

FOSUN TIMES

复星人

准印证号: (B) 0276

总第 459 期 本期 16 版
2026 年 09 月 30 日出版

内部资料 免费交流

P02 非遗大豫园·音乐季启幕 郭广昌：大豫园好戏连台，非遗音乐唱给世界听

P03 地中海度假集团南非“海滩+Safari”度假村开业

P04 徐晓亮：我们正从一座山，翻向另一座山

P07 陈启宇：依托创新+全球化，持续提升盈利能力



扫码收阅手机版

聚焦优势产业 加速全球布局



【版权声明】刊登的所有内容(包括但不限于文字、图片、图表、版面设计),未经本报书面许可,任何人不得转载、摘编成任何形式使用。违反上述声明,本报将依法追究其法律责任。

【免责声明】由复星国际发行,意在提供复星国际及其直属、非直属子公司以及关联产业(包括但不限于复星国际及其子公司)(简称“复星”)的相关信息,不构成复星的信息披露或投资推荐。

上海首个非遗大型主题活动“非遗大豫园·音乐季”启幕

水袖掠过九曲桥湖面，古筝与电子节拍响起外滩。第37届上海旅游节经典活动季启幕之际，9月19日晚，上海首个非遗主题大型活动——“非遗大豫园·音乐季”在大豫园一期（豫园商城）与大豫园—BFC外滩金融中心双区启幕：九曲桥首次搭建水上舞台，南北戏曲轮番开锣；BFC外滩心动露台上，传统戏曲与电子音乐跨界碰撞。

一轮秋月，照见两种非遗现场

启幕夜，曾流传于老城厢的中秋民俗“走月亮”浪漫回归豫园。身着传统服饰的巡游队伍手提精巧的非遗鱼灯与滚灯，在青砖黛瓦与光影斑斓中轻盈穿行，宛如一幅流动的江南画卷。华宝楼上，青年评弹演员陆嘉玮带来新乐府评弹《莺莺操琴》，国风音乐人平生不晚、小颇接连唱响《探故知》《武家坡》。中心广场前，在悠扬的古风乐音中，众人面向明月肃立祈福，古老的“拜月”仪式感与中秋的祈愿深度交融，将老城厢的烟火温情推向高潮。

月上西楼，九曲桥水上舞台正式开锣。湖心亭、飞檐与盈盈波光化作天然戏台，新乐府昆曲乐队的弦乐一起，施夏明与李静阳将《牡丹亭》的缠绵与《玉簪记》的幽远娓娓道来。紧接着，传统声腔与新世代国风在此奇妙交融——巴特尔的《贵妃醉酒》尽展京剧华彩，谢军的黄梅戏《天仙配》醇厚明快；而平生不晚的《难却》与一棵小葱傅红雨、王清清合唱的《鲨鱼·野马·画》《壁上观》，则以年轻人偏爱的流行旋律，为古老戏腔披上了一层当代霓裳。演出尾声，川剧演员吴熙与说唱歌手艾克森Xen联袂带来新乐府川剧《梨花落·杏花开》。高亢明亮的川剧声腔与说唱节奏在水上舞台交汇，传统与潮流在湖心亭的飞檐下无缝交织。收官之时，全体演员齐聚水上舞台集体谢幕，光影璀璨、水月交辉，东方美学的震撼深深刻入观众脑海。

同片夜空，BFC外滩心动露台则展现了非遗的另一种打开方式。演绎舞台以陆家嘴璀璨天际线为天然幕景，构筑氛围感十足的沉浸式户外音乐现场。整场演出打破传统艺术边界，上演东西方音乐的先锋碰撞。电子音乐人王璐携手美国先锋演奏家玉刻YUKES率先登台，古筝与箫的声音进入电子节拍，传统器乐在外滩天际线前有了新的听感。随后，王璐与青年京剧演员巴特尔、国风音乐人一棵小葱王清清等相继合作，将《梨花颂》《壁上观》等熟悉的旋律重新编排。当京剧《定军山》《空城计》遇见电子音乐，当昆曲、评弹、京剧与粤剧等被接入一段连续混音，传统戏曲不再是被动观看的表演，而是与外滩江风、现代节拍融为一体的先锋派对。

从舞台延伸到街区 58天大豫园好戏连台

启幕大秀后的58天里，大豫园的非遗好戏将从舞台延伸到整片街区，并从江南海派一路走向西南西北与世界舞台。

非遗音乐专场与世界之音交相辉映。9月底，赵志刚与严艺丹将率先在九曲湖心舞台带来温婉越剧与流行国风的跨界；10月，戏班乐队将用实验性的海派之音串联传统曲艺，张尔忒也会把带着西北黄土气息的

“花儿”搬上舞台；高虹与非洲科拉琴的合作更是跨越山海，奔赴豫园。BFC同步拉开世界文化序章，依次铺展拉美风情、意大利美学等国际文化叙事。多国音乐人登临外滩心动露台，法国爵士、巴西流行民谣、哥伦比亚拉丁电音、意大利那不勒斯古典歌曲等世界音乐轮番奏响，把全球各地的文化演艺带到黄浦江畔。

外滩BFC以文化为桥，让世界在此相遇。多场国际主题文化周集合展览、慢闪市集、手工工坊、文化沙龙，构筑完整多元的文化体验。10月15日至11月1日，拉美文化周打造沉浸式拉美慢闪空间，汇聚各国手工艺品及生活方式品牌。其中，携手墨西哥领馆打造的第二届外滩墨西哥怪诞嘉年华重磅登场，墨西哥非遗演出、亡灵节面包工坊、拉丁音乐狂欢夜、墨西哥主题电影周轮番上演，淋漓尽致还原拉美热烈鲜活的节庆氛围。11月2日至11月15日，意大利文化周接棒启幕。BFC打造意式生活美学慢闪馆，集中呈现意大利当代艺术、非遗手作与轻奢设计好物；多场非遗手工坊、特色主题演艺同步开启，全方位解锁意式艺术与生活美学。

市集、NPC与巴士串联全域体验。豫园商城还将引入西北、西南地方非遗市集，以“一周一主题、一县一市集”的方式，呈现当地非遗产品、技艺与原生态演艺，游客在听戏之余，还能把玩民族手工艺、品尝异域风物。漫步街巷，你可能会在转角偶遇正眉飞色舞“说书”的NPC，或是一头撞见精彩绝伦的“比舞”现场。而那辆披着定制涂装的“非遗大豫园音乐季专线巴士”，更像是一个穿梭于双区之间的移动戏台——车厢内，演员与游客互动欢唱；抵达外滩BFC后，他们便直接汇入街区开启巡游狂欢。

舌尖非遗、国风入戏与全域消费共振。音乐季巧妙融合了当代年轻人的生活方式。看戏逛累了，豫园老字号非遗传承人联手打造的“豫园非遗季限定套餐”正等着你，红烧河鳗、虾籽茭白等经典本帮菜，与鲜肉小笼、素菜包等老字号小吃被浓缩于一桌海派秋宴。想要深度“入戏”的游客，还可换上平生不晚同款的“月娘”妆造，参与“走月亮”巡游，沉浸式体验浪漫的江南民俗。此外，音乐季还打通了全域消费场景，游客在逛吃打卡之余，更能解锁黄金珠宝等商户推出的专属联动好礼。在这里，非遗真正变成了可赏、可听、可玩、可品的生活方式。

“非遗音乐人计划”邀你登台入戏。音乐季期间，大豫园还正式发起“非遗音乐人计划”，邀请拥有演艺特长的民间艺人登上九曲湖心舞台与BFC外滩心动露台，让更多来自民间的音乐与技艺在大豫园被听见、被看见。

艺术与科技共振 外滩BFC开启多元文化新体验

伴随着“非遗大豫园·音乐季”的启幕，外滩BFC以艺术与科技为轴，奏响城市文化生活新乐章。即日起至10月28日，ADW®亚太设计周在上海复星艺术中心及上海多个城市文化空间展开。本届ADW以展览为核心，并延伸至公共讲座、阅读空间与城市平行项目，上海复星艺术中心同期呈现三大展览。此外，“艺术外滩2026露台艺

郭广昌：大豫园好戏连台 非遗音乐唱给世界听

复星国际董事长郭广昌通过个人微博发布了对非遗大豫园·音乐季启幕夜表演的观看感受：

在豫园，我欣赏了一场特别的非遗音乐会。九曲桥的湖面上，第一次搭起了水上舞台——昆曲《牡丹亭》、京剧《贵妃醉酒》、黄梅戏《天仙配》等南北声腔在月色里轮番响起，戏曲名家和国风年轻人同台。这是传了几百年的老腔老调，昨晚用新的方式唱了出来，新乐府把昆曲和电子乐编在了一起。

更妙的是，几百米外的BFC外滩，还有另一场戏——古筝、箫撞上外国音乐人的电子节拍，电音版的《梨花颂》在外滩的灯火里响起。一头是老城厢里的中国非遗，一头是浦江畔的世界音乐，一中一西，一头连着传承，一头通向对话。我觉得，非遗不只是供在博物馆里的老物件，更适合活在烟火气里，成为唱给世界听的中国声音。

这个秋天，豫园和外滩的好戏连台，欢迎大家来听戏、赏月。



术季”以“熊猫的外滩假期”为主题回归黄浦江畔。本届艺术季由上海复星艺术中心持续推动，联动BFC等多处外滩城市空间，通过熊猫主题艺术装置、互动体验及露台文化活动，打造一场融合艺术、城市与生活方式的公共艺术体验。

当文化遇见科技，传承在此有了新的表达。BFC全新科技文化地标——AI体验中心正式开业。体验中心以“玩转AI，触见未来”为主题，汇聚近10个顶流科技品牌，打造可互动、可体验、可消费的未来科技现场：宇树机器狗与机器人零距离互动，尽显未来感；拓竹开启“万物皆可3D造”，赋能无限想象；Rokid以AI+AR眼镜实现虚实融合，探索数字新视界；索尼打造沉浸式游戏对决，解锁视听新体验；影石以“持影石赴山海”为引，留存每一刻精彩。现场更有美惠Fuzozo“会长大的AI小毛球”与肉派派Ropet萌宠相伴，带来有温度的AI陪伴。从硬核科技到情感陪伴，BFC以多元场景构建“文化+科技+消费”新增长点，让文化流量转化为可持续的消费活力。

锚定“全球非遗时尚秀场” 大豫园向世界递出文化名片

这场双区大秀只是序章，大豫园锚定非遗内核，向世界讲述的中国故事远不止于此。

在豫园，非遗早已融入一条条街巷里。从一笼刚出炉的小笼、一杯湖心亭中国茶，到凝晖路的非遗手艺人一条街、海上梨园的多元戏曲，70余项在地非遗资源构成了这里生生不息的文化肌理。豫园商城提出打造“中国非遗创新策源地”，正是希望从这些资源出发，连接传承人与年轻创作者，让传统文化形成新的体验方式。

豫园商城让中国非遗向下扎根，BFC让文化交流向外打开。传统园林、商业街区、剧场与国际化滨水空间在步行可达的范围内相互连接，让中国故事与世界文化能够发生在同一片城市空间。当非遗不再仅仅是在台上演，而是能在街上遇见、车上参与、餐桌上回味时，大豫园“全球非遗时尚秀场”的宏大蓝图，正在这58天的日夜连台中，化作最生动的现实。

Club Med 在南非开设首家度假村 开创全新“海滩与野奢游猎”体验

2026年9月17日, Club Med地中海俱乐部·南非海滨与Safari度假村(简称Club Med南非度假村)于南非KwaZulu-Natal(夸祖鲁-纳塔尔)省正式开业并举行了开业典礼仪式。

活动当天, 南非共和国旅游部长 Patricia de Lille(帕特里夏·德利尔), Thamsanqa Ntuli(塔姆桑卡·恩图利)省长, 以及复星国际董事长郭广昌, 复星国际联席CEO、地中海度假集团董事长徐晓亮, Club Med全球首席执行官Stéphane Maquaire和Tinley Leisure董事长Moses Tembe等在内的200余位嘉宾出席了度假村开业活动。

Patricia de Lille代表南非总统 Cyril Ramaphosa(西里尔·拉马福萨)在度假村正式开业仪式上致辞时表示, “Club Med在南非看到的价值, 如今已经转化为南非人民、尤其是当地社区实实在在就业、技能提升和发展机会。我们感谢Club Med集团及其合作伙伴将雇用当地居民作为优先事项, 并为项目带来专业经验和国际影响力。”

复星国际联席CEO、地中海度假集团董事长徐晓亮表示, “Club Med进入南非, 是复星携手南非本地合作伙伴实现多方共赢的重要一步。未来, 希望能够打造更多兼具经济效益与社会效益、既‘叫好’又‘叫座’的标杆性度假村。复星也期待将更多业务带到非洲, 在文化旅游、生物医药等领域深化合作, 携手谱写互利共赢的新篇章。”



9月17日, Club Med地中海俱乐部·南非海滨与Safari度假村正式开业

打造“叫好”又“叫座”的标杆性度假村

Club Med品牌自1950年创立以来, 始终在世界各地寻找稀缺优质的旅游目的地, 并将精致一价全包和当地文化、景观和体验做结合。

此次开业的Club Med地中海俱乐部·南非度假村位于夸祖鲁-纳塔尔省, 总投资超过20亿兰特, 也是Club Med全新“海滨与野奢游猎”概念在全球的首次亮相。该项目将南非两种最具代表性的旅游体验, 融合为一段高端一价全包式旅程。宾客可在一个度假村内, 享受Tinley Manor的印度洋海滩冲浪, 和占地约18000公顷私人“非洲五大兽”保护区的Vikela Safari Lodge野奢游猎等多元度假体验。

其中, 南非海滨度假村坐落于一块占地32公顷的海滨地块, 距King Shaka国际机

场约30分钟车程。度假村提供400多间客房、套房和别墅, 设有四个泳池、家庭专属与成人专属空间、展现南非风味和区域食材的餐厅, 以及丰富多样的免费陆地和水上活动, 其中包括在南非首家Club Med冲浪学校体验冲浪、帆船、站立式桨板、板式网球、瑜伽以及品牌标志性的空中飞人。

而Vikela Safari Lodge则作为组合住宿的一部分, 通过豪华帐篷住宿、导览式游猎乘车和沉浸式自然体验, 将旅程延伸至南非的野生动物遗产。该组合形式旨在鼓励更长停留时间, 吸引国际游客, 并提升夸祖鲁-纳塔尔省在Club Med全球客户和分销网络中的知名度。

Club Med总裁兼首席执行官Stéphane Maquaire表示: “76年来, Club Med始终受开拓精神驱动, 开辟新视野, 创造新的旅行方式, 并在我们运营的目的地与各方建立持久合作。通过将印度洋

海岸线与非洲‘五大兽’野奢游猎体验相结合, 我们为宾客提供了一种探索这个非凡国家的新方式。此次开业体现了我们对南非旅游潜力的信心, 也体现了我们通过本地人才、负责任旅游和强有力合作创造长期价值的承诺。”

南非度假村注重环保节能也强调社会价值

南非海滨与Safari度假村项目由南非本土企业Tinley Leisure拥有并开发, 汇聚了本地机构、私营部门与女性投资力量, 由地中海俱乐部负责运营, 实现了本土资本与全球经验的结合。同时, 项目创造了2300多个建设期岗位、600个永久岗位及约1500个间接岗位, 本地员工占比超过80%, 百余名青年经培训入职度假村, 将投资切实转化为就业、技能与共享价值, 为夸祖鲁-纳塔尔省的未來带来更多可持续发展的产业。

另外, 该度假村的开发设计, 还充分考虑了负责任的资源管理与生物多样性环境保护。其可持续发展目标包括绿色环球认证, 在已获得南非绿色建筑委员会绿色四星评级的情况下, 还在度假村大力推广太阳能、节水措施、减少一次性塑料和食物浪费计划等绿色环保行动。

