

FOSUN TIMES

复星人

准印证号: (沪B) 0276

总第 428 期 本期 16 版

2024 年 2 月 29 日出版



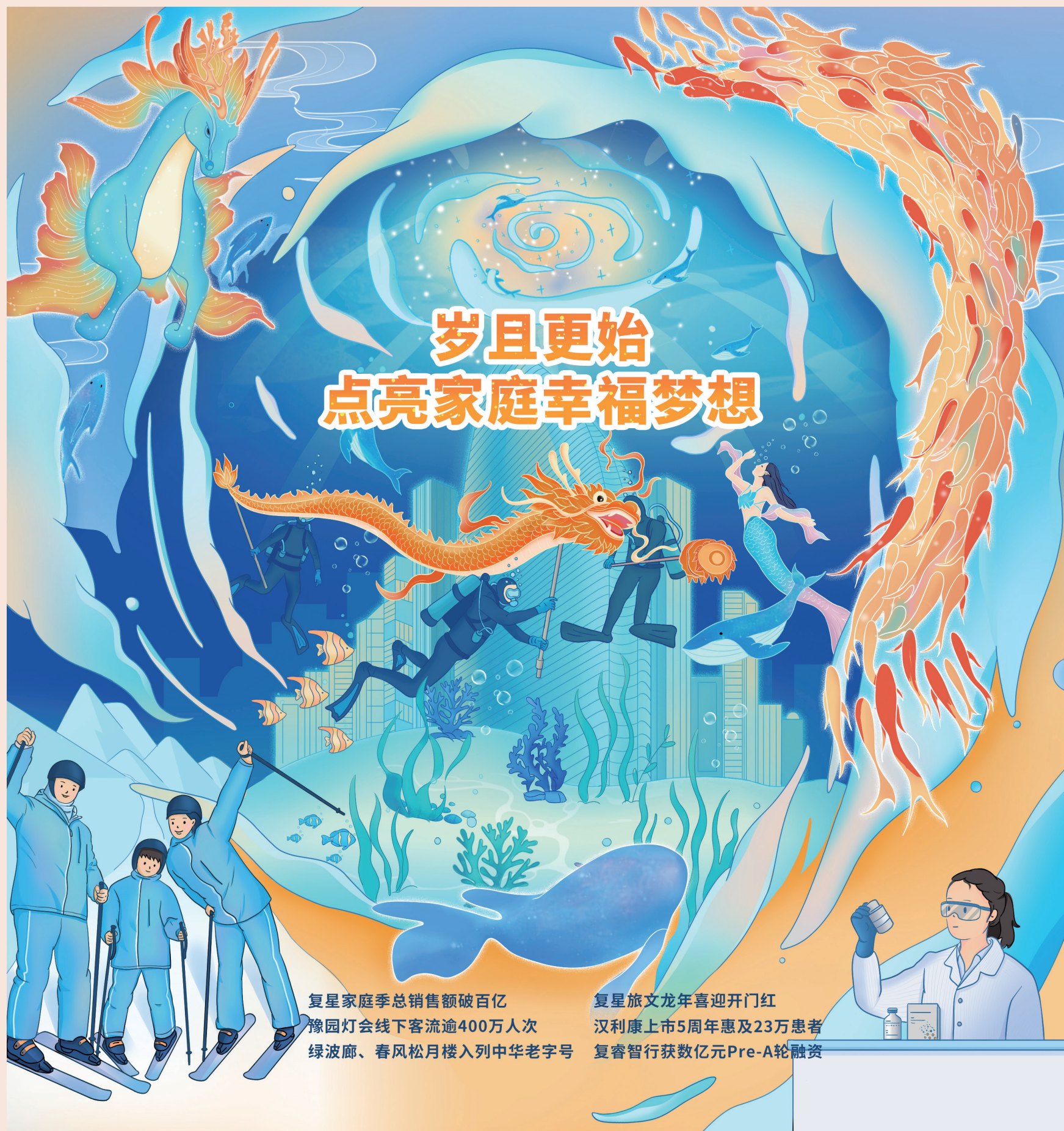
扫码收阅手机版

P05-06
复星家庭季

P07-09
中法豫园灯会

P10-11
画说复星

P12
汉利康 5 周年



岁且更始 点亮家庭幸福梦想

复星家庭季总销售额破百亿
豫园灯会线下客流逾400万人次
绿波廊、春风松月楼入列中华老字号

复星旅文龙年喜迎开门红
汉利康上市5周年惠及23万患者
复睿智行获数亿元Pre-A轮融资

【版权声明】刊登的所有内容(包括不限于文字、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。

郭广昌：点亮希望 传递温暖

当地时间1月31日，法国豫园灯会再次迎来高光时刻，我同来自中法两国的各界嘉宾，共同点亮2024年“欢乐春节”吉祥物——“吉祥龙”灯组，庆贺中法建交60周年暨中法文旅年活动正式启幕。

相知无远近，万里尚为邻。豫园灯会举办了29届，这是第一次走出国门，我们把东方生活美学带到了法国的巴黎风情园，以具有中国特色的山海经为主题的灯组，展现了中华文化自信。在园子里，我看到了好多当地居民带着全家人前来欣赏灯组，品尝来自豫园的南翔小笼包，他们脸上的笑容给了我极大的鼓舞，复星的使命就是为全球十亿家庭客户的健康、快乐和富足而奋斗！

作为一家全球化企业，复星有一半收入来自海外，灯会的举办是我们践行全球化战略的缩影。法国是复星过去和未来发展的重点区域，双方合作友好而真诚。未来我们也会持续加强全球化合作和沟通，做好桥梁和纽带，一起为全世界美好的生活我们做出努力，这个世界变得更加美好。

今年我们在法国点亮了豫园灯会，我们也希望在未来，也能在海外持续的举办灯会，将东方生活美学，带到更多的城市，传递给更多的家庭。

(摘自2月2日@郭广昌微博)



豫园灯会出海巴黎，郭广昌再谈梦想

法国巴黎时间1月31日晚，随着中国文化和旅游部2024年“欢乐春节”吉祥物——“吉祥龙”灯组在法国豫园灯会现场被点亮，来自上海豫园的60架灯组和2000余盏花灯霎时绽放，取材于中国上古神话典籍《山海经》中的祥龙瑞兽们光彩夺目。

在现场出席活动的复星国际董事长郭广昌，迅速发布一篇微博：“在园子里，我看到了好多当地居民带着全家人前来欣赏灯组，品尝来自豫园的南翔小笼包，他们脸上的笑容给了我极大的鼓舞，复星的使命就是为全球十亿家庭客户的健康、快乐和富足而奋斗！”

这是郭广昌今年第二次发布微博。21日上海豫园灯会亮灯的时候，郭广昌也颇有感触，发布微博说“复星的梦想不会停步，人们对美好生活的向往，是我们不断前行的动力，不怕路远，只怕志短”。

全球化4.0时代

以2007年复星国际在香港上市为起点，复星持续探索中国企业的全球化之路。14年时间里，从最初的“中国动力嫁接全球资源”，到今天的“全球组织+本地经营”，复星在全球35个国家和地区都进行了深度的产业布局，全球员工10万人，海外收入占总收入的比例超过45%。

法国是复星全球化的重点地区。2010年复星首次战略性入股地中海俱乐部，并于同年在中国亚布力开设了首座冰雪度假村，并在2018年和2023年先后推出“地中海·邻境”与“地中海·白日方舟”两大全新产品线，为中国休闲度假产业注入新的活力。

进入法国市场14年来，复星已成为在法投资最大中国民营企业之一，在法员工超



法国居民在以“山海有灵”为主题的法国豫园灯会上拍照留念 图源：新华社

1万人，生态企业包括Club Med、法国最悠久的高级定制时装品牌Lanvin、法国健康食品行业领导者St.Hubert、PAREF资产管理平台以及法国医药分销公司Tridem Parma、Djula、Cenexi等等。

复星全球化进程中，医药大健康和旅游文化是重点领域。医药方面，复星医药在全球多个地方设立研发中心，复宏汉霖自主研发的汉曲优等药品在国内和欧盟、美国同时获批上市；直观复星在上海张江实现达芬奇手术机器人本地化生产，更好惠及国内患者。

而在文旅领域，12月底复星旅文旗下北海道Club Med Kiroro Grand度假村也正式开业，进一步确立了Club Med在北海

道乃至全球滑雪领域的主导地位。

“巨大的创新和商业空间”

和“全球化”战略同频，复星的另一个核心战略“创新驱动”也在持续推进。近年来，复星的创新战略持续进入收获期，例如复宏汉霖自主研发的生物创新药H药汉斯状，已在中国境内获批用于治疗3项适应症，作为全球首款获批一线治疗广泛期小细胞肺癌的抗PD-1单抗，于1月25日发货至印度尼西亚，首次进入国际市场。而复星凯特打造的中国首款CAR-T细胞治疗产品奕凯达，也已获附条件批准上市二线适应症。

“继续坚持企业家精神”

2022年，复星因为穆迪评级下调，陷入“债务危机”的谣言非议，一时间游走在舆论的风口浪尖。郭广昌感慨，这一年复星遭遇了一场“完美风暴”。

毕业于复旦大学哲学系的郭广昌，对“危与机”的转化有深刻的理解。他没有选择“躺平”，而是带领复星借势进行战略调整，坚决退出钢铁等非核心赛道，而在家庭消费核心业务上持续加码，聚焦高成长性的赛道。

同时，复星通过持续优化资金和资产结构，并积极开拓融资渠道，舆论最关注的债务危机顺利解除。截至报告期末，集团现金银行结余达人民币1146.8亿元，杠杆率加速下降至51.8%，国际评级机构标普将其评级展望上调为稳定。

进入下半年，南京仙林地中海白日方舟·南京仙林度假村、阿尔卑斯国际度假区、以及北海道Club Med Kiroro Grand度假村先后开业，复星聚焦家庭消费赛道的战略也越来越清晰。

有了业绩增长、财务稳健的底气，中期业绩会上，郭广昌公开表态，“现在应该更勇敢一点，更决绝一点，要对未来充满信心”。

郭广昌一直认为，复星创业至今，依靠的无非是持续学习、进化的企业家精神。在豫园亮灯的微博中，他再次提到，要继续坚持“企业家精神”，坚持复星的梦想，不断精进业务。

“复星创业31年一直有一个追求，就是为全球十亿家庭的健康快乐富足而奋斗。要实现这样的梦想，绝非易事，但我们一定会坚持去做，坚定前行。”郭广昌说。

(原文刊载于央广网)

2024.02.29

要闻 NEWS

陈启宇：坚持聚焦、深耕、精治、可持续发展

过去的2023年，我们经历了许多外部环境的变化，全球经济在疫情之后缓慢地恢复增长，但同时也面临包括加息、地缘冲突的影响；国内经济承压发展，但随着各类政策出台，环境和市场信心逐渐改善；科技创新再次成为全球经济发展的主要引擎，我们国家也在大力推动创新发展，AI、新能源、生物医药等行业现在在全球范围里都成为拉动经济增长，促进产业升级的非常重要的推动力。

在过去一年时间里，以ChatGPT为代表的人工智能产业的高速发展，震动了相关各行业；以特斯拉、比亚迪为代表的美国和中国新能源汽车产业快速发展；生物医药产业中，礼来和诺和诺德凭借在减肥、糖尿病等领域的深耕，迎来了市值巅峰。这我们看到产业创新带来了全球企业格局的变化，极致的创新、精致的运营带来的企业价值的快速提升。比如目前全球市值排名领先的苹果、微软，市值已经达到了令人不可思议的2、3万亿美元，前十名的企业大部分已经被科技创新的企业所占据。

回顾复星自己的2023，我们也经历了2023年内外部的各种挑战，但还是健康地成长发展，亮点还是非常多的，部分核心产业的运营能力得到了提升；同时坚持战略聚焦，很好地化解了外部压力。

当然，2023年我们依然面临很多痛点。在这样内外部环境挑战压力下，我们应该



深刻地意识到，我们正在经历一个经济周期。展望2024年全球经济，预计将进入新阶段。升息的趋势有望减缓，预计对全球资本市场会带来利好发展的信心。面对内外部的复杂局势，我们坚持聚焦、深耕、精治、可持续发展，做好未来的工作。

