

FOSUN TIMES

复星人

准印证号: (B) 0276

总第 458 期 本期 16 版
2026 年 08 月 31 日出版

内部资料 免费交流

P02 复星国际: 2026 上半年总收入 869.6 亿元 归母净利润 17.2 亿元

P03 复星国际: 旗下地中海度假集团向香港联交所递交上市申请

P09 复宏汉霖与山德士达成战略合作 加速释放生物类似药全球价值

P07-P15 复星旗下上市公司发布中期业绩



扫码收阅手机版

FOSUN 复星

复星国际 2026 年中期业绩

归母净利润

17.2 亿元

归母净利润同比增长

↑ 160.3 %

总收入

869.6 亿元

产业运营利润

36.9 亿元

产业运营利润同比增长

↑ 17 %



[版权声明] 刊登的所有内容(包括但不限于文字、图片、图表、版面设计), 未经本报书面许可, 任何人不得转载、摘编成任何其他形式使用。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。

复星国际：2026 上半年总收入 869.6 亿元 归母净利润 17.2 亿元

- 总收入达人民币869.6亿元，归属于母公司股东的利润达人民币17.2亿元，同比增长160.3%；
- 核心产业运营质量稳步提升，产业运营利润达人民币36.9亿元，同比增长17%；
- 全球化深度运营能力持续提升，海外收入达人民币491.6亿元，同比增长5.3%，占集团总收入比重为56.5%；
- 科创投入达人民币42亿元，同比上升16.7%，创新药进入密集获批兑现期，7个创新药品共20项适应症于境内外获批上市；
- 坚持积极及审慎的流动性及负债管理，上半年完成非战略非核心资产退出回流超人民币120亿元等值，总债务占总资本比率降至55.7%；
- MSCI ESG 评级升至最高级AAA，持续获得国际权威机构认可。



（香港、上海，2026年8月27日）复星国际有限公司（香港联交所股份代号：00656，简称“复星国际”）及其附属公司（统称“复星”或“集团”）今日公布截至2026年6月30日止6个月之中期（简称“报告期”）业绩。

2026年上半年，复星持续推进“瘦身健体、聚焦主业”战略，在创新与全球化“双引擎”驱动下，医药健康、保险金融、文旅消费等核心产业运营质量稳步提升、共振向上，推动盈利质量跃升。报告期内，集团总收入达人民币869.6亿元，在持续退出非战略非核心资产的情况下，总体保持稳定；产业运营利润达人民币36.9亿元，同比增长17%；归属于母公司股东的利润达人民币17.2亿元，同比大幅增长160.3%。

报告期内，复星资产底盘保持稳健，旗下复星医药、豫园股份、复星葡萄牙保险、复星旅游板块合计收入达人民币638.8亿元，占集团总收入比重为73.5%。海外收入达人民币491.6亿元，同比增长5.3%，占总收入比重较2025年同期上升3个百分点至56.5%，充分验证全球化成效。

与此同时，复星坚持积极审慎的流动性及负债管理，保持充足的流动性安全垫。报告期内，集团完成非战略非核心资产退出回流超人民币120亿元等值。截至2026年6月30日，现金及银行结余及定期存款为人民币612.14亿元，较2025年末有所增加；总债务占总资本比率为55.7%，较2025年末进一步下降。健康的负债比率及充裕的现金储备，在加强集团抗御风险能力的同时，也提高了把握投资机会的能力。

复星国际董事长郭广昌表示：“过去几年，复星坚定推进‘瘦身健体、聚焦主业’，并完成了‘晴天修屋顶’的系统性调整。今年上半年业绩大幅修复，充分验证了我们的战略选择及持续聚焦是对的。如今，复星已经重回增长轨道，未来我们会在这条轨道上发展得越来越快。”

坚持创新驱动，创新药密集获批提速价值兑现

2026年上半年，复星坚持创新驱动，全面拥抱AI应用，推动科创成果加速兑现与运营效率持续提升。报告期内，复星科创投入达到人民币42亿元，同比上升16.7%，“自主研发+投资孵化+生态合作”三位一体的全球创新体系持续发力，涌现出一批具有全球竞争力的创新成果。

围绕解决未被满足的临床需求，健康板块科创成果亮眼。报告期内，创新药进入密集获批兑现期，复星医药7个创新药品共20项适应症于境内外获批上市。其中，复迈宁（芦沃美替尼片）获批用于治疗复发或难治性朗格汉斯细胞组织细胞增生症儿童及青少年患者，持续攻克罕见病治疗空白。在神经退行性疾病领域，复星医药持续推进创新布局：在已获得中国境内及香港、澳门、约定的东南亚10国的开发、注册、生产及独家商业化权益基础上，进一步获得AR1001全球独家选择权，有权行使选择权将许可区域拓展至全球包括美国、欧洲和日本等在内的关键市场，并作为该等区域的上市许可持有人；甘露特钠胶囊于中国境内上

市后确证性临床试验稳步推进，截至2026年7月31日已累计入组超1,000例；参股并孵化企业衡泰生物引进的HT001口服透脑NLRP3抑制剂（用于治疗帕金森病）已在澳大利亚启动I期临床试验。

作为健康板块核心子公司，复星医药上半年实现营业收入人民币203.77亿元，其中，创新药品收入同比增长13.84%，占制药业务收入比重提升至33.35%，成为增长核心引擎。

在生物创新药领域，复星上半年不断取得突破。复宏汉霖自主研发的H药汉斯状胃癌围术期适应症获中国药监局批准，成为全球首个且唯一获批该适应症的抗PD-1单抗，开创术后“去化疗”新范式。创新管线核心资产HLX43作为潜在同类最优的广谱抗肿瘤PD-L1 ADC，在非小细胞肺癌等多个实体瘤中已展现出“高效、低毒”的初步临床疗效，目前已开展十余项单药或联合临床研究，累计全球入组患者超1500例，持续验证其在多种实体瘤中的广谱治疗潜力。

报告期内，复宏汉霖展现出强劲的内生增长动能与高质量造血能力，实现营收人民币35.882亿元，同比增长27.3%；净利润人民币4.304亿元，同比增长10.3%。

面对AI浪潮，复星围绕核心业务及全球产业生态，瞄准“可落地的生产力”深耕AI应用，创造真实的产业价值。

复星医药完成“PharmAID医药数智体系V2.0”升级，形成四大板块，推动产品管线从早期研发到临床确证再到上市后市场全生命周期AI赋能。截至报告期末，复星医药已有超25个高价值AI项目投产，50余项场景同步推进，覆盖医药项目评估、靶点预测、分子优化等各业务线；已有2个AI辅助生成及结构化的新分子进入临床前候选化合物阶段。2026年3月，复宏汉霖自主研发的新一代rHuPH20辅料注射液，在中国获批临床，依托其“AI for Science”平台，原本18个月的酶分子设计周期，被大幅压缩到了5个月。

除了制药领域，AI已深度嵌入复星旗下文旅、保险、智造等业务。复星旅游板块加速落地“AI G.O.”，并携手头部科技企业，围绕AI赋能宾客体验、云端与AI原生平台转型、全球增长三大方向展开深度合作。海南矿业结合AI技术带来的资源需求，快速布局萤石矿等上游核心资源。

复宏汉霖自主研发的新一代rHuPH20辅料注射液依托其“AI for Science”平台，大幅压缩研发周期

全球化深度运营提质增效 境内外保险公司全线向好

依托在全球超过40个国家和地区的产业布局和深度运营，复星全面推进“中国能力嫁接全球资源”战略，将中国的制造能力、服务能力和创新红利与全球市场深度结合。报告期内，集团海外收入达人民币491.6亿元，占总收入比重达到56.5%。

2026年上半年，复星旗下企业的全球化能力持续增强，“出海”业务不断取得重大突破。

在医药健康领域，复星医药境外业务收入同比增长16.45%，占营业收入的比重提升至31.30%，同比提升3.11个百分点，

收入结构持续优化。复宏汉霖H药汉斯状在欧盟获批三项新增适应症，HLX11（帕妥珠单抗注射液）也在欧盟获批上市，HLX14（地舒单抗注射液）两个产品在加拿大获批并实现商业化上市。截至目前，复宏汉霖已有10款产品于全球60多个国家及地区获批上市，广泛覆盖亚洲、欧洲、拉丁美洲、北美洲和大洋洲，惠及逾110万患者。复星健康持续推进国际化进程，积极拓展印尼、孟加拉、蒙古及港澳地区等市场，构建开放、稳定、专业的国际医疗协作网络，此外，佛山复星禅诚医院国际医疗中心大楼全新投用，构建全流程国际医疗服务闭环。

在消费及文旅领域，2026年上半年，豫园股份在中国港澳地区营业收入达人民币5.32亿元，同比增长285.83%；日本市场营业收入达人民币3.06亿元，同比增长6.09%。珠宝板块海外拓展成果突出，老庙新增5家港澳、海外及免税门店，当前港澳、海外及免税渠道总数已达15家。Club Med持续推进全球目的地布局，Club Med地中海白日方舟·杭州龙坞度假村于2026年4月正式开村，Club Med地中海俱乐部南非海滨与Safari度假村于2026年7月起试营业。

在智造领域，海南矿业“马里布谷尼锂矿+海南星之海锂盐加工”一体化产业链稳定运行，成为公司业绩增长的核心引擎，上半年完成三批次共7万吨锂精矿从非洲马里运抵中国海南海洋浦港。万盛股份位于泰国基地的磷酸酯阻燃剂项目顺利投产，填补了在海外制造环节的空白，为打造全球供应链注入新的韧性。

伴随全球化战略深入推进，2026年上半年复星旗下海内外保险公司业绩全线向好。截至报告期末，复星葡萄牙保险在葡萄牙市场的整体份额达30.1%，国际业务占合并总业务规模的26.7%，海外市场毛保费总额达欧元10.35亿元。报告期内，尽管遭受葡萄牙多场风暴所带来的损失，复星葡萄牙保险归母净利润仍达欧元1.65亿元，同比增长23.8%。

鼎睿再保险凭借优质客户基础、严谨核保纪律及全球化业务布局，保持业绩稳健。报告期内，再保险收入、毛保费同比分别增长25.0%及11.8%，并录得税后净利润美元8,970万元。凭借稳健的财务实力及持续提升的市场地位，穆迪于2026年4月将鼎睿再保险评级由Baa1上调至A3，评级展望“稳定”。

境内方面，复星保德信人寿2026年上半年规模保费达人民币83.8亿元，同比增长52.2%；净利润人民币7.8亿元，同比增长270%，上半年净利润超过2025年全年水平。复星联合健康保险收入同比增长36.2%，实现净利润人民币5.72亿元。

坚持商业向善，MSCI ESG评级升至最高级AAA

报告期内，复星在环境、社会及管治（ESG）领域持续获得国际认可。MSCI ESG评级升至最高级AAA，再次成功入选标普全球《可持续发展年鉴2026》并在《可持续发展年鉴（中国版）2026》中名列最佳1%。此外，FTSE ESG评分持续领先全球行业及中国企业平均水平，并连续五年入选富时罗素社会责任指数（FTSE4Good（下转03版）

复星国际：旗下地中海度假集团向香港联交所递交上市申请

- 地中海度假集团2025年收入达19.5亿欧元
- 2025年经调整EBITDA达3.9亿欧元，经调整EBITDA利润率提升至20.2%
- 目标到2030年，地中海度假集团将拓展至约85家全球度假村
- 如拟议上市完成，所得募集资金，拟主要用于拓展全球度假村网络、度假产品迭代升级、数字化及AI能力建设等

2026年8月28日，复星国际公告称，旗下ClubMed Lifestyle Group（下称地中海度假集团）已向香港联交所提交上市申请，计划于主板挂牌独立上市。联席保荐人为BNP（法国巴黎银行）、HSBC（汇丰银行）、J.P. Morgan（摩根大通）（按英文字母排序）。

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

全球高品质度假生活方式领导品牌冲刺港股

地中海度假集团以Club Med为核心品牌。其上市申请材料显示，2025年Club Med按营业额计，是全球最大的一价全包度假村品牌，在欧非中东和亚太地区均位列第一。同时，按2025年度度假村数量计，Club Med是全球最大的山野滑雪度假村品牌。



至今，Club Med已建立起覆盖六大洲、40多个国家和地区的全球销售网络，并在全球范围运营69个高端度假村，涵盖山野滑雪、阳光海滨等多元目的地，且是唯一在全球四大主要滑雪目的地均有布局的度假村品牌。

根据上市申请材料披露，地中海度假集团收入从2023年18.6亿欧元增至2025年达19.5亿欧元；毛利由5.4亿欧元增至5.9亿欧元；2025年经调整EBITDA达3.9亿欧元，经调整EBITDA利润率提升至20.2%；2024年Club Med完成了全线高端化转型，高端产品组合持续释放定价红利。

2026年，Club Med入选了《时代》周

刊（TIME）“全球100大最具影响力企业”榜单，是该年度唯一入选的酒店和度假村品牌。

此外，依托Club Med的品牌影响力及全球运营能力，地中海度假集团以轻资产模式拓展度假场景服务，持续构建多元化度假生活方式。就业务规模而言，全球度假生活方式市场，预计将从2025年的2.5万亿美元增至2030年的3.5万亿美元。

募集资金拟用于全球度假业务扩张与升级

当前，全球度假生活行业不仅在持续

增长，而且在向复合型度假业态转变。尤其消费者的旅游偏好正在从“观光游”向“度假游”转型，且消费能力和体验型消费投入也在持续增加，随着AI与数字化等新技术出现，复合型度假产品与服务供给，也变得越来越多元化。

地中海度假集团作为“生活方式度假”与“度假式生活”的倡导者与引领者，在深耕高品质“休闲度假生活方式”方面，拥有得天独厚的优势与核心竞争力。

作为拥有76年品牌历史沉淀的高端一价全包度假模式和独特G.O.（Gentils Organisateurs，即“亲切的组织者”）文化的度假集团，地中海度假集团还能为宾客提供具有参与感和情感连接的沉浸式度假体验。

据上市申请材料披露，地中海度假集团计划加速布局全球稀缺旅游目的地，如阿尔卑斯、南地中海、北非、东北亚、东南亚、北美及加勒比海、南美等区域，并探索中东等新兴市场。预计到2030年，地中海度假集团全球度假村网络将拓展至约85家。

如拟议上市完成，所得募集资金拟用于拓展全球度假村网络、度假产品迭代升级、数字化及AI能力建设等，其余部分则用于优化资本结构及日常业务运营。

地中海度假集团董事长徐晓亮表示，“这次赴港递交上市申请，是复星旅游业务迈向价值创造的重要时点。未来，我们将以Club Med为核心品牌，加快全球高品质度假产业的发展，让快乐度假成为一种跨越国界的生活方式，实现‘度假让生活更美好’。”

广东省委副书记、省长孟凡利与郭广昌一行会谈

2026年8月14日，省委副书记、省长孟凡利在广州会见复星国际董事长郭广昌一行。

郭广昌表示，广东营商环境优越，是全球科技创新高地、制造业高地。双方在多个领域有着良好的合作基础，面向未来也有着广阔的合作前景。复星将积极对接广东发展需求，充分发挥粤港澳大湾区开放程度高、经济活力强、创新能力突出的优势，进一步开展更多的合作和投资，更大力度参与发展生物医药产业，加强国际医疗服务和国际游客导入，积极探讨广东旅游、养老产业发展中的合作机会，加快基金投资、保险、金融等领域合作，积极助力广东高质量发展。

孟凡利对郭广昌一行表示欢迎。他说，面向“十五五”，希望复星充分发挥优势，在医药、健康养老、旅游、金融等方面与广东进一步加强合作。广东将打造一流营商环境和产业生态，为复星在粤发展做好服务保障。

近年来，复星持续加大在广东产业布局，特别是围绕深圳、广州、佛山等地，先后布局50亿生物医药产业基金、Club med金沙湾文旅项目、佛山禅诚医院、深圳恒生医院、广州白云新市医院等一批重大项目。