复星国际董事长郭广昌表示: “这是Club Med在南非的第一家度假村, 复星希望把更多的产业带到南非, 在这里打造更多既有经济分量又有社会温度的标杆项目, 让复星与非洲的缘分, 走得更深、更远。”

地中海度假集团南非“海滩 + Safari”度假村开业 全球化布局再提速

2026年9月17日, 复星国际旗下全球高品质度假生活方式引领者——地中海度假集团(ClubMed Lifestyle Group)宣布, Club Med地中海俱乐部·南非海滨与Safari度假村(简称Club Med南非度假村)于南非 KwaZulu-Natal(夸祖鲁-纳塔尔)省正式开业。

南非首个一价全包度假村开业把海滨与“五大兽”装进同一段假期

作为地中海度假集团打造的全球首家兼具海滨(Africa Beach)与高端Safari结合的两栖度假村, 也是南非首个一价全包式度假村, 该度假村总投资超20亿兰特, 是南非近50年来最重要的旅游度假项目。

据悉, 该度假村拥有480多间客房, 其中超400间位于海滨度假村, 70多间位于Vikela Safari Lodge。在海滨度假村, 宾客可享受Tinley Manor的印度洋海滩冲浪, 在Safari Lodge 1.8万公顷私人保护区, 宾客可体验非洲“五大兽”(Big Five)的高端Safari 观赏。项目距 King Shaka 国际机场约30分钟、距德班约45分钟。

与此同时, Club Med南非度假村还推出了当地首个冲浪学校, 涵盖冲浪、帆船、

站立式桨板、板式网球等运动项目, 客源覆盖约30个国家和地区。

该度假村推出的创新度假项目, 特别强调社区影响和环境保护。在建设期间, 该度假村就创造了超2300个直接和间接就业岗位, 以及600个永久岗位, 同时还通过农业、运输、维护、游览、餐饮和物流等供应商和相关行业, 提供约1500个额外就业岗位。其中, 海滨度假村84%员工为南非本地人, Vikela Safari Lodge 团队则100%本地化。通过Club Med 与Nukakamma 人才发展中心合作, 已有百余名南非青年经培训后入职该度假村。

据悉, 该度假村的开发设计也充分考虑了负责任的资源管理与生物多样性环境保护。不仅获得了南非绿色建筑委员会绿色四星评级, 还在度假村大力推广太阳能、节水措施、减少一次性塑料和食物浪费计划等绿色环保行动。

地中海度假集团全球化布局再提速 锚定世界稀缺优质旅游目的地

据了解, 地中海度假集团于8月28日在香港启动上市流程后, 就尝试通过拓宽融资

渠道进一步为全球化扩张、新度假村开发及品牌高端化等战略, 来寻求更多有利的外部资源。

Club Med南非度假村开业正是地中海度假集团全球化与高端化布局战略的最新落点。该集团目前在六大洲40多个国家和地区运营69家度假村, 目标到2030年达到85家, 实现高品质的规模化扩张。

2026年以来, 地中海度假集团就陆续有新度假村开业。今年4月, 杭州首个茶主题国际高端度假目的地Club Med地中海白日方舟·杭州龙坞度假村正式开业。8月, 泰国苏梅岛Club Med Exclusive Collection Koh Samui度假村举行奠基仪式。

今年年底, Club Med近20年来在东南亚的首家新村, 也将在Kota Kinabalu(亚庇)开业。此外, Club Med在全球稀缺旅游目的地的布局也明显加速。2025年底以来, Club Med在中国、加拿大、摩洛哥、巴西、美属维珍群岛和印度尼西亚以及意大利等地, 都有新度假村项目签约。

参加南非度假村开业典礼的Club Med 首席执行官Stéphane Maquaire则表示: “76年来, Club Med 始终受开拓精神驱动, 开辟新视野, 创造新的旅行



方式, 并在我们运营的目的地与各方建立持久合作。”

地中海度假集团表示, 全球化布局加速扩张并非简单复制, 而是以“标志性目的地、高端一价全包和在地体验”为驱动, 聚焦高潜力旅游市场的全球稀缺旅游目的地为核心, 从印度洋海岸到非洲 Safari, 从南非本地客源到全球30个市场, Club Med南非度假村的开业, 不仅是地中海度假集团在非洲的重要落子, 更是其2030年实现全球85村战略蓝图的关键一步。

原文刊载于环球时报

徐晓亮：我们正从一座山，翻向另一座山

◎文| 舒冬妮

2026年8月27日晚，复星国际交出了一份超出市场预期的2026年中期成绩单：总收入869.6亿元，归母净利润17.2亿元，同比大增160.3%；海外收入达491.6亿元，占总收入比重升至56.5%；四大核心子公司收入占比达73.5%。

次日，复星国际时隔6年再次回到香港举办业绩发布会。复星国际董事长郭广昌表示，“晴天修屋顶”如期兑现，公司已重回增长轨道。复星国际联席CEO（首席执行官）徐晓亮也在现场，就投资者关心的创新、全球化、消费与文旅等问题作答。

发布会结束，徐晓亮接受了《每日经济新闻》记者（以下简称NBD）专访，他讲了一个更生动的注脚：复星旗下婴童车品牌Silver Cross，通过与中国供应链共创，产品力得到显著提升，英国市占率从8%飙到38%，估值从4000万英镑跃升至1亿英镑。“这只是开始，”他说，“这才是A面。”

他所说的是复星国际全球化的“A面”——全球整合研发与生产，还有“B面”——全球营销与运营。两个面加起来，才是复星国际想要成为的样子。

沿着这条路，最近几年，复星国际的战略有所侧重：从“拥轻合重、瘦身健体、攻守平衡”十二个字的真实落地，到AI（人工智能）时代“从一座山翻向另一座山”；从中国能力取代中国动力的全球化跃迁，到万亿元级度假市场的“时间生意”……

“瘦身”不是过冬，是选赛道

复星国际从前触角伸向无数个方向——钢铁、地产、保险、旅游、医药、酒业、珠宝……什么都有。

但2022年之后开始主动收缩触角。负债持续压降，国际信用评级目标指向“投资级”。非战略非核心资产有序出清，留下来的，必须满足两个条件：有产业基础，有未来空间。

“瘦身健体不是过冬策略，是战略方向。”徐晓亮说，“方向对了，该瘦的瘦，该攻的攻。”

NBD：2025年4月，您在接受我们专访时反复提到“拥轻合重、瘦身健体、攻守平衡”十二字方针。2026年上半年，复星国际从2025年亏损200多亿元一跃盈利超17亿元，完成“晴天修屋顶”，接下来这个战略还会继续吗？

徐晓亮：“拥轻合重、瘦身健体、攻守平衡”这十二字方针是个长期战略，接下来复星国际还是会围绕这个走，但要有方向、有模式、有节奏。

第一是“瘦身健体”，我们坚决退出非核心的产业，将资源聚焦到已有产业基础、未来也有一定发展空间的优势产业。同时不断降低负债率，向“投资级”评级迈进，这要靠持续的“瘦身健体”来实现。

第二是“拥轻合重”，这是一种模式。作为民营企业，贷款利率不是我们的优势，但是我们有运营能力，有全球创新整合能力，可以和不同资本进行“拥轻合重”。

比如在重庆做的中国第一个文旅Mall“Hi 重庆”（即把文旅体验与商业消费融合的线下综合体），该项目由政府投资，但从定位、策划、落地、建设到最后运营，全部由复星旅游板块来运作。我们能够分享重资产的收益，这就是我们打造的“拥轻合重”模式。

第三是“攻守平衡”。这是一个节奏问



复星国际联席CEO徐晓亮



Club Med地中海俱乐部·普吉岛度假村



太仓阿尔卑斯国际度假区

题，该进攻的地方要进攻，该收缩或退出的领域要果断退出。比如，大豫园地处上海核心位置，该攻就攻；香港清水湾项目历时12年，打磨出“文化+艺术+居住”的新产品；海南三亚的超级地中海项目、医药领域的创新药，同样都属于该攻的方向。

创新药进入密集获批兑现期

NBD：在“瘦身”和“进攻”的过程中，您和团队遇到的最大挑战是什么？

徐晓亮：挑战无处不在，如何应对？我们讲“四扇门”。

第一扇是产业。客户一定是全球家庭，产业要可持续，有经营性利润、有分红、ROE（净资产收益率）达标——通过这面镜子，将产业分档，该瘦身则瘦身，该进攻则进攻。

第二扇是资产。大方向是应退尽退；留下来的是地标型、旗舰型、引领型的标杆项目，比如上海大豫园、三亚亚特兰蒂斯、香

港清水湾项目。

第三扇是投资。VC（风险投资）、PE（私募股权投资）、产业并购能力，复星国际都有，但要匹配核心产业。投资不是目的，而是手段，帮产业强链、延链、补链。

第四扇是保险。负债端做生态型保单，保险和医疗、康养结合；资产端与产业能力结合。

“四扇门”之外，组织是保障。全球AI共生组织、人才将帅体系、创业企业家精神，都在回答怎么面对挑战。

中国能力，正在取代中国动力

“中国制造业的能力，是可以踢世界杯的。”徐晓亮说这话的时候，语气笃定。

“国家鼓励制造业出海和服务业出海。”徐晓亮说，“服务业分两类，一类是围绕制造业的生产型服务业，工厂开到哪里，物流、配送、售后就跟到哪里；另一类是生活型服务业，品牌是载体，文化是底色。”

“为什么那么多外国年轻人喜欢来中国？根本上，是喜欢中国文化。”他说，“文化一旦崛起，服务业的品牌能力一定会跟着出海。”

NBD：大家都看到了，复星国际的全球化战略正在发生变化，现在什么产业才是复星国际要的产业？

徐晓亮：复星国际的全球化战略，从2008年左右正式提出到现在，大概经历了三个阶段。

第一阶段是“中国动力嫁接全球资源”。当时中国消费力非常活跃，我们把全球好的品牌、技术、IP（具有商业价值的创意内容或品牌）带到中国，实现双向奔赴。

第二阶段是“全球动力嫁接全球资源”。随着复星国际各地产业加速发展，我们开始推动中国及海外企业面向全球市场输出产品和服务，加快“走出去”步伐。

现在进入第三阶段，即“中国能力嫁接全球资源”。中国最核心的能力是制造能力——供应链、工程师红利、柔性生产，是可以踢世界杯的。另一个正在崛起的是服务业能力。国家鼓励制造业出海和服务业出海，服务业又分为生产型服务业和生活型服务业。为什么那么多外国年轻人喜欢来中国？根本上是喜欢中国文化。文化一旦崛起，服务业品牌能力一定会跟着出海。

所以，复星国际的A面是全球研发和生产，整合出好产品；B面是全球营销和运营，开拓全球市场。从A面到B面，两面合一，真正让中国能力嫁接全球资源，成为复星国际全球化增长的动力。

两座山，和一道必答题

AI是当下每个企业都无法回避的话题。聊及此，徐晓亮说了一句令人印象深刻的话：“我们正从一座山，翻向另一座山。”第一座山叫“业务+AI”，解决的是“把事情做对”的效率问题；第二座山叫“AI+业务”，从根源上解决“做对的事情”的价值问题。

NBD：复星国际为什么强调“All in AI应用”？

徐晓亮：这是企业认知的问题。我们认为现在已经进入万物互联以后的智能时代，AI是这个时代最大的红利，而且是全人类的红利。所以AI不是用还是不用、做还是不做、拥抱还是不拥抱的选择题，而是必答题。这道题答不好，将影响企业未来的生存权和发展权。

复星国际明确“All in AI应用”。我们的基因不是砸钱做大模型，我们强的是产业链，有全球布局的产业。我们要解决的是这些产业怎么用好AI。

AI有两座山。一座是“业务+AI”，就是通过业务研发、营销、运营等环节加AI，先提高效率；但未来真正重要的是第二座山——“AI+业务”，真正用AI来重塑业务的全流程。未来可能是AI应用好的企业淘汰AI应用不好的企业，是“AI+业务”淘汰“业务+AI”。

NBD：这其实很有挑战。

徐晓亮：我们不缺方向，也不缺重点，真正的挑战是能否把AI共生组织打造出来，即人脑与机脑的共生、传统经济与数字经济的共生，以及企业个体与生态的共生。

这是一条长期的路，但是方向不会变。（下转05版）

复星全球化答卷：地中海度假集团赴港上市 开启价值创造新篇

复星国际旗下地中海度假集团（“Club Med Lifestyle Group”）正式向香港联交所递交上市申请，拟于主板独立挂牌。而就在几天前，8月26日，Club Med地中海俱乐部在泰国苏梅岛为旗下新一代Exclusive Collection奢华度假村举行奠基仪式。

8月27日，地中海度假集团又正式加入世界旅游及旅行业理事会（WTTC），成为其全球会员。作为全球唯一代表旅游业私营部门的国际组织，WTTC是全球旅游业最具影响力的权威机构之一，其会员均为酒店、航空、邮轮、旅行社等领域的全球头部企业。地中海度假集团此次入会，也标志着其全球化布局与品牌实力获得了该权威机构的认可。

地中海度假集团的全球化版图扩张与资本化动作，几乎是同步进行。

对于复星国际而言，地中海度假集团启动赴港IPO并非一次常规的融资安排，而是其全球化战略进入“价值创造”阶段的标志性动作。从对Club Med的战略投资，到私有化，再到全线高端化转型的全过程，如今更是以独立主体冲刺港股主板，复星所完成的不仅是一个“度假村运营公司”的上市故事，更是一个关于“中国资本如何驾驭全球消费品牌”的战略样本。

要理解地中海度假集团的资本市场价值，首先需厘清一个关键差异：这不是一家传统酒店公司。

上市申请材料显示，地中海度假集团以Club Med为核心品牌，运营高端一价全包度假村，并以轻资产模式拓展度假场景服务，包括超级度假区和超级文旅目的地，持续构建多元化的度假生活方式。

其中，Club Med的“一价全包”模式，将住宿、餐饮、休闲娱乐、儿童俱乐部等服务整合进一站式度假产品，宾客无需为不同服务分别决策和付费。与传统酒店“卖房间”的模式不同，Club Med提供的是一段完整的度假体验。有来自110多个国家和地区、承担250多种专业角色的G.O.团队，更将服务从标准化流程延伸至人与人之间的情感连接，这是传统酒店业态难以复制的品牌文化壁垒。

这一模式的竞争优势直接体现在客

户黏性上。2025年，Club Med直销渠道贡献超70%营业额，远高于行业约30%的均值；金卡会员一年期复购率达66%，白金卡会员更高达81%。换言之，Club Med并非依赖第三方渠道“被动获客”，而是通过自建的全球销售网络和会员体系主动触达消费者，牢牢掌握了客源端的定价权。

而这套模式的底座，是一张横跨六大洲的度假村网络。截至最后实际可行日期，Club Med在全球运营69家高端度假村，覆盖40多个国家和地区。据灼识咨询数据，按营业额计，Club Med为全球最大的度假村品牌，同时也是全球最大的一价全包度假村品牌及全球最大的山野滑雪度假村品牌。

更值得关注的是，Club Med是全球唯一在阿尔卑斯山、北海道、北美及中国东北四大主要滑雪目的地均有布局的品牌，这种跨地理、跨季节的产品组合能力，本质上构成了一道天然竞争护城河。

与此同时，地中海度假集团也在进一步拓展Club Med的品牌和运营能力边界。其中，针对中国市场，集团已经推出Club Med Joyview（邻境）和Club Med Urban Oasis（白日方舟）两条产品线，分别覆盖城市近郊和城市休闲度假需求。

今年4月，杭州首个茶主题国际高端度假目的地Club Med 地中海俱乐部白日方舟·杭州龙坞度假村正式开业。这意味着，地中海度假集团正在尝试将成熟的品牌、产品和运营能力复制到更多度假场景，而不仅仅局限于传统大型度假村。

