

一线调研看变化

中华药业启示录：老字号也能“生龙活虎”



迁址后的中华药业厂区



自动化生产线正在生产龙虎清凉油



行驶中的龙虎清凉巴士

◎王墨璞嘉

晚上7点,“街头匹克球大赛”现场,中华药业的“龙虎清凉站”在闪耀的霓虹灯中,静待顾客光临。从“龙虎清凉站”出发,向西行驶30多公里,一片坐拥3.7万多平方米建筑面积的厂区映入记者眼帘——这里就是从上海市长宁区迁址青浦区的上海中华药业有限公司(简称“中华药业”)。

中华药业是一家以龙虎人丹为引领,以生产清凉油、风油精、清凉鼻舒吸入剂等清凉系列OTC中成药为主,生化药和日化类产品为辅的综合型制药企业。目前,公司的药品批文由原先的27个增加至58个,为长远发展续航添力。

中华药业在时代的浪潮中筑梦前行。2023年,公司整合资源而成的大健康中心正式落地,药品和非药产品“两翼齐飞”;打造“龙虎”IP矩阵,产品不断推陈出新;在海内外市场攻城略地,吹响老字号变革的时代号角。

应势而谋:“两翼齐飞”奔赴大健康

112年前,中华药业创始人黄楚九,根据中国古有成方“诸葛行军散”,自拟了一张处方,产品以薄荷脑、儿茶、冰片、丁香、砂仁和麝香等为原料,取名为人丹。黄楚九在三马路小花园筹设龙虎公司,以“龙虎”图案为人丹的商标,寓意日后在市场竞争中立于不败之地。“龙虎人丹”正式诞生,并于4年后正式更名中华制药公司。

拧开小小的红色“纽扣”,把黄油质地的膏体涂抹在蚊子叮咬后的鼓包上,能够

清凉止痒;开启装满绿色液体的“绿宝瓶”,把液体涂抹在太阳穴上按压揉搓,便能提神醒脑。爷爷奶奶辈传授的生活“小妙方”,曾经是一代人的童年记忆。

如今,走进中华药业的办公大楼,大厅中的展柜格外醒目:传承国家保密配方调和植物精油的龙虎清凉霜,与云南滇红茶调配而成的龙虎八味清茶,萃取天然薄荷精华的薄荷系列产品……琳琅满目的产品诉说着中华药业历久弥新的故事。

“随着人们的物质生活日益丰富,大家对主打清凉类产品的中华药业提出了更高的要求。”上海中华药业有限公司常务副总经理韦欣对记者说道,人们在选择清凉类产品时,不再局限于清凉油,而是选择包装更精美、使用更便利、功能更加细分的产品。

面对上述情况,中华药业制定了药品与非药产品“两翼齐飞”的战略目标。在非药产品的研发上,公司致力于改善人们的健康意识、丰富大健康产品。目前,除了核心的驱蚊防蚊类产品外,公司的非药产品还包括“消字号”产品以及健康食品。日化产品在非药产品中的营收份额占比80%以上。

2023年,中华药业成立了大健康中心,独立运营非药产品,公司总监直接担任大健康中心总监,扁平化的管理提升了工作效率。

大健康中心建成后,中华药业继续深挖“清凉”产品线,开拓产品细分场景、剂型和适用人群,向着国内“清凉”日化领域第一品牌进军。公司还研发了系列“妆”字号的清凉产品,涵盖了膏(龙虎清膏薄荷膏)、霜(龙虎清凉霜)、乳(龙虎舒醒精华露)、液(龙虎擦擦爽清凉液)、露(清凉凝露)等各种不同剂型,以满足消费者的不

同使用习惯和需求。

因势而动:“活”起来的“龙虎”

在外滩人头攒动的街道旁,一辆印有龙和虎图案的火红色双层大巴,在炎炎夏日中格外吸睛。6月20日,首班龙虎清凉巴士出发,途经新天地、南京路步行街、豫园等著名景点,大大提升了品牌曝光度。

这是中华药业创新营销的一个实例。记者调研发现,近年来,中华药业营销更加品牌化和年轻化。公司把“龙虎”品牌字体进行变化,更精简和国潮,以符合数字化传播要求,“龙虎”二字“活”了起来。

公司在研发上苦练内功,开发了多款符合年轻人需求的新产品。在龙虎品牌研发基地,大健康中心总监季春风指着今年刚推出的“龙虎夏季有茶”对记者说,他们希望带给年轻人多一种日常饮品的选择,调理身心的同时,感悟一份饮茶的乐趣,对传统文化多一份亲近。

