科创基因激活江淮文脉 安徽文旅演绎产业“智”变

<<上接A1版



紫云山(包河)文化创意产业园核心区(左上),零次方机器人小店疁街店(右上),合肥市合柴1972文创园(下图)。 受访单位/供图

放眼安徽,类似寿县这样的AI赋能文旅创新已成为一股潮流。

在合肥市科技馆内,游客只需用手机扫码打开“星火伴游”小程序,便可就展品抛出一连串“为什么”,AI讲解员实时接招,结合游客的年龄段、语种等信息作出“千人千面”的解答,将传统的逛展体验从“被动听”变成“主动问”。

“展品讲解与知识问答不仅要关注互动体验,更需守住内容精准的底线。‘星火伴游’以科大讯飞科普及文旅垂类大模型为核心支撑,同时依托星火通用大模型形成双重保障,最大程度规避‘幻觉’,保障科普内容专业、严谨、可靠。”科大讯飞科普研究院副院长刘根说。

在安徽,科技不只是赋能文旅的工具,更成了风景本身。科学岛上,被誉为“人造太阳”的全超导托卡马克核聚变实验装置(EAST)成为科技研学游地标;科大讯飞人工智能体验馆里,游客与星火大模型现场“过招”;蔚来汽车先进制造工厂成为工业旅游标杆,向公众展示智能制造的魅力……

“我们希望给更多用户增加一个近距离接触、观察中国智能制造的窗口。从2018年开放参观以来,蔚来的两家工厂已接待了超过三十万人次访客。”蔚来汽车相关负责人介绍,近期蔚来先进制造工厂获评2026年度国家卓越级智能工厂,今年6月获评全球“灯塔工厂”。

产业聚变:从“相加”到“相融”

文旅场景频频出圈,源于产业载体的加速集聚、创新生态的深耕厚植。

记者实地走访紫云山(包河)文化创意产业园(以下简称“紫云山文创园”),浓浓的科技感扑面而来:安达创展打造的“科技之眼”巨型LED透明球屏让人眼前一亮;美丽科学用特殊的摄影和可视化技术解锁科学之美;零次方机器人“小麦”取货售卖一气呵成;全色光显超高清全色域激光投影机将自然界90%以上的颜色完美还原……

在这片文创空间里,前沿科技不止于炫技,更找到了落地生根的土壤,并在各个应用场景中开花结果。

记者了解到,安达创展将裸眼3D、全息投影、虚拟现实、人工智能技术与展览展示行业深度融合,目前已成功打造了超800座科技馆与博物馆;美丽科学科学教育产品解决方案服务全国21000余所中小学、3600万青少年;零次方机器人在无人零售、文旅街区等赛道实现常态化运营,2025年订单规模已突破亿元,月产能跨越百台大关。

科技成果商业化变现的背后,是紫云山文创园搭建起的完整产业生态。

“我们把散落的创新主体串珠成链,形成产业集群,在文博展馆、城市街区、商业文旅等多元场景之下,打通技术研发、内容创作到市场落地的完整通路,真正实现上下楼就是上下游,邻里圈就是生态圈。”紫云山文创园管委会办公室副主任钟晓东告诉记者。

据悉,紫云山文创园确立了大视听、数字内容、创意设计服务和虚拟现实、直播、数字音乐的“3+3”产业体系,开园一年多已集聚8200余家文创企业,2025年营收突破655亿元,同比增长超22%。

在这里,产业链要素近距离交融碰撞,一批合作项目应运而生。

“我们在承建衢州科技馆过程中,引入了美丽科学的技术和内容,让晦涩抽象的化学知识可视可感,市场反响很好。”安达创展副总经理李颖表示。

聚焦基础世界模型技术的初创企业白泽通境今年刚刚入驻园区,便与园区多家机器人本体公司及下游产业方达成战略合作。“我们坚持从真实场景出发,研发机器人‘大脑’,打造软硬件一体的‘大脑算力背包’,可将溯因式世界模型接入更多具身智能平台,在文旅、服务、工业场景中探索具身智能的更多可能性。”白泽通境数据算法部负责人王博告诉记者。