客源获取能力同样突出。Club Med在40多个国家和地区设有销售团队，2026年入选《时代》周刊“全球100大最具影响力企业”榜单，成为当年度唯一入选的酒店和度假村品牌。

业内分析指出，当前全球地缘政治、宏观经济波动以及极端气候等外部不确定性显著增加，对传统单地域、单客源的旅游企业造成了不小的挑战。然而，以Club Med为核心品牌的地中海度假集团作为行业内极少数同时具备“全球客源获取能力”与“全球稀缺目的地布局”的企业，展现出了强劲的逆周期韧性。这种真正的全球化能力

更使其具备了更强的经营确定性，从而能够以更高的效率抢占全球高品质度假市场的份额。

而这次上市，也将进一步为全球化高品质度假网络扩张提供资本支持。据上市申请材料，本次募集资金将主要用于拓展全球度假村网络、度假产品迭代升级、数字化及AI能力建设，其余资金则用于优化资本结构及日常业务运营。预计到2030年，地中海度假集团将实现全球约85家度假村布局。

全球化网络构成“骨架”，商业模式与财务数据则勾勒出“肌肉纹理”。

Club Med以“自持+租赁+管理合约”三种模式并行经营，其中41家租赁度假村构成主体，使品牌得以在无需重资产投入的前提下快速拓展版图，完美契合复星“轻重资产分离”的战略导向。

实际上，过去几年，复星旅游板块持续推进业务聚焦，剥离旅游地产开发业务，推动轻重资产优化配置。其底层逻辑并不复杂：不同资产属性的业务，理应匹配不同的资本化路径与估值框架。而独立上市后，这种轻资产扩张的能力也将获得更直接的资本市场支持。

据灼识咨询数据，全球度假生活方式市场预计将从2025年的2.5万亿美元增长至2030年的3.5万亿美元。从Club Med Joyview覆盖城市近郊需求，到Exclusive Collection锚定全球奢华客群，地中海度假集团正在构建一个多层次、全球化的度假生活方式生态。

加之其在40多个国家和地区的全球化客源网络，以及不同区域、不同季节产品之间的天然互补——冬季滑雪与夏季海滨错峰运营，全球客源在不同市场间灵活调配——地中海度假集团展现出了抗周期韧性。

财务数据同样印证了这一判断。地中海度假集团收入从2023年的18.62亿欧元增至2025年的19.49亿欧元，2025年经调整EBITDA达3.9亿欧元，经调整EBITDA利润率提升至20.2%。2024年完成全线高端化转型后，定价红利持续释放：平均每日床位价格由2023年的220欧元升至2026年上半年的261欧元，毛利率从28.9%提升至

34.7%。2025年经营现金流净额达4.12亿欧元，造血能力保持稳健。

从更大的维度而言，中国传统Shopping Mall正面临较大的转型压力。据不完全统计，全国有数千家传统购物中心是“零售+餐饮”模式，在消费习惯变迁和电商冲击等因素影响下增长见顶，国外也有类似传统购物中心亟待转型，逐渐向文化体验式消费、旅游度假等沉浸式业态转型的趋势已成为行业共识。

地中海度假集团的度假场景服务板块，正好能填补这一能力缺口，不仅在国内积累探索新型高品质度假产品的运营经验，包括打造一站式海洋主题的高端综合度假目的地三亚·亚特兰蒂斯、一站式冰雪主题的城市度假目的地太仓阿尔卑斯国际度假区与雪山下的一站式休闲旅居度假目的地丽江地中海国际度假区等；也拥有76年品牌历史、覆盖全球40多个国家和地区的69家Club Med度假村网络运营经验；还有以创新文旅思维重构城市商业空间而打造的全国首个世界级文旅Mall——HiSphere重庆等典型样本。

虽然这一新型文旅产业业务布局尚处于早期，但战略想象空间无限。试想全国3000多家购物中心，即使仅1%启动文旅转型，对应的市场规模也在数十亿元量级。即使只抢占了1%的份额，也是一个能以品牌及运营能力输出换取高利润的轻资产“金矿”。

面向未来，增长路径已有明确蓝图：目标2030年拓展至约85家度假村。2025年底以来，中国、加拿大、摩洛哥、巴西等地均有新项目签约。2026年更呈密集落地态势，杭州龙坞度假村4月开业，南非两栖度假村7月营业，马来西亚庇新村预计年底迎客，以及8月苏梅岛奢华度假村同步奠基等。

从更深层次看，地中海度假集团启动独立上市，实质上是将复星“运营全球高端度假村”的能力，升级为“运营全球度假生活方式”的独立资本化平台。正如地中海度假集团董事长徐晓亮所言：“这次赴港递交上市申请，是复星旅游业务迈向价值创造的重要时点。”

原文刊载于《21世纪经济报道》

（上接04版）
我们很清楚，要从这座山翻到另一座山。五年、十年以后，一家企业立于哪座山上，这是关乎其生存权和发展权的问题。

复星坚定All in AI应用

度假，一场万亿元级的“时间生意”

徐晓亮还聊了一个他很在意的话题：度假。他判断：中国旅游正在从观光转向度假。观光是“空间生意”——把人运到一个景点，拍照，走人；度假是“时间生意”——把人留下来，一天、两天、一周，经营他的每一分钟。

欧美市场度假消费占比超过70%，中国只有30%出头。约40个百分点的差距，就是万亿元级的缺口。复星国际怎么填补这个缺口？

NBD：中国旅游业从观光游转向度假游，如何抓住这个结构性机会？

徐晓亮：我们对全球和中国的度假分别有判断。全球的度假叫“生活方式度假”。以前可能是晒太阳、看书、吃东西，但现在消费者会把自己的生活所爱和度假融合起来。喜欢健康的，就加入健康、医美；喜欢体育、艺术、摄影、时尚的，也可以把这些内容融入度假。

中国的度假则正好倒过来，我们叫“度假式生活”。中国刚刚开始从观光向度假转变，核心是微度假、轻度假。尤其是工作越“卷”，越需要身心健康和工作生活平衡。大家都需要平衡，只是方式不同，可以通过两三天的小度假、轻度假来实现。

另外，在中国做度假不能离开资源。中国不缺资源，有大量5A级景区。我们希望在这些资源的基础上，打造不是简单观光，而是能够把人的时间留下来的产品，不是经营空间，而是经营时间。这也是为什么我们要做中国的超级度假区。

文旅Mall也是一样，它不是为了“生活所需”的购物中心，而是为了“生活所爱”，体验一个城市、体验一种文化。

NBD：所以复星国际把“度假”作为文旅业务的重要方向？

徐晓亮：中国现在进入了文旅业新的“红利”阶段。旅游强国建设“十五五”规划明确，旅游业日益成为新兴的战略性支柱产业和具有显著时代特征的民生产业、幸福产业。同时，中国讲的是文旅不分家，以文彰旅、以旅塑文。

从全球来看，1950年前后，全球旅游就开始从观光向度假转变，Club Med也是1950年成立的。全球旅游市场走过的这条路，中国肯定也要走一遍。并且，我们不单是全球第一大客源输出国，未来也要成为全球重要的目的地，如此才能称得上真正的旅游强国。

还有一个我们非常看好的方向，就是冰雪。Club Med在海外的度假村里，37个是阳光型，有山有水；20个是冰雪型。我们在欧洲阿尔卑斯山周边有12个冰雪度假村，在北美、加拿大、亚太（包括日本北海道）也有冰雪度假村。

中国提出“3亿人上冰雪”，但现在真正会滑雪的人口可能只有1%左右，未来若达到10%~15%，哪怕按照10%计算，中国也至少有1.4亿人真正会滑雪。

整个冰雪领域，从室内到室外，从中国到全球，构成了一个“长坡厚雪”的冰雪生态。未来，中国与全球在客源地、目的地的双向打通上，有很大的空间。

所以，我们为什么要“All in度假”？因为在全球度假领域的布局，实际上决定了未来整个文旅行业的竞争格局。

原文刊载于《每日经济新闻》

地中海度假集团借助产业合作与 AI 应用加速全球布局

近日，世界旅游及旅行理事会（WTTC）正式官宣地中海度假集团（ClubMed Lifestyle Group）加入成为其全球会员。

地中海度假集团以Club Med为核心品牌，运营高端一价全包度假村，并以轻资产模式拓展度假场景服务，包括超级度假区和超级文旅目的地，持续构建多元化的度假生活方式。

按2025年营业额计算，地中海度假集团旗下Club Med，是全球最大的一价全包度假村品牌。目前，Club Med在全球六大洲40多个国家和地区运营69座度假村。地中海度假集团年接待宾客超过150万人次，并预计到2030年将全球度假村数量扩展至约85座。自2025年底以来，地中海度假集团已在中国、加拿大、摩洛哥、巴西、美属维

尔京群岛、印度尼西亚和意大利签署新的度假村项目，同时加速在阿尔卑斯山、地中海及北非海岸、东北亚及东南亚、美洲及加勒比海地区的布局，并积极探索中东市场。

今年7月，地中海度假集团旗下Club Med在巴黎总部与微软签署战略合作备忘录，微软法国首席执行官科琳·德·比尔巴奥（Corinne De Bilbao）与地中海度假集团

联席总裁徐秉璜共同出席签约仪式。双方合作聚焦于AI驱动的宾客体验、云原生转型及运营现代化。

WTTC全球会员身份代表着国际行业认可，而与微软的合作则进一步强化了运营智能化水平。两者相互促进，共同为地中海度假集团从69座度假村向2030年实现85座目标迈进，提供了坚实支撑。

地中海度假集团与深圳光明区合作，打造高品质度假产品

2026年9月11日，在2026广东金秋文旅消费季暨文旅产业招商推介会现场，深圳市光明区文化广电旅游体育局与地中海度假集团（ClubMed Lifestyle Group）正式签署合作框架协议。这是地中海度假集团业务在中国市场的又一次扩容，也是其以Club Med为核心品牌，持续拓展度假场景服务的关键落子。

根据协议，合作双方将共同在光明区

推动高品质科普文旅度假项目建设，打造集高品质酒店品牌、娱乐配套、会议会展等多元的文旅体验和商业配套于一体的综合性度假产品。深圳光明区汇集“科技+艺术”双核驱动的文旅格局，为地中海度假集团探索“科技+度假”创新产品提供了独一无二的场景。

作为拥有76年一价全包历史的全球度假生活方式引领者，地中海度假集团以Club

Med为核心品牌，运营高端一价全包度假村，并以轻资产模式持续拓展度假场景服务，涵盖超级度假区和超级文旅目的地，构建多元化的度假生活方式。此次落子光明，正是这一战略的延续。

值得关注的是，此次签约发生在广东金秋文旅消费季启动之际。活动由广东省文化和旅游厅、广东省地方金融管理局、中国人民银行广东省分行共同主办，现场发布覆

盖21个地市的100余个文旅重点招商项目，现场签约金额近120亿元。地中海度假集团作为复星旅游板块的核心企业，在推介会上分享了在粤投资实践与未来布局。

地中海度假集团方面表示，将继续以轻资产模式深化在中国与全球市场的布局，输出品牌、内容与运营能力，与地方政府和资本市场等合作方共同打造高品质度假产品，让高品质度假成为更多城市的生活方式。

让自在，更尽兴：Club Med 地中海俱乐部发布全新品牌主张

2026年9月7日，全球精致“一价全包”度假先锋品牌Club Med地中海俱乐部正式宣布品牌战略升级，面向全球发布全新品牌主张——“让自在，更尽兴”（“The Art of Free Time”）。地中海俱乐部始终致力于“为宾客每天带来难忘的快乐瞬间”，这一次的焕新，正是对这一品牌使命的践行。品牌溯源76年来的地中海文化基因，将“自在”与“尽兴”从向往变为每一次出发都能抵达的真实体验——这，便是品牌对“何为当代奢侈”的笃定回应。

以全新主张，解构假日的珍贵价值

对于渴望假期的旅者来说，“The Art of Free Time”不止于字面意义上的“闲暇之艺”，更是两种典型的状态：不被安排、不被催促的“自在”，以及全情投入、享受当下的“尽兴”。当“打卡”式旅行日渐失去吸引力，一段不被打扰、真正属于自己的自由时间，反而成为假日中尤其珍贵的部分。对于地中海俱乐部而言，“让自在，更尽兴”的愿景，顺应品牌创立之初便根植于基因中的自由、欢乐与相聚精神而生，是其在当下的一次现代化表达。

为将全新主张转化为直观可感知的体验，地中海俱乐部携手法国创意咨询机构BETC打造了全新品牌宣传短片：蔚蓝海面上，三位体验滑水的宾客手举冰淇淋劈波斩浪；皑皑雪峰下，滑雪爱好者们眼戴黄瓜片，乘坐缆车缓缓爬升；顺着绵延的海岸线，骑手反身坐于马上，静静地翻阅一本书籍……这些看似不合理却充斥了法式



松弛的场景，正是“让自在，更尽兴”要传递的核心体验——度假的意义不是占有更多，而是在自在时间里，让每一刻尽兴都真正属于自己。

溯源品牌基因，传递地中海式生活艺术

回望地中海俱乐部76年的品牌历史便可发现，“让自在，更尽兴”并非凭空而来，而是从1950年在西班牙马略卡岛的阿尔库迪亚湾创立之初就深埋于品牌基因之中。自彼时起，“地中海”三个字就不仅是地理坐标，更是一种法式松弛生活方式的代名词。悠长的家宴、海边的漫步、亲友相聚的午后时光——在这些看似平常的生活切片中，自由时间从不被虚度，而是被赋予了其独有的

价值。地中海俱乐部所做的，正是将这份生活艺术带到世界各地，让无论身处哪一片海岸、哪一座山谷的到访者，都能重新感受到：那些被忙碌掩盖的日常，其实值得被认真对待。

也正因如此，从创立起，地中海俱乐部就把安排时间的权利完整交还给宾客。76年来，地中海俱乐部从不强求统一的节奏，只在细节中提供足够的选择空间：有人偏爱用探险和新体验把每一天填满，也有人更享受水边片刻的安静、一次水疗，或是在阳光露台上对着风景发一下午呆。品牌所秉持的这份朴素的信念，也印证了创始人、奥运水球运动员（Gérard Blitz）所言：生活的目标就是要快乐，这里就是快乐的地方，此刻让我们尽情快乐吧。

独特快乐管家G.O，创造人与人之间的温暖连结

在地中海俱乐部，“让自在，更尽兴”的生活艺术，其核心本质始终是关于人的艺术。在人与人的温暖连结背后，离不开一群被称为快乐管家G.O（The Gentil Organizers，意为“和善的组织者”或“亲切的东道主”）的灵魂人物。他们不是普通意义上的酒店员工或服务人员，而是地中海俱乐部精神的鲜活化身。他们通过运动、放松、探索或简单的陪伴，帮助每一位客人把假期中的每一刻都变成属于自己的时刻，也让地中海俱乐部在众多度假品牌中保留了独一份的友善与活力。

76年来，他们与宾客在相处之间形成了一套共同的语言。它是清晨一句问候里的熟稔，是晚餐时邻座间的闲聊，抑或是几天相处后互相铭记的名字和喜好——这些看似微小的细节，构筑起地中海俱乐部独特的社群氛围，也让宾客与宾客之间自然而然地靠近、交谈、分享，从陌生人成为旅途中的朋友。到访地中海俱乐部的宾客们所感知到的温暖的、人与人之间的真实连结，亦证明了难忘的经验始终关乎人性本身。

“让自在，更尽兴”的发布，不止于主张革新，更标志着品牌战略的系统性升级，也为下一段征程划下了清晰的锚点。站在76周年的节点上，地中海俱乐部将目光投向未来——依托全球化战略资源与本土持续深耕，品牌计划至2035年在全球布局100家度假村，覆盖多元业态。从1950年的地中海湾到此刻展开的未来蓝图，地中海俱乐部始终保持初心，致力赋予每一段假期、每一位宾客难忘的自在、尽兴。