聚焦是集团自2018年开始强调的战略，过去我们探索、布局全球，现在强调聚焦，深耕优势产业、核心产业，当各个领域的数一数二。聚焦的目的是要建设更强大的竞争

力，要聚焦到有竞争优势和成长性的产业、企业、产品，要聚焦到利润和现金流双优的产业上。持续发展能力，并强化运营团队。2024年要思考怎么把聚焦做得更深入、更到位。

深耕的核心是做好产品。回顾过去，我们已有多个成功的深耕产品实例。未来的目标是在企业层面，长期聚焦、长期坚守、不断地提升产品以及整个企业围绕产品和客户为中心的运营能力；全球产业中的优秀企

业如微软、苹果、诺和诺德、华为、比亚迪等，都是强调深耕产业、深耕客户，做好产品会带来丰厚回报。

精治背后的底层逻辑是追求极致的效率，追求经营现金流、自由现金流的健康。随着企业版图扩大、走向业务扩张，在组织上做了很多加法，人员组织架构职能非常细分，但也由此带来了一些组织效率效能上的问题。未来我们要追求高效率、高效能、高现金流的健康发展的道路，要用更多多能型、高潜力的人才，同时也要强调资产的效率。

可持续发展，要保持战略健康和财务健康，坚持ESG理念。企业发展必然经历周期，复星作为一家30多年的企业，需要打造穿越周期的能力。今天我们面临的挑战比以往更大，但是我们有足够的资源和能力去把握和穿越周期。ESG是复星一直以来非常重视并积极推动的领域，在中国企业中，复星在ESG理念、治理、行动上都是领先的。

有深耕产业运营的能力、有好的产品、有明确的经营纪律以及精治的运营体系，相信在未来，我们组织的价值和竞争力会得到进一步的提升。2024年对复星来说是一个新的起点，新的征程的开始。希望大家共同努力，把2024年做好。

(摘自复星国际联席CEO陈启宇1月8日在复星内部的讲话)

复星与南宁市达成全面战略合作 共议面向东盟开放合作新举措

文 | 卢杉

2月24日，广西壮族自治区党委常委、南宁市委书记农生文率队赴复星开展考察招商活动，与复星国际董事长郭广昌深入交流洽谈，见证战略合作协议签约。双方将在生物医药、智能制造、金融保险、商贸文旅等领域开展合作，共议面向东盟开放合作新举措，共享发展新机遇。

当日下午，农生文先后考察复星上海总部、直观复星医疗器械技术(上海)有限公司和复星凯特生物科技有限公司等，与郭广昌共同见证南宁市人民政府与上海复星高科技(集团)有限公司签订战略合作框架协议、南宁产业投资集团有限公司与上海复健股权投资基金管理有限公司签订战略合作协议。南宁市委常委、秘书长丁伟，南宁市委常委、副市长范晓敏，复星国际联席首席执行官陈启宇，复星国际高级副总裁、复星医药联席董事长王可心等参加活动。

农生文说，南宁作为面向东盟的前沿和窗口城市，在服务国家重大战略、服务构建新发展格局中地位愈加重要。复星与南宁之间具有良好的战略合作契机和坚实合作基础。希望复星继续发挥国际化独特优势，持续深耕南宁，共同搭建面向东盟的生物医药出海通道，推动生物医药研发、生产等全产业链环节落地南宁，在打造面向东盟的智能制造区域总部、汽车传感器等制造项目等领域持续深化合作，共享南宁发展机遇。



南宁市人民政府与复星高科技签订战略合作框架协议

郭广昌表示，将充分借助南宁区位、政策、平台优势，将区域总部和一批重点产业落地南宁，以南宁为桥头堡不断开拓东盟市场，为首府高质量发展作出更大贡献。

南宁是中国面向东盟开放合作的窗口，国家高度重视广西、南宁发展，赋予南宁“建设面向东盟开放合作的国际化大都市”和“建设中国—东盟跨境产业融合发展合作区”的新定位、新使命。此次考察是南宁市委、市政府深入践行习近平总书记对广西重大方略要求，主动对标沿海发达地区学经验、找差距，主动服务推动重大项目落实和为企业排忧解难的具体行动，也是落实



南宁产投集团与复健资本签订战略合作协议

“一把手”带头招商、推动在全市形成“大抓招商、大抓项目、大抓发展”良好氛围的务实之举，为构建体现首府南宁特色优势的现代化产业体系，加快建设面向东盟开放合作的国际化大都市注入新的强劲动力。

复星致力于为全球家庭客户提供高品质的产品和服务。在自治区各级党委、政府的关心指导下，近年来复星在桂企业和项目稳健发展，累计投资近70亿元，重点企业和项目包括桂林南药、Club Med桂林、星互科技等。

根据此次签署的协议，依托原有坚实的产业基础，未来双方将加强多领域的全面合

作。在生物医药领域积极建设面向东盟的器械生产制造和运营总部，通过开展专项基金合作，共同搭建面向东盟的生物医药出海通道；在智能制造领域积极探索在南宁布局面向东盟的智能制造区域总部；积极开展高铁物流基地建设领域的合作，助力南宁加快建设国家物流枢纽；加强在金融保险领域的合作，通过在南宁设立保险分支机构、合作设立专项基金等模式，推动金融保险与医药、医疗等产业形成良好互动；在商贸文旅领域积极开展商城、酒店、旅游等商贸和文旅产业项目的合作，形成面向东盟开放合作的国际化大都市商贸文旅品牌。

徐晓亮：文化互鉴与产业创新，推动中法“双向奔赴”

2024年是个特殊的年份，对中法两国意义非凡。今年恰逢中法建交60周年，中法文化旅游年，巴黎奥运会也将在夏天开幕，种种美好都如期而至。长期以来，中法两国坦诚交流，开放合作，彼此吸引。法国是世界著名的时尚与浪漫之都，中国是文化之邦、礼仪之邦，上海以前也被称为“远东的巴黎”，双方有着相似的气质，并且相互尊重，价值观高度一致。

正因如此，复星早在十几年前，就开启了与法国的“双向奔赴”。法国一直是我们全球化布局的重要区域，复星也是中国在全球投资的最大民营企业。如今，复星在法员工超8000名，产业遍及健康、富足、快乐等多个领域。快乐板块，包括风靡全球的度假村品牌Club Med，时尚界“皇冠上的明珠”Lanvin，设计师珠宝品牌DJULA，健康食品品牌St-Hubert；健康板块，布局了医药分销公司Tridem Pharma、Cenexi；富足板块，有资管平台PERAF。

站在新的历史起点，中法两国产业的创新与合作，迎来绝佳契机。以旅游业为例，起源于法国的Club Med，历经了74年的发展，在全球拥有近70家冰雪度假村。在中



国市场，Club Med瞄准城市度假这一趋势，在复星本土化运营的能力加持下，创新推出白日方舟产品线，为城市居民提供近在咫尺的休闲度假体验。目前南京仙林、苏州太仓两店正式开业，并深受客户喜爱，成为了复

星打造“度假式生活”的标杆产品。

除了旅游，形式新颖、充满创意的文化项目，也是中法两国人民增进了解的重要桥梁。今年，拥有28年历史的国家级非物质文化遗产——豫园灯会，第一次走出

国门，就来到我们身处的巴黎。复星联手合作伙伴LVMH，打造了“山海有灵”主题灯会，将传统美学与现代艺术相结合，加上丰富的民俗演艺活动，既向法国民众展示东方文化的独特魅力，也为中法建交60周年的两国友谊献礼，为即将举办的巴黎奥运会送上祝福。

文化互学互鉴，民心相连相通。优秀文化之间的互通和表达，更需要平台来承载。在上海的黄浦江畔，复星携手合作伙伴，共同打造了“大豫园片区”，定位为“极具东方生活美学魅力的全球时尚文化秀场”。这里既是一个中国时尚企业走向世界的主舞台，也是海外优秀的时尚品牌拓展中国市场的桥头堡。法国有着很多全球知名的时尚奢侈品集团和品牌，我们欢迎这些品牌，以及全球优秀的企业，能够在这片时尚的大花园里，落地生根，共同成长。

面向未来，我们相信，随着全球化的进一步深入，时尚、旅游、文化，将绽放出更多魅力；从黄浦江到塞纳河，将会有更多创意和灵感，不断汇聚、相互融通。

（摘自复星国际联席CEO徐晓亮1月29日在复星“巴黎之夜”活动上的讲话）

复星旅文 2023 年预计盈利不低于 2.7 亿元 中国业务龙年喜迎开门红

◎文 | 庞国藤



春节期间，三亚亚特兰蒂斯上演“水下舞龙”

2月1日，复星旅游文化集团发布2023年业绩盈利预告。

受益于全球范围旅行限制的放松及公司战略的有效实施，复星旅文旗下各业务板块延续强劲的复苏势头。2023年（截至2023年12月31日止十二个月期间），预计集团旅游运营营业额（以不变汇率计）较2022年（截至2022年12月31日止十二个月期间）增长不低于15%，较2019年（截至2019年12月31日止十二个月期间）增加不低于25%，大幅超越疫情前表现。集团2023年归属于公司股东之盈利预计将不低于人民币2.70亿元，较2022年归属于公司股东之亏损人民币5.45亿元实现扭亏为盈。

进入2024年，复星旅文各大业务保持强劲表现。2024年春节假期，得益于出入境

游的加速回暖，Club Med 地中海俱乐部中国区总营业额（含境内及出境游）较2023年同期增长48%。其中，境内度假村营业额超疫情前2019年同期约40%，平均入住率达83%；出境游营业额较2023年同期大涨逾13倍，恢复至疫情前2019年同期的六成以上，其中对于海外冰雪度假村的出境游营业额已经超过2019年同期。

产品线方面，受益于今年春节“8+1”的超长假期与冰雪热度的居高不下，丽江、桂林两座长线目的地与北大壶、长白山、亚布力三座冰雪度假村的七日平均入住率均超过九成并在多日触及满房，其中丽江度假村的七日平均入住率更达到接近满房的99%。

三亚亚特兰蒂斯于2024年春节假期再创新高，营业额较2023年同期增长21%，



太仓阿尔卑斯国际度假区春节期间迎来客流高峰

超越2019年同期34%；酒店平均入住率达98%，平均每日房价达5,786元；度假区七日累计接待游客28万人次，较2023年同期增长32%，较2019年同期增长46%。

今年春节，三亚亚特兰蒂斯以“亚特神龙 热闹新春”主题，推出了一连串精彩活动，包括“山海奇缘，龙舞新春”投影秀、“王者荣耀主题限时特展”和“龙年新春美人鱼大秀”等，结合绚丽的灯光、多样的美食和沉浸式演出，为游客带来了一场视觉和味觉的盛宴，令人流连忘返。

太仓阿尔卑斯国际度假区于春节假期保持强劲，阿尔卑斯雪世界七日均客流量约3,000人次，累计客流量超20,000人次，体现出长三角等南方地区旺盛的冰雪消费热情。

全国旅游市场方面，经文化和旅游部

数据中心测算，今年春节假期8天全国国内旅游出游4.74亿人次，同比增长34.3%，按可比口径较2019年同期增长19.0%；国内游客出游总花费6,326.87亿元，同比增长47.3%，按可比口径较2019年同期增长7.7%；出境旅游约683万人次，其中出境游约360万人次，入境游约323万人次。

复星国际联席首席执行官、复星旅文董事长徐晓亮表示：“今年春节长假极大地激发了长线游、冰雪游及出境游的需求，不仅我们国内的旅游目的地人气爆棚，海外度假村也充满了浓厚的节日氛围，迎来众多中国游客。展望2024年，随着出入境游的持续回暖，我们将围绕消费者的多样化度假需求，继续发挥在国际化、IP运营、冰雪度假上的优势，推动业务持续增长。”