复星国际唐斌、祝文魁、刘子瑜等参加会见。

广州市委书记冯忠华与郭广昌一行会谈

8月27日，广州市委书记冯忠华在穗会见复星国际董事长郭广昌一行，双方就进一步深化务实合作进行深入交流。

冯忠华代表市委、市政府对郭广昌一行表示欢迎，感谢复星长期以来对广州发展的大力支持。冯忠华说，当前广州正围绕实现习近平总书记、党中央赋予的使命任务，以科技创新引领产业转型升级，因地制宜发展壮大新质生产力，工商并举构建具有国际竞争力的现代化产业体系，奋力开创“十五五”高质量发展新局面。希望复星抓住机遇、发挥优势，积极参与南沙开发开放和“百千万工程”，加快推进在穗项目建设，围绕生物医

药、国际医疗、文旅康养、金融服务等领域谋划落地一批新项目新平台，探索医养旅融合发展新模式，实现更高水平互利共赢。

郭广昌表示，广州一直是复星战略布局要地，复星将紧密对接广州建设国际消费中心城市、生物医药与健康产业高地等战略需求，发挥科技创新和全球化运营优势，进一步深化在穗业务布局，加大医疗科技、大健康、文旅消费、金融保险等领域投入力度，为广州高质量发展和现代化建设贡献更大力量。

市领导边立明，复星党委书记祝文魁参加会见。

（上接02版）

Index Series）成份股。

复星持续为援非抗疟贡献“中国方案”。截至报告期末，复星医药自主研发的注射用青蒿琥酯全球累计供应量超4.6亿支，累计救治超9,200万重症疟疾患者。以SPAQ-CO系列产品为核心药物的“季节性疟疾病物预防项目”已惠及超3.3亿名非洲儿童。

复星基金会发起的“乡村医生计划”持续覆盖16个省、市、自治区的78个项目县，守护2.5万名乡村医生，惠及300万户农村家庭、1,634万农村人口。2026年上半年，为项目县乡村医生投保团体意外险及重疾险累计超12,590份，为59个卫生室（院）进行智慧化升级，助力263位村医考取乡村全科执业助理医师资格证；5月上线的2.0版“AI

村医助手”服务成功率100%，村医用户满意度达92%。

展望未来，郭广昌表示：“上半年业绩的修复不是偶然，而是复星坚守长期主义、持续深耕主业的必然结果。面向未来，我们将围绕优势产业，继续推进创新驱动和全球化发展，沿着确定性的轨道，我们有信心逐步恢复人民币百亿利润规模。”



扫码看视频

复星国际举行 2026 年中期业绩发布会 郭广昌：打通“任督二脉”，在优势产业加速发展

2026年8月28日上午，复星国际在香港举行2026年中期业绩发布会。这也是复星时隔6年后，再次回到香港举办业绩发布会。复星国际董事长郭广昌、复星国际联席董事长汪群斌、复星国际联席CEO陈启宇、复星国际联席CEO徐晓亮、复星国际CFO龚平及多位投资者、分析师、媒体现场出席。

8月27日晚，复星国际公布2026年中期业绩：报告期内，集团总收入达人民币869.6亿元，归属于母公司股东的利润达人民币17.2亿元，同比增长160.3%；海外收入达人民币491.6亿元，占总收入比重升至56.5%。

对于上半年业绩，复星国际董事长郭广昌表示，这是复星近几年战略调整的结果，“晴天修屋顶”如期兑现，未来复星将聚焦形成优势的产业，在稳定增长的轨道上提速发展。

“复星这几年尤其是去年，‘晴天修屋顶’，‘晴天修车顶’，把复星这辆‘战车’修得更好了，进入了一个快速、稳健发展的轨道。”郭广昌说。

优势保险和优势产业的“任督二脉”已打通

今年上半年复星四大核心企业——复星医药、豫园股份、复星葡萄牙保险、复星旅游板块，合计收入占集团总收入的73.5%，显示复星的基本盘非常扎实。其中，医药和保险表现尤为亮眼。

郭广昌表示，“优势的保险和优势的产业相结合，是复星三十多年一直想打通的‘任督二脉’。我觉得现在我们已经打通了，打通之后会极大地提升复星的产业能力和未来的盈利能力，会源源不断地给复星带来发展动力。”

对于上半年的整体运营情况，复星国际联席董事长汪群斌表示，复星在这个阶段继续坚持瘦身健体、聚焦发展。一方面，继续提升复星国际评级，逐渐达到“投资级”。另一方面聚焦于保险产业和优势产业，更好地坚持长期主义，更好地穿越和驾驭经济周期。同时，要继续坚持“客户优先”，不断提升五类客户满意度，持续推进复星特色的开放式、整合式创新，打造全球化的商业能力和运营体系，以中国能力嫁接全球市场。

打造开放式全球创新和运营生态

创新和全球化是复星的核心战略，也



是这次业绩回暖的核心推动力。在创新方面，近十多年来复星围绕医药等核心业务轨道，保持高强度科创投入，仅今年上半年科创投入便达到人民币42亿元，同比上升16.7%。

复星国际联席CEO陈启宇介绍，复星在医疗健康领域，主要围绕中国、美国、全球新兴市场三个维度的需求进行布局，经过十多年努力，搭建了单抗、双抗、多抗、ADC、融合蛋白、小分子、自体CAR-T、新型通用型CAR-T、核药等技术平台，构建了涵盖实体瘤、血液肿瘤、免疫炎症、神经退行性疾病、心血管、代谢等疾病领域的高价值研发管线。同时，也在持续打造开放式创新生态，与更多全球性公司进行全方位的合作。

陈启宇认为，中国生物医药企业在创新研发上深耕近20年后，当下都面临着一个必须要突破的全球化核心命题——全球运营能力，尤其是全球商业化能力。因此，复星除了推进研发创新之外，一项非常重要的战略举措是构建全价值链协同的全球化运营体系，针对不同市场体系进行系统化的商业布局，强化全球商业化能力建设。

复星国际联席CEO徐晓亮表示，在复星的高质量经营中，非常重要的是创新驱动，创新是复星核心增长的引擎，复星的创新战略核心有四个维度：创新研发、创新产品、创新工艺和创新场景。总的来说，复星在创新上不是单点突破，而是贯穿于研发、产品、工艺、场景的系统性创新，以此构建高质量经营的新动力。

对于复星的全球化战略，徐晓亮表示，复星眼中的全球化战略有两面，A面是怎么通过全球研发、全球生产创造出更多好产品，通过全球资源形成的产业协同、全球联动的产业布局；而B面关键是全球运营和全球营销，围绕全球客户需求布局服务网络，强化品牌触达和市场开拓能力。

沿可持续发展的轨道加快发展

就投资者较为关注的财务状况，复星国际CFO龚平在业绩会上介绍，2026年上半年，集团整体经营收入保持稳定，结构持续优化；盈利能力显著修复，已重回增长轨道；科创投入持续加码，聚焦高质量发展。同时，集团持续推进资产组合优化，

夯实资产质量，稳步进入估值修复期。在业务大踏步前进的同时，集团持续优化资产负债结构，推动债务规模稳步压降，信用评级保持稳健。

在业绩会上，郭广昌表示：“复星国际这半年的业绩，大家可能觉得还不错，但这远远不是我们的目标，包括董事会提出的中期百亿利润也不是我们的根本目标。一个企业的成功，离不开它的愿景、使命和价值观；有好的愿景、使命、价值观的企业，才能行稳致远。所以我们‘修车顶’也好，‘修屋顶’也好，最终目的还是实现复星的愿景和使命。未来复星将聚焦优势产业，沿着可持续发展的轨道‘好马加鞭’，不断发展。”



扫码看视频



扫码看视频

“晴天修屋顶”如期兑现 在增长轨道上提速

2026年8月27日，复星国际公布2026年中期业绩。从数据来看，这一业绩落在7月29日公司盈喜预告区间的中上部。标志着复星完成“晴天修屋顶”的系统性调整后，盈利已重回增长轨道。

过去几年，复星走过了一条颇不寻常的路。2022年以来，公司推进“瘦身健体、聚焦主业”，累计退出资产和业务回笼资金约750亿元；2026年3月，依据审慎性原则对部分地产项目及非核心业务板块的商誉、无

形资产进行一次性非现金减值计提和价值重估。当时此举引发市场关注，复星国际董事长郭广昌在3月底的2025年度业绩发布会上详细解释：“这次是‘晴天修屋顶’，复星可以更好地集中资源、精力，投向高增长核心赛道。”

今天，对于复星的“晴天修屋顶”，市场给出了答案——自3月初预告发布至8月25日中期业绩发布前，复星国际股价明显反弹，自3.6港元涨到5.41港元，涨幅超过

50%，“风险出清”逐步被认可和消化。

更重要的是，业务带来的盈利增长也开始兑现。在8月28日香港举行的2026年中期业绩发布会上，郭广昌表示：“上半年业绩大幅修复，是复星这几年战略调整结果的体现。我们提出的‘晴天修屋顶’得到了兑现，放下了历史包袱。这次业绩是复星在稳健增长的轨道上持续前行的一个开始。”

复星的全球化发展，底层逻辑是“中

国能力对接全球资源”——中国的制造能力、服务能力和创新红利与全球市场的深度结合。从最初借助中国动力完成产业布局，到“中国与世界相互赋能”的双向奔赴，今天复星已经进入“全球组织+本地运营”的3.0阶段。这一阶段的复星是“站在全球看全球”，形成了跨区域、跨文化、跨组织的生态协同能力，推动复星海外收入持续增长。

原文刊载于央广网，有删减



郭广昌：复星的核心价值是独特的创新与全球化能力

我们现在重回增长轨道，但这远远不是我们的目标。董事会说的中期百亿利润，这也不是我们的根本目标。再跟大家重申，复星的核心价值，最重要的是两点：

第一，复星打造了一个植根中国的、在全球范围内的整合式创新能力。这是复星独特的结构。

我们很多医药，有从头做起的，也有在全球范围内的整合式创新，这种能力不是一般企业具备的，而且这种能力会不断地在未来给大家创造价值。不仅是医药方面，旅游、时尚未来都会充分发挥植根

中国、全球化整合式创新带来的发展。这是复星未来最独特的定位和能力之一。

第二，我们一直想打通“保险+产业”，优势的保险和优势的产业相结合，这是复星三十几年一直想打通的“任督二脉”。我觉得现在已经打通了，打通之后，会极大地提升复星的产业能力、未来的盈利能力，源源不断地给复星带来动力。

这是非常独特，也是非常难的，复星一天一天持续打造，我们基本做到了。当然，还要不断提升。复星是一个非常有耐心的持续在运营的企业，欢迎股东持续跟我们一起成长！



汪群斌：创业初心是复星经营原则的出发点

复星核心经营原则的出发点是创业的初心“修身、齐家、立业、助天下”，以及我们的使命和愿景“让全球家庭生活更幸福”。

在这个阶段，第一，继续坚持瘦身健体、聚焦发展。一方面，继续提升复星国际评级，逐渐达到“投资级”。另一方面，聚焦发展，聚焦保险产业和优势产业上。更好地坚持长期主义，更好地穿越经济周期、驾驭经济周期。

第二，继续坚持“客户优先”，不断提升五类客户满意度。

第三，继续坚持创新，坚持有复星特

色的、开放式、整合式创新。一方面自我研发自我创新；另一方面加强合作，通过投资复发创新。在这个阶段突出AI创新，充分利用AI来赋能和发展业务。

第四，继续坚持全球化，打造多产品线的全球化商业化能力和全球化运营体系。现阶段是中国能力嫁接全球化市场。

第五，继续坚持打造全球化组织，充满活力的高战力、高质量组织。我们组织的核心还是以企业家精神、共创业精神为核心，不断进化合伙人的机制和文化，充满活力地推动组织可持续发展。



陈启宇：围绕未被满足的医疗需求布局创新战略

作为以创新研发为驱动力的企业，我们始终围绕着未被满足的医疗需求进行布局，并从全球视角出发，统筹考量中国、美国及全球新兴市场的需求。

回顾过去一段时期，全球创新药研发的重心集中于肿瘤领域。我们相信，未来10至15年将是肿瘤药物创新成果的重要收获期。基于此，我们采取短、中、长期的逻辑布局创新药管线：近期聚焦肿瘤，中期布局空间广阔的自身免疫性疾病，远期前瞻布局以阿尔茨海默病为代表的神经退行性疾病，逐步形成多治疗领域协同、持续接力的管线组合。

在产品来源上，我们坚持体系性自研，建立了两大自研体系：一是复宏汉霖大分子药物研发体系；二是新药研发平台，并依托这些技术平台快速推进自研项目储备。同时，我们积极开展BD合作，并设立新药研发孵化基金，以更灵活的创业机制撬动和孵化优质项目，形成自研、BD、孵化多元驱动的管线构建机制。

作为以创新药为长期驱动的企业，我们期待终有一天能够打造出走向全球市场、销售额达50亿美元乃至100亿美元的大分子药物。



徐晓亮：围绕全球和中国布局度假“三超产品”

全球旅游的两个维度，一个是观光旅游，一个是度假游。这次“十四五”规划第一次明确提出要打造“旅游强国”。这个“强”，不单单是数量，更多的是质量。

在这样的背景下，复星旅游板块明确：“All in度假”，包括两个维度：全球、中国。

核心包括三条产品线：全球依托于Club Med，除中国以外目前有57个度假村，计划到2030年达到85个度假村。

在中国，从观光向度假转型。中国目前更适合打造“微度假、轻度假”，核心产品线叫超级度假区，同时结合中国的城市

和城市群在打造了“白日方舟”和“JoyView邻境”这两条全新的产品线，以更好地助力我们超级度假村的布局。

中国还有一个非常庞大的有潜力的市场，即各城市的文旅Mall，“文化+旅游+商业”。我们的第一个项目是重庆mall，这样的项目打造出来以后，未来在中国的空间是巨大的。

简单来说，我们围绕全球和中国这两个市场，围绕超级度假村、超级度假区、超级文旅mall“三超产品”，坚定地朝着“全球家庭度假的第一品牌”努力，助力全球家庭更幸福！

好马加鞭，复星换挡提速

从“敢于扩张”到“敢于舍弃”，从“追求规模”到“追求质量”，郭广昌给复星做了一场顺应时代的战略调整。

经历去年的大规模资产减值计提后，今年上半年，复星实现净利润17.21亿元，同比大增160.3%，复星用这份中报验证了“晴天修屋顶”的效果。

当时代从奖励胆量、速度、并购，到注重质量、效率，复星这艘老牌的全球化企业，正重新聚焦自己的能力底蕴。

扭亏为盈，夯基固本

8月27日，复星国际(00656.HK)发布2026年中期业绩。上半年，公司实现总收入869.6亿元，归属于母公司股东的利润17.2亿元，较去年同期大增160.3%。核心产业竞争力进一步夯实，产业运营利润达到36.9亿元，同比增长17%。

回望去年的年报，公司根据财务审慎原则，对地产和非主业资产进行了一次性的非现金减值计提。从今年中报来看，不仅“晴天修屋顶”得到兑现，放下历史包袱后的复星，更加聚焦在已经形成优势的产业，在正确轨道上持续前进。

在经历一轮资产腾挪后，观察复星的锚点要放在核心业务上。

上半年，四大核心板块全线发力，主业“造血能力”持续增强。复星医药、豫园股份、复星葡萄牙保险以及旅游板块合计贡献收入638.8亿元，占集团总收入比重达到73.5%。

一端是成长性。复星医药创新药收入持续增长，复宏汉霖上半年实现营收35.88亿元，同比增长27.3%，Non-IFRS盈利达5.723亿元，同比大增46.7%，高价值管线、商业化和全球BD加速兑现；

海南矿业的“海外锂矿+海南锂盐加工”进入实质运营阶段，新能源业务开始贡献新的增量。上半年净利润达到5.14亿元，同比增长83.39%，上半年盈利已超2025年全年。

另一端是确定性。葡萄牙保险持续保持增长势头，复星保德信、复星联合健康等境内保险业务进入快速发展期，三家企业分别贡献1.65亿欧元、7.86亿元和5.72亿元的利润，增速尤为可观。

郭广昌尤其看重这一点，因为在他看来，保险能贡献稳定、经常性的利润，这正是复星最看重的确定性。“优势的保险和优势的产业相结合，是复星三十多年一直想打通的‘任督二脉’。我觉得现在我们已经打通了，打通之后会极大地提升复星的产业能力和未来的盈利能力，会源源不断地给复星带来发展动力。”