陈启宇：依托创新 + 全球化，持续提升盈利能力

◎文| 陈晓平 韩璐

“我们在佛得角做到保险排名第一，他们球队在世界杯踢得很好。”

8月28日，复星国际联席CEO陈启宇一句调侃，引来业绩会现场一阵笑声。远在非洲大陆西部一个小岛都有业务，足见这家全球产业集团的触角之广。

1992年从上海创业起家的复星国际，现在合并总资产超过7000亿元，业务覆盖超40个国家和地区，从欧洲的度假村、北美的医疗器械，到南亚的仿制药、拉美的保险公司，涉足广泛。

2026年1-6月，其整体营收为869.6亿元，其中海外收入491.6亿元，若按年计，海外收入规模达到1000亿元。

作为一家业务板块较多的公司，2020年起，管理层重新定位复星，转型为“全球家庭消费产业集团”，开始坚决执行“聚焦核心、瘦身健体”战略，不断退出非核心资产，降低杠杆水平。

较高峰期，复星国际的总资产已减少约1400亿元，且以创新与全球化作为双引擎，将资源聚焦到医疗、消费、保险等核心业务，其利润来源从“看天吃饭”的投资收益，切换到“春播秋收”的产业运营。

这种策略，已显露出明确成果。1-6月，其整体营收平稳，而产业运营利润36.9亿元，同比增长17%，核心产业正成为盈利的主引擎。

对于这场转型的终局，复星有着明确的目标设定。

“我们还要做减法，希望能孵化出3~4个三五十亿元利润的核心业务，甚至能有百亿元利润的单一业务。”

在专访中，陈启宇告诉《21CBR》记者，复星锚定的医疗、保险、文旅等产业，天花板都足够高，且公司已具备相对领先的竞争力；依托全球化运营和整体生态协同，复星完全能持续成长，并不断提升盈利能力。

干帆过尽

复星国际的瘦身健体，已走过最难的一段历程。

1-6月，复星继续出售非核心、非战略资产，签约退出70亿元，整体金额依然可观。

“整体而言，去杠杆的高峰已经过去。”陈启宇说。

截至6月，复星集团层面，有息负债已降至854亿元，半年再压降约45亿元，较高峰已压降超过300亿元，期末货币资金612.1亿元，评级展望稳定。

瘦身还在继续。

复星国际CFO龚平在业绩会上透露，未来数年，预计还会退出约1000亿元的资产。

陈启宇告诉《21CBR》记者，待处理资产集中在三类：其一，部分重资产项目，如地产类资产将继续去化；其二，非核心的运营型资产，待经营改善后会择机退出；其三，价值较大的参股投资，也会尽快处理。

“我相信，用大概3-5年时间，资产清理目标一旦完全实现，复星的业务结构、资产负债表、现金流结构，都会非常好。”

陈启宇表示，核心资产将会收拢到三个标准——盈利性好、天花板高、竞争力强，届时复星将实现较高ROE水平，且能做到高派息。

做减法后，复星体系的整体结构，更为



复星国际联席CEO陈启宇



PharmAID复星医药AI数智平台生态



复星葡萄牙保险持续拓展国际业务

清晰，基本归拢到三大板块：

其一，医药和大健康。这是复星创业起家的行当，经营超30年，其以复星医药为主体，从研发、注册到供应链、商业化，致力于成为全球领先的医疗创新整合者。

其二，保险。复星进入保险业已约15

年，其以葡萄牙保险为旗舰，在细分领域布局鼎睿再保险、复星保德信人寿、复星联合健康保险等，长坡厚雪的逻辑已走通，成长性和盈利能力均已开始爆发。

其三，消费文旅。该板块以豫园股份、地中海俱乐部 (Club Med)、三亚亚特兰蒂

斯为支撑，具有大量可挖掘的稀缺资产。

“以前主业做投资，我们就像要面对30个靶心去打靶，现在只要面对3-5个靶心，专注度以及潜在收益会大幅提高。”陈启宇总结说。

根据管理层设定的中期目标，复星要实现归母年净利100亿元以上。

其中，四大核心子公司贡献约80亿元，海南矿业、鼎睿再保险、复星保德信、复星联合健康险等第二梯队贡献约40亿元，投资性企业盈利约20亿元，总部成本则要控制在40亿元以内。

全球落子

复星正用腾挪出来的资源，夯实其核心业务的全球布局。区别于一般民营企业，复星是一家真正全球运营的公司，其海外收入已占总营收的56.5%，利润占比更大。驱动其海外增长的双引擎，是健康与富足板块，两者国际业务收入占比分别高达40%和90%。较之大多数中国企业，其拥有更强的全球视野和资源整合能力。以AR1001为例，这款口服阿尔茨海默病新药，正处III期临床阶段，潜在的年销售规模可达数十亿美元。复星是从韩国AriBio公司将其引进，并斥资6000万美元获得独家选择权，未来计划将该药开发及商业化权益，拓展至美国、欧洲、日本等关键市场。这项交易背后，彰显了其进行全球化操盘的信心。

陈启宇告诉《21CBR》记者，单单复星医药，其全球商业化团队约6000人，其中海外约1000人，美国、非洲等市场的数百人团队，几乎全由当地人构成，运作非常成熟。

同时，借由巩固仿制药龙头 Gland Pharma (格兰德制药)，复星又实现了对印度市场的关键卡位。

事实上，复星旗下复宏汉霖重磅药斯鲁利单抗，就已在50余个国家获批上市，进入12个欧盟国家医保体系，并通过与卫材、Abbott等合作伙伴，将版图延伸至日本及亚非40多个国家。

陈启宇认为，借势中国创新药崛起，复星医药可以有更大作为，特别在50亿人口的新兴市场，正涌现一个日渐庞大的中产阶层。

过去，他们只能在昂贵的欧美创新药、低价的仿制药之间二选一，中国每年新批七八十款创新药的供给能力，足以提供一个高性价比、且增量可观的中间选项。

经济账清晰可算。以PD-1为例，美国产品年治疗费用逾20万美元，中国同类产品在国内售价只有约5000美元。

陈启宇表示，复星会持续投入，拓展在全球尤其新兴市场的商业化网络，并向中国创新药同行开放，共同开拓市场。

复星富足板块的全球化，则已有一个现成的支点——葡萄牙保险。

2014年，复星成功将其控股。目前，其已稳居当地保险市场首位，份额高达30%，今年上半年总保费达38.8亿欧元，净利润1.65亿欧元。只是，葡萄牙本土仅1000万人口，市场容量有限，复星也在加码资源，驱动其开拓葡语区和南美市场，如佛得角、安哥拉、莫桑比克，过往均是葡属领地。

南美的路径选择，尤其有巧思，首站舍弃最大的葡语国家巴西，而是先取智利、玻

(下转08版)

复宏汉霖获纳入港股通交易流动性与关注度双提升

2026年9月7日，复宏汉霖宣布，根据上海证券交易所于2026年9月4日发布的《关于沪港通下港股通标的调整的通知》及深圳证券交易所于2026年9月7日发布的《关于深港通下的港股通标的证券名单调整的公告》，公司获调入沪港通与深港通下港股通标的证券名单，自2026年9月7日起正式生效。

纳入后，符合条件的中国内地投资者可分别通过上海证券交易所、深证交易所直接投资公司股份。本次纳入将有助于公司扩大股东群体，提升公司股份的交易流动性，从而进一步提高公司在资本市场的投资价值。

复宏汉霖执行董事、首席执行官朱俊博士表示：“我们非常高兴公司获纳入恒生综合指数成份股，并正式成为港股通标的证券。这是复宏汉霖在资本市场进阶的重要一步，也是对公司创新研发实力、全球运营能力及长期发展前景的高度认可。未来，我们将继续聚焦患者未被满足的临床需求，全面深化全球化2.0战略，以高品质的创新生物药造福全球患者。”

资本市场进阶双里程碑 投资价值持续获机构关注

复宏汉霖于2019年在香港联交所主

板挂牌上市，上市7年来，凭借扎实的基本面和稳健的运营，持续获得资本市场认可和青睐。

2026年，公司接连迎来资本市场里程碑，2月完成H股全流通，H股流通比例大幅跃升至63.68%。8月，被纳入MSCI中国小型股指数成份股，随即被纳入恒生综合指数成份股。

得益于全流通，在公司股权结构大幅优化的基础上，随着港股通渠道的正式开通，复宏汉霖整体的流动性有望得到进一步提升。在资本市场可达性与投资者结构优化方面迈入全新阶段，有望进一步吸引内地及国际优质资本的关注。

与此同时，2026年以来复宏汉霖受到境内外投资者及研究机构的密集关注。截至2026年9月4日收盘，公司股价年初至今累计涨幅约22.87%，总市值达约382亿港元。2026年6月至9月期间，累计新增超过10家券商发布公司深度研究报告，评级均为“买入”或“增持”。高盛、花旗、招银国际、中金公司、浦银国际等多家机构给予积极评价，普遍认为公司全球商业化变现能力正持续增强，创新管线已进入密集价值验证期，中长期成长逻辑不断强化，未来发展路径清晰可期。

该模式跑通之前，两块业务长期各自为政，养老社区做了十余年，只顾自己卖床位，保险独立卖保单。同在一个体系内，彼此互无交集。

当集团重心转向产业运营，两者开始打通，复星保德信人寿的保单有了卖点，兄弟公司做养老，出具入住保函，客户觉得心里踏实。

他们特意将保单门槛设定在略低于同行的水平，以期扩大覆盖面。

“若一年有超过1万单的社区单，从全生命周期看，支撑的保费就非常大。”陈启宇估算说。

同样，复星联合健康险侧重绑定医疗资源，其上半年总保费49.6亿元，其中，康养社区单售出3484件，全周期保费25亿元。

该板块专设“医联有盟”重疾险系列，联合上海瑞金医院、广州中山一院、武汉协和医院等头部三甲医院推出协同保单，将传统“重赔付、轻预防”的模式转变为全生命周期健康管理。

协同的筹码，基于复星自身持有的资产。其在大湾区打造的四家医院，均已建成国际医疗中心；旗下健嘉医疗，也运营有25家康复医院，稳居行业头部。

“没有医疗产业资源支持，没有和大医院的关系网络，这件事做不了。”

陈启宇展望，复星文旅资产与保险的结合，未来有着更大的协同空间。

当然，协同仍存在尚未弥合的错配。譬如，复星的保险资产和收入大量来自海外，而医院、康养设施多布局于国内。

陈启宇表示，内部划定了三条纪律：首先，保险端须保证足够规模与盈利质量，“没有盈利，什么都是假的”；其次，产业端须有足够竞争力，“协同得好，2×2变成4；不好，0.5×0.5就是0.25”；最重要

全球商业化与创新管线双轮驱动 稳步迈入“全球化2.0”阶段

截至目前，复宏汉霖已有10款产品于全球60多个国家及地区获批上市，广泛覆盖亚洲、欧洲、拉丁美洲、北美洲和大洋洲，惠及逾110万患者。2026年上半年，公司实现营业收入35.882亿元，同比增长27.3%；净利润4.304亿元，同比增长10.3%；全球产品销售收入达29.386亿元，同比增长14.9%；海外产品销售收入同比大幅提升159.4%至1.053亿元，海外产品利润达0.595亿元，为去年同期的4倍以上，全球商业化迈入盈利收获期。

2026年上半年，公司研发投入达14.507亿元，同比增长45.7%，已建立涵盖下一代免疫肿瘤（IO）、Hanjugator™ ADC、多特异性T细胞衔接器（TCE）及HAI CLUB等多维技术平台。公司早期创新管线持续扩容，储备超过50个早期创新分子，覆盖肿瘤、免疫炎症、神经和代谢等领域。多款核心创新资产正全面推进全球临床开发，其中，HER2新表位单抗dulpatatug*（HLX22）已进入国际多中心III期临床研究阶段，针对HER2阳性晚期胃癌的研究正在中国、美国、欧洲、日本、澳

的，就是坚决不碰监管红线，保险资金与产业资金之间泾渭分明。

“当下，‘保险+主业’仍有一些领域不能完全匹配，我们会一块一块去突破。”陈启宇说。

充分打通“保险+主业”的任督二脉，预期会是一个长期过程。

再造“杠杆”

从1992年创立至2022年，复星国际走过了长达30年的上行周期。其间，其资产负债表不断扩张，高峰期的总资产一度达到约8500亿元。

在陈启宇看来，经过这些年的调整，复星才经历了“真正的周期”。

他们眼见大量企业因策略失当、过度扩张而倒下，复星凭借相对优质的资产，固然守住了底线，但也同样“出了一身汗”。

“以前利润好、ROE高的时候，我们不想分红，觉得还要再投资。现在逻辑变了，一定要控制杠杆的尺度。”

陈启宇坦言，复星管理层现将财务健康度摆在第一位。

当复星全面瘦身转向运营时，其也在重新定义加速成长的“杠杆”，此次不再依赖财务杠杆，而是转向科技和人才。

1~6月，复星体系的科创投入就高达42亿元，其并不局限在医药研发，也在AI领域进行投资。

例如，为AR1001提供决策支撑的，就是复星与清华大学共建的PharmAID数智决策系统，其在2023年即开始研发，目前医药相关的所有研发立项，均会先行通过该系统评估。

陈启宇介绍，PharmAID所代表的AI能力，正向医药全链条延伸，从早期的药物分子设计到临床试验方案优化，再到全球市

大利亚、拉美等多个国家和地区同步推进；潜在同类最优（Best-in-Class）广谱抗肿瘤PD-L1 ADC HLX43目前已在全球入组超过1,500名患者，覆盖非小细胞肺癌、结直肠癌等多个实体瘤适应症，2026年美国临床肿瘤学会（ASCO）年会上，其治疗非小细胞肺癌的关键亚组数据以快速口头报告形式公布。

2026年上半年，公司以中国为全球总部，加速组建海外自有商业化团队，设立了商业合作、商业化运营、市场准入与定价、商业战略与运营、医学事务五大核心职能，形成“自建团队+授权合作伙伴”双轮驱动模式。2026年以来，公司先后宣布三项重大国际战略合作：与卫材（Eisai）达成斯鲁利单抗日本市场独家商业化合作；与雅培（Abbott）达成战略合作拓展斯鲁利单抗在亚太、非洲、中亚及东欧等新兴市场的商业化布局；与山德士（Sandoz）建立广泛战略合作，覆盖至多10款生物类似药资产，全面加速公司管线资产在全球关键市场的商业覆盖，全球化战略合作纵深拓展。

未来，复宏汉霖将持续推进创新研发与全球化布局，不断提升核心竞争力，致力于到2030年新增10款产品推向全球市场，加速成长为具有全球影响力的C-MNC。

场营销体系的智能化管理，AI已成为复星医药全球化运营的效率底座。

另一大变化，则发生在人才组织端。

陈启宇透露，复星总部已“不再养投资人”，对比高峰时期，总部从事投资职能的人员就多达500人。如今，投资职能已下沉至复星创富、复星锐正等平台及各大业务公司，主要服务于产业。

总部现在更多转向运营管控，依托150多名全球合伙人、各条线梯队及跨板块轮岗机制，对最为关键的人才实施穿透式管理。

“我们尤其看重HR，因为必须要重视每个组织队伍的管理，不单要考评CEO，更要着力于打造整个组织梯队，且要不断从市场上招募高潜力人才。”

陈启宇告诉《21CBR》记者，复星全集团约10万员工，总部希望能掌握其中2000-3000人核心骨干的情况，用以支撑其在全球的产业运营；在过去做投资的时代，复星总部只能派驻财务人员，并没有能力派遣CEO。