2024.02.29

复星家庭季 FOSUN FAMILY SEASON

复星家庭季破百亿收官 合家欢场景消费火爆

◎文|徐佳



消费者与老庙“财神爷”合影



复星家庭季灯组在法国豫园灯会 图源：新华社



游客在上海豫园灯会上挂祈福签

2月24日元宵佳节，伴随着2024豫园新春民俗灯会首个数字人亮灯仪式，为期72天的第四届复星家庭季圆满收官。本届复星家庭季首次在新春档举办，集合旗下豫园商城、三亚特兰特斯、Club Med、老庙、舍得酒等60多个品牌，围绕“在一起 过新年”，为全球家庭打造具有东方生活美学的新年场景和沉浸式体验：看花灯、饮春酒、戴金饰、吃年夜饭、置新装、焕新颜、送好礼，同时结合新年场景发布80+龙年新品，海内外共举办千场活动，满足衣、食、住、行、康、养、财等消费需求。

总销售额超百亿、豫园灯会首次文化出海、全域数字化建设……细数本届复星家庭季的亮点，强调“稳”，更强调“进”和“立”，传递出更为积极的高质量发展信号。

向“IP”要发展 触发新爆点

元宵佳节，上海豫园灯会再次成为顶流。为期40天的豫园灯会，从预热灯组“一夜鱼龙舞”亮灯开始，便迎来了观灯热潮，元旦期间，单日客流曾超20万，IP的带动效应凸显。口碑叫好的同时，也赢得更多消费者青睐。新春期间，全国各地的朋友闻声而来，上海豫园灯会迎来了近70万人次的新春大客流，也带动各类产业、产品销售增长约50%。

作为国家级非物质文化遗产，豫园灯会已经举办29次，极具IP属性，其在引爆传播、赋能发展方面具有强大的爆发力。本届复星家庭季，豫园灯会作为IP复制到如东和沈阳，引发更多市场共鸣，实现消费快速

转化。如东复地上河印巷“如东首届新春豫园灯会”在春节期间，日均客流环比提升150%，销售环比1月近200%提升；沈阳盛京城春节期间，客流同比23年新春提升173%，销售同比提升172%。

向IP要效益、要发展，是时代给出的机遇，也是时代给予的考题，如何创造更具爆发力和生命力的IP？本届复星家庭季给出了答案。

三亚特兰特斯2024年春节热度火爆，从年二十六开始到正月十一，营收较2023年同期强劲增长，其中非酒店客房收入（乐园、餐饮、零售、演艺等）大幅增长。酒店同时通过春节在店直播，吸引了大量非住店客人前来亚特兰蒂斯观赏龙年灯会和水下舞龙表演。据悉，2025年春节，亚特兰蒂斯计划打造海南最大的新春灯会，和上海豫园相互呼应，为两地的客人创造极致体验和美好回忆。

届时传统IP+创新IP的融合，又将碰撞出怎样新的发展爆点，值得期待。

优质文化供给 激发内生动力

2023年12月15日起，来自中国上海豫园灯会的60架大型灯组和2000余盏华灯，落地法国“巴黎风情园”。主题为“山海有灵”的法国豫园灯会，以成书于2000多年前的中国古代百科全书《山海经》为母本，将精神健硕的龙马、扶摇万里的鲲鹏、呼风唤雨的应龙、气质优雅的白鹿等各种山海瑞兽融入60架灯组和2000余盏彩灯中，展示具有东方灵性的迎新祈福方式，向海外游客呈现了一个璀璨炫目的中国奇幻世界。

幻世界。

始建于19世纪的“巴黎风情园”，为“法国豫园灯会”每晚开设夜场，门票售价18欧元。游客常常早早赶来，在开园前排队延绵两个街区的长队。高峰时期，公园迎来了每小时4000人的超大流量，不得不启动限流措施，法方园长直呼“很多年没有见过这么大的客流！”巴黎周边一些城市的公共空间负责人在现场参观过“法国豫园灯会”后，向豫园表示，也希望引入豫园灯会。

推动高质量发展，文化是重要支点。优质文化供给，在激活企业动能、提升发展品质、促进经济结构优化升级中的作用愈发凸显。本届复星家庭季，超级场景豫园灯会将文化与经济相融合，进一步激发企业生态内生动力。豫园灯会上龙灯龙帽等各类“龙元素”产品受到消费者追捧，销量同比增长50%；老庙品牌文化基因——“好运”，迎合年轻人的内心诉求，带动黄金消费，今年新春期间，老庙销售额相比去年同比增长45%；亚一龙年生肖金条的销售额是其他年份的十倍以上。值得一提的是，舍得作为上海豫园灯会首席合作伙伴，今年已是第三次携手豫园灯会共同演绎文化跨界和东方匠心。舍得龙年生肖酒销售较去年同期增长39%。

实践证明，加强优质文化供给，将文化资源优势转化为产业优势，为企业高质量发展注入新动能，也为经济发展提供重要引擎。未来，复星将持续打造和复制十余个现象级活动IP，包括舍得老酒宴、狼队电竞、外滩枫径集市等，有望激发消费市场新动能。

数实融合发展 探索新路径

巨龙从屏幕中腾云而来，围绕豫园商城中心广场主灯组攀升。与之呼应，现场嘉宾转动司南，千灯瞬间点亮。豫园灯会史上首个数字人亮灯仪式就此完成了线上线下的交接，标志着复星生态的数实融合发展迈进了一条新路径。

数字经济与实体经济融合发展已成为中国式现代化新征程中至关重要的战略举措。作为一家创新驱动的全球家庭消费产业集团，复星一直致力于通过数字化的方式提升产业运营的效率。本届复星家庭季联合复星旗下珠宝、商圈、餐饮、酒水、文旅等产业和品牌，通过支付宝专题会场、直播等，为用户提供高性价比的好权益和好产品，实现支付宝平台破亿销售额。

其中，豫园率先在线下商圈运用支付宝开放的亚运开幕式同款“AR互动+数字人”技术，打造了全球首个数字人参与亮灯的数字灯会。截至目前，超100万人次通过支付宝点亮龙灯祈福、用AR扫码体验虚实结合的“山海奇豫”；逾150万人观看豫园AR直播，足不出户也能观赏豫园灯会，体验豫园热闹年景；复星旗下老庙通过支付宝端线上直播，销售额累计超6000万，年货节期间单场直播就拿下同款900万销售额。

“家是幸福开始的地方，家庭消费场景也是每一个用户的幸福场景。未来家庭消费需求会更加蓬勃，而复星‘让全球家庭生活更幸福’的使命不会改变。我们将继续聚焦家庭消费产业，不断打造好的产品、内容及场景，为全球家庭创造更多幸福契机。”复星国际联席CEO徐晓亮表示。



狼队球员身穿印有“龙年大吉”和龙头图案的外套出场



狼队球童头戴龙帽，手持来自豫园灯会的龙灯

“狼”啸龙年贺新春

北京时间2月10日，英超第24轮，狼队主场迎战布伦特福德，正逢复星家庭季和新春佳节之际。莫利纽球场内外展现了诸多来自中国文化的元素。场内LED、球场大屏，都可以看到“复星和狼队祝全球华人新春快乐！”球员们身穿印有“龙年大吉”和龙头图案的外套出场。球童手持龙灯，并头戴龙帽，举着“龙年快乐”的横幅，将龙年的祝福送给全球球迷。

从最卷春节档中杀出 “黑马”复星家庭季做对了什么？

“8+1”的超长春节假期中，消费迎来了一轮爆发性增长。数据显示，快餐、小吃的线下消费量较同期增长59%与35%；电影票房突破80亿元，刷新纪录；“山河四省”假期首日旅游订单同比增幅均超15倍；上海市线上线下消费金额达到569亿元……

“新年红”投射在企业身上，数据也尤为显著。2月24日元宵佳节，第四届复星家庭季在首个数字人点灯仪式中宣布收官，并发布整体成绩单。72天跨年周期里，合家欢场景消费火爆，带动家庭季总销售额超百亿；春节总销售额同比增长44%；和支付宝深度合作，进行全域数字化共建，支付宝端销售额破亿。全球首个数字人参与亮灯的数字灯会吸引超100万人次线上点灯，逾150万人观看AR直播。

富贵是天时，要接住这富贵，靠的是地利和人和。

地利：解锁“团圆+出游”一站式消费密码

这是复星家庭季第一次在新春档期举办，集结了复星海内外逾60个品牌，包括老庙、舍得酒、豫园商城、三亚亚特兰蒂斯、Club Med等，将其整合为“看花灯”“饮春酒”“戴金饰”“吃年夜饭”“置新装”“焕新颜”“送好礼”七大类，锚定的正是“团圆+出游”的合家欢场景。

作为中国民营企业的代表，复星曾经以产业布局纷繁而著称，近年来持续瘦身健体，专注于家庭消费产业。复星家庭季正是复星通过强势造节，对核心受众需求进行深度再挖掘，从整体升级产品力、运营力和品牌力的尝试。这个时候，复星的F，既代表Fosun复星，也代表Family家庭。

但春节档是兵家必争之地，那么多品牌一起卷，并不是促销就能承接流量爆发。

“黑马”复星家庭季今年做对了什么？它又提供了什么样的差异化体验呢？

首先就是超级新场景的打造。上海豫园灯会就是其中一个案例。上海豫园灯会是国家级非物质文化遗产，今年是第29次举办，被誉为中式美学的天花板。过去两年的豫园灯会，都结合了十二生肖，并巧妙取材自志怪古籍《山海经》进行了二度创作，加上新技术的应用，比如AR、数字人点灯等元宇宙体验，造就了“山海奇缘记”这样的超级IP，刷屏社交网络。截止目前，已吸引超过400万人次观灯。连“钢铁侠”埃隆·马斯克的母亲也闻讯而来，并在社交媒体上发文分享。

场景的升级离不开消费者的洞察。家庭需求是个宽泛且抽象的概念，囊括无数可以排列组合的个体。复星家庭季借助豫园灯会，借势穿透了“团圆+出游”的内核，在新春合家欢消费中，有效调和了家庭的多层次需求。第一，个人层面讲求气运加持。第二，家庭层面讲求亲密重构。第三，社会层面讲求情感认同。

豫园灯会的升级在前期筹备策划中，就考虑到了以上三点。它把生肖龙的IP充分融入，用灯组的形式寄托“鱼化龙”“龙马精神”“金龙启运”等美好寓意；在美学上，豫园灯会的灯组更加重视传统文化内涵的设计转化，比如凝眸路上的“一夜龙鱼舞”还



春节期间，上海豫园灯会迎来大客流



初一至初三，三亚亚特兰蒂斯上演“龙年新春美人鱼大秀”



消费者与太仓阿尔卑斯国际度假区演职人员在复星家庭季灯组前合影

原了辛弃疾《青玉案》的词句，在一片“好美！”的惊呼中启发想象，也带来了情感认同。

超级场景的另一个案例是位于三亚的亚特兰蒂斯。今年春节，三亚亚特兰蒂斯以“亚特神龙 热闹新春”为主题，推出了包括“山海奇缘，龙舞新春”投影秀、“王者荣耀主题限时特展”和“龙年新春美人鱼大秀”等一系列结合在地元素的特色活动，反响异常火爆。酒店同时通过春节在店直播，吸引了大量非住店客人前来观赏龙年灯会和水下舞龙表演。据悉，2025年春节，三亚亚特

兰蒂斯计划打造海南最大的新春灯会，和上海豫园相互呼应，为两地的客人创造极致体验和美好回忆。

此外，复星旗下Club Med度假村、太仓阿尔卑斯雪世界等冰雪度假类产品也人气高涨。春节期间，Club Med北大壶、长白山、亚布力三座冰雪度假村的七日平均入住率均超过九成并多日触及满房。太仓阿尔卑斯雪世界七日日均客流量约3000人次，累计客流量超2万人次，激活长三角的冰雪消费热情。

人和：“场景x产品”背后是精耕细作的运营

场景搭台，产品要唱戏，这才是非遗的活态商业化传承。在豫园商圈，看花灯后，复星业态中的饮春酒、戴金饰、吃年夜饭、置新装、焕新颜、送好礼顺其自然地承接了新春买买买的需求。据悉，上海豫园灯会春节期间带动各类产业、产品销售增长约50%。

