

公司零距离·新经济新动能

长春高新：“三驾马车”驱动发展

■本报记者 马宇薇

在国内生物医药产业向创新化、多元化升级的浪潮中，长春高新技术产业(集团)股份有限公司(以下简称“长春高新”)凭借对细分赛道的精准把控，勾勒出生长激素、多元商业化创新产品、新药“出海”授权“三驾马车”并驾齐驱的全新格局。

今年9月份，长春高新旗下核心子公司长春金赛药业有限责任公司(以下简称“金赛药业”)与丹麦ALK-Abell6A/S公司(以下简称“ALK”)达成变异原特异性免疫治疗(AIT,俗称脱敏治疗)产品合作,将在中国联合开发并商业化ALK的屋尘螨(HDM)变异原特异性免疫治疗产品,并获得ALK自主开发的3款产品在中国大陆范围内的独家代理权益。

“脱敏,是我们全力进军免疫与呼吸领域的关键一步,是公司未来重要的业务增长点。未来,金赛药业力争跻身中国呼吸领域第一梯队。”长春高新总经理,金赛药业创始人、总经理、首席科学家金磊对《证券日报》记者表示。

在竞争激烈的生物医药领域,如何通过研发创新实现攻势突破、通过多元化与资本运作稳固防线、通过国际化布局实现护城河延展,是长春高新面临的三道命题。近日,《证券日报》记者走进长春高新,探寻公司攻与守的博弈之道。

创新为本 筑牢发展基石

创新研发是企业生存与发展的生命线。长春高新以金赛药业为核心载体,深耕创新基因工程制药赛道,围绕生长激素构建技术壁垒,同时拓展高潜力创新药管线。

“自成立以来,长春高新就把‘创新’定位为发展的先手棋。既要做好本业研发投入,也要通过产业投资与孵化加快创新成果的商业化速度。”长春高新董事长姜云涛对《证券日报》记者表示。

早年间,欧美药企凭借成熟的技术体系垄断高端市场,在生长激素领域占据绝对优势;亚非等新兴市场虽需求潜力大,但受限颇多。国内患者长期面临用药成本高、供应不稳定的困境。

1998年,金赛药业研制出中国第一支注射用人生长激素(赛增®粉针剂),首次打破国外垄断。

此后,金赛药业以技术攻关破局,聚焦蛋白质修饰、缓释技术等核心环节持续深耕,构建起“粉针剂—水针剂—长效水针剂”三代产品矩阵,成为全球少数拥有完整生长激素产品梯队的企业,其中粉针剂及水针剂相关适应症目前已覆盖内源性生长激素缺乏症、Noonan综合征等12项。

2005年,重组人生长激素注射液(赛增®水针剂)上市;2014年,全球首支聚乙二醇重组人生长激素注射液(金赛增®长效水针剂)推出;2024年底,金赛增®在生长激素缺乏症(GHD)基础上,新增ISS和特纳综合征(Turner)适应症,成为国内唯一获批三大核心适应症的长效生长激素产品。

“金赛药业有着极深的创新基因。创新研发的‘攻’不是孤立的实验室行为,而是结合产业化能力,将生产



图①菌种员工使用-70℃超低温冰箱进行大肠杆菌工作菌种的入库操作
图②纯化员工正在对管罐系统、层析系统进行生产前设备检查、设备状态确认

基地建设、GMP产线完善与法规合规体系同步推进,确保研发成果有‘上量’路径。”金磊表示。

今年上半年,长春高新研发投入同比增长17.32%,达13.35亿元,研发投入占当期营业收入的比例提升至20.21%,其中相当比例投向创新药研发管线。

在业内看来,从技术平台到临床转化,长春高新对创新的投入,并非局限于单一产品迭代,而是围绕生长激素及基因工程制药,构建“研发—生产—临床—商业化”全链条创新体系。

多元布局 探索第二增长曲线

不过,从2024年开始,长春新高的发展节奏逐步放缓,公司面临考验。

从外部环境看,市场竞争加剧,多家国内企业陆续推出短效、长效生长激素产品,多家国际药企也加速在华布局,长效赛道的竞争从“一家独大”转向“群雄逐鹿”。从内部业务结构看,此前长春高新以生长激素业务为核心,金赛药业更被称为其“业绩奶牛”,单一产品依赖度过高,成为企业必须推进多元化转型的核心动因之一。

