

速卖通启动“超级品牌出海计划”

■本报记者 梁傲男

9月23日,阿里巴巴集团控股有限公司旗下跨境电商平台速卖通宣布启动“超级品牌出海计划”,招募包括天猫品牌、亚马逊头部商家在内的知名品牌入驻。该计划拟用商家在亚马逊一半的成本,助其在重点市场实现更高的成交规模。

长期以来,“品牌出海”多依赖亚马逊,但商家在实际运营中仍面临诸多挑战,如与海外平台沟通不畅、缺乏定制化营销支持等。针对这一现状,速卖通计划率先吸引在亚马逊上表现优异的中国头部品牌,为其提供更具性价比和运营支持的“出海”路径。

速卖通是中国电商“出海四小龙”之一,拥有国内电商积累下来的丰富品牌运营经验。有电商行业分析师对《证券日报》记者表示,相比海外电商平台,在国内电商平台上成长起来的品牌,早已习惯了精细化运营和平台的各种资源支持。此举被视为速卖通在“品牌出海”领域向亚马逊发起的正面挑战,旨在争夺中高端市场。

速卖通“品牌出海”负责人对《证券日报》记者表示,此次升级不仅是策略调整,更是平台底层能力的系统性重构。从品牌适应平台运营要求、依赖大促做爆发,变成平台自下而上做品牌化升级。速卖通要成为“品牌出海”的第二增长曲线,让品牌在决定“出海”的时候有一个新选择。

为落实这一战略,速卖通将于本月在首页上线“Brand+”专区,并提供优质品牌商品打上专属标识,并提供流量倾斜、运营工具及价格保障等支持。在美国、德国、法国、意大利、西班牙等核心市场,相关商品



今年上半年,速卖通平台入驻品牌数量同比增长70%,超过500个品牌实现销售额同比翻倍,2000多个品牌通过平台成功进入新市场

将实现包邮。同时,平台推出“品牌服务中心”,为商家提供近实时数据看板、渠道转化分析与人群资产沉淀能力,助力品牌实现精细化运营。

本地化服务能力亦是速卖通发力的重点。速卖通方面对《证券日报》记者表示,目前家具、家电等大件商品中,超过50%的成交额来自“海外托管”。“双11”之前,速卖通海外托管服务覆盖的国家市场已经扩至30个,并逐步上线官方物流,提升“最后一公里”的配送体验。

在“海外托管”模式下,商家负责将货品备入海外仓,平台承接后

续的营销推广与用户运营。物流履约由认证仓或第三方服务商完成,平台通过系统对接保障链路效率。目前,贴有“Local+”标签的海外托管商品增长迅速,消费者可将其识别为“本地现货”,享受更快配送与更稳定购物体验。

谈及推进海外托管的动因,速卖通海外托管业务负责人武常对《证券日报》记者表示:“首先,市场正从跨境向本地化发展,本地备货以重大件为主,这不仅丰富了品类供给,也显著提升消费者的购物体验;其次,尽管速卖通依托全托管模式在跨境履约体验上已实现质的飞跃,但海外‘本地对本地’发货

在时效和确定性上仍带来跨越式提升,为消费者创造了更大价值;最后,结合本地业务与海外托管模式,我们能为品牌商、中国‘出海’企业及希望布局海外市场的卖家提供更多元的服务方案,这一模式已积累一定基础,对速卖通平台的长远发展具有重要意义。”

战略转型的背后,是行业整体陷入低价竞争的现实。近年来,跨境电商行业纷纷通过价格战争夺市场,利润空间持续收窄。面对此困局,速卖通方面意识到,单纯的低价策略天花板过低,难以持续。因此,平台将战略重心转向更具溢价空间与全球竞

争力的品牌商品,将品牌商家提升至战略优先级。此举旨在吸引高消费力用户群体,进而通过差异化路径突破增长瓶颈。

今年上半年,速卖通平台入驻品牌数量同比增长70%,超过500个品牌实现销售额同比翻倍,2000多个品牌通过平台成功进入新市场。

业内分析人士认为,速卖通发力品牌赛道,瞄准亚马逊商家运营成本高的痛点,若能持续强化在欧洲等成熟市场的本地化运营与服务能力,有望在高端品牌市场缩小与亚马逊的差距,并进一步拉开与其他“出海”平台的竞争优势。

盟科药业拟实施定增 或迎新控股股东

■本报记者 金婉霞

9月22日晚,上海盟科药业股份有限公司(以下简称“盟科药业”)披露了一份定向增发预案,拟向南京海鲸药业股份有限公司(以下简称“海鲸药业”)发行股票,募资不超过10.33亿元,相关募资扣除发行费用后,将全部用于公司日常研发与经营投入;若定增完成,海鲸药业将持有盟科药业20%的股权,成为盟科药业的控股股东。

