

# 复星人

## FOSUN TIMES

让全球每个家庭生活更幸福 · CREATING HAPPIER LIVES FOR FAMILIES WORLDWIDE

复星人数字报：<http://www.cnepaper.com/fxr/>

FOSUN 复星  
全国企业报刊——特等奖

内部资料 免费交流

www.fosun.com | 准印证号：(沪B) 0276

创·竞  
INNOVATION & COOPETITION



扫码收阅  
复星人报手机版

总第388期 本期24版 2020年09月30日



首届复星FC2M大会暨全球生态  
供应链峰会在琼举行 吹响全球  
生态供应链集结号

P06、07

920家庭季开启 复星再“造节”

P08

南钢股份上市20周年  
挺起世界级智能化工业脊梁

P010

这届年轻人的热爱

P12、13

上善论坛 健康中国 99公益日：  
这个公益月不简单

P14-17

# 进博会倒计时 50 天 提前看复星“全球创新 + 幸福之旅”

◎文|李和裕 复星星厨

9月15日，距中国国际进口博览会（以下简称：进博会）开展还有50天。连续参与两届进博会的复星，第三届进博会参展筹备工作已进入最后冲刺阶段。

今年，在大健康领域，复星海外成员企业与合作伙伴再携手，将连续三届“打卡”医疗器械及医药保健展区，并在“Fosun Health”主展区及公共卫生防疫专区以双展联动形式“秀”出多款健康科技好产品。同时，复星还将首次亮相品质生活展区，并以“Fosun Happiness”展区集结时尚、化妆品、珠宝、文旅等海外优质消费品牌，以酷炫场景多维度展现极具复星特色的FC2M幸福生态。

## 来一场未来健康体验之旅

在医疗器械及医药保健展区，继达芬奇手术机器人、ARTAS植发辅助手术机器人等进博会“网红”产品之后，“Fosun Health”展区此次将继续带来多款创新科技类、公共防疫类、美好生活类的全球好产品，如：美国FDA批准的首款针对特定非霍奇金淋巴瘤的CAR-T细胞药物YESCARTA®、全球领先的获得美国FDA批准上市的多功能掌上超声设备Butterfly iQ、源自以色列Alma的抗衰黑科技产品——Harmony XL辉煌精准嫩肤系统以及欧洲经典品牌博毅雅呼吸机。

在本届进博会上，复星健康（Fosun Health）成为第三届展盟公共卫生防疫专委会成员单位。Fosun Health展台还将带来在抗疫中发挥重要作用的明星产品，包括博毅雅呼吸机、BodyTom® 自由移动式全身CT、负压救护车等；同时，复星医药在德合作伙伴BioNTech也将首次来中国参展，全方位展示其正在积极开发的mRNA疫苗产品和技术。

其中，在应对本次具有高传染性特点的新新冠肺炎疫情中，由博毅雅研发生产的医用无创呼吸机因具备远程操作、自带储电功能、方便移动、支持无创有创一体转换等独特优势，在中国及全球迅速普及，发挥重要作用。

## 现场体验死海手部护理

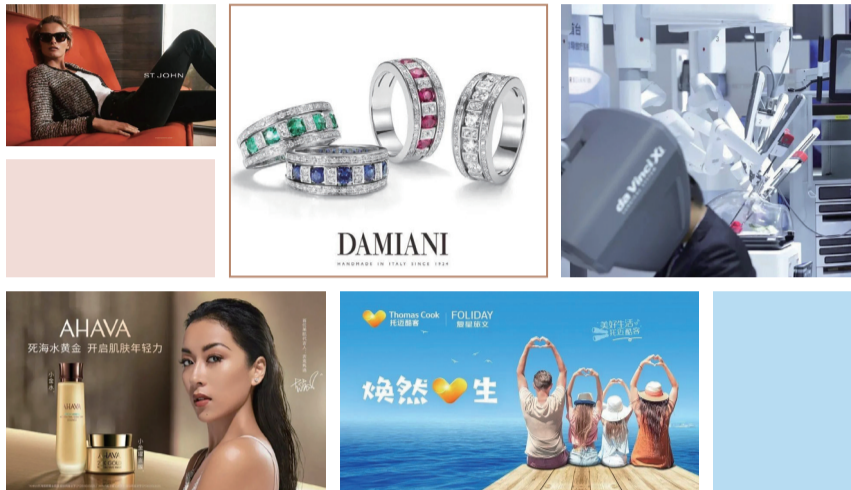
在本届进博会品质生活展区，复星打造的“Fosun Happiness”展区首次亮相，以“A Global Journey to Happiness”为理念，打造一场前所未有的“全球幸福之旅”。

## 复星国际恒生 ESG 评级调升 首次入选恒生可持续发展企业基准指数

◎文|藤国

9月7日，恒生可持续发展企业基准指数成分股变动正式生效，复星国际首次入选该基准指数。该基准指数涵盖了在企业可持续发展表现最卓越的89家香港上市公司。入选该基准指数，反映了市场对复星国际在可持续发展领域工作的认可。

近日，复星国际两个ESG（环境、社会及管治）评级获得上调。凭借在ESG策略及管治、公司治理、信息披露、责任投资、反腐败等方面的优异表现，全球最大指数公司MSCI（明晟）于8月31日将复星国际2020年的ESG评级结果从去年的BBB级调升至A级。同时，得益于在企业



以色列珍宝级护肤品牌AHAVA将通过死海水黄金、死海泥面膜家族等系列互动，让观者“阅读”死海护肤奥秘，体验SPA级死海手部护理。AHAVA将首发重磅新品——索多玛苹果系列。通过AHAVA死海实验室专利技术支持的日本护肤品牌OceanGlam海之光沐也将同步展示。

美国（现代）科技中草药护肤品牌WEI首次亮相进博会，将带来全新升级明王朝御容系列产品。现场以新中式设计风格结合现代实验室陈列设计，表达传统草本与现代科技的融合，并传递品牌平衡为美，智慧草本的护肤理念。现场还有派样机等交互体验，并将与“黑科技”visia（肌肤检测仪）碰撞，帮助到场嘉宾360度全方位定量分析，找到适合自己的护肤产品。

“Fosun Happiness”展区不缺“黑科技”。法国设计师珠宝品牌DJULA将延续一贯的前卫风格，借助高科技打造“没有珠宝的珠宝展”——在现场展示悬挂式艺术空间，将全息影像投射出的珠宝作为一幅幅错落悬挂的艺术画来呈现。同时借助AR互动，让消费者体验根据个人风格与偏好打造的叠戴珠宝造型。

比利时权威珠宝鉴定机构 IGI 国际宝石学院为进博会打造的“迷你实验室”，将直钻钻石在实验室的神秘经历。IGI首届珠宝设计大赛入围种子选手作品也将展呈，一展后生力量。

## 沉浸式法式情调精致与伦敦街头复古

作为复星生态重要产业板块成员之一，法国历史悠久的高级时装品牌LANVIN、奥

地利高端贴身衣物品牌Wolford及美国高级女装品牌St. John首次参加进博会。

LANVIN还原巴黎高端生活方式，带来法式情调与精致。作为70年来业界先锋，Wolford将打造科技感空间，讲述“未来肌肤”故事。拥有独一无二针织工艺的美国女装St. John携“精英女性”形象而来，将在现场首发中国新年胶囊系列，并做匠心工艺互动。

复星也会携欧洲最大滑雪度假村供应商\*Club Med，及源于英国的世界知名旅行社之一、拥有179年历史的Thomas Cook等国际知名品牌集体亮相。

## 为“双循环”注入“复星动力”

连续三届携旗下海外成员企业和合作伙伴参加进博会，复星今年参展面积更大、展出品牌范围更广、展示产品亮点更足。本届进博会上，复星不仅向外界展示复星全球一流的优质产业集群，还将利用数字化、线上化优势，首次开辟线上移动端集成及互动展区，实现场内+场外、线上+线下联动和展示。

复星国际董事长郭广昌表示，进博会这一平台，让复星展示全球化产业布局、科创和资源整合能力，首发多个为中国市场定制产品显示打造极致产品和服务的决心。更重要的是，在当前“国内大循环、国内国际双循环”大背景下，复星始终致力于助力中国深度融入全球化，并将持续助力放大进博会国际采购、投资促进、人文交流、开放合作效应，为构建“双循环”注入“复星动力”，提振全球市场信心。

\*引自于独立国际咨询公司弗若斯特沙利文行业报告

## 同心抗疫、众志成城： 复星党委荣获“上海市抗击 新冠肺炎疫情先进集体”称号

◎文|曹天睿

9月29日上午，上海市举行抗击新冠肺炎疫情表彰大会。复星党委书记、全球合伙人、高级副总裁李海峰代表复星党委参加大会并接受市领导颁奖。

今年1月新冠肺炎疫情爆发以来，复星党委、董事会果断决策，第一时间成立“复星抗击新冠肺炎疫情全球战时指挥部”，持续助力全球抗疫。3月2日上海市委书记李强、8月5日上海市市长龚正分别走访复星，对复星全球抗疫的人道主义精神表示赞赏。八个月来，复星党委发挥“四个优势”，凝聚抗疫力量，展现了复星作为一家全球化企业的能力和责任。

一是发挥党委会政治引领的优势，成为抗击疫情、鼓舞士气的坚强堡垒。1月23日迅速成立“复星抗击新冠肺炎疫情全球指挥部”，为完成国内紧缺医疗物资的海外采购、物流运输和火线支援提供坚强的组织保障。

二是发挥国际化产业广度的优势，成为物资采购、全球调配的先遣部队。从1月23日起，复星源源不断地运抵回国297.6万件各类医疗物资以及近千台呼吸机，全球医疗物资采购网络覆盖了23个国家，有效驰援了包括湖北武汉在内的国内28个省市自治区抗疫一线，也全力支持了上海的疫情防控工作。从启动物资调配计划到第一批防护服运回国内，仅用了3天的时间。

三是发挥大健康产业深度的优势，成为科技抗疫、医疗抗疫的一线尖兵。在院服务方面，复星旗下的27家医院成为新冠肺炎疫情救治定点医院，在集团的号召下，复星在湖北前线战斗的医护人员超过275名。复星旗下的武汉济和医院作为蔡甸区的定点收治医院，515名患者全部出院，实现了患者零死亡、医护人员零感染。在产品研发方面，研发的新冠病毒核酸检测试剂盒在武汉10天全员大筛查中共为104万人份提供了健康检测，占武汉全市人口的近十分之一。复星还与全球最领先的mRNA技术平台之一——德国BioNTech联合开发抗新冠病毒疫苗，目前在国内已进入I期临床试验阶段。在医疗器械方面，复星开发的复星北铃牌负压型救护车和BREAS博毅雅医用无创呼吸机两款科技抗疫产品备受欢迎。

四是发挥基金会凝聚力量的优势，成为同心协力、共克时艰的关键枢纽。复星基金会成立了“抗击肺炎疫情”专项基金，广泛联系社会各界，联合光彩基金会、腾讯基金会等54家组织参与抗疫行动，捐赠物资约1.1亿元。

为表彰先进、弘扬正气，全面总结疫情防控工作经验，在各区、各部门充分酝酿、集体研究的基础上，经综合评审、统筹考虑，上海市确定了抗击新冠肺炎疫情先进集体表彰对象300个。李海峰表示，此次荣获上海市抗击新冠肺炎疫情先进集体是上海市委市政府对复星抗疫工作的肯定和褒奖，衷心感谢市领导对复星党委的认可。复星党委将持续努力，坚决打响即将到来的新冠疫苗战役，为从根本上助力全球疫情防控做出复星的努力。

管治、公平运营实务等方面的良好表现，复星国际2020年度的恒生可持续发展指数的评级从去年的A级提升至A+级，恒生指数有限公司在9月7日将复星国际纳入恒生可持续发展企业基准指数。这是继2019年9月被纳入恒生中国企业指数成份股后，复星国际在恒生指数上取得的又一成果。

近年来，全球对企业可持续发展的关注显著提升，恒生可持续发展企业基准指数能较恒生指数提供更好的长期回报。

该基准指数成分股的挑选程序严谨，首先需要进入恒生指数有限公司的合资格香港上市公司名单。在评定过程中，合资

格公司主要被考察在企业管治、人权、劳动实务、环境、公平运营实务、消费者议题、社区参与和发展七个核心指标的可持续发展表现。经过各项评定程序后，可持续发展表现分数最高的前20%公司才可入选。

2019年，复星国际设立了董事会辖下环境、社会及管治（ESG）委员会，并成立了ESG工作小组，全面提升ESG管理水平，并确立了“修身、齐家、立业、助天下”的ESG愿景，结合“让每个家庭生活更幸福”的企业使命，将可持续发展理念融入到每个运营层面。

# 中国疫苗公司高层：新冠疫苗将最快在四季度就绪

◎文|夏林 殷圆圆 张嵩

专家称，证据显示，今年四季度或明年初就能向公众推出一款或多款疫苗。

9月10日，在《财富》全球科技论坛虚拟电话会议上，复星医药高级副总裁、首席医学官回爱民博士表示：“证据显示，今年四季度或明年初就能向公众推出一款或多款疫苗。”

中国制药公司复星医药正与美国制药巨头辉瑞，以及德国疫苗制造商BioNTech合作开发mRNA疫苗，目前已进入后期试验阶段。

回爱民说，已有2.5万人报名参与三期试验，测试疫苗的效果和安全性。他预计最早10月就能获得试验结果。

“早期临床试验的数据很不错，”他说。

“未来几个月很有可能出现一种或多种疫苗获得（国家食品药品监督管理局）批准。”

回爱民发表上述言论之前，辉瑞首席执行官艾伯乐接受《财富》杂志采访时表示，辉瑞、复星医药和BioNTech会有60%的可能在10月底前获知疫苗效果和安全性可能性，届时就可决定能否投放市场。

目前全球有9种候选疫苗正进行三阶段试验，疫苗专家乐观预计未来几个月内至少有一种疫苗能推广应用。

今年8月，中国医药集团首席执行官刘敬祯对媒体表示，预计该公司的疫苗将于2020年底前投放市场，这款疫苗是进入三期试验的9款之一。

阿斯利康首席执行官苏博科对记者表示，虽然有一位患者的不良反应导致三阶段试验推迟，但预计与牛津大学合作研发的疫苗今年能准备好提交给监管机构审核。

9月12日，阿斯利康表示，英国一个独立委员会结束了对疫苗的安全数据审查，向英国药品与保健品管理局建议恢复试验，获得后者同意，因而恢复在英国的临床试验。

## 史无前例

研制疫苗是一个极其复杂的过程，研发过程需要调动大量的资源、资本和专业知识。通常情况下，疫苗的研制都需要很长时间，人类目前为止研发速度最快的腮腺炎疫苗也足足用了4年。大多数其他种类的疫苗要花费更漫长的时间。

而这次新冠疫苗的研发无疑是“史无前例”的。

“在人类历史上，从未出现过如此多技术，如此多科学家，如此多公司，如此多国家，如此庞大的资金应对一种传染病。”中国疫苗制造商恩宝生物董事长陈凌博士在10日的电话会议上说。

目前有超过100种新冠病毒疫苗处于研究阶段。约有40种疫苗正在进行人体临



复星合作的 BioNTech 新冠肺炎 mRNA 疫苗，图片来自 BioNTech 官方网站

床试验，其中有9种疫苗正在进行所谓的三期临床试验。在这9种疫苗中，有5种是由中国的医药公司研制的。

这意味着这几种疫苗的安全性已基本得到保障，而我们现在正通过试验确认它们将如何防止人们感染这种病毒，或者能在多大程度上减轻感染病毒后的症状。

## 谨慎乐观

新冠疫苗如何投入使用？这是一个价值万亿美元的问题。对这个问题，专家们普遍持“谨慎乐观”态度。

回爱民博士说：“最初获准投入使用的疫苗数量可能会比较少，主要供特定的小部分高危人群使用。而且供应应该是稳定的。我认为到明年就会有更多的疫苗获批进行更大规模的生产并接种给更多的人。”

陈凌博士认为，在明年第一季度，一定能为急需疫苗的人群进行接种，但实现全球性的大规模接种可能还需要更多的时间。毕竟这是一种新疫苗，需要谨慎地、一步一步地研发试验以确保安全。

当被问到“新冠疫苗最快能在何时问世”时，他答道：“在中国，汉语的表述中，我们从不会这样说。我们会问，距离新冠疫苗的问世还有多远。这种表述方式隐含了中国文化及传统中带有那种谨慎性。所以我会持谨慎乐观的态度。”

电话会议上，沃森生物研发负责人全鑫博士表示他同样持谨慎乐观态度，并称阿斯利康疫苗暂停临床试验一事提醒世界各地的疫苗开发团队，必须要采取更加谨慎的态度。

## 下一个艰巨任务

目前疫苗研发进展使人们看到了曙光，但疫苗研发只是第一步。陈凌博士表示，疫苗获得批准后，公共卫生官员将面临另一项艰巨任务，即生产疫苗并向全世界分发。他

呼吁，除医疗卫生和政府部门，其他领域的领导者也应为疫苗工作做贡献，因为世界恢复“正常”后各领域都会获益。

“我们要为（受疫情影响）的各行业首席执行官们找到合适的机制，以促进或加快物流和定价流程。”陈凌博士说。他认为，疫苗向公众提供后，全球航空、旅游和酒店业都会受益，因此相关行业的公司也应为疫苗研究和分发提供资金支持。

他表示，“如果（相关行业）捐出疫情期间损失金额的10%”，有可能大大加快候选疫苗的分发。“应该有人带头跨出第一步。”

## 战胜病毒后

疫情过去后，一切会逐渐回到正轨，还是会产生颠覆性的变化？会不会有新型病毒潜伏在某个地方伺机而出？

对于这个问题，陈凌博士认为，科学技术在这场疫情中所收获的进步在未来一定会派上用场。

回爱民博士也持有相同观点：“希望这次疫情带来的教训能教会人类更有效地应对将来的疫情。比如说，我们能知道mRNA和DNA疫苗之类的新技术是否有用。”他认为此次疫情结束后，人们的生活将会走向正轨，但不排除有其它病毒出现的可能。

全鑫博士表示，回顾历史，人类一直在与各种疾病作斗争，比如疟疾、小儿麻痹症和天花等。幸运的是，在疫苗行业诞生后，多种疾病已经绝迹。所以，他对疫情之后的情况持乐观态度。“研制出新冠疫苗之后，人类肯定还会经历其它的疫情。但由于我们已经具备了控制局面的实力，再加上这次的经验，各个国家下次就知道该如何互相协作，科学家也就知道该如何合力制出疫苗了。”