产业聚变之势,正在江淮大地多点绽放。

芜湖神山文化科技产业园锚定游戏动漫、大视听、汽车文化、具身智能、低空文旅、词元经济六大赛道,以龙头企业引领链式发展;宿州直播电商数字文化产业园探索“直播+文旅”新模式,打通线上引流与线下文旅消费链路;亳州中药大健康智慧工旅产业园将聚焦中药养颜、银发经济领域,挖掘中医药工旅融合潜力。各地立足自身资源禀赋错位发展,绘就文旅科创交融共生的生动图景。

要素聚合:从“搭台”到“赋能”

栽下梧桐树,引来金凤凰。文化与科技的创新融合转化为产业增量,离不开顶层规划的指引、供需平台的对接以及金融资本的托举。

2025年12月,安徽省文化和旅游厅等4部门联合印发《关于加快推进科技赋能文旅发展行动方案》,围绕AI+文旅、低空文旅、科创研学、沉浸式体验等九大方向部署重点任务。方案提出,到2027年底,安徽将培育形成3—5家具有全国影响力的文旅科技领军企业,打造一批吸引力强、市场竞争力突出的文旅消费新场景、新业态、新模式;到2030年底,建成在全国具有重要影响力的文化创意产业集聚地、科技赋能文旅发展新高地。同时,《安徽省“人工智能+文化和旅游”行动方案》于今年5月出台,明确阶段性目标与重点举措。

在落地层面,打破文旅需求与科技供给的信息壁垒,成为发力要点。

安徽已连续举办两届科技赋能文旅发展要素对接大会,开展新供给新需求对接,推动“场景寻找产品”与“产品适配场景”双向互动,推出一批“文旅+科技+创意”标志性应用场景。

在紫云山文创园,“搭平台、促合作”的服务理念深入每一个工作细节。

“我们建立了‘六个一’工作法,即一位区领导负责、一个工作专班推进、一套产业政策支持、一批项目载体承接、一家国企全程服务、一支文化产业基金辅助,让政策红利直达市场主体,惠及企业全生命周期。”紫云山文创园管委会相关负责人表示。

“以前需要全国各地找市场,现在紫云山把项目线索和合作机会拉到了家门口,我们的市场开拓效率明显得到提升,项目的落地也更为顺畅。”李颖表示。

如果说政策机制是铺路石,金融资本就是产业发展的助推器。

目前,安徽省持续完善分层资金扶持机制,统筹设立5亿元文化和旅游融合发展专项资金,对具备IP价值的新业态、新项目予以定向支持;与此同时,设立母子基金规模不低于55亿元的省文化和数字创意产业投资基金,主要投向文化娱乐休闲服务、文化传播渠道、文化旅游等领域。

除股权投资外,直接的奖补政策也是支持企业的重要抓手。

以紫云山文创园为例,2026年新修订的园区专项政策,对文化“新三样”、数字音乐产业、直播产业等给予全方位支持,最高奖补达1000万元,“免申即享”类约70%,实现惠企政策“直达快享”。

挖掘“文化富矿” 迸发“产业活水”

证券时报记者 叶玲珍

江淮大地文脉绵长,山水胜景、非遗民俗、文博遗存富集,是一座底蕴厚重的文化富矿。如何让沉睡资源持续转化为奔涌不息的产业活水?安徽文旅选择以科技破题,探索出一条资源活化、要素聚合、差异化深耕的特色路径。

科技赋能文旅,不是技术单向“包装”文旅,而是科创资源与文旅场景双向奔赴。安徽人工智能、量子信息、深空探测等前沿产业集聚,能够就近为文旅产业“智”变供给技术方案,为文化表达革新提供技术工具箱;同时文博、生态、农工、非遗文旅场景丰富,为新技术提供试验场。二者耦合形成“1+1>2”的效应,重塑文化表达和产业组织方式,打通文化资源向文旅产品转化的通道。

政策搭台、要素流通,是推动科技文旅融合的重要方式。安徽先后出台《关于加快推进科技赋能文旅发展行动方案》《安徽省“人工智能+文化和旅游”行动方案》,绘就“文旅+科技”发展蓝图,明确具体方向;要素对接大会、创意分享会等把技术供给方、场景需求方拉到同一张桌子上,推动创新要素高效对接;产业基金、融资机制、定向奖补精准滴灌,为科技文旅项目夯实资金底座。

