迎，结合亲身经历诠释了“舍得”的三重理解：走出舒适区，全心投入，聆听内心真实声音勇敢做出选择。他寄语同学们要充分发扬舍得智慧，为不同人生阶段找到精神指引。

张杨建议同学们在AI时代路口要筑牢三道“护城河”：保持空杯心态拥抱新知，用高情商和抗压力应对挑战，学会与AI协作解决问题。楼立、颜艾和许兴昱分别向大家分享了AI技术作为“超级同事”对复星业务的赋能，Club Med邻境&白日方舟对艺术、服务与科技深度交融的持续探索，以及卓尔荟聚焦高净值刚需赛道的商业模式。

游学活动期间，同学们学习了复星基金会项目管理方法；在复星艺术中心感受独特的时尚艺术魅力；在豫园商城的南翔馒头店和童涵春堂与非遗文化握手；“星太极小拳师”的体验让同学们切身领悟太极精神的知行合一，金箔画体验让大家近距离看见金物之美的不拘一格。

游学营向优秀学员颁发了“卓越创造团队”“潜力新星奖”等奖项，鼓励大家在青

春道路上的每一次取舍中攒人生的劲。获奖同学代表说：“这次5天4晚的研学经历，虽然如夏花般短暂，却如同烈日般令人印象深刻。我第一次来到上海这座国际大都市，开了眼界，也交到了朋友。”

“我一直有点社恐，但来到了这里，需要以小组为单位竞赛，我觉得我能团队做些什么，于是我站出来了，现在我在大家面前代表团队做分享。我觉得游学营让我突破了自己。”

“复星的高管面对面给我留下很深的印象。在沟通中，和高管们一下子拉近了距离，老师们都很nice，鼓励我们提问，也会耐心解答我们看似菜鸟的问题。”

“我特别高兴在还没踏进大学之前，手上就争取到了一份舍得酒业的实习，另一个同学也幸运拿到了复星旅文的实习，非常感谢舍得星未来游学营给我们的这次宝贵机会！”

结营仪式上，复星基金会理事长李海峰祝贺同学们取得优异高考成绩。“游学营活动是一段难忘、深刻的记忆，为大家的未来发展奠定坚实基础，更是人生新征程的起点。期待你们以这段经历为参考坐标，在每一次人生规划时敢于舍得，突破自己，书写绚丽篇章！”

复星基金会携手多位公益伙伴驰援华北暴雨洪涝救灾

7月23日以来，京津冀北部地区持续遭遇极端强降雨袭击，造成重大灾害，牵动人心。灾情发生后，复星基金会第一时间行动，携手多位心系灾区的艺人共同捐赠应急物资，目前正陆续送达受灾群众，为他们提供基础生活保障与紧急支持。

截至7月30日，在复星基金会的协调下，携手明天联合14位爱心艺人（黄晓明、林志玲、佟丽娅、黄磊孙莉、朱一龙、赵丽颖、肖战、吴磊、于文文、杨紫、王阳、陈星旭、丁禹兮），以及虞书欣、王楚然、张远、白鹿迅速响应，向灾区捐赠了大米、方便面、牛奶、自热米饭和饼干，饮用水、应急家用包等应急食品及生活物资，为一线救援力量与受灾民众送去切实支持与温暖。

复星基金会理事长李海峰表示，感谢所有与我们携手向前线支援的爱心伙伴，在我们理事黄晓明先生努力下，“携手明天”和复星基金会在近年来发生的地震、洪水等应急救灾中多次并肩而行，125人次的爱心艺人第一时间参与精准驰援，有力帮助一线救援工作和家园重建，用爱与行动诠释公益初心。

复星医药获 MSCI ESG AA 评级

©文|孙丽

近日，国际权威指数机构摩根士丹利资本国际公司(中文简称“明晟”，英文简称“MSCI”)公布最新环境、社会及管治(英文简称“ESG”)年度评级，复星医药凭借卓越的可持续发展表现，评级跃升至AA级，位居国内行业领先，彰显公司在可持续发展管理和表现方面的持续进步。