当集团转向精益化运营时，其对利润的处置同步变化。

1-6月，复星国际累计回购约2.5亿港元股份，管理层承诺，将目标派息率提升至35%，2026财年股息不低于15亿港元。用陈启宇的话说，“要增强投资者的获得感”。

截至9月1日，复星国际的市值，较3月的低点已回升超过50%。

其也已公告，计划分拆复星安特金、地中海度假集团上市，三亚亚特兰蒂斯酒店公募REITs已递交申请，多家生态企业亦在推进IPO进程，以释放业务增长潜力，同步提高资产透明度。

瘦身健体过后，复星还在估值修复的路上。

原文刊载于《21世纪商业评论》

（上接07版）
利维亚、秘鲁，三国规模适中、监管成熟，待验证打法、夯实能力后，再进入巴西。

“巴西市场太大，进入方式需要审慎考量。”

陈启宇透露，葡萄牙保险约三成的收入来自国际业务，其在秘鲁保费排名第4，玻利维亚第2，智利也已攀升至第8，非洲各地市场亦稳居前列。

随着集团瘦身战略的推进，管理层得以腾挪更多精力，用于在这些新兴市场发展主业，抢占先机。

打通脉络

陈启宇承认，作为一家业务板块较多的公司，创造出资本溢价非常不易。

“一家多元化公司，所有单一业务的ROE都是15%，考虑到总部运营成本，母公司层面的ROE可能只有13%。”

他解释道，复星着力于解决不同业务板块的协同问题，以期最终能提升经营效益、ROE水平。

目前，体系内协同最成熟的领域之一，是养老。

1~6月，复星保德信人寿总保费83.8亿元，同比增长52%，净利7.8亿元，同比增加5.7亿元，新业务价值增长45%，该公司已连续三年多保持高速增长。

陈启宇告诉《21CBR》记者，核心驱动力来自“康养社区单”，客户购买约150万元的养老保险，即可获得复星康养社区入住保障，本人或父母可优先入住，此类社区单6个月突破5844件，对应全周期保费54亿元。

陈启宇称之为“协同变现”，保险借助康养场景卖保单，复星康养则可获得当下及未来的客户资源。

首届国际肿瘤治疗峰会在佛山举行 复星健康持续推动国际医疗融合

2026年9月19日，由复星健康主办的第一届国际肿瘤治疗峰会在广东佛山举行。本届峰会以“先进医疗、守护生命、全程管理、共启希望”为主题，汇聚来自美国、印度尼西亚、孟加拉国、巴基斯坦、俄罗斯等15个国家和地区的200余位肿瘤学、放射治疗及相关领域专家，围绕国际放射肿瘤学发展、各国肿瘤治疗现状、精准放疗、细胞治疗、临床试验设计及国际医疗服务等议题展开深入交流。

峰会期间，全球肿瘤联盟正式成立，旨在推动不同国家和地区医疗机构、肿瘤专家及专业资源之间的常态化协作。未来，联盟成员可围绕疑难及复杂肿瘤病例开展线上病例讨论，为患者提供多学科诊疗建议，并在符合条件的情况下探索更加顺畅的患者转诊及医疗服务协作机制。

在医学教育与临床技术交流方面，复星健康与越南东方医院、雄王医院、长胜肿瘤

门诊等合作机构进一步推动继续医学教育（CME）及临床技术培训与转移。未来，双方可围绕肿瘤诊疗领域的专业需求，逐步建立包括短期临床进修、远程病例讨论、专题学术会议及医师交流在内的合作机制，促进不同医疗体系之间的临床经验共享。

从“单次接诊”到“全流程导航”，复星健康探索跨境医疗服务新路径

针对境外肿瘤患者面临的支付、签证、语言、病历翻译、术后随访等系统性障碍，复星健康正在探索“全流程导航”服务模式。诊前，患者可通过海外办事处或远程会诊平台提交病历，由专业团队进行病历翻译和预审，肿瘤专家进行前置评估；诊中，提供多语种陪诊、“全科+专科”双医师管理及多学科协同；诊后，通过远程复诊平台进行

定期随访，并在患者授权和合规前提下，与当地医生共享病历和影像资料，形成“中国治疗+本地随访”的连续管理。

在跨境支付方面，复星健康与Prudential保诚、AIA友邦、Allianz安联、AXA安盛、Cigna信诺环球、Manulife宏利、亚洲保险等国际保险伙伴推动保险直付，支持多币种结算，减少患者支付障碍；在数据流传方面，通过远程会诊平台实现病历、影像资料的加密传输，与海外医疗机构和本地医生开展多学科会诊。这些探索旨在让数据多流动、让患者少奔波，逐步提升跨境肿瘤诊疗的可及性与连续性。

以学术为纽带、以患者为中心，复星健康持续推动国际医疗融合

当前，复星健康旗下大湾区四家医院已累计服务超过130个国家和地区的国际

患者，逾5万人次。佛山复星禅诚医院作为广东省首批国际医疗服务试点医院，也是佛山地区唯一入选的民营医疗机构，其国际医疗中心建筑面积2万平方米、规划床位100张，集门诊、住院、体检、康复于一体，并推行“全科+专科”双医师管理模式。医院配备华南地区仅有的第六代射波刀之一，配合CAR-T、达芬奇手术机器人等前沿技术，形成从精准诊断到个性化治疗的闭环。

未来，复星健康将继续秉持“Advanced care, closer to you”的国际化品牌主张，依托旗下医疗服务网络与国际合作经验，与更多国家和地区的医疗机构深化在肿瘤诊疗、学术交流与人才培养等领域的协作，推动中国肿瘤诊疗方案走向世界，也把全球智慧引入中国，让优质医疗资源和专业诊疗服务惠及更多患者，共同为人类健康事业奉献力量。

复迈宁成人I型神经纤维瘤病适应症获批 实现全年龄段患者治疗覆盖

2026年9月3日，复星医药宣布，自主研发的MEK1/2抑制剂复迈宁®（芦沃美替尼片）获国家药品监督管理局（NMPA）批准新增适应症，用于伴有症状、无法手术的丛状神经纤维瘤（PN）的I型神经纤维瘤病（NF1）成人患者。此次新适应症获批，标志着这款国产原研创新药在NF1适应症领域实现全年龄段患者覆盖，为国内成人NF1-PN患者带来全新治疗选择。

在此之前，复迈宁®已在中国境内获批三项适应症：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；2岁及2岁以上伴有症状、无法手术的丛状神经纤维瘤（PN）的I型神经纤维瘤病（NF1）儿童及青少年患者；2岁及2岁以上经系统治疗后复发或难治的朗格汉斯细胞组织细胞增生症（LCH）儿童及青少年患者。本次成人NF1-PN适应症获批，完成NF1人群从儿童青少年到成人的治疗闭环。

复迈宁®是复星医药自主研发的高

选择性MEK1/2抑制剂，通过精准阻断MAPK信号通路异常激活，抑制肿瘤细胞增殖、诱导细胞凋亡，为MAPK通路驱动的NF1-PN等疾病提供靶向治疗新方案。在针对成人NF1-PN患者开展的随机、双盲、安慰剂对照Ⅲ期临床研究中，该研究共入组167名成年患者，以2:1的比例随机分配，其中112例接受复迈宁®治疗，经盲态独立评审委员会（BICR）评估复迈宁®组的确认的客观缓解率（ORR）达43.8%，中位起效时间3.9个月。同时可有效改善肿瘤相关疼痛，实现肿瘤病灶缩小与临床症状双重获益；药物不良反应多为1-2级，整体安全性可控，为无法手术患者提供新的治疗选择。

芦沃美替尼是中国首个自主研发用于治疗I型神经纤维瘤的靶向药物。同时，该药物也是目前国内唯一同时覆盖朗格汉斯细胞组织细胞增生症（LCH）、I型神经纤维瘤病（NF1）两大罕见病，并且实现儿童至成

人全年龄段治疗覆盖的创新药。差异化产品定位与扎实临床数据，确立其在国内罕见病精准治疗领域的重要价值。截至目前，芦沃美替尼相关研究累计发表超20项学术全文及国际大会摘要，研究成果获得国内外学术界广泛认可。

此外，复星医药持续推进该药物多元化研发布局，多条新适应症管线稳步推进，包括用于治疗儿童低级别别脑胶质瘤处于Ⅲ期临床试验阶段；用于治疗颅外动静脉畸形处于Ⅱ期临床试验阶段；以及联合安罗替尼用于治疗鼠类肉瘤病毒癌基因（KRAS）突变的晚期非小细胞肺癌（NSCLC）处于Ⅱ期临床试验阶段。

作为复星医药深耕罕见病与精准肿瘤赛道的核心自研成果，复迈宁®成人NF1适应症获批进一步强化公司在国内罕见病靶向治疗领域的创新优势。未来，公司将继续聚焦临床未满足需求，加快创新药物研发转化，推动更多国产创新药惠及广大患者。

复星诊断与圣庭医疗达成战略合作

9月15日，复星诊断与圣庭医疗正式签署结核精准诊断海外推广合作协议。复星诊断CEO张海涛、圣庭医疗董事长屠勇军和首席科学家谷红仓出席签约仪式，复星诊疗科技业务出海负责人张里昂和圣庭医疗常务副总经理王云飞作为代表进行签约。

双方将围绕TBseq®结核分枝杆菌及耐药基因检测产品在海外开展市场合作，依托各自在创新技术研发和全球商业化体系方面的优势，共同推动中国精准诊断技术服务全球结核病防控。

结核病仍是全球重要公共卫生挑战之一，耐药结核的精准识别和快速诊断是提升疾病防控效率的重要环节。随着分子诊断技术的发展，以高通量测序（NGS）为代表的新一代诊断技术正在推动感染性疾病检测向精准化、智能化方向升级。

圣庭医疗专注医学基因组学创新研究与精准医疗应用，其基于NGS技术平台开发的TBseq®结核分枝杆菌及耐药基因检测产品，是全球少数获得WHO结核病指南推荐的NGS结核诊断产品之一，可实现结核分枝杆菌检测及耐药相关基因分析，为临床精准治疗提供重要依据，是中国感染精准诊断领域具有代表性的创新成果。

作为医学诊断整体解决方案创新企业，复星诊断已构建涵盖关键原材料、试剂、仪器及整体解决方案的产业布局，产品覆盖生化、免疫、分子、微生物、POCT、病理等多个领域，拥有成熟的海外商业体系、市场拓展能力及客户服务网络，能够加速创新诊断产品的国际化应用，实现创新技术与临床需求的有效连接。此次合作将进一步加速TBseq®的海外市场布局，让更多国家和地区共享中国精准诊断创新成果。

未来，复星诊断与圣庭医疗也将以此为起点，围绕海外市场拓展、临床应用推广、本地化服务体系建设等方向持续深化合作，共同打造感染精准诊断解决方案，为全球感染性疾病防控贡献中国精准诊断力量。

复星医药宣布拟以不超过 10 亿港元回购 H 股 持续回馈股东

2026年9月6日，复星医药宣布H股回购方案，计划以不超过10亿港元总金额回购H股股份，回购股份将注销或作为库存股持有。本次回购方案以实际行动回应市场关切，彰显公司管理层对公司内在价值的坚定信心，该方案已生效并将于即日起尽快推进实施。该计划亦为公司长期价值管理工具的延续运用，后续公司将结合市场情况动态评估、滚动实施，形成常态化股东回报机制。

2026年上半年，复星医药盈利质量持续向好，创新药品与海外收入占比稳步提升，核心经营指标在2025年基础上进一步夯实。

本次回购资金主要来源于减持Gland Pharma约6.00%股份所得（交易总对价约2.94亿美元）。交易完成后，复星医药仍为Gland Pharma控股股东，持股约45.76%，Gland Pharma仍纳入复星医药

合并报表子公司范围；交易回笼资金将主要用于集团研发投入、股份回购、偿还带息债务等。作为第一大股东，复星医药对Gland的长期发展充满信心，其将持续发挥海外价值驱动引擎作用。

展望未来，复星医药将继续聚焦创新与全球化，加速重磅品种研发与产业化进程。本次回购旨在坚定传递价值信心，为股东创造持续回报。

“东西相逢，非遗共生”中国非遗文化体验之旅活动在德国汉堡豫园举行

2026年9月3日，恰逢上海与汉堡缔结友好城市关系40周年，“东西相逢，非遗共生”中国非遗文化体验之旅在德国汉堡启幕。活动以非遗为桥、文化为媒，搭建中西文明对话的交流平台，上演一场跨越山海的文明之约。

上海与汉堡同为面向世界的重要港口城市。40年来，两地合作不断从经贸往来、城市交流拓展至教育、科技、文化等更广领域，人文交流成为友城关系持续深化的重要纽带。尤为值得一提的是，汉堡城中，有一座2008年由上海市政府赠送的“微缩版”上海豫园。

上海豫园承载深厚江南文化底蕴，是传递东方生活美学的城市文化根脉，串联起上海传统底蕴与现代活力，也是兼具“最上海、最中国、最世界”特质的城市文化地标。汉堡豫园，则复刻了江南园林经典形制，湖心亭、九曲桥古韵悠长，已成为中德常态化人文交流的实体核心载体。两座豫园跨越山海、遥相呼应，既承载城市友谊，也为中华优秀传统文化进入欧洲公共文化空间提供了具体而可感的载体，成为中德文化交流的重要纽带。

东西相逢，非遗共生

本次在汉堡豫园举行的活动，由豫园股份主办，德国汉堡豫园、汉堡德中友协协办。中国驻汉堡总领事林动，上海市“白玉兰纪念奖”获奖者、汉堡市政府办公厅主任倪科瑞（Corinna Nienstedt），豫园股份副总裁胡俊杰，汉堡德中友协会长陈求义出席活动并致辞。

中国驻汉堡总领事林动在致辞中表示，友城关系的生命力，不仅体现在项目和成果上，更体现在人与人之间的理解、城市与城市之间的欣赏，以及不同文明之间的交流互鉴。希望更多汉堡市民走进汉堡豫园，看一看中国园林，品一品中国茶，体验中国传统技艺，在交流互动中感受中国文化之美。

汉堡市政府办公厅主任倪科瑞指出，汉堡与上海的友谊，植根于人与人的往来交流，以及对彼此伙伴城市文化的开放态度。如今，中国已成为汉堡经济中不可或缺的重要组成部分，汉堡的文化生活深受当地华人社区的影响。相信从今往后，汉堡豫园将比以往任何时候都更能向汉堡人民生动展现中国与上海的文化。

“东西相逢，非遗共生”中国非遗文化体验之旅以沉浸式非遗文化为抓手，打破地域与文化壁垒，让源远流长的中华传统技艺走出国门、落地海外，为中德人文交流注入鲜活的烟火气息与文化活力。依托上海豫园湖心亭百年茶文化资源，活动以中国茶艺展演为重要内容之一，以茶为媒搭建中德文化友好交流桥梁。现场更集中呈现多项非遗技艺与老字号传承成果：童涵春堂草本香囊、梨膏糖制作、五香豆制作、书法漆扇等沉浸式非遗体验同步开展；中国国家级非遗项目豫园灯会及上海表、红星眼镜、京扇子等中国品牌，也展示了将传统非遗工艺融入现代产品的创新实践，让当地德国民众近距离感知、亲身体验中国非遗的独特韵味。

豫园股份副总裁胡俊杰表示，将以沪汉双城40年为重要契机，立足上海、汉堡两座同源豫园，以“中国非遗文化体验之旅”为序，搭建面向欧洲民众的东方文化实景课堂，打造中欧文明互鉴的交流平台和开放窗口，为2027年中德建交55周年积蓄长效文化动能，充分发挥文化在双边交往中的桥梁价值。