技术只是手段,内容特色才能让产业保持生命力。安徽各地文旅产业不搞模板化复制,立足本土禀赋分头破局,跳出“千景一面”的内卷式发展:文博资源集中区域主攻文物数字化活化,让馆藏文物走出库房;生态优势地区打造智慧游览体系,放大山水体验价值;产业基础较好的地方推进工旅、农旅数字化融合,形成多点开花、各有特色的发展格局。

在科技赋能这条路上,安徽文旅已经跑出了加速度,接下来要拼的是耐力:让每一个数字场景都经得起游客用脚投票,让每一次技术投入都算得清民生效益账。山水还是那片山水,但看山水的方式变了,安徽文旅的价值就该重新估量了。

百济神州第三次上调全年业绩预期

证券时报记者 张一帆

11月5日,百济神州(688235)在披露三季报的同时,今年第三次上调全年业绩预期。百济神州董事长、首席执行官欧雷强表示,这体现了公司全球业务的持续快速增长以及在血液肿瘤领域的行业地位。

财报显示,2026年前三季度,百济神州营业总收入为349.93亿元,同比上升26.8%;实现归母净利润为60.55亿元,上升431.8%。其中,第三季度百济神州营业总收入127.74亿元,同比增长26.8%;归母净利润27.84亿元,同比增长304.3%。

百济神州的收入增长,主要得益于自主研发产品百悦泽®(泽布替尼胶囊)和百泽安®(替雷利珠单抗注射液)以及安进授权产品的销售增长。

第三季度,百悦泽®全球销售额总计94.24亿元,同比增长27.0%,美国市场销售额总计68.16亿元,同比增长29.4%。该产品是全球获批适应症最广泛的BTK抑制剂,百济神州预计将于2026年第四季度在日本递交百悦泽®用于MCL成人患者一线治疗的上市许可申请。

财报披露的同时,百济神州宣布上调2026年度经营业绩预期,其中营业收入由“将介于人民币449亿元至462亿元之间”,调整为“将介于人民币463亿元至470亿元之间”;毛利率预计将位于80%区间的高位,其中包括产品组合以及生产效率提升的影响。

作为对比,根据Wind统计,目前机构投资者对百济神州全年营收的一致预期为462.2亿元。近半年,高看百济神州全年营收至470亿元以上的机构仅有中邮证券,该机构认为百济神州泽布替尼美国市场表现亮眼,非CLL适应症贡献显著,同时公司血液瘤产品管线顺利推进,实体瘤管线催化丰富。

值得注意的是,这是百济神州今年以来第三次上调2026年度经营业绩预期,在今年每一份季报披露后都曾发生过一次。公司最初提供的营业收入为“将介于人民币436亿元至450亿元之间”。

在产品管线层面,欧雷强展望称,期待于未来数月迎来多个重要催化剂。除前述百悦泽®在日本上市许可申请外,中国NMPA对两款产品新增适应症上市许可申请的决定将在2027年上半年做出,即:百泽安®联合百赫安®与化疗用于HER2阳性GEA成人患者一线治疗,百赫安®联合化疗(联合或不联合百泽安®)用于HER2阳性GEA成人患者一线治疗。

公司 egsea.com 上市公司资讯第一平台

直面市场担忧 片仔癀总经理称『四个没有变』

证券时报记者 余胜良

11月4日,片仔癀(600436)2026年第一次临时股东大会在漳州召开。除股东投票外,会议设置经营情况通报、股东互动提问等环节,知名投资人王富济、林园到场参会并发言。公司总经理施艺雄向股东解释前三季度业绩为何下降,直面公司内部管理问题,用“四个没有变”稳定市场预期,讲述公司下一步将如何提升业绩。

“四个没有变”

施艺雄首次以总经理身份发表主旨演讲,开篇坦诚致歉:“今天站在这里,我首先要向全体股东说一声抱歉,前三季度业绩不及预期,我们管理层压力也很大。”随后他围绕“前三季度情况怎么看、片仔癀的底子还在不在、下一步怎么干”三个问题展开阐述。

施艺雄表示,今年前三季度公司营收63.49亿元,同比下降14.68%;归母净利润12.88亿元,同比下滑39.53%。利润大幅回落,是四个因素叠加形成的结果,一是投资收益基数落差极大,去年前三季度投资收益3.64亿元,今年仅0.58亿元,非经常性收益大幅缩水;二是公司主动控货、压缩渠道投放,自去年9月起主动收紧供货,挤掉渠道泡沫,让终端价格回归理性;三是天然牛黄成本持续高位侵蚀利润;四是整体消费环境偏弱,高端消费品需求走弱。