盟科药业是一家以治疗感染性疾病为核心的新药研发企业。

其核心产品康替唑胺于2021年在中国获批上市;2022年,作为“超级抗菌药第一股”赴科创板IPO。数据显示,2022年至2024年,康替唑胺分别实现销售收入4821万元、9077.64万元、1.30亿元,今年上半年,康替唑胺实现营业收入6697万元,同比增长10.26%。除康替唑胺片外,盟科药业还有注射用MRX-4、MRX-8等多个产品,多项适应症正在开发中。

康替唑胺片放量较快,盟科药业的产品拓展也井然有序。在这一背景下,盟科药业为何要以20%的股权引入新投资方呢?“战略投

资者的进入并不会影响公司的主营业务。”盟科药业相关负责人回复称,公司在销售渠道及现金流管理上存有一定压力,引入战略投资者后或可实现赋能。

从销售渠道方面来看,盟科药业CFO李峙乐曾表示,在抗生素赛道,由于用药黏性较高,在短期内,盟科药业的产品要想替代现有的抗生素并非易事。不过一旦替代成功,由于抗生素产品销售周期很长,药物的市场价值反而会随着时间的推移越发明显。

盟科药业表示,公司自有团队覆盖终端医院的广度与深度仍较

为有限,产品难以短期内实现进一步爆发式的增长,需要通过外部赋能进一步提高商业化效率。”公司计划通过本次融资实现产业整合,引入具有较强销售能力的产业投资人作为公司控股股东,提高公司销售规模与商业化效率,尽早实现产品商业化利润。”前述负责人称,在院端,海鲸药业现有产品覆盖的科室与盟科药业的产品拟覆盖的科室重合度较高。

盟科药业在披露定增预案的同时,还与海鲸药业签订了战略合作协议,双方宣布将在产品商业化合作、生产协同、产品研发创

新互动、资本合作等领域开展战略合作。

盟科药业的此次定增价格为6.30元/股,不低于定价基准日前二十个交易日甲方股票交易均价的80%;定增后,海鲸药业在自发行结束之日起36个月内不得转让股份。一位不愿具名的行业分析人士认为,目前盟科药业的股价处于相对高位,该定增价格系盟科药业高位股价的八折且减持受限,是一份较为乐观的定增方案。受消息影响,截至9月23日收盘,盟科药业涨停报收9.71元/股。

江铃汽车战略性调整渠道资源

■本报记者 刘 钊

9月23日,江铃汽车股份有限公司(以下简称“江铃汽车”)正式发布公告,宣布两大重要战略举措:一是委托福特汽车销售服务(上海)有限公司,为其生产的福特品牌乘用车与福特品牌皮卡产品,在中国市场提供全面分销服务;二是与合作伙伴福特汽车公司(以下简称“福特”)共同向江铃福特汽车科技(上海)有限公司(以下简称“江铃福特(上海)”)增资,用于清偿该公司负债。

江铃汽车相关负责人对《证券日报》记者表示,此次战略调整,是江铃汽车与福特顺应市场趋势,推进品牌战略升级的关键一步,旨在通过优化渠道资源配置,提升运营效率,为消费者带来更优质的服务体验,同时进一步巩固双方在汽车市场的竞争力。

优化渠道资源配置

江铃汽车是集整车及零部件研发、制造、销售、服务于一体的中国汽车行业劲旅。1993年11月份,公司成功在深交所发行A股,并于1995年在中国第一个以ADRs发行B股方式引入外资战略合作伙伴。截至目前,福特持有江铃汽车32%股份。江铃汽车的福特品牌包括全顺系列产品、江铃福特MPV途睿

欧、福特联手江铃汽车推出的江铃福特领裕、江铃福特领睿、福特烈马以及福特游骑侠Ranger等。

“这次渠道整合,对江铃汽车来说,最大的好处就是能在短时间内实现渠道的快速扩展,从现有的100多家直接增加到300家以上。”上述江铃汽车负责人说。据了解,此次渠道整合主要针对乘用车领域,江铃福特原有的乘用车渠道与长安福特的乘用车渠道将实现整合,整合后的渠道将由福特全资子公司福特汽车销售服务(上海)有限公司统一管理。