“等到一切回归正轨的前一天，我肯定会去买旅游板块的股票。到了那时候，全世界的人应该都会肆意地到处去玩。”陈凌博士说。（原文刊载于“财富中文网”）

## 首部中国“生物类似药科普知识手册”发布 患者用药有据可循

◎文|孙丽

9月12日，由中国临床肿瘤学会（CSCO）抗淋巴瘤联盟携手淋巴瘤之家联合推出，复星医药支持的中国首部“生物类似药科普知识手册——《生物类似药知多少》”（以下简称“手册”）通过线上的形式正式发布。中国临床肿瘤学会（CSCO）抗淋巴瘤联盟朱军教授、马军教授等多位专家，淋巴瘤之家创始人顾洪飞先生、患者代表共同出席了此次发布仪式。

“手册”涵盖“什么是生物类似药？”、“与参照药相比，生物类似药疗效到底怎样？患者使用后，安全吗？”、“生物类似药的优势有哪些？”等一系列患者关心的问题，旨在进一步帮助患者树立正确的生物类似药认知，推动生物类似药在我国的广泛使用，提升生物药的可及性。

## 优质科普解读 助力生物类似药惠及更多人群

中国临床肿瘤学会(CSCO)监事长、中国抗淋巴瘤联盟前任主席马军教授表示：“生物药对于抗肿瘤治疗产生了革命性的影响，但患者仍有许多顾虑。此次‘手册’发布，帮助患者理解生物类似药，让生物类似药惠及更多患者。”

中国临床肿瘤学(CSCO)常务理事、中国抗淋巴瘤联盟主席朱军教授表示：“生物类似药的发展为患者和社会带来真正价值，有望在患者规范治疗层面，赶上西方发达国家。”

欧洲是最成熟的生物类似药市场，早在2006年，欧盟上市全球首款生物类似药，从此在临床广泛使用。近年来多个生物类似药在欧洲市场获批上市，节省上百亿欧元药费支出，带动全球生物类似药迅速发展，为全球树立标杆。

我国生物类似药行业近年迎来“黄金时代”，目前7个生物类似药获批上市。汉利康®率先突围，各靶点生物类似药研发顺利。

今年8月，中国医学科学院肿瘤医院副院长石远凯教授牵头发起的汉利康®3期临床试验长期随访研究最新OS（总生存期）数据正式发布，结果显示无论在3期临床研究，还是后续2、3年生存状况随访中，疗效和安全性与参照药均无统计学差异，由此也证明了生物类似药的安全性及疗效均符合国家标准，消除了患者担心。

“手册”正式发布后，全国多家淋巴瘤诊疗中心将分发“手册”并启动患者科普教育，进一步造福患者科普。

# 复星医药自主研发新冠检测试剂盒列入 WHO 应急使用清单

◎文|刘明一

近日，复星医药全资子公司上海复星长征医学科学有限公司（简称“复星长征”）自主研发的新型冠状病毒核酸检测试剂盒（荧光PCR法）（“该产品”）被正式列入世界卫生组织（WHO）应急使用清单（英文全称“Emergency Use Listing”，简称“EUL”）。

此前，该产品已取得中国国家药品监督管理局颁发的医疗器械产品注册证，并获得欧盟CE认证、美国食品药品监督管理局

（FDA）紧急使用授权（EUA）以及澳大利亚药品管理局TGA认证。

复星长征自主研发的新型冠状病毒核酸检测试剂盒，是目前市场上性能可靠、自动化程度高的新冠病毒检测产品之一。该款试剂盒针对新型冠状病毒ORF1ab、N、E三个基因靶标进行定性检测，具备全自动操作的优势，通过配套快速核酸提取仪及提取试剂，于2小时内完成96个样本的全部检测；自动化检测减少操作人员被感染风险，同时

也减少实验室交叉污染风险，提高检测效率。此次进入WHO应急使用清单，并在世界范围内被推荐使用，再度体现了对产品质量的认可与肯定。

2020年1月30日，WHO宣布新型冠状病毒疫情为国际关注的突发公共卫生事件，并启动了检测新型冠状病毒的体外诊断试剂EUL。通过WHO应急审批的产品将被列入到EUL中，为WHO、联合国机构及其他国际、地区性或国家采购机构的诊断产品采

购提供依据。

作为国内体外诊断领域的龙头企业之一，自疫情发生以来，复星长征积极发挥研发优势，整合各方资源，持续助力疫情防控。在海外，复星长征的新冠病毒核酸检测试剂盒已陆续出口到包括葡萄牙、匈牙利、比利时、法国、德国等10多个国家，服务全球抗疫的需要。本次自主研发的核酸诊断试剂盒列入WHO EUL后，将为非洲等更多国家的抗疫工作提供产品与服务。

# 郭广昌：复星坚持全球化 也希望世界因复星而不同



复星国际董事长郭广昌：正因为全球化不容易，全球化企业才弥足珍贵

今年，一场席卷全球的新冠肺炎疫情给全世界带来巨大考验。受疫情影响，上半年复星全球业务虽遭遇挑战，但财务状况持续稳健，现金流保持充沛。复星国际董事长郭广昌在接受Bloomberg（彭博社）的采访中，谈及对于疫情常态化下，复星未来发展的思考：

**如果要用一个字来形容复星的上半年，我想会是“韧”**

多元化的业务组合，全球化的资产布局，产业运营以及产业投资补强的发展模

式，使复星具备了有效抵御市场风险的能力，更帮助复星在危机和变化中把握机会。同时，复星旗下产业也凭借深厚的产业积累与长期的创新投入，展现出了十足的韧性。更重要的是，疫情给复星带来了新的组织进化，我们在疫情后及时启动战时机制，强化组织行动力，在保障客户与员工安全的同时，危中寻机，近一步加速产业转型升级。

**对于复星在下半年以及未来的发展而言，我想关键在于“劲”**

复星的发展需要有后劲，未来我们的战略会以家庭客户为中心，紧密围绕四个聚焦展开：我们要继续聚焦科技创新，坚定在科创领域的投入与布局；同时也要聚焦FC2M生态的构建，客户优先，以客户需求驱动产品的创造与迭代；我们要进一步聚焦人才组织进化，将战时机制常态化；最后，我们也要聚焦精益运营，全面提升资产效率和人均效能。

复星的愿景从未改变，我们始终梦想这个世界能因为复星而有所不同，希望复星可以为全球家庭用户更好地服务。但是作为一家产业公司，复星在不同阶段有不同的发展侧重，相应的就会有不同的阶段发展战略。以前复星提出要投资和产业双轮驱动，并且将更多的时间花在了投资上，因为投资可以让我们快速地建立起全球网络和布局。所以我们通过坚持价值投资，利用保险+投资的战略，为复星的全球化发展打下了很好的基础，包括旅文、医药等产业都依靠投资

在短期内建立起了深厚的产业基础。

现在复星已经基本完成了全球布局和产业布局，所以我们今年提出要深耕产业和运营。复星的发展要有韧劲，复星的成长更要有速度。在过往，复星在健康、快乐、富足的多个领域都已经有了0到1的布局，成功地建立起了相应的生态系统。下一步，我们的重点就是要通过四个聚焦，快速地帮助这些产业和生态系统完成1到10，10到100的高速发展。以豫园为例，旗下很多品牌已经完成了0到1的落地，包括上海表、海鸥表、松鹤楼面馆以及多个化妆品和珠宝品牌，我们的下一步目标就是要帮助他们在规模上实现快速的提升和发展。再以大健康板块为例，我们的复宏汉霖已经有多款产品成功问世，复星凯特、直观复星等企业马上也将迎来在中国的商业化落地，再包括近两年发展迅猛的复星健康险，接下来的任务就是要在原有基础上快速成长，在各自领域都力争成为龙头企业。

在疫情发生后，复星在第一时间就通过全球化的资源优势，积极支持全球的抗疫行动。目前抗疫已经发展到了第三阶段，也就是等待疫苗的最终阶段。在疫情发生伊始，复星就与德国的BioNtech达成合作，共同研发针对新冠肺炎病毒的疫苗产品，并且已经取得了令人振奋的进展。

就目前的进展来看，在新冠疫苗研发层面走在前列的公司，首先都拥有很强的科研和创新能力，更重要的是它们大多为全球化企业。包括在疫苗研发初期积极参与的中小型医药公司，即使他们有很强的科研实

力，在后期进入到疫苗的推广时，也需要与全球化企业寻求合作。因为只有像阿斯利康、辉瑞等全球化企业，才能有足够的资源，在研发及临床试验的各个环节上争取到更多的时间，助力疫苗更早地在全球普及。正因为全球化不容易，所以全球化企业才弥足珍贵。

作为一家植根中国的全球化企业，全球BD也是复星的一个重要能力之一。复星在全球化的过程中，有过一些教训，也有很多收获。前进的道路不可能是一帆风顺的，企业在区域扩张的过程中一定会遇到挫折，但通过以往这些年的努力，复星的全球化战略整体上还是非常成功的，像Club Med、葡萄牙保险等大多数案例都取得了很好的成绩。中国未来的发展，需要有内外双循环共同驱动，复星也会继续植根中国，坚持全球化的发展步伐。

在发展的不同阶段，我们有不同的战略和落脚点，但是一路走来，复星并没有丢掉之前所积累的各种能力。保险+投资的模式已经内化到了复星的能力里。投资是复星非常重要的能力，未来复星的投资会以产业补强为主，为产业运营服务。而保险在未来也会和复星内部产业有更多的协同，内化到复星的大生态中。

复星的目标从未改变，而且越来越清晰，我们希望可以为社会创造更多的价值，形成一个以家庭客户为中心的大生态系统。我们会坚持客户优先，坚持全球化，坚持深耕产业，坚持做对的事、难的事、需要时间积累的事。我对复星的未来很有信心。

# 汪群斌：创新驱动 迈向深度产业运营“解惑复星”



复星国际联席董事长汪群斌：担任联席董事长后，我有50%以上的时间花在人和组织建设上。我会参与几乎所有MD（Managing Director，董事总经理）级别以上的新晋同学面试，特别是“灯塔人才”引入

从上世纪90年代带领团队研发PCR试剂，为复星赚到了第一个1亿元，到现在作为联席董事长，推动复星在技术、管理、机制、文化上的创新，汪群斌始终将自己定位为一位“企业工作者”。他说，做企业、做管理都一样，看上去是一个科学，但同时也是一门功夫，要的是每天不断地投入、创新和进化。时至今日，在复星明确转型“创新驱动的全球家庭消费产业集团”时，汪群斌认为，复星没有可以对标的公司，他们正在一条独属于自己的新路上探索。“我们还是做我们自己吧”，他说。

**转身产业运营**

**原则上，不再拓展多少新的产业。未来，强调产业运营的深度落地**

疫情的发生，在某种程度上，让复星更明确了发力方向。

2020年复星增长的关键词，就是“聚焦”。我们提出四个聚焦：战略聚焦、产业聚焦、区域聚焦、投资聚焦。

复星的产业布局、全球布局已经基本完成，原则上不再扩张新的区域市场，不再拓展多少新产业。未来，复星更多是围绕家庭客户“健康、快乐、富足”的需求，聚焦产品线创新，强调产业运营的深度落地，提升客户体验。

“聚焦”思路下，复星的打法从产业运营和投资的“左右手”转换为“前后轮”，由“后轮”投资驱动“前轮”产业运营。

未来复星将更倾向于旗下产业集团通过投资并购方式，完善产业生态，而不再是集团主导。同时，这些投资聚焦于控股型并购，而不是小比例财务投资。

今年，我们要求旗下每一个产业都要聚焦C2M（从客户到制造者），实现自我闭环。对复星来说，“FC2M”已不是一个简单的口号，而是复星未来机会。目前正在一个创新的FC2M的红利期、爆发期，当然也是一个投入期。

**布局C2M，复星竞争力在哪？**

首先，我们有强大的线下资源，包括创新、制造、供应链和销售能力；第二，我们在

这几年着重加强了互联网、物联网、人工智能、大数据、云计算等方面布局，具备数字化能力，实现与更多C端的链接。复星不仅要把各行业赛道做好，还希望各板块产品发生生态反应，出现乘数效应产品。

今年上半年，复星内部跨企业、跨部门、跨产业建立7个产业运营委员会（健康、快乐、富足、大宗与智能制造、蜂巢、垂直互联网、股权投资融资）及专业委员会，如数字化、产品、财务管理及资本市场、组织与人才发展等。公司还设立产业运营委员会轮值主任，调动各相关企业运营工作与产业资源互通，改变以前相对分散的产业运营管理体系。

产业运营需要深耕和耐心，投资者何时才能看到成果？我们认为“健康、快乐、富足”的家庭消费产业未来是非常长的一个赛道，有巨大的需求空间、成长空间、产品创新空间。未来复星每一个核心产业都要做到行业里数一数二的龙头，其中一个典型案例便是已分拆上市的复星旅文。

短期内，我们对这些子公司的要求与考核不尽相同。对于已进入成熟期的产业集团，比如复星医药、豫园股份，董事会给出的期望是不仅收入上能有比较快的增长，利润上同样稳步增长，但具体到某个产品线上，并不一定要短期内实现盈利，给予团队一定空间，更多还是要发展，关注未来的价值。

无论是多产品线，还是单一产品线，核心都是每个产品线的产品要深受客户欢迎，在所处的行业里具有竞争力，能根据客户需求不断地创新、迭代，这是最重要的。

**50%以上精力投向组织建设 他会参与几乎所有MD级别以上新晋同学的面试**

我认为，人和组织的建设是复星当前最重要的工作，希望我们的组织像一个球队一样，一方面，组织中每个人都有自己的能力，同时又是团队一员，相互补位、配合。

今年，延续疫情期间大放异彩的战时机制，我们开始推行“竞合机制”，所有产业要“271”排名。排名前20%产业赛道，复星充分激励，保证最优质资源集中投入；每个产业赛道内最后10%，换仓、进化，以内部竞争方式打破组织舒适区，提升从总部到产业的运营效率。

复星更期待怎么样的人才？有三点要强调：企业家精神、学习能力、不为经验所困。

截至目前，复星全球合伙人已壮大到54位，并有85后身影。

我们探索出了一套“1+2+7+终极思维”战略制订方法论，制订一年计划与预算，三年战略规划，十年远景布局，及对于行业和企业的终局思考，希望实现“做一年，看十年，想终局”，让复星战略方向始终保持前瞻性与活力。

复星的目标是成为一家“伟大的公司”，它是具备围绕客户需求的创新能力的，它的创新能改变行业、引领行业乃至引领全球。

而目前，复星还在追求“伟大”的过程中。（转载自“每日经济新闻”）

## 陈启宇：创新、全球化、互联网化 复星保持前沿的力量



复星国际联席 CEO 陈启宇：跟着最聪明的人一起做事、探索，才能让我们始终走在创新的最前沿

线上化、健康化、家庭化，是复星2020战略布局新方向，而与BioNTech合作疫苗的复星医药，全方位显出创新魄力，表现出复星大健康板块线上化、全球化与创新化的发展策略。近期，复星国际联席CEO陈启宇在接受香港媒体《信报》采访时做了如下解读：

### 互联网医疗让医疗资源分布更合理

在现今医疗体制之下，发展互联网医疗目前还存在两方面问题：一是医保和商业保险的接入。尽管政策已出台，但如何接入还有一个过程。尤其支付手段仍是左右互联网医疗做大到什么程度的重要因素。

二是互联网医疗服务提供者，也就是医生如何适应互联网诊疗，有多大意愿加入线上诊疗。

现在，我们看到了一个很好的趋势，今年5月份，复星举办“复星健康+”家庭日活动，邀请全国近100位知名医生，包括院士、国家级医疗机构主任委员等。他们之前几乎不接触在线直播，但疫情之下，大家很乐意尝试。

这个模式让我体会最深的，是互联网医疗使医疗资源分布合理化。“候诊2小时，看病10分钟”的问题因线上化而改善。你可以在线问诊，在线递交病例，在线提交影像资料，接受医生在线问诊。

此外，还可实现多学科会诊，不同地区、不同专科医生同时在线，这个形态未来还会发生变化。医疗教学也会发生变化，更多初级医生可以看到高水平医生如何问诊，助力人才培养。同时，在医疗人工智能发展方面，大量数据在线完成，并直接数字化，未来的模式，很有可能是互联网医疗在线，每个人的个人健康数据，这样医疗人工智能进化也会非常快。

### 尊重知识产权是国际合作基础

复星这么多年来一直和海外企业有合作，这种合作始终是建立在信任和尊重基础上。

过去，我们合作是世界顶尖科技

型医疗技术公司和制药公司，对他们来讲，核心关注点就是IP。

这么多年，复星与这些公司能够合作成功，除了遵守当地法律法规，尊重当地文化之外，合作过程中的制度设计、执行过程，对双方IP的尊重和保护，也是双方考量内容之一。

现在的环境下，我们仍会一如既往地按照过去方式，与这些国际型医疗科技公司开展合作。我们已有很好的合作记录和实务经验，和这么多以IP为核心的世界一流医疗科技公司合作，大家都很开心，也很满意，说明我们在操作和合规上完全遵循国际通行的知识产权保护规则。

此外，随着这两年中国制度和法规环境进化，在IP保护上，中国已相对完善。在知识产权保护和执行力度上，虽然每家公司在遵照法律执行上有差异，但从整个制度体系建设上，已较完善，并有一系列相应法规制度来保障了。

当然，站在对方角度同时，我们也要不断创新，也要保护好我们自己创新的知识产权，并从制度层面、法律层面强化，确保中国企业知识产权得到更好保护。

### 复星始终走在创新路上

现在国内创新氛围非常好，特别是在国家政策推动下，通过“集采”，大家看到了医药行业将来的出路靠创新。国家政策鼓励创新，出台了快速审评、优先机制，加上医保、药检再和卫健委出台的“三医联动”，已经把整个行业推向创新驱动，再加上资本市场从天使投资、VC，到香港生物医药板、上海科创板等一系列资本市场的通路打通，使得药品创新在中国有了很好的氛围和基础。

复星医药一直走在创新的路上，从2009年开始设立复宏汉霖、复创医药以来，到目前为止已批准了两个生物类似药上市，未来还有大量的创新产品。我认为，从发展角度来讲，我们还是愿意坚持在创新征程里。

复星的企业文化之一，是要坚持做对的事、做难的事、做需要时间积累的事。同时我们还要聪明、高效地去坚持。复宏汉霖成功，更加坚定了复星在科技创新和自主研发方面的决心和信心。

当然，创新是有风险，有时风险还很高，但承受这样的风险，实际上不但考验我们的资金承受力，更多的是考验我们的技术能力、科学能力的承受度。所以，要做得非常聪明，还是要坚持把失败风险降到最低。

这里有个原则：一是必须要有好的科学家团队，打造一个研发平台；二是要打开自己的眼光，去接触和了解全球最前沿、最新、最好的科技，保证创新方向的机会成本，这样准确率就会高，风险度才能降低。