以守固基,以攻拓界。不同于被动承压,长春高新选择主动求变。基于行业变革趋势与自身发展痛点,长春高新从“单一爆品”向“多元化创新”转型,以长期主义破局短期增长困境。

“守”不是保守,而是建立稳健的抗风险能力。”姜云涛表示。

风险方面,金赛药业以核心业务构建“早期筛查—监测—干预—治疗”全流程服务体系,巩固优势;女性健康领域,以辅助生殖产品为基础拓展至妇科高发疾病,打造“药械为主、消费品为辅”的全生命周期方案;肿瘤领域,引进美适亚®醋酸甲地孕酮口服混悬液切入癌性厌食—恶病质领域,该

产品是国内目前唯一纳米晶体甲地孕酮,较普通剂型疗效更强、起效更快,满足临床需求。

此外,长春高新子公司长春百克生物科技股份公司立足差异化优势,逐渐形成多层次的研发管线及丰富的项目储备,已获得临床试验批准或正处于临床阶段的品种涵盖儿童疫苗、成人疫苗及全人源单抗隆抗体。长春高新另一子公司华康药业主要产品泌炎灵片正在进行增加适应症的二次开发工作。今年7月份,长春高新多元化布局再落一子。金赛药业申报的注射用伏欣奇拜单抗(商品名称:金葆欣)已批准上市,这是国内首个IL-1β单抗,填补了我国痛风领域长效抗炎精准靶向的治疗空白。

在外界看来,长春高新这一系列多元化动作,本质上是一场“短期投入”与“长期回报”的战略平衡。“短期内必然会面临研发投入大、新业务贡献有限等问题。”长春高新董秘李洪涛向《证券日报》记者坦言,“不过这是我们以短期阵痛换长期增长韧性的主动选择。通过阶段性的资源倾斜,夯实技术壁垒与业务底盘,为未来从‘单一产品驱动’向‘多引擎增长’转型奠定基础,这种平衡逻辑也契合医药行业研发周期长、回报滞后、壁垒高的产业特性。”

除了产品销售,长春高新还在尝试国际化的多元路径,计划向新兴市场输出成熟技术。同时,License-out(对外授权)模式成为公司加速创新药国际化的重要抓手。

“未来,我们将更主动地与像ALK这样拥有同领域顶尖产品的企业合作,在‘引进来’优质产品满足中国患者临床需求的同时,推动自研创新管线‘走出去’,聚焦全球范围内的创新药授权合作,实现临床价值验证与全球商业转化的乘数效应。”金磊表示。

对于长春高新而言,国际化不是“选择题”,而是“必答题”。但长春高新不是简单地“把产品卖到国外”,而是要成为具备全球竞争力的生物医药企业。随着公司宣布拟发行H股并在香港上市,其国际化进程有望再提速。

长春高新的进阶之路,是攻守之道的生动实践——以技术壁垒“守”住本土市场优势,以前瞻创新与多维布局“攻”占全球竞争高地。在生物医药行业的变革浪潮中,这家扎根东北的药企通过多维发力,正着力构建具有全球竞争力的生物医药生态。

“早期我们的核心目标是先筑牢国内技术壁垒,只有产品实力过硬,后续走向国际才有底气。”姜云涛表示,“探索阶段,海外收入占比不足1%,尚未形成规模效应,但已为后续战略制定积累了关键的市场认知与资源储备。”

深度科技研究院院长张孝荣对《证券日报》记者表示,股权激励已成为上市公司治理现代化的标准配置。A股上市公司正在通过多元化、差异化的激励方式,构建人才与资本的新连接方式。“对上市公司而言,通过股权激励,既能吸引核心团队、驱动业绩长期增长,又能向市场传递信心、提升估值,推动企业从融资扩张转向价值创造。其本质是通过利益深度绑定,实现共赢格局。”张孝荣说。

