

医药创新迈入深耕期 全球化与造血能力成关键考题

视觉中国图片
制图/韩景丰

近日,多款创新药相继迎来上市与临床突破,国内药企海外授权合作热度攀升。业内专家与药企负责人分析认为,未来行业竞争不再局限于管线数量比拼,源头创新能力、全球专利布局、海内外商业化运营以及灵活的商务拓展(BD)资产运作策略,将成为创新药企穿越周期的核心抓手。

● 本报记者 傅苏颖

市场转向价值驱动

本土药企多年研发投入逐步进入收获期,多款自研创新药接连取得商业化与临床关键进展。

康方生物近日宣布,公司肿瘤免疫2.0基石药物依达方(通用名:依沃西单抗注射液)联合化疗一线治疗晚期鳞状非小细胞肺癌(sq-NSCLC)获批上市。

华东医药控股子公司浙江道尔生物科技有限公司自主研发的全球首创长效三靶点激动剂DR10624入选并获得国家科技重大专项资助,道尔生物同时担任“针对能量代谢紊乱的心衰创新药物的临床研究”的课题承担单位,承担DR10624心力衰竭适应症Ⅱ期临床研究任务。

中康科技解决方案专家安淑兰表示,多重政策持续托底医药产业,国内医药市场正由价格驱动转向价值驱动。行业集中度不断提升,研发布局从小分子药物逐步拓展至抗体、多肽等新型疗法。

“当前,我国恶性肿瘤、心脑血管疾病、阿尔茨海默病等老年相关疾病负担持续加重。”安淑兰指出,国内在神经退行性疾病、慢性肾病领域存在明显研发短板,尚缺少获得国际主流市场认可的原创新药。

安淑兰表示,创新技术正在驱动产业变革,T细胞衔接器(TCE)疗法、放射性核素药物、小核酸药物正成为新的价值锚点。当前TCE赛道竞争趋于白热化,核素药物构建全新诊疗范式,全球处于三期阶段的治疗性核素药物已有70个。同时,小核酸有望解决慢病用药依从性难题,在心脑血管领域潜力可观,阿尔茨海默病领域仍是蓝海赛道。

康桥资本执行运营合伙人、云顶新耀董事长兼执行董事吴以芳表示,近年来,国内生物医药创新实力显著增强,在研新药数量约占全球总量三分之一,位居全球首位。一系列跨境BD大额交易落地,印证中国创新成果获得国际认可。即便身处资本寒冬,仍涌现多家百亿市值药企,但不少企业估值未能匹配自身价值,行业整体存在明显低估。

出海模式需长期审慎布局

中康科技数据显示,2026年上半年,中国创新药对外授权交易潜在总额达1100亿美元,交易规模达到2025年全年的八成。全球排名前十BD交易中,中国独占八席。

“国内靶点同质化竞争加剧、跨国药企面临专利悬崖,叠加国内丰富的临床资源储备,催生大量跨境BD合作。”安淑兰表示,中国创新药正经历从“仿制跟随”到“源头创新”、从“本土市场”到“全球价值链”的深刻转型。

复星医药总裁、创新药事业部首席

现金流成核心生命线

“资本市场周期特征明显,药企依靠持续外部融资的阶段已经过去,企业未来发展将更多依托自身经营造血能力。”甘李药业董事长兼CEO陈伟认为。

王兴利提出,审评审批提速构筑国内创新药竞争优势,但行业长远发展离不开支付体系持续完善。企业应加大源头创新投入,搭建校企成果转化机制。同时,全社会需要尊重创新药知识产权,包容研发试错成本。AI将深刻变革新药研发全链条,行业竞争重心将逐步转向管线遴选、临床方案设计以及商业化运营能力。

中康科技副总裁苏才华表示,行业赛道冷热分化明显,产业发展逻辑由追求规模速度转向质量效益。创新药从跟

执行官王兴利表示,国内创新药当下的跨境BD热潮,源于行业多年研发积淀与工程化创新优势,但这一红利窗口难以长久维系。随着人工智能(AI)普及、跨国药企管线缺口补齐,单纯依靠工程化优势对外授权管线的模式后续将面临压力。AI既会稀释国内传统工程红利,也为药企靶点筛选提供新工具,或将重塑新药研发范式。