当然，了解全球最前沿的科技发展，就可以有重点地知道每一个赛道相对精确的信息，知晓从哪些点突破，这个风险期就过了。所以，跟着最聪明的人一起做事、探索，才能让我们始终走在创新的最前沿。

## 徐晓亮：疫情显全球化企业价值 复星踏浪前行



复星国际联席 CEO 徐晓亮：四点看复星：外看产品，内看组织，核心看机制，长期看文化

疫情让全球经济面对前所未见困境，过去一段时间有的企业不能度过难关，有的企业顶住了压力。复星受疫情影响，上半年业绩倒退，但放眼未来，反造就更多发展机会。复星国际联席CEO徐晓亮接受《iMoney》访问时表示，复星历经28年发展，历尽风浪，全球化布局使应对更容易，议价力更强。以下是访谈内容：

### 四点看复星： 外看产品、内看组织、核心看机制、 长期看文化

受到一场席卷全球的新冠肺炎疫情波及，复星上半年纯利同比大跌约73.6%，尤其是“快乐”业务，收入较去年同期减少12.8%至269.4亿元，主要是旅游收入下降，以及投资收益减少所致。旅文业务这次受疫情冲击及资本市场波动影响较大，是中期业绩下降的主要原因。然而上半年，旗下的复星医药、豫园股份、鼎睿再保险等核心企业则实现了逆市增长。

尽管此刻复星受到疫情打击令业绩受损，但经济和国家发展都是有周期的，公司也曾经历过不同的周期，现在所面对的困境不过是企业发展遇到的一个常态。

我们看一家企业能否持续，关键要看文化。复星经过28年的发展，早已形成了属于自己的文化。综合来说，要了解复星的话可以从四个方面，外看产品，内看组织，核心看机制，长期看文化。

这次疫情是全球性的，没有一家企业可以独善其身，但经过疫情其实反而能让复星变得更强大，也让我们更了解到公司的潜力。

比如说经过10年全球化的布局，复星在疫情下显示出了全球化企业的价值，正因如此，我们具备迅速整合的组织能力，在疫情爆发之初，能够通过全球化的资源优势，从世界各地紧急调配防护物资支援国内抗疫。

### 海外、国内双循环

除了全球化，复星也看到国内市场的机遇。针对国家所提到的双循环，复星其实早已布局，因此很快提出了双引擎战略，

也就是说我们除了在海外布局生根，也要结合海外的品牌在国内市场深耕，形成双引擎。

对于未来发展，复星已制定了一个“1+2+7”的10年滚动战略，希望通过下一个10年实现十倍增长。在未来10年，复星要构建“1+N”发展模式，“1”指的是以健康为基础、富足为保障，再结合快乐体验的家庭幸福生态；而整个生态最重要的一环为物种，即产业，因此“N”是指多个融合产业的垂直生态。

复星多年来一直深耕“健康、快乐、富足”三大产业，今年初提出“聚焦”战略，意味着复星已基本完成前期从0到1的布局，下一步战略重心则会聚焦在产业运营，以提升旗下各产业的竞争力和效率。不仅要顺势而为，还要顺势大为。

“快乐”产业在疫情期间展现出了业务韧性。一方面，上半年豫园股份接连完成几笔重大资本交易，实现对包括法国轻奢设计师珠宝品牌DJULA，以及AHAVA、WEI等一众国内外知名消费品牌的控股。

另一方面，尽管疫情期间大众消费意愿大减，尤其是奢侈品，但豫园珠宝时尚集团却在此期间透过拓展销售网点等不同尝试，上半年获得4.5亿元销售，如果可以在全国增加多些直营店和加盟店，利润就可以进一步增加。

### 深度聚焦产业运营

除此之外，疫情也让大家将目光更多投向家庭。

复星顺应消费者行为变化，以健康化、线上化、家庭化为导向，对旗下业务进行数字化升级，并联合旗下产业加速构建具有复星特色的FC2M生态系统。其中，豫园网红直播+素人直播常态化，老庙黄金天猫店上半年销售额同比翻倍，BFC“外滩枫径”开市2个月以来累计吸引市民200万人次，变身网红打卡胜地。

在数字化时代，每个产业都需要C2M。即从客户端出发，通过精准的用户画像和柔性化的供应链直达制造端。

### 增加产业协同效应

除了企业自身发展，产业之间如何协同赋能是下一步的关键。

过去两年，复星内部有了许多联合BD产品，比如说健康板块就推出了一款专为慢性病量身打造的一款联合健康保险产品。支撑这个产品背后的是复星医疗、医药和康养等板块的内部打通，因为上述这些赛道我们都已有了布局，通过将这几个不同的产业组合起来，形成了一个“化学产品”。

口罩业务在疫情下把复星内部的产品BD效应发挥得淋漓尽致。

在疫情下，我们认为口罩会是一个好产品，所以我们依托两百多年药食同源历史的童涵春堂，基于中医和中药技术研发出了一款爆珠清凉口罩，同时利用复星时尚产业的供应链，完车了产品从设计到制造到销售全流程。童涵春的这款口罩一经面世就卖掉1,000多万。

其实在复星的生态中，能够相互BD的产品会愈来愈多，未来会形成常态化打法。

# 首届复星 FC2M 大会暨全球生态供应链峰会 全球生态供应链吹响集结号

◎文|吴心远



复星董事会与业界知名企业、合作伙伴打卡复星首届供应链大会

9月7日，复星FC2M大会暨全球生态供应链峰会在海南三亚亚特兰蒂斯成功举办，来自复星、阿里巴巴、丹纳赫、淡水河谷、国药、海尔、华为、华住、京东、浦发银行、腾讯、招商银行、Cimpress、惠普、星巴克、海康威视等超过500家全球知名企业和供应链伙伴共聚一堂，共同探索消费升级时代的供应链协作赋能，以应对全球市场的不确定性，携手助力疫后家庭消费产业复苏。

本次大会以“拓展全球，生态共赢”为主题，与会嘉宾横跨医药、零售、工程、钢铁、地产、制造、IT等多个领域，参会规模超过1200人，是一场全球供应链盛会。

海南省副省长沈丹阳，三亚市委副书记、代市长包洪文，海南省国际经济发展局局长韩圣健，中国医药保健品进出口商会党委书记孟冬平，上海市工商联副主席施登定，海口综合保税区工委书记、管委会主任陆敏，海南省发展控股有限公司党委副书记、总经理李晓刚，海南生态软件园总经理杨淳至等嘉宾，复星国际董事长郭广昌、联席董事长汪

群斌，复星国际联席CEO陈启宇、徐晓亮，罗格朗中国区总裁安卓，艺康集团高级副总裁兼大中华区餐饮服务及酒店业务总经理Nicolas，默克副总裁、工艺解决方案中国总经理麦轩恺等企业家代表，以及20多位复星全球合伙人现场出席，充分探讨FC2M生态系统的独特优势，展示了复星积极推动供应链伙伴高质量合作、可持续发展的决心。

海南省副省长沈丹阳在现场致辞中表示，“本次大会邀请千余名来自全球的顶级企业家、行业专家、顶级机构孵化器代表，聚焦FC2M战略主题研讨交流，将对后疫情时代的全球供应链转型升级起到积极的推动作用。在加快建设海南自由贸易港的过程中，我们欢迎全球企业家来琼投资兴业，共享海南改革开放的重大成果。”

为特别感谢产业链伙伴对FC2M生态系统的杰出贡献，大会还特别设置了颁奖环节，在各自领域颇有建树的50家核心供应商和合作伙伴，分别获得FC2M卓越供应链合作伙伴、FC2M最具价值合作伙伴、

FC2M优秀合作供应链伙伴奖、FC2M生态发展供应链伙伴、FC2M聚力创新供应链伙伴、全球抗疫合作杰出贡献奖等多个奖项。

## FC2M产业实践， 探索供应链生态价值

本次大会是复星自1992年创立以来举办的首届供应链峰会，分为主论坛和分论坛两大部分。在上午举行的主论坛上，主办方从FC2M的时代背景、产业共赢、全球化发展等角度，设置了三场各有侧重的圆桌讨论。

在当前的消费升级时代，客户对产品和服务品质有更高、更复杂甚至个性化的需求。在圆桌论坛“消费升级下的 C2M 产业链”上，来自豫园股份、酷特智能、星巴克、Cimpress、惠普的企业代表，围绕“柔性供应链带来极致产品体验”分享产品实践。

在圆桌论坛“产业集群，生态共赢”上，来自京东、国药、华住、海康威视、海尔的企业代表，从商业流通、链群运营、数字化链接等方

面，共议一个“从链到网络的供应链生态”。

“在中国，不止于中国。”在信息技术不断发展中，供应链已发展到与互联网、物联网深度融合的数字化智慧供应链新阶段。在圆桌论坛“走向全球的FC2M”上，来自复星旅文、东方CJ、丹纳赫、罗格朗、艺康集团的企业代表着眼未来，从客户需求、持续创新、全球拓展等层面，提出将加强协作共同提升FC2M 全球生态供应链的质量和效率。

在FC2M大会当天下午，根据不同产业板块的特点，主办方还分别设置了数智化、医药产业、珠宝时尚、旅游文化、智能制造等5个分论坛。各垂直产业供应链上下游伙伴借此机会，深入研讨业务，精准对接需求。

在主题为“开放合作，聚力共赢”的医药产业分论坛上，复星医药与国药控股签署关于BioNTech mRNA疫苗的物流战略合作协议，双方将共同建立疫苗冷链体系，包括疫苗的储运和配送，提升疫苗等紧急物资的供应链服务能力。

## FC2M 是什么？复星管理层这么说

◎文|藤国

复星FC2M大会暨全球生态供应链峰会上，全球超过500家合作伙伴的1200多位行业领袖和专家，分享了对C2M模式的思考和看法。

作为国内最早提出C2M模式的企业之一，复星近年来对C2M做了不少的探索。随着今天这一模式逐步被验证，复星的C2M战略也越发清晰，并于今年确立从自身产业布局和能力出发的FC2M生态战略。

FC2M复星、业界怎么解读？一起听听：

### 什么是C2M？

复星国际董事长郭广昌：

互联网上半场聚焦渠道营销，诞生了阿里、腾讯、京东、拼多多这样的平台型企业，互联网下半场聚焦产业侧，即将诞生一批产业互联网龙头。而产业互联网本质就是垂直C2M。

垂直C2M与平台模式有什么不同？平台模式消除C（客户）端与M（制造）端间绝大部分中间商，自己成了两者间最大中间商，由它掌控平台公域流量，统筹C端与M端对接。

垂直C2M则真正消除中间商，借助5G、物联网、AI，让M端无缝对接C端，以柔性智慧化供应链，实现工业化规模满足客



户个性化需求。这里C端流量是一种由M端产品力主导的私域流量，由此打通的是某一垂直领域的C2M产业链。

随着垂直C2M产业链打通，复星横向整

合线上、线下流量入口。比如BFC、三亚亚特兰蒂斯等，是蜂巢城市线下场景化模式；宝宝树，是垂直领域（母婴）的线上场景，向更广阔需求延伸并融合复星其他产业。

### 如何实现C2M？

复星国际联席董事长汪群斌：

要践行C2M战略，很重要是智能制造，最近投资的德国柔性自动化生产线解决方案提供商FFT，就是着眼于每一个生产线、产品线所面临的智能制造转型问题，提升智能制造能力。南钢在着力打造的智慧工厂，同样的产能，人的数量只需原来的十分之一，这些就是复星C2M、智能制造的方向。

复星国际联席CEO陈启宇：

过去大部分产品都是由工业化设备按标准化制造，批量越大越有竞争力。进入互联网深入进化时代，消费者话语权越来越大，不再像过去被动接受产品。工业C2M生态中，无论哪个行业都会面临更多的智能化挑战，我们生产装备要智能化，要通过数据化转化，最终连接到用户，触达真正的用户。

复星国际联席CEO徐晓亮：

每个产业在当前数字化时代，都需要C2M，都值得重来一遍。要实现从产品到客户，从员工到合作伙伴全域数字化，有机闭环。当然，在C2M里，核心的核心还是看产品。互联网公司C2M模式的优点集中在C端流量，而复星则拥有强大的产业深度与广度，在M端资源整合能力更强。

# 复星商社签约海口 领衔 FC2M 产业生态深耕海南

◎文|吴心远

9月7日，复星商社在海南与海口综合保税区管理委员会共同签署战略合作协议，全面嫁接复星产业资源落地海南，助力海南自由贸易港发展。

签约现场，复星联席首席战略赋能官、复星商社CEO祝文魁，海口综合保税区工委书记、管委会主任陆敏分别代表双方签署文件。海南省副省长沈丹阳，三亚市委副书记、代市长包洪文，海南国际经济发展局局长韩圣健，中国医药保健品进出口商会党委书记孟冬平，上海市工商联副主席施登上台，复星国际董事长郭广昌、联席董事长汪群斌，复星国际联席CEO 陈启宇、徐晓亮，复星国际高级副总裁、复星商社董事长李海峰，复星旅游文化集团董事长兼总裁钱建农等共同见证。

协议约定，在全方位、深层次、多领域的战略合作关系基础上，复星商社将积极发挥复星资源优势，落地海南，推动人才、资金、技术等资源向海口综合保税区聚集。同时，海口综合保税区也将发挥海南自由贸易港政策、总部政策、产业政策、金融政策、人才政策等优势，营造良好的营商环境，支持相关项目的落地运营和创新。



复星商社现场签约海口综合保税区管委会

复星国际董事长郭广昌指出，“海南自由贸易港的未来发展蓝图让人兴奋，这也是复星商社落户海南的重要原因。复星商社创建初衷是帮助全球中小企业走向全球，有机会有能力进行全球资源整合。复

星商社作为中国企业参与国际贸易舞台，和海南自由贸易港建设理念非常契合。”

海南省副省长沈丹阳表示，“海南这个宝岛宜居宜业，建设海南自贸港，不只是海南重大历史机遇，更是全世界广大投

资者巨大发展机遇，我们特别欢迎全世界人才，到海南合作，共享重大成果。”

海南国际经济发展局局长韩圣健表示，“海南自贸港的总体目标是对标高水平国际经贸规则，实际上就是对标全球最开放的水平形态，把自贸港打造成为引领中国对外开放的鲜明旗帜和重要开放门户。我们欢迎全球投资者，欢迎复星全球生态链企业到海南来。我们将为复星的产业发展提供BD赋能，为企业提供一站式服务。”

作为复星参与国际经贸合作的核心企业，复星商社（Fosun Trade）脱胎于英雄的复星抗疫全球战时指挥部，在复星全球战疫第一阶段“不惜一切代价”支援国内抗疫，第二阶段以“全球人道主义精神”驰援海外，秉承复星“让全球每个家庭生活更幸福”使命，通过强大的C2M商业模式和敏捷的供应链，整合全球优质供应商资源，按需订制，为全球客户提供价值创造的一站式综合贸易解决方案，志在成为全球家庭幸福商业的构建者。

截至目前，复星商社已拓展海外客户超500家，全球合作伙伴覆盖亚、非、欧、北美、南美、大洋洲的30多个国家和地区。

## C2M 狼烟再起：“消费者需要什么，我们就生产什么”

◎文|林怡龄

供应链是消费品的护城河。传统供应链已发展到与互联网、物联网深度融合的数字化智慧供应链新阶段。

2020年，突如其来的新冠疫情加速了这一发展的步伐。

在首届复星FC2M大会暨全球供应链峰会上，横跨医药、零售、工程、钢铁、地产、制造、IT等多个领域的复星全球合作伙伴共议供应链生态，并向世界宣告了复星健康、快乐、富足各产业携手合作伙伴深入打造FC2M生态系统的决心及实力。

郭广昌在大会上感慨道：“在反全球化的声音中，全球化的能力弥足珍贵，在生意越来越不好做的环境下，产业间的合作弥足珍贵。”

### 搭建FC2M生态重要桥梁：柔性智慧供应链

复星国际联席首席执行官徐晓亮指出：“在FC2M生态中，最重要的就是两句话：你能不能用工业化的手段解决个性化的需求？能不能用工业化的成本，解决个性化的支付成本？”围绕着两个关键问题，柔性智慧化的供应链便是关键。

当下，复星的FC2M生态已经拥有供应商超1.2万，采购额超720亿。不过，复星显然并不止步于此。通过此次大会，复星正在寻求开拓更多FC2M生态合作伙伴、整合全球优质资源。

徐晓亮在大会上介绍称，复星为了将各个产业的全球供应链打通，建立了多层次、多维度、多角度的合作体系。

阿里巴巴/阿里云，便实现了“从复星供应商-复星客户-复星合作方”的多角度业务升级及互相赋能。

在当下互联网公司在C2M上纷纷深入产业之时，复星则相向而行，通过与阿里巴巴合作，借助其云计算服务，支撑复星整体

基础架构和线上化业务运营。当下，复星与阿里共同投资合作的内容包括菜鸟、浙商银行等，以及复星旗下的豫园、复联、高地、星益健康等的IT系统赋能。未来，双方还将围绕零售、医疗、地产、文旅等领域，探索更多业务合作场景。

阿里巴巴/阿里云之外，复星亦在全球链接起了数以百计的优质M端智造者，包括国家技术转移东部中心、丹纳赫、海康威视等，覆盖健康、快乐、富足领域。

丹纳赫的全球诊断平台与复星医药诊断、医疗板块成员企业长期业务协同，互为支撑与保障；海康威视携手南钢，推动基于视频AI智能在生产、安全、综治等业务方向的落地和应用……后疫情时期，复星正与全球的合作伙伴，共同为超过3.5亿C端客户提供产品与服务。

### 巨头纷纷入场C2M，复星各产业迎蜕变

从3月开始，阿里、腾讯、京东、拼多多等相继在C2M上布局。早已悄然布局FC2M的复星，也抓住了这一机会。

与掌握公域流量，实则成为C与M之间最大中间商的传统平台模式不同，复星的垂直C2M战略，打通了专属于M端的C端私域流量。而借助新时代下5G、物联网、AI等技术，复星得以让M端直接触达C端，以柔性智慧化供应链满足C端的个性化需求。

当下，复星在C端与2Link端已经布局了诸多产业。复星旗下的老庙，以“好运”作为核心品牌定位，实现了华丽转身。

郭广昌指出：“真正好的模式不是客大欺店，店大欺客，而是无缝链接需求端与智造端，让他们形成有机的互动，现代技术的发展让这些成为可能。”

老庙所属的豫园珠宝时尚集团致力以家庭为单位描绘用户画像，构建消费场景，

与上游智造端高效合作，快、准、好地直接链接并服务于家庭客户。在C端，老庙建立了CRM会员体系积累会员数据，如今会员总量已经突破100万。

建立30多个直播团队，与头部直播流量薇娅合作，增设银行等多元业务渠道，对接需求，提供产品。上半年，老庙天猫店实现了销售收入同比增长超过100%。

M端，招募近百位设计师搭建设计师平台，内部通过创新孵化和IP合作研发推出古韵金和麦玲玲等系列产品。古韵金今年1至7月便覆盖上千家加盟店，实现5.7亿元销售额，超越2019年全年5亿元销售额。