股权激励计划不仅受到上市公司的重视,也成为投资者关注的热点话题。

在投资者互动平台上,投资者积极就相关问题发问,关注的焦点包括:公司是否有股权激励计划、计划何时推出、激励对象范围及考核标准等。

公司供图

2019年,基于对全球生物医药产业“创新资源全球化配置”趋势的响应,以及自身资源禀赋的务实选择,长春高新正式确立“搭建创新合作平台”的国际化核心战略,敲定“研发销售两头在外、生产落户长春”的产研战术安排。

“我们的合作不是简单的技术引进,而是通过资源互补,共同开发符合全球市场需求的产品,为后续国际化销售铺路。”金磊表示。

截至目前,长春高新已有部分产品获得FDA临床试验批件。“后续我们计划结合国内在研管线,优先筛选更具创新性的产品推进欧美市场,比如针对肿瘤、自身免疫性疾病的创新药,通过差异化竞争突破准入壁垒。”李洪涛说。

除了产品销售,长春高新还在尝试国际化的多元路径,计划向新兴市场输出成熟技术。同时,License-out(对外授权)模式成为公司加速创新药国际化的重要抓手。

“未来,我们将更主动地与像ALK这样拥有同领域顶尖产品的企业合作,在‘引进来’优质产品满足中国患者临床需求的同时,推动自研创新管线‘走出去’,聚焦全球范围内的创新药授权合作,实现临床价值验证与全球商业转化的乘数效应。”金磊表示。

对于长春高新而言,国际化不是“选择题”,而是“必答题”。但长春高新不是简单地“把产品卖到国外”,而是要成为具备全球竞争力的生物医药企业。随着公司宣布拟发行H股并在香港上市,其国际化进程有望再提速。

长春高新的进阶之路,是攻守之道的生动实践——以技术壁垒“守”住本土市场优势,以前瞻创新与多维布局“攻”占全球竞争高地。在生物医药行业的变革浪潮中,这家扎根东北的药企通过多维发力,正着力构建具有全球竞争力的生物医药生态。

“早期我们的核心目标是先筑牢国内技术壁垒,只有产品实力过硬,后续走向国际才有底气。”姜云涛表示,“探索阶段,海外收入占比不足1%,尚未形成规模效应,但已为后续战略制定积累了关键的市场认知与资源储备。”

上市公司掘金“票根经济”

■本报记者 丁蓉

“看完比赛的票根先别丢”——这成为不少消费者的新习惯。凭赛事票根享受当地景区优惠、演唱会门票能享受餐饮折扣、机票票根兑换消费代金券……小小票根正成为连接商旅文体等各消费场景的钥匙。

中国城市专家智库委员会常务副秘书长林平在接受《证券日报》记者采访时表示:“今年以来,‘票根经济’在全国各地迅速兴起,其打通了城市消费场景,创造了消费新模式。这种模式的魅力在于构建多方共赢的消费生态,不仅为商家带来了客流和销售额的双重提升,还增强了消费者的满意度和城市经济活力。一批上市公司敏锐捕捉到这一趋势,积极掘金‘票根经济’新蓝海。”

“票根经济”兴起

近日,五月天演唱会在长沙唱响。长沙市商务局整合商业资源,组织餐饮、住宿、零售、文旅等多领域知名商家参与,形成覆盖“吃住行游购娱”的全方位优惠网络。一张五月天演唱会门票,不仅通往音乐盛宴,更成为畅享长沙美食、住宿、购物和娱乐的“通行证”。

今年7月份,在第34届北京国际燕京啤酒文化节活动中,北京市顺义区同步推出“票根经济”优惠活动。参与此次“票根经济”优惠活动的商户达到200余家,覆盖餐饮、住宿、体育、景点、影院、零售等品类,票根优惠力度最大可达5折。

“票根经济,是指消费者凭借出行、文体、文旅等活动的票务凭证,在后续消费场景中将其转化为折扣、积分或兑换券等权益,实现‘一票多用’。这种模式以票根为纽带,串联起原本孤立的消费链条,推动消费从‘单次购买’向‘链式体验’延伸,进而有效刺激二次乃至多次消费。”苏