金价愈发高昂，但人们的消费热情不减。老庙新春销售额相比去年同比增长45%。汲取“财运”、“富运”元素的老庙·古韵金“富富有余”系列产品备受青睐。其消费者画像年轻了5至10岁，证明了年轻人购买黄金更多看重情绪价值，而老庙品牌的文化基因——“好运”恰好迎合了其内心诉求。

上海老饭店、绿波廊、松鹤楼面馆等品牌的多家门店，单日营业额也创下了历史新高。豫园商圈内的上海老饭店、绿波廊，其年夜饭预定在上一年度的六七月就基本进入尾声，看花灯、吃年夜饭和祈好运三位合体。其中，上海老饭店的盘龙剁椒蒸河鳗、绿波廊的画龙点睛玉龙糕、宁波汤团店的“其乐龙龙”糯米福团等，寓意佳、有年味，深受欢迎。而今年一月重新开业亮相的宁波汤团店小年夜一天就售出了超过七万只汤圆。龙的IP、年味互动、数字入局、玄学营销、美学升级…整合了一个充分的情绪场域，让场景x产品叠加出乘数效应。这也是复星生态最为擅长的：横向打通产业板块，纵向品牌垂直赋能。

今年新春，复星第一次将豫园灯会带到海外。来自中国的60架大型灯组和2000余盏华灯在巴黎风情园绽放，门票一票难求，高峰时期甚至不得不启动限流措施。复星旗下南翔馒头店的小笼馒头也随之首次走出国门，700只不到一小时售罄，让巴黎人也排起了长队。

在英超狼队的主场莫利纽足球场，豫园灯会也以特有的方式现身。今年春节，狼队队员换上豫园“限定皮肤”，提祈福龙灯、戴非遗龙帽，在英超赛场上为全球球迷拜年。众所周知，英超狼队隶属复星体育板块。

意识到“场景x产品”的威力，复星未来将持续打造和复制十余个现象级活动IP，包括舍得老酒宴、狼队电竞、外滩枫径集市等，打通品牌壁垒，形成合力，以此打开更大的生态联动的想象空间。

郭广昌曾经反思，为什么民营企业活得那么困难，有很大的压力？其中很大的原因是高负债、重资产。郭广昌认为，复星未来的发展中，一定注重轻资产运营的能力，抓轻资产运营的机遇。而轻资产运营要靠“手艺”吃饭。

不管是超级场景的打造，还是场景x产品的融通升级，其背后依赖的正是“手艺”的打磨。这个“手艺”，具象到复星“创新驱动的家庭消费产业集团”定位中，就是挖掘客群需求后的技术创新、体验更新和运营精心。

其中，复星家庭季就是一个轴，承载了整个复星生态的资源串联和整合功能。而每年新春档的复星家庭季，也是检验复星产品力和品牌力的一次大考。

(原文刊载于界面新闻)

2024.02.29

中法豫园灯会 YUYUAN LANTERN FESTIVAL

完美落幕 线下逾 400 万人次参观 2024 豫园灯会尽显东方生活美学

◎文| 桑怡

“灯火可亲，山海可忆”。2024上海豫园灯会以《山海经》为蓝本，续写“山海奇豫记”，开启“海经篇”的讲述，在甲辰龙年迎来了第29次璀璨绽放。春来景熙，共许佳期。从2024年1月21日正式亮灯，至2024年2月29日完美谢幕，浓浓年味中，这场持续40天的奇幻旅程带我们遨游在海错翩然、星汉灿烂绮梦幻境，璀璨绚丽的中式浪漫，交织成一场流动的盛宴，汇聚成东方生活美学秀场的点点高光。值得一提的是，本届灯会线下客流已逾400万人次，假期销售业绩提升显著，有效激活春节消费新动能。

回顾绚烂的灯彩：四大门头、五大场景打造深海与河图之象，呈现生肖龙与海洋动植物交织的奇境。鱼群摇曳、浪卷云舒，千灯琳琅的繁花盛景在亭台楼榭之中徐徐绽放。四大门头的神龙神将，将引领游人穿越海底，进入奇幻仙境。黄金广场，海市蜃楼，镜花水月，体验飘渺空灵的深海仙境乐园。凝辉路，缤纷多彩的鱼群汇聚成游龙回旋之姿，游走于飞檐斗拱，还原辛弃疾《青玉案·元夕》中描绘的元夕盛景。中心广场，飞龙跃海，华夏龙族，盛世共舞。蔚蓝之球，守护万物生长。

华灯璀璨，游人如织。殊不知美丽灯彩的背后，是一个又一个默默无闻的工作者，



人们在上海豫园商城观灯拍照 图源：新华社

用匠心匠艺，温暖这一季的寒冬。2024豫园民俗艺术灯会，灯组搭建难度堪称“历史之最”——筹备时间最久、灯组数量最多、制作工期最长、搭建难度最大。这是一场前所未有的挑战，前无古人的战役中：10个月的筹备，1440张画稿，零下10度，60个通宵之夜，演绎鱼龙舞动，打造深海世界。

随着龙年灯会火爆出圈，各大品牌纷纷携手豫园玩转跨界合作。支付宝、喜马拉雅、苏州丝绸博物馆、小红书、美颜相机、舍

得酒业等知名品牌跨界合作，共同演绎“山海奇豫”的浪漫，还衍生更多互动玩法，文化感、科技感，双双拉满！

除了线下年味满满民俗艺术灯会，今年豫园灯会联合支付宝，通过亚运开幕式同款“AR互动+数字人”技术，将奇幻灯海搬进线上，打造别开生面的元宇宙灯会。支付宝搜索“云游山海奇豫记”：山海灵境、山海图鉴，点亮龙灯、畅游山海，五大板块助你快人一步玩转灯会。还有游玩攻略，园中好

物，一站式导览，科技加持，线上空间云游山海，纵览绮境！

此外，甲辰龙年，鱼龙舞动的国风演绎正在豫园灯会的现场轮番上演。《舞春灯》中江南女子婀娜婉约，与手中花灯交相呼应；《龙云赋》融合了中国舞的慷慨与灵动；《滚灯舞》展现非遗技艺和文化遗产；《双龙汇》结合舞蹈和武术的力量，刚柔并济。非遗文化巡游，《板凳龙》和《鳌鱼戏》逐一呈现。

作为中国民俗文化的代表，今年豫园灯会还把璀璨灯火送到全世界宾朋面前。时逢中法建交60周年暨中法文化旅游年，国家级非物质文化遗产豫园灯会首次出海，在法国巴黎跨国举办。豫园灯会的灯火，载着一个个耳熟能详的中国元素符号，触动心弦，点亮心海，向世界展示中国文化的大美和自信的力量。

在亭台楼阁间徜徉，在海错翩然、星汉灿烂绮梦中，体验一场极致的东方生活美学文化盛会。所有豫园灯会的守灯人们，将会坚持用匠心精神突破新的技术手段，为人们点亮璀璨灯火暖心、共赴星汉灿烂的美好。豫园灯会每一次的璀璨绽放，都在向世界展示中国文化的大美和自信的力量。

山海有灵，美美与共，乙巳蛇年，我们不见不散！

游豫园、赏灯会 百位在沪外籍人士体验东方生活美学

◎文| 陶宁宁

2月1日，由中共上海市委对外宣传办公室主办，复星国际、豫园股份协办，大豫园商业发展集团、豫园文化饮食集团承办的2024 老外讲故事俱乐部新春联谊活动在豫园商城举办。来自30余个不同国家或地区，从事不同行业，跨越不同年龄层的100多位国际友人欢聚一堂，在豫园品味海派文化、体验非遗技艺、共赏豫园灯会，“沉浸式”感受中国传统文化的厚度与东方生活美学的魅力。

市政府新闻办相关负责人表示在致辞中表示，在座的各位都是中国故事的亲历者、见证者和传播者。希望大家在这座城市继续追寻自己的梦想和热爱，共同讲好真实、立体、全面的中国故事，体验好上海精彩。

当天，老外讲故事俱乐部的成员首先参观了正在华宝楼举办的“三闲一书画小品展”和“糖王展”，近距离感受了中华书法、绘画、紫砂等多种艺术形式，翻糖蛋糕《武则天》更是引起观展人群的惊呼。中式翻糖技艺脱胎于中国传统面塑技艺而来，是传统与现代的极致甜蜜，也是传统文化不断创新融合的典范。

随后，国际友人们还体验了香囊、剪纸、书法、糖画等传统非遗技艺。拥有240年历史的董涵春堂，臻选地道药材，研磨后装入香囊，日常佩戴既有好的寓意，也能起到一



国际友人研磨药材，亲手体验制作香囊

定的保健养生效果；一张红纸，一把剪刀，剪刻出各种寓意吉祥、祝福的图案，是逢年过节必备的装饰；春联、福字，同是过年装饰，却是通过笔墨，红纸黑字，写出吉祥如意；拨动转盘，指针所示的图案，即刻呈现，糖画既是美食也是艺术。

老外讲故事俱乐部新春联谊活动通过

让在沪外籍人士现场体验豫园灯会等各类民俗文化活动，让他们增进对中华优秀传统文化的了解与认知，并让世界看到当代中国的精神风貌与文化气象。同时，活动中也传递了上海的城市精神及中华民族的优良传统，以此来吸引更多的外籍人士来到上海、来到中国，书写新时代下中外友谊的新故事。



灯会首部快闪贺岁片 唱响“恭喜恭喜”

2月8日，由上海市政府新闻办和文汇报社联合出品的上海豫园灯会第一部快闪贺岁片《灯如繁花》全网推出。马星星等30多位在沪国际友人走进豫园灯会，在九曲桥上合唱中国新春歌曲《恭喜恭喜》。璀璨灯光里，龙年新景处处绽放，欢快歌声中，每个音符都是祝福。

山海有灵，山海友邻！豫园灯会出海启示

◎文|孙欣祺

巴黎当地时间1月31日，法国豫园灯会再次迎来高光时刻。在深受巴黎市民喜爱的城市公园“巴黎风情园”内，来自中法两国的各界嘉宾共同点亮当晚的灯会，60架大型灯组和2000余盏华灯辉映夜空，庆贺中法建交60周年暨中法文旅年活动正式启幕。

10天前，“2024年豫园民俗艺术灯会”在上海拉开帷幕。璀璨灯火，在两座繁华都市，实现同频共振。

自去年12月15日起，“巴黎风情园”为法国豫园灯会开设夜场，门票售价18欧元。当地民众早早赶来排队，队列绵延两个街区。高峰时期，风情园入园客流量达到每小时4000人，不得不临时限流。对此，法方园长直呼“很多年没有见过这么大的客流！”

作为中法建交60周年、中法文化旅游年的一项主题活动，法国豫园灯会缘何产生如此大的吸引力？作为最新“出海”的非遗项目，豫园灯会“双城记”又带来哪些启示？

启示一：国之相交，贵在民心相亲

2019年，法国总统马克龙携夫人来华进行国事访问。当年11月5日，中法元首在上海豫园会晤，共同欣赏昆曲表演。马克龙说，“上海令我惊叹，我在这里看到了中国的开放与未来。法中都拥有灿烂文明，都倡导不同文明包容互鉴。”

正是这次交集，让豫园在法国总统，乃至法国人民的心中，成为一座重新定义上海，重新定义中国的地标。这座园子中，历史与现实、本土与国际交相辉映，体现的是海纳百川的城市品格、对外开放的国家形象。

2024年是中法建交60周年，也是中法文化旅游年。在这样的时间节点上，上海与巴黎，双城共同点亮灯会，两国人民共襄盛举，是对过去一个甲子中法友谊的璀璨见证，也是对未来一个甲子双边关系的光明指引。

国之交在于民相亲，民相亲在于心相近。豫园灯会的意义不仅限于字面上的“华灯之会”，更在于华灯之下的“民众之会”。人们携家带口，在此相聚，共赏彩灯，互道祝福，共迎新年。双城豫园灯会，则进一步放大了这层美好的寓意，在新年、新春到来之际，以华灯为纽带，将两国人民心心相连，以豫园为载体，将东西文明密切交织。虽相隔千山万水，但友邻之情、邦交之谊愈加深厚。



龙门和龙柱灯组交相辉映中，法国游客鱼贯而入进入灯会

启示二：文化出海，主动“走出去”