豫园股份的黄金珠宝、餐饮等核心消费业务开始释放盈利弹性。上半年实现归母净利润1.6亿元，同比劲增157%，毛利率大幅回升。

一家企业真正的质量，并不取决于拥有多少资产，而取决于有多少业务能够持续、高效率地创造利润。

正如郭广昌所说，“上半年业绩大幅修复，是复星这几年战略调整的结果，也是复星‘聚焦’优势产业的成果。随着复星战略愈发清晰，这条轨道的底色也更加明晰，就是稳健发展、追求确定性的利润。”

不与周期对抗，顺应周期、主动取舍。盈利重回增长轨道，只是复星在正确轨道上



持续前进的一个开始。

经营质变，脱胎换骨

相比2026中报的业绩数字，更值得关注的是“质变”。

复星的创立和成长也带有深刻的时代烙印。但当过往的红利消散，过往的增长模式失效，复星开始重新回答，什么继续做，什么不再做，有限的资本和资源究竟应该放在哪里？

郭广昌给出的答案很直接——“聚焦已经形成优势的产业。”

自2022年起，复星果断推进“瘦身健体”战略。面对外部宏观环境的变化及挑战，郭广昌在致股东信中明确表态：“瘦身健体、聚焦主业”，未来继续压轻重资产比例，专注于家庭消费产业，将有限的资源投身于更有成长性的赛道和有优势的领域。

今年上半年，复星退出非战略非核心资产共回流120亿元，持续回笼资金，聚焦核心业务。

时至今日，这一系列动作的战略脉络愈发清晰，2022启动瘦身→2025一次性减值计提→2026业绩改善。三年分三步，逐步从“高杠杆、多元化、重资产”转向“轻资产、专业化、精细化运营”。

财务层面的变化也尤为显著。

公司总债务占总资本比率持续优化，总债务占总资本比率降至55.7%，在手现金612.14亿元，现金储备充裕，财务状况更加健康，安全垫也更加厚实。

此前，管理层已经明确中期目标，集团层面将总负债降至600亿元以下，并实现百亿利润目标，力争达成“投资级”评级。目前，复星正在完成从资产驱动到价值驱动的底层变盘。

但如果将这一系列动作单纯地看作“资产负债表修复”，就低估了这场调整。

时代巨变，商业社会的游戏规则是敢于重新审视自己。

从敢做加法，到敢做减法；从追求规模，到追求质量；从占有更多资产，到经营更加高效；从寻找更多机会，到建立更深能力。

这正是眼下，复星所做的事情。

盲目向前冲的时代一去不复返，真正的企业家精神不单单包括“冒险”和“扩张”，还应包含，敢认错，敢收缩，敢舍弃，也敢重新聚焦、加大投入。

甚至可以说，企业家最难战胜的，从来不是竞争对手，而是那个曾经成功过的自己。

这才是“晴天修屋顶”更深的一层含义。

真正的“晴天修屋顶”，不是等到危机来临再被动调整，而是在仍然拥有腾挪空间的时候，主动舍弃一部分不再适合自己的增长方式，把有限的资源留给更值得长期投入的产业。

作为一家成立三十多年的企业，复星开始重新在全球产业版图中寻找自己的坐标，重新定义边界、重新配置资源，也重新回答未来究竟凭什么赚钱。

如今，复星资产结构从“大而杂”转向“精而强”，业务从“高杠杆扩张”转向“轻资产深耕”，经营体质实现根本性好转，为下一轮增长奠定坚实基础。

好马加鞭 提速进入新周期

“做减法”，并不意味着复星重新寻找增长动能，而是更加清晰和聚焦。

通过一轮战略调整，复星长期深耕的创新和全球化战略开始担大梁，两大增长发动机将驱动复星在增长轨道上提速。

创新和全球化，决定增长上限。

先看创新。

上半年，复星科创投入达42亿元，同比上升16.7%。郭广昌曾多次强调，“一定要坚持创新，而且是聪明的创新，要和别人合作，向别人学习”，通过“整合式创新”，依托“全球研发+全球BD”两大能力打造创新体系。

今年以来，复宏汉霖的HLX43在非小细胞肺癌等多个实体瘤中已展现出“高效、低毒”的初步临床疗效；汉斯状开启胃癌“免化疗”新纪元。

AI也是同样的逻辑。复星没有脱离产业单独讲AI故事，而是让AI进入医药研发、文旅服务、保险运营等已有场景，提高研发和运营效率。

创新最终不是为了拥有多少技术，而是让已有产业创造更高价值。

再看全球化。

2026年上半年，公司海外收入达491.6亿元，在整个收入盘子里占比达到56.5%，相比2025年继续抬升3个百分点。

复星医药海外收入上半年达到63.79亿元，海外占比达到31.21%，同比提升3.14个百分点。上半年共有7款创新药品共20项适应症于境内外获批。

医药BD出海密集兑现，复宏汉霖先后与卫材、雅培、山德士达成战略合作。目前，复宏汉霖已达成全链路的体系化出海能力，其“C-MNC”（中国为总部的跨国生物制药企业）模式初具雏形。

豫园和Club Med则持续沉淀复星在不同市场经营产业的能力。

更为需要关注的是，复星持续打造全球化的运营能力，一方面是推动中国的产品和服务走出去，另一方面是把好的产品和服务引进来。通过复星积累下来的全球资源的调度能力，在全球找到最优质的项目和技术，然后快速调动起来。复星目前已真正在全球范围内把运营和投资结合起来，这在中国大型民营企业中也属罕见。

复星保险板块是一个极具代表性的案例。上半年，葡萄牙保险在葡萄牙国内的份额达30.1%，国际业务贡献率达26.7%，海外市场毛保费总额10.35亿欧元。

创新创造产品、体验和效率，全球化负责放大价值。创新提供具有全球竞争力的产品，全球化网络将产品价值在多市场放大，放大的收入又反哺创新研发。

比如，复星联合健康保险的“瑞星保”，通过“保险+产业”的模式，把保险服务和瑞金医院等顶级医疗、健康、消费资源整合在一起，让保险成为链接生态、服务家庭用户的载体。

可以看出，创新与全球化这两台发动机，正在把一个更聚焦、更轻、更强的复星推向下一轮增长。

资本市场表现上，复星国际股价已从3月初的底部回升逾50%，并通过回购、增持看好未来发展。同时，2026年目标派息率从20%提升到35%，股息预计不低于15亿港元。

从“瘦身健体”到“创新全球化双引擎”，复星完成的不只是一次周期穿越，而是更加明确其增长逻辑。

回头来看，复星之所以能多次穿越周期，其内核逻辑，在于提早以超前的战略眼光布局“创新和全球化”，并进行了多年的持续深耕。

创新可以筑牢内生壁垒，通过自研、孵化、生态合作构建技术体系与产品能力，对冲行业周期波动风险，并创造差异化价值雪球；

而全球化可以分散地域风险，实现不同经济体、不同市场的收益错配，同时嫁接全球资源与中国能力，打开业务增长天花板。二者协同发力，让复星在行业起落中保持经营韧性，实现跨周期持续发展。

过去几年，复星逐渐把“什么不做”和“什么坚持做”同时想得更加清楚。

郭广昌把下一阶段概括成四个字——“好马加鞭”。

在这次中期业绩会上，郭广昌表示：“复星国际这半年的业绩大家可能觉得还不错，但这远远不是我们的目标，包括董事会提出的中期百亿利润也不是我们的根本目标。一个企业的成功，离不开它的愿景、使命和价值观；企业有好的愿景、使命、价值观，才能行稳致远。我们最终的目的还是实现复星的愿景和使命，未来复星将聚焦优势产业，沿着可持续发展的轨道‘好马加鞭’，不断发展。”

随着创新和全球化更充分地兑现价值，复星有望在新增长周期里继续提速。

原文刊载于市值观察

复星医药 2026 中期业绩：营收净利同比齐增 全球化加速创新药品价值兑现

■ 2026年上半年，复星医药营收人民币204.42亿元，同比增长4.75%，按恒定汇率口径计算，营业收入同比增长7.17%；归母扣非净利润11.44亿元、同比增长19.09%，利润增速持续优于营收表现，盈利质量持续优化。经营活动产生的现金流量净额为24.24亿元，同比增长13.59%。

■ 创新与国际化成为驱动业绩增长的核心引擎：创新药品收入49.11亿元、同比增长13.84%，占制药业务收入比重达33.21%、同比提升2.17个百分点；中国大陆以外地区和其他国家业务收入63.79亿元，同比增长16.45%，占营业收入比重达31.21%、同比提升3.14个百分点，收入结构持续优化。

2026年8月25日，复星医药（600196.SH；02196.HK）公布2026年中期业绩。

聚焦核心治疗领域 加速创新药临床转化

复星医药坚持以临床价值为导向，聚焦肿瘤、免疫炎症、神经退行性疾病三大核心治疗领域，并同步拓展CVRM(心血管、肾及代谢)、抗感染、罕见病等领域，通过自主研发、合作开发、许可引进、基金孵化、产业投资等开放式创新体系，加速临床转化，持续推进创新转型。

2026年上半年，复星医药研发总投入32.47亿元，同比增长25.66%；其中，创新药品相关研发投入占研发总投入的81.61%，主要投入HLX43、HLX22、GR1803、FXR0906等管线，以及新一代小分子药物、核药等前沿技术平台。

报告期内，复星医药创新药品进入密集获批兑现期，共有7个创新药品共20项适应症于境内外获批上市，在肺癌、乳腺癌、消化道肿瘤等实体瘤领域，多产品协同、全

球商业化已形成差异化竞争优势。汉利康®（利妥昔单抗）、汉曲优®（曲妥珠单抗）、奥康泽®等产品稳居细分市场领先地位，持续贡献稳定现金流。

2026年上半年，H药汉斯状®（斯鲁利单抗）于中国境内新增胃癌围术期适应症，填补了全球临床空白；于欧盟新增获批一线治疗鳞状非小细胞肺癌、食管鳞癌、非鳞状非小细胞肺癌三项适应症；截至目前，H药已在全球约50个国家和地区上市，并被纳入英国、德国、意大利、西班牙和瑞典等12个国家医保或公共支付体系。汉倍优（帕妥珠单抗）接连在欧盟、中国获批上市，与汉曲优®、汉奈佳®、复妥宁®等乳腺癌领域创新产品协同放量。复迈宁®（芦沃美替尼片）新增获批2岁及2岁以上经系统治疗后复发/难治的朗格汉斯细胞组织细胞增生症（LCH）儿童及青少年适应症，填补国内临床空白。

与此同时，公司多款创新药品上市申请获受理，高效推进重点管线的国际多中心临床研究，为后续商业化增长持续注入动力。ALK抑制剂SAF-189（丁二酸复瑞替尼胶囊）用于非小细胞肺癌的上市申请已获国家药监局受理；复迈宁®治疗丛状神经纤维瘤的I型神经纤维瘤病成人适应症上市申请获国家药监局受理并纳入优先审评；BCMA×CD3双特异性抗体维利妥单抗（GR1803）用于多发性骨髓瘤的上市申请已获受理。重点在研资产HLX43、HLX22国际多中心研究同步推进，覆盖中美欧澳日等多个国家和地区，其中，HLX43作为潜在同类最优的广谱抗肿瘤PD-L1ADC，在非小细胞肺癌等多个实体瘤中已展现出“高效、低毒”的初步临床疗效。

在免疫炎症领域，公司加强自研的同时通过BD合作持续丰富管线，获授予诺奇奇拜单抗（抗IL-17A单抗）于中国境内及港澳台地区的开发、生产及商业化权利；补体抑制剂 FXS6837用于治疗IgA肾病等补体异常激活相关肾小球疾病于中国境内启动IIb

期临床试验；DPP1抑制剂FXS7553针对非囊性纤维化支气管扩张症及慢阻肺的两项适应症于中国境内均处于II期临床阶段。

神经退行性疾病领域诊疗一体化布局不断夯实。甘露特钠胶囊于中国境内的上市后确证性临床稳步推进，截至2026年7月31日累计入组超1,000例，超过计划入组例数的50%。帕金森病在研药物HT001已在澳大利亚启动I期临床。与此同时，“磁波刀”临床应用与相关诊断试剂的研发有序推进。

复星医药坚持以循证医学为导向，报告期内，复星医药的3个在研创新药管线的临床研究成果入选2026 ASCO年会口头报告，包括复迈宁®NF1成人III期研究、斯鲁利单抗注射液胃癌围术期III期研究及HLX43非小细胞肺癌临床研究；另有10项研究入选2026 ASCO年会壁报展示，其中包括复妥宁®两项III期研究数据、HLX43在鼻咽癌中的研究等。在《柳叶刀》《自然医学》等全球顶级期刊及全球行业学术会议持续输出高质量临床成果，为产品的国际注册与商业拓展提供坚实学术支撑。

深度国际化 全球化能力加速创新价值兑现

作为国内较早实现全球化布局的制药企业，复星医药正从“产品出海”向“体系出海”持续升级，在研发、注册、生产、商业化等维度持续深化国际化能力，加速创新药品在全球商业化的价值兑现。

对外授权方面，控股子公司复宏汉霖就斯鲁利单抗注射液先后与卫材、雅培达成战略合作；授予卫材在日本及约定领域的开发、生产及独家商业化权利；授予雅培在亚洲、中东、非洲及东欧共42个国家和地区的独家商业化许可，加速自主创新成果的全球化落地，惠及广大患者

许可引进方面，复星医药与AriBio就阿

尔茨海默病在研药物AR1001达成全球独家选择权合作，在原有中国及东南亚区域权益基础上，有权进一步拓展至美国、欧洲、日本等全球核心市场，并将作为该产品对应区域的上市许可持有人。目前AR1001用于治疗早期阿尔茨海默病的国际多中心III期临床试验已完成最后一位患者的最后一次访视，顶线数据将于2026年内公布。

复星医药依托多年全球合规生产经验，持续推进国际化战略。生物药生产基地已实现全球市场供货常态化，供货范围覆盖中国、欧洲、加拿大、拉丁美洲、东南亚、印度等市场。截至报告期末，已建成84,000升产能，其中已商业化运行的产能为48,000升。

复星医药控股子公司Gland Pharma作为印度首家获美国FDA批准的注射剂生产企业，具备西林瓶、冻干、安瓿、预充式注射器等复杂剂型的一站式开发与制造能力。近期与全球领先药企达成55个SKU无菌注射剂战略供应协议，进一步印证了其在高壁垒复杂制剂领域的技术积淀与客户黏性。这一平台也为复星医药的全球化布局提供了不可多得的战略性资源，在出海进程中形成了独具差异化的竞争优势。

凭借创新与全球化的核心竞争力，复星医药持续巩固行业领先地位，MSCI ESG评级提升至AAA级。在国内，连续八年稳居工信部“中国医药工业百强榜单”前十；在全球，创新管线规模进入全球第一梯队，入选Citeline“全球TOP25管线规模制药企业”前20。

复星医药董事长陈玉卿：“2026年上半年，面对充满挑战的行业变局，复星医药以战略聚焦应对外部不确定性，业绩稳健增长。我们坚定践行创新与国际化，聚焦肿瘤、免疫炎症、神经退行性疾病核心领域，依托全球化布局与BD双向赋能，锻造商业化能力。中国创新药全球化机遇当前，我们蓄力长远，坚定迈向高质量发展。”

复锐医疗科技 2026 年中期业绩：注射填充业务高速增长，亚太市场驱动国际收入稳步上行

■ 总收入171.4百万美元，同比增长3.6%，整体经营保持稳健

■ 国际市场（除北美）收入为127.0百万美元，同比增长16.7%。分区域来看，亚太、欧洲、中东及非洲收入分别为78.4百万美元、26.7百万美元和16.8百万美元，同比增幅依次达19.1%、12.1%和20.9%。北美实现收入44.4百万美元，同比下降21.6%，其中，加拿大收入同比增长超20.0%，显现北美地区局部复苏态势。

2026年8月20日，复锐医疗科技有限公司公布中期业绩。报告期内，公司凭借注射填充业务的加速推进与亚太市场的亮眼表现，有效对冲了北美市场的挑战和宏观不确定性，整体保持稳健增长，展现出强劲的经营韧性与战略定力。