王兴利提出策略思路。他认为,早期对外授权能够快速兑现管线价值、回笼资金,但国内源头创新供给不足,企业需要平衡管线结构,依托同类最优、快速跟

随式创新向全球同步创新迈进,AI制药、细胞与基因治疗等技术有望重构产业形态,企业需要搭建差异化临床价值与完整商业化闭环。

对外经贸大学保险学院于保荣教授认为,医保与商业健康保险定位不同,不能将商保等同于医保支付渠道。制约商保承接创新药支付能力的核心在于参保率偏低、资金池有限。商保重在差异化竞争,不宜复制医保统一目录模式,扩大参保规模、做大资金池,才是打通创新药支付堵点的根本途径。

吴以芳建议创新药企确立中长期战略,坚持先夯实本土商业化、再推进国际化,依托本土造血叠加全球价值变现双轮驱动发展。管线布局做到以终为

进创新管线保障现金流,联合高校开展源头创新研究。出海方面,全盘出让海外权益收益有限,联合开发、保留收益分成、自主推进海外商业化更为可持续;企业可布局中东、东南亚新兴市场,依靠高性价比比创新药打造差异化优势。

安淑兰判断,中国创新药行业正行至发展中场。上半场实现从0到1的管线积累与出海验证,下半场核心任务将转向从1到N的创新成果规模化兑现、搭建全球竞争力。未来十年,差异化技术优势、临床需求的精准布局,将决定本土创新药在全球产业链中的位置。

始,立项阶段统筹全球临床、注册、生产与专利规划,补齐海外专利布局短板。资产组合采用“1+N+X”组合策略,依靠一款成熟品种稳定现金流,搭配多条高潜力管线;秉持现金流优先,适时通过BD变现回血,不必盲目重资产搭建商业化团队。

同时国际化应当分层推进。欧美市场优先借力外部平台开展临床、BD与商业化,东南亚等新兴市场可组建本土化自有销售团队。药企必须补齐全球专利布局、海外临床注册、跨境法务合规、自有商务拓展等四大核心能力。现金流是企业核心生命线,只有具备全球差异化创新价值、成熟交易与商业化能力的企业,才能实现长期稳健发展。

宝光股份:高压主业领跑新型电网 自主锻造国产电力装备硬实力

● 本报记者 何昱璞

2026年是“十五五”规划期的开局之年,我国能源转型与新型电力系统建设进入全面攻坚期。国家能源局数据显示,“十五五”期间,全国电网固定资产投资将超5万亿元。在此背景下,作为中国电气装备旗下高端真空电力装备骨干央企、国内真空灭弧室单项制造冠军企业,宝光股份紧扣国家战略部署,走出了一条“高压整机引领、核心材料托底”的创新发展路径。

科创成果加速落地转化

走进宝光股份真空灭弧室数字化车间,机械臂精准作业、AGV小车高效转运,中央大屏实时同步全流程生产数据。宝光股份产品核心为真空灭弧室及真空开关组件,主要用作中高压电力开关设备的灭弧与通断控制核心部件,服务于智能电网、输配电、新能源并网及工业配电系统。

记者从公司了解到,2026年上半年,公司真空灭弧室、密封极柱、导杆及波纹管、配套金属化瓷壳四大核心产品同步刷新单月产量历史新高,产销匹配度达100%。依托五十余年技术积淀,宝光股份产品覆盖0.38kV—252kV全电压等级,行业市占率领先,产品远销全球40余个国家和地区。

近年来,宝光股份在高端高压产品国产化方面成效突出。126kV无氟环保大容量真空灭弧室项目紧扣温室气体替代政策导向,联合西安西电高压开关有限责任公司共同研发,整体技术达到国际领先水平,产品已在河南洛阳变电站稳定挂网运行,2026年配套整机落地珠海南溪电站项目。

此外,换流变有载分接开关专用灭弧室更是自主攻克了长期被海外垄断的核心装备技术,斩获2025年度中国电力科学研究院科学技术进步奖特等奖。产品寿命达36万次、机械寿命150万次,已在陇东—山东±800千伏特高压直流工程庆阳站挂网运行。记者在研发实验室还看到,公司承担的国重项目“252kV单断口真空灭弧室”已完成全套主要型式试验,363kV、550kV超高压产品进入方案设计与首轮试样阶段。

