

东软集团董事长刘积仁：

推动解决方案智能化战略落地见效

东软集团董事长刘积仁日前在接受中国证券报记者采访时表示，今年是东软集团开启重大变革和解决方案智能化战略落地元年。公司以全面改善财务指标为目标，推进组织变革，进一步提高运行效率；同时，积极推动解决方案朝着智能化、数据价值化、服务化和生态化方向发展。目前，各项工作顺利推进，变革效果不断显现。面对行业发展新形势，公司将持续推进解决方案智能化战略落地见效，为客户打造更加高效、智能且具有前瞻性的解决方案和服务，创造更大价值。

●本报记者 宋维东



东软医疗生产现场

本报记者 宋维东 摄

强力推动变革

今年上半年，东软集团营收、归母净利润、扣非归母净利润同比均实现增长，其中扣非归母净利润同比增长28.67%。“在竞争激烈的市场环境下，公司上半年经营业绩继续保持稳健增长态势。”刘积仁说，“这表明我们的战略性变革取得重要成效，市场影响力和综合竞争力不断增强。”

围绕提升产品竞争力、实现体系化作战、全面提高运营效率等目标，东软集团大力推动变革。公司面向管理平台、研发体系、软件生产体系、营销体系、生态建设、领导力与人才等方面对整体组织架构、人员设置、业务流程、工作方式等进行变革，打造更加简单、更加高效的组织架构和 workflows，进一步增强协同性。

“随着规模不断壮大，公司组织结构日益复杂。员工数量庞大，对员工的精准考核难度增大；同时，各业务单元的协同性不强，逐步产生‘内耗’。这也是多数大型企业发展过程中会遇到的问题。”刘积仁说，“过去，公司享受软件行业快速发展的红利，掩盖了一些问题。现在，行业发生深刻变化，我们必须强力推动变革，抓住未来机会。”

东软集团推进解决方案智能化、数据价值化、服务化、生态化发展，推动组织架构扁平化、简单化，进一步提高敏捷性。

在战略性变革推动下，东软集团上半年在解决方案的智能化、数据价值化等方面取得积极成效，推出了多个新产品和多项新服务，更加聚焦客户，更贴近市场。公司积极打造并进一步完善县域医共体服务平台、医院高

质量发展解决方案、医疗健康数据价值化平台、城市就业公共服务平台、智能汽车NaviAgent、AI智能车书等，业务规模和新签合同额持续放量，经营业绩水平不断提升，有效达成阶段性战略目标。

通过全方位变革，东软集团内部管理的协同性持续增强，开发效率全面提升。“整体运营效率显著提高，员工精神状态发生了根本性变化。公司内在动能不断增强，市场竞争力进一步提升。”刘积仁说。

提升业务价值

9月初，东软集团与通用技术集团所属资本公司签署战略合作协议，在医疗信息化、健康养老等方面开展深度合作。这是通用技术集团继战略投资东软医疗后，与东软集团战略合作的进一步升级。

双方将共同研发运营一体化、智能化、生态化的数字医疗健康体系，赋能通用技术集团所属医疗机构数字化变革和精细化管理，提升基层医疗机构品质，推动医院高质量发展。同时，以健康城市的全局视角推动城市医疗健康产业变革，充分整合双方在国内的业务布局、产业积累和技术创新等优势，挖掘并释放数据要素价值。

早在7月初，东软集团旗下创新业务公司东软医疗就与通用技术集团签署战略合作协议。这项投资是近5年来国内大型医疗影像设备领域一级市场最大金额的股权投资。投资完成后，东软医疗估值为145亿元，通用技术集团持股45%，为第一大股东。值得注意的是，东软医疗未来将以IPO为目标，实现自主发展。

“此次在医疗健康业务领域与通

用技术集团开展更深入的合作，也是东软集团推动解决方案智能化、数据价值化、服务化和生态化落地的实践。”刘积仁说，“这次合作表明通用技术集团对东软集团和东软医疗的高度认可，也表明双方持续看好医疗健康及养老等领域广阔的发展前景。”

“当前，软件正以强大的能力和多样化的手段展现出巨大价值。我们的软件业务要适应不断变化的市场环境进行战略升级。”刘积仁说。

基于此，东软集团着力发展医疗健康、智能互联汽车、智慧城市、企业数字化转型和国际软件服务等核心业务，持续提升市场占有率和综合影响力。

在医疗健康领域，东软集团形成了“智慧医院+智慧卫健+智慧医保”的一体化解决方案；同时，积极推动大健康领域自主可控。

在智能互联汽车领域，东软集团构建了以中国、德国、美国、日本、马来西亚为中心的全球产品研发与交付网络。公司合作的国内外主流汽车厂商超过50家，产品覆盖100多个国家和地区，涉及220多款车型。在乘用车智能座舱（单芯片）域控制器前装市场，东软集团的份额在国内厂商中目前排名第一；同时，乘用车前装（国产）车载无线终端（联网功能）一级供应商标配搭载量排名第一，中国市场乘用车C-V2X车端集成方案本土供应商软件能力排名第一。