能量源设备业务（除北美）收入为97.1百万美元，同比增长7.2%。注射填充业务

收入为22.2百万美元，同比增长54.2%，占总收入的12.9%，成为公司第二增长引擎。

毛利率为56.7%，2025年同期为60.0%。毛利率下降主要受区域收入占比变动和产品组合变化的影响。

净利润为1.1百万美元，2025年同期为9.0百万美元。净利率为0.6%，2025年同期为5.4%。该变动主要源于公司在中国注射剂业务的持续投入，叠加北美市场表现承压。针对该情况，公司已主动对北美地区的业务模式、运营执行效率及成本结构开展优化调整。

经调整净利润为5.0百万美元，2025年同期为12.0百万美元。经调整净利率为2.9%，2025年同期为7.2%。

复锐医疗科技持续深耕能量源核心技术、构筑深厚技术壁垒，稳步夯实全球医美设备赛道的领先地位。公司旗舰多功能平台Alma Harmony与Hybrid系列，依托一

体化多功能平台优势与成熟落地的临床诊疗体系，多年来保持稳健增长，品牌行业影响力稳步攀升，充分印证了公司能量源设备的长期发展韧性与全球竞争力。与此同时，2026年6月，旗下Soprano Titanium设备成功登陆泰国市场，上市后迅速获得当地头部医美机构的认可与积极反馈，进一步打通区域市场能量源设备与注射填充业务的协同链路，完善品类联动、双向赋能的商业化发展格局。

依托全球业务基本盘，公司聚焦亚太增量市场深入本土化运营，迭代适配区域需求的专属设备与定制化治疗方案。2026年7月，公司完成两大核心市场产品投放：面向中国香港推出Titanium Prime联合疗法，同步在中国大陆上市全新能量源设备“黑金牛奶光”，进一步完善亚太地区产品及诊疗服务矩阵，深度契合了消费者从单一肌肤修复转向长效、一体化肌肤综合管

理的消费升级趋势。

注射填充业务延续2025年高增态势，作为公司第二增长曲线持续释放增长动能。核心产品达希斐在中国大陆商业化落地成效突出，自2026年1月上市至期末，到诊所端累计出库量突破30,000支，合作覆盖近500家高端医美机构，增长依托终端机构采购渗透率提升及标准化医师培训体系持续落地。公司以标杆医美机构为核心合作载体，配套标准化临床培训、精细化终端运营服务及本土化定制注射方案，持续拉动产品临床应用频次与客户复购水平，夯实高端肉毒赛道市场定位，持续加深渠道渗透力度。

展望2026年下半年，公司将依托上半年的经营积淀，以营收规模稳步提升为导向，聚焦盈利能力修复与整体运营体系提质增效，持续完善覆盖诊断、治疗、养护的全链路美丽健康生态体系。

复宏汉霖 2026 年中期业绩 盈利能力持续跃升，进入全球价值兑现期

- 报告期内，实现营收人民币35.882亿元（下文中所有金额均以人民币计价），同比增长27.3%；
- 净利润4.304亿元，同比增长10.3%。
- 2026年上半年，公司非国际财务报告准则（Non-IFRS）盈利达5.723亿元，同比增长46.7%；
- Non-IFRS经调整息税折旧摊销前利润（EBITDA）达9.041亿元，同比增长35.2%，核心财务指标与营运指标持续向好。凭借核心产品全球稳健放量与全产业链精益运营，公司持续实现营收与盈利质量的双重跃升。

2026年8月21日，复宏汉霖（2696.HK）发布2026年度中期业绩。

复宏汉霖执行董事、首席执行官朱俊博士表示：“2026年是复宏汉霖向C-MNC迈进的关键加速之年。上半年，我们的核心产品在全球商业化进程中持续兑现价值，与此同时，差异化创新管线也密集迈入价值验证的关键阶段，双轮驱动的成效正逐步显现。未来我们将始终锚定患者未被满足的临床需求，依托‘全球商业化反哺创新，差异化创新驱动出海’的良性飞轮，全面深化公司全球化 2.0 战略布局，在高质量、可持续发展的道路上行稳致远。”

全球商业化多点开花 核心矩阵筑牢增长基本盘

截至目前，复宏汉霖已有10款产品于全球60多个国家及地区获批上市，广泛覆盖亚洲、欧洲、拉丁美洲、北美洲和大洋洲，惠及逾110万患者。2026年上半年，公司聚焦乳腺癌、肺癌、消化道肿瘤等优势治疗领域，全球产品销售收入达到29.386亿元，同比增长14.9%，海外产品销售收入同比大幅提升159.4%至1.053亿元，海外产品利润0.595亿元，为去年同期的4倍以上，全球商业化变现能力进一步增强。

在乳腺癌领域，公司持续深化“全程、全域、全球”战略布局，业绩期内实现乳腺癌领域产品全球销售收入16.983亿元。四款上市产品协同放量，汉曲优®（曲妥珠单抗，美国商品名：HERCESSI™，欧洲商品名：Zercepac®）、汉倍优®（帕妥珠单抗，美国及欧洲商品名：POHERDY®）、汉奈佳®（奈拉替尼）、复妥宁®（伏维西利）分别实现销售收入14.844亿元、770万元、1.955亿元及0.107亿元。2026年上半年，汉倍优®接连获欧盟委员会和中国药监局批准上市，成为首个且唯一**在中、美、欧三大主流市场获批的国产帕妥珠单抗生物类似药，与汉曲优®组成首个中美欧获批的国产“曲帕双靶”方案，贯穿从新辅助、辅助到晚期一线全程治疗管理。同时，公司正加速布局包括新型内分泌疗法拉索昔芬HLX78、新表位抗HER2单抗HLX22、HER2 ADC HLX87、KAT6A/B口服抑制剂HLX97、HER2双表位ADC HLX49及首款国产帕妥珠单抗曲妥珠单抗皮下复方制剂HLX319等，致力打造全周期、多维度的完善乳腺癌治疗创新矩阵。

在肺癌、消化道肿瘤等实体瘤领域，



多产品协同构筑增长新动能。H药 汉斯状®（斯鲁利单抗，欧洲商品名：Hetronifly®）上半年全球销售收入达5.975亿元，其新增胃癌围术期适应症于6月经优先审评程序在中国获批，成为全球首个且唯一*获批用于该领域的抗PD-1单抗，填补了全球临床空白。国际拓展方面，2026年上半年，H药在欧盟新增获批一线治疗非鳞状非小细胞肺癌（nsqNSCLC）、食管鳞癌（ESCC）及鳞状非小细胞肺癌（sqNSCLC）三项适应症。截至目前，H药已在全球50多个国家和地区获批上市，并被纳入英国、德国、意大利、西班牙和瑞典等12个国家医保或公共支付体系。公司另一款核心抗肿瘤产品汉贝泰®（贝伐珠单抗）上半年实现收入2.182亿元，同比增长87.6%，其在美国的上市申请也有望于今年下半年获得批准。此外，通过合作引进的三代口服EGFR-TKI HLX903有望于2027年上半年获批上市，精准覆盖非小细胞肺癌EGFR突变人群的靶向治疗需求。

与此同时，成熟产品汉利康®（利妥昔单抗）与汉达远®（阿达木单抗）等持续在血液肿瘤和自身免疫领域贡献稳健现金流，分别基于与合作伙伴的约定实现销售及授权许可收入3.357亿元与0.304亿元；HLX14（地舒单抗）双规格BILDYOS®（60mg/mL）和BILPREVDA®（120mg/1.7mL）于2025年下半年相继在美国、欧盟和英国获批，报告期内实现销售收入及授权许可收入0.731亿元。

2026年上半年，公司以中国为全球总部，通过构建商业合作、商业化运营、市场准入与定价、商业战略与运营、医学事务的五大核心职能，加速组建海外自有商业化团队，形成“自建团队+授权合作伙伴”双轮驱动模式。自2026年以来，公司接连达成三

项重磅国际战略合作，全面深化全球2.0布局：深耕高价值成熟市场，与卫材（Eisai）就核心产品H药达成协议，授予其在本市市场的独家商业化权益；加速拓展新兴市场，与雅培（Abbott）建立战略合作，拓展H药在亚太、非洲、中亚及东欧等地的商业化版图；释放生物类似药全球价值，与山德士（Sandoz）达成深度合作，就至多10款生物类似药产品达成重磅战略合作，全面拓宽管线资产在全球主流市场的商业化布局。

创新管线加速落地 生物类似药出海势头高涨驱动全球价值释放

同时，公司持续加码创新，加速在全球范围内推进临床开发，业绩期内研发投入达14.507亿元，同比增长45.7%。公司差异化创新管线储备持续扩容，已形成下一代IO、Hanjugator ADC、多特异性TCE及AI 等技术平台，储备50余个在研早期分子，覆盖肿瘤、免疫炎症、神经和代谢等领域。

核心资产HLX43作为潜在同类最优（BIC）的广谱抗肿瘤PD-L1 ADC，在非小细胞肺癌（NSCLC）等多个实体瘤中已展现出“高效、低毒”的初步临床疗效，其在NSCLC领域的II期及II/III期国际多中心研究已于中国、欧洲、美国、日本及澳大利亚等国家和地区推进，其中晚期sqNSCLC II/III期研究已获日本PMDA默示许可并完成中国首例患者给药；联合H药汉斯状®或pimurutamab（HLX07）治疗晚期/转移性结直肠癌（mCRC）的Ib/II期研究亦已完成中国首例患者给药。目前，公司已开展十余项HLX43单药或联合临床研究，累计全球入组患者超1500例，持续验证其在多种实体瘤中的广谱治疗潜力。

其他重点在研资产同步高效推进，其中，dulpatatug***（HLX22）头对头对比一线标准疗法治疗HER2阳性胃癌的国际多中心III期临床研究稳步推进，已在中国、美国、欧洲、日本、澳大利亚、韩国及拉美等多个国家和地区完成首例患者入组；其用于治疗HER2低表达乳腺癌的II期研究、联合HER2 ADC HLX87一线治疗HER2阳性乳腺癌的II/III期研究亦持续推进中。Pimurutamab 联合汉斯状®及化疗一线治疗晚期sqNSCLC的II/III期临床试验已通过澳大利亚药品管理局的临床试验备案并完成中国首例患者给药。

与此同时，公司高效推进以HLX3901（DLL3 x DLL3 x CD3 x CD28四抗TCE）、HLX3902（STEAP1 x CD3 x CD28三抗TCE）、HLX48（c-MET x EGFR双抗ADC）、HLX97（KAT6A/B小分子抑制剂）及HLX316（B7-H3唾液酸酶融合蛋白）等为代表的具有BIC/FIC潜力的新一代创新分子，持续夯实长期增长储备。依托成熟的CMC工艺优势，公司进一步提高复杂分子成功开发的确定性，助力提高成药性，并积极推动AI技术赋能HLX203等创新分子的研发，持续提升新药发现与开发效率。

聚焦全球化2.0战略，公司依托中美双报路径，持续探索生物类似药全球价值。HLX05-N（西妥昔单抗生物类似药）及HLX18（纳武利尤单抗生物类似药）均已获中美临床许可并完成全球首例患者给药；HLX13（伊匹木单抗生物类似药）、HLX15（达雷妥尤单抗生物类似药）及HLX17（帕博利珠单抗生物类似药）均已完成中美首例受试者给药，持续积累全球临床数据，为后续注册开发及商业化奠定基础。

全球化2.0体系成型 全产业链一体化能力夯实C-MNC战略目标

复宏汉霖现已搭建覆盖全球研发、临床、注册、生产、商业化的体系化出海能力，稳步推进全球化2.0战略目标，标志着“C-MNC”（中国为总部的跨国生物制药企业）模式初具雏形。

在临床与注册端，公司在欧美日澳均设有自有团队，在近30个国家和地区同步开展临床研究，合作临床研究中心超1000家。报告期内，公司在全球新增获得32项临床试验申请批准及25项上市注册批件，覆盖近50个国家和地区。在生产与供应端，交付能力持续升级。截至目前，公司累计完成GMP商业化生产批次超1400批，公司顺利通过全球各国药监机构及国际合作方超百项实地核查与审计，核查通过率100%，期内成功完成9次药品首发及18次海外批量发货。

2026年上半年，复宏汉霖核心创新管线临床价值持续显现，国际化注册与商业化成果接连落地，全球研发、生产及商业化协同进一步深化，多重成果共同印证公司全球化2.0战略进入关键加速验证周期。面向2030年，复宏汉霖将坚持创新驱动与全球化发展，向C-MNC加速迈进，力争新增10款产品全球上市，其中超过5款登陆欧美市场，成长为具有全球影响力的国际化创新生物制药企业。

复宏汉霖与山德士达成战略合作 加速释放生物类似药全球价值

- 合作拟覆盖至多10款单抗和/或抗体偶联药物（ADC）生物类似药资产，多数处于早期开发阶段
- 基于首批产品合作条款，2026年预计可达成的开票金额总计不超过1.005亿美元
- 此次战略合作是在双方2025年达成肿瘤领域生物类似药合作基础上的进一步深化

2026年8月17日，复宏汉霖（2696.HK）宣布，与全球仿制药和生物类似药领域领导者山德士（Sandoz, SIX:SDZ/OTCQX:SDZNY）就复宏汉霖至多10款单抗和/或抗体偶联药物（ADC）生物类似药产品或成分建立战略合作，并就首批选定的3款产品及1款产品的选择权签署合作条款。2025年4月，双方已就伊匹木单抗生物类似药HLX13在包括欧美在内的46个国家

和地区达成独家商业化合作，此次合作是在双方现有肿瘤领域生物类似药合作基础上的进一步深化。

根据战略合作协议，复宏汉霖将授予山德士在除中国外的全球范围内至多10款合作产品的注册及商业化独家权利。此次合作产品多处于早期开发阶段，双方将从项目开发初期即展开深度协作，贯穿产品开发、监管申报、生产、上市、商业化及生命周期管理等关键环节。复宏汉霖将依托其一体化生物药平台，负责合作产品的开发、生产及供应，加速早期分子的开发转化；山德士拥有涵盖约1300种药品的多元化产品组合，业务覆盖约100个国家，已触达全球逾10亿患者，并在产品注册、市场准入、上市及商业化方面积累了卓越佳绩。依托其广泛的全球布局、深厚的本地运营能力和经市场验证的商业化体系，山德士将把海外市场洞察和商业化视角前置融入产品开发及注册策略，推

动合作产品在全球市场高效落地。双方将通过覆盖产品全生命周期的深度协同，持续释放合作产品的全球商业价值。

双方首批达成约定的产品包括西妥昔单抗生物类似药HLX05-N、依洛尤单抗生物类似药HLX16、贝利尤单抗生物类似药等3款产品，并就复宏汉霖自主开发的透明质酸酶HLXTE-HAase1001达成选择权。基于上述首批约定，山德士将向复宏汉霖支付首付款、相关里程碑付款及不可退还的选择权费共计至高3.22亿美元。2026年，复宏汉霖预计可达成的开票金额总计不超过1.005亿美元。

其中，HLX05-N独家合作区域为美国、加拿大、欧盟及包括英国和瑞士在内的其他欧洲国家、日本、澳大利亚及新西兰，半独家注册及商业化合作区域为约定的部分亚洲国家和地区等。就HLX16及贝利尤单抗生物类似药而言，独家合作区域为除中

国以外的全球范围。

此次合作是复宏汉霖全球化战略的重要组成部分，不仅体现了复宏汉霖在生物药研发、质量体系、国际注册、规模化生产和全球供应方面的综合实力，也进一步验证了公司生物类似药平台的全球价值。目前，复宏汉霖已建立覆盖生物类似药和创新药的多元化产品管线，多款自主研发生物药已先后在中国、欧盟、美国及其他全球市场获批。

通过与全球领先制药企业开展合作，复宏汉霖持续推动产品覆盖更多国家和地区，加快更多生物药的全球商业化进程。与此同时，公司亦持续建设海外自主商业化能力，并根据不同产品的市场潜力、竞争格局及商业化需求，灵活采取自主推进与战略合作相结合的模式，以更加多元的路径推动产品进入全球市场，持续释放研发、生产及全球供应平台的价值。