智能制造匹配交付需求

与行业绝大多数企业依赖外部采购核心零部件的模式不同,宝光股份同步自研金属化陶瓷、波纹管、导电杆全套关键零部件。公司全资子公司宝光陶瓷已经建成氧化铝粉料制备、等静压成型、精密车坯、高温烧结、金属化、真空钎焊全自主一体化智能产线,实现了高压整机核心专用真空腔体、馈通陶瓷完成试样小批量交付。公司正与高校合作建立陶瓷联合实验室,联合开展新型陶瓷材料研究,整机研发与零部件工艺双向协同、同步迭代的完整闭环创新体系,让企业在行业竞争中构筑难以复制的全产业链自主优势。

在保障主业配套基础上,宝光股份充分挖掘陶瓷材料通用性优势,锚定高附加值新兴赛道——X射线管专用绝缘陶瓷组件已批量供货,半导体设备专用真空腔体、馈通陶瓷完成试样小批量交付。公司正与高校合作建立陶瓷联合实验室,联合开展新型陶瓷材料研究,整机研发与零部件工艺双向协同、同步迭代的完整闭环创新体系,让企业在行业竞争中构筑难以复制的全产业链自主优势。

在保障主业配套基础上,宝光股份充分挖掘陶瓷材料通用性优势,锚定高附加值新兴赛道——X射线管专用绝缘陶瓷组件已批量供货,半导体设备专用真空腔体、馈通陶瓷完成试样小批量交付。公司正与高校合作建立陶瓷联合实验室,联合开展新型陶瓷材料研究,整机研发与零部件工艺双向协同、同步迭代的完整闭环创新体系,让企业在行业竞争中构筑难以复制的全产业链自主优势。

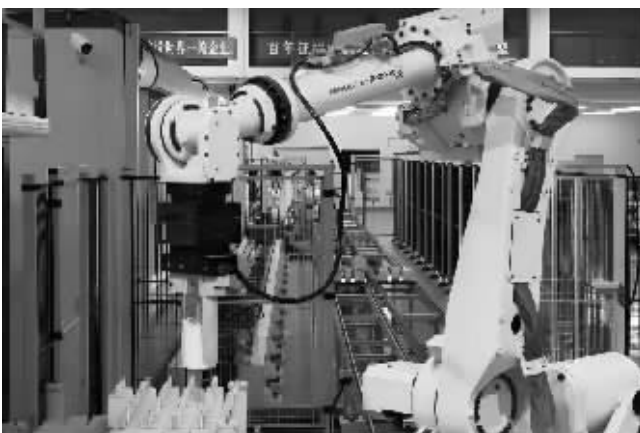
国际高端认证打开新空间

调研期间记者获悉,宝光股份海外市场近日再获重要突破。依托先进的设计理念和过硬的产品质量,海外重点用户搭载宝光牌36kV真空灭弧室的开关产品在荷兰KEMA试验站顺利通过C2级投切电容器型式试验。KEMA试验站是国际短路测试联盟STL创始核心成员,其试验报告是中国电气设备出口的“国际通行证”。

公司表示,C2级容性电流开合试验属于高压开关高难度型式试验项目,开断过程产生的瞬态恢复电压值高、上升速率快,极易诱发触头间重击穿。试验的顺利通过,再次证明了宝光股份产品核心性能完全达到国际一流水平。

记者了解到,这只是宝光股份国际化布局的一个缩影。2026年4月,企业精彩亮相汉诺威工业博览会,与中国西电集团多家兄弟单位联合展出中高压电气成套及元器件系列产品,成功对接欧洲、中东、南美等地区二十余家全新客户,收获环保型环网柜、变压器、重合器及真空灭弧室等重点产品意向订单。

立足“十五五”新征程,宝光股份正以硬核制造实力支撑新型电力系统建设,以完整产业链自主可控的扎实功底,奋力打造具有全球竞争力的输变电装备产业集群,在国产电力装备自立自强的答卷上持续书写新的篇章。



宝光股份智能生产线

公司供图

万辰集团董事长王丽卿： 增量与增效同向发力 解锁高质量增长“新副本”