复星医药成立三十余年来，始终高度重视可持续发展，连续17年发布可持续发展或社会责任报告，荣登2024中国ESG 50榜单(福布斯)、中国ESG上市公司先锋100(央视总台)、中国卓越管理公司(德勤)等多项榜单，并入选2025《财富》中国ESG影响力榜单，成为唯一上榜的中国药企，广受社会各界认可。

E: 绿色发展 降碳增效

2024年，复星医药持续完善EHS环境管理体系，积极识别、评估和管理与业务活动相关的环境风险和机遇，实现经济效益与环境可持续性之间的平衡。2024年，公司投入约人民币1.1亿元用于环保设施升级

改造、环保设施运行等工作，共节电1,345万度，节天然气27万立方米，节外购蒸汽7,307吨，对应减少碳排放10,196吨，自有光伏系统发电总量超1,458万度，同比增长约4倍，综合能耗强度同比下降5.18%，通过采购绿电1,925万度，对应减少碳排放10,332吨，合计减少碳排放20,528吨。同时，公司严格把控废气、废水、废弃物等污染物的排放，2024年，多项排污指标均超额达成阶段性目标。

S: 创新普惠 共促健康

复星医药持续加强创新研发、产品质量管理、普惠医疗、人才发展、社会公益和供应链管理等的建设。

复星医药坚持以创新研发满足临床需求，提升药品可及性与可负担性。在血液瘤、乳腺癌、肺癌等领域持续推出创新产品，如中国首个生物类似药汉利康®、首个国产曲妥珠单抗生物类似药汉曲优®、全球首个获批一线治疗小细胞肺癌的抗PD-1单抗汉斯状®等。在罕见病领域，截至2024年

末，复星医药已上市5款药物，在研适应症达10项；2025年，自主研发的创新药复迈宁®获批双适应症，填补相关罕见肿瘤治疗空白，拓展患者治疗选择。

在全球健康领域，公司不仅通过创新药物服务全球患者，还积极助力发展中国家医疗体系建设。通过药品供应、技术培训和本地化生产等多措并举，公司持续支持非洲地区公共卫生能力提升。截至2024年末，公司自主研发的注射用青蒿琥酯全球累计供应量超4亿支，累计救治超8,000万重症疟疾患者；2024年，公司在非洲举办逾2,500场医药CME培训，覆盖医务人员超4.1万人次，显著提升其专业水平。

2025年，复星医药以准会员身份加入制药供应链倡议组织(PSCI)，积极主动对接国际治理标准，未来将携手合作伙伴持续推动负责任价值链建设。

在社会公益方面，复星医药积极响应国家乡村振兴战略，通过星爱121专项公益基金深度参与“乡村医生项目”，发起“粉蓝丝带公益行”助力两癌筛查，守护基层健康。近三年，复星医药集团公益捐赠总额超过人民币3亿元。

G: 长效治理 行稳致远

复星医药构建由董事会及董事会ESG委员会、ESG管理委员会、ESG工作小组组成的ESG治理架构，以确保董事会及管理层的可持续发展有效监管、科学指导及全力支持。公司于2020年制定了《董事会环境、社会及管治委员会职权范围及实施细则》，明确了董事会ESG委员会职权范围，亦结合ESG监管指引及公司ESG实践定期审视ESG治理架构并作出相应调整。

2024年，遵循上交所最新可持续发展报告指引和港交所ESG报告守则，公司从财务重要性和影响重要性两大维度识别和评估重要议题，提升信息披露质量。

此外，公司持续优化反腐合规管控体系，从反腐败与反贿赂、员工权益保护、信息安全维护、国际贸易合规管理等多个维度，全面推进商业道德治理工作，构建廉洁、透明的治理环境。