文化领域当前的一项重要任务，是要加强国际传播能力建设，助益更多中国故事、中国元素实现从“走出去”到“走进来”的跨越，向世界展示文明大国的形象。但无法回避的现实问题是，世界对中华文化的认识尚处在“碎片化”“要素化”的阶段。要让世人对中国文化拥有更充分、更全面的了解，有必要推动全要素、全链条的“文化出海”。

作为一项国家级非物质文化遗产项目，豫园灯会要实现“走出去”，很自然的想法

是用五花八门的彩灯装点海外城市的街头巷尾，但这种碎片化的点缀装饰难以集中展示中式美学，更无法深入阐释彩灯背后的文化内涵。

于是，我们看到的，是豫园灯会的整体性“出海”。在异国他乡的闹市街区重新造景，把九曲桥、湖心亭“搬”到巴黎风情园，用现代光影技术衬托传统工艺制品，让彩灯与建筑、与环境巧妙融合，实现移步换景、一步一景的东方园林视觉效果。

除景观以外，豫园中华老字号“南翔馒头店”也在园内开设“市集摊位”，来自上海的师傅在现场包起小笼馒头，引得游客驻足

排队。美景加美食，组合式的包装、沉浸式的体验，让外国游客切身感受到中国人独有的“年味”，这才是非遗“走出去”、文化“走进来”的应有之义。

启示三：美美与共，打破刻板印象

传承创新中华优秀传统文化，就要让那些收藏在博物馆里的文物、陈列在广阔大地上的遗产、书写在古籍里的文字“活起来”。豫园灯会，看的是彩灯，品的是每一盏灯所代表的文化意象，反映的正是中华优秀传统文化的深厚底蕴。

在巴黎风情园内，中国神话中的“龙马”负着河图，踏浪而来；顶着曼妙灯彩的白鹿，带领着一群小鹿；鲲、应龙、文鳐鱼、青丝鱼等取自《山海经》中“海经”的神兽，也相继亮相。这些神兽形象也许不为人熟知，但豫园灯会向世人展示的，不仅仅是中华文化中耳熟能详的龙图腾或生肖元素，更有载入典籍、刻入文脉的一幅幅神话画卷。是这些熟悉或陌生的神兽形象，是它们的寓意、故事，共同组成了不逊于希腊罗马的中华神话，共同谱写了绚烂夺目的早期文明史诗。

伏尔泰曾说，“中国把天上的历史同地上的历史结合起来”。在伏尔泰生活的18世纪法国，曾兴起过一股“中国热”。中国的瓷器、漆器、丝绸、茶叶通过海上航路，进入欧洲人的生活，法国还诞生了一批“中国风”镶嵌画、版画、油画。但显而易见的是，受限于文化交流的障碍及有限的视域，这些生活用品或艺术品，并不能准确全面地反映出中华文化的精髓，反而在一定程度上造成了对中国文化艺术的刻板印象。

也正因此，以豫园灯会为代表的东方生活美学，就要打破这种审美刻板印象，突破传统西方视域下的中国文艺元素，将地地道道的文化知识、美学观念展现在世界面前。在巴黎豫园灯会上，法国游客热衷于在“生肖灯组”边拍照打卡，对中式祈福仪式备感兴趣，对玄幻多姿的神兽彩灯啧啧称奇。这恰恰说明，中华文化之美，不局限于特定的形象图案，而在于其难以穷尽的丰富性和天马行空的想象力。

山海有灵，山海“友邻”！豫园灯会主题的这组谐音梗，是对中法建交60周年的热情呼应，更是对中华文化优秀传统文化、中国外交开放精神的生动注解。

(原文刊载于文汇报)

法国豫园灯会入选上海“中华文化走出去”项目并获银鸽奖 CGTN 评灯会点亮中法文旅年，“文化纽带”见证两国友谊

◎文|王启帆

2月3日，CGTN法语频道报道，1月31日，中国文化和旅游部2024年“欢乐春节”吉祥物——“吉祥龙”灯组在法国豫园灯会现场被点亮，共同庆贺中法建交60周年暨中法文旅年活动正式启幕。中国驻法国大使卢沙野、复星国际董事长郭广昌、法国国民议会法中友好委员会主席艾里克·阿罗泽，巴黎风情园园长、路威酩轩集团秘书长马

克-安托万·贾梅等出席。

2024年灯会首次探索出海，恰逢中法建交60周年。复星国际联席CEO徐晓亮表示，上海豫园灯会已经走过了29个春秋，今年2000余盏花灯落地巴黎，充分展现了东方生活美学的活力与魅力。

“德国的汉堡、英国的伦敦和葡萄牙的里斯本，已经向我们发出正式邀请，希望下

一届灯会在他们那儿举办。我相信，通过这种活动及文化交流，我们可以促进国际社会进一步了解中国文化”，徐晓亮说。

主题为“山海有灵”的灯会谐音“山海友邻”，寓意中法两国纵使远隔山海，依然相知若比邻。贾梅表示：“我希望，法中两国在政治、文化等领域会经常保持良好的共同立场。豫园灯会的魅力，在于每个法国人、

每个巴黎人，只要搭乘地铁，而不是坐飞机，就能来到这个公园，领略中国之美。”

值得一提的是，近日2023年上海市“中华文化走出去”专项扶持资金项目评审和2023年上海市“银鸽奖”评选结果揭晓。经专家评审，“2024法国豫园灯会”入选2023年上海市“中华文化走出去”专项扶持资金项目。

2024.02.29

中法豫园灯会 YUYUAN LANTERN FESTIVAL

数字人点灯演绎传统元宵习俗 豫园灯会展现科技与文化融合

◎文| 桑怡

“风箫声动，玉壶光转，一夜鱼龙舞。”千年前，辛弃疾的这首《青玉案·元夕》描绘出元宵灯火璀璨的繁华盛景。作为国家级非物质文化遗产，豫园灯会已举办至第29届，本届豫园灯会将《青玉案·元夕》中的景象生动还原，呈现在千年后的广大面前，赢得“中式浪漫天花板”的赞誉。

2月24日，元宵佳节，随着豫园股份董事长黄震与豫园股份总裁胡庭洲转动司南，豫园商城灯火璀璨、千灯点亮，也将今年的豫园民俗艺术灯会推向顶点。

据了解，这是复星、豫园联合支付宝打造的独特亮灯仪式，通过亚运会开幕式同款数字人，呈现豫园灯会上首个数字人亮灯。数字人突破物理空间，将线上线下全面融合，彰显了数字时代与传统仪式的完美交融。

黄震表示，甲辰龙年豫园灯会在深挖中华优秀传统文化精神内核的基础上，进一步将非遗艺术灯彩、沉浸式国风体验和AR、数字人等新兴技术充分融合，线上线下趣味互动。截至目前，本届灯会线下客流已逾400万人次，假期销售业绩提升显著，有效激活春节消费新动能。这不仅提升了产业价值，展示了文化自信，释放了内需潜力，提振了消费信心，更彰显了中国经济始终充满“稳”的底气与“活”的动力，也让我们对新一年的消费持续扩大充满信心。

中式浪漫天花板，科技助力带动场景式消费升级

为期40天的2024豫园民俗艺术灯会接近尾声，今年，豫园灯会在口碑叫好的同时，也赢得更多消费者青睐。新春期间，全国各地的朋友闻声而来，上海豫园灯会迎来了近70万人次的新春大客流，也带动各类产业、产品销售增长约50%，龙灯龙帽等各类“龙元素”产品受到消费者热捧。豫园灯会不仅为广大市民游客带来文化感官享受，也助力城市文旅消费复苏，在独具特色的中国传统文化场景中，带给更多朋友感受更好的消费体验。

与此同时，豫园商城作为2023年上海市数字商圈十大优秀案例，成功的将豫园文化历史与智慧商业相结合。此次，与支付宝共同打造元宇宙灯会，更是升级线上线下游览购物互动体验，通过“AR长直播”、“云游山海奇豫记”等丰富内容，打造数字商圈示范场景。未来，豫园商圈将探索和引入更多新技术、新玩法，为消费者带来更好的线上线下体验，推动上海数字化城市的建设，打造全球数字化消费新标杆。

传统工艺与创新科技融合，将中国文化更好地向全球传播

值得一提的是，今年豫园灯会还把璀璨灯火送到全世界宾朋面前，走进全球民众的内心世界，成为真正具有生命力的文化IP。在中法建交60周年暨中法旅游年之际，豫园灯会首次文化出海，在法国巴黎举办，让海外民众也能领略到中国灯笼彩灯技艺与新灯彩科技的融合。

可以说，法国豫园灯会让灯彩邂逅东方物灵，用创新唤醒传统文化。5米高3米宽的

裸眼3D数字巨屏超越时空，呈现熠熠生辉的“山海有灵”场景，随着奇幻之书《山海奇豫记》书页的缓缓展开，鲲鹏展翅、飞龙腾云等奇幻之境逐一呈现，将东方文化之美和科技感完美融合。

此外，多家数字内容合作伙伴也积极携手法国豫园灯会，共同创作包括AIGC作品在内的一系列数字演绎作品，让“传统文化+虚拟科技+数字艺术”同台演绎，助力豫园灯会以前所未有的方式点亮巴黎夜空。

文化与科技的共荣共生，催生了数字文化的新表达。上海和巴黎双城灯会向世界展示了中国科技创新成果，同时让海内外民众更直观地感受到中国文化的源远流长与中国未来无限的发展潜力。



亚运会开幕式同款数字人科技“点亮”豫园元宵灯会



元宵佳节当天，数字人点灯仪式在豫园举行



元宇宙少女苏小妹为豫园灯会站台

科技点亮 细数上海豫园灯会的元宇宙世界

◎文| 黄家露

除了线下年味满满民俗艺术灯会，今年豫园灯会联合各家合作伙伴，将奇幻灯海搬进线上空间，打造了一场别开生面的元宇宙灯会。

01 山海灵境AR实景长直播 带你身临其境

今年，豫园灯会通过AR实景长直播，将灯会实景与AR技术结合，身临其境地还原山海宇宙。支付宝搜索“云游山海奇豫记”，点击“山海灵境”，即可观看直播。

02 支付宝亚运同款数字人点灯 传递福运

亮灯仪式是对“感恩自然、敬畏时间”传统观念的尊重和继承，如今也是传统节庆的

重要环节，有驱逐厄运、点亮新程的蕴意。自1月15日豫园灯会点灯祈福活动开启以来，已有超百万人次通过支付宝点亮龙灯祈福。

03 AR奇妙游科技感MAX

今年，豫园灯会别出心裁地呈现AR奇妙游，让实景与虚拟相结合。在园内观灯的游客，根据活动地图，前往园内、园外指定点位。游客只需将镜头对准屏幕上参照物，就可零距离、沉浸式感受海错翻然的灯会奇景。

04 山海图鉴 线上观灯涨知识

进入“云游山海奇豫记”小程序，点击“山海图鉴”，即可走近瑞兽灵兽、神花仙草。龙游山海、鱼戏翩然。点击音频按钮播放，收听喜马拉雅提供的有声讲解。

05 畅游山海 一站式贴心攻略

进入“云游山海奇豫记”小程序，点击“畅游山海”。沉浸体验、星汉灿烂、楼宇街区、便民服务等板块都被标注在国风气息浓浓的数字地图上，各大点位标注清晰，导览介绍具体详实。

06 灵龙垂首 数藏发售

银河九天，星汉灿烂今年，九曲东湖的灵龙，凭借着优雅与灵气，从一众山海神兽中脱颖而出。龙年灯会上，元宇宙旅行者秦佑之与元宇宙国风少女苏小妹也齐齐打破次元壁为豫园灯会的绮梦幻境打call。新春时节，苏小妹与豫园灯会共同发布虚拟短视频，在抖音开启灯会直播。此外，豫园×苏小妹微信红包封面也在新春期间上架。