整合后的渠道并非简单叠加,而是将实现资源互补、优势互补。未来,该渠道将同时销售江铃福特生产的福特品牌乘用车与皮卡、长安福特生产的车辆以及福特从海外进口的皮卡。对于消费者而言,将不再需要区分车辆来自江铃福特还是长安福特,只需聚焦福特品牌本身,从而获得更加统一、便捷的购车体验。“从福特品牌的角度进行统一管理后,消费者不会再纠结这是江铃福特还是长安福特的产品,大家看到的就是福特。”上述江铃汽车负责人补充道。

在渠道管理模式上,江铃汽车委托福特上海销售公司在中国市场为其生产的国产福特品牌乘用车、皮卡,及相关零部件、售后衍生产品(如精品、保养套餐、延保服务等)提供全面分销服务,包

括营销、销售、售后服务及经销商网络的建立、管理与调整。不过,这并不意味着江铃汽车失去了话语权。上述江铃汽车负责人强调:“江铃汽车并非当甩手掌柜。在车辆定价、营销预算等核心环节,仍需江铃作为主机厂进行批准。而且,我们会对营销公司设定销售目标考核,要求其承接董事会制定的销量、利润等目标,不存在话语权降低的问题。”

对于经销商而言,此次整合也将带来新的发展机遇。整合后,所有经销商都将获得更广泛的产品授权,江铃福特的经销商可销售长安福特的产品,长安福特的经销商也能销售江铃福特的产品。在门店形象方面,未来将逐步向现有的江铃福特“福特纵横”模式升级,打造统一的品牌形象和服务标准。据了解,目前整合工作已经启动,预计在10月份正式启动,后续门店形象升级会有一个循序渐进的过程。

此外,江铃汽车与福特拟共同向江铃福特(上海)增资24.78亿元。其中,江铃汽车以债转股方式出资12.64亿元,福特以现金出资12.14亿元,资金将全部用于清偿江铃福特(上海)的现有负债。截至6月30日,江铃福特(上海)总资产为8.75亿元,总负债达22.96亿元,其中对江铃汽车的债务为14.7亿元,增资完成后,江铃福特(上海)的注

册资本将从2亿元增至26.78亿元,江铃汽车仍持有其51%的股权,福特持股49%,股权结构保持不变。针对市场关注的江铃福特(上海)去向问题,江铃汽车称,公司与福特共同对该公司增资,用于清偿其负债,待债务处理完毕后,将对其进行清算。

聚焦新能源与智能化

1995年,福特收购江铃汽车32%的股份,开启了双方的合作篇章。1997年,江铃福特全顺问世,成为商用车领域的标杆产品;2021年,双方成立新合资公司,重点布局SUV和皮卡市场,推出了撼路者、游骑侠Ranger等深受消费者喜爱的车型。此次渠道整合与战略升级,无疑将成为双方合作的又一个重要里程碑。

在中国欧洲经济技术合作协会智能网联汽车分会秘书长林林看来,本次渠道整合的背后,是江铃汽车与福特对未来汽车市场趋势的精准判断和战略布局。他对《证券日报》记者表示,随着新能源与智能化技术的飞速发展,汽车行业正迎来前所未有的变革,江铃汽车也在积极加快转型步伐。

据悉,江铃福特在成都车展上刚刚发布的智趣烈马,便是其向智能化、电动化转型的首款落地产品。这款产品不仅融入了最新的

智能网联技术,还搭载了先进的电动化动力系统,旨在为消费者带来更具科技感和驾驶乐趣的出行体验。

除了已发布的智趣烈马,江铃福特还有更多新能源与智能化产品处于规划和研发阶段。例如在技术合作方面,福特将持续为江铃汽车提供发动机等核心技术支持,江铃汽车则负责进行本土化落地,双方将继续深化技术协同,为新产品研发和迭代提供有力保障。

在业务布局上,江铃汽车将继续巩固轻型商用车领域的核心竞争力,同时借助渠道整合的优势,扩大乘用车销售规模。在出口业务方面,江铃汽车将保持自主运营,新成立的福特汽车销售服务(上海)有限公司仅负责中国市场的营销服务,不涉及海外出口。“海外出口业务对我们来说非常重要,未来会继续加大投入,推动出口业务实现更大幅度的增长。”上述江铃汽车负责人表示。

“未来将与福特持续深化合作,在产品创新、技术研发、市场布局等方面加大投入,加速全系产品电动化进程和智能化布局,为中国乃至全球消费者带来更多高品质、创新性的汽车产品和服务,同时为客户、投资者和社会创造长期共赢的价值。”上述江铃汽车负责人如是说。

浙版传媒:积极培育新的增长极

■本报记者 郭霁霞 见习记者 王 楠

9月23日,浙江出版传媒股份有限公司(以下简称“浙版传媒”)举行2025年半年度业绩说明会。浙版传媒高管就业务发展、业绩以及公司未来发展等投资者关心的问题了解释说明。