在智慧城市领域，东软集团先后参与全国200多个城市的智慧应用建设。公司主动融入“生态共同体”，推进数字技术与产城融合发展，与政府投资公司紧密合作，与运营商、金融机构实现优势互补，在交通、教育、环保等领域加强跨产业链合作，着力推进

技术融合、数据融合、业务融合，构造并完善东软智慧城市业务生态圈。

在企业数字化转型等领域，公司以数据中台激发数据价值化潜能，提供跨域数据融合治理和数据服务，赋能企业数智化转型。

精准服务客户

近年来，东软集团围绕智慧城市、医疗健康、智能互联汽车、企业数字化转型等领域持续深耕，推出了大量解决方案，把数据变成价值，推动数字化转型，助力企业及行业变革。

“在智能化升级的大背景下，东软集团积累了显著的竞争优势。公司在医疗健康、智能互联汽车、智慧城市、企业数字化转型等领域开展广泛布局，为AI、数据价值化等提供了丰富的应用场景；同时，公司深刻了解用户的痛点，能更精准地服务客户，提供全面的服务。”刘积仁说。

值得一提的是，受益于汽车出海业务快速增长，东软集团智能互联汽车业务表现可圈可点。上半年，公司出海业务整体出货量增长超过50%。“下一步，公司要乘中国汽车出海东风，不断提升技术能力，持续拓展海外市场。”刘积仁说。

东软集团看好医疗健康市场。近年来，东软集团及其在医疗健康领域投资的东软医疗、熙康云医院、望海康信、东软汉枫等创新公司，持续推动信息技术与医疗健康深度融合，在医疗保障信息化、医疗机构信息化、医疗影像设备研发、互联网医疗健康服务以及商业健康保险等领域积累了大量成功实践经验。“公司在医疗健康领域的探索实践经验下一步将在更大范围推广。”刘积仁说。

中兴商业：“文博商旅”融合打造新业态

●本报记者 宋维东

中兴商业相关负责人日前在接受中国证券报记者采访时表示，随着消费需求升级，传统经营模式已不能完全满足市场需求。公司将抓住“文博商旅”融合新机遇，推动恐龙生态博物馆项目落地，打造文博商旅相结合的商业新物种，推动商业模式创新。中兴恐龙生态博物馆将结合商旅文、古生物等元素，兼具娱乐价值、研学价值、考古价值，未来有望成为热门打卡地之一，对推动东北消费和旅游新热潮具有重要意义。

打造特色IP

日前，第35届中兴服装节在沈阳中兴商业大厦开启。服装节是中兴商业每年的重要购物促销活动，在沈阳市乃至辽沈地区都具有重要影响力。随着服装节活动启动，中兴商业大厦客流量出现较为明显的增长。

在中兴商业大厦七楼，近1500平方米的区域被围挡围住，里面正紧张施工。这里正在建设一座恐龙生态博物馆。博物馆规划建筑面积1400多平方米，展览面积3000平方米。“此次建设的中兴恐龙生态博物馆强调沉浸式体验，以场景式展示和互动式参与为主要特色，结合数字交互、多媒体等声、光、电现代科技，生动讲述恐龙文化。”中兴商业大厦七楼商场经理郑有强说。

该恐龙生态博物馆由中兴商业与朝阳侏罗纪乐园文化旅游产业发展有限公司共同打造。

辽宁素有“世界级化石宝库”的美誉。辽宁朝阳境内化石资源丰富。公开信息显示，2015年，辽宁朝阳发现一处大型恐龙化石出露点，专家初步勘察认为这处化石距今约1.26亿年，属蜥脚类恐龙，体长约15米，是当时辽宁省发现的最为完整立体保存的大型蜥脚类恐龙化石。辽宁朝阳保存了大量完整精美、种类多样的化石标本。

凭借地理区位优势 and 多年的运营经验，朝阳侏罗纪乐园文化旅游产业发展有限公司在恐龙类主题博物馆运营方面优势显著。目前，该公司拥有国家4A级景区朝阳化石谷、3A级景区凤凰台、三亚恐龙博物馆等项目，是全国科普教育基地、全国古生物化石科普教育基地、国家特色文化产业项目基地。

“此次合作，可谓一拍即合。”朝阳侏罗纪乐园文化旅游产业发展有限公司总经理丁相红表示，在品牌知名度、声誉以及综合竞争力方面，中兴商业在辽沈地区具有重要影响力。近年来公司积极推动模式创新，探索打造全新运营场景。