活动现场同步举行了“豫园——中国非遗海外体验中心”揭牌仪式。该中心正式

落户汉堡豫园，意味着中欧非遗交流拥有固定阵地与常态化交流平台。后续该中心将持续输出高品质非遗文化内容，打造集展示、体验、传承、交流于一体的国际化文化空间，推动中国非遗从一次性展示走向长期性传播、从“观看”走向“体验”，助力更多德国及欧洲公众在日常文化场景中读懂中国非遗、感知东方文化，推动中西文明在交融互鉴中焕发生机。

从上海豫园到汉堡豫园，从江南园林到欧洲城市生活场景，中国非遗正在以更加开放、立体、可亲近的方式进入国际公众视野。下一步，豫园股份将依托旗下二十余项非遗项目、十九家中华老字号的资源积淀，以中国非遗为主线，持续打造具备国际影响力的中国非遗文化体验系列活动，稳步推进非遗出海事业，依托汉堡“豫园——中国非遗海外体验中心”，以年轻化、国际化的创新表达，向全球传播以非遗为核心的东方生活美学。与此同时，豫园股份也热诚欢迎更多德国非遗项目、乃至欧洲及全球非遗项目来到上海豫园，共同为全球宾客构建一个可感知、可触摸、可沉浸的全球非遗时尚秀场，携手推动全球非遗文化的双向交流与同频互动。

从外滩大会到大豫园，用 AI 眼镜看见另一种上海文化生活

2026年9月9日至12日，外滩大会期间，一场AI眼镜城市伴游限时体验将在大豫园文化片区开启。游客可以戴上千问AI眼镜，开启支付宝城市伴游模式，穿行在园林、街巷、老字号与滨江空间之间，用一种更新鲜的方式重新认识上海。

这不只是一次科技体验，也是一种关于城市文旅的新尝试：在最有上海味道的街区里，让AI成为新的“打开方式”，让传统文化、非遗技艺、老字号和现代生活方式，在一次行走中自然相遇。

用新的眼光，看见传统文化

大豫园文化片区，是上海最具代表性的文商旅地标之一。豫园商城里的海派老字号、非遗技艺和市井烟火，和BFC汇聚潮流、艺术与美食的摩登生活方式，共同构成了中西相融的独特城市肌理。

对很多游客来说，豫园并不陌生。但当AI眼镜加入旅程，熟悉的风景会多一层新的理解方式。

这次体验想要打开的，正是这些熟悉风景背后的层次：一条街巷里的民俗记忆，一块招牌背后的老字号传承，一门手艺延续至今的生活温度。

用新的眼光重新看见传统文化，正是这次体验最有意思的地方。它让非遗、老字号和街区生活不只是“被打卡”，也能在行走中被理解、被记住。

AI随身终端 带来耳目一新的旅行方式

过去旅行，我们常常需要一边走路，一

边低头查攻略、搜地图、看点评。信息很多，但注意力也很容易被屏幕带走。

AI眼镜和其他AI随身终端的出现，正在提供一种更自然的旅行方式：边走边听，边看边问，把注意力留在真实的街区里。

进入城市伴游模式后，AI眼镜会根据游客所在位置，主动介绍沿途景点和文化背景；当用户看到感兴趣的建筑、商品、展览或活动，也可以围绕眼前所见连续提问。

它不只是回答“这是什么”，也能继续回答“为什么值得看”“附近还能去哪儿”“接下来怎么走”。导航、翻译、消费推荐等服务，也可以在需要时自然接上。

眼前所见，成为服务的入口；自然语言，成为交互的方式。城市旅行，也因此变得更轻盈、更流动。

一条路，串起上海的古今风景

从豫园商城，再到BFC外滩金融中心，这条路线连接了大豫园和现代外滩，也连接了传统文化、商业消费、艺术展览与城市生活。

在豫园商城，老字号、小吃、非遗和新消费门店，让“本帮味道”变得可逛、可问、可体验；走到BFC和上海复星艺术中心附近，艺术展、市集、书店和现代商业空间，又呈现出外滩生活的另一面。

外滩大会期间，恰逢上海复星艺术中心新展启幕。2026年9月3日至10月28日，ADW 2026亚太设计周在上海复星艺术中心举办。展览以三大展览为核心，包括法国设计组合 M/M (Paris) 个展“爱/魔都,M/MAGIE”、聚焦六位年轻设计师的群展“混沌与万象”，以及展览“设计档案：平面、编



辑与自发实践”。这里汇集了来自亚太地区的设计师与创作者，通过海报、档案、影像和空间装置，呈现设计如何回应当代文化与城市想象。展期内还会举办连续周末的讲座、对谈和开放阅读活动，让观众在观看之外，也能进一步理解设计背后的思考与方法。

从老城厢到外滩，不只是一段步行路线，也像是一条连接古今上海的时间线。AI眼镜的加入，让沿途的建筑、故事、商家和活动被重新串联起来。走到哪里，故事就在哪里展开。

当AI眼镜成为非遗的数字入口

外滩大会期间，在大豫园游逛，戴上一副千问AI眼镜，老字号的非遗故事、匠人的手艺讲解便会在耳畔自然展开。

而9月19日至11月15日，大豫园首个以非遗音乐为内核的年度重磅活动“非遗大豫

园·音乐季”将正式启幕。豫园九曲湖心舞台与BFC外滩心动露台“月之窗”舞台将同时开锣，各类非遗音乐演出轮番上演。

58天里，积淀于城厢民俗中的非遗文化将以音乐为媒集中迸发。从东方戏曲、民族器乐到全球多元演艺，大豫园将打造国内首个汇聚中国非遗与全球文化的文商旅城市地标，让中国非遗与世界文明在此不断相遇、持续对话。

作为非遗大豫园的先导序章之一，外滩大会期间的AI眼镜城市伴游体验，将数字化沉浸导入大豫园文化街区。游客戴上AI眼镜穿行于豫园商城与BFC之间，非遗在数字化随身终端的加持下，变为了一个个可以边走边问、边看边理解的日常场景。

从外滩大会到大豫园非遗季，从AI眼镜到非遗音乐，科技与文化的相遇，正在让“看见”变成“理解”，让“路过”变成“走进”。

以舍得致敬企业家精神 舍得酒亮相 2026 亚布力企业家论坛

2026年9月4日至6日，以“企业创新与周期跨越”为主题的2026亚布力企业家论坛第二十二届夏季年会在成都召开。舍得酒作为2026亚布力企业家论坛“战略合作伙伴”与“唯一指定白酒”再次亮相，与数百位知名企业家、专家学者激荡思想，共议企业创新与周期跨越之道。

9月4日晚，“以舍得，致敬时代企业家——舍得之夜”盛大举行。在亚布力论坛多位主席和现场数百位企业家的见证下，亚布力企业家论坛秘书长张洪涛与复星全球合伙人、舍得酒业总裁唐琨共同执礼发布“亚布力论坛舍得联名酒”，舍得酒与亚布力企业家论坛的战略合作从品牌合作迈向产品共创的新阶段。

亚布力论坛轮值主席、滴灌通创始人及主席李小加，亚布力论坛联席轮值主席、58同城（集团）董事长兼CEO姚劲波，复星国际董事长郭广昌，TCL创始人、董事长李东生等领导嘉宾出席活动。主题晚宴由湖北卫视主持人田野主持。



姚劲波主席在致辞中表示，亚布力论坛与舍得酒在精神层面高度契合。“舍得”是我们每天都在做的选择。舍得酒与亚布力论坛2001年同龄诞生，双方合作本身也是一种“舍得”，亚布力二十多年只做一件事，把企业家聚在一起；舍得花几十年时间存酒，才换来今天的醇厚，两者背后都是长期主义。

郭广昌董事长高度肯定了舍得酒与亚布力企业家论坛的战略合作，“舍得”品牌的精神内核与中国企业家精神内核高度契合。他认为，企业家的舍得精神在于不断地“舍”，尽管面临不确定性的“得”，但仍需保持勇敢前行的姿态，这正是舍得精神、企业家精神的不易之处。

“亚布力论坛舍得联名酒”以“思想改

变世界，取舍铸就高峰”为设计理念，酒体产自贵州仁怀茅台镇核心酱酒产区，超10年坛贮老酒，入口绵润醇厚、回甘持久，瓶身设计以冰蓝与酱黄为主色，生动演绎亚布力论坛“极寒聚星火，同心筑高峰”的精神，以舍得致敬时代企业家。

晚宴现场，亚布力论坛、舍得酒业与58同城（集团）、正略集团、华铁传媒、博将资本、迈胜医疗集团、天明集团、天创数码集团、杰思集团、北京智海王潮、华科育新十家企业签署了年度战略用酒合作协议。

活动现场，品味舍得、舍得自在、藏品舍得10年、天子呼·天成等明星产品精彩亮相，以29度舍得自在为基酒调配的创意鸡尾酒，为嘉宾们带来老酒品鉴新体验。

9月6日，亚布力论坛企业家将走进舍得生态酿酒工业园，沉浸式感受舍得“生态、老酒、文化”的独特魅力。舍得酒将持续深化与亚布力论坛的合作广度和深度，让舍得老酒与舍得文化走向更广阔的消费场景。

央媒持续聚焦，两列主题观光列车带来消费新机遇

2026年8月31日，央视财经《经济半小时》以“车票变套票、车厢变舞台、终点变景点”为题，对“武夷山国家公园”与“大美上饶”两列主题观光列车进行了深入报道：这两趟列车正在让“铁路+文旅”碰撞出实实在在的消費新机遇。

报道中，一组数据格外醒目：今年上半年，全国铁路累计开行旅游列车1797列，同比增长近一倍。“大美上饶”主题观光列车开行至今客座率始终保持在90%以上。

《经济半小时》将镜头对准了列车上的真实场景——“大美上饶”主题观光列车上，国风表演在光影主题车厢定点开演，旅客静坐席间，沉浸式感受赣鄱文化。节目评价道，这趟列车让旅客实现了“乘车即观景、旅途即赏艺”。

在武夷山国家公园主题观光列车上，茶百戏、建本拓印等非遗体验轮番上演，270度观景车窗把武夷山水“装”进车厢。列车不用进山，旅客就能拥有山野下午茶般的沉浸体验。这种“以时间换空间”的慢旅行方式，正成为越来越多消费者的选择。

从“赶路”到“逛展”，从“卖车票”到

“卖产品、卖服务”，主题观光列车正在串起一条完整的文旅消费链。一张小小的火车票，连接的不仅是起点与终点，更是住宿、餐饮、景区、演艺等多元消费场景。

不止《经济半小时》，央媒持续跟踪报道

事实上，自4月“大美上饶”主题观光列车首发、7月“武夷山国家公园”主题观光列车启程以来，两列车的每一步进展都备受关注。

人民日报于五一假期以《交通更有序 出行更从容》为题，将“大美上饶”主题观光列车作为“上线新产品，旅客变游客”的典型案例。报道描述了列车驶入弋阳县境内时，一声高亢的戏腔陡然响起，身着戏服的演员从车厢连接处踱步而出，水袖轻扬、唱腔婉转的场景。旅客感慨：“车身彩绘、车厢装饰，定制改造的8节车厢，文化氛围感拉满。”端午期间，人民日报再次跟进，报道了端午假期该列车上座率接近100%，车厢内蚌壳绘画体验、弋阳腔表演等场景温馨热闹。



新华社在五一假期以《特色专列焕新“五一”假期出行体验》进行报道，7月又以《“列车+”持续升温 拓宽服务消费新空间》为题，将两列车作为典型案例，深入探讨“铁路+文旅”如何拓宽服务消费新空



间。7月底，新华社“秀我中国”栏目再次聚焦，记录Y512次列车变身“移动观景台”搭载290多名游客的场景，称“武夷山水如电影画面般徐徐展开”。高频次的关注背后，是新华社对这一新业态持续升温的认可。

暑运收官，杭绍台铁路持续赋能沿线高质量发展

为期62天的2026年铁路暑运落下帷幕，杭绍台铁路客流保持旺盛态势。

运能持续扩容 保障旅客出行需求

暑运期间尽管受到台风“巴威”“白海豚”“沙德尔”影响，但本线8个车站累计发送旅客195万人次，日均发送旅客3.14万人次，以高效便捷的交通保障旅客出行，为沿线高质量发展和文旅市场活力释放持续注

入新动能。

7月1日起，全国铁路实行新列车运行图，杭绍台铁路每日图定跨线列车增至37对，新增天台至上海等始发终往返列车，路网通达及运能进一步提升，受到旅客广泛欢迎。其中，温岭至太原南客流持续火爆，列车上座率保持90%以上。

同时，为更好满足旅客出行需要，铁路部门结合暑期客流情况，通过增开临客列车等形式，全力保障学生流、探亲流、旅游流

等出行需求。沿线各车站进一步强化车站安全管理和引导服务，优化旅客乘降组织，做好老弱病残孕等重点旅客服务，确保旅客平安便捷出行。

创新营销举措 不断赋能吸客引流

杭绍台铁路充分发挥与“浙东唐诗之路”线路高度契合的诗路高铁优势，积极联动路地各方创新开展客运营销。通过联合网

络直播达人进行互动直播，推介沿线美食美景，并联动新昌、天台、临海等地文旅部门推出暑期文旅大礼包，旅客凭诗路高铁车票可享景区门票、酒店民宿、特色餐饮等系列优惠，持续吸客引流，有效激发沿线文旅消费活力。

2026年暑运已经收官，杭绍台铁路将联动路地各方，继续做好客运营销，充分发挥诗路高铁的线路优势，不断为旅客便捷出行和经济社会高质量发展贡献力量。

养老服务信托合作正式启动 复星康养探索“信托 + 康养”协同新路径

2026年9月22日，“信托赋能康养生态，共筑养老服务新范式”养老服务信托合作启动仪式在上海复星星堡中环养老社区二期举行。

复星康养携手复星保德信及多家信托公司，共同推进养老服务信托合作。来自信托、保险、银行、公证、法律服务等领域的机构代表，以及宝山区相关委办局领导齐聚现场，共同见证养老服务信托多方协同合作的新起点。

把金融安排对应到真实生活

养老服务信托最终仍需要落到长者的日常生活中。当长者进入养老社区、需要专业护理或转入居家服务场景后，信托安排对应的是一项具体需求：居住、照护、康复、医疗，以及日常生活和精神文娱。

因此，对康养企业而言，比单一项目更重要的是能否根据长者不同年龄和照护阶段，提供相对连续的服务选择。

复星康养已形成覆盖活力养老、专业护理、康复、失智失能、以及社区居家等不同场景的业务布局，并持续完善不同照护阶段之间的衔接。与此同时，以“L.I.V.E.S运营体系”、“七维彩虹活动体系”为抓手，从长者生活、健康、照护、社交及精神文化等维度持续优化日常服务，让养老空间不只是解决“住在哪里”，也回应长者“怎样生活”。

让养老服务拥有更多资源选择

医疗、康复、保险、财富管理、文化娱乐、适老化产品以及智慧养老等资源，都可能成为养老生活的一部分。依托复星在健康、快乐、富足、智造等领域的产业布局，复星康养成为资源与康养场景之间的“价值转化枢纽与创新试验场”。

健康板块：衔接康复医院、护理院、医药、医疗器械等相关资源，为养老社区及专业照护服务提供健康支持；

富足板块：依托保险等金融资源，探索

保险、信托与康养服务之间的衔接，为养老资金安排提供更多可能；

快乐板块：围绕银发旅游、老年教育、文化艺术、社交娱乐等内容，丰富长者的精神文化生活；

智造板块：关注适老化产品、智慧养老、数智化系统以及供应链等领域，为养老服务场景提供产品和技术支持。

在业务布局上，复星康养逐步形成“大网+小网”的服务网络。“大网”覆盖长三角、京津冀及核心二线城市，“小网”则进一步深入城市内部，通过机构、社区、居家等不同场景提供服务补充。从城市型养老社区，到专业照护机构，再到社区及居家服务，不同业态对应不同年龄和照护阶段，也为养老服务信托提供了更加丰富的服务落点。