季春风说,今年,百年龙虎开展校园行系列活动,走入更多年轻人的视野和生活。在上海交通大学的骑行活动现场,在复旦大学的运动会场,在华东师范大学的草坪音乐节中……公司的多款产品“龙”争“虎”斗,吸人眼球。

中华药业朝着品牌年轻化、包装时尚化和产品跨界化进发。龙虎品牌入驻抖音、视频号、小红书等直播带货平台,通过达人和高管带货等方式,发挥数字营销的力量;与撕裂熊、王的手创、一大文创、统一绿茶等品牌联动,增加产品在年轻人中的辨识度。

其中,与阿里大药房联名的“有病药

衣”系列产品,结合国潮与老字号,让人耳目一新;与JoyBrain、VIVAGAMES联名的“醒脑开窍”撕裂熊潮玩系列产品,获得2020年上海礼物最佳跨界合作奖;与一大文创联名的系列产品,获得2023年红色文创大赛最受欢迎奖。

顺势而为:积极进军海外市场

“品牌想要有竞争力,关键是要有市场应变能力,通过生产适销对路的产品,提升市场占有率。”韦欣表示,上世纪80年代,中华药业清凉系列产品曾是出口创汇的一把好手,远销海外87个国家和地区。公司的“天坛牌”清凉油依靠密集的海外调研,敏锐捕捉到前端市场需求,改良产品投放到国际市场后,深得外商赞誉,获得1987年德国莱比锡国际博览会金奖,被誉为“东方魔药”。

作为百年老字号,中华药业不惧挑战。走进中华药业的生产车间,18条自动化生产线井然有序地运行着。上海中华药业有限公司相关负责人表示,自动化赋能副总裁邵帅表示,中华药业作为上海医药集团旗下的老字号品牌,将持续以研发、生产、营销多维度协同合作,拓宽市场领域;以产品、技术、文化多方面创新融合,加速新品上市;专注健康产品,提升用户体验,推动药品与非药产品“两翼齐飞”,书写老字号品牌革故鼎新和产业转型发展的新篇章。

“依托于大健康中心、IP建设以及自动化产线,中华药业期待在国内和国际实现共同发展。”上海医药集团副总邵帅表示,中华药业作为上海医药集团旗下的老字号品牌,将持续以研发、生产、营销多维度协同合作,拓宽市场领域;以产品、技术、文化多方面创新融合,加速新品上市;专注健康产品,提升用户体验,推动药品与非药产品“两翼齐飞”,书写老字号品牌革故鼎新和产业转型发展的新篇章。

祸起“中植系” 金博股份、南都物业遭遇信托产品逾期兑付

◎记者 夏子航

“中植系”风波,开始波及金博股份、南都物业等上市公司。

8月11日晚间,金博股份发布公告称,其涉及中融—隆晟1号集合资金信托计划(下称“隆晟1号”)、中融—泽睿1号集合资金信托计划(下称“泽睿1号”)的相关信托产品本金及投资收益尚未收回,存在本息不能全部兑付或者仅部分兑付的风险。如本息无法兑付将对上市公司2023年度利润产生影响。

回查公告,2022年8月10日至12日,金博股份通过恒天财富购买中融信托的隆晟1号和泽睿1号信托产品,其中,隆晟1号3000万元,泽睿1号3000万元。

金博股份称,隆晟1号预期年化收益率7.00%,自该信托产品认购之日起计算,存续期限为12个月。截至公告披露日,金博股份该信托产品本金3000万元及投资收益210万元尚未收回;泽睿1号预期年化收益率7.20%,自该信托产品认购之日起计算,存续期限为12个月。截至公告披露日,金博股份该信托产品本金3000万元及投资收益216万元尚未收回。

金博股份表示,公司目前经营情况良好,财务状况稳健,该事项不影响公司正常运营及日常经营资金需求,并表示已经采取措施予以应对。

8月11日晚间,南都物业公告称,2023年2月9日,公司使用闲置自有资金3000

万元购买了中融—汇聚金1号货币资金集合资金信托计划(下称“汇聚金1号”),产品期限自2023年2月9日至2023年8月8日。截至公告披露日,公司尚未收到汇聚金1号本金及投资收益。鉴于此次投资款项的收回尚存在不确定性,并基于非保本理财产品性质,存在本息无法全额收回的风险。

南都物业表示,汇聚金1号为中融信托主动管理类集合资金信托计划,除该信托计划外,公司未持有其他中融信托发行产品。目前公司经营正常,财务状况稳定,该事项不影响公司持续运营及日常经营资金需求。

