

亚星锚链：科技引领铸造“深海巨链”

16级台风刮过，锚链如定海神针般将船舶牢牢牵住、避免发生倾覆；高硫、高腐蚀、高频使用的矿区中，矿用链条经受住环境考验，从未发生过失效——这些案例，都是亚星锚链在行业中留下的一个个闪耀时刻。

“一根链条，最薄弱的点往往就是决定它强度的点。我们能做到的，就是确保无论长3000环、还是5000环，这根链条的每一个节点都能经受住考验。”亚星锚链董事长陶兴近日接受记者采访时表示，公司正紧密结合市场需求与前沿技术发展方向，持续深耕锚链业务。

●本报记者 孟培嘉



亚星锚链产品

公司供图

兰壳牌公司、道达尔石油及天然气公司等多家油公司的合格供应商，同时也是国家能源、潞安集团、陕煤集团等国内煤企的供应商。

“大直径链条的焊接和热处理是我们的核心技术。”陶兴自豪地表示，全世界能够制造160毫米及以上规格链条的生产线只有4条，其中两条就在亚星锚链，“评价一根链条的强度，往往要看它最弱的点。有时客户并不需要生产的这款产品性能有多高，但是要求每一个环的最弱点都能够通过考验，也就是说它的一致性、均匀性非常重要。”随着公司在技改中采用了自动化程度更高的制链机组，亚星锚链的设备优势及技术优势进一步凸显。

坚持科技创新

从船用锚链到海工系泊链，从低附加值产品起家到如今获得世界范围内的客户认可，亚星锚链的发展历程始终与科技创新密不可分，一次次重大项目的攻坚让公司的产品不断站上新的台阶。

“2007年的时候，我们意识到国家正计

划建造第六代超深水钻井平台，其中有一款R5级超高强度海工系泊链是我们有能力参与的。”陶兴回忆道，当时的国际标准最高只到R4，但是业主方提出R5的链条强度要比R4高16%，这对公司既是挑战也是机遇。

“链条的原材料是高性能钢，当时这种钢材在国内尚属空白，我们不可能在缺乏原材料的基础上凭空造出R5级链条。”陶兴说，公司当年紧急找到上海宝钢研究总院，与他们联合成立攻关组，最终耗时两年将R5级系泊链钢研制出来，又通过半年时间成功打造出R5级系泊链，并应用在了部分船体及超深水钻井平台上。

2011年，这款系泊链在海洋石油981平台测试，突遇16级台风。最终，搭载了这款链条的船舶成功经受考验，公司也凭借此获得2014年度国家科技进步奖特等奖。“这让我深深感受到，我们的科研离不开高层次科研院所、也离不开民营企业的参与。”陶兴说。

把握市场需求

在陶兴看来，亚星锚链发展至今，既离

不开数十年的技术工艺传承，也离不开对市场需求的敏锐洞察。

“锚链行业是需要积累的。”陶兴说，我们在链条行业已经干了几十年，2023年公司又收购了一家同样具备悠久历史的铺厂，在保留原班人马的同时还为其引入了新的战略投资者，帮助其升级产线、进行产品迭代，在兼容并蓄中让公司不断发展。

产品方向选择方面，在稳固占据原先船锚及链条市场、成功突破海工系泊链市场的

同时，亚星锚链在5年前成功研发出D级强度矿用链。“矿用链条是一个高频使用的产品，由于环境比较恶劣，因此对产品的耐磨损性要求较高。我们的产品在科研示范项目中，长达一年的时间里没有一个环发生断裂。”陶兴表示。

对于行业未来的发展，陶兴高度看好海上新能源的应用场景。“不管是漂浮式风电还是漂浮式光伏，对于海工链条、海工锚以及一些新型连接件都会有大量的需求。”陶兴说，目前亚星锚链已经承担了4个央企科研示范项目，也中标了一批海上新能源项目，预计未来还会在这一领域取得更加长足的发展。