根据规划，中兴恐龙生态博物馆将融合博物馆、游乐场、复合业态，打造文博商旅相结合的新物种，推动商业模式创新。“这将是国内首家坐落在商业体内的恐龙主题博物馆，更是公司着力打造的新IP。”中兴商业董事会秘书杨军说。

“流量”变“留量”

近年来，不少商业街区或商业体凭借网红打卡点火爆“出圈”，人气居高不下，为自身乃至周边区域带来巨大客流量。例如，成都春熙路的“爬墙熊猫”及“裸眼3D”大屏影像，让所在的商业体成为热门购物地，并成功带火春熙路商圈。

成都春熙路的“流量变现”并非个别。北京市社会科学院副研究员王鹏在接受中国证券报记者采访时表示，随着消费者生活水平的提高和消费观念的转变，消费需求日益多样化。零售企业通过打造独特的体验业态实现差异化竞争，能更好地满足消费者对个性化、互动性和娱乐性的追求，吸引消费者回流实体店。

消费增长离不开场景带动。当前，消费新场景、新业态、新模式蓬勃发展的中兴商业在商场内打造恐龙生态博物馆，正是当下百货、购物中心、超市等实体购物场所打造消费新场景、培育新业态、构建特色化供给体系的探索实践。

这个以“飞上蓝天的恐龙”为主题的恐龙生态博物馆，用真实的恐龙化石作为依托，以探秘、探险、探索为主线，科学还原近40个恐龙时期景象，让参观者深度融入场景之中，沉浸式体验恐龙文化。

“新颖的体验业态，能够吸引大量消费者前来参观体验，从而提升整体客流量。”王鹏说，“零售企业打造主题IP和体验馆，塑造鲜明、独特的品牌形象，可以进一步提升消费者对品牌的认知度和认同感。”

近年来，东北旅游市场持续火热，加之博物馆热、研学热、亲子游热不断升温，文旅融合不断向纵深发展。以沈阳、哈尔滨为代表的东北城市受到外地游客欢迎，旅游人数、旅游收入均实现较大幅度增长。

“我们要抓住机遇，加快项目建设进度，以独特的内容、丰富的场景、全新的形式、完善的服务吸引更多不同背景和年龄层次的人群来到中兴商业大厦，以恐龙生态博物馆为媒，推动商业与文旅深度融合。”杨军说。

在王鹏看来，引入新的体验业态，让零售企业不再只是商品交易场所，更成为消费者休闲娱乐、社交互动的场所，可以增加顾客黏性，实现从“流量”到“留量”的转变。

兴乡工作室首席战略发展顾问袁帅认为，零售企业积极转型，打造体验业态和主题IP，背后蕴含着深刻的战略考量与前瞻视野。其核心在于，面对电商冲击和消费者多元化的需求，零售业需通过创新体验以吸引并留住顾客，进一步提升市场竞争力。

做强体验业态

作为东北区域中心城市，沈阳市持续推进消费商圈升级，资源集聚、业态创新、品牌培育和环境保护，着力打造城市消费新场景，进一步促进供需适配，致力于成为面向东北亚、具有区域影响力的国际消费中心城市。近年来，沈阳打造了沈阳方城、老北市等文商旅融合的特色街区，受到市民和游客欢迎。

值得一提的是，中兴商业在发展体验经济方面优势显著。公司所在的太原街商圈一直是沈阳市的重要商业街区。太原街商圈以厚重的商业底蕴引领消费变革，从传统到时尚，汇聚多元商业业态。此前，太原街商圈入选首批沈阳十大城市消费场景，致力于打造国际时尚步行街综合消费场景。

“我们要抓住沈阳打造国际消费中心城市的机遇，充分发挥自身综合优势，全面做强体验业态，将恐龙生态博物馆打造成为沈阳的文商旅融合新地标，进一步做强体验业态，使其成为公司转型升级的重要突破口。”杨军说。

在这个过程中，中兴商业坚持“三引三来”（吸引年轻人来玩，吸引全家人来逛，吸引全省人来买）营销策略，不断强化对接社会资源、品牌资源及政府资源，广开门路，积极拓展文化、体育、童趣、公益赛道，打造多元场景，进一步丰富业态形态，形成与传统零售业相互促进的良好生态。

为保证恐龙生态博物馆项目顺利推进及后续运营发展，中兴商业全资子公司沈阳中兴商业管理咨询有限责任公司与朝阳侏罗纪乐园文化旅游产业发展有限公司成立合资公司。

此前公告显示，沈阳中兴商业管理咨询有限责任公司是中兴商业轻资产运营及新业务的拓展平台。中兴商业旨在通过该子公司的探索运营，不断扩大经营规模，探索并尝试供应链合作及新消费、新零售业务拓展，进一步做强主业。