对于“信托+康养”而言，这些产业资源的意义在于，为资金支付之外的实际养老需求提供更多选择，使金融安排能够与具体生活场景逐步对应起来。

养老服务之外，康养资产本身也需要经

历从资金募集、项目投资，到开发建设、运营管理及后续退出的完整生命周期。对于康养行业而言，资产价值不仅取决于项目本身，也与前期定位、产品设计、建设品质和长期运营密切相关。

复星康养围绕“募、投、建、管、退”持续完善康养资产管理能力。

在“募”端，结合产业与金融资源，为康养项目匹配相应的资金来源；在“投”端，综合考量项目区位、市场需求、产品定位及长期运营等因素；在“建”端，将投资逻辑与产品定位、建设实施相结合；进入“管”的阶段，通过专业运营持续提升项目的服务品质与经营表现；在“退”端，则结合项目实际情况探索资产盘活和退出路径。围绕全生命周期的管理实践，复星康养获得“中国全链条康养资管发展力TOP1”的行业认可。

在“信托+康养”的合作中，这一能力也为双方提供了更丰富的合作基础，使养老金融不仅能够进入具体服务场景，也能够进一步与康养资产的长期运营和价值管理相结合。

近百岁复旦老教授的星堡生活与三次 Club Med 之旅

“复星始终相信，我们的目的，就是让更多的人健康、快乐地活到121岁。”

“我们复星星堡，100岁的老人还是经常出去旅游，而且手拉手，很恩爱！”复星正通过医疗、康养、文旅、保险等产业协同，将“121岁目标”落实到具体实践当中，让长者们享受健康、快乐、富足的皓首生活。近百岁的谢高阳老师，便是其中一位亲历者。

从一张体验卡开始的缘分

谢高阳老师曾任复旦大学化学系教授。多年的学术与教学经历，使他严谨而沉静；生活中的他却十分随和，待人亲切，对新事物始终保有兴趣。

退休后，谢老师曾随子女到海外生活。家人的陪伴让人安心，但陌生的环境和生活方式令他难以适应。思量之后，他回到熟悉的上海，希望找到一个既能得到照料，也能安放兴趣、自在生活的地方。

一位学生赠送的复星星堡一期体验卡，让谢老师第一次走进复星星堡。一次体验，后来成为延续十余年的缘分。2013年，他成为复星星堡一期首批入住长者之一。

一间书画室，留住熟悉的生活

谢老师喜爱书画。读书、赏画、提笔挥毫，是他保持多年的生活习惯。初到复星星堡时，社区专为长者设置的书画室深深吸引了他，也成为他选择入住的重要原因。

一方书案、几支笔墨，让他感受到：这里关心的不只是衣食起居，也珍视长者原有的爱好与精神生活。

入住后，他仍能按自己的节奏写字作画，与同好交流。如今，复星星堡二期二楼和三楼都陈列着他的作品。这些字画不仅装点了空间，也记录着一位老教授在社区里的日常与心境。

十余年信任，陪他三次奔赴远方

谢老师与工作人员联系密切，也十分信任复星星堡。十余年的相处，让大家熟悉他的身体状况、生活习惯和兴趣，也知道他心里仍有想去的地方。随着年岁增长，他的外出减少，对远方的向往却没有消失。

Club Med之旅 Let's go!

为了帮助谢老师安心出行，复星星堡依托复星生态资源，与同属复星旗下的Club Med协同，先后陪伴他前往安吉、太仓和杭州龙坞度假村。每次出发前，团队都会根据他的身体情况做好准备，配备轮椅、淋浴椅等适老辅具，安排医生和工作人员随行，并提前了解目的地周边医疗资源。

在安吉，他感受山林清静；在太仓，他走进冰雪世界，第一次近距离看见企鹅；在杭州龙坞，他漫步竹径、泛舟西湖，重温江南意境。对一位近百岁的长者而言，每次出发都需要勇气，也离不开专业而细致的守护。

从社区到旅途，看见复星生态的温度

谢老师的故事，一端连着复星星堡的书画室，一端连着Club Med的山水与远方。看似不同的场景，出发点却相同：尊重长者真实的兴趣与愿望，并为他们继续生活、继续探索创造条件。

复星星堡了解长者的日常与照护需求，Club Med提供成熟的度假环境，医疗资源为高龄出行增添保障。复星生态产业链的价值，正在于让医疗、康养、文旅、保险资源围绕人的需求自然衔接。当长者想静心写一幅字，社区里有合适的空间；当他想出去看看，也有人把安全和体验安排妥当。

长寿，是始终拥有生活的热望

从海外回到上海，从一张体验卡走进星堡，从书画室里的安静时光到三次Club Med之旅，谢老师始终按照自己喜欢的方式生活。这或许正是“健康、快乐、富足地活到121岁”最朴素的含义：长寿不只是岁月累积，也意味着到了很高的年纪，仍能保有爱好，被理解、被尊重，并有机会去看看远方。

深耕产业融合 复星康养获“燕梳奖·卓越养老金融模范奖”

2026年9月10日，2026服贸会·全球金融品牌大会在北京首钢园圆满举办。作为服贸会框架下聚焦金融品牌高质量发展的重要高端对话平台，本次大会立足“十五五”规划开局之年，以“智启未来·向新而生”为主题，汇聚政、产、学、研、金多方力量，共同探讨金融品牌建设与新质生产力融合之道。

期间，备受行业瞩目的“燕梳奖”年度评选结果正式揭晓。复星康养凭借在“保险+金融+康养”产业融合与养老服务方面的长期深耕与突出实践，从众多参评机构中脱颖而出，成功斩获“卓越养老金融模范奖”。

“燕梳奖”是金融界打造的极具行业影响力的权威评选，覆盖银行、保险、证券、基金、金融科技等全链条机构，是衡量金融机构品牌实力与社会贡献的重要行业标尺。

在养老金融领域，复星康养以“有价值的康养资产管理者”为核心定位，创新探索出一条金融与实体康养深度融合的发展路径。以市场化保险康养基金为核心

抓手，通过资本运作与产业运营的协同联动，构建起“募、投、建、管、退”全周期闭环。基金模式不仅有效撬动了长期保险资金进入养老产业，更通过专业化资产管理与精细化运营，实现了资产价值的持续提升与服务品质的稳定输出。

依托标杆项目落地与轻资产输出双轮驱动，复星康养推动资本、资产、产品、服务、生态的全链条协同，形成“金融赋能产业、资产驱动运营、服务沉淀价值”的可持续发展模式。这一模式既解决了养老产业前期投入大、回报周期长的痛点，也为保险资金提供了稳定、可预期的资产配置选择，实现金融与产业的良性互动。

此次荣获“卓越养老金融模范奖”，是行业对复星康养在养老金融领域创新实践的高度认可。荣誉是里程碑，更是新起点。面向未来，复星康养将继续深化基金化运作机制，拓展多元化资金合作渠道，优化资产配置结构，提升运营服务能级，致力于打造可复制、可推广的养老金融样本，为中国养老事业的高质量发展注入更多金融动能与产业智慧。

复星联合健康保险深耕“保险 + 医疗 + 健康管理”融合实践

作为聚焦健康保障的专业健康险公司，复星联合健康保险始终坚持以客户为中心，坚守“客户终身健康伙伴”的企业责任，在“保险+医疗+健康管理”深度融合领域形成了具有示范意义的实践成果。

在健康管理服务体系构建方面，公司秉持“全生命周期健康管理”理念，联合上海交通大学医学院附属瑞金医院、中山大学附属第一医院等头部三甲公立医院，将公立医院健康管理前沿成果应用于保险客户早期健康筛查和干预，打造健康管理新范式。在此基础上，公司构建了覆盖医疗、消费、康护等多维度的健康服务生态。

依托这一生态，“医联有盟”系列产品持续落子：在华东地区携手瑞金医院推出“瑞星保”，在大湾区联合中山大学附属第一医院推出“中星保”，如今进一步将辐射网络扩张至华中地区——2026年8月，医联有盟再落子，联名华中科技大学同济医学院附属协和医院健康管理中心，“和星保”重大疾病保障计划正式上线。复星联合健康保险承保，联名武汉协和医院健康管理中心，把重疾保障与全生命周期健康管理合二为一。

直面痛点：让次标人群“能买、能赔、能管”

具体到产品层面，“和星保”（复星联合医联有盟2026重大疾病保险·互联网）以“带病可保、既往能赔、三甲能管”三大特色，构建次标人群“能买、能赔、能管”的全方位保障体系。

带病可保。重疾主险与附加中端医疗险的健康告知均精简至4条，并支持人工核保——甲状腺结节、乳腺结节、胃炎、哮喘、关节炎、甲减、抑郁症等常见情况，都有机会投保。被保险人覆盖出生满30天至60周岁，次标人群“也能上车”。

既往能赔，保障扎实。产品提供终身重疾保障叠加20年保证续保中端医疗的双兜底：如实告知并符合承保要求，有结节、既往史也能在符合条件下获赔。必选责任覆盖120种重疾，可选45种轻症、30种中症及身故保障，还可附加医联有盟长期医疗险，保证续保20年。

三甲能管，越管越值。健康管理服务由武汉协和医院提供，犹豫期后可申请专属智能手表，实时监测心率、血压、血氧、体温、

睡眠、步数等关键指标，定制饮食运动方案，提供减重、三高专病管理，通过健康管理服务维持“健康管理系数”。

三甲赋能：把协和服务嵌进产品里

和星保的全生命周期健康管理服务，联名武汉协和医院健康管理中心，覆盖诊前、诊中、诊后全流程，把三甲服务真正嵌进产品里。服务类别涵盖健康档案管理（专属健康档案建立）、报告解读服务（体检报告解读）、健康指导与咨询（健康评估及干预、线上健康咨询）、重疾就医协助（线下就医协助、线下重疾住院协助、线下重疾就医协助、重疾MDT多学科会诊）以及护理指导服务（护理视频指导）等，频次与服务期内按需匹配。客户可通过武汉协和慢病管理小程序平台便捷使用，实现“不止理赔，更管健康”。

未来，复星联合健康保险将继续深耕管理式重疾险，打破传统重疾险局限，以全生命周期健康管理守护每一位客户，向着“健康中国”建设的目标稳步前行。

星路科技完成A+轮融资，超千万美元融资，获汇丰参与

2026年9月15日，AI驱动全球一站式财富科技平台星路金融科技控股有限公司（“星路科技”）宣布，已于今年早些时候完成超千万美元A+轮融资，获汇丰、People's Capital参与。

汇丰工商金融总经理兼香港及澳门主管方啸表示，“汇丰一直以客为本，不单致力满足客户当下需要，更积极为客户未来的期望作好前瞻部署。我们持续加大对数码银行服务的投入，并有效运用最新科技，以加快回应客户所需，同时提供更个性化的服务。我们很高兴与星路科技等金融科技企业合作，以引进创新功能，并将切实可行的方案落地，以提升客户体验。”

星路科技董事长程康表示：“星路科技已成功打造企业级AI财富管理平台，广泛覆盖现金管理、基金、结构性产品、债券、保险等全品类产品。星路科技将以此为契机，进一步赋能金融机构与企业客户，提供更高效、安全、综合的财富管理与资金运营技术方案。我们将以技术创新为驱动，以合规安全为底线，携手行业伙伴共同探索数字时代财富管理的新范式。”

星路科技首席执行官蔡华表示：“本轮融资将有力推动星路科技在财富管理与AI技术领域的持续探索与落地。星路科技将继续携手各界合作伙伴，共建更透明、更具韧性且可持续的财富科技生态，助力香港巩固其国际金融科技中心的领先地位。”

此次A+轮融资完成，标志着星路科技在深化财富管理与金融科技能力方面迈出关键一步。未来，星路科技将持续加大AI与财富科技领域的研发投入，持续为机构及企业客户提供更具前瞻性、定制化的财富管理技术解决方案。

绿色引领 双轮驱动 海南矿业探索资源型企业转型新路径

◎文| 傅天明 徐锦秀

2026年9月9日，央广网客户端推出《奋进的力量 | 绿色引领 双轮驱动：海南矿业探索资源型企业转型新路径》专题报道。聚焦讲述海南矿业坚守绿色发展底色，以技术创新为核心，深耕绿色矿山、低碳运营、新能源布局，走出一条生态提质、产业升级、价值增长的差异化转型之路。

随着《美丽中国建设“十五五”规划》全面布局落地，经济社会全面绿色转型进入攻坚深化阶段，高耗能、高排放的传统资源开发模式加速退出市场。作为海南自贸港标杆矿业上市企业，海南矿业立足热带海岛生态敏感区特殊禀赋，摒弃资源型企业“先开发、后治理”的发展老路，走出了一条兼顾生态保护、产业提质、资本增值的差异化绿色发展之路。经过多年转型，公司实现业绩与ESG价值双向跃升。

锚定绿色底色

近年来，在政策升级、市场迭代、资本偏好转变的三重变革下，国内矿业行业绿色转型已然从“可选动作”变为“必答题”。“十五五”规划大幅抬高矿业生态准入门槛，下游钢铁、动力电池等核心产业全面推行碳足迹溯源，叠加资本市场ESG估值体系持续完善，资源型企业的传统发展逻辑彻底重构。

海南矿业董事长滕磊表示：“矿业是海矿的基因，绿色是海矿的底色。绿色发展

就是我们的长期价值逻辑——环境效益、经济效益、资本价值，三位一体。”基于行业变革大势，海南矿业将绿色发展纳入公司“十四五”四大核心发展主线，主动将低碳环保、绿色生产打造为企业核心竞争力。

“把环境守住了，企业才能活得久、活得好。”滕磊坦言。公司立足长期稳健发展，将生态保护贯穿生产运营全链条，以长效绿色战略对冲行业周期波动，实现绿色转型与企业经营深度绑定。

公司绿色发展成效获得资本市场认可，Wind ESG评级于2025年由BBB级跃升至AA级，稳居行业前10%。

全域低碳升级

绿色转型的核心在于技术创新。海南矿业坚持“存量升级+增量绿投”双轮驱动，一方面对传统铁矿、油气业务进行绿色技术改造，盘活存量资源；另一方面布局新能源优质赛道，培育绿色增长增量。

在传统铁矿板块，公司正积极推进国内首创利用天然气制还原气进行悬浮磁化焙烧的选矿技术，该技术采用氢基矿相转化工艺，通过天然气制氢还原技术，将有效提高公司对于复杂难选铁矿石的处理能力，项目全线贯通后可将铁金属回收率从65%提升至85%，铁精矿品位从62.5%提升至65%以上。同时落地国内首个AI智能光电选矿项目，

依托AI算法为矿石精准“画像”，实现毫秒级精准分选，让低品位废矿变废为宝，2025年累计处理67万吨原矿，产出8万吨预选精矿。

生态治理方面，截至2025年末公司累计投入资金1.68亿元，完成384万平方米矿区生态修复，栽植苗木364万株。

油气板块，公司旗下洛克石油早在2021年便率先提出2050年净零温室气体排放目标，搭建完善的能源管理体系，常态化开展温室气体盘查工作；钻井作业以市电替代柴油发电机供电，碳排放强度降低约61%；优化马来西亚海上油田船舶航行方案，年减少柴油消耗46.6万升，降幅达43%；同时搭建多级生产水处理回注系统，实现生产水100%回注、零外排。

新能源赛道实现从0到1的跨越式突破。滕磊表示：“新能源产业从0到1的突破，也是从‘黑’到‘绿’的转型。”公司依托海南自贸港区位优势，构建“非洲马里锂矿开采—零关税入境洋浦—本地深加工—出口日韩高端市场”的完整绿色产业链。2026年1月，首批约2.9万吨马里布谷尼锂精矿以零关税运抵洋浦港，成为自贸港封关运作后首票零关税新能源矿产；2026年上半年，7万吨锂精矿分三批顺利抵港。碳化生产线于6月30日完工并实现柔性生产切换，新能源产业正式成为公司核心利润增长引擎，标志着企业完成从“卖铁矿”到“卖高端锂电材料”的绿色产业迭代。