节气·赏星

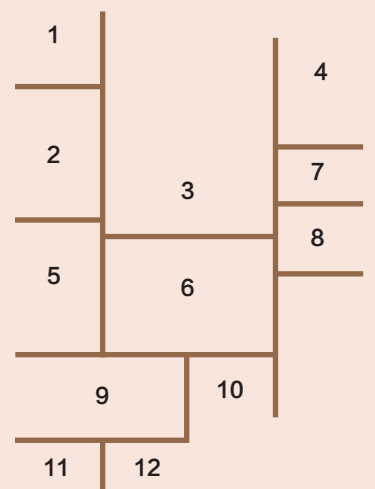
解码复星二十四节气



二十四节气是中国人独有的时空美学。春生，夏长，秋收，冬藏，一年四季，每季六个节气，均有其独特的气候与文化意义，也是众多家庭团聚，共度幸福时光的温馨时刻。

立春雨水渐，惊蛰虫不眠。春分近清明，采茶谷雨前。立夏小满足，芒种大开镰。夏至才小暑，大暑三伏天。立秋处暑去，白露南飞雁。秋分寒露至，霜降红叶染。立冬小雪飘，大雪兆丰年。冬至数九日，小寒又大寒。

四季流转之间，复星始终致力于使全球家庭生活更幸福，智造健康、快乐、富足的生态系统。在过去的癸卯兔年，复星推出了《节气·赏星》系列创意海报，以独特的东方生活美学讲述复星的明星产品，以及蕴含其中的家庭活动场景，体现东方生活哲理。



- 1、立春 x 上海豫园灯会 山海绘新色 东风暖立春
2、雨水 x 老庙 | 春始雨，金生水
3、惊蛰 x 复星医药 | 春雷响，惊万蛰
4、春分 x 上海表 | 暖春守时，平分昼夜
5、清明 x 上海老饭店 | 人间清明，寒食暖心
6、谷雨 x 圣悠活 | 谷得雨而生，家有勤方兴
7、立夏 x 童涵春堂 | 夏至，养生时
8、小满 x 复星财富 | 万物方兴，小得盈满
9、芒种 x 海南矿业 | “芒”有所得，种有所获
10、夏至 x 直观复星 | 夏至连端阳，龙舟赛安康
11、小暑 x 三亚·亚特兰蒂斯 | 小暑揽风，碧波送凉
12、大暑 x 杭绍台铁路 | 飞腾直欲天台去，好趁大暑来清风

2024.02.29

画说复星 FOSUN IN SOLAR TERM



13	14	15
16	17	18
19	20	21
22	23	24

- 13、立秋 x 松鹤楼苏式汤面 | 最好禾熟时，一面知立秋
- 14、处暑 x 英格兰狼队足球俱乐部 | 雨过天晴云破处，争秋夺暑正当时
- 15、白露 x 舍得酒业 | 霜酿白露，浓香入户
- 16、秋分 x 豫园商城 | 此夕又秋分，明月复照人
- 17、寒露 x 外滩金融中心 | 寒露添新衣，外滩赏枫径
- 18、霜降 x 复星星堡 | 重阳草木黄，好柿成霜降
- 19、立冬 x 复星葡萄牙保险 (Fidelidade) | 立冬禾谷藏，炉火暖人心
- 20、小雪 x 太仓阿尔卑斯国际度假区 | 小闲赏冬景，飞雪不觉寒
- 21、大雪 x 星享铁旅 | 大雪落山河，纷飞赴北国
- 22、冬至 x “山海有灵”豫园灯会 | 花火暖冬至，山海共悬灯
- 23、小寒 x 复星基金会 | 岁暮知小寒，仁心度重山
- 24、大寒 x 豫园商城 x 复星家庭季 | 暖灯舞鱼龙，大寒迎春声

复星幸福年历

中国首个生物类似药汉利康获批上市五周年 累计惠及超 23 万患者

文 | 蒋薇

中国生物类似药的探索与创新从未止步。2024年2月22日，中国首个自主研发的CD20单抗产品汉利康®（利妥昔单抗注射液）迎来获批上市五周年！汉利康®是复星医药集团自主创新研发，十年磨一剑推出的第一款单抗，也是中国首个获批上市的生物类似药。

复星医药从2009年布局生物药创新平台复宏汉霖，到2019年汉利康®的问世填补了国产CD20单抗和生物类似药空白。生物类似药的上市打破了生物药市场的格局，极大地提升了众多高价特效生物药的临床可及性，缓解医保支付压力，同时，促进产业转型升级，加速产业创新。目前，汉利康®已获批用于治疗非霍奇金淋巴瘤、慢性淋巴细胞白血病及类风湿关节炎适应症，在国内累计惠及超过23万患者。

汉利康®五年之路是中国生物类似药创新和发展的缩影，临床应用进一步证实了产品疗效的确定性，实现让更多中国患者



可及可负担的美好愿景。

2024年1月，汉利康III期研究患者的5年随访结果在期刊《BMC Cancer》上正式发表（HLX01-NHL03 开放标签扩展研究，NCT04491721），是目前首个发布中国淋巴瘤患者人群5年长期数据的研究。研究结果显示，HLX01（汉利康，利妥



昔单抗生物类似药）与利妥昔单抗相比，在未经治疗的CD20阳性弥漫性大B细胞淋巴瘤（DLBCL）患者中的生物等效性。两组总生存和无进展生存情况一致，长短期疗效相当。

这是中国市场对比R-CHOP方案为基础治疗的DLBCL患者最长时间的随访

数据，进一步证实了汉利康®能够为中国DLBCL患者带来等同于参照药的临床治疗机会。

汉利康®于2009年开启了中国本土利妥昔单抗生物类似药的研发之路。2015年III期研究正式启动，2018年III期研究结果重磅发布；2019年获批上市，同年11月5日，获全球2019年度突破性生物类似药奖（Biosimilar Initiative of the Year）；2020年5月，复星医药积极支持CSCO抗淋巴瘤联盟，制定首部《中国生物类似药专家共识》，从而为生物类似药的使用提供了有力的证据支持。

以汉利康®为起点，复星医药集团在生物类似药领域积累了丰富的经验和优势，截至目前已上市4款生物类似药，触达40多个国家和地区。复星医药将加快推进多款生物类似药临床研究和联合疗法的转化落地，努力把“可负担、高品质”延伸至更多领域，点亮更多希望。

汉利康“十年磨剑”，复星医药“三十而立”后的底气与实力

时代给予大公司的严苛命题是，与产业大势同频共振。5年前，汉利康上市，让产业界看到复星医药在自主创新中“十年磨一剑”的笃定与坚持，不止为复星医药带来第一款单抗产品，也为中国市场带来首个按照新规获批的生物类似药。

在汉利康上市5周年，同时也是复星医药成立30周年之际，E药经理人独家专访复星医药CEO文德镛，站在复星医药“三十而立”的重要节点，描绘这艘“医药巨轮”的未来航线。

汉利康“十年磨剑”

2010年之前，中国医药产业可以说是创新“荒漠”，新医改刚刚开始，药品审评审批改革还无从谈起，彼时医药产业的竞争语境是招标降价，创新氛围因缺少政策面、资本面的系统推进，显得“冷冷清清”。

不过，未来燃起10年后医药创新激情的火苗的中坚力量们，在彼时已经开始集结。2008年国家“重大新药创制”专项开始实施，让产业界看到国家对医药创新的重视，并为“海归”人才回国创业提供了土壤。复星医药旗下的复宏汉霖也在此时应运而生，其目标是紧跟国际前沿研发趋势，做中国患者可及可负担的新药。回顾复宏汉霖的立项策略，主要围绕着创新与可及两个层面，首先要做生物药，聚焦在抗体上，因为彼时在全球最畅销的药品中，生物药已经出现现代化药的趋势；其次从生物类似药入手，更有益于提升当时中国患者的可及性。

其后便是10年“磨剑”。从某种意义上而言，汉利康的研发与上市过程，也是中国生物类似药行业从无到有的产业基础和技术标准构建的过程。2019年2月，汉利康获批上市，时任复星医药董事长陈启宇发表文章《傻的，十年》：做创新，经常是傻的，长

期是傻的，明知可能会失败，有多少聪明人愿意坚持，而没有聪明人也做不了创新，也许创新就是要一批聪明人傻傻地在一起，傻傻地努力和坚守，为的是初心。

让陈启宇如此兴奋和激动的原因，除了汉利康用10年坚持终于面世外，在外界看来，更是复星医药过去10年所有付诸于医药创新上的努力，终于有了更多可描绘的未来图景，同时也为中国医药创新带来充足的底气。

汉利康的上市是复星医药在探索和创新的生物类似药方面的重要里程碑，也让中国成为全球继欧盟、美国、韩国之后，按照国际生物类似药严格标准研发审批出单抗产品的国家。

在采访中，文德镛着重提及了汉利康上市后提升中国患者可及性上的贡献。众所周知，在生物类似药上市前，原研药一般会采用专利期内较高定价的方式，在缺乏市场竞争的情况下希冀快速回收研发成本。而生物类似药的上市，会因改变市场格局进而带来价格上的降低。

据文德镛介绍，复星医药在保证产品质量的前提下，将汉利康的价格定为原研产品的60%，极大提升了患者可及性，同时大大缓解了医保支付压力。根据IQVIA数据测算，2020年国内利妥昔单抗的惠及患者数对比产品上市之前的2018年预估增长了65%。

此外，为了惠及更多患者，汉利康不仅获批上市了治疗非霍奇金淋巴瘤、慢性淋巴细胞白血病的适应症，在原研利妥昔单抗未在中国获批的类风湿关节炎（RA）适应症领域，复星医药也进行了差异化开发，并获批上市了类风湿关节炎适应症，这也是目前国内唯一具有类风湿关节炎适应症的利妥昔单抗，为更多风湿病患者提供了一种新的治疗选择。截至2023年，根据复星医药数据统计，汉利康上市五年已累计惠及超过了23万中国患者。截至目前，复星医药已上市

了4款生物类似药，产品覆盖全球40多个国家和地区。在这一过程中，复星医药积累了丰富的经验，并形成了自身的优势，持续加快推进着多款生物类似药的临床研究和联合疗法的转化落地。

日渐丰满的创新版图

汉利康从研发到上市再到商业化走过的15年，是中国药品监管变化最大、最快且最频繁的15年，是中国医药产业创新生态从贫瘠到丰满的15年，也是中国本土药企创新实力大踏步迈进的15年，与此同时，也是复星医药的创新体系在时代演进中，逐步完善、夯实的15年。

翻开复星医药的创新版图，中国首个生物类似药汉利康（利妥昔单抗注射液），首个小分子创新药苏可欣（马来酸阿伐曲泊帕片）、首个中欧双批的国产单抗生物类似药汉曲优（注射用曲妥珠单抗）、中国第一款CAR-T免疫细胞（阿基仑赛注射液）、全球首个且唯一获批用于小细胞肺癌的抗PD-1单抗汉斯状（斯鲁利单抗注射液）……复星医药创造多个“第一”的背后，离不开其对创新趋势的敏感挖掘，与自身创新体系的搭建。

自主研发依然是最主要的方式。文德镛表示，复星医药目前已经建立了完善的研发体系和技术平台，包括小分子创新药、抗体/ADC、细胞治疗、RNA等核心技术平台。

其次，依托于强大的资源、资本优势，复星医药积极探索合作开发和许可引进。与国内外生物医药企业建立了广泛的合作关系，以共同进行创新药物的研发和推广。此外，孵化与风险投资是源头创新转化的主要方式。复星医药通过设立中、美孵化器，转化全球前沿技术，同时投资基金等方式，深度孵化创新科技企业，支持创新型企业发展和创新药物的研发。文德镛表示，这种深

度孵化的方式不仅有助于培育新的创新力量，还能够为复星医药自身提供更多创新药物的来源。

2022年，复星医药年收入超10亿元的单品达到5个。截至2023年前三季度，不含抗疫产品，复星医药营业收入同比增长约11%；不含抗疫产品，制药业务新品及次新品收入同比增长超过30%。

下一个五年与十年

过去的三十年，凭借敏锐的市场洞察力、灵活的经营策略、笃定的创新精神，复星医药构建起在中国医药产业生态中的独特生态位。这种独特性体现在，“每个公司在不同发展阶段都会面临不同的问题，之前产业里有的公司发展缺钱了，会想到复星医药；现在是想要有新药合作开发、新药商业化合作时，也会想到复星医药。”文德镛表示。