商银行特约研究员高政扬在接受《证券日报》记者采访时表示。

为迎接即将到来的“十一”黄金周消费旺季,多地积极布局发力“票根经济”。例如,宁夏“乐购银川,悦享金凤”活动以“票根经济”打破消费场景壁垒,市民凭“十一”国际车展门票可在新百CCpark、阅彩城、金凤万达广场等六大商圈享专属礼遇,外地游客凭机票、火车票能享8.8折消费特权,而演唱会、马拉松等活动票根更可兑换景区门票优惠、酒庄品鉴资格等761家商户福利。

上市公司积极试水

随着“票根经济”升温,一批上市公司积极捕捉商机,从文旅企业到消费企业,从服装企业到科技公司,纷纷结合自身优势掘金“票根经济”。

正在火热进行中的“苏超”,不断释放消费活力,深耕户外运动产业的上市公司北京三夫户外用品股份有限公司,运用丰富的品牌运营经验,抢占一波“票根经济”市场机遇。该公司相关负责人表示,在投资者互动平台上表示:“公司本次虽然没有赞助‘苏超’比赛,但是持有‘苏超’比赛票根的消费者,可以到宿迁三夫仓店享受购物优惠。”

零售行业上市公司上海新世界股份有限公司则在延续传统节假日营销优势的同时,不断尝试“主题营销”策略,积极探索“票根经济”。该公司相关负责人表示,公司推出“名表节”“美妆节”“箱包节”等活动,还依托“城市微度假”概念,推出“游玩+消费+住宿”的套票,以“票根经济”串联文旅、策展等跨行业资源,着力构建多元文旅消费生态。

高政扬表示:“‘票根经济’的快速发展,离不开政府与企业的协同发力。下一步,要让‘票根经济’持续释放发展动能,还需从服务机制创新、文化价值挖掘等多个维度协同发力。”

国庆档新片预售票房已突破7000万元

■本报记者 李豪悦

灯塔专业版数据显示,截至9月28日(17时30分),“2025国庆档·新片票房榜”总票房(含点映及预售)已经突破7000万元。影片《震耳欲聋》以2066万元的预售票房领跑。《刺杀小说家2》和《志愿军:浴血和平》分别以1399万元和1258万元的预售票房位列第二和第三位。

灯塔专业版数据分析师陈晋对《证券日报》记者表示,今年国庆档影片在类型丰富度和整体品质上依然保持多元化趋势,奇幻、动作、战争、剧情、动画、历史、喜剧、犯罪等多种类型影片同台竞技,满足了不同年龄、不同偏好观众的需求。

拓普电影CEO程飞对《证券日报》记者表示,历史叙事题材的共鸣叠加国庆中秋连休带来的消费窗口延长,为档期票房基本盘提供支撑,预计档期总票房可达24亿元。

具体来看,目前共有11部新片定档今年国庆、中秋档期上映,从预售票房表现看,《震耳欲聋》《刺杀小说家2》《志愿军:浴血和平》将会角逐档期票房冠军。其中,《震耳欲聋》主要出品公司达到8家,包括中

国电影产业集团股份有限公司(以下简称“中国电影”)、天津猫眼微影文化传媒有限公司(以下简称“猫眼娱乐”)、横店影视股份有限公司等3家上市公司;《刺杀小说家2》主要出品公司有5家,包括3家上市公司,分别为浙江华策影视股份有限公司、《刺杀小说家2》和《志愿军:浴血和平》)主要出品公司有5家,包括中国电影、博纳影业集团股份有限公司(以下简称“博纳影业”)。

陈晋认为,续集化、系列化、IP化成为今年档期主流。“《志愿军:浴血和平》是系列三部曲的收官之作,前两部均在国庆档上映,累计观影人次接近5000万,观众基础雄厚;《刺杀小说家2》是商业类型片成功后的续作,类型特征鲜明。电影IP的系列化,体现了中国电影产业正朝着更加成熟化和工业化的方向发展。”