构筑差异化优势

海南作为热带海岛生态敏感区，生态脆弱性高、高温高湿环境特殊，对矿业开发的环保标准、能耗管控、生态修复要求远高于国内其他地区矿山企业。自贸港封关运作后，15%的企业所得税优惠政策持续降低经营成本，昌江首个跨境资金集中运营中心落地，实现跨境资金当日调拨。

面向“十五五”碳达峰攻坚新阶段，公司提出以2024年为基准，2030年实现范围一、范围二万元营业收入碳排放强度下降不低于10%，持续提升绿电使用比例，并围绕数字矿山建设、节能技术改造、新能源替代、碳汇抵消、绿色供应链搭建等七大方向深化低碳转型。

持续深化的绿色转型成效，不断兑现为经营价值与资本价值。2026年上半年，公司归母净利润5.14亿元，同比增长83.39%，业绩再创阶段性新高。公司连续四年稳定分红，出台三年股东回报规划，明确年度分红比例不低于净利润30%，2026年上半年已完成2025年度现金分红1.59亿元。

面向未来，海南矿业将继续以绿色发展为底色，扎根海南自贸港，向着“以战略性矿产资源为核心，具有国际影响力、领先的资源产业集团”的目标稳步前行。

原文刊载于央广财经

复星国际恒生可持续发展评级跃级晋升至 AA+ 创历史新高

2026年9月7日，恒生指数公司公布的2026年度上市公司可持续发展评级结果，相关指数调整于今日正式生效。复星国际有限公司（香港联交所股份代号：00656，简称“复星国际”或“复星”或“集团”）凭借在可持续发展领域的持续投入及卓越表现，评级从AA-越级提升至AA+，创历史新高，并连续第七年入选恒生可持续发展企业基准指数成份股，同时入选恒生ESG 50指数成份股。继连续三年取得AA-评级后，此次评级进一步提升，体现了市场及监管对复星国际在ESG（环境、社会 and 治理）领域长期实践与持续进步的高度认可。

恒生可持续发展评级覆盖范围广泛，涵盖约500家恒生综合指数成份股香港上市公司，以及超过1300家恒生A股（可投资）指数成份股A股公司。

该评级采用独立专业评审机构香港品质保证局的可持续发展评级框架，通过对上市公司的公司治理、环境、公平运营等七项核心指标进行评分，甄选出在可持续发展方面表现卓越的企业。2026年，复星国际在企业管治、环境、消费者事宜、社区参与和发展四项议题的得分均表现尤其突出，在参与评级的香港上市公司中得分均位列前10%。

近年来，复星国际持续完善ESG管理体系，在全球主流ESG评级中屡获佳绩。截至目前，根据最新MSCI 5.0版评级模型，复星国际MSCI ESG评级已升至最高级AAA；入选标普全球《可持续发展年鉴2026》，同时在《可持续发展年鉴（中国版）2026》中连续第三年名列最佳1%；富时罗素FTSE ESG评分持续领先全球行业平均水平，并连续五年入选富时罗素社会责任指数（FTSE4Good Index Series）成份股。

作为负责任的企业公民，复星于2012年成立复星基金会，在全球应急驰援、乡村振兴、健康医疗、教育文化等领域持续创造社会价值。

复星不断深耕乡村振兴与基层健康领域，“乡村医生计划”自2017年启动以来，已累计守护2.5万名乡村医生，惠及300万户农村家庭，该项目更入选了联合国全球契约组织"二十年二十佳"企业可持续发展案例。

复星始终坚持“以解决实际问题为出发点”，将人工智能深度融入医药健康与智慧服务等核心产业。在研发端，复宏汉霖AI蛋白药物智能设计平台仅用3个月便将核心项目药物分子亲和力提升20倍以上，大

恒生指數 HANG SENG INDEXES Company ESG Report September 2026	
FOSUN INTL	
Stock Code: 00656	
Exchange Listed: Hong Kong Stock Exchange	ESG Rating: AA+ (Sustainable)
Industry: Conglomerates	

幅加速新药问世；在服务端，复星旅文推出“AI G.O”智能管家，将传承数十年的非标服务经验转化7x24小时在线的数字资产，为游客提供有温度的个性化体验。同时，复星还积极推动技术向善，其“AI村医助手”已面向2.5万名乡村医生推广应用，以92%的用户满意度切实赋能基层医疗末梢，让科技创新成果惠及最需要的人群。

与此同时，复星医药致力于提升药物可及性，为推动“无疟疾世界”的全球愿景持续贡献中国力量，截至2025年底，其自主研发的注射用青蒿琥酯已累计救治全球超8,800万重症疟疾患者，累计供应超过4.4亿支。

复星国际以可持续发展为重要责任及

目标，以评促管，推动可持续发展要求进一步融入战略决策、日常运营及风险管理流程，不断提升集团及成员企业在可持续发展议题上的管理能力与执行成效。与此同时，复星国际积极响应国家“双碳”目标，持续推进碳中和、节能减排及气候风险管理，并于2026年发布第四份气候信息披露报告，进一步提升气候相关信息披露的系统性与透明度。

复星国际将继续秉持“修身，齐家，立业，助天下”的初心，坚持将可持续发展融入长期经营与价值创造，持续完善ESG管理体系，发挥全球产业生态的协同优势，不断提升企业韧性 with 可持续发展能力，为股东、客户、员工及社会创造长期价值。

Protechting 8.0 海外科创青年来华路演 复星基金会帮助初创团队链接资源

2026年9月16日至23日，以"创新无界（Innovation without borders）"为主题的第八届 Protechting 全球青年创新创业项目（Protechting 8.0）中国行先后走进香港、佛山、澳门、珠海、上海五站。来自葡萄牙、西班牙、丹麦、巴西等10支海外科创团队，在上海复星公益基金会（下称“复星基金会”）搭建的“快车道”上深度对接粤港澳大湾区和长三角两大科创高地，掀起了一场葡西语地区青年创客来华交流的小旋风。Protechting 8.0来华阵容达10支团队，数量为历年之最。

粤港澳大湾区：精准高效对接

来自西班牙的Airway Shield S.L. 团队专注于气管插管辅助装置的设计，他们的创新产品集气管插管引导与医患双重防护于一体，可以简化插管难度、降低对资深医师的依赖，即使是经验较浅的基层医护也能在资源匮乏地区安全完成操作。团队核心之一是有着丰富临床经验的重症室医生Julio Alonso。9月17日，在佛山复星禅诚医院，Julio与AICU副主任杨钧等面对面交流，详细介绍了这款产品的性能。他们更看到了以佛山禅医的平台为切入点，接入大湾区市场的可能性。

另外一支名为Halo NeuroAI的项目来自葡萄牙，团队带来了非侵入式神经接口解决方案，目标是让失去声音的人重新发声、

重连家庭情感。在中国行之前，创始人保罗（Paulo）就已明确目标：为其产品寻找中国本土的临床试验的机会与医疗合作伙伴。

在与佛山禅医康复科主任丁德权的现场交流中，保罗向院方展示了这款头戴产品的特色、对不同语言及中文语境的适用性，以及已经取得一些实效，双方对未来的临床合作都充满期待。保罗说，团队下一步计划在大湾区开展临床验证，借助这里庞大的市场与高水平医疗资源，检视产品的跨语言适用性与临床效果。

为了更好地承接海外优秀科创团队，Protechting与佛山禅医宣布共建“创新基地”。复星健康副总裁、佛山禅医院院长赵晓东表示，这个创新基地为常态化国际交流搭建了优质平台，可为初创团队提供临床场景与资源支持，未来可以赋能更多初创团队落地大湾区，同时也激活这里的医疗科创生态。

在香港科技园、澳门青年创业孵化中心及珠海横琴中葡经贸中心，Protechting 8.0的团队受到热情接待。大家详细了解不同地区的科创扶持政策、区位及税收优势等。香港科技园署理首席业务发展总监黄家裕还与复星基金会理事长李海峰共同宣布双方成立战略合作关系。在与澳门仅一河之隔的横琴，已有初创团队对这里的办公和生活环境表现出浓厚兴趣，与当地工作人员拉群对接。此番大湾区的密集走访与交流，让Protechting的科创项目借助“港澳平台+湾

区临床”的落地路径愈发清晰。

始于“科技向善”，初创团队兼顾商业与公益思考

全球创新在中国本土化落地有哪些适配路径？初创企业如何平衡社会价值与商业价值？在上海复星职场的一场工作坊，10支海外科创代表与来自复星ESG、医药等业务板块的对接人，分享了产业洞察与落地建议，内容覆盖可持续发展、医疗机构运营、产业资本等领域。

Airway Shield S.L.团队在工作坊中有个意外发现，就是复星基金会持续开展的乡村医生项目——立体式帮扶那些扎根中国偏远县域乡村的村医，致力于长期提升基层诊疗水平。Airway Shield S.L.业务发展总监左炜晴（Joanne Zuo）说“医者仁心”也是他们团队的出发点，他们很乐意加入守护中国村医的队伍，在未来提供精准培训，让安全喉管的科技产品更可及，并真正帮助到医疗资源相对匮乏的地区。

此次Protechting 8.0团队还特别受邀参与了“S创上海2026创新大会”——这是亚洲颇具影响力的科技创新与创业生态盛会，2022年开始举办。今年的大会累计收到来自全球近30个国家和地区的600多个创业项目申请，经专业投资人遴选，4支Protechting团队晋级复赛并参与角逐

“生命健康”赛道和“绿色可持续”赛道的决选。此外，Protechting代表团嘉宾还受邀参与相关圆桌论坛，结合项目近十年的实践，探讨葡萄牙作为欧洲开放创新入口的优势，以及项目搭建中欧、中拉创新合作桥梁的愿景。

Protechting Open Innovation Program是由复星及复星基金会联合复星葡萄牙保险（Fidelidade）、葡萄牙医疗集团（Luz Saúde）（秘鲁保险公司La Positiva 2026年加入）于2016年发起的“科创+公益”系列性活动。

“Protechting”源于“Protection”和“Technology”两个词，意在助力人工智能时代的青年人实现创业梦想。截至目前，项目已吸引全球50多个国家和地区的青年参与，促成50多个试点项目的孵化和多个青创项目的规模化发展。

8天5城，10支海外团队迅速融入粤港澳大湾区和长三角科创生态。复星基金会理事长李海峰表示，Protechting为他们搭建的不仅是一条路演路线，更是一条链接资源、对接资本、走向市场的“快车道”。“希望这些好的创意被看见、被挑战，最终融入真实市场，用商业和公益的力量提升社会福祉。”未来，复星基金会Protechting将继续坚持科技向善的理念，帮助更多初创团队链接资源、赋能他们可持续地成长发展，为中外科创青年交流作出更多贡献。

复星医药获第十三届“中华慈善奖”

2026年9月1日，第十三届“中华慈善奖”表彰大会在北京人民大会堂举行。上海复星医药（集团）股份有限公司荣获“捐赠企业奖”，表彰其在2022-2025年间对中国慈善公益事业的突出贡献。

“中华慈善奖”由民政部颁发，是我国慈善领域的政府最高奖。此次获奖，是对复星医药长期以来以产业能力赋能民生健康、以专业力量践行社会责任的高度肯定。2026年，复星医药MSCI ESG评级已升至AAA级，企业可持续发展能力与社会价值再获国际认可。

自2017年起，复星医药依托上海复星公益基金会“星爱121”专项基金，持续深耕乡村医生公益项目，聚焦基层医疗短板，通过人才赋能、资源下沉等举措，系统推进

乡村医疗体系建设。截至目前，项目已覆盖全国16个省（市、自治区）的78个重点帮扶县，累计守护2.5万名乡村医生，惠及300万农村家庭、超1600万农村居民。

在常态化公益之外，复星医药始终坚守人道主义初心。面对广西、河南、京津冀等地的洪涝灾害，公司快速响应、主动驰援，调动全球化医药资源开展应急救援、物资保障与医疗支援，以专业力量守护群众生命健康。

复星医药秉持“修身、齐家、立业、助天下”的企业精神，聚焦健康关爱、科研创新、公益捐赠三大领域，构建专业化、可持续的健康公益体系。未来，公司将继续立足医药健康主业，以产业能力赋能民生发展，在助力健康中国与中国式现代化建设中传递复星医药的温度。



复星基金会携手复星凯瑞打造“吾亦有远方”治愈关爱活动 助力患者提升长期生存质量

2026年9月15日是世界淋巴瘤日，当天，由上海复星公益基金会携手复星凯瑞打造的“吾亦有远方”——2026世界淋巴瘤日患者关爱活动在成都复星艺术中心举行。这是继沉浸式戏剧“吾亦有远方，WE WILL”在上海首演后的第二站，“远方”主题得以延续。

血液肿瘤领域专家、患者代表及公益伙伴齐聚一堂，通过医学科普、患者故事展演和艺术疗愈等形式，共同探讨淋巴瘤创新治疗与患者全程关怀，传递医患同心、携手治

愈的信念。

活动期间，“大CAR视角——共话治愈”环节邀请多位淋巴瘤知名专家，围绕CAR-T细胞治疗的发展与应用展开交流，聚焦“疗效、时机、全程、可及”等关键词，探讨创新疗法如何帮助患者获得更长久、更高质量的生存。

在“CR征程——共话新生”环节，护理专家、患者组织代表和患者分享了治疗经历。活动最后，嘉宾与患者参观《时间的回响》艺术展，并参与“画给五年后的自

己”艺术疗愈活动，通过艺术连接生命与希望的桥梁。

复星医药副总裁、复星凯瑞首席执行官 吕力琅博士表示：医学创新的价值，体现在患者长期生存的质量。过去五年，奕凯达®累计治疗超1500例复发/难治性淋巴瘤患者，全国首位接受CAR-T治疗的患者至今保持完全缓解已超过八年。复星凯瑞始终坚持以患者为中心，在推动创新治疗发展的同时关注患者全生命周期需求，让医学创新更有温度。

复星基金会始终坚持“公益向善”的理念，持续关注患者全生命周期需求，通过健康宣教、疾病科普等方式，筑建关爱患者平台，广泛连接专业医学资源与社会力量，让更多患者获得支持与关怀。

此次“吾亦有远方”2026世界淋巴瘤日患者关爱活动，是双方持续关注患者需求、践行社会责任的重要实践。未来，复星凯瑞将秉持“专注治愈 点亮人生”的使命，加快细胞治疗的临床转化，推动中国创新走向世界、惠及更多生命。

2026 露台艺术季启幕 熊猫来到外滩，开启一场城市艺术假期

2026年9月13日至11月22日，“艺术外滩2026露台艺术季”以“熊猫的外滩假期”为主题，回归黄浦江畔。

本届艺术季由上海复星艺术中心联动BFC外滩金融中心、上海久事国际艺术中心、外滩三号、百空间卜内门洋行、第一百货商业中心、上海外滩瑞吉酒店多处外滩城市空间，通过熊猫主题艺术装置、互动体验及露台文化活动，打造一场融合艺术、城市与生活方式的公共艺术体验。

本届露台艺术季将持续到11月22日，作为“艺术外滩”品牌矩阵的重要组成部分，露台艺术季持续探索艺术与城市空间之间的连接。上海复星艺术中心呈现一件约3米高的熊猫主题大型艺术装置，熊猫形象与建筑空间相结合，成为公众进入艺术季的一处重要视觉入口。与此同时，多个露台空间还将设置互动型熊猫装置，公众可以与熊猫并肩而坐，在黄浦江畔留下属于自己的“熊猫假期”。