2 Link端，老庙通过合资公司柔性化供应链实现设计师款产品快速生产和上市，实时响应家庭消费者需求，独立开发万宝宝&老庙系列爆款产品。

柔性供应链让老庙从1到N，逆风飞翔。上半年，老庙所属豫园珠宝时尚集团仍保持门店扩张趋势，门店数净增208家。

不仅仅是老庙，复星将从旗下每个产业M端出发，通过数字化、线上化技术实现其到C端消费者的打通，形成垂直向C2M闭环。

### 聚焦家庭需求的FC2M生态

三亚亚特兰蒂斯、BFC等正以蜂巢城市这种线下场景化的模式，融合其他产业并相互赋能；而扎根某一垂直领域的宝宝树，亦开始向更广阔的需求领域延伸，由此融合复星的其他产业。

从旗下M端资源——互联网医院出发，复星为旗下的佛山禅城中心医院打造了“禅医好医生”，提供在线免费问诊服务。从线上问诊、医生出具处方、医保支付、到线下配送药品到家，整个过程最快3小时完成。疫情期间，禅医互联网医院线上日均问诊量占佛山全市互联网医院问诊量的10%。

当下，佛山禅城中心医院通过利用AR

技术、人脸识别等“黑科技”，落地了“互联网+护理”服务。其率先推出了伤口换药、新生儿护理等43项服务，以解决长期慢性病患者和重点人群的医疗、康复、护理及生活照料的问题，提高医疗服务效率。

此外，禅医“云医室”还为1800多家佛山企业免费提供健康管理、便捷就医、家庭医生及高端定制健康管理服务，助力20万余名企业员工实现全面健康管理。

依托医疗全产业链的布局，复星在整合医疗资源上有着得天独厚的优势。今年5月份，复星推出了一款以家庭为中心的在线医疗健康平台——“复星健康+”。

该平台辐射的近30家医院累计注册医生超5万，累计注册用户超100万。

医疗健康，是“复星健康+”发力的第一步，聚焦家庭客户才是复星的核心战略。以“复星健康+”为着力点，复星已经将快乐和富足两大产业赛道纳入FC2M生态，在该平台上，除了医疗健康服务之外，保险服务、旅游服务（三亚亚特兰蒂斯），以及复星星选+的商城服务等有所呈现。

以点到面，从链到网，每一个产业都是复星FC2M生态不可缺少的一环。而借助国际化的产业布局，复星正通过供应链协作赋能，内外一并推动复星FC2M生态闭环的建设。

郭广昌指出：“其实这么多年来，商业的本质并没有变，都是从客户的需求出发，只是今天得益于物联网、5G、AI等技术的到来，让客户与制造端的链接变得更直接、更高效。”

复星要做的FC2M大生态，不是封闭的、垄断的，而是一个开放的、多元的、能为客户与制造端都带来价值的生态系统。复星愿意通过多维度生态赋能，携手全球供应链伙伴、深度融合，努力打造一个以客户需求为中心，共生、共创、共享、共赢的FC2M全球生态供应链，郭广昌表示。（原文刊载于“亿欧网”）

08  
09

复星人 2020.9.30

920 复星家庭季  
FOSUN FAMILY DAY

# 920 家庭季开启 复星“再造节”

◎文|藤国



920 家庭季联动旗下超 35 个品牌缔造感恩家人暖心活动

9月20日晚8时，浦江两岸流光溢彩，魔都最高塔上海中心和东方明珠，与西岸上海百年文化地标豫园和外滩新地标BFC，齐齐“亮灯”祈愿举国阖家安康。

复星“920复星家庭季”就此开启。

从9月19日起至今年11月11日，复星将在豫园、BFC、三亚亚特兰蒂斯、复地活力城等全国多个地标及商圈，联合旗下超35个生态品牌，举办一系列围绕家庭线下嘉年华活动，联动线上超值会员权益的家庭季“感恩家人”活动。

网红市集引爆家庭欢聚季

9月19、20日，在本次920家庭季线下

主会场之一的豫园，一场集演艺、直播、焕彩灯光、文化剧目及各种会员活动的沉浸式国潮市集举办。超20辆花车承载20余家来自复星生态的好产品，横跨时尚、旅游、美食、健康……组成一条“幸福家庭漫游记”路线，为家庭添乐。

与豫园国潮风呼应，相距不到1公里的“BFC外滩枫径”是920家庭季另一主会场。这一背靠外滩最美夜景的摩登市集，自今年6月横空出世后火遍整个魔都。接下来近2个月的双休日，外滩枫径都会联合复星生态品牌、BFC网红店铺与知名IP，打造亲子互动盛宴。

除了豫园、BFC两大主会场外，复地产发旗下12大重点城市项目将开展艺术、教

育、亲子、旅游等多场景创意活动。高地服务的业主家庭还能参与中秋欢聚宴、社群秒杀、直播特惠、公益便民活动，共同营造社区“家”文化。

复星旗下网红度假圣地三亚亚特兰蒂斯，复地活力城、星光耀广场等坐落于国内7大城市的8个大型商圈也将组织丰富的直播带货、亲子活动和品牌专场优惠。

复游城以“因为有你，尽情FOLIDAY”为主题，线上联动 Thomas Cook 托迈酷客生活方式平台，线下开设复星好物集市、全家福、太仓复游城嘉年华活动，迎双节假期家庭出游季。

复星国风举办观影展、“我有看戏·大圣归来”非遗体验、戏曲演绎等活动集中打造“国风全民造家季”。

复星康养通过“全员家庭日”康养幸福体验月各类主题活动，推出定制化北京香山长者公寓旅居产品。

全网福利唤起家庭感恩季

配合全国线下地标与活动集体造势，本次920家庭季也为广大家庭客户准备了丰厚消费权益和感恩好礼。

微信端超20品牌折扣券、天猫平台“家庭季因为有你”电商大促。

复星首次针对18个品牌线上渠道、33个线下场景开展用户反馈调研，践行FC2M。

复星国际董事长郭广昌表示，“一场突如其来的疫情让我们更珍视、感恩家人的陪伴与关爱。920复星家庭季，希望大家通过我们的活动向家人表达爱意，传递温暖！”

## 联手薇娅 920 复星品牌专场直播上榜前三

◎文|吴雪丽

9月19日，920家庭季薇娅直播“复星品牌专场”，复星旗下豫园珠宝、美妆、表业，及复星旅文、母婴产业多个品牌参与活动，直播当天各品牌销量上榜前三。

老庙黄金：店铺排名第一，粉晶手串单品第一；光芒吊坠单品第二；

AHAVA：补水膏-身体乳行业排名第一；清洁面膜-涂抹式面膜行业排名第一；

海鸥手表：店铺排名第一，祖国万岁定制版行业排名第一；机械表行业排名第二；

童涵春堂：店铺排名第一，枇杷雪梨膏单品第一，果冻单品第三；

老城隍庙：店铺排名第一；我薯鸡单品零食/坚果类目第一；

Foliday：店铺排名第二，爱必依公寓单品行业第一；

三元：单品行业类目第一；

可优比：店铺排名第一；婴童用品类目排名第一。

复星920家庭季 因为有你 所以值得

### 复星品牌专场

薇娅 Vivia 复星全球好物推荐官 淘宝超人气主播

## 超级战报

- 总引导销售额 **3567万**
- 总观看人数 **2141万**
- 总引导进店人数 **316万**
- 总销售件数 **29万件**
- 最爆单品 **三亚爱必依公寓3天2晚餐** 销售额：**705万**
- 最爆单品 **三元极致全脂纯牛奶** 销售额：**406万**

## BFC、豫园乐游游 启幕 920 线下主场

◎文|徐佳



线下主场的豫园和 BFC 都是 920 家庭季网红打卡点

作为920复星家庭季线下主会场之一，9月19日、9月20日，豫园风尚国潮市集举办，通过定制集市、演艺、直播、焕彩灯光、艺术展览、文化剧目和会员活动，打造一条特殊的“幸福家庭漫游记”路线，启幕整个920复星家庭季，直通双11。

九曲桥桥头，矗立一座高2.4米精神堡垒，金色线条勾勒房子形态，是豫园风尚国潮市集必打卡处。

黄金广场，著名黄金艺术家王开方《好运金砖阵》雕塑作品，为来往家庭送上祝福。

奥地利高端贴身衣物品牌Wolford和

狼队潮流品牌WWFC在集市精致“出摊”；Wolford70周年礼盒——粉底液丝袜值得期待。

10年资深婚礼平台百合到喜啦，带来限定“国潮婚嫁箱”，老字号张小泉也带来传统婚庆文化中婚嫁必选礼盒，助君抽取“花好月圆上上签”！

借上海旅游节之际，加拿大国宝——太阳马戏《X绮幻之境》华丽上演。复星艺术中心首次以花车形式入驻，联名植村秀口红限量款套装，及艺术家联名款艺术单品，手慢无。

老庙黄金和亚一精选国潮单品。

中心广场主打健康生活。童涵春堂、薄荷健康和小星医生送健康好礼；老城隍庙食品从老字号药梨膏出发，携梨膏露、梅眉青梅酒和我薯鸡等新品，带来舌尖上的享受。

复星旅文专区，驶入179历史的知名英国旅游品牌——Thomas Cook“小火车”。

策源营造穿越“山海”的旅居体验。复地云极带来“春城”云南鲜花，还有千元旅游基金和定制旅游路线赠送。

东家文创与银杏树下的守艺人，呈现东方美学。

迷你营、火兔免等，为亲子生活注入品质体验。

总之，男女老幼，总有一款适合你。

一车一特色，一车一主题。承载集市好物的花车，每辆有专属名字，福佑、松雪，取材老城厢地名，写明豫园文化积淀。

豫园的三大明清式街区广场，为豫园风尚国潮市集定制灯彩，串起凝晖路、华宝楼和文昌路等豫园标志性点位，是融人、景、灯于一体的焕彩舞台。

豫园高空也纳入文化演出版图。沉浸式话剧《华亭唱宋——寻寻觅觅如梦令》每周六在海上梨园定时上演。海上梨园《欲望牡丹亭》、湖心亭《海上名家谈》皆为佳赏。

线上直播云逛豫园。9月20日，豫园首席出境官杨上又变身“幸福家庭漫游记”体验官，和复星旅文快乐体验官Miss Foliday一起，在“银杏树下的直播间”，推介市集好物。

逛完豫园风尚国潮市集，沿老街往BFC进发，这一天的“幸福漫游记”完美打卡。



# 三亚旅游复苏样本: 亚特兰蒂斯入住率 95%，“从没这么高”

◎文|唐莹莹

3月23日，携程集团董事局主席梁建章在三亚亚特兰蒂斯酒店开启了人生第一场直播，创造了超过1000万元的酒店销售额，其中包括成功售出两套价值58888的酒店套房。算上后续的订单，这场直播共销售了三亚亚特兰蒂斯20000个房晚、爱必侬公寓15000个房晚，共计3500万营销收入。而在今年7月1日海南离岛免税新政正式实施以来，三亚也成为了全国境内暑期最热门的旅游目的地之一。马蜂窝数据显示，今年7月和8月，三亚旅游热度环比5月和6月上升50%。

值得注意的是，来自多个在线旅游平台的数据显示，在三亚的众多酒店和旅游景点中，旅游目的地三亚亚特兰蒂斯的酒店、水世界和失落的空间水族馆均排名靠前。马蜂窝数据显示，今年暑期，三亚亚特兰蒂斯水世界位列三亚热门景点第一；而去哪儿网数据显示，今年8月，三亚亚特兰蒂斯失落的空间水族馆位列三亚旅游景点热度第五。

今年8月28日，2020海南民营企业百强发布会在海口举行，旅游企业入围“2020海南民营企业100强”的共计13家，其中今年新增的是三家，包括海南亚特兰蒂斯商旅发展有限公司、三亚龙湾云天热带森林公园有限公司和海南观澜湖商业发展有限公司。工商资料查询平台天眼查数据显示，复星旅游文化集团（复星旅文，01992.HK）为三亚亚特兰蒂斯的运营主体——海南亚特兰蒂斯商旅发展有限公司的实际控制人，间接持有其100%股权。

三亚亚特兰蒂斯8月营业数据高于去年同期今年上半年，受疫情影响，复星旅文前6个月的收入大幅下降，同比减少50%，净亏损8.98亿元。其中，今年上半年，三亚亚特兰蒂斯营业额录得3.31亿元，同比减少49.5%。其中，受疫情期间游客人次大幅下降所致，三亚亚特兰蒂斯的客房收入和其他经营收入分别下降46.5%和52.9%。不过，可见的是，从今年二季度起，三亚亚特兰蒂



三亚亚特兰蒂斯实景

斯就开始迅速“复苏”。

根据复星旅文此前发布的2020年中期业绩报告，截至6月30日的三个月，三亚亚特兰蒂斯的营业额已经达到去年同期的75.1%，酒店的入住率也已达61.3%，高于去年同期。进入7月后，三亚亚特兰蒂斯的营业额和酒店入住率均已高于去年同期。数据显示，2020年7月，三亚亚特兰蒂斯的营业额录得1.48亿元，同比增长18%；入住率88.1%，高于去年同期的81.4%。

今年8月的前15天，三亚亚特兰蒂斯的入住率达到95%。复星旅文中报显示，三亚亚特兰蒂斯今年上半年的平均每日房价为1732.3元（人民币，下同），而去年同期为2371元。三亚亚特兰蒂斯酒店有1314全海景房，其中包括5间水底套房，最贵的水底套房价格在10.8万元左右。

从在线旅游平台上看到，淡季期间，三亚亚特兰蒂斯酒店价格最低的房间单价也在2000元以上。而今年9月30日前，2000

元左右的海景客房均已售罄；“十一”长假期间，同房型的海景双床房价格在3600元左右，也已售罄。有三亚当地的出租车司机告诉澎湃新闻：“最近暑假过去了，价格才下来了。七八月的时候最便宜的房间4000块都订不到的。”

三亚亚特兰蒂斯主管销售的知情人士告诉澎湃新闻，今年暑期（即7月和8月），按不去重的数据来看，三亚亚特兰蒂斯两个月总人次（包括酒店、乐园和餐饮）达到135万。另有三亚亚特兰蒂斯的工作人员向澎湃新闻透露，今年8月，三亚亚特兰蒂斯水世界的平均人流量大约有每天5000至6000人次（非去重）。值得一提的是，由于三亚亚特兰蒂斯酒店的入住客人可以免门票不限次进入水世界和水族馆，但购票进入水世界和水族馆的游客量达到60%至70%。

水世界夜场票占比30%，客流量同比增长54%虽然今年上半年复星旅文的业绩受疫情影响很大，但看着暑期亚特兰蒂斯的

“火爆”，复星旅文董事长兼CEO钱建农很高兴。他已经在多个场合不止一次地提到：“亚特兰蒂斯（酒店）今年8月份的入住率达到95%，从没这么高过。”

钱建农在接受澎湃新闻专访时表示，亚特兰蒂斯的“火爆”有3个原因：第一是受疫情影响，很多人对旅游产品的品质和健康安全的需求在增加。第二是有一大批原先会在假期出国的中产人群滞留在国内，因此需要更好的旅游产品。很多中高端人士并不想排队去看景点，另外三亚可能也是国内唯一一个滨海度假的圣地，当然很多人就愿意过来。第三是类似今年的夜场活动会吸引很多人，另外我们本身的生态系统也在完善中。

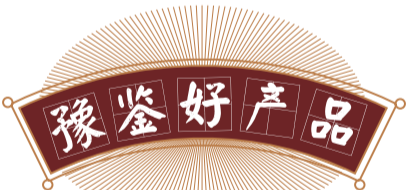
三亚亚特兰蒂斯于2018年正式营业，而今年，三亚亚特兰蒂斯水世界举办了第一届暑期的“夜场嘉年华”。钱建农指出，受夜场影响，今年8月三亚亚特兰蒂斯水世界的客流量比去年同期增长了54%。

钱建农说：“作为亚特兰蒂斯来说，这个综合体本身就是一个生态，但有了复星旅文它的生态就更完善，比如我们帮它来做很多活动，这些东西迪拜都没有。”

钱建农指出：“我们对标的不是迪拜。我们对标的是希望给消费者提供未来度假的一种新的生活方式。这种生活方式不光是住个酒店，并且除了生态体系和生活方式，品牌影响力也是一个很强的护城河。”

另一方面，钱建农认为，亚特兰蒂斯本身就是一个护城河很高的产品。“有些产品不是每个企业都能投的。很少有企业可以投100亿去做这么一个产品，那么这个产品本身的护城河就已经很高了。”

据钱建农透露，亚特兰蒂斯还将开二期。“跟这里（目前的三亚亚特兰蒂斯）是互补的产品。”不过，钱建农表示，目前还没拿到地，还在跟政府拿地的过程中。“我们的目标是让客户有更多的选择，有更丰富的内容和产品。”（原文刊载于“澎湃新闻”）



## 塑造“国潮+国货”产品基因：豫园老字号焕新方法论

◎文|施杨 周丹

要为老字号注入“国潮”基因，开拓全新市场，取得突破性增长，必然面向蓝海、面向新时代、面向年轻消费者。豫园旗下老字号正是沿着这个思路变身国潮品牌，并将继续在年轻化道路上不断探索。《豫鉴好产品》栏目新设，持续诠释豫园国潮产品魅力。

9月12日，上海旅游节正式开幕之际，央视新闻上海旅游节特别节目来到豫园商城，用镜头向大家展示豫园好玩、好吃、好逛、好买的各种好场景与好产品，带来快乐家庭消费的全新体验。

在节目中，一个精致典雅的宋瓷酒瓶引起了记者注意，它就是采用纯青梅发酵，历经十年古法陈酿的梅眉 青梅酒。端庄雅致的瓶身由龙泉国宝级制瓷大师复刻南宋梅瓶而成，格外引人注目。近年来，豫园股份聚焦旗下老字号品牌焕新，积极拥抱国潮，以梨膏露、梅眉 青梅酒为代表的一系列国潮新品层出不穷，受到消费者特别是年轻人广泛关注及好评。

9月5日，梨膏露还与中国好声音全国海选大胆跨界合作，推出好看、好喝、好玩

的“话筒瓶”定制饮品，包装外形酷似话筒，以“养声有道，新生出道”为主题，在上海城市地标豫园商城举行“2021年中国好声音全国海选上海赛区启动仪式”，再一次引爆舆论，突显年轻人对国潮的青睐。