程飞介绍,当前市场处于内容供给主导票源弹性的阶段,若无现象级作品撬动,档期票房将更多依赖基础观影需求的自然释放。预测日均大盘呈现稳态趋势,日均票房预计在3亿元水平,与去年同期日均表现基本持平。

交通银行平顶山分行助力神马股份 稳外贸并强化汇率中性理念

在国际贸易形势复杂多变、汇率波动加剧的背景下,交通银行平顶山分行积极响应国家稳外贸政策号召,近日向本地重点外贸企业神马股份提供了专业的汇率风险管理服务,助力企业增强应对汇率波动的能力,并引导其树立汇率风险中性理念,为外贸稳健发展提供支持。

作为平顶山外贸领域的标杆企业,神马股份在日常经营中面临一定的汇率波动影响。交通银行平顶山分行以国家稳外贸政策为指导,通过省行、分行联动,积极向企业传导汇率风险中性的财务管理理念。在深入了解企业实际经营和外汇风险敞口情况后,该行提供了有针对性的汇率风险管理服务,协助企业逐步建立更为科学、规范的外汇风险管理体系。

神马股份相关负责人表示,通过交通银行的专业服务,企业不仅提升了汇率波动下的成本控制能力,也更加深刻地认识到坚持汇率风险中性理念对于财务稳健的重要性,有助于企业聚焦主业经营,实现可持续发展,成为当前稳外贸背景下增强风险防控能力的有效工具。

未来,交通银行平顶山分行将继续贯彻落实稳外贸相关工作部署,持续推动金融产品与服务创新,不断完善企业汇率风险管理服务体系。同时,进一步强化汇率风险中性理念的宣传与引导,以此合作为示范,助力更多外贸企业提升综合抗风险能力,为支持地方实体经济高质量发展注入金融动能。

(CIS)

年内超1300家上市公司发布股权激励相关公告

■本报记者 张晓玉

A股上市公司正密集发布股权激励计划,进一步吸引人才、提升竞争力。根据东方财富Choice数据统计,今年以来,共有1311家上市公司发布了股权激励相关公告,而2024年全年这一数量仅为381家。其中,仅9月27日一天,就有北京铜官盈新文化旅游发展股份有限公司、秦川机床工具集团股份有限公司等33家上市公司发布股权激励相关公告。

从行业分布来看,实施股权激励的上市公司主要集中在科技成长板块。机械设备、电子、医药生物、计算机、电力设备等行业表现突出。

众和昆仑(北京)资产管理有限公司董事长柏文喜在接受《证券日报》记者采访时表示,这些行业普遍具有技术

密集、研发投入高、人才竞争激烈的特点,而股权激励作为一种能够有效激发核心员工创新动力与工作积极性的工具,恰好契合了行业发展的需求。以电子行业为例,技术迭代速度快,核心研发人员的流失可能对企业技术优势造成重大影响,通过股权激励将员工利益与公司股价、业绩深度绑定,能够有效降低人才流失风险,保障企业技术创新的持续性。

记者梳理近几年股权激励公告发现,上市公司股权激励方案设计正呈现出考核指标精细化、时间维度多样化、激励对象分化等特征。

具体来看,早期方案多采用单一营业收入或净利润作为考核指标,现在则呈现出精细化的特点。以烟台中宠食品股份有限公司为例,公司按业务地域设置了境内、境外两类分别考核营收与

利润,使激励更加精准有效。

深度科技研究院院长张孝荣对《证券日报》记者表示,股权激励已成为上市公司治理现代化的标准配置。A股上市公司正在通过多元化、差异化的激励方式,构建人才与资本的新连接方式。

“对上市公司而言,通过股权激励,既能吸引核心团队、驱动业绩长期增长,又能向市场传递信心、提升估值,推动企业从融资扩张转向价值创造。其本质是通过利益深度绑定,实现共赢格局。”张孝荣说。

股权激励计划不仅受到上市公司的重视,也成为投资者关注的热点话题。

在投资者互动平台上,投资者积极就相关问题发问,关注的焦点包括:公司是否有股权激励计划、计划何时推出、激励对象范围及考核标准等。