● 本报记者 黄灵灵

随着量贩零食行业发展逐渐成熟、竞争体系逐步完善,行业已告别“跑马圈地”式的纯扩张时代,竞争逻辑转向比拼精细化运营内功。作为国内量贩零食行业的头部企业,万辰集团近年来业绩表现亮眼,2025年公司实现营收约515亿元,净利润实现大幅攀升。今年一季度,公司净利润进一步增长近两倍,持续释放增长动能。

面对行业新发展阶段,万辰集团董事长王丽卿在接受中国证券报记者采访时表示,公司战略重心已从规模扩张转向价值深耕。凭借商品力、供应链、营销体系及数字化等核心优势,公司持续深耕精细化运营,淬炼单店经营实力,正式迈入“规模筑基、效率制胜”的发展新阶段。

修炼精细化运营内功

纵观国内消费赛道,万辰集团的转型之路是颇具代表性的商业样本。自布局量贩零食赛道以来,万辰集团在高效完成品牌整合后,增长动能逐步由外延整合切换至内生驱动——通过单店模型优化、供应链提效及精细化运营,推动公司实现高质量可持续发展。

2022年至2025年,万辰集团营收从5.49亿元增至514.59亿元,净利润从0.48亿元增至13.45亿元。截至2026年4月,公司门店超2万家。灼识咨询数据显示,按2025年零食饮料GMV(商品交易总额)口径计算,公司旗下“好想来”品牌是中国最大的量贩零食饮料零售品牌。

公司业绩增长不仅依托规模效应释放,还源于门店精细化运营。万辰集团副总经理、财务总监、董秘蔡冬娜介绍,公司从商品、品牌营销、会员运营、门店管理等多个维度协同发力,系统性提升单店经营质量与盈利水平。

商品结构方面,依托后台消费者数据,公司洞察消费者偏好与市场流行趋势,同时匹配不同区域的消费者特征,实现精准化选品与高效商品迭代。同时,适度扩充自有品牌产品,逐步拓展非食品类产品。

营销体系方面,公司策划更具针对性的主题营销活动,联动供应商把资源“花在刀刃上”,打造特色化、差异化营销方案。同时,进一步完善会员体系建设,更好地服务品牌营销与线下门店沉淀的客群,有效提升用户复购率及客单价。

门店运营方面,公司推进门店标准化建设,覆盖门店形象氛围、货品陈列、活动执行、店内服务等环节,提升门店客流量、顾客停留时长以及消费转化率,最终带动单店业绩提升。

全链路升级锤炼核心竞争力

从规模扩张转向价值深耕,核心在于产业全链路的系统性升级。万辰集团依托商品力、供应链、营销体系及数字化等核心能力,构筑起能够抵御行业周期波动的竞争“护城河”。

行业空间广阔是公司发展的底层土壤。王丽卿表示,2025年中国零食饮料市场规模约4.3万亿元,整体保持稳定增长。其中,量贩零食渠道凭借“多、快、好、省”

的优势,为消费者带来更高效的消费选择,过去五年实现快速发展,但GMV占整体零售市场仅5%左右,成长空间广阔。“我们凭借先发优势、规模效应与精细化运营,正牢牢把握这一结构性机遇。”

依托成熟的业态体系,万辰集团持续推进门店精细化运营与消费体验迭代创新,由规模覆盖向“单店赋能”深度升级。

门店高效运转的背后,是敏捷、富有韧性的供应网络。公司搭建覆盖全国的仓储体系,共计57个仓库,其中9个为冷链仓,常温仓库总面积超98万平方米。“这张高效的仓储物流网络,支撑了公司万店级规模的货品流转,是成本控制与履约效率的重要基石。”王丽卿说。

在夯实供应链底盘的同时,万辰集团不断强化商品力建设,通过供应链深度合作与消费者需求洞察,在商品丰富度与价格竞争力层面维持行业领先水平。公司零食饮料的产品组合覆盖水饮、膨化食品、糖果巧克力等12个核心品类,通常保持门店在售超2000 SKU,保持月度上新节奏。

与此同时,公司加快数字化升级步伐。王丽卿介绍,数字化已深度融入经营全流程,覆盖智能选址、库存供给、会员精准营销等各个运营环节。截至2025年末,公司注册会员达1.9亿,人均月消费频次由2024年末的2.4次提升至3次,数字化正成为公司提质增效的新引擎。

多元探索拓宽增长空间

展望未来,王丽卿表示,万辰集团将在巩固规模优势的基础上,持续精耕细作,强