复宏汉霖获纳入恒生综合指数成份股

2026年8月21日，复宏汉霖（2696.HK）宣布，根据恒生指数有限公司于2026年8月21日公布的截至2026年6月30日之恒生指数系列季度检讨结果，公司获选并将被纳入恒生综合指数成份股，自2026年9月7日起正式生效。

恒生综合指数是香港市场的重要指

标，涵盖在香港联合交易所主板上市证券总市值最高的95%。恒生综合指数对标的市值规模、交易流动性、公司治理设置多重筛选门槛，是港股优质上市企业的重要基准指数。此次获纳入恒生综合指数成份股，充分体现了资本市场对复宏汉霖全球经营治理能力与长期增长潜力的高

度认可。

获纳入该指数后，复宏汉霖的H股预计将符合沪港通及深港通下的港股通股票的调入标准，后续待上海证券交易所、深圳证券交易所正式公告后，公司股份将纳入沪港通及深港通下港股通资格证券。届时，内地合格投资者可通过港股通渠道直接

交易公司股份。此前，公司已获纳入MSCI中国小型指数成份股，将于2026年8月31日（星期一）收市后正式生效。

复宏汉霖将继续秉持创新驱动的发展战略，致力于为全球患者提供高品质、可负担的生物药，持续创造长期价值，回馈股东及社会各界的信任与支持。

中、美、欧三地获批“中国籍”单抗生物类似药 汉曲优持续守护乳腺癌患者的“治愈”希望

2026年8月，复宏汉霖自主研发的汉曲优®（曲妥珠单抗，美国商品名：HERCESSI™，欧洲商品名：Zercepac®）迎来中国获批上市六周年。这款用于HER2阳性乳腺癌及胃癌治疗的核心抗肿瘤产品，于2020年7月27日率先获欧盟委员会批准，成为首个登陆欧盟市场的国产单抗生物类似药，由此开启中国生物药出海先河。同年8月，汉曲优®在中国获批上市，成为国内首款自主开发的曲妥珠单抗。

六载深耕，汉曲优®成为“中国籍”单抗生物类似药标杆，目前已在中国、欧盟、美国等全球50多个国家和地区获批上市，对外授权覆盖超100个国家和地区。从“中国首个”到“全球标杆”，汉曲优®走出了一条中国生物药以品质建立全球信誉的国际化之路，同时，以此为核心，汉曲优®协同汉倍优®（美国及欧洲商品名：POHERDY®）、汉奈佳®（奈拉替尼）及复妥宁®（枸橼酸伏维西利胶囊）等产品，共同构筑覆盖乳腺癌全分子亚型与全程管理的诊疗生态圈，开启复宏汉霖赋能全球患者的全新征程。

国际品质筑牢根基 多重举措提升患者用药可及性

依托扎实的全球临床证据链与高标准生产体系，汉曲优®收获了全球多国药监、临床专家与患者的多重认可。其中，由中国医学科学院肿瘤医院徐兵河院士领衔、覆盖89家研究中心的全球多中心III期研究（HLX02-BC01）3年随访数据发表于国际期刊The Breast，头对头等效性研究充分证实汉曲优®长期疗效、安全性与原研药相似；同时，中国医学科学院肿瘤医院、北京大学肿瘤医院等国内顶尖机构牵头开展的多项真实世界研究，也进一步验证了其在HER2阳性乳腺癌新辅助及晚期一线等治疗中的等效结论，为国内规范化治疗提供了充足的本土循证依据。

在生产端，复宏汉霖全流程持续对标全球最严苛标准，其商业化生产体系已全面通过中国、欧盟、美国及多个PIC/S成员国药监机构的GMP认证，从源头保障了汉曲优®全球供应的一致性、稳定性。截至目前，汉曲优®已顺利纳入中国、英国、法国、德国等多国医保体系，国际临床信赖度持续夯实。

基于卓越的临床价值与创新设计，2026

年7月，汉曲优®60mg规格正式被纳入《国家基本药物目录（2026年版）》4。这是继2018年曲妥珠单抗（150mg规格）被纳入基药目录后，国家基本药物保障体系对该药物临床应用规格的进一步丰富与完善。依托基药目录的下沉与辐射效应，汉曲优®将覆盖更广泛的基层医疗机构，切实在“家门口”为更多女性患者提供可负担的高品质治疗选择。

立足双靶核心优势 打造“全程全域全球”乳腺癌治疗版图

在HER2阳性乳腺癌这一核心阵地，单药的成功只是复宏汉霖布局的起点。乳腺癌是全球女性中最高发癌症之一，其中HER2阳性亚型约占20%-25%，曲妥珠单抗联合帕妥珠单抗的“双靶”方案已成为该类患者的标准治疗选择。今年5月，汉倍优®正式获得中国NMPA批准，适应症覆盖原研帕妥珠单抗在中国已获批的全部范围。至此，汉倍优®成为首个在中国、欧盟、美国三地均获批、且唯一在海外获批上市的“中国籍”帕妥珠单抗，与汉曲优®携手构筑起首个中美欧三地获批的国产“曲帕双靶”组合。





汉曲优®
6年 跨越山海 为HER而行

（曲妥珠单抗，美国商品名：HERCESSI™，欧洲商品名：Zercepac®）

复宏汉霖 · 全程全域全球守护
不让一个乳腺癌患者落下

- 中、美、欧获批的“中国籍”单抗生物类似药
- 50+国家和地区获批上市，授权100+国家和地区
- 150mg&60mg双规格纳入国家基药目录

可靠的创新 · 值得信赖的品质
Reliable Quality · Affordable Innovation



央视新闻联播聚焦汉斯状：全球首个胃癌去化疗，中国创新药出海新势能

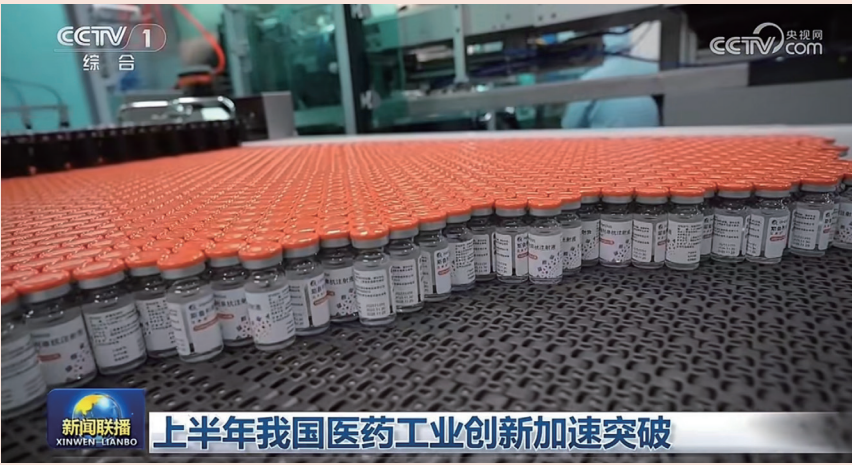
2026年8月8日晚，中央广播电视总台CCTV-1《新闻联播》聚焦上半年我国医药工业创新突破，复宏汉霖自主研发的抗PD-1单抗H药 汉斯状®（斯鲁利单抗，欧洲商品名：Hetronifly®）作为国产创新药代表亮相。报道提到：“这款今年刚推出的全球首个‘去化疗’胃癌创新药，在上市销售之前就已通过授权获得海外收入，已出口到全球多个国家和地区。”

H药是复宏汉霖核心抗肿瘤产品，自2022年获批上市以来，已获批5项适应症，覆盖肺癌和消化道肿瘤。目前，该产品已在中国、欧盟、英国、新加坡、印度、瑞士等全球50多个国家和地区获批上市，并在其中10余个国家纳入医保或公共支付体系，成为全球肿瘤免疫治疗领域的重要力量。

全球首个胃癌围术期“去化疗”方案 彰显中国原研力量

《新闻联播》指出，我国医药工业领域创新加速突破，企业自主研发实力不断提升，医药工业发展动能持续增强。今年上半年，我国共有38款创新药获批上市，其中国产创新药31款，占比超过80%，涌现出一批“全球首个”的创新成果。

今年6月，复宏汉霖自主研发的H药 汉斯状®正式获得国家药监局批准，新增胃癌围术期适应症，成为全球首个且唯一*获批用于该领域的抗PD-1单抗，填补了临床治



疗空白。这项全球首个胃癌围术期术后“去化疗”方案，以免单药替代传统辅助化疗，在提升疗效同时有效规避化疗毒副作用，显著改善患者治疗依从性和耐受性，标志着胃癌围术期治疗迈入精准高效的“去化疗”新时代。

这一极具里程碑意义的突破性成果，获得了全球肿瘤学界的高度关注与权威认可。相关研究成果于2026年美国临床肿瘤学会（ASCO）年会以口头报告形式发布，并同期发表于国际顶级医学期刊《柳叶刀》（The Lancet，影响因子88.5），成为全球首个登上该期刊主刊的胃癌围术期免疫治疗研究。该方案亦于同年4月被纳入《CSCO胃癌诊疗指南（2026版）》，为临床实践提供了新的循证参考。

全球商业化布局纵深推进 铸就中国创新药靓丽出海名片

今年上半年，我国规模以上医药工业增加值同比增长6.4%，出口动能强劲。创新药对外授权交易总额达1100亿美元，医药出口交货值同比增长9%，其中高附加值产品占比接近20%，创新药已成为我国高端产品出海的一张靓丽名片。

复宏汉霖针对H药采取自主布局联动全球区域合作的双轨发展模式：企业自主搭建覆盖研发、临床、注册、生产与商业化的全产业链体系，为产品全球化落地筑牢品质根基；同时携手海外合作伙伴，稳步推进H药的全球商业化落地。2026年上半年，围绕这款产品，公司全球化合作版图进一步扩容：

深化与雅培在亚太、非洲、东欧等新兴市场的商业化合作，同步与卫材达成日本市场开发及商业化合作，完善东亚核心医药市场布局。依托H药独特的差异化临床价值，复宏汉霖已通过卫材（Abbott）、卫材（Eisai）、Intas、KGBio、复星医药、Lotus等的多项海外权益授权达成跨境合作收益落地，充分彰显国产创新药的全球商业潜力。

2026年上半年，H药在欧盟新增获批3项适应症，在欧盟成员国及欧洲经济区国家的适应症范围得到进一步扩展，持续深化高发癌种布局。与此同时，公司正在美国、日本及更多海外市场同步推进桥接研究与注册计划，持续强化其全球商业化基础。截至目前，H药已在全球50多个国家和地区获批上市，覆盖全球近半数人口，并被纳入英国、德国、意大利、西班牙、瑞典等十余国医保及公共支付体系，让全球各地患者共享中国原创免疫治疗成果。依托自身全球化2.0战略，复宏汉霖持续对外输出从源头创新到全球商业运营的全套专业能力，真正实现从“产品出海”到“体系出海”的跨越式发展。

借全球首个胃癌“去化疗”适应症的突破，复宏汉霖正以H药为支点，带动全链条能力升级与海外授权落地，加速全球化进程。这不仅是公司自身的里程碑，更展现出中国生物医药从“跟跑”迈向“领跑”的关键跃迁，将高质量的创新治疗方案转化为惠及全球患者的健康福祉，成为中国药企立足本土、辐射世界的生动注脚。

原文刊载于CCTV-1《新闻联播》

中国创新药实现英国准入：汉斯状正式纳入 NHS 医保体系

近日，复宏汉霖自主研发的抗PD-1单抗斯鲁利单抗（汉斯状®，欧洲商品名：Hetronifly®）获英国国家卫生与临床优化研究所（NICE）推荐、有望进入英国国家医疗服务体系（NHS）惠及广泛期小细胞肺癌（ES-SCLC）患者。

中国国际电视台（CGTN）以此为切入点，围绕中国创新药加速进入全球成熟市场、人工智能赋能药物研发以及国际合作推动创新成果全球可及等话题进行分析，呈现了复宏汉霖持续推进全球创新与商业化布局的最新进展。

此次NICE推荐正值中国医药产业持续从药品生产制造向创新药研发转型之际。

CGTN在报道中援引中国国家药品监督管理局相关数据指出，中国企业目前约占全球创新药研发的30%，仅次于美国；2025年，中国共有76款国产创新药获批上市，创历史新高。

复宏汉霖国际市场首席商务官Darius Panaligan在接受CGTN采访时表示：“这是一个值得庆祝的时刻。斯鲁利单抗是首个在英国获批并获得NICE推荐的（中国产的）PD-1免疫疗法。”

不同于同时作用于健康细胞与肿瘤细



胞的传统化疗，免疫治疗通过帮助人体自身免疫系统识别并攻击肿瘤细胞发挥作用。

在推动现有创新产品走向全球市场的同时，复宏汉霖也在积极运用人工智能，助力未来药物研发提速增效。Darius表示：“人工智能对我们而言非常重要，它既可以服务科学创新，也可以提升工作效率。”

在科研层面，人工智能能够辅助科学家和临床研究人员开展蛋白质结构分析与

建模，从而加快药物研发和评估进程。

在效率提升方面，复宏汉霖也利用人工智能对部分数据进行评估、分析和验证，帮助进一步提升研发与决策效率，推动创新药物更快惠及全球患者。

斯鲁利单抗将通过复宏汉霖的合作伙伴Accord Healthcare在英国市场进行供应。

原文刊载于中国国际电视台（CGTN）

填补治疗空白！HLX43、汉斯状共8项研究成果即将亮相世界肺癌大会

2026年世界肺癌大会（WCLC）将于2026年9月12日至15日在韩国首尔举行。复宏汉霖将在本次大会上公布其创新产品的多项最新研究成果，涵盖PD-L1 ADC HLX43在胸腺鳞癌（TSCLC）领域的I期研究数据，以及抗PD-1单抗H药 汉斯状®（斯鲁利单抗，欧洲商品名：Hetronifly®）在广泛期小细胞肺癌、局限期小细胞肺癌和肺大细胞神经内分泌癌领域的7项研究数据。其中，共有1项研究入选小型口头报告（Mini Oral）环节，2项入选壁报导览（Poster Tour）环节，充分展现了公司在肺癌、胸腺鳞癌等胸部肿瘤领域的创新实力，以及相关产品广泛的临床应用潜力。

本次WCLC大会上，由吉林省肿瘤医院刘海峰教授牵头发起的一项H药用于ES-SCLC一线维持治疗的事后分析及荟萃分析结果将首次发布，进一步巩固H药在ES-SCLC一线治疗中的优势地位。此外，多项研究者发起的研究（IIT）结果也将于大会亮相，这些研究不仅将H药的应用拓展至ES-SCLC更前线的治疗场景，也丰富了一线和二线治疗ES-SCLC的多种联合用药策略。

复星健康国际智慧型未来医疗中心 落户广州白云

2026年8月18日，上海复星健康科技（集团）有限公司与广州白云产业投资集团有限公司签署落地协议，正式推动广东药科大学广州复星禅诚医院（广州新市医院）迁址落户白云国际大健康医养城，白云区区委书记洪谦出席签约仪式并见证签约。

复星健康始终将粤港澳大湾区作为核心战略区域，以广州为核心支点深耕国际化医疗布局。此次新院区锚定“大湾区国际化医疗门户、华南最大民营肿瘤中心”定位，充分发挥白云区空铁双枢纽的区位优势——项目选址广州白云站TOD核心片区，30分钟通达白云国际机场，叠加144小时过境免签政策，真正实现立足白云、辐射湾区、面向全球。新院区以肿瘤精准治疗为核心，引进达芬奇手术机器人等尖端设备；依托“港澳药械通”政策优势，搭建多语种国际患者服务中心；联动复星旗下医药、保险、文旅、康养全生态资源，探索“医院—社区—养老机构”医康养一体化模式，努力打造面向全球患者的智慧型未来医院，切实助力白云区实现国际医疗建设的政策目标。

此次项目采用“国企建设、品牌运营”



轻资产模式，由区属国企白云投资集团完成载体建设，复星健康整体负责运营，实现载体建设、政策对接、产业配套一体化推进。新院区总建筑面积约18万平方米，规划床位1320张，对标三甲医院及DNV国际认证标准建设，计划2030年全面投用。这是复星健康深度落实在粤投资布局、积极响应国民健康“十五五”规划与粤港澳大湾区医疗融合发展要求的重要战略举措。