“恐龙生态博物馆项目是中兴商业轻资产运营模式迈出的重要一步，也是围绕现有主营业务实现跨界合作、拓展新业态的有益尝试。”杨军说，“该项目在中兴商业体内孵化成熟后，会被进一步复制推广。公司将以此为契机，探索多元化发展路径，培育新的效益增长点。”

中秋档电影票房突破3亿元

上市公司密集布局国庆档

●本报记者 杨梓岩

中秋假期电影市场亮眼。灯塔专业版数据显示，截至9月17日18时，2024年电影中秋档（9月15日—9月17日）票房（含点映及预售）超3亿元，亲情片成为团圆佳节的票房赢家。中秋档上映新片数创新高，并为后续的国庆档预热。截至目前，已有10部影片定档今年国庆档。业内人士认为，国庆档的重要性日益凸显。今年国庆假期，待映影片风格迥异，题材丰富。2024年国内电影票房有望突破500亿元大关。

中秋档亲情片领跑

灯塔专业版数据显示，截至9月17日18时，2024年电影中秋档（9月15日—9月17日）总观影人次已超900万。《野孩子》以1.58亿元的票房成绩领跑，《一雪前耻》《出走的决心》两部影片分列中秋档票房榜第二、三位。

具体来看，领跑中秋档的影片《野孩子》于9月13日上映。影片根据真实故事改编，由殷若昕执导，王俊凯、邓家佳、陈永胜等主演。

这并非殷若昕执导的亲情片首次

登上“小长假”档期票房榜首。2021年，由殷若昕执导的亲情片《我的姐姐》，以8.6亿元的票房佳绩打破中国电影史清明档票房纪录。

马丽、乔杉主演的喜剧片《一雪前耻》位列中秋档票房榜第二位。该片背后的出品方包括爱奇艺等。《出走的决心》根据博主“五十岁阿姨自驾游”的真实经历改编，由尹丽川执导，咏梅主演。影片出品方包括猫眼、万达影视等。

国庆档众星云集

2024年暑期档票房整体表现稳健。业内人士认为，随着中秋和国庆档优质影片陆续上映和定档，观众的观影热情或进一步得到提升。

今年中秋档，供给端优质影片发力明显。中国证券报记者梳理发现，今年中秋档上映新片超14部，为近十年中秋档影片数量之最，涵盖剧情、喜剧、家庭、爱情、悬疑、动画等多种题材，满足不同人群的观影需求。

展望国庆档，灯塔专业版数据显示，截至9月17日，已有《志愿军：存亡之战》《出入平安》《爆款好人》《749局》《危机航线》《浴火之路》等10部

影片将于国庆档上映。

其中，科幻片《749局》热度较高。该影片由陆川执导，王俊凯主演，累计想看人数超33万人。此外，由肖央担任男主角的《出入平安》《浴火之路》两部现实题材影片期待值较高。“肖央”对打“肖央”也成为国庆档电影市场看点之一。《志愿军：存亡之战》是陈凯歌执导的“志愿军”三部曲第二部，吴京、朱一龙等出演。另外，吴京投资出品了由舞剧改编的电影《只此青绿》。《熊猫计划》则由成龙主演。

业内人士表示，2024年国庆档，吴京、成龙、刘德华、肖央等纷纷携力作亮相，各路大片风格迥异，题材丰富，为观众提供了多元化的观影选择。国庆档待映影片有望合力推动2024年国内电影市场票房突破500亿元大关。

机构看好后续市场

国庆档待映影片题材类型丰富，背后出品发行方涉及中国电影、博纳影业、阿里影业、华谊兄弟等上市公司。

上市公司“扎堆”布局，体现出国庆档在电影市场中的重要性。从近几年国庆档票房情况看，国庆档的重要性持续提升。光大证券复盘近年来国庆档票

房表现后认为，虽然国庆档相对较短，但仍为释出多部超10亿元票房优质影片的关键档期。

展望未来，多家券商认为，随着国庆档影片陆续定档，以及观众观影热情逐步回升，预计电影票房将呈现回升趋势。

长江证券表示，国庆档储备影片题材和风格多样，涵盖动作、喜剧、动画、战争等类型，为观众提供了多样化选择。预计随着观影需求进一步恢复，电影票房有望持续增长，看好院线板块持续修复和优质内容制作方的业绩弹性。

中金公司称，建议关注下半年票房边际改善机会。

专家认为，中秋档电影市场亮眼，为接下来的国庆档做了有力的铺垫。随着《志愿军：存亡之战》《出入平安》《爆款好人》等一系列备受瞩目的影片定档国庆，市场期待值持续提升。

甬兴证券认为，诸多新片布局国庆档，或推动国庆档影院票房增长，相关院线及影视产业链将受益。建银国际研报显示，2024年下半年票房或强势发力，使得全年票房与去年持平，并突破500亿元。鉴于电影的生产周期通常为12至18个月，从2025年开始，电影供应量或加速增长。