新北洋董事长宋森：

“无人化、少人化”战略显效 上半年净利大幅预增

●本报记者 张鹏飞

智能装备解决方案提供商新北洋7月9日晚发布的业绩预告显示，预计2025年上半年归属于上市公司股东的净利润3470万元至3820万元，同比增长100%至120%；扣除非经常性损益后的净利润为3093万元至3380万元，同比增长650%至720%。

对此，新北洋董事长宋森在接受中国证券报记者专访时表示，上半年业绩增长动能主要来自三方面：物流自动化分拣装备销售快速提升、智能快递柜及售货终端保持规模化增长、新零售综合运营业务随点位扩张与效率提升持续贡献收入。

“一体两翼”构筑增长新格局

据宋森介绍，公司“一体两翼、八大业务板块”业务新战略已基本构建完成。“我们的‘一体’业务是核心基石。”宋森阐释道，这由两大专业化解决方案（专用打印扫描、智能自助终端）与两大场景化解决方案（金融机具、物流分拣）构成，旨在稳步提升规模与竞争力。

据介绍，公司“一体”的四大业务中，专业打印扫描产品，随着餐饮、零售、物流、金融、彩票、医疗、制造、政务等行业信息化提速，全球市场需求持续上扬；智能自助终端产品，正从“功能替代”向“价值创造”升级，逐步成为智慧社会的基础设施；金融机具产品，国内银行网点数量维持稳定，信创趋势下需求稳增，海外市场空间更加广阔；物流分拣产品，全球电商的蓬勃发展驱动快递物流企业加速向高效化、智能化转型升级，自动化分拣设备已经是智慧物流体系建设的关键支撑。

“两翼”则布局于产业链上下游：上游为关键基础零部件解决方案，下游则为服务运营解决方案。这一架构打通了全产业链协同，为公司整体突破提供支撑。

“两翼”的四大业务中，新零售综合运营，线下零售在数字化和消费升级的浪潮下迎来众多机会，集购物、增值服务、数据赋能于一体的新零售模式拥有巨大的市场潜力；物流自动化分拣运营，行业还处于发展初期阶段，人机协同的运营业务模式可为行业提供全链路高效场地运营解决方案；设备综合运维服务，随着各类智能设备的普及，其全生命周期的服务需求迅猛增长；关键基础零部件，作为工业自动化设备的物理核心，不仅市场高速增长，更是制造厂商未来竞争的战略制高点。

三大变化重塑成长逻辑

宋森表示，数年的战略转型已推动公司发生三大根本性变化，彻底摆脱了过往的成长桎梏。

业务结构之变打破成长天花板。宋森告诉记者，新北洋已从上市初期的专用打印机等细分领域，跃升至更广阔的赛道。“如今‘一体’中的四大业务板块，未来单板块收入均有望突破10亿元。”宋森特别指出，培育约5年的“新零售综合运营”业务已步入快车道，潜力空间预计达数十亿元级别，“长期成长的天花板忧虑不复存在”。

成长模式之变增强发展可持续性。多业务布局有效平滑了单一领域的周期性波动。各板块处于不同发展阶段，可相互弥补因行业周期或重大项目波动带来的业绩压力。服务运营业务占比持续提升及海外市场的快速拓展，为业绩的可持续、有保障增长奠定了坚实基础。

发展阶段之变跨越最困难时期。宋森坦言，自2015年启动的“二次创业”经历了大规模投入期，“前期研发与市场投入占比显著偏高”。如今，这一集中投入阶段已过，对特定大客户的严重依赖基本解决，未来费用结构将趋于合理，“整体盈利能力有望明显改善，最困难时期已成为过去”。

展望未来，宋森表示，新北洋将毫不动摇地坚持既定战略，聚焦“无人化、少人化”这一主航道方向。“我们的团队将持续打造支撑长远发展的‘三个战略成长曲线’，致力于实现有质量的增长。”