今年7月，国务院印发《国民健康

“十五五”规划》，明确提出实施健康优先发展战略，强调稳妥推进国际医疗服务试点，大力发展医养融合产业，为加快建设健康中国指明了方向。沿着这一国家战略指引，广东省持续推进健康广东建设，鼓励社会力量参与高端医疗与跨境医疗旅游；白云区则全力打造白云国际大健康医养城，着力建设“国际医疗消费中心”和“国际诊疗高地”。广东药科大学广州复星禅诚医院（广州新市医院）持续推进国际化建设，此次迁

址升级，正是将企业战略深度融入国家与区域发展大局的关键行动。

广东药科大学广州复星禅诚医院近年来在各级主管部门的支持下，先后获批国家级胸痛中心、卒中中心、广东省创伤中心及广州市交通事故危重症定点救治医院，并成为广州市医院协会国际医疗分会常委单位、白云区医学会肿瘤学科主任委员单位。同时，医院与广州市第一人民医院签署医联体协议，与暨南大学附属第一医院建立脑科专科联盟，与广州市第八人民医院在肝病及感染领域开展深度合作，学科建设与区域协同迈上新台阶。在国际化方面，医院已获批“港澳药械通”指定医疗机构，国际医疗中心运行良好，外籍患者服务规模持续扩大，为争创国际医疗服务高地奠定了坚实基础。

此次迁址白云国际医养城，标志着复星健康在粤港澳大湾区的国际化医疗布局迈入新阶段。未来，复星健康将继续以广州为核心支点，深耕大湾区，链接全球优质医疗资源，致力打造具有国际影响力的医疗健康服务品牌，为健康中国建设和人民健康福祉贡献更大力量。

“磁波刀”技术首次纳入中国帕金森病治疗指南

2026年6月，《中华神经科杂志》发表了由中华医学会神经病学分会帕金森病及运动障碍学组牵头修订的《中国帕金森病治疗指南（第五版）》。作为我国帕金森病临床诊疗重要指导文件，该指南时隔6年迎来重大更新，首次将磁共振引导聚焦超声技术（MRgFUS，俗称“磁波刀”）纳入帕金森病手术治疗体系，指南列明手术方案包含传统神经核毁损术、脑深部电刺激（DBS）、磁共振引导聚焦超声技术三类。

此次指南更新，标志着中国帕金森病治疗格局的一次结构性变化，为帕金森病患者带来治疗新选择。

权威指南纳入：磁波刀跻身三大手术方案

帕金森病的治疗指南是中华医学会神经病学分会牵头、国内知名神经科专家共同制订的临床指导文件。

最新指南在手术治疗章节中明确写道：“现有手术方法主要包括传统神经核毁损术、DBS及磁共振引导聚焦超声技术（MRgFUS）3大类。”这是磁波刀技术首次被国内权威帕金森病诊疗指南纳入，标志该技术正式进入国内帕金森病手术治疗参考体系。

在磁波刀定位和适应症方面，指南进一步明确：“MRgFUS通过将高强度超声能量聚焦于特定脑深部核团，形成可控的热凝固灶，从而实现非开颅、无电离辐射的神经核团定向功能性损毁；该技术已获美国FDA和欧盟CE批准用于治疗帕金森病相关震颤，目前主要用于单侧药物难治性震颤的帕金森病患者（B级证据，Ⅲ级推荐）。”这一表述直接回应了患者两大核心关切内

容——无需开颅的无创属性和明确的适应症范围，意味着为药物控制不佳、难以耐受开颅手术且符合适应症筛选标准的患者提供了新的临床治疗选择。

不开颅、无植入：获得多项国际证据

磁波刀的核心价值在于其独特的作用机制——将磁共振高清成像的精准定位能力与高强度聚焦超声的热消融效应合二为一。治疗过程中，患者佩戴专用头盔仰卧于磁共振设备中，仪器如同“实时导航”精准锁定大脑深部负责震颤的靶点；头盔上排列的上千个超声换能器从不同方向同步发射低能量超声波，在靶点处精确交汇、能量集中、进行消融。整个治疗无需开颅、无需植入任何异物、无电离辐射，患者全程清醒，磁共振实时监测温度变化，精度达毫米级。

在国际循证层面，该技术拥有多项海外监管审批与临床研究数据：2016年获FDA



批准用于药物难治性特发性震颤，2018年扩展至以震颤为主的帕金森病，2020年《新英格兰医学杂志》（NEJM）发表西班牙Martínez-Fernández团队随机对照试验，围绕MRgFUS丘脑底核毁损术治疗帕金森病开展临床研究，2025年7月FDA进一步批准用于中晚期帕金森病的双侧苍白球丘脑束（PTT）消融术，应用范围从单侧扩展至双侧及更广泛运动症状。

总之，国际范围内已积累多项磁波刀治疗帕金森病的临床研究证据。第五版指南将其纳入，体现了国内诊疗规范与国际证据的同步。

加速落地中国，适应证拓展前景广阔

自2021年获得国家药品监督管理局（NMPA）批准用于临床治疗药物难治性特发性震颤及以震颤为主的帕金森病以来，磁波刀已在全国进驻10余家重要医疗中心，累计完成近千例治疗，持续积累本土循证数据，推动无创诊疗技术的标准化与规范化发展。

与此同时，2026年4月，复星医视特与西门子医疗达成战略合作，双方将围绕磁波刀的临床应用、科研创新与生态构建展开全方位协同，加速技术推广与国产化进程。该技术的适应证拓展也在加速推进，多个前瞻性临床研究已在国内同步开展。

未来，随着多中心临床研究持续深入和技术的升级迭代，这项纳入权威诊疗指南的无创治疗技术将加速落地，有望从帕金森病到更多疾病领域，持续挖掘其临床应用价值。

复星万邦恩格列净二甲双胍缓释片（III）获批上市



2026年8月3日，复星医药宣布，控股子公司复星万邦（江苏）医药集团有限公司（以下简称“复星万邦集团”）自主研发的恩格列净二甲双胍缓释片（III）正式获得国家药品监督管理局（NMPA）颁发的药品注册证书。本次获批适应症为配合饮食控制和运动，适用于正在接受恩格列净和盐酸二甲双胍治疗的2型糖尿病成人患者，用于改善这些患者的血糖控制。

当前，中国糖尿病发病率居高不下，临床用药需求迫切。IQVIA数据显示，2025年，同类复方制剂在我国境内的医院市场规模已达6.74亿元。该产品的上市，不仅为国内糖尿病患者带来更便捷、多元的选择，更进一步丰富了公司代谢慢病领域的产品管线。

未来，复星万邦集团将持续加大代谢领域研发投入，依托国际化标准的生产体系与成熟商业化能力，持续落地安全高效、质优惠民的国产创新好药，助力国内代谢疾病规范化、精细化管理水平升级。

豫园股份 2026 中期业绩：业绩稳步复苏，上半年归母净利润同比增长 157%

■ 在复杂多变的外部市场环境下，公司积极瘦身健体、拥轻合重，核心产业调整转型，已显现成效，公司业绩已明显企稳复苏：2026年上半年豫园股份营收170亿元；归母净利润1.6亿元，同比增长157%；扣非归母净利润1.4亿元，实现同比扭亏。

■ 各主营业务板块运营能力显著提升，公司毛利率18.61%，同比提升4.52个百分点。其中，核心产业珠宝板块毛利率8.6%，同比提升1.26个百分点。财务指标优化，公司整体运营更为平稳健康，资产负债率比2025年期末下降1.52个百分点，至69.71%。

2026年8月20日晚，豫园股份（600655.SH）发布2026半年度报告。

豫园股份董事长黄震表示：当前消费市场变革转型加速，公司坚定战略目标稳健前行，业绩逐步企稳。下半年，公司将保持高质量发展势头，抢抓趋势性、结构性、创新性三大机会窗口，持续置顶以非遗为核心的东方生活美学战略，深耕差异化产品打磨、精细化运营，着力提升资产回报率；坚持深度全球化布局，放大场景打造核心优势；积极拥抱AI，赋能组织提效与商业模式创新，确保短中长期战略目标如期达成，持续为广大股东创造长期价值。

瘦身健体与产业转型均显成效

豫园股份业绩逐步企稳，得益于近年持续推进“瘦身健体”、“拥轻合重”策略，加快核心产业调整转型的落地成效。

公司一方面退出非核心资产、盘活回笼



现金；另一方面落实精细化成本管控，提升效能。上半年完成上海滩商厦项目部分资产转让，管理费用同比下降19%，销售费用同比下降5%。

在资产优化基础上，公司持续推动核心产业转型：产品端锚定以非遗为内核的东方生活美学置顶战略，加大新品研发，打造高品质、高毛利核心单品；渠道端深耕电商等新零售赛道，探索轻资产运营。

珠宝板块，产品结构持续优化，老庙件计价产品占比超18%，较去年显著提升，珠宝板块毛利率同比提升1.26个百分点；渠道优化，清退低效门店、加码线上，电商收入同比增长15%。

此外，餐饮板块推进轻资产运营，松鹤楼正餐苏州同里店开业，面馆业务加快加盟

探索。上海表依托红色文化IP创新，一大联名款、钱学森图书馆联名款市场表现良好。童涵春堂陆续入驻开市客、沃尔玛、麦德龙等商超渠道。

非遗+科技+IP 打造现象级消费场景

豫园股份持续深化以非遗为核心的东方生活美学置顶战略，依托文化赋能构建差异化竞争优势，夯实品牌核心竞争力，打造特色消费生态。

商业零售板块，公司借助文化IP打造沉浸式消费场景，带动客流与销量双升。2026年上半年，大豫园商圈的豫园商城项目客流超过1900万人次，GMV超22亿元。

马年春节豫园灯会首次将灯区扩展至BFC外滩金融中心、古城公园、方浜中路、福佑路及外滩区域，客流达600万人次。今年春季与夏季，大豫园相继推出“花花大豫园”、“夏日奇幻夜”等活动，释放场景商业价值，激活线下消费活力。

文化赋能的同时，豫园股份亦加速全域数字化升级，推动各产业“AI+业务”深度转型，让人工智能深度融入产品研发、门店运营、场景营销、用户服务、供应链管理全链条，将AI打造为经营创新与服务升级的核心基因。

全球化成果显现 文化出海打造新增长曲线

在深耕国内市场的同时，豫园股份的海外业务也在构筑新的业绩增长点，公司全球化战略已取得阶段性成果。

豫园股份在中国港澳地区营业收入达5.32亿元，同比增长285.83%；日本市场营业收入达3.06亿元，同比增长6.09%。珠宝板块海外拓展成果突出：上半年老庙新增5家港澳、海外及免税门店，当前港澳、海外及免税渠道总数已达15家。其余产业出海节奏同步提速，餐饮板块南翔馒头店上半年落地泰国3家海外门店；舍得酒业苏东坡纪念酒相继登陆日本、越南、柬埔寨、老挝、比利时、缅甸等多国市场。

自2023年起，豫园股份以豫园灯会为文化先导，探索以文化IP引领、带动实体产业出海的新模式。当前其珠宝产业在海外市场已经实现良好开局，其他产业出海步伐也在提速，将为公司中长期可持续发展打开更大空间。

承袭传统民俗意蕴、解锁都市新潮玩法 大豫园开启七夕双场域浪漫体验

七夕期间，大豫园浪漫铺陈至老城厢与外滩。8月19日至23日，大豫园一期（豫园商城）推出了集非遗市集、IP巡游、互动打卡与国风演艺于一体的“七夕新庙会”；大豫园-BFC外滩金融中心则于七夕期间，带来外滩冻饮节、丘比特巡游、心动之夜爵士音乐会和限定餐饮礼遇，打造清凉、浪漫与微醺交织的外滩盛宴。从飞檐灯影下的东方雅韵，到江风夜色中的摩登心动，开启了一场跨越古今、贯通昼夜的七夕之约。

摩登外滩的七夕浪漫，被晚风、音乐与爱意彻底拉满。活动期间，BFC特邀NPC化身浪漫丘比特，向市民游客派发“真爱心愿糖”；5楼露台的“HUG ME”爱心拥抱装置也已就位，情侣打卡即有机会解锁惊喜好礼。

音乐是夏夜不可或缺的灵魂。BFC携手ASYLUM、上海电音气氛组协会等知名音乐厂牌，在5楼露台持续上演潮流电音狂欢，点燃江畔夏夜氛围。

七夕期间，豫园商城将化身一座可逛、可赏、可体验的国风庙会。中心广场非遗市集汇集点翠、书画、缠花绒花、手工木工、和田玉挂



饰、塔罗线香等传统手作与东方生活好物，让游客在市集烟火中近距离感受非遗之美。

现场还设置非遗挥墨提扇、漂漆书签

等手作体验，并推出七夕主题明信片手账制作。游客可以用古风纹样贴纸、鎏金笔墨、花草压花和印章，在方寸纸面写下七夕寄

语，留下一份独一无二的节日纪念。笔墨、漆色与草木纹样交织，让传统技艺从静态观赏转化为可参与、可带走的游园记忆。

作为今年七夕的“清凉担当”，BFC外滩冻饮节在枫泾路连嗨两周，10余项玩水项目全线开放。“快乐凿冰局”“爆冷板凳”“捞球大作战”等互动环节轮番上阵，趣味十足。

七夕晚餐同样值得期待。BFC汇聚多家顶级餐厅，堪称外滩最令人心动的约会地标。除了饕餮盛宴，BFC同步奉上多重购物礼遇，为约会增添更多甜蜜选择。

从豫园商城飞檐之下的国风演艺、非遗手作市集，到外滩BFC江畔的冰饮微醺、露台悠扬旋律，老城厢的东方雅韵与黄浦江畔的摩登风情在此双向碰撞。这个七夕，大豫园打造“一古一潮”的双场域浪漫体验，一面承袭传统七夕民俗意蕴，一面解锁都市新潮过节玩法，古今相融、昼夜相映，为市民游客带来层次丰富、多元氛围感拉满的七夕过节新选择。

原文刊载于上观新闻

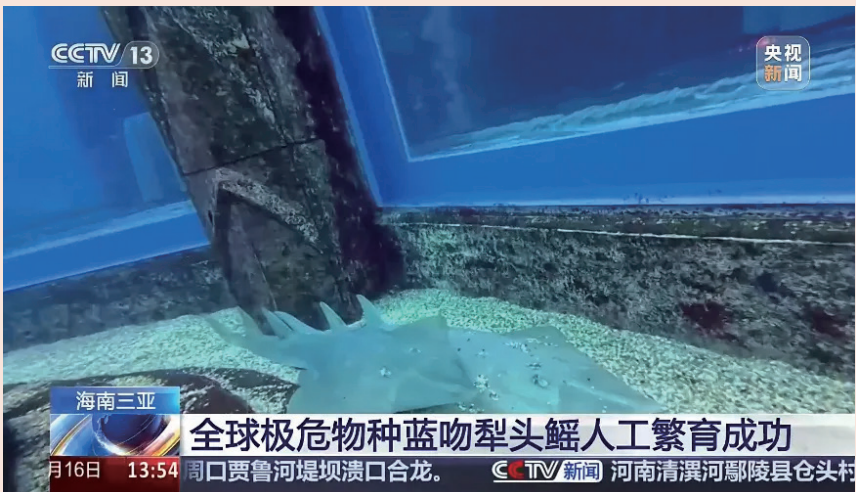
三亚·亚特兰蒂斯保护全球海洋生物多样性 成功人工繁育全球极危物种蓝吻犁头鳐

2026年8月15日，在第三个全国生态日、《中华人民共和国生态环境法典》正式施行之际，海南三亚迎来一项极具科研价值的海洋保育成果。全球极危物种蓝吻犁头鳐在人工养护环境下成功繁育，12尾幼体全部健康存活，该繁育实践在全球同物种保育领域处于国际领先水平。这一突破性海洋保育事件受到各界瞩目，央视新闻、中央广播电视总台·海南总站、三亚日报等多家权威媒体纷纷刊发报道，多角度记录本次繁育成果。