尽管如此，复星医药也和所有处在创新转型期、穿越第一个创新周期的传统大药厂一样，在中国医药创新首个周期尾声和第二个周期的开端，需要回答同样的问题：身处中国医药产业创新第一阵营中，如何在高质量发展的大语境里，不断识别并抓住创新的机会窗，实现内部高效协同，取得商业化成功，并在国际医药创新市场中占据更重要地位。

众所周知，在国内医药市场价格与规模“天花板”愈加明确的当下，开拓国际市场，成为中国药企未来战略的“必选项”。

对于下一个5年战略，文德镛总结了两个大势：首先在国内市场，夯实复星医药作为中国医药创新第一阵营的角色和地位；其次，在国际市场上，希望上市更多代表复星医药创新实力的产品，为中国医药产业国际市场影响力树立标杆。

（原文刊载于E药经理人）

2024.02.29

健康 HEALTH

复星医药与北京儿童医院 举行儿童医药战略合作签约仪式

◎文|刘明一

2月6日，国家儿童医学中心北京儿童医院与上海复星医药(集团)股份有限公司儿童医药战略合作签约仪式在京举行。复星国际联席CEO陈启宇，复星医药联席董事长王可心，复星医药执行总裁、全球研发中心CEO王兴利；北京儿童医院院长倪鑫，副院长赵成松，院长助理、医院办公室主任刘原虎等出席签约仪式。

在双方领导的见证下，赵成松副院长与王可心联席董事长签订《首都医科大学附属北京儿童医院与上海复星医药(集团)股份有限公司战略合作备忘录》。

倪鑫院长在讲话中表示，此次战略合作的达成使院企双方都更加聚焦、更加切实地以临床视角和真实世界研究去关注儿童药物的研发、使用与推广工作；儿童药物方面的深入合作也将为科研成果转化、罕见病药物开发等“卡脖子”技术的突破搭建多方联动的广阔平台。

陈启宇指出，复星医药将以此次战略合作为契机，与北京儿童医院一道，通过药



复星医药与北京儿童医院举行战略合作签约仪式现场

物创新研发打通儿童疾病筛查、诊断、治疗的全过程，让合作成果惠及儿童。

根据合作协议双方将在儿童药品研发、生产制造、成果转化等方面展开全面合作，复星医药集团充分发挥复星儿药平台辽宁儿童制药有限公司的专业儿童药品牌及产

业优势，做大做强儿童药。这将有助于提升我国儿童药品的研发水平和市场竞争力，为更多儿童提供安全、有效的药品。

此次合作不仅符合院企双方的长远发展的战略布局，更将通过儿童药品的深入研究，为我国儿童健康事业作出积极贡献。

国际罕见病日：持续创新，让罕见被看见，让关怀更早些

◎文|孙丽

2月29日，第十七个国际罕见病日。罕见病是指发病率极低的疾病，根据世界卫生组织定义，患病人数占总人口的0.65%—1%的疾病为罕见病。在中国，根据《中国罕见病定义研究报告》将新生儿发病率小于1/万、患病率小于1/万、患病人数小于14万的疾病划入罕见病。

在人口基数庞大的中国，罕见病其实并不“罕见”，罕见病患者呼唤全社会的关注及关爱。全世界范围内已知罕见病种类超过7000种；50%的罕见病发源于儿童期；中国罕见病发病人数近2000万；已被批准的有效治疗药物或方案仅5%。

这些数字反映了，在全球范围内，罕见病的药物研发是一项巨大而长期的挑战。罕见病药物因其极低的市场需求，有限的研发利润以及匮乏的临床用药经验，存在研发积极性不高、治疗负担过重等问题。因此，大多数患者依然面临诊断难、治疗难和用药难等困境，加强罕见病领域的研究和投入，让罕见病的治疗方案惠及更多患者尤为迫切。

作为植根中国、创新驱动的全球化医药健康产业集团，复星医药董事长吴以芳表示，“持续创新，让每个家庭乐享健康是复星医药对患者、对社会不变的承诺。正因如此，复星医药积极投身罕见病研发这个充满挑战的领域，聚焦未被满足的临床需求而不懈努力。我们希望通过加速创新研发，填补罕见疾病相关治疗领域空白，以提高创新治疗药物在罕见病患者中的可及性，守护更多

罕见病患者健康。”

目前，复星医药在慢性肉芽肿病、婴儿痉挛症、特发性肺动脉高压等罕见病领域已有药物上市，并拥有多个在研罕见疾病药物。复星医药自主研发的创新型小分子化学药物FCN-159，拟用于治疗多种罕见疾病，其中包括神经纤维瘤和组织细胞肿瘤，这两项适应症分别于2023年4月和7月获得CDE突破性疗法认定。这有望进一步缩短药物临床研发周期，让这些急需治疗的病人更快获益，减轻疾病带来的痛苦。

慢性肉芽肿病(CGD)是一种罕见的原发性免疫缺陷病，在婴幼儿或幼儿期发病，在该疾病研究领域，上海复旦大学附属儿科医院走在前列。该院临床免疫科的王晓川教授于2003年确诊国内首例CGD患者。

“目前每年新发患儿几十例，到目前为止，中国确诊病例超过300例。CGD主要特征为反复且严重的细菌和真菌感染及肉芽肿形成，最典型的临床表现有反复发热、局部化脓性炎症，重者会危及生命。”王晓川教授介绍。

复星医药集团自主研发及生产的“注射用干扰素γ”(商品名：克隆伽玛®，简称IFNγ)CGD适应症于2021年获准上市，为国内独家上市的CGD免疫治疗药物，为这些患儿的治疗带来希望。王晓川教授团队结合国外先进经验，针对CGD患儿原发性免疫缺陷的疾病特点，在抗感染对症治疗的基础上，添加IFNγ治疗。“目前，这些接收治疗的慢性肉芽肿病儿童患者，他们的生存状



让罕见被看见
2024.2.29
国际罕见病日
让关怀更早些

态明显改善，严重感染的发生率和发生频次大大降低。”王晓川教授表示。

复星医药还非常关注基因治疗技术在罕见病领域的应用及未来前景。目前复星医药控股的复健资本新药基金在基因治疗方面拥有两个在研AAV病毒载体药物，均已在国内开展IIT(研究者发起的临床研究)，拟分别用于治疗OTOF遗传性耳聋及广谱性视网膜色素变性。

复健资本汇聚各方 研讨产业基金投资策略

2024年1月31日，由复健资本发起的“深圳市生物医药产业基金投资策略闭门研讨会”在深圳成功召开。此次会议邀请到了深圳市引导基金、市发改委、各市级、区级领导及基金代表，以及来自华润医药、微芯生物、君圣泰、亚辉龙、中科院深圳先进院、夏尔巴投资、松禾资本、招商健康等共40余位政、企、产、学、研、投各领域的专家出席交流。

复健资本作为复星医药发起的产业资本，当选深圳50亿元生物医药产业基金的管理机构，对于助力深圳生物医药发展具有重大意义。复星国际联席CEO陈启宇提出了建立科创母基金、举办更多高质量生物医药行业会议以及制订更有力的支持政策等多项可行性建议。同时表示，复星未来将依托复星医药大湾区总部，充分利用深圳的创新活力和资源优势，长期深耕，打造一个新的创新生态集聚地，助推深圳生物医药产业的持续建设。

佛山禅医成功入选“国家记忆障碍中心建设单位”

近日，国家卫生健康委能力建设和继续教育中心公布了《高级认知障碍诊疗中心及记忆障碍防治中心入选名单》，佛山复星禅医(简称“佛山禅医”)成功入选“国家记忆障碍防治中心建设单位”。

此次成功入选，标志着佛山禅医认知障碍诊疗水平具备较高的专业水准和较好的工作基础，对推进实施认知障碍疾病专科能力建设，提高佛山地区认知障碍相关疾病的诊疗水平和健康管理水平，建立认知障碍专科人才标准化培养体系具有重要意义。

复拓知达展示全球首创 早期肺部肿瘤微创治疗方案

近日，上海复拓知达医疗科技有限公司参加了在美国洛杉矶举办的SIO(The Society of Interventional Oncology)2024年度科学会议，这是介入医学领域的重要会议，与会者包括来自世界各地的肿瘤治疗领域的专家、学者、医生。

复拓知达创新的产品和术式引起与会者的广泛关注。来自美国、新西兰、比利时、德国、巴西、新加坡知名医疗机构的医生及产业同行相继前往公司展台寻求合作。作为行业新兵，这些来自医学专家、产业同行的认可，是复拓知达“坚持原始创新、持续优化产品、真正赋能临床”的强大动力。

复星诊断携多款明星产品 亮相 Medlab 2024

2024年2月5日至8日，世界级医疗行业盛会——中东国际医疗实验室仪器及设备展览会(Medlab Middle East 2024)在迪拜盛大开幕，吸引来自全世界180多个国家和地区，超20000名医疗领域的专业观众，现场创新技术成果云集，前沿学术思想交融。

本次盛会，复星诊断携POCT慢病管理，化学发光检测，结核病检测系列明星产品亮相迪拜，与世界各地的行业人士沟通交流，展示公司的领先技术和创新实力。

复睿智行获数亿元 Pre-A 轮融资 加速感知融合技术创新研发

◎文| 徐叶舟

近日，复睿智行再迎开年喜讯，获数亿元Pre-A轮融资。本轮融资由浙商创投领投，新航城基金、中山创投、平湖鑫翼创投、跨山海实业投资、浙股集团坤鑫投资及桥新资本共同参与，毕马威担任首席财务顾问。资金将主要用于感知融合方案的持续迭代和生产能力的进一步建设。

当下，国内汽车市场加速向智能化转型，自动驾驶行业已进入L2+时代，高阶智驾功能对传感器的依赖进一步凸显。在激光雷达成本过高、摄像头无法实现全天候工作的局限下，市场迫切需要性能与成本更加平衡的解决方案。而全面升级的4D毫米波雷达加上创新性的前融合算法，既确保了感知性能的优势和安全性，又解决了传统堆料思路带来的高成本，已逐步成为中高阶自动驾驶的必选方案。

目前，复睿智行的创新性前融合方案，仅通过全自研的4D毫米波雷达加摄像头即可全面替代激光雷达的探测效果，并大幅

降低了融合方案对于高性能计算能力的需求。本轮融资将帮助复睿智行在4D毫米波雷达和前融合感知算法领域进行软硬件的持续创新研发，为市场提供更高性能表现和更低成本占用的融合感知解决方案。

除了国内业务的不断突破，复睿智行也将发展目光投向了庞大的海外市场。复睿智行总裁兼CTO周轶介绍：“借助德国慕尼黑和英国伦敦的研发及销售中心，我们与越来越多的国际主机厂客户和Tier1供应商建立了海外业务合作。复睿智行将汇聚全球智慧，实现全球化业务布局。”

当前经济进入周期性的调整阶段，对于此番融资项目的完成，周轶表示：“在当前的环境下，复睿智行能够完成本轮融资，充分表现了市场对于感知融合赛道前景的认可，更体现了投资人朋友对于我们团队实力和商业潜力的信心。未来，复睿智行将坚持创新研发、持续开拓市场，不断提高公司核心竞争力，用更卓越的表现回馈市场。”



复睿智行4D毫米波雷达产品

复朗集团 2023 年保持稳健 录得总收入 4.26 亿欧元

◎文| 何丹阳

2月21日，全球时尚奢侈品集团 Lanvin Group (复朗集团) (纽交所代码: LANV, 简称“集团”) 公布了其2023年全年初步未经审计收入。集团旗下品牌包括Lanvin、Wolford、Sergio Rossi、St. John 和 Caruso, 2023年共录得营收 4.26亿欧元, 较2022年经审计收入同比增长1%。

复朗集团首席执行官陈健豪先生表示：“2023年是充满全球宏观挑战的一年。对此，复朗集团展现出了巨大的韧性并继续保持了增长轨迹。2023年也是集团和旗下品牌证明其有能力应对不利市场环境并执行其既定战略的一年。整个时尚奢侈品行业在下半年经历了许久未见的放缓。因此，我对集团能够保持全年的增长感到欣慰，并对我们的管理层将在此基础上继续推进盈利目标的能力充满信心。”