同时,南都物业称,公司正在积极联系各相关方,督促中融信托尽快向公司兑付投资本金及收益,尽最大努力保障公司利益,同时准

备相关材料,通过诉讼等途径以最大程度减少公司的潜在损失。后续公司将加强对使用自有资金投资理财产品的安全评估,严控投资风险,密切关注理财产品的回款进展情况。

恒天财富、中融信托的背后皆绕不开“中植系”的身影。企查查显示,中植科网控股有限公司持有恒天财富45.1%股份,为恒天财富第一大股东。中植科网控股有限公司为中植集团旗下企业。

中融信托2022年年报显示,截至2022年12月31日,公司注册资本120亿元,中植企业集团有限公司持有32.986%股份。截至2022年末,公司自有资产304.18亿元(合并),公司及各子公司受托管理资产总规模7857.09亿元。

终端业务止跌回升 华为上半年净利翻倍超去年全年

◎记者 时娜

8月11日,华为发布2023年上半年经营业绩,上半年实现销售收入3109亿元,同比增长3.1%,净利润率15.0%,较去年同期5%的净利润率相比,盈利能力大幅提升。这也意味着,华为上半年实现净利润466.35亿元,是去年同期的3.09倍,且超过去年全年水平。

华为轮值董事长孟晚舟表示,2023年上半年,ICT基础设施业务保持稳健,终端收入实现增长,数字能源和云业务实现良好增长,智能汽车增量部件竞争力持续提升。分析人士认为,抓住数字化、智能化和低碳化的发展趋势,在根技术上大力投入,成为华为走出困境、稳健增长的主要推动力。

终端业务“轻舟已过万重山”

从具体业务来看,上半年华为ICT基

础设施业务收入1672亿元,终端业务收入1035亿元。对比来看,去年上半年,华为运营商业务收入1427亿元,企业业务收入547亿元,终端业务收入1013亿元。今年上半年,华为ICT基础设施业务保持稳健增长,终端业务已停止下滑且实现了小幅增长。

在日前的华为开发者大会上,华为鸿蒙4(HarmonyOS 4)亮相。华为常务董事、终端BG CEO、智能汽车解决方案BU CEO余承东晒出了华为手机的新战绩——“2023二季度华为手机市场份额增幅76.1%”“2023二季度高端市场份额TOP2”。“轻舟已过万重山。”余承东说。

IDC报告显示,在2023年第二季度中国智能手机市场上,华为以13%的市场份额排名第五。IDC分析称,随着新品发布节奏恢复正常,华为手机出货量继续恢复,二季度在

TOP厂商中同比增幅最大。虽然依然受到外部限制,但凭借新品P60系列和折叠屏Mate X3系列的表现,华为在600美元以上高端市场上保持第二位。

云、车等业务持续突破

自2022年年报开始,华为不再按三大传统业务展示经营成果,而是按五大业务来公布营收。2022年,华为数字能源业务收入508亿元;华为云业务实现收入453亿元,智能汽车解决方案BU实现收入21亿元。

今年上半年,华为数字能源和云业务继续实现良好增长,智能汽车增量部件竞争力持续提升,数字能源业务收入242亿元,云计算业务收入241亿元,智能汽车解决方案业务收入10亿元。

“华为抓住数字化、智能化和低碳化的

发展趋势,在根技术上加强投入,聚焦为客户和伙伴创造价值。”孟晚舟说。

上个月,华为云重磅发布盘古大模型3.0。盘古大模型3.0是一个完全面向行业的大模型系列,包括5+N+X三层架构,几乎涵盖当前人工智能的各个主流方向。盘古大模型致力于成为每个行业、企业和个人都有自己的专家助手,让工作更轻松。

华为车业务也消息不断。8月11日,华为首款纯电轿跑实车曝光,车顶配有激光雷达,并搭载华为ADS 2.0高阶智能驾驶辅助系统。余承东此前剧透,这款纯电轿跑将会第一个搭载HarmonyOS 4,在本季度走向市场。

目前,华为正与多家汽车公司合作,意图成立一个由华为主导的生态品牌联盟,和华为达成智选车合作模式的车企已有4家。

■董事长专访

东风科技陈兴林：“老兵”迎接“新”挑战

◎记者 俞立严

面对汽车新能源化巨变,从业30余年的汽车业“老兵”并没有一味求稳,而是率领老牌国资背景零部件企业迎难而上,积极求变——他就是东风科技董事长陈兴林。

陈兴林和团队不仅通过强化技术创新促进企业转型升级,还于近期推动配股融资,瞄准新能源电驱电机和轻量化铸件等新领域,努力实现打造科技创新型上市集团的目标。

汽车“老兵”投身新战役

“燃油车发展了100多年,中国企业在发展中遇到了很多瓶颈,但是在电动化为代表的新能源汽车领域,中国企业迎来了历史性的机遇。”身为汽车行业老兵的陈兴林对上海证券报记者说出自己的感言。