该物种人工繁育产出健康活胎的发生概率极低，全球可参考成功案例十分稀少，本次罕见的繁育事件，为濒危海洋生物保护研究提供宝贵观测样本。亚特兰蒂斯水族馆主动联动科研机构开展全流程实地核查，依托产学研协同，为极危海洋生物保育、种质资源留存积攒一手关键研究数据。

蓝吻犁头鳐是印度洋-西太平洋热带及亚热带近海海域重要的底栖软骨鱼类，对维持海洋生态系统平衡具有重要作用。

目前，该物种被世界自然保护联盟红色名录列为极危物种。受近海栖息地退化、过度捕捞、兼捕误伤等因素影响，在过去的45年间，这一物种的野外种群总数减少了80%以上，部分繁殖地被严重破坏乃至消失，物种存续形势严峻。2019年，蓝吻犁头鳐属全物种被列入《濒危野生动植物种国际贸易公约》附录Ⅱ，2026年，该物种野生来源标本商业性贸易的年度出口配额被调整至0配



额，全球开启协同保护模式。

本次繁育的亲本个体，为亚特兰蒂斯水族馆2018年开馆时合规引进的保育个体，种质来源合法，多年饲养观测谱系完整，早于国际公约贸易管控实施节点，为本次繁育事件的发生奠定了稳定基础。

作为全球公认的高难度保育物种，蓝吻犁头鳐自然繁育条件严苛，生长周期长达8至10年方可性成熟，繁育率相对较低。同时，孕期亲鱼对水温、水流、盐度及人为扰动高度敏感，外界干扰极易造成胚胎发育停滞甚至流产，因此难以在人工环境下实现繁殖并成功存活。

鉴于蓝吻犁头鳐繁育存活案例稀缺、科研数据极度匮乏，为充分挖掘本次罕见事件的科研价值、完善物种保育研究体系，三亚·亚特兰蒂斯主动联动权威科研力量，特邀中国科学院动物研究所副研究员、世界自然保护联盟IUCN鲨鱼专家组亚洲区域副主席张洁及其团队，赴现场开展实地核验与科研指导。本次专家到访核心目的，是对繁育全流程进行科学溯源、数据复盘与专业研判，将难得的保育实践样本转化为标准化科研数据，推动极危软骨鱼类保育研究持续向前探索。

下一步，科研团队与园区将联合整理全

套一手保育数据、影像资料与观测档案，对接国际权威机构开展交叉核验，进一步夯实成果的科研价值，为全球犁头鳐科极危物种保育、种质资源保护补充关键缺失数据。

此次共产下12尾幼鳐，数量落在该物种自然产仔的合理区间，且全部产出健康活胎，在人工饲养环境下十分难得。现阶段所有幼鳐安置在独立培育水域，保育人员实行常态化一对一跟踪观测。现场核查可见，12尾新生幼鳐游动灵活、可自主正常摄食、体表完整无损伤，各项生理状态均达到健康标准。

在海洋保育科研领域，这批幼鳐是自然带来的难得观测样本，也为业界探究极危犁头鳐繁育规律、完善配套保育方案提供了全新实践依据。

立足全国生态日与生态环境法典施行的重要节点，本次极低概率保育案例，是我国海洋生物多样性迁地保护的生动实践。不同于技术攻关的成果突破，此次繁育是长期尊重自然、守护自然、精细化科学保育的成果，为全球极危软骨鱼类保护提供了中国实践、积累了本土经验。未来，三亚·亚特兰蒂斯将持续深化产学研协同合作，深耕极危海洋物种救助、保育、繁育全链条研究，在敬畏自然、探索自然中持续完善海洋生物保护体系，助力我国乃至全球海洋生物多样性保护事业高质量发展。

原文刊载于央视新闻

Club Med 地中海俱乐部泰国苏梅岛奢华度假村正式奠基 全球布局提速

2026年8月26日，全球精致“一价全包”度假先锋品牌Club Med地中海俱乐部，与泰国尚泰集团资本(Central Group Capital)管理层，在泰国苏梅岛北岸项目现场，共同为Club Med Exclusive Collection Koh Samui度假村，举行奠基仪式。

复星旅文集团联席总裁、地中海俱乐部副首席执行官兼首席增长官徐秉瓚、东亚南亚及太平洋地区(ESAP)首席执行官Rachael Harding等出席当天活动。此次奠基，标志着这一备受瞩目的奢华度假项目，正式进入施工阶段，也标志着地中海俱乐部正在加速全球奢华度假版图的持续扩张。

Club Med Exclusive Collection Koh Samui度假村，是地中海俱乐部奢华产品线在泰国的首次落地，也是继1985年普吉岛度假村后品牌在泰国的第二家度假村。度假村距苏梅岛机场约25分钟车程，坐拥超200米私密沙滩，规划303间客房。设计融合泰国本土文化与岛屿自然地貌，预计于2028年下半年正式启幕。作为地中海俱乐部在ESAP区域的第三家尊享精选系列度假村，苏梅岛项目进一步巩固了品牌在东南亚高端休闲旅游市场的战略布局。

泰国苏梅岛项目的正式奠基，是地中海俱乐部全球扩张提速的最新注脚。早在2024年4月，地中海俱乐部百分百完成了向高品质高端度假酒店转型，完成转型

后，品牌的全球布局与开发速度经一步加快。目前，地中海俱乐部在40多个国家和地区开展业务，拥有近70家精致“一价全包”及奢华度假村与风帆游轮(Exclusive Collection)。其中Exclusive Collection奢华产品线度假村占全球总容量的13%，涵盖6家度假村、9处空间、5栋别墅与木屋，以及标志性的Club Med地中海俱乐部法式风帆游轮。

徐秉瓚介绍，2026年以来，地中海俱乐部新度假村陆续开业。今年4月，杭州首个茶主题国际高端度假目的地Club Med 地中海俱乐部白日方舟·杭州龙坞度假村正式开业。7月，地中海俱乐部首家兼具海滨与Safari的两栖度假村在南非开始试营业。今年年底，地中海俱乐部近20年来在东南亚的首家新村，也将在Kota Kinabalu(亚庇)开业。此外，地中海俱乐部在全球稀缺旅游目的地的布局也明显加速。2025年底以来，地中海俱乐部在中国、加拿大、摩洛哥、巴西、美属维珍群岛和印度尼西亚以及意大利等地，都有新度假村项目签约。

随着苏梅岛项目奠基，项目预计到2028年开业投入运营，届时，该高奢品质度假村Koh Samui，也将成为Club Med地中海俱乐部品牌在东南亚高端奢华度假市场的又一个战略支点，为泰国旅游业的长期复苏与升级，提供新的国际品牌助力。



舍得酒业 2026 中期业绩：营收 22.87 亿元 经营底盘稳固，主动调整见效

■ 2026年8月18日盘后，舍得酒业股份有限公司（600702.SH，以下简称“舍得酒业”）披露2026年半年度报告，上半年实现营业收入22.87亿元，归属于上市公司股东的净利润1.45亿元。

在行业深度调整周期，舍得酒业以主动控量挺价、加速库存去化及前置市场投入为核心抓手，牢牢稳住经营基本盘。虽短期让渡了盈利，但主动调整下经营韧性和经营质量持续提升。展望后市，旺季业绩催化叠加大股东复星长期坚定支持，舍得酒业的发展势能正在持续积聚。7月以来，多家机构给予“买入”评级，看好其价值回归空间。

资产增厚、现金流转正、合同负债回暖，经营质量持续改善

今年上半年，白酒行业整体仍处于深度调整期，消费动能偏弱，存量竞争加剧，量价收缩延续，行业经营持续承压。

面对周期压力，舍得酒业一方面率先主动控货稳价，帮助经销商消化库存，稳定市场价格，保持市场和渠道良性运转，稳固发展大盘；另一方面坚持全面向C，前置市场投入、加大消费者培育、全力拉动真实

动销。

中报显示，舍得酒业上半年实现营收22.87亿元，净利润1.45亿元。公司控货挺价叠加销售费用增加等，导致上半年利润阶段性承压，但为公司后续发展奠定了坚实基础。多项关键数据也显示出舍得酒业的发展韧性。

一是经营质量持续稳定提升。上半年，舍得酒业总资产较上年末增加至129.36亿元，为公司长远发展蓄力；经营性现金流于第二季度转正，Q2经营性现金流净流入7540.6万元，表明大力去库存下经营持续向好改善；报告期末合同负债金额1.61亿元，较上年末回升，较一季度末增加超3000万元，显示渠道信心修复；上半年继续推进降本增效，营业成本、管理费用同比继续下降，公司精益化管理能力持续提升。

二是消费趋势的价值转化能力持续增强。以沱牌特级T68为代表的大众酒延续高增态势，带动上半年普通酒销售同比增长11.97%。同时，上半年舍得酒业持续提升新兴渠道效能，电商渠道销售3.98亿元，同比增长18.41%，成为逆市中的稳定增长引擎。

在行业调整周期，舍得酒业紧抓市场主要矛盾，主动调整与取舍，报告期内多项核心指标边际改善，公司稳健的发展态势不改。

以聚焦和创新锻造经营韧性，两大股东坚定看好，长期发展动能不改

纵观上半年经营的主要工作，舍得酒业锚定老酒战略，全力践行“渠道向下，品牌向上，全面向C”策略，以聚焦和创新为两大核心抓手锻造经营韧性。

第一，持续聚焦重点产品、重点市场和重点渠道，稳住经营大盘。上半年，舍得酒业聚焦资源发力品味舍得、沱牌特级T68等核心大单品建设，以高低搭配的产品矩阵有效对冲行业周期紧缩；聚焦川冀鲁豫及东北等优势市场，借助精细化运营，持续提升区域市场占有率；优化渠道结构，聚焦现代商超、餐饮等优质线下终端，强化电商和即时零售等新渠道建设，提升终端真实开瓶率。

第二，坚持品牌长期发展的同时，强化营销创新，加速市场培育。顺应低度化、多元化消费趋势，舍得自在携手代言人马东，创新探索“轻商务”消费场景，扩圈新一代消费群体；深耕圈层营销，通过亚布力论坛合作、名酒进名企、舍得全球智慧精英俱乐部等活动，深度培育高端消费圈层；强化场景与体验营销，落地春节、老酒节、婚礼季、升学季等场景活动，加深老酒认知的同时带

动动销增长。

上半年，舍得酒业以聚焦稳大盘，以创新拓增量，经营效能持续提升。展望下半年，舍得酒业将紧抓白酒旺季消费，加快“全面向C”转型速度，扎实落实和推进各项经营工作，全面深化产品力、品牌力、渠道力、组织力。

面向市场端，舍得酒业将强化C端置顶，深化与亚布力论坛的合作，推出专属联名酒品，不断渗透高端群体；落地多场区域老酒节，深化消费者链接和老酒文化体验。同时，沱牌围绕大众消费市场，将持续运营“酒桌歌神”IP，抢抓夏日、双节欢聚场景。随着上半年市场投入的逐步释放，叠加下半年消费旺季和公司清晰的市场动作，将为舍得酒业下半年经营打下坚实基础。

业内人士表示，行业深度调整期，检验企业经营韧性和主动调整能力。舍得酒业作为本轮周期中率先求变的酒企，短期业绩压力不可避免，但调整成效正在显现。随着渠道生态修复、C端能力建设稳步推进，公司有望在行业边际改善过程中率先受益。此外，复星和射洪市政府两大股东的坚定看好和合力赋能，也为舍得酒业穿越行业周期、长期高质量发展提供了坚固后盾。

FFC 滨江悦里正式开业 构建上海徐汇西岸商业新坐标

如果要在上海找一处能“媲美国际”的水岸，很多人会想到徐汇滨江。龙美术馆、西岸美术馆、油罐艺术中心、星美术馆等20余座文化场馆沿江铺开，江风拂过，自然、建筑、文化、城市、艺术在此共生。

但文化艺术只是底色，真正让这片水岸长出商业的，是产业集聚和人口导入。赢商大数据显示，徐汇滨江商圈已有7个商业体，存量超34万平方米，2025年日均客流突破2.7万人次。那么，在这条密集的滨水岸线上，新商业如何写出属于自己的故事？

8月12日，FFC滨江悦里正式开业！不同于传统购物中心模式，FFC滨江悦里以“轻致滨水生活，社群共生日常”为核心理念，融合开放式街区、下沉广场与屋顶花园等多层次空间。2.4万平方米的商业体量中，汇聚了精品咖啡、创意餐饮、户外运动、生活美学、宠物友好、艺术文创等多元业态，适配周边白领工作用餐、邻里日常休闲、年轻群体户外社交与兴趣社群聚会等多样需求。在西岸北段，从此有了一个可日常、可停留、可漫游的滨水生活新空间。

徐汇西岸源点 填空者就位

上海正在全力迈向“卓越的全球城市”，对标巴黎左岸和伦敦南岸、打造世界级滨水空间，是“上海2035”规划里的重要内容。在“十五五”规划中，“徐汇滨江-世博-前滩”被定位为黄金三角核心功能区，西岸金融城、西岸数字谷、西岸传媒港、西岸数智中心等七大产业组团串珠成链。



这里是亚洲最大的国际艺术群落。20多座高品质文化场馆聚集在此，首展、首秀、首发接连不断，产业和艺术的双重叙事，让徐汇滨江拥有了上海最具国际气质的滨水岸线。

8月12日，FFC滨江悦里正式启幕。开业期间，FFC滨江悦里联动艺术家于瑒创作的IP形象RUNto与乐滩音乐，带来一场RUNto音乐大赏。

空间重塑内容 向城市主动打开

2.4万平方米的商业体量，在徐汇滨江这条密集的岸线上，如何建立自己的空间辨识度？FFC滨江悦里的解题思路是：不做封闭的“商业盒子”，而是向城市打开。

项目的规划概念源自豫园等古典园林，建筑围绕中心绿色共享空间展开，办公与商业体

量错落环绕，形成一种向心性的空间秩序。室内设计则在这一骨架之上填充了温度。更多留白，意味着牺牲了可观的可租赁面积；但正是这些“可以不做但做了”的选择，构成了FFC滨江悦里的空间深度，它要回答的不是“能装下多少品牌”，而是“能让人停留多久”。

以场景为线索 构建生活新坐标

在品牌筛选上，FFC滨江悦里选择有意识的错位竞争，致力成为西岸人日常生活中“会路过、会进去、会再来”的地方。

据悉，FFC滨江悦里首店占比达26%，不过，FFC滨江悦里对首店的理解并非追逐光环，而是让品牌与场景彼此成全。

从首店能级来看，全国首店5家，上海首店4家，徐汇首店6家；从业态覆盖来看，首

店并非集中在某一品类，而是分散在运动、疗愈、餐饮、零售、生活服务等多个领域。业态的多元覆盖表明，FFC滨江悦里的首店策略并非“为首店而首店”，而是围绕西岸客群的真实生活场景，如运动、疗愈、社交、日常消费，分别引入对应的首店品牌，让“首店”服务于“场景”，而非服务于“话题”。

从IP赋能到内容运营 激活滨江日常

如果说品牌矩阵是FFC滨江悦里的骨架，那么持续的内容运营，才是让空间真正活起来的血液。在2.4万平方米的精致体量中，内容不是开业的“一次性烟花”，而是长期的、可持续的日常叙事。

开业期间，FFC滨江悦里与艺术家于瑒及其创立的RUNto展开合作。

开业周末，有人在下沉广场喝咖啡，有人带着宠物在爱宠高地漫步，这些瞬间都不太“商业”，但或许这才是西岸真正需要的。

这正是FFC滨江悦里背后操盘手，复悦商管所擅长的事。这家以文商运营为基因的企业，将豫园等古典园林的布局理念转译为现代商业的向心秩序，让东方美学的围合感融入当代滨江。

在复悦商管上海的版图里，FFC滨江悦里是极具辨识度的新作，不追求宏大叙事，而是在2.4万平方米的精致尺度中，完成一次对“轻致生活”的系统性表达：让建筑向城市退让，让空间为日常留白，让商业成为生活本身的生动实践。

原文刊载于WIN商业地产头条

海南矿业 2026 中期业绩：盈利同比大增 83% 锂板块成业绩新引擎

■ 上半年经营业绩实现结构性突破和高质量增长：营业收入27.19亿元，同比增长12.58%；归属于上市公司股东的净利润5.14亿元，同比增长83.39%，超过2025年全年利润水平。