复朗集团在充满变化的一年维持了增长态势，较上年同比增长1%。在进一步优化了零售网络基础上，扩大了电商布局，通过成功的新品发布和营销举措让其在充满挑战的市场环境中保持了业务韧性和品牌热度。此外，店铺网络也得到进一步优化整体净减少12家门店。同时，在店铺总数减少的情况下保持了直营渠道收入的平稳。St. John和Sergio Rossi更是分别达成了13%和6%的可比门店收入增长。

虽然市场在下半年变得更具挑战，Lanvin却在期间实现业绩逐步优化。品牌在年内顺利完成了创意转型，品牌在下半年逐渐展现积极势头，并将其延续至2024年。虽然Lanvin上半年收入同比下降了11%，但全年最终将此差距缩窄至7%。

在保持北美及EMEA地区业务稳定的



Lanvin 品牌最新一季服饰

同时，复朗集团实现亚太地区逆势增长，背后是管理层成功应对了2023年愈渐挑战的市场环境。北美和EMEA市场基本持平，分别显现小幅的增长和下滑，而亚太市场则增长8%，其中大中华区在经历上半年的缓慢复苏后也最终实现8%的全年增长。

展望2024年，复朗集团预计，尽管全球市场整体的疲软将继续给公司业务带来影响，但区域经济将相对向好并提供增长机遇。此外，集团在亚太地区将有机会进一步提升市场份额，计划在2024年寻求策略性增长机会。此外，集团将同时在集团和品牌层面继续推动盈利能力的提升，计划内的市场营销和新品发布预期将在2024年持续带动销售增长，扩大业务规模。复朗集团预计，能够进一步借助在2023年建立的经营杠杆，实现规模效应和盈利优化。

绿波廊、春风松月楼入列 豫园旗下中华老字号已达 19 家

◎文| 陶宁宇

2月1日，国家商务部等5部门正式公布第三批中华老字号名单，经地方推荐、专家评审、社会公示，豫园股份旗下绿波廊、春风松月楼正式被列入中华老字号名录，豫园中华老字号矩阵再添新味。截止目前，豫园股份旗下已拥有19个中华老字号品牌，未来，豫园股份也将围绕“东方生活美学”置顶战略，助推老字号品牌进一步焕新升级，并让老字号品牌所蕴含的中国文化走向全球。

国宴 · 绿波廊

历经“乐圃阁”茶楼到“绿波廊”酒楼华丽变身，几经扩建的绿波廊酒楼也声誉日盛，成为了上海味道代表之一。自台阶拾级而上，众多国宴菜单、名人题字等将绿波廊的厚重底蕴娓娓道来。美国前总统克林顿、柬埔寨国王西哈莫尼等数十位元首级贵宾、名人等都曾在这里品味最地道的上海味道，并称赞连连，意犹未尽。

近年来，绿波廊创新研发的“夫人套点”、“荷韵”、“硕果累累”等精致点心，陆续走上亚信峰会、进博会欢迎晚宴等国宴舞台，以兼具丰腴美味与诗情画意的呈现，让绿波廊点心成为了传递江南饮食文化的一张名片。如今的绿波廊菜单上，亦坚持供应国宴点心，让更多人能品尝到地道的精致美味，是身为中华老字号品牌不变的初心。

素味 · 松月楼

春风松月楼是上海历史最为悠久的素食品牌之一，始创于1910年(清宣统二年)，以经营素面、素点及花色仿制荤菜等



闻名。早年上海滩社会名流，如著名画家、作家丰子恺先生，便是春风松月楼的常客，可见其享有盛誉。

春风松月楼的素菜包是老字号的招牌点心，曾创下日售2万余只的记录，被列为黄浦区非物质文化遗产保护项目。

近年来，百年老字号正不断破局发展，在豫园旗舰店焕新提升之后，春风松月楼已在上海布局16家连锁门店，以聚焦素包、素点、素面的全新商业模式，引领绿色健康素食文化发展。这背后，是对豫园快乐家庭消费理念的诠释，购买素包的长长队伍走出豫园，也更激励着已成为中华老字号的春风松月楼，用经典素味，带给市民大众最质朴的美食快乐。

2024.02.29

环境 | 社会 | 公司治理 ESG

一个“95后”村医和她的7个春节

◎文|董瑞丰 顾天成 帅才 施科宇

大年初三，位于云南省澜沧县岩因村的哈尼族村民将通过打陀螺比赛来庆祝新春，当地村医钟丽萍打算带上设备去给村民们量血压、做慢病随访。春节正值农忙，节日活动时大家正好齐聚一堂，而在钟丽萍眼里，这是了却“心事”、为大家做体检的好时机。新华社“新春走基层”报道了乡村医生项目县——澜沧县村医钟丽萍连续7年在春节期间值守的故事，以下是详细内容：

大年三十，云南省普洱市澜沧拉祜族自治县岩因村的卫生诊室冬阳朗照，暖意融融。这里的乡村医生、28岁的哈尼族姑娘钟丽萍正在小院中忙碌。为了迎接春节返乡大军，她将本月的药物储备计划写得足足的。这是她在村卫生室度过的第7个春节。“卫生室必须有人。”钟丽萍乐呵呵地说，“同事家住得远，我就住在村里，春节我来值班就行。”她了解这里的每一位病人：6位老人行动不便，还有140多位患有慢病，一个季度要做一次随访，忙的时候每天都要去照看。春节返乡人员多，村里2000多名村民的健康主要靠她，手机要24小时畅通。在这个地处祖国边陲的少数民族村落中，钟丽萍会说哈尼语、拉祜语、傣语，跟许多村民方便沟通。医术好、热心肠出了名，隔壁村的病人也会往返3个小时专程找她看病。这7年里，钟丽萍见证了村卫生室从水、路不通，到通水通路，会诊从手写处方到电子化处方，老人看病可以不用出村，越来越方便。春节正值农忙，节日活动时大家正好齐聚一堂，是



村医钟丽萍走访岩因村，了解村民的健康状况

帮她了却“心事”、为大家做体检的好时机。除夕，她为新的一年许下朴素心愿：参加乡村医生项目提供的中医培训，进一步提升医术。“给村里人更好地看病。”钟丽萍说。

2017年12月，由中国人口福利基金会、中国光彩事业基金会和上海复星公益基金会等联合发起乡村医生项目，旨在守护、激

励、赋能广大乡村医生，帮助他们提升技能，筑牢基层健康防线，助力乡村振兴和“健康中国”早日实现。在首届“健康中国·暖心乡村医生及乡镇卫生院院长”优秀案例评选活动中，钟丽萍荣获“十大暖心村医”称号。2023年11月，在佛山复星禅诚医院的暖心村医培训基地，钟丽萍和其他暖心村医参加

了近两周的培训，内容包括中医康复治疗、社区医养结合等实用技能。此外，乡村医生项目也通过“龙门梦想计划”、“青沃计划（青年村医培养计划）”支持、鼓励村医考取执业助理医师资格证等，帮助他们实现职业长效发展，更好地服务广大村民。

（原文刊载于新华社）

复星国际首次入选标普全球《可持续发展年鉴2024》

◎文|陈庄



复星入选《可持续发展年鉴2024》

2024年2月7日，标普全球(S&P Global)发布《可持续发展年鉴2024》，复星国际有限公司凭借多年来在环境、社会及管治(ESG)的持续努力，依据各项标普全球“企业可持续发展评估(Corporate Sustainability Assessment, CSA)”指标，首次成功入选标普全球《可持续发展年鉴2024》及获颁“行业最佳进步企业”标徽。

标普全球《可持续发展年鉴》旨在评选出各行业在可持续发展方面表现优异的企业，基于2023年企业可持续发展评估(CSA)分数来评估年鉴成员的入选资格。今年的成员资格竞争非常激烈，标普全球对来自62个行业的9400多家企业在ESG(环



复星获“行业最佳进步企业”标徽

境、社会和公司治理)领域所做的努力进行评估后，最终只有759家公司入选2024年鉴。而“行业最佳进步企业”标徽则授予在同行业中CSA得分较上年进步最大的企业(CSA评分至少提升5%)。

2023年，复星国际也成功入选标普全球《可持续发展年鉴2023(中国版)》及获颁“行业最佳进步企业”标徽。

复星一直关注全球可持续发展领域的发展，已建立完善的ESG管理体系，多年来将ESG管理要求融入经营管理中，并积极响应国家战略、保障信息安全、促进科技创新、落实“双碳”目标、参与公益慈善、保障员工权益，助力可持续管理与价值创造。

2024 远见者新星奖举行终评 2名“慈善大使”即将产生

◎文|刘帅



2月23日，以“软实力引领青少年发展”为主题的2024青少年远见者新星奖项目终评会在上海豫园举行。经过4个月的项目案例征集和近2个月的初审、复审，共有13组个人项目进入终审环节。从中推选出的2名“慈善大使”将于4月赴美参加远见者新星奖全球峰会，向世界展现中国青少年的公益风采。

上海市人民对外友好协会一级巡视员、2024青少年远见者新星奖项目终审评委景莹在致辞中表示，从去年开始，市友协成为青少年远见者新星奖的指导单位，这一合作的意义十分深远。“我们聚焦公益和青少年结合的创新项目，期待以此为契机向国际展现新时代中国青少年的公益形象，成为助推民间外交的一支力量。”她表示，在众多项目

中看了不少面向亚非拉地区的公益项目，友协将通过远见者新星奖的平台，给予同学们全力支持，让稚嫩的公益梦想落地发芽，成长壮大后惠及更多人。

青少年远见者新星奖是一项支持12-18岁中国青少年用创新公益项目践行联合国可持续发展目标(SDGs)的奖项，由保德信金融集团、上海复星公益基金会、复星保德信人寿和复星商社主办。该奖最早起源于美国保德信青少年社区志愿奖，近30年来，已在多个国家开展，迄今共吸引全球数百万青少年参加。进入中国十多年来，该奖吸引近6600名中国中学生申请参与，每届脱颖而出的两名“慈善大使”受邀代表中国赴美参加全球交流。

山海绘新色 东风暖立春

2024 豫园民俗艺术灯会千灯启明。续写“山海奇豫记”，开启“海经篇”的讲述。鱼群摇曳，浪卷云舒，游人宛若遨游在海错翩然、星汉灿烂的绮梦幻境之中，体验一场东方生活美学文化感会。



金风吹细雨 春回万物生

老庙诞生于上海福源“好运”之地的城隍庙，秉承东方美学，以新潮方式演绎东方之美。



计划随需变 领取直到老 复星保德信星海赢家 提供终生养老金领取

星海赢家（龙腾版）养老年金是目前市场畅销的热卖产品、针对未来老龄化趋势，设计趸/3/5/10/15/20 年交多种缴费方式。产品分为两个计划、计划一保证领取 20 年，计划二保证领取 12 年，计划二的领取金额更高，可以根据对保障的不同要求在计划中进行切换和选择，无论那个计划，领取将直至终身，在未来老龄化的趋势来临前给自己提前规划一笔养老保障，提供终身的养老金领取。



事事有老庙 麦向好运气 老庙携手麦玲玲 共同为您好运祈福



老庙与中国香港国学易学界著名人士麦玲玲女士携手创作，从老庙品牌的“好运基因”中淬炼设计灵感，将祝福元素融于时尚珠宝，打造“好运钱袋”，将传统吉祥元素融入国潮创意设计，让承载着“招财”祝福的金饰成为别树一帜的时尚单品。同时“岁岁如意”系列又重磅推出了女士红玉髓珠串，祝福大家在新的年里鸿运相随。

提龙灯 许心愿 豫园文创特别定制 手中的传统文化

山海奇遇，双龙戏海。2024 豫园甲辰龙年灯会已盛大开启，今年豫园文创升级推出两款限量版手提龙神花灯：霸气侧漏的“C”形“金豫龙瑞瑞”和微胖界的龙鱼二弟“嘟嘟龙”。“金豫龙瑞瑞”融入浪花的设计元素，“嘟嘟龙”吹着泡泡，传递新年美好气息。手提两款龙灯，来豫园黄金广场、九曲桥赏灯许愿，感飞龙跃海场景，接收上古神龙的祝福，迎来新年顺利平安。