九州通董事长刘长云：

以“三新两化”战略绘就大健康产业新蓝图

●本报记者 傅苏颖

作为从基层医药批发商成长起来的行业龙头，九州通正以“三新两化”战略重塑发展动能。

九州通董事长刘长云日前在接受中国证券报记者专访时表示，公司通过数字化转型赋能业务、管理、物流全链条，推动医美等新兴业务快速增长，同时以“三化人才战略”广纳全球贤才，既着力破解流通行业长期存在的“两不沾”困境，更在产品端突破、终端网络构建以及长效发展机制上持续发力，为实现“中国最专业的健康服务商”愿景及“百年老店”目标注入强劲动能。

数字化赋能

1985年，九州通创始人刘宝林在应城天鹅湖畔以一根扁担挑起创业梦想，成立应城医药批发部，走街串巷拓展业务，为企业积累了最初的家庭资源与市场根基。四十年后的今天，这家从草根起步的企业已蜕变为科技驱动型的全链医药产业综合服务商。刘长云作为公司发展新阶段的掌舵人，是一位优秀的职业经理人，拥有丰富的法务、管理与市场运营经验。

今年是公司推进“三新两化”战略实施落地的关键年，该战略即新产品、新零售、新医疗、数字化和不动产证券化。

刘长云介绍，公司2023年提出的“三新两化”战略与流通行业长期存在的“两不沾”困境直接相关。过去企业既缺乏上游产品端的控制权，又未形成下游终端网络布局。基于此，公司提出“三新”重点聚焦上下游协同突破。上游通过获取产品所有权或总代总销模式强化产品端主导权，下游以新零售“万店加盟计划”、新医疗诊所加盟等终端布局构建渠道网络，旨在实现从产品端到消费端的全产业链打通。数字化通过降本增效赋能全链条运营，不动产证券化以资产盘活优化重资产结构，共同为产业链整合提供动能。

刘长云介绍，公司在数字化转型进程中已经展现出清晰战略路径与落地成效。“公司通过业务、管理、物流三端数字化协同推进，结合项目制落地模式，已实现从技术投入到业务价值的深度转化。”

“我们通过数字化系统为民营诊所赋能，解决诊疗水平有限的痛点。”刘长云表示，集团打造的新医疗数字化系统涵盖AI辅助诊断、用药管理、电子病历及健康档案管理等模块，以免



九州通物流中心

本报记者 傅苏颖 摄

费赋能的方式提升诊所服务与管理水平，进而通过供应链产品销售实现价值闭环。“系统打通后，诊所采购意愿显著提升，我们也通过优化商品品类与性价比，推动业务可持续发展。”

智慧物流方面，公司目前出库差错率已经控制在百万分之一。“通过系统管理，物流环节的人为差错大幅降低，效率与质量双提升。”刘长云强调。

谈及数字化推进策略，刘长云介绍，公司采用“需求驱动+项目制”模式。每年底各业务板块与职能部门提报数字化需求，经管理层与IT团队从“必要性”“可行性”双维度评审后立项，2025年计划落地45个项目。目前公司拥有1500名左右IT工程师，并与阿里、腾讯、华为等外部企业合作，形成“有组织、有目标、有落地”的数字化转型体系。

“数字化不仅是发展需求，更是企业生存的必备项。”刘长云认为，未来行业竞争的核心将是数字化与AI智能化能力，公司将继续以项目为抓手，推动数字化在各业务场景的深度渗透，巩固行业领先地位。

加码医美业务布局

在产品端，九州通持续发力。公司2024年年报显示，公司力争在未来三年内，使新产品相关业务的销售收入占比达到20%，毛利额占比达到50%。

“在产品所有权获取上，公司形成了资本整合、自主研发、批文收购、项目合作的立体模式。”刘长云介绍，通过产业基金与自有基金联动，公司近期主导参与ST美谷破产重组，并在山东等地参股多家上游企业，以资本纽带强化产品端主导权。