■ 同时，公司发布半年度利润分配预案，拟向全体股东每10股派发现金红利0.80元（含税），共计1.58亿元，持续回馈投资者。

2026年8月24日，海南矿业发布2026年半年报。

锂板块全线达产 跃升为业绩增长核心引擎

“马里布谷尼锂矿+海南星之海锂盐加工”一体化产业链稳定运行，成为公司业绩增长的核心引擎。

上游马里布谷尼锂矿保障原料供给，上

半年共有三批次合计7万吨锂精矿运抵洋浦港；下游星之海氢氧化锂产线产能爬坡成效显著，月度最高产量突破1760吨，上半年氢氧化锂产量达8000吨。

受益于储能需求带动新能源赛道景气度提升，锂盐价格回暖，上半年锂板块贡献归母净利润2.08亿元。

星之海还于6月底完成碳化线建设，使锂盐产线具备氢氧化锂与碳酸锂柔性切换生产能力，可灵活响应市场订单需求。

传统资源稳健支撑 油价上行增厚收益

油气板块保持稳健贡献，贡献归母净利润2.80亿元。洛克石油紧抓油价上行窗口，各在产油气田实现持续高产，上半年油气权益产量达642.40万桶当量，同比增长6.31%，涠洲10-3W油田于6月下旬成功投产并实现首次产油，为产量增长打开空间。

铁矿石业务方面，石碌铁矿北一地采整体托管实现平稳过渡，块矿产品保持47%以上毛利率，并拓展硫精矿副产品销售，持续发挥传统业务现金流压舱石作用。

拓宽战略性资源版图 明确“十五五”发展方向

报告期内，公司全力推进以发行股份及支付现金方式收购丰瑞氟业控股权的交易事项，加速布局萤石这一战略性非金属矿产资源领域。近年来，AI算力中心浸没式液冷系统带动电子氟化液需求爆发，而萤石正是氟化工产业链的源头母矿。

立足“十四五”转型发展成效，公司正式对外发布《“十五五”战略规划和2030年发展目标纲要》，未来五年战略重心将聚焦于新兴产业发展机遇，如新能源、AI、高端制造等应用领域的关键上游资源品种，优先发展已布局的锂和萤石赛道，择机布局其他

关键战略性矿产资源。

高度重视股东回报 构建“分红+回购”体系

报告期内，公司已完成2025年度现金分红1.59亿元。根据2026年半年度分红方案，拟向全体股东每10股派发现金红利0.80元，较去年同期每10股派发0.30元提升超160%，让广大投资者充分共享公司发展红利。

此前公司已发布《未来三年（2026-2028年）股东回报规划》，明确每年现金分红比例不低于当年归母净利润的30%，且原则上每年进行中期与年度两次利润分配。

此外，公司在完成2025年股份回购计划的基础上，今年上半年又推出0.5亿元-1亿元的护盘式回购方案，以回购注销方式增厚股东权益，构建“分红+回购”双重股东回报体系。

万盛股份 2026 中期业绩：营业收入 19.68 亿元，同比增长 21.22%

■ 上半年公司实现营业收入19.68亿元，同比增长21.22%；主要产品合计销量14.07万吨，同比大幅增长33.52%。上半年，国际原油及化工原料价格波动加大，欧美贸易壁垒持续加码，国内磷系阻燃剂行业竞争进一步加剧，在此行业环境下，公司营收与销量均实现同比增长。

2026年8月24日浙江万盛股份有限公司（以下简称“公司”）发布2026年半年度报告。

存量业务保持稳定，主要产品销量均有增长

据半年报披露，报告期内公司持续推进客户结构优化，稳固国内外核心客户合作。面对国际贸易摩擦及海外“双反”调查

等外部不确定性因素，公司调整部分区域市场布局和海外渠道策略，一定程度上对冲了外部市场冲击对经营的影响，大幅提升了全球市场抗风险能力与经营稳定性。

从销量结构来看，2026年上半年公司主要产品合计销量14.07万吨，同比大幅增长33.52%。分品类看，聚合物功能性助剂销量同比增长19.28%，有机胺销量同比增长29.92%，涂料助剂销量同比增长17.72%，原料及中间体业务销量同比增长99.15%。由此可见，公司原料及中间体业务增幅较为显著，并形成了稳固的全品类协同发展格局。

新品类产品贡献增量收入

在传统产品之外，公司推进多款新产

品的市场拓展，围绕行业高端化、绿色化趋势，在部分细分领域布局了新产品线。具体来看，覆铜板阻燃剂产品报告期内实现销售收入2039万元，同比增长超过100%，已进入高端电子阻燃材料供应链。日化表面活性剂业务销售收入达3589万元，同比大幅增长256.02%。

上述新品类产品的放量增长，使公司产品结构进一步丰富，在传统主营产品之外增加了部分高附加值品类的收入来源，有利于摆脱传统同质化竞争困境，为长期高质量发展注入强劲动力。

国内产能升级与海外项目推进

产能方面，财报显示国内基地技改升级项目在报告期内持续推进，产能有所释放。

海外方面，泰国磷酸酯阻燃剂项目已进入试投产阶段。作为全球主要的磷系阻燃剂生产商，公司产品已远销全球40多个国家和地区。泰国基地的投产，不仅优化了公司的全球产能布局，有效降低了单一市场经营风险，也进一步增强了对国际大客户的本地化服务与配套能力。

此外，在研发创新及基地建设方面持续推进，依托多研究院、多生产基地的研发生产体系开展技术迭代与产品线拓展。在股东回报方面，公司报告期内实施了股份回购、股权激励及现金分红等措施。

面向全年，公司表示将持续推进全球市场布局和产品渠道优化，加速新品市场化落地，并推动国内外产能协同效应释放，持续巩固行业领先地位，以稳健经营穿越行业周期。

海南矿业发布“十五五”战略规划 重构增长引擎

2026年8月10日，海南矿业正式发布《“十五五”战略规划和2030年发展目标纲要》，以“固本拓新”为总方针，在稳固铁矿石与油气基本盘的同时，聚焦新能源、AI算力等新兴产业的关键上游矿产资源品种，重点拓展以锂与萤石为主的新增长极，根植海南自贸港，放眼全球资源市场。

回顾“十四五”：转型升级，完成三大赛道产业布局

“十四五”期间，海南矿业通过系列并购整合完成产业转型升级，从单一铁矿石企

业转型为“铁矿石+油气+新能源”三大赛道协同发展的资源产业集团。

石碌铁矿通过智慧矿山建设持续增益增效；油气板块先后完成八角场气田、洛克石油及特提斯公司等关键并购，加速全球化布局；新能源板块实现从0到1突破，形成“马里Bougouni锂矿+海南星之海锂盐加工”一体化产业链，并参股丰瑞氟业切入萤石赛道。

2021至2025年，公司累计实现归母净利润约33亿元，累计现金分红8.16亿元；相较2020年末，总资产增长71%至145.9亿元，市值翻倍至237.4亿元。业务规模、盈利能力和抗风险能力均得到显著增强，为迈向高质量、可持续的发展新征程

奠定坚实基础。

锚定2030：固本拓新，聚焦新兴产业上游矿产

围绕未来5年的战略发展，海矿对核心业务制定了差异化发展路径与量化产能指标。

铁矿石业务定位“高效的矿山运营商”，推进石碌矿区深部资源开发，建成尾矿综合利用系统，伴生钴铜资源实现投产，2030年成品矿产量目标220万吨，以稳产增效为公司提供业绩压舱石。

油气业务聚焦建设“卓越的国际化油气

开发生产商”，深耕现有油气区块，加大马来西亚、阿曼区域勘探力度扩充储量，同步筛选优质并购项目，2030年油气权益产量稳定至1500万桶当量，持续贡献稳定现金流。

锂资源业务构建“矿冶一体化的全球领先锂盐企业”，依托Bougouni（布谷尼锂矿）二期扩建与海内外优质标的并购扩产，力争2030年形成5万吨LCE锂盐权益产能，较2025年增长超20倍。

萤石业务迈向“全球氟资源头部企业”，积极整合国内外优质萤石资源，推进矿产综合利用技术落地，力争2030年形成50万吨CaF₂权益产能，卡位新能源与AI算力上游氟化工的资源需求。

复星国际获《全球银行与金融评论》三项大奖 ESG 及品牌实力等再获国际权威认可

近日，英国知名金融行业杂志《全球银行与金融评论》（Global Banking and Finance Review）公布2026年度获奖名单，复星国际有限公司（香港联交所股份代号：00656）凭借在可持续发展与企业社会责任领域的卓越贡献，以及日益提升的全球品牌影响力，一举斩获三项大奖。

复星国际此次荣获：“ESG及可持续发展奖-2026年亚洲最佳可持续发展企业奖”、“企业社会责任奖-2026年亚洲最佳企业社会责任公司奖”及“品牌奖-2026年亚洲最佳控股集团品牌奖”，充分印证了复星在可持续发展战略执行、公司治理体系完善、社会责任履行及环境保护等维度所取得的进展，亦是对其长期以来坚持透明化运营、积极构建利益相关方沟通机制的整体肯定。

《全球银行与金融评论》指出，复星国际此次获奖，源于其在多个维度的均衡发展 与突出表现：在业务层面，复星通过持续优化全球产业生态布局，实现了核心业务的稳健增长与抗周期韧性；在可持续发展层面，公司将ESG理念深度融入战略决策与日常运营，展现出清晰的路径规划与坚定的执行决心。评委会特别强调，复星在推动商业价值与社会价值协同发展方面的实践，为亚洲乃至全球的企业提供了有益参照。

ESG评级屡获佳绩，可持续发展战略深入推进

复星已将可持续发展提升至企业战略核心，并提出了“创造影响力”（Create IMPACT）的可持续发展战略，明确了创新驱动、责任运营、以人为本、精益治理、绿色发展和透明真实六大长期方向。2026年度，复星在ESG领域迎来全面突破：其MSCI ESG评级跃升至最高的AAA级，这是自2021年获评AA以来历经五年深耕实现的重大跨越，标志着综合管理水平达到全球同业领先水平。与此同时，复星在富时罗素ESG评分中升至4.2分（满分5分），并连



续第五次入选“富时罗素社会责任指数”成份股，在国际权威指数机构的评级体系中持续保持领先身位。

国际主流可持续发展评估持续提升，复星成功入选标普全球《可持续发展年鉴2026》，并在《可持续发展年鉴（中国版）2026》中连续第三年名列中国最佳1%。此外，复星还斩获了香港管理专业协会“卓越环境、社会及管治报告嘉许奖”、《金融衍生工具》杂志“香港最佳ESG公司”奖、《财富》“最受赞赏中国公司榜单”行业明星榜，以及亚洲企业管治“亚太区可持续发展大奖”和“最佳环境责任奖”等一系列奖项，充分展现了业界对复星全方位ESG工作的高度认可。

立业为善，积极回馈社会

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

复星不断深耕乡村振兴与基层健康领域，“乡村医生计划”自2017年启动以来，已累计守护2.5万名乡村医生，惠及300万户农村家庭，该项目更入选了联合国全球契约组织“二十年二十佳”企业可持续发展案例。复星国际董事长郭广昌不久前专程前往江西广昌县，回访了复星乡村医生项目已守护九年的村医老友，他感慨道：“每次跟这些乡村医生聊完，都觉得这件事做对了，这

是复星做公益的初心。”管理层身体力行的长期关注，正不断为项目注入持续前行的动力。2026年第二季度，“AI村医助手2.0”正式发布，新增化验单与体检报告智能解读功能，并以更贴合村医实际工作场景的交互体验，切实提升基层诊疗效率。

面对突发灾情，复星基金会展现出高效的响应能力。2026年7月，广西遭遇罕见洪涝灾害，基金会第一时间启动驰援机制，近60万件救援物资迅速送抵一线，以“快0.01秒”的专业行动为受灾群众和救援队伍提供发电机、自热饭等急需保障，生动诠释了其始终如一的公益初心与执行力。

复星持续助力青年创业及全球创新，复星基金会联合复星葡萄牙保险Fidelidade、葡萄牙医疗集团Luz Saúde等机构共同发起的第八届“Protechting全球青年创新创业大赛”再创佳绩。赛事聚焦保险科技、医疗科技、人工智能及ESG可持续发展等前沿领域，共吸引来自50余个国家和地区的637个项目申请，数量创历史新高；赛事不仅为入围团队提供80余场导师面对面及企业深潜日等深度孵化支持，还积极搭建中欧创新桥梁——13支国际科创团队将受邀参加2026年金秋中国路演，前往香港、佛山、澳门、珠海、上海等地对接产业资源与投资机构。从葡萄牙到中国，Protechting持续构建跨越洲际的科创交流平台，让全球青年创新力量在中国及国际市场生根发芽，践行“科创+公益”模式的长期承诺。

创新驱动发展，AI与健康领域惠及民生

复星始终坚持“以实际问题为出发点”，将人工智能深度融入医药健康与智慧服务等核心产业。在研发端，复宏汉霖AI蛋白药物智能设计平台仅用3个月便将核心项目药物分子亲和力提升20倍以上，大幅加速新药问世；在服务端，复星旅文推出“AI G.O”智能管家，将传承数十年的非标服务经验转化为7X24小时在线的数字资产，为游客提供有温度的个性化体验。同时，复星还积极推动技术向善，其“AI村医助手”已面向2.5万名乡村医生推广应用，以92%的用户满意度切实赋能基层医疗末梢，让科技创新成果惠及最需要的人群。

复星旗下健康产业始终秉承为更多患者带来治愈希望的初心，深度布局肿瘤、免疫炎症、神经退行性疾病等核心治疗领域，并积极拓展慢病及罕见病，打造具有长期竞争力的产品管线。持续夯实抗体、ADC、小分子、细胞治疗等核心技术平台，并拓展核药、小核酸等前沿技术，取得了一系列惠及全球患者的突破性成果：汉斯状®作为全球首个一线治疗广泛期小细胞肺癌的PD-1单抗，已在40余个国家和地区上市；HLX43在非小细胞肺癌、妇科肿瘤等多个领域展现“高效、低毒”优势；HLX22则是全球首款同时获欧盟与美国孤儿药资格认定的胃癌抗HER2靶向疗法。

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

展望未来，复星国际将继续深化“创造影响力”的可持续发展战略，通过创新和负责任的运营，积极承担更多社会责任，致力于创造更加负责任、包容和可持续的未来。

从公益“小事”链接真实社会 2026 远见者新星项目赋能 AI 时代青少年多元发展

2026年8月26日，2026青少年远见者新星案例发布仪式在上海市民办平和学校举行。围绕17个联合国可持续发展目标（SDGs），来自全国多地的青少年分享了AI时代下各自在教育、科技、环保、社区关怀等领域的公益实践，10余家企业和机构为“远见者”的公益项目提供创投指导，3所学校加入“远见者SEEDING计划公益联盟”，7名同学成为新一届“复星旅文青少年可持续发展大使”。

青少年远见者新星项目2013年进入中国以来，已吸引超过7100名中学生参与。项目鼓励青少年从身边的小事出发，以创新公益实践对标联合国可持续发展目标（SDGs），撬动优质社会资源为他们的公益创想提供成长与实践空间。

每届推选若干“远见者”新星，2名“慈善大使”赴美参加UNITAR研学营和国际交流，让世界看到中国青少年的责任担当。

ADW 2026 设计大展 法国传奇组合、亚洲顶尖设计师齐聚上海外滩

ADW®亚太设计周由成立于2018年的设计策展机构NEUE重组而来。八年来，ADW®持续在亚太地区策划设计展览与公共项目，通过展览、讲座与城市活动，呈现不同地区设计师的实践，也邀请更多观众走近设计背后的故事。

2026年9月3日至10月28日，ADW®亚太设计周将在上海复星艺术中心及多个城市文化空间展开。

M/M（Paris）由Mathias

Augustyniak与Michaël Amzalag于1992年创立。三十多年来，他们建立起一套复杂而极具辨识度的视觉语言，并影响了全球几代人理解平面设计与视觉文化的方式。

本次ADW将通过核心展览、连续8个周末的公共活动ADW Open、近30位来自不同国家与设计嘉宾，以及同期举办的ADW平行展，共同构成一场持续近两个月的亚太设计盛会。