半年报显示,2025年上半年,浙版传媒实现营业收入50.93亿元,同比下降2.66%;实现归属于上市公司股东的净利润6.76亿元,同比增长33.50%。

对于营收与净利润走势出现分化,浙版传媒副总经理、董事会秘书李伟毅告诉《证券日报》记者:“营收变动主要受到整体图书零售市场增长乏力影响,线上图书销售收入同比减少。尽管线上销售规模有所回落,但浙版传媒教材教辅业务基本盘仍然稳中有增,利润总额和归母净利润较同期均有所上涨,显示出较强的经营韧性和稳健性。”

浙版传媒董事、总经理张建江向《证券日报》记者表示,2025年上半年,公司净利润增长主要得益于文化企业所得税政策恢复带来的25%税负优化。此外,公司通过夯实出版主业、优化发行服务体系等举措,实现了经营效能提升。

作为国内大型出版传媒企业,浙版传媒的主营业务涵盖图书、期刊、音像制品和电子出版物等出版物的出版、发行、印刷等环节。上半年,浙版传媒在出版板块持续深化“第一选题”出版工作机制,建立重点项目库,实施动态跟踪管理,着力提升选题策划质量和产品竞争力。

在发行环节,浙版传媒着力完善线上线下双循环体系,在线下拓展多元文化空间,在线上打造新媒体传播生态链,并通过强化渠道建设和物流保障,推动图书发行向综合文化服务转型;同时,加快数字融合步伐,在关键技术研发、数据资源整合、应用场景创新及产业生态构建等方面持续推进融合。

在业绩说明会上,浙版传媒董事长程为民介绍了公司在数字化转型方面的进展。他表示,2025年上半年,公司在数字化方面重点聚焦三大领域:一是构建出版行业大模型,与讯飞智元合作开发编辑协同、智能审校等场景,提升内容生产质效;二是深化“智版大脑”中台建设,实现编印发产业链数据贯通;三是探索AI+教育融合应用,以课后服务等场景为切入点,促进形成教育数字化服务体系。

同时,浙版传媒在出版品质和生态建设方面也持续推进。该公司旗下的浙江科学技术出版社有限公司新增电子出版物和音像出版物出版资质,促进跨界融合,在精品出版领域拓展更多内容形态与分发渠道。浙版传媒还持续开展浙江数字出版基金投资,积极布局“文化+科技”优质标的。通过数字内容生产方式革新、知识架构优化和营销模式升级,浙版传媒正加快形成技术驱动、数据赋能、生态协同的出版融合新格局。

展望未来,程为民对《证券日报》记者表示,未来公司将围绕“编、印、发、供”产业链及“书、店、数、链、人”五要素均衡发展,坚持夯实主业、加快融合发展,并积极培育新的增长极。公司将聚焦出版主业,强化文化服务、深化全民阅读,推动数字赋能,持续提升企业核心竞争力,为股东创造长期价值。

中国证券监督管理委员会
行政处罚罚没款催告书

张士宝:

我会《行政处罚决定书》([2025]36号)决定对张士宝处以50万元罚款。该处罚决定书已送达生效,但你至今未按规定缴纳罚没款。

现依法向你公告送达行政处罚催告书,自公告之日起经过30日,即视为送达。请你自本催告书公告送达之日起10日内与我联系开具《缴款通知书》并缴清罚没款,将罚没款直接汇缴至国库,并将汇款凭证发送至证监会处罚委办公室邮箱备案。逾期不缴,我会将依照《行政强制法》的有关规定申请人民法院强制执行,并将申请执行的信息公开记入证券期货市场诚信档案。你对本催告书依法享有陈述权和申辩权。

联系邮箱:cfw_zhixing@csrc.gov.cn
2025年9月23日

中国证券监督管理委员会
行政处罚罚没款催告书

王博:

我会《行政处罚决定书》([2024]149号)决定对王博处以50万元罚款。该处罚决定书已送达生效,但你至今未按规定缴纳罚没款。

现依法向你公告送达行政处罚催告书,自公告之日起经过30日,即视为送达。请你自本催告书公告送达之日起10日内与我联系开具《缴款通知书》并缴清罚没款,将罚没款直接汇缴至国库,并将汇款凭证发送至证监会处罚委办公室邮箱备案。逾期不缴,我会将依照《行政强制法》的有关规定申请人民法院强制执行,并将申请执行的信息公开记入证券期货市场诚信档案。你对本催告书依法享有陈述权和申辩权。

联系邮箱:cfw_zhixing@csrc.gov.cn
2025年9月23日