依托4家西药厂、9家中药饮片厂及4大研

究院，九州通聚焦仿制药及改良型创新研发。

“我们不追求高投入的一类创新药，而是通过轻度研发快速获取产品所有权，这种模式投入可控、商业化效率更高。”刘长云称，该路径已成为公司自主研发产品的核心策略。

政策红利下，九州通正加速批文市场化运作。“过去批文随企业转让，现在可单独剥离作价。我们曾以数百万到数千万元收购与现有渠道匹配的产品批文，再通过自有工厂或委托加工实现量产。”刘长云透露，该模式正成为公司快速扩充产品管线的重要抓手。此外，公司通过与科研机构、企业开展项目制合作，以联合研发形式获得产品所有权，实现技术资源与产业落地的高效衔接。

“销售主导权的核心是从‘物流配送’向‘市场营销’的转型。”刘长云介绍，公司已组建5000人专业销售团队及全擎健康策划公司，全擎健康专门负责公司总代理业务，目前该业务发展势头良好，去年规模达80亿元，今年目标冲刺100亿元。

九州通在医美领域的布局正加速推进。刘长云透露，近年来公司医美业务增长迅猛，虽基数较低，但规模已从早期的数千万元跃升至数亿元，成为极具潜力的新兴业务板块。

九州通董事长刘长云：

“医美是公司重点布局的渠道，也是未来重要的利润增长点。”刘长云表示，公司当前在新产品领域聚焦医美产品、保健品及生物制品等专业品类，这类产品与传统药品、器械形成差异化竞争，是未来发展的核心方向。此前公司参与ST美谷的重组，正是基于其医美业务优势，旨在通过这一载体加大行业布局力度。

谈及布局逻辑，刘长云称，医美市场的巨大消费潜力是核心驱动力。“未来行业有两大优质赛道，一是应对人口老龄化的‘银发经济’，二是聚焦消费升级的‘美容经济’。”随

着女性群体美容消费需求的持续释放，医美领域已成为市场关注的热门赛道，公司正积极加码布局以抢占先机。

三年引才超600人

“企业最大的资产不是固定资产，是人才。”刘长云表示，公司在人才策略上近年来发生了显著转变。2021年以前，公司人才培养以内部为主，外部空降比例极低。但2021年之后，尤其是2023年以来，人才引进步伐明显加快。

2023年，公司提出“三化人才战略”，明确要花时间、精力和成本在全球范围内寻找合适的高级人才，当年便引进50多名，2024年引进近

300名，2025年目标仍为300名。

“之所以加大引才力度，主要基于两方面原因。”刘长云解释，一是战略转型需求，公司布局新业务，内部缺乏对应专业人才；二是企业发展速度快，年均新增数十家公司，销售额增长数十亿元甚至上百亿元，仅靠内部培养难以满足需求。

在引才机制上，刘长云介绍，公司已探索出一套有效制度。针对高级人才，实行量化筛选标准。同时，为帮助人才快速融入，公司会配备教练，建立汇报与沟通机制，核心目标是“找得到、找得准、留得住、发展好”。

凭借“三新两化”战略的有力推进，公司在产业布局与市场竞争中持续发力。近年来，九州通的经营业绩持续多年保持了稳健增长，销售收入由2010年上市当年的211.85亿元增长至2024年的1518.10亿元，年均复合增长率达15.10%；归母净利润由2010年上市当年的3.60亿元增长至2024年的25.07亿元，年均复合增长率达到14.88%。公司在医药批发市场的占有率为2021年的6.49%提升至2023年的7.13%。

九州通的发展愿景是“争做中国最专业的健康服务平台”及“百年老店”。刘长云表示，为实现上述目标，公司制定了清晰的实现路径：一是实施“三年一规划”的战略周期，每年底会制定未来三年的战略规划，明确业务板块重点、资源分配方向；二是聚焦大健康主业，完善公司治理，建立民主集中、分权制衡的决策机制，通过文化传承与创新，推动战略阶段性落地。

刘长云强调，公司致力于打造“高速公路”式的大健康服务平台，通过整合上下游资源，为上游提供产品推广支持，为下游提供配送、垫资、数字化赋能等服务，目标是成为“产品与服务最全最优”的综合服务商。