实际上，豫园对于“国货+国潮”产品基因的打造，与管理学中的“稳敏双态”思维有着异曲同工之妙。豫园以“巩固文化底蕴”+“持续产品创新”的老字号“焕新”模式正是暗合了这一思维。

### 稳敏双态思维

双态思维，是将品牌或产品拆分为稳态和敏态两个部分。“稳”是品牌城墙和护城河，具有成熟的消费者认知、固定市场和用户及稳定的营业收入；“敏”如品牌开疆扩土的攻城车，需要快速创新，适应市场与消费者变化。

稳敏兼具，才能把握市场需求。

### 稳：依托文化底蕴打造好产品

### 代表作：梅眉 青梅酒

“海棠真一梦，梅子欲尝新”，追溯中华历史，文人墨客描写青梅的绝美场景不胜枚举。其实，在云南、广东、福建等地，青梅酒的酿制有很长的历史。曹操以青梅煮酒相邀刘备，“青梅煮酒论英雄”也由此被记入史册。

豫园旗下青梅酒就是“国货+国潮”。借势出品的梅眉 青梅酒，将青梅酒与传统文化融合，遵循古法陈酿，纯青梅发酵，原汁原味传承文化韵味。

酒器邀请龙泉国宝级制瓷大师、世界非物质文化遗产“龙泉青瓷烧制技艺”代表性传承人、中华老字号“南宋哥窑”传承人——金逸瑞，复刻南宋梅瓶，形成“梅眉 青梅酒+南宋梅瓶”文化共鸣。

在南宋，梅瓶还可作观赏器，并衍生为花瓶。宋徽宗曾画宫廷插花，梅瓶插花蔚然成风。为还原梅瓶插花雅致，梅眉 青梅酒联合花艺大师张杰，将梅瓶融入到东方装饰美学中，备受年轻消费者欢迎。

### 敏：挖掘品牌价值 持续产品创新 代表作：梨膏露

豫园五香豆、梨膏糖是上海家喻户晓美食。但老字号转型现代品牌，要挖掘衍生意义。

老城隍庙药梨膏配方源自唐朝，咸丰五年开始有历史记载，至今已160余年，是地地道道的老上海味道。梨膏露作为梨膏创新产品之一，以液态形式化身受新生代消费者欢迎的凉茶饮料。

功能上，梨膏露引入百年梨膏古方，甄选金银花、茯苓、甘草等七种草本，清新润喉；工艺创新上，梨膏露萃取草本核心，让其焕发活力功效，“梨”不开历史传承，“梨”不开工艺创新，“梨”不开健康生活。

2020年，梨膏露克服上半年疫情影响，自2019年6月上市以来，截至2020年6月累计销售超千万元，成绩卓越，而这正是豫园老字号持续产品创新，提升老字号品牌价值的精彩一笔。

# 南钢股份上市 20 周年： 引领行业转型 建设伟大企业

◎文|邵启明

南钢，因“钢铁报国”而生，由“钢铁强国”而长。

1958年，南钢诞生在南京长江之畔。在这里，南京产出江苏“第一炉铁、第一炉钢、第一根钢材”。这里成为“江苏钢铁工业的摇篮”，全国战略布局“十八罗汉”之一。

2000年9月，以南京钢铁集团有限公司部分钢铁主业资产投入发起设立的南京钢铁股份有限公司，在上海证券交易所上市。南钢充分挖掘自身资源，结合发展战略规划，积极主动利用资本市场，产融结合，走出一条持续稳健发展道路，形成利用资本市场服务实体经济产业结构调整和转型升级的“南钢样本”。

2000年上市以来，南钢股份通过资本市场累计实现直接融资金额243亿元，其中股权融资172亿元，占比约70%。资金主要用于南钢股份装备大型化、现代化改造，用于节能减排和超低排放等，有力支持产业发展壮大。南钢从上市时的100多万吨级普钢企业，成长为千万吨级精品特钢企业，也是国家精品钢制造基地；从上市初主营收入34亿元提升至2019年478亿元，市值也由原50亿元以下，跨入200亿元阵营。

上市运营20年以来，南钢股份积累了一些产融结合的成功经验：

——2003年，实施我国证券市场第一例要约收购，引入复星作为战略投资人，实现实际控制人和控股股东变更的平稳过渡。

——2005年，通过公开增发方式，完成南钢股份上市后首次市场融资，全部用于中厚板（卷）项目，这是奠定南钢在中厚板行业领先地位的标志性项目。

——2010年，南钢股份完成收购控股股东钢铁主业资产，融资规模90.92亿元，实现钢铁主业资产整体上市，形成板、线、棒、带、型材等五大产品体系，行业地位大



上市 20 年，智慧南钢正往更有创新突破的方向迈进

幅提升。

——2017年，南钢股份定增募集资金17.88亿元，主要用于超低排放、高效发电、智慧中心项目，支持产业高质量发展。

——2020年，南钢股份完成发行股份购买资产，解决少数股东权益影响，归母净利润进一步增厚，整体盈利水平增强。

近年来，南钢股份提倡“共创共享”企业文化，为给员工构建利益共同体、事业共同体及命运共同体，实施钢铁行业上市公司首倡员工持股计划，当时参与员工达3700余人。2017年始至今，连续三年推出股权激励计划，将股东利益、公司利益和员工个人利益三方结合，让各方合力聚焦公司可持续发展。

南钢股份还积极推动子公司证券化，

倒逼其加强独立面对市场竞争的能力，从配套企业转为市场化平台，促其业务更精更强，钢宝股份、金恒科技先后挂牌新三板。

2009年始，南钢股份不断摸索和实践利用期现交易对冲上下游原材料、产品订单价格波动，保持生产经营稳定。2019年，南钢股份被上期所授予“产业培训基地”。

“十四五”期间，南钢股份将进一步借力资本市场，聚焦钢铁新材料，打造相关多元产业链生态圈。内生方面，围绕“智慧采购、智能制造、智慧物流、垂直电商”四大平台，由对内服务走向对外业务；外延方面，基于钢铁产业，围绕新材料、互联网、数字化等进行产业投资。

未来南钢，必将引领行业，建设伟大企业。

## 数说南钢股份 上市 20 周年

◎文|邵启明

### 一、钢产量突破1000万吨

2018年，南钢股份精品钢突破1000万吨，当年实现净利润47亿元；2019年钢产量达到1097万吨，位列世界50大钢企第39位。

### 二、研发投入3%

南钢股份系国家高新技术企业，连续7年研发投入占营业收入超过3%，多项研发成果顺利转化为重磅级产品，用于多项大国重器和重点工程。2019年，先进钢铁材料销量突破137万吨。

### 三、直接融资243亿元

产融协同发展，推进产业结构调整和转型升级。上市以来，南钢股份实现直接融资243亿元，其中股权融资172亿元，占比达71%。融资资金用于转型升级、智能制造及超低排放等项目。

### 四、现金分红53.65亿元

充分维护全体股东权益，稳定投资者回报预期。2000年上市以来，南钢股份累计现金分红53.65亿元，分红比例达41.36%。

### 五、股权激励181人

2015年，实施钢铁行业上市公司首例标准的员工持股计划，共计3648名员工参与。2017—2019年，分三期对181名核心骨干实施股权激励，打造利益、事业、命运共同体。

### 六、环保节能投入70亿元

累计投入70多亿元，推进超低排放和资源综合利用，构建绿色发展体系，建设工厂花园和工业旅游示范区。

### 七、投入扶贫资金2500万元

南钢股份制定《精准扶贫工作三年规划（2018—2020）》，3年投入2500万元用于精准扶贫。

### 八、智能制造C2M

建成首个基于5G+工业互联网的“JIT+C2M”智能工厂，实现柔性生产和全球化定制配送；正在建设中的智慧中心将实现远程化生产和无边界协同。

## 黄一新：加快形成南钢股份战略新布局 挺起世界级智能化工业脊梁

◎文|邵启明

今年9月1日中央全面深化改革委员会第十五次会议上，习近平总书记作重要讲话，“加快形成以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局，是根据我国发展阶段、环境、条件变化作出的战略决策，是事关全局的系统性深层次变革。”

8月20日，习近平总书记在合肥主持召开扎实推进长三角一体化发展座谈会时指出，长三角不仅要提供优质产品，更要提供高水平科技供给，支撑全国高质量发展。

“南钢作为长三角区域的一员，必将以只争朝夕的拼搏精神抓落实，以奋发有为的崭新面貌谋发展，既谋划长远，又干在当下，进一步发挥人才富集、产业基础好、创新能力强等诸多优势，积极探索形成新发展格局下的战略新布局。”南钢联党委书记、董事长，南钢股份董事长黄一新指出。

南钢的“十四五”规划，从时间上来说，是“1+2+7”，是一个10年的规划；从企业层面来说，一个是南钢联，一个是南钢股份。未来五年，南钢联年营业收入要超过2000亿元，管理市值要超过千亿美元，同时要成为绿色、智慧、高科技的产业集团，要成为世界头部企业，实现从“大”到“伟大”；南钢股份要成为最具投资价值的上市



南钢联党委书记、董事长，南钢股份董事长黄一新：工业产业互联网巨头极有可能出现在传统制造业，南钢只争朝夕

公司。

“数字化技术赋能的工业产业互联网风口已经来临，但是工业产业互联网巨头尚未出现，会不会来自传统制造业？极有可能！”

“十四五”期间，南钢股份围绕钢铁制造、组织能级、创新、数字转型、绿色发展、全球化、资本市值等方面编制规划，重点推进以下工作：

通过管理能力、创新能力和效率效能的输出等，做大做强钢铁板块；

推进组织变革及组织效能提升、数智化人力资源体系构建；

围绕高端研发平台规划、新产品研发规划、数字研发建设等，打造具有产品力、品牌力的科技企业；

在数字转型上，布局数据中心，推进工业互联网智慧产业建设，做世界级智能化工业脊梁；

在绿色发展上，进行全工序节能诊断与装备改造规划，建设工厂花园，打造城市钢厂标杆和工业旅游示范区；

在全球化方面，优化产业布局、产品生态、要素资源配置，形成“逆全球化”应对策略和应对方案；

在资本市值上，构建“产业-资本”生态圈，推动各业务平台资产证券化，优化资金管理和资源调配，构建资金生态体系。

“‘十四五’期间，南钢股份将在‘追求伟大’进程中做好‘布局’和‘赛道’选择，并

迭代进化品牌、价值观、企业文化，切实推进企业可持续发展。”黄一新认为，工业互联网时代催生了共生、协同、赋能、跨界、生态等新的价值观和文化理念。对此，南钢股份倡导六大新思维：战略生态化、组织平台化、人才合伙化、领导赋能化、要素社会化、运营数字化。面向未来，南钢要实践从经营产品到经营客户、从经营市场到经营数据、从经营企业到经营生态的三大转变。

南钢将以客户为中心，以价值创造为导向，从“让数字化融入南钢人的基因”、“让创新成为南钢人的工作习惯”、“让客户满意是南钢人的共同追求”、“从生产工业品升级到智造‘消费品’”、“建设健康美好生活家园”、“从‘高原’向‘高峰’攀登”等角度，重新定义、挖掘、塑造企业文化和价值观。

进入新时代，作为国家级高新技术企业，南钢股份以“创建国际一流受尊重的企业智慧生命体”为愿景，以全方位数字化转型为路径，构建双主业耦合发展的复合产业链生态，致力于打造创新驱动、数字化转型、新产业裂变“三条成长曲线”，立志成长为钢铁行业转型发展的引领者，挺起世界级智能化工业脊梁！

# 上海唯一看得见“最美天际线”的夜市,靠什么留住烟火气?

◎文|黄尖尖

马克从新加坡来上海15年了,每个周末来“外滩枫径”摆摊12个小时,成了他的生活乐趣。

一座城市滨水岸线的魅力,在于不断生发出新业态,注入有活力的新内涵,让人与城市对话。在黄浦滨江,璀璨的夜市,文艺范儿的美术馆和书店,与江畔的自然风景交相辉映,这些新空间在繁华了城市商业的同时,也为多元文化交融、展现城市烟火气提供了舞台。

## 是美食街,也是人情街

枫泾路是一条150米长的小路,东西向连接中山东二路和人民路。在枫泾路靠近外滩的市集入口,远远地看到一座6米高的巨型“大鸟”,这是出自“芝麻街”的角色。BFC外滩金融中心(以下简称BFC)与卡通IP“芝麻街”合作举办了限时3个月的艺术体验街区,呆萌的卡通角色雕塑与BFC魔幻的大楼形成强烈的反差,引来游人围观拍照。

越往里走,烟火气渐浓。夜市集少不了美食,“外滩枫径”的美食商户占全部商户的一半,从上海的本土特色到来自西班牙、墨西哥、德国、意大利、日本等地的风味美食,从海鲜烧烤、小龙虾到网红汉堡、分子冰激凌……堪称一场世界美食大赏。

马克的娘惹糕点摊位前排着长队。炉子上正烤着一种叫“Rempah Udang”的糕点。“在马来语中, rempah是一种酱料,而udang是虾。”马克说。糕点外面包裹着芭蕉叶,里面是糯米、虾米、椰丝,加上十几



种材料,经过炭火烘烤以后,糕点从正方形变成圆筒形。

如今,每个周末来“外滩枫径”摆摊12个小时,成了马克的生活乐趣。“我觉得这里不仅是一个市集,更是各国文化交融的一个舞台,隔壁是西班牙的美食店、香港的茶餐厅档、日本的章鱼烧……一站式什么都有。我老婆每次从街头走到巷尾都会买很多东西。”每周末,“外滩枫径”的摊位都在发生变化,娘惹小摊的菜式也一直在改变。

## “玩具大王”与艺术大师同台

美食摊位逐渐散去,新奇有趣的文创摊

位开始映入眼帘。Saint John的铁皮玩具摊位最受孩子们的欢迎。铁皮小车、铁皮房子、铁皮跳跳蛙等,应有尽有。店主老爷爷把玩着手中的玩具,一只铁皮猴子克服地心引力顺着绳子往上爬,引来小朋友们一阵惊呼。

在文创区域,这样隐藏的“明星摊位”还有很多。位于BFC的“京都之家”是日本京都府指定的全球首家海外推广平台。从8月15日开始直到年底,“京都之家”利用门前向外滩方向延伸的广场空间,打造了一条沉浸式的日本风情体验街。

和风市集共有20个品牌,摊位按照京都深夜街头的“屋台”造型设计。所售卖之

物从小吃、啤酒到和风小物、日式美妆。为了让体验更完整,“京都之家”还特别准备了夏日浴衣换装,男女款皆有。仲夏之夜换上京都服装,游玩和风市集,仿佛置身异国。

音乐声不尽,烟火气不散,夜市集以其独特的创意和韵味,见证着属于这座城市的包容、情怀和独特记忆。

## BFC 外滩枫径、重庆洪崖洞、青海茶卡盐湖都入选了这个榜单···

◎文|王一

8月31日,人民日报人民文旅研究院联合中国经济体制改革研究会互联网与新经济专业委员会共同发布《全国文旅“网红打卡地”TOP20价值推荐榜》。BFC外滩枫径与湖北武汉大学樱花大道、重庆洪崖洞、青海茶卡盐湖等全国多个风景名胜共同入选榜单。

## 信泰云仓·华南枢纽竣工,智造“城市身边健康守护”

◎文|周丽群

今天(8月28日),复星旗下专业医药温控枢纽—信泰云仓华南枢纽项目在广西南宁竣工,项目的落地运营将进一步完善南宁及周边地区大健康产业链,弥补区域内医药冷链转运中心的空白。通过更为广阔、深入的产业协同以及市场、资源的对接,为当地医药流通产业的发展注入新动力,为社区家庭提供更安全、更便捷和更有温度的健康管理服务。

信泰云仓·华南项目总建筑面积53,548平方米,主要为医药大健康企业提供温控全程供应链服务,是华南地区药品、医疗器械、食品等进出口的主要节点。依托南宁空港和公路交通的优势以及东盟桥头堡的区位优势,重构对时效有严格要求的医药、食品流通布局,成为辐射华南地区的生物医药、进口药品、医疗器械、高端食品的存储、分销基地、医药冷链物流配送基地及华南区域结算中心。

同时,还将协同复星优质产业生态资源,为入驻园区的中小型企业赋能,负责入驻药企的产品交易结算,实行税收落地。衔接生产企业和药店终端的需求,引入互联网医院的远程开方服务解决社区居民到店无处方购买处方问题;采用远程审方中心,解决零售门店药师不在岗情况下销售处方药的审方问题;通过阳光集采平台进行全球集中采购,将药品、高端食品等的供应设在居民家门口,快速高效地服务南宁及周边地区的居民,有效保障他们的食品及用药安全。

未来,依托复星在健康产业投资、运营领域的优势,信泰将建设覆盖国内的10个区域物流中心、20个省级物流中心和30个省内配送中心,总面积达300万㎡,建设一个开放、共享、社会化的中国医药物流基础设施平台,并持续提升安全、可及、可视、高效的专业供应链能力,完善全国药网和最后一公里配送体系的建设,提高中国医药服务能力,支持中国高标准医药服务体系的构建和不断完善。

同时,利用互联网技术,为各类医药健康企业和消费者提供多元化产品和服务,最终促使建立社会化资源高效协同机制,实现资源共享。

# 豫园中华老字号 + 珠海斗门特色 复星为大湾区打造“文化蜂巢”样本

◎文|李和裕

40年来,始终秉承生态优先的珠海,为后续更高水平的发展积累了强大的生态优势。去年12月,复星在粤港澳大湾区规划的首个文化商业类项目——珠海文化蜂巢落户珠海西部生态新区,将被打造成为复星产业生态与岭南风情元素相结合的“文化蜂巢”。

## 落子珠海: 擦出老字号与岭南特色的火花

今年3月17日,珠海市委书记郭永航、市长姚奕生会见复星国际董事长郭广昌。“珠海是我在疫情发生后公务拜访的首站。”郭广昌表示,本次会见将成为复星更大程度参与粤港澳大湾区建设、深度参与珠澳合作发展的发轫,助力复星实现更高质量发展。

去年12月26日,复星获得珠海西部生态新区A片区商住项目,项目总用地面积约25.5万平方米、总建筑面积近60万平方米。据了解,项目定位为文化产业地标,规划设计了珠海西区首座以岭南风情为元素的情景街区,将围绕“味蕾新字号”与“粤韵文创区”两大主题,将复星旗下豫园股份的中华老字号资源与珠海斗门本地特色文化相结合,助力推进产城融合,打造主题突出、文化沉浸、体验性超强的开放式商业街区。

2015年10月30日,《广东珠海西部生态新区发展总体规划(2015-2030年)》正

式印发实施。珠海西部生态新区成为全省唯一一个以“生态”命名的新区和省级战略平台,作为重要组成部分的A片区,正按照粤港澳大湾区的发展要求,着力打造宜居宜业宜游优质生活圈,建设低碳、智慧、生态、滨水、宜居之城。复星将“蜂巢城市”项目落户于此,可谓眼光长远、谋划得力。