他直面内部经营短板,毫不回避问题:“目前我们存在三个不够:投放节奏不够精细、产品结构不够均衡、机制活力不够充足。现在片仔癀锭剂贡献了集团85.8%的利润,单品依赖度太高,抗风险能力偏弱,这是必须尽快破解的难题。”

面对现场股东普遍的焦虑情绪,施艺雄用“四个没有变”稳定市场预期:国家大力扶持中医药产业的政策没有变;人口老龄化持续深化,健康养生的长期需求没有变;片仔癀拥有国家保密配方、稀缺原料构筑的独家壁垒没有变;公司持续稳定赚钱的基本面没有变。

他还亮出经营数据:“今年公司经营活动现金流同比大增376%,现金流质量非常扎实;今年中期分红6.46亿元,‘十四五’时期累计分红已经突破60亿元;近三年公司净资产收益率是行业均值的2.8倍,营业收入利润率达到行业平均水平的4倍,盈利能力依然稳居中药行业第一梯队。”

对于后续经营规划,施艺雄提出全面落地“八项工程”:品牌争先、产品创优、渠道拓围、产业融合、创新驱动、制造升级、原料保障、自主提升。整体分三步走:稳基础、调结构;提质量、增后劲;强品牌、走出去,目标是成长为国内大健康领域的领军品牌。他同时放出改革信号:“接下来要打破保守思维,推行市场化考核,把业绩与激励牢牢绑定,激活团队干事创业的动力,坚决杜绝‘躺平’。”

长期股东王富济、林园发言

在股东互动环节,长期股东王富济率先发言。王富济说,他2009年第一次参加片仔癀股东会,陪着公司走过17年,持股长期不动,从来没有把股票借给量化机构。他直言:“我对新任管理层举双手赞成,跟施总接触两次。施总踏实、务实、实干,这正是片仔癀当下最需要的。”

在王富济看来,片仔癀是稀缺的垄断品种,天生具备定价权,历史毛利率一度高达85%;这两年股价走弱,核心原因就是定价优势没有充分发挥。“只要我们把毛利率修复到位,股价一定会先于业绩企稳回升。”

知名投资人林园随后发言。林园表示持有片仔癀长达一二十年,长期跟踪观察,笃定这是一门“独门生意”。他现场分享,他的90岁母亲服用片仔癀两年多血压稳定在130以内,停药几天就反弹到180;他自己也常备常服。他判断公司未来做到五六十亿元净利润“轻轻松松”。

两位长期重仓股东一致表态,短期困难只是阶段性的,号召股东们坚定长期信心,陪伴企业穿越周期。

管理层直面市场痛点

现场问答环节气氛热烈,多位股东接连抛出尖锐问题,管理层直面提问,直击市场痛点。

有股东提问:“核心单品一直贡献主要利润,其他老产品为什么没有贡献利润?”施艺雄坦言:“这个问题确实很值得关注。我们对大单品的依赖长期存在,这么多好产品,怎么做大做强是很重要的工作。在品牌策略、市场营销、渠道建设、毛利率提升等方面都需要进一步梳理。我们有信心把其他产品也做大做强。”

有股东问到如何避免假货,以及片仔癀锭剂难以切割服用的实际问题。施艺雄回应:“我们渠道已实行白名单制度,用数字化手段实现产品溯源。至于服用不便的问题,已经推出了研磨宝、切割器等工具,线上购买均有赠送。胶囊与锭剂功效完全一样,更适合出差旅行携带。”

有股东建议公司重视加盟商质量,不要因急于扩店而降低门槛。施艺雄当场回应:“我们从11月1日开始已经提高了加盟政策门槛,既有保护也有考核,避免内卷。我们要让经销商从坐商变成行商,主动走出去拓展市场。”

此外,本次会议高票通过了《公司关于增补非独立董事的议案》。



片仔癀2026年第一次临时股东大会现场。 受访公司/供图

零售价:RMB 4元 HKD 5元 北京 济南 西安 杭州 上海 无锡 长沙 成都 深圳 福州同时印刷 本报地址:深圳市福田区彩田路7006号深科技城A座37~47层 邮编:518035 北京市朝阳区金台西路2号人民日报社新媒体大厦32层 邮编:100733