20世纪80年代学习化工设备与机械专业的陈兴林一毕业就进入中国汽车业重镇——前身为第二汽车制造厂的东风汽车集团有限公司,在东风汽车公司载重车公司、东风汽车悬架弹簧有限公司、东风汽车公司十堰管理部、东风商用车有限公司等多个单位担任重要管理职务,陈兴林见证了中国汽车业从燃油车到新能源电动车的转变。

陈兴林坦言,新能源化是机遇也是挑战。在汽车业转型中,国资背景的车企和造车新势力等友商相比,还有很多值得改进之处。

担任东风科技董事长6年来,陈兴林直面挑战,全身心投入东风科技的新能源战略转型中。2021年,东风科技完成重大资产重组,东风零部件集团旗下9家公司进入东风科技,标志着“诺亚项目”第一步圆满落地。

在原有的智能座舱系统、电驱系统及制动与智能驾驶系统三大系统业务基础上,东风科技新增热管理系统、动力总成技术系统业务布局,进一步拓展制动与智能驾驶系统,为下游行业大型知名整车厂商提供更加丰富的产品及服务,形成更具竞争力的零部件产业集团和上下游贯通的产业链集群,满足整车企业对零部件的系统化、模块化的采购需求。

陈兴林认为,发展离不开创新。为此,东风科技通过与国内领先的科研机构 and 高校开展密切交流,深耕产学研健康发展道路;通过与国际知名零部件供应商战略合作,公司融合高精尖技术,打造国际化合作平台。

作为转型升级路上的关键一步,2023年1月,东风科技研究院正式成立。在陈兴林眼里,研究院2000多名研发人员是企业最宝贵的财富,是一支“敢打、善战、能成”的东风“梦之队”,将推动东风科技高质量发展迈上新台阶。

如今的东风科技,已经成为中国汽车零部件行业独具特色的,同时拥有制动与智能驾驶系统、座舱与车身系统、热管理系统、动力总成技术系统、新能源电驱动力系统——“5大核心技术系统”的上市集团。

抢占新能源汽车压铸件市场

东风科技团队没有满足于眼前的业绩,而是积极拥抱新能源化浪潮,谋求新的发展。

根据规划,东风科技此次配股募集资金总额不超过14亿元,将用于新能源压铸件技术改造项目、新能源动力总成及核心部件制造能力提升项目、补充流动资金。8月10日,东风科技发布《配股发行结果公告》,此次配股募资12.57亿元,认配率97.68%,配股发行取得圆满成功。

在陈兴林看来,此次配股有助于东风科技紧抓汽车产业转型升级的战略机遇,顺应整车智能化、电动化、轻量化、网联化、共享化的“五化”发展方向,推动铝合金压铸件产品结构优化和集成电驱系统业务发展,丰富上市公司新能源业务,提高上市公司核心竞争力和持续盈利能力。

而补充流动资金项目,将有助于补充上市公司新产品研发投入、市场开拓、资源整合、产业链延伸等战略发展所需的营运资金,进一步优化融资结构,增强抵御风险能力,保障上市公司业务的持续发展。

陈兴林表示,东风科技配股方案的落地是东风零部件集团坚持“业务归核化、资源系统化、产品模块化、资产证券化”发展思路,坚定不移推进“诺亚项目”,加快实现“资产经营+资本运营”双轮驱动战略的又一重要成果。

国内新能源汽车的快速发展为汽车零部件开辟了新市场。因此,此次配股,东风科技主要瞄准了除锂电之外价值含量较高的新能源电驱电机,还有汽车轻量化铸件领域。

在新能源动力总成及核心部件制造方面,项目建成后,东风科技将提升生产线自动化、智能化水平,形成年产60.08万台发电机、86.73万台起动机、42.28万台驱动电机、15.37万套集成电驱系统的生产能力。

汽车轻量化作为实现节能减排的重要路径,已被各国政府部门以及全球各大汽车制造商所接受,并带动铝、镁合金压铸件产品需求快速攀升。东风科技推动铝合金压铸件产品结构优化,抢占新能源汽车领域压铸件市场资源,在项目建成后,东风科技将新增90.58万件有色金属铸件的年生产能力。

陈兴林告诉记者,东风科技将以“千亿规模、全球前十”为奋斗目标,持续改革创新,用5年时间,将公司打造成为国内领先、面向国际化发展的科技创新型上市集团。