## 谋定而动: 围绕六大产业投资参与珠澳合作

文化蜂巢的落户,只是复星布局珠海的开端。按照发展计划,复星下一步将围绕粤港澳大湾区发展战略,从珠海(横琴)、澳门、葡语国家、复星自身发展优势四个点位,全盘考虑在珠海的发展战略,深化在特色金融、科技创新、医疗健康、跨境商贸、文旅会展、商业服务等六大产业投资,以新兴产业全面参与珠澳合作发展。

其实,复星早已积极参与到粤港澳大湾区的产业布局中,尤其是在大健康领域。2013年,复星医药收购了佛山市禅城中心医院。复星相关人士介绍,这家广东知名、通过JCI国际认证的三甲医院如今已成为了复星健康产业下的旗舰医院,被全力打造成一个医疗+保险+养老+互联网的转型样板。日前,中国医院2019竞争力排行榜新鲜出炉,佛山市禅城中心医院蝉联中国社会办医单体医院第一,连续三年稳居首位。

在珠海,复星同样发力。2017年9月,

复星成为珠海延年医院控股股东并将其更名为珠海禅城医院,由佛山市禅城中心医院派团队入驻,在对口支援、远程医疗服务、专科建设、人才培养及信息化平台建设等方面给予大力支持。

复星还成功进军广东健康保险领域,2017年,复星联合健康保险股份有限公司落户广州南沙,经营业务范围为各类医疗保险、疾病保险、失能收入损失保险、护理保险、意外保险等,目前已在东莞、江门、佛山、中山、惠州等地设有分支机构。据复星相关人士介绍,这是复星打造大健康产业闭环的关键一环,同时也展示了这家领军企业对政经大势、特别是经济地理版图变迁的把握能力和远见。

此外,在广州的琶洲互联网创新集聚区,复星落子“智慧蜂巢”项目——复星国际中心,将成为复星深度参与粤港澳大湾区建设的“桥梁”。



低碳水轻食



90后理财

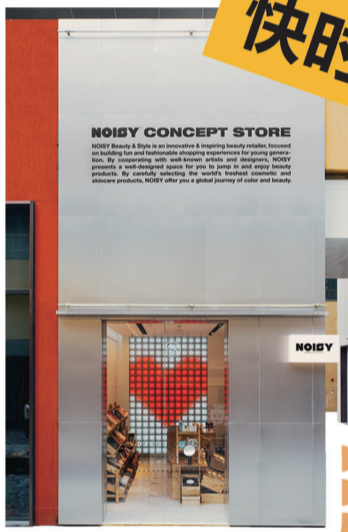
沉浸式美妆



二次元



快时尚



# 这届年轻人的 热食

颜值经济



健身社交and健身家里蹲



新国潮

## ◆◆◆ 这届年轻人的热爱 ◆◆◆

## 怎么定义这届年轻人

2000年中国加入WTO后，国民经济“陡峭化”增长，人均国民收入财富积累的速度猛烈，造成世代间财富积累速度明显分化。这一届年轻人继承外公外婆、爷爷奶奶、爸爸妈妈的财富、房子、人脉资源，具有最强的资产负债表。根据第一财经商业数据中心（CBNData）的报告显示，目前中国的年轻人群约1.49亿，其每月可支配收入高达3501元，而全国居民可支配收入还仅仅停留在2352元。

与此同时，作为这个时代的互联网原住民，这一届年轻人可以说不折不扣的屏幕动物，与智能手机、平板电脑形影不离。他们伴随着智能手机和社交媒体长大，电子产品对他们来说并非技术手段，而是生存环境和生活方式，所以“一直在线”是常态。互联网带来供应链和销售渠道的升级，移动支付崛起带来付费意愿和付费意识的加强以及移动互联网带来内容娱乐消费的爆发，年这一届年轻人完全享受了互联网发展带来红利。



## 喜欢吃什么

随着当代年轻人对健康膳食的不断追求，“吃什么”成为了一个讨论热点。当下随着吃货文化的盛行，外食者越来越多，年轻人对于营养素的考量却越来越稀缺。同时，由于当代社会人们工作繁忙而来不及吃饭，急需小巧便携而营养素丰富的“口袋零食”应急。这些趋势造就了健康蛋白棒的今日地位：2019年全球蛋白棒市场总值达到了90亿元，预计2026年可以增长到138亿元。

ffit8作为健康品牌的业内黑马，极受年轻人的喜爱；疫情期间在京东、天猫、小米有品等渠道，共售出81万根蛋白棒，销售额突破1000万。与传统蛋白棒相比，ffit8在保证了好味道和高蛋白质含量的基础上，其热量低了30%-40%，让大量想要饱腹但仍想保持身材的当代青年瞬间种草。ffit8首次与小米有品众筹发布的定制版“ffit8轻体代餐蛋白棒”，上线24小时即突破400万元，众筹完成率达到5585%，成交数达67857盒。在老罗的带领下，人们对蛋白棒的认知逐渐从增肌减脂的专业角度逐渐延伸到健康潮流的生活态度，让ffit8成功破圈至更广泛的使用人群和健康食品市场。在代餐文化盛行下，ffit8牢牢抓住中国代餐蓝海市场的高速发展机遇，成功套牢年轻一代消费者。

## 喜欢做什么

新一代年轻人对于健康生活态度的追求推动了健身行业裂变。生活在智能时代的这一届年轻人已不再满足于传统健身房，而是热衷于探索新的健身模式。有分析指出，新型健身房至少夺走了传统健身房90%的年轻小白用户。

“不办卡，不推销”，致力于打造健康的生活方式，链接城市中多元社群的超级猩猩彻底颠覆了传统健身房为人诟病的种种。凭借“按次收费”模式以及“健身与舒适”社交，超级猩猩一跃成为这一届年轻人热捧的“潮、酷、燃”生活方式。疫情期间，超级猩猩首创“超猩家里蹲”系列线上直播课程，首场直播便突破17万人，直播同时在线人数最高可达28万人次，有近5000万人次观看或回放直播，掀起这一届年轻人在家运动的热潮。

## 这届年轻人喜欢规划什么

随着85后成为社会中坚力量、90后迈入而立之年、95后在支撑崭露头角，青年人群成为投资理财的一支新生力量。根据《2019线上理财人群报告》显示，80后和90后是线上理财的主力人群，分别占调研总人群的33%和30%。其中95后的力量不容小觑，线上理财需求大幅超过拥有一定财富积累的70后。

年轻人理财意识日益增强、逐渐养成了积累财富的好习惯，许多金融机构纷纷开拓年轻人市场，例如德邦证券针对青年群体提供多样化的理财产品和专业的顾问服务，并通过“邦小白”系列投教帮助大家开启理财生活新篇章！

## 喜欢穿什么

作为文化自信且个性化的一代，这一届年轻人的成长还造就了颜值需求的热潮。以医美，化妆品，服装，自拍为主的颜值经济早已占据了年轻人消费的半壁江山。作为追求个性化又有消费力的年轻一代，他们不再单纯满足于追随时尚潮流，而是希望更多的了解服装背后的设计理念，从而能够通过服装展现个人风格。

作为国内最大的独立设计师服装平台，ICY全球设计师平台集结了400位左右的独立设计师，全链路赋能独立设计师品牌，让年轻消费者都能找到表达自己个性的穿衣风格。与此同时，ICY还拥有国内最大的明星博主体系，超2000名时尚博主加入ICY时尚社区，全面覆盖这一届年轻女性群体所关注与追捧的时尚品味。在疫情期间，ICY还以极具颠覆性的数字化技术，打造了一场具有临场感、沉浸式、全民性的数字时装周，获得1.3亿微博话题量以及1200多万在线时装周浏览量，实现涵盖时尚、数字艺术、创意营销、校园文化等年轻圈层的多频共振。

在亚文化不断发展的今天，作为互联网“原住民”的这一届年轻人对于服饰和风格的要求也逐渐多样与细分化，近年来大热的汉服文化便是。中国传统服装汉服作为国服的一种，得到了很多二次元青年的钟爱，根据艾媒咨询数据显示，2019年中国汉服爱好者规模已达到356.1万人，连续4年保持70%以上高增长。与此同时，年轻的汉服爱好者还致力于打造在群体社群“汉服圈”，在其中表达自我并得到同类群体拥护，加速引爆国风狂潮。

早在今年，华裳九州联合天猫国潮联合举办的“国风大赏”活动就引爆全网热度，超50多家汉服品牌以及超300位国风领军型KOL在现场展示了200多套华服，引发圈内外文化共振。除此之外，“国风大赏”还邀请了年轻人喜爱的明星于朦胧、青春偶像左卓等参与此次汉服秀典走秀也带动了资源的流转，在粉丝圈层中吸引更多的年轻人，促进了二次传播，推动汉服秀典的出圈破圈。活动直播累计观看近2000万人次，话题总量达25.2亿，总讨论量180万，“国风大赏”真正将汉服文化、传统文化转化为品牌产品的文化载体，打通价值输出链中关键的一环，与更重文化价值的新一代年轻人完成了一次深层次的情感沟通。

## 喜欢画什么

“oh my god，买它！”当李佳琦们的直播里开始出现越来越多的国货美妆时，国货美妆的兴起已经是不可忽视的潮流。新兴的国货美妆凭借其亲民价格以及网红带货后，钻进了这一届年轻人的包包。2019年618活动期间，天猫平台中，有589个国货品牌成交额同比增长100%，183个国货美妆品牌同比增长1000%，小红书、抖音、知乎、B站、淘宝直播等渠道，从线上到线下，国货美妆充斥着这一届年轻人的世界。

于此同时，美妆作为一个强体验的行业，线下体验无法被替代，这一届年轻人依然热衷于线下hang out和实地打卡。在这样的需求下，针对年轻群体打造一站式美妆乐园Noisy Beauty，通过打造全新沉浸式美妆购物场景，提供最潮流、最新锐的美妆产品，不懈构筑“Joy&Surprise”的购物体验，在各类美妆集合店中脱颖而出。在疫情期间，NOISY Beauty更是上线了“暖春战役”专区，推出系列抗疫相关的个护产品，发动粉丝共同讨论在家蹲如何完美护肤，拯救口罩脸，口罩妆等热门话题，引起年轻人高度共鸣与追捧探讨。据悉，NOISY Beauty已在广东、江西等省份开设数十家门店，2019年，销售量超两千万，2020年，公司预计将达成1亿销售额。



九月，是丰收的季节，也是分享的季节。2011年9月，上海始创“公益伙伴日”活动，把整个9月作为人人参与公益的月份；2016年，《慈善法》颁布，更是将每年9月5日确定为“中华慈善日”。十年前，上海世博会提出：城市，让生活更美好；十年后，我们相信，公益，让城市更有温度。

历40多年的经济高速发展，人民群众的获得感、参与感和幸福感，成为改革开放新的主题词。“修身、齐家、立业、助天下”，复星不改初心，助力社会发展。在这个九月，我们为暖心乡村医生颁奖，我们承办“上善论坛”；我们为陇南洪灾捐赠，为贫困地区的孩子们送上开学口罩；贫困县的剧团到海上梨园表演，大批防疫物资到达菲律宾……

站在九月，回望2020年，这必将是留给历史复杂而丰富的回忆的一年。2008年因汶川地震被称为“中国公益元年”，2020年将因新冠疫情成为“中国全民慈善之年”。从来没有一段时光像今年一样，每个人都被裹挟其中，每个人都努力伸出援手，也被他人救助。复星公益在书写历史，也被历史书写。在这个九月，我们承诺，每一位复星人都将负重前行，同心戮力，不断推动复星公益的破局发展与迭代重生。

# 大城有爱、公益之城！ “上善论坛” 首发“上善共识”

◎文|谢诗辰



上善论坛达成“上善共识”

首届“上善论坛”于9月6日在上海复星艺术中心圆满举行。论坛以“人民城市建设中的社会力量参与”为主题，对相关内容进行了深入探讨，首度发布“上善共识”。知名艺术家、慈善家韩天衡先生为论坛题词并为论坛设计永久标志。

上海市民政局、上海市社会组织管理局局长朱勤皓在论坛上指出，大力弘扬公益慈善精神，凝聚更多共识和力量，建设更有温度的城市，是举办上善论坛的意

义所在。

复星党委书记、高级副总裁，上海复星基金会理事长李海峰表示，落实“人民城市人民建”宏大理念，更重要的是充分调动这座城市所有社会力量共同参与上海公益慈善事业，让它走在全国前列，并能更国际化。

圆桌论坛环节，腾讯公益慈善基金会执行秘书长窦瑞刚，第十届“中华慈善奖”慈善楷模、原上海师范大学校长杨德

广，均瑶集团总裁王均豪，北京大学非营利组织法研究中心主任金锦萍，上海市基金同业协会会长、汇添富基金董事长李文，上海电视台主持人曹可凡，共议企业与公益、公益与社会、公益是否无偿等几大热点内容。

论坛期间，由上海交通大学徐家良教授主笔起草，经与会各方代表广泛深入讨论，发布了首个“上善共识”。全文如下：

一、我们的理念：向上向善，共建共享。坚持人民城市人民建，人民城市为人民，精心培育发展公益慈善事业。

二、我们的目标：大城有爱，公益之城。弘扬中华民族优秀传统文化，学习社会主义先进文化，努力走出一条中国特色的公益慈善发展之路，助力提升城市生活品质，让人人都能感受到城市温度。

三、我们的责任：公谨自律、诚实守信。不忘公益初心，牢记使命担当；优化内部治理，从严自律自治；规范慈善行为，追求公平公正；坚持公开透明，提升公信力。

四、我们的追求：至善至美，追求卓越。坚持社会主义核心价值观引领，秉持上善若水的精神，追求止于至善的境界。畅通公益慈善的参与机制，充分发挥社会资源的综合效能，推动公益慈善事业的高质量发展。

## 德邦证券参与首届“上善论坛” 为基金会资产管理献计献策

◎文|陈颖

首届“上善论坛”于9月6日在上海复星艺术中心圆满落幕。在“上善论坛”的“推动基金会资产管理”分论坛上，以德邦证券为主的金融资产管理机构代表与沪上数十家有影响力的基金会共聚一堂，交流基金会资产管理实践经验，探讨《慈善组织保值增值投资活动管理暂行办法》与合规投资，为发展公益力量提供更好的保障。

目前，上海市各公益基金会的总资产规模早已超过200亿。按照《暂行办法》赋予的政策空间，开展合法投资活动，在善款安全的前提下实现资产保值增值是所有公益基金会关注的话题，也是本次“推动基金会资产管理”分论坛组织的缘由。在主旨演讲环节，德邦资管通过分析国内外基金会的资产管理现状和案例，以投资理财的“四象限法”为基石，提出了针对基金会资产配置的思路，并结合基金会资产保值增值的目标，通过对不同大类资产的特性分析提出了详实清晰的配置建议。

此次分论坛的研讨互动环节，德邦资管还参与了主题为“安全性VS流动性，如何寻找基金会保值增值的平衡点？”“哪些因素会导致基金会无法进行有效资产管理？资金准入门槛过高、专业人员欠缺还是资产管理所需投入精力较高？”“创新模式探索，如何将投资收益与公益捐赠结合，实现多赢？”等三大议题的讨论，并取得了诸多研讨成果，接下来，这些研讨成果也将进一步落地为可赋能基金会资产管理的有效方案之中。



2020年9月5日，第十届上海伙伴日活动在公益新天地开幕，上海市副市长彭沉雷（左二）视察复星基金会展馆，和基金会员工交流乡村医生健康扶贫项目进展

## 打造“上海温度” 复星积极支持人民城市建设

◎文|何欣荣 杨有宗

随着社会公众慈善观念逐步提高，慈善事业得到越来越多的关注，全社会慈善氛围也越来越浓。近日由上海市民政局（上海市社会组织管理局）指导，上海复星公益基金会会同十三家基金会联合主办的首届“上善论坛”上，“上善共识”首度发布。

近年来，在建设“有温度的城市”这一目标基础上，《上海市志愿服务条例》修订出台，大批公益基地纷纷建立，慈善超市实现街镇覆盖，社区基金会和企业基金会快速发展。复星作为民营企业积极参与城市公益事业，为“社会力量参与”提供了生动样本。

### 公益慈善 标记城市文明高度

复星党委书记、高级副总裁、上海复星公益基金会理事长李海峰表示，“落实‘人民城市人民建’宏大理念，重要的是如何充分调动这座城市所有社会力量共同参与上海公益慈善事业，让它走在全国前列，并能更国际化。”

复旦大学国际关系与公共事务学院政治学系主任刘建军在《人民城市：中国城市的本质特征》主旨演讲中提出，“‘人民城市人民建，人民城市为人民’为新时代城市文明的未来走向提供了明确的指导原则。立足于人民城市的话语体系，才能向世界更好讲



复星党委书记、高级副总裁、上海复星公益基金会理事长李海峰

述中国的城市故事，最大限度地展示中国城市的魅力，更重要的是，立足于人民城市的顶层设计，人民才能安宁生活、城市才能稳健发展。”

### 八年如一日 复星公益力量温暖上海

中国民营企业参与扶贫和公益慈善事业，向来是社会关注的重点难点。

作为首届“上善论坛”联合主办方之

一，植根上海发展多年的民营企业——复星发起的上海复星公益基金会已持续运作八年。八年来，相继开展“健康暖心——乡村医生健康扶贫项目”、太极抗帕、Protecting全球青年创新创业大赛、保德信青社奖等多个项目。

其中，“健康暖心——乡村医生健康扶贫项目”在前不久刚结束的2020亚布力中国企业家论坛第十六届夏季高峰论坛上，发布“健康中国2020十大暖心乡村医生及乡镇卫生院院长”。乡村医生健康扶贫项目自2018年4月4日启动，致力于服务中国农村乡村医生群体，特别是为贫困地区培养并留住合格乡村医生，提升基层医疗卫生服务能力和可及性，减少因病致贫、因病返贫，助力国家脱贫攻坚和乡村振兴战略。

### 公益话题热议 为建设有温度的城市不遗余力

论坛当天，上海市慈善基金会、上海市华侨事业发展基金会、上海联劝公益基金会等各大基金会分头负责的六个分论坛，平行探讨了社会组织参与抗疫及疫后重振、脱贫攻坚与乡村振兴、城市社区治理与社区基金会建设等命题。

在“城市社区治理与社区基金会建设”

分论坛上，上海新力公益基金会秘书长吕基成说，上海的社区基金会数量占了全国的三分之一，作为新的社区治理的中坚力量，社区基金会发展举足轻重。新力公益在上海市民政局的指导下，发起了“新力杯”，仅仅2年，已经有超过70%的上海社区基金会参加，我们希望大家分享成果，总结前行。