未来，复星医药将持续践行“让每个家庭乐享健康”的使命，深化ESG理念融入战略与运营，积极为行业和社会创造可持续价值。

复星艺术中心新展 | 邱岸雄上海个展“早春长歌行” 一卷横跨三千公里的山水长图

上海复星艺术中心将于2025年9月9日至10月8日呈现艺术家邱岸雄个展“早春长歌行”，展览源于由艺术家发起的“觉山知水”行走计划——从绍兴兰亭到巴蜀成都。

作为对成都复星艺术中心首展的延续，上海巡展在呈现多件重要作品的同时，增设了邱岸雄的全新创作，更在上海复星艺术中心四层特别展出装置作品，展现艺术家将传统山水精神转化为当代艺术表达的独特路径。“早春长歌行”不仅是对中国传统山水精神的当代演绎，也是艺术家对诗意栖居的深刻探索。

“觉山知水”是邱岸雄于2025年3月启动的一次行走计划，从兰亭到成都，一路沿江两岸而上，全程达三千五百公里。期间与舞者、音乐人、摄影师、艺术家和书法家等展开持续的合作，最终形成一部影像作品及一部纪录片。在此之前，他已经提前到访其中的一些地方，并且依据沿途的景色，绘制了一系列的丙烯画作。

时逢早春，旅途曲折悠长，所到之处往往都有历代文人们留下歌咏诗篇。走向山水深处的同时，也是走向记忆中的文本。《早春图》是中国古代绘画的巅峰之一，《长歌行》出自汉乐府，为后世的诗人们不断重写。

本次展览的标题“早春长歌行”并蓄两者，是点明时节、行旅中对于艺术和文学的思古之情，以及音乐和舞蹈在长卷般的沿途持续生发等数重特性；诗人、翻译家少况将英文标题译成“A Meandering Song Of Early Spring”，也生动地传达出旅途的曲折与悠长。在那些不断转换的现场，舞者和音乐人展示了一次又一次即兴的表演，譬如在天姥山下的茶田里，摹拟《踏歌行》中的

欢乐氛围；在庐山一处消费主义废墟的坑洞里，张扬相应于“天行健”的生命意志。

随着旅程的继续，天气在回暖之中，情状也就更暗合《论语》里的描述：“春服既成，冠者五六人，童子六七人，浴乎沂，风乎舞雩，咏而归。”

邱岸雄善于依托古典籍进行视觉演绎，探讨我们与自然、传统和未来的关系，他对历史的浓厚兴趣并非意味着复古或怀旧，而往往是借古喻今，以遥远的时空维度和人文的思辨视角，反复定义我们的处境和可能的身份危机；行将消逝的精神痕迹如何打捞？现代科技及人造物如何塑造现实？我们正经历一场怎样的变形记？

这些都作为主题被他触及，而他相信道法自然，希望通过艺术恢复与自然的关系；无论是他广为人知的水墨动画影像，还是近年的架上绘画，也都与此密不可分。

邱岸雄的绘画选择丙烯作为材料，是因为它曾经作为制作水墨动画的基础，并且能达到类似水墨的效果。他的用色脱胎于青绿山水的传统，而他的笔触有意识地避免了已经程式化的国画语言，譬如传统的各种皴法。在灵性想象力的介入之下，最终的画面显得相对明快，富于层次之间的对比，充满了视线的游走感，仿佛通过一个长镜头引领着观众从近景一直移目至远空，其间经历了一段寓言化的旅程。

“微风吹幽松，近听声更好”，这是诗僧寒山的句子，而英国的诗人牧师霍普金斯写道：“春日之美无可比拟。”在一次难忘的早春长歌行之后，展览意在重现其中尤为动人的画面和乐章。

2025年4月3日至6月8日，展览首先在

成都复星艺术中心举办，如今，展览巡至上海复星艺术中心。除了保留首展的基本面貌之外，现场还增设了邱岸雄后来创作的架上绘画和以册页为载体的长卷，以及《远寺》这部灵感源自于波斯诗歌的新影像作品。上海本

就是该次行走计划的出发地，回到这个原点进行展览的再次呈现，具有特别的纪念和回眺意味；而中国广袤的自然风景和深藏的人文积淀，依然在远处召唤并期待着下一次行走的队列。