### 外滩枫径 公益力量碰撞“上海最美集市”

结合火爆数月的外滩枫径夜市，以“人民城市建设中的社会力量参与”为专题的外滩枫径公益市集也同步亮相。事实上，上海复星公益基金会发起的公益市集，7月4日正式启动，以BFC外滩枫径夜市为依托，通过摆摊形式提升公益影响力，并助力疫情常态化时期的消费促进。项目所得善款，将全部用于上海复星公益基金会乡村医生健康扶贫项目。

据上海复星公益基金会透露，截至9月6日，已有4家公益机构、8组爱心人士参与其中，共筹得182笔善款，累计10529元进入乡村医生健康扶贫项目。公益摆摊让更多人了解上海复星公益基金会公益项目，许多顾客也表示愿意通过不同形式参与进来。

（原文刊载于“新华社”）

# 疫情之下乡村医生再获高光关注 郭广昌：微光虽小却足够照亮远方

◎文|余鲁西 马怡骅



8月29日晚，“健康中国2020十大暖心乡村医生及乡镇卫生院院长发布仪式”在青岛亚布力夏高峰论坛上举行，21位来自云南、湖北、新疆等中西部地区国家级贫困县的乡村医生和乡镇卫生院院长，获得2020“暖心乡村医生”、“暖心乡镇卫生院院长”和“暖心抗疫乡村医生”的称号与荣誉。

当晚的发布仪式分为微光、目光、时光和星光四个篇章。在第一篇章“微光”中，篇章讲述人复星国际董事长、上海复星公益基金会创始人郭广昌在舞台上点燃了一支特别的打火机，将“打火机村医”李玉忠的故事向大家娓娓道来……

李玉忠来自云南省红河州元阳县攀枝花乡碧播村，村子四周高山林立，骑马成为他当时出诊唯一可行选择。李玉忠定做了一批印着自己的名字和电话的打火机，来看病的老人就送一只，方便村民保存。从此，“打火机医生”李玉忠的名字在方圆百里家喻户晓。

晓。在中国乡村，像李玉忠这样，不辞辛苦，一直在出诊路上的乡村医生，还有很多。

为进一步支持湖北省疫后重振，向坚守在抗疫一线的医护人员致敬，本次活动除了发布“十大暖心乡村医生”和“十大暖心乡镇卫生院院长”，还在篇章四“星光”增加了“致敬抗疫”特别环节。

该环节邀请到湖北孝昌县村医何芬作为特别嘉宾上台，与著名演员黄渤展开互动、交流，通过视频短片、采访问答的方式，向大众还原抗疫期间最真实的乡村医生工作画面。

当晚，全国工商联党组成员、副主席李兆前，国家卫生健康委基层卫生健康司副司长诸宏明、青岛市人民政府副市长栾新在发布仪式上致辞。复星国际董事长郭广昌，亚布力中国企业家论坛理事长、泰康保险集团股份有限公司创始人、董事长兼CEO陈东升，卓尔控股有限公司董事长阎志等知名企

业家出席并发言。

李兆前在致辞中表示，“健康暖心——乡村医生健康扶贫项目”两年多来已走过全国14个省市区的69个县，让全社会感受到了爱心企业家助力脱贫攻坚的决心和强烈的社会责任感。郭广昌表示我国有150万乡村医生要担起6.4亿农村人口基础的医疗服务重任。他们如同一簇小小的微光，但却能够照亮一片地方。而我们要做的就是去守护这簇微光，让他持续地坚定地发光，帮助“因病致贫、因病返贫”的问题早日得到有效解决，这就是我们乡村医生健康扶贫项目一直以来的口号：“我们守护村医，村医守护大家”。诸宏明在致辞中对越来越多年轻人自愿加入健康脱贫攻坚战中感到欣慰，同时也对乡村医生项目连续两年对这群最美健康守护者予以表彰，让全社会的目光聚焦到这个特殊群体，让更多人知道、了解并帮助乡村医生表示感谢。

截至目前，乡村医生健康扶贫项目已走访全国1537家乡镇卫生院、7572个村卫生室，为12164位乡村医生建立帮扶档案，“乡村医生保障工程”已为乡镇卫生院和卫生室建设投入202万元，为项目县村医赠送了总赔付超45亿元的41671份意外和重疾保险，在32个县发放了共计637.2万元的慢病签约管理奖励基金，完成298间村智慧卫生室升级改造捐赠相关设备药品1000万余元，组织76场线下培训，受训村医超过12375人，和乡村医生一起救助173例大病患者，筹款总额达240.9万元……在提升试点贫困地区基层医疗卫生服务水平方面，项目取得显著成效，也为社会力量参与健康扶贫找到了一条有效的路径。

## 涓涓细流汇成大海 复星乡村医生项目致力健康扶贫记

◎文|杨有宗

8月底，在2020亚布力中国企业家论坛第十六届夏季高峰论坛上，“健康中国2020十大暖心乡村医生及乡镇卫生院院长”发布。近年来，上海民营企业复星发起的“健康暖心——乡村医生健康扶贫项目”，瞄准贫困人口的基本医疗保障需求，以帮扶全国150万名乡村医生为切入点，在提升试点贫困地区基层医疗卫生服务水平的时候，也为社会力量参与健康扶贫找到了一条有效的路径。

经过调研后，乡村医生项目围绕守护、赋能、激励三个核心内容，进行以“五个一”工程为抓手的全方位立体帮扶。“五个一”包括：

一个村医保障工程：针对大多数贫困地区乡村医生社会保障体系不健全的情况，为项目县所有乡村医生赠送意外险、45岁以下的乡村医生赠送重大疾病保险。

一个乡村医生能力提升计划：通过业务培训，解决乡村医生知识结构老化问题，提高乡村医生的业务技能和服务水平。

一批贫困大病患者救助：驻点队员协助患者在“中国大病社会救助服务平台”发起网络求助，复星基金会进行配捐。

一批优秀乡村医生推选：在全国范围举办“暖心乡村医生”和“暖心乡镇卫生院院长”推选活动。

一批智慧卫生室建设：为了提升村卫生室医疗设备配备智能化、现代化水平，探索农村公共卫生事业智能化之路，项目利用互联网远程诊疗技术和大数据人工智能技术赋能乡村医生基本诊疗业务。

如何为乡村医生的坚持提供更持久的动力？乡村医生项目一方面从复星各个产业板块的成员企业中抽调员工，让他们以专职扶贫志愿者的身份赴贫困县派驻一年，逐年轮换；另一方面，复星57名合伙人每人对口一个项目县，结合自身产业特点，切实做好医疗扶贫、教育扶贫、消费扶贫等重点工作，打好精准扶贫“组合拳”。

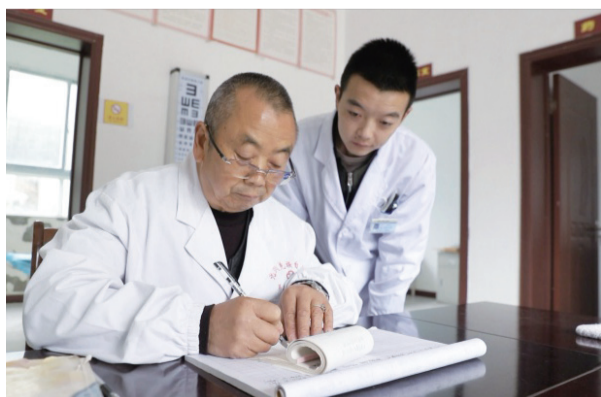
据悉，乡村医生项目到今年年底将覆盖全国近100个贫困县，约30000名村医，惠及约3000万名村民。涓涓细流汇成大海。健康扶贫仅靠一个企业的力量是不够的，复星与浙江商会和亚布力中国企业家论坛等机构合作，共同发起“乡村医生守护联盟”，成功影响了30余位民营企业投身农村健康扶贫事业，将“五个一”工程复制到这些企业对口扶贫县，共同开展健康扶贫。



篇章一“微光”：  
复星国际董事长郭广昌与“打火机”村医互动



篇章二“目光”：  
驻守藏区25年的暖心院长李永生正在为村民看病



篇章三“时光”：  
65岁暖心村医周高才正在给他的小徒弟传授知识



篇章四“星光”及致敬抗疫特别环节：  
独腿女村医何芬与黄渤互动

# 健康中国 2020 十大暖心乡村医生 及乡镇卫生院院长发布仪式

“

健康中国 2020 致敬抗疫特别环节 “暖心抗疫村医”



### 何芬

湖北省孝感市  
孝昌县周岗镇村医

不幸患有癌症，在花季年龄便失去了整条左腿。抗疫期间，作为村里唯一的医生，何芬对全村609口人开展逐户探访。带领村里年轻人组成志愿者队伍，开展防疫知识宣传和卫生消毒工作。

“我是一个普通人，只是想留在这个生我养我的村里，治病救人。我希望能和村民们永远在一起。这次疫情更让我认识到村民们离不开我。”

“

健康中国 2020 十大暖心乡镇卫生院院长



### 邓彧雷

江西省莲花县神泉  
乡中心卫生院院长

他经过多年积累，独创“蛇伤治疗科”，多次为残障村民上门送药，自掏腰包为孤寡老人采购过冬衣物，多年苦心孤诣考取“副主任医师”职称。

“继续立足本职岗位，不忘初心，治病救人。”

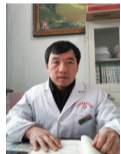


### 哈斯祁鲁

甘肃省肃北县  
石包城乡卫生院院长

生产女儿后休息不足三个月，她就出现在诊疗室里；父亲临终之际，她忙碌在手术台上，没有见到老人最后一面。她将蒙医独特药方融入西医诊疗，推动民族医学发展，被聘为“中国民族医药协会智库专家”。

“以院为家，以医为荣，不怕吃苦，只有能得到社会认可，才是真正实现自己心中理想。”



### 呼延景

山西省石楼县  
灵泉镇卫生院院长

毕业后，他毅然回到家乡，变卖家当筹集四十万购买设备；家境贫寒的孩子罹患怪病，他委托朋友费尽周折从外地找寻药材；老人没钱做手术，他发动亲友和卫生院职工捐款。

“我选择了医疗行业，立志扎根农村，为老百姓解决痛苦。”



### 喀毕拉·吾汗

新疆吉木乃县乌拉  
斯特镇卫生院院长

她被誉为“马背上的医生”。零下30度的大雪花，她驱车10多个小时将突发脑溢血的患者送往县医院；牧民不慎摔伤，她不但垫付医药费，还送来衣物。

“在往后的日子里，我将更加努力，刻苦学习，守护山村百姓的健康，是我的使命！”



### 马秀英

云南省福贡县上帕  
镇卫生院院长

她定期组织村医开展中医药相关教学，推动卫生院开设了特色中医馆。坚持定期巡诊，在下乡过程中，用中医药治好了卖肉小伙蜷曲的手指和村民体寒病症。

“当好一名合格的中医医生，不仅要有专业知识，还要有爱人之心，我会加强学习，用毕生精力拯救我所爱的人民的生命。”

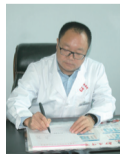


### 熊家荣

云南省江城县曲水  
镇中心卫生院院长

由于接壤越南、老挝，多种流行病由境外传入，他带领团队下乡进行群体性预防接种。女儿高考前生病，他无法陪在身边；高强度工作下身体抱恙，手术后没多久他就回到岗位指导健康脱贫工作。

“选择了医生这份职业，我从未后悔，因为我们的工作神圣的。”



### 王政

四川省苍溪县歧坪  
镇中心卫生院院长

为救治胰腺肿瘤病人进行7小时高强度手术作业，连续多日全天候观察病人恢复状况，在一周内瘦了十来斤，并为贫穷老人手术并碘伏医药费。

“我选择了这份职业，它是我的初心，病人永远是第一位。”



### 土登普措

青海省玉树市新寨  
街道卫生服务中心  
院长

他为救助重病患者骑马奔走12小时；玉树地震期间带领全院医务人员冲在救死扶伤最前线；45个日夜帮助辖区内8600名儿童接种乙肝疫苗。

“随着时间的增长，医学逐渐从兴趣变为一种信仰。”

“

健康中国 2020 十大暖心乡村医生



### 葛德福

安徽省金寨县古碑镇  
水坪村卫生室村医

与白血病抗争七年，依然执意留守乡村，他是村中“120”，让“鸡叫走路”成为历史，他坚守38年，风雨无阻，上门为村民看诊。

“我希望能像太阳一样，有一份光，就发一份热，让人感到温暖，而又无需靠近。”



### 贡确占堆

西藏改则县先遣乡  
巴热村卫生室村医

在这个两户人家就相隔几十公里且平均海拔五千米的贫困山村，他用车辙记录行医历程。他积极参与医疗培训，申请攻读藏医学院专科学位。

“我将不断提升自身素养和工作能力，继续探索行医之路，努力为患者提供更全面更高质量的医疗卫生服务。”



### 贾新平

山西省大宁县太古乡  
太古村卫生室村医

他把橱柜改为药柜，把窑洞改为卫生室，贷款500元后，开始了行医生涯。半生行医，走遍25个村落、骑坏4辆摩托，拮据的生活没有阻止他的步伐，泥泞的黄土地上，他走出自己的医路。

“挽救病人的生命就是我一生最大的幸福。”



### 李国泰

江西省于都县岭背  
镇小禾溪村卫生室  
村医

从医54载，李国泰坚持让病人“先看病后付钱”，之外还热衷村里公益事业。向乡里和县里申请经费，修桥、修路、维修小学校舍；替没有子女的老人和孤儿寡母申请各种补助；调解邻里纠纷，维护乡村和谐。

“我热爱自己的家乡，更爱这里的乡邻，能为家乡父老做点事情我就很开心！”



### 李玉忠

云南省元阳县攀枝  
花乡碧播村卫生室  
村医

他常年骑马出诊，每年雨季，山路马儿不敢走，他背着药箱继续前行。每次他都要挎着一个几十斤的医药箱，有时背着冷冻疫苗，有时背着血压计、血糖仪、听诊器和一些急救药品。

“守护村民的健康是我的职责，只要他们需要我，我就一直在路上。”



### 罗扎

青海省曲麻莱县麻  
多乡郭洋村卫生室  
村医

该地村民大多患有包虫病、结核病等各类高原性疾病。13年坚守，他让这片土地的高原病诊疗疗效显著提升，让村民健康从此有了保障。

“作为一名医生每个患者的康复都是最大的鼓励，我也不例外。”



### 玛衣努尔·马义尔

新疆吐鲁番市高昌区  
亚尔镇卫生院村医

她每天的服务对象是吸毒者、艾滋病感染者。除了常规医治诊疗，她还需要不断对患者心理疏导，减少病患抵触情绪，并致力于消除社会大众对艾滋病患者的歧视

“对我来说职业就是我的全部！”



### 姚芳

云南省澜沧县东回镇  
班利村卫生室村医

乡里山高路险，她靠双脚行医。为了让老人孩子预防地方病，她把健康知识编成歌曲教唱。十多年前条件差日子苦，她将自家房屋用做诊室。条件渐好，行医场所从家里转到了卫生室，村民看病更方便，她陪伴儿子的时间却更少了。

“踏上村医道路20余年，我无怨无悔。”



### 张志旭

陕西省周至县四屯镇  
渭永村卫生室村医

虽家境贫寒，但他勤奋苦读，先后取得六个文凭，参与编写四本著作。白天走家串户救治病患，夜里钻研学习笔耕不辍。

“村医这份职业，总让我感到欣慰与自豪，虽然累，但也快乐着。”



### 周高才

四川省北川县高里  
镇联合卫生站村医

汶川地震带走了他的女儿，他只留给自己大哭一场的时间，转身投入没日没夜的拯救生命战斗中。五年过去，洪灾来袭，他徒步数十里路到安置点抢救病患。

“地震、洪涝等自然灾害可以摧毁家园、村庄，但摧毁不了我们医务工作者的医者仁心和为人民健康服务的决心。”



# 复星全球合伙人公益战队爱心集结 “乡村医生”项目筹款满额

◎文|俞曦 倪潇悦

截止至9月9日24时上海复星公益基金会(以下简称:复星基金会)联合中国人口福利基金会发起的“乡村中医馆修建计划”上线后公众筹款总额达330328.82元,99公益日期间腾讯基金会配捐2136.21元,复星基金会配捐100000元,项目总筹款额为432465.03元,达到目标筹款额。

上海复星公益基金会联合上海仁德基金会发起的“有太极,怕不怕”项目公众筹款总额达277209.93元,99公益日期间腾讯基金会配捐11978.66元,复星基金会配捐200000元,项目总筹款额为489188.59元。

在此,我们衷心感谢每一位或熟悉、或陌生的你们,正是你们的每一颗爱心、每一份支持,才给予了我们在这条公益之路上继续前行的力量!您的每一份捐赠都是守护贫困地区村民们健康的港湾和抵抗帕金森病的患者们强有力的盾牌。

“腾讯99公益日”虽已结束,但公益之路仍在继续,复星基金会会带着每一个人的爱心尽快完成筹款发放与项目执行跟进。

## 一. 乡村中医馆修建计划

上海复星公益基金会于2020年10月底开始陆续在云南省曲靖市会泽县竹园村、云



扫码支持乡村中医馆建设



腾讯99公益日,你捐1份 微信扫码一起捐  
复星基金会配捐10份

南省迪庆藏族自治州德钦县羊拉乡羊拉村、新疆维吾尔自治区阿勒泰地区吉木乃县拉斯特村、陕西省安康市紫阳县红椿镇七里村建设4个中医馆。

具体项目执行计划:

2020年11月,完成经费筹集,完成房屋设计方案。

2021年1月,实地完善设计方案,接洽施工单位。

2021年3月,完善施工具体方案,解决细节问题。

2021年4月,开始施工,落实医疗设备、中药柜等采购。

2021年7月,完成中医馆的建设。

## 二. 有太极,怕不怕

上海复星公益基金会将根据不同地区的帕金森病患者,寻找就近便捷的康复训练场地。派驻专业认证教练前往授课,不定期举行公益大讲堂宣讲健康养生知识,提高人群健康意识以及正确科学的锻炼方式,促进社会生活健康发展。

具体项目执行计划:

2020年6月-2021年5月,每周两次,每次一小时,专业认证太极老师通过线下太极拳教学方式,带领帕金森病患者进行康复训练。

2020年6月-2021年5月,每周两次,每次一小时,通过线上太极拳教学方式,结合志愿者线下辅助等方式,带领帕金森病患者进行康复训练。

2020年5月-2021年4月,以每半年为周期,为每位帕金森病学员进行康复指标跟踪测评。

2020年6月-2021年5月,以每半年为周期,邀请合作医学专家进行专栏讲座,交流、分享临床数据跟踪反馈。

2020年6月-2021年5月,每季度一次,开展抗帕沙龙,以太极拳为主体,结合太极文化传播,为帕友提供交流互助的平台。

# 复星携手金徽企业 500 万元支持陇南灾后重建

◎文|俞曦 倪潇悦

近日,复星联合金徽企业通过上海复星公益基金会、金徽正能量公益基金会向陇南灾区捐款500万元,支持陇南市特大暴雨洪灾后恢复重建。

8月份以来,受多轮强降雨天气影响,陇南市部分地区发生暴雨泥石流等严重灾害。复星与金徽企业时刻关注着抗洪抢险情况以及人民群众的生命安全,灾害发生后,公司在第一时间协调安排消防车每天运送饮用水,解决了受灾群众清洁饮用水的燃眉之急。

金徽企业在自身受灾的情况下,派出紧



急救援队奔赴灾区第一线抢险救灾。

8月28日,复星与金徽企业向陇南灾区捐款500万元,与灾区群众众志成城,共克

时艰,为灾后重建尽一份绵薄之力。

复星基金会围绕远离病痛、持续收入、普及教育、提升品质等家庭需求的四个方面,积极为社会提供健康医疗、扶贫、支持青年创业就业、资助弱势群体、推动教育发展等服务。

金徽正能量公益基金会主要从事灾害救助、扶贫助学、社会公益和慈善事业等活动。先后为抗震救灾、抗洪抢险、精准扶贫、新农村建设和员工住房等公益事业投入巨资,数万人受益。

# “陈家伦许曼音医学教育发展基金” 设立 复星积极捐赠推动医学教育

◎文|俞曦 倪潇悦



9月21日,“陈家伦许曼音医学教育发展基金”捐赠仪式在上海交通大学医学院附属瑞金医院举行。捐赠仪式上,陈家伦许曼音家属代表陈竺院士、陈赛娟院士,陈家伦许曼音学生代表宁光院士等以及上海交通大学和瑞金医院领导参加。复星国际联席CEO、复星医药董事长陈启宇代表复星国际和上海复星公益基金会参加仪式并讲话。复星基金会通过上海广慈医学转化基金向“陈家伦许曼音医学教育发展基金”捐赠100万元人民币,用于奖励住院医师规范化培训阶段的优秀青年人才。家属代表陈竺院士、学生代表宁光院士对复星基金会的捐赠表示感谢。

2018年陈家伦许曼音学生宁光院士,将所获得的第四届树兰医学奖伍拾万元人民币全部捐赠给上海广慈转化医学研究发展基金会,用于设立“许曼音教育基金”。今年,根据捐赠人和陈家伦许曼音家属的意见,将“许曼音教育基金”变更为“陈家伦许曼音医学教育发展基金”。

该基金设立管理委员会,由捐赠人理事长陈赛娟担任管理委员会名誉主任,理事宁光院士担任管理委员会主任,陈家伦许曼音家属陈简和复星国际联席CEO、复星医药董事长陈启宇担任委员,与管理委员会成员共同负责该基金的合理使用。

此次捐赠仪式上,上海广慈发展医学基金会还向瑞金医院教学奖励基金“红烛奖”注资100万元,以期更好地奖励优秀的医学教育工作者。2000年,陈竺院士将他荣获的“长江学者成就奖”奖金100万元人民币捐出设立了“红烛奖”。



9月6日晚,由耿马自治县文艺演出团队演出的“沪滇协作谱华章·崇临携手奔小康”耿马民族文化交流演出晚会在上海豫园·海上梨园上演

# “神药”青蒿琥酯“拓荒”史 星青年第三站 企业文化走进桂林南药

◎文|谢诗辰



9月20日，星青年x企业文化第三站走进桂林南药。

桂林山水甲天下，桂林南药的青蒿琥酯故事也享誉海外。

复星党群工作部部长、复星工会主席袁方兵，桂林南药总裁兼党委书记王文学，桂林南药副总裁兼党委副书记秦运玲，桂林南药副总裁程琳出席活动，并化身企业文化故事金牌导师，在娓娓道来的讲述中，让每个同学深深记住的关于桂林南药、青蒿琥酯和文化传承与践行者的这些事。

## 我们都是文化仁儿

桂林山水如画，企业文化8件事画出来会怎样？

9月21日晚，现场48名分别来自复星总部、复星医药、南钢、海矿、桂林南药、杭绍台铁路、德邦证券、豫园和复地产发不同板块的同学集结一堂，星战场模式也无缝接入，8组，每组6人，共创8件事中一个词条。

最终，第六组“六脉神剑”组原创“竞合”词条，第四组“创新进化队”原创“持续创新，不断进化”，第五组“国际001”组原创“快0.01秒”，位列前三甲。

## 一场文“画”之旅引出的文化点评

桂林南药副总裁 程琳

“这两天在迅速享用这顿文化大餐，分享一个自己的小故事：2013年我进入复星，2014年初对复星文化有了初相识。当时汪群斌同学来南药考察指导，我问了汪同学一个问题：‘汪同学，复星有这么好的文化，应该有一个文化传承人，让文化传承下去。’汪同学微笑说：‘这件事情就是该你做的呀。’我恍然大悟，事后就把这句话深深记在心里并作为日后对自己的激励。今天大家培训了之后，我们要深层次接地气地传导复星文化，要去挖掘它的亮点，让文化和实践结合，产生更多共鸣。

再讲‘感受文化’。我们有句话‘聪明的人在研究变化，顶级的人在研究什么是不变的’。我们都想做聪明的人，更想做顶级的人。所以我们要了解复星文化中，什么是变的，什么是不变的，什么是自我迭代的，这就是企业家精神。希望星青年将来复星发展中继续闪闪发光，乘风破浪、复星高照！”

桂林南药总裁兼党委书记 王文学

“和大家说一说桂林南药的故事。南药自主研发生产的青蒿素抗疟药，目前已经累计帮助约3000万重症疟疾患者重获健康，其中90%是5岁以下非洲儿童。屠呦呦教授在1972年发现了青蒿素，由于青蒿

素水溶性欠佳，难以实现商业化，所以当时桂林制药厂（桂林南药前身）的刘旭在此基础上发明了青蒿琥酯，弥补青蒿素的不足，实现商业化生产。在这里我想跟各位同学说的是，屠呦呦教授用10年发现了青蒿素，刘旭用10年发明了青蒿琥酯，由此可见“坚持”的力量。更令人感动的是，中国老一辈科学家，为了事业敢于付出。当时，屠呦呦教授为了测试药效的安全性，曾数次亲身试药。为什么要跟大家讲这个呢？因为这就是我们要传承的敬业精神。”

复星党群工作部部长、复星工会主席 袁方兵

“希望未来每一位复星同学，不仅能讲各自板块的故事，更能讲复星其他产业板块的故事，终极目标是每个复星人都能讲述复星的故事。文化不仅要传承，更要践行，我们一起加油！”

## 最有“味儿”的文化故事

桂林南药副总裁兼党委副书记秦运玲，用一张张老照片打开了桂林南药发展史：

“这是一张上海老照片，是上海唐拾义厂旧址。1960年桂林制药厂与上海唐拾

义药厂合并，几经发展，最终有了现在的桂林南药。在复星文化里，九字箴言最后一条是“助天下”，这一条桂林南药一直在实践。自从注射用青蒿琥酯发明出来之后，为非洲疟疾死亡率下降做出卓越贡献，被世界卫生组织誉为治疗重症疟疾金标准，由此，复星及桂林南药的品牌影响力迅速蜚声海外。桂林南药秉承复星医药‘持续创新、乐享健康’的经营理念，让我们在文化和产品中体会到前进的动力。”

前不久又出发赴非洲的桂林南药创德医药加纳子公司总经理王亚锋同学，从非洲发来一段视频，讲述“神药”青蒿琥酯针剂的非洲“拓荒”史，声音柔和，但字字有力量，他的经历本身就很有故事。

“初到非洲，非常艰难，在加纳做市场推广的日子，三个月没有进展，有一天我出门就倒在地上，不想爬起来，可是倒在地上的我突然想，如果我半途而废，如何对得起我自己的良心，如何对得起我千里迢迢跋山涉水来到这个国家，如何对得起我们复星这么好的产品，这样想了想，我又爬起来，咬了牙继续‘拓荒’。经过锲而不舍的努力，截至2020年，我们的青蒿琥酯输出超过1.8亿针剂，拯救了超过3000万非洲儿童

的生命，我为此非常骄傲，回头看，我们所做的一切都非常值得，销售、行政、物流等等各个部门的同事，是一整个团队的协作，才让这么好的产品被推向真正需要的地方。从单枪匹马到500名非洲雇员，单个区域到覆盖8个国家，这四年让我明白了一件事，一定要坚持你所认为对的事，我们要相信自己可以把这件事做得更好。”

复星企业文化联合工作小组认证的第三批企业文化讲师李亚杰接着王亚锋非洲故事，和桂林南药同学探讨起了复星8件事。

“复星是一家怎样的公司？”

“国际化”

“为家庭幸福生活服务的公司”

“创新科技驱动的公司”

李亚杰这个“业界之谜”问题抛出来，现场答案不一，都只讲到复星的一面。

那这家公司和它的文化究竟如何？

“让全球每个家庭生活更幸福，我们希望这句话和‘让天下没有难做的生意’一样名震江湖。28年，四大阶段，三个‘1’，复星的历史看似被创业起步、植根中国、链接全球、战略聚焦和第一个100万、1000万、1个亿简单串联，但实际复星产业远比这些更多层次、更丰富多元。而与复星发展相辅相成的是复星的人才。郭同学常说，人才，是复星最重要的资产，除了复星颇有特色的全球合伙人机制，目前的合伙人涌现了不少80后，可谓战将如云、少帅频出，同时面向全体复星同学而言，‘271’也是让更优秀的人能够脱颖而出。但无论何时，复星的文化依然是沉稳潜行的，躬身入局、空杯心态是复星的文化心态，而这些，早已凝聚在21年前1999年创立的‘修身、齐家、立业、助天下’九字箴言中。”

“追求伟大是我们的选择，做到这一点的力量源于文化，愿每位同学从追求自己的伟大中获取自己的力量。”

第一组 迎南而上  
口号：迎南而上 勇争第一  
词条：客户优先  
A.宋妮颖 B.翟超 C.黄健 D.黄恺一  
E.赵旭阳 F.陆佳铭

第二组 攀登者  
口号：生命不息，攀登不止  
词条：企业家精神  
A.陈静 B.陈佳 C.张凯轩 D.黄环  
E.杨文彪 F.梁晶晶

第三组 青蒿星秀  
口号：青蒿星秀，青春无敌  
词条：FC2M生态思维  
A.王珂麒 B.皮婷婷 C.周依丽 D.李亚杰  
E.宾元园 F.鲍源

第四组 创新进化队  
口号：创新突破 不断成长  
词条：持续创新 不断进化  
A.谭咏耀 B.刘彪 C.李梦岩 D.李美玲  
E.叶超鹏 F.何一鸣

第五组 国际001  
口号：天下武功 唯快不破  
词条：快0.01秒  
A.万旭 B.陈成 C.黄楚运 D.刘杰

E.顾欣苳  
  
第六组 六脉神剑  
口号：幸福是奋斗出来的  
词条：竞合  
A.杨丽萍 B.刘春桃 C.张鑫 D.张垂亮  
E.王海鹏 F.顾玮妍

第七组 红花会  
口号：追求卓越 永不毕业

词条：永不毕业的大学  
A.叶雪依 B.杜聪 C.李文滨 D.潘天宇  
E.林华源

第八组 乘风破浪  
口号：乘风破浪 勇往直前  
词条：坚持做对的事、难的事、需要时间积累的事  
A.韩怡芳 B.蔡珠凤 C.王晨 D.李旭涛  
E.宋昂 F.蔡昭昊



# 复星企业文化“盛宴” | 复星旅文集团三亚区域文化宣讲暨表彰大会

◎文|陈可可



今天我选择挑战  
道路充满艰辛  
更有无限机遇

复星1999年写下的精英誓言  
穿越21年  
跨越2252公里  
近1000人齐声诵读  
震撼，入心！

这是9月9日，在三亚·亚特兰蒂斯举行的复星旅文集团三亚区域文化宣讲暨表彰大会。

来自三亚·亚特兰蒂斯酒店运营公司、三亚泛秀演艺公司、海南爱必依公寓&爱必依物业公司、复游拍及复游会、海南亚特兰蒂斯商旅发展有限公司的员工代表济济一堂。复星国际联席CEO徐晓亮、复星国际联席CHO高敏、复星商社CEO祝文魁等参加会议并做文化解读。

## 来自复星和旅文的企业文化小故事

海南亚特兰蒂斯总裁郭庆同学总结了过去几个月以来，旅文集团三亚区收获的成果并对所有同学们的辛勤付出表示诚挚感谢。在致辞中，他特别强调企业文化内涵和员工实践行动的知行合一，并表示文化是在不断地合作和成就中被大家熟稔于心的。

旅文的发展离不开复星文化价值观，郭庆同学从个人的经历展开传达了“客户优先”对旅文的重要性。他表示未来旅文集团依旧面临着来自市场变化的挑战——如何抵御风险，迎接挑战，其核心在于以客户为优先，做好服务，为全球亿万客户提供旅游好产品，获得快乐。他也期待秉持文化价值观的旅文能够驶向更广阔的天地。

海南亚特兰蒂斯董事总经理Heiko同学也对疫情期间团队成员们的团结一心表示感

谢，同时他强调要辩证看待目前取得的成绩，旅文的未来任重而道远，希望大家携手并进，迎接挑战！

“1988年郭同学骑行3000多公里来到海南，发现整个海口只有一个红绿灯……”复星国际联席CHO高敏同学从当年复星和海南的缘分谈起，向在场的同学娓娓道来复星的发展历史。

从创业之初的3.8万元到目前以创新驱动的家庭消费产业集团，再到目标成为“千亿美金市值，十年十倍增长、万亿人民币收入”的伟大企业，变的是我们围绕战略的不同业务布局，不变的则是渗透在每个复星人骨子里的文化价值观：既有快0.01秒的敏捷，也有不断设置更高目标的企业家精神，用FC2M生态思维创造乘数效应，还有做对的事、难的事、需要时间积累的事的坚持……而结合三亚同学自己案例故事深入浅出地演绎八件事更是带给同学们深刻的感受。

复星商社CEO祝文魁同学结合过去半年自身的抗疫故事，针对“战时机制”&“复星商社文化”进行了分享。在这场牵动人心的抗击疫情的战斗中，复星在第一时间积极响应党中央、国务院在抗击疫情中的各项决策部署，调动复星在全球的资源助力疫情防控，也是复星人“修身、齐家、立业、助天下”九字箴言的践行。

## “一号员工”的修炼手册

在分享的最后环节，高敏同学临时邀请亚特团队的第一人——杨晓林同学上台，分享他与亚特的成长历程。

作为亚特的“一号员工”，杨同学在8年时间内见证了整个项目从一片荒地到投入运营的全过程，非常有感触。在当时有限的办公环境下，身兼数职的他奔波于各项目之

间，正是始终“坚持做对的事，坚持做难的事情，坚持做时间积累的事情”，才让他与亚特共同实现了彼此共同的成长。

## 别开生面的复星文化八件事小品演绎

三亚·亚特兰蒂斯酒店及C秀团队为员工代表们精心准备了开场小品，将复星八件事融合进小品文化，为大家带来了蕴含深刻底蕴的复星文化新形式。

小品的主题紧扣八件事中的客户优先、快0.01秒、不断创新持续进化等关键词。据悉，其中一个故事来自于真实案例，在一次演出中C秀演员扮演的海豚因不慎腿抽筋溺水，幸亏救生员发现并以快0.01秒的速度把他抢救回来。

另外，此次大会也对复星“文化价值观之星”及“亚特酒店夏季战役”表彰。

## “文化价值观之星”

即通过日常工作行为所体现的复星价值观，表彰和奖励通过自身态度和行为最佳诠释复星价值观的员工。本次通过企业内部推选，共推选出符合八件事的30名一线的文化价值观之星同学。

## “亚特酒店夏季战役”个人奖表彰

今年七八月份两个月的暑期高入住率情况下，涌现出了一批优秀的员工和团队，他们始终为客人着想，把度假区的利益放在首位，在繁忙的工作环境中，坚持为客人带来令人惊叹的非凡体验。最终推选出3个最佳团队和5位优秀个人奖。

同时，好物推荐挑战赛的开启增添了大会现场的丰富性和趣味性。

大家纷纷在现场注册并成为复星好物推荐官，三亚“金牌销售员们”的PK在现场激烈展开。活动结束后，现场带货前三名的同学也获得了对应的复星好物奖。

## 企业文化之声

现场让人印象最深刻的莫过于来自亚特各部门的员工代表们组成精英合唱团，带领大会全体合唱复星企业文化之歌《星的一天2020》。在嘹亮的歌声中，在场的同学们对复星文化价值有了更深刻的体会。

星青年和亚特当地同学共同演唱《星的一天2020》三位星青年同学刚下飞机就投入到了彩排之中。其中的一位黑人同学乔力更是全程高能，脱稿熟记歌词，成为本次合唱的主力担当。

为了完美演绎这首企业文化之歌，三亚的同学们利用工作间隙，抓紧每分每秒的时间进行练习，最终进行了完美的呈现。

大会尾声之际，复星国际联席CEO徐晓亮同学高度赞扬了亚特近年来的发展，特别是在疫情防控及暑期营销战役中取得的好成绩，并对亚特未来的“好产品”表示高度期待。

从个体出发，徐晓亮同学以“服务”为关键词，强调了员工们应对客户提供“有温度”的服务，践行“客户优先”的利他精神；从组织出发，他希望同学们深入贯彻复星八件事，积极把复星文化、价值准则及战略贯彻下去，真正打造好复星家庭幸福生态，让全球十亿家庭生活更幸福；从集团出发，亚特应当发挥“领头羊”的作用，牵头引领复星快乐板块生态的建设，智造更多的好产品。

复星旅文集团三亚区域文化宣讲暨表彰大会至此圆满落幕，但对企业文化价值观的追求与内化，我们一直在路上！

控制俱乐部控制俱乐部控制俱乐部  
CONTROL CLUB

2020

張鼎：控制俱乐部

ZHANGDING: CONTROL CLUB

20200906-1101

CONTROL CLUB

复星艺术中心

FOSUN FOUNDATION

SPONSORED BY



BEAUTÉ

控制  
俱乐部  
CONTROL  
CLUB

Fosun Foundation Shanghai,  
No.600 Zhongshan No.2 Road(E)  
Shanghai, 复星艺术中心  
P.R. China 上海黄浦区中山东二路600号

©ZHANG DING STUDIO ©张鼎工作室