

## 走民企说创新

## 小方制药：小药品里做“道场” 老单品拓出新生意

■本报记者 金婉霞

在A股市场，上海小方制药股份有限公司（以下简称“小方制药”）的经营呈现出独特的稳健性。财报显示，截至2025年9月30日，该公司没有银行借款或其他有息负债，同时，2025年前三季度实现归母净利润1.70亿元，净利率高达42.77%。此外，经营活动现金流量净额达1.34亿元，这意味着该公司的净利润几乎都体现了真金白银的流入。

无负债、高净利、强现金流，这样的财务指标让很多投资者啧啧称奇。支撑这份业绩的核心产品，是一款家喻户晓的非处方药：信龙牌开塞露。小方制药董事长方之光表示，截至目前，该款产品的十年累计销量已超数十亿支，撑起了公司营收的半壁江山。

日前，《证券日报》记者实地走访了小方制药，以期探寻该公司如何在一支小小的开塞露上“做道场”，把看似不起眼的“老单品”做出“新生意”，并拓展出新增长路径的财富密码。

## 专注老单品 筑牢护城河

在紧邻上海证券交易所的一座老楼里，记者找到了小方制药总部，在约1200平方米的老式开放式办公区内，墙上电子屏跳动着美团买药、叮当快药、京东健康等平台的实时数据，为这家传统药企增添了几分互联网气质。

说起开塞露，很多人不会感到陌生。这款由甘油和纯化水组成的非处方药，是用于缓解便秘的“经典”外用剂。参考行业专业平台内网信息，2020年至2022年，由小方制药生产的信龙牌开塞露，市场占有率分别达17.57%、16.06%、16.42%，位居国内行业前列。

“开塞露的产品配方确实简单，但越简单，越考验基本功。”小方制药董事长方之光在接受采访时说。原来，上世纪90年代初，方之光来到上海创业，在考察市场时他注意到了由原上海运佳黄浦制药有限公司生产的信龙牌开塞露。他判断，这是一款具备长期需求基础的产品：外用剂型安全边界清晰，便秘人群基数庞大且具有持续性需求。随后，他完成了对该公司的控股并在2021年将该公司更名为小方制药。

对于药品企业来说，品质和品牌是核心“护城河”，也是企业长久发展的根基。接手企业后，方之光做的第一件事就是改造生产线。“当时，国内医药行业的生产标准还相对落后，很多药企还在沿用传统生产线，产品质量参差不齐。我坚信，只有品质过硬，才能让品牌站稳脚跟。”方之光表示。为了打造符合GMP（良好生产规范）标准的生产线，2000年初，小方制药投入了2000多万元，引进先进生产设备、组建专业技术团队，耗时两年完成GMP生产线的建设与调试，成为国内较早符合GMP标准的制药企业之一。

如今，小方制药已构建起从原料溯源到成品放行的全链路质量管理体系。以开塞露为例，该公司对核心原料甘油的纯度、浓度要求，均超出药典标准，同时，由该公司自主研发的瓶体自动翻转灌装装置已实现全自动化。



图①小方制药新生产基地外景  
图②小方制药的新版产品包装图  
图③小方制药的产品陈列图

企业供图  
金婉霞/摄  
企业供图

面对近年来原材料、人力等成本上涨的压力，该公司通过规模化与自动化生产摊薄固定成本，并与上游建立了长期战略合作优化采购成本，持续改进工艺技术降低能耗。

这份坚守让小方制药的开塞露产品始终保持高竞争力，也赢得了市场的广泛认可。方之光表示，该公司的开塞露产品累计销量已达数十亿支，不仅撑起了公司营收的半壁江山，近年来的市场占有率也持续稳定在16%以上。

## 推动微创新 贴合新需求

炉甘石洗剂是一款主要由炉甘石、氧化锌、甘油和水配制而成的混悬型溶液剂，具有消炎、散热、止痒等功效；氧化锌软膏则具备良好的收敛、保护、干燥和轻微杀菌作用；碘甘油的主要成分为碘、碘化钾和甘油，是口腔科常用的外用消毒防腐药……经过三十余年的发展，如今的小方制药以“信龙”品牌为核心，构建了覆盖消化类、皮肤科、五官科的外用药产品体系，拥有药品批文63个，其中有10余款产品多年取得同类产品占有率第一的好成绩。

此外，在小方制药的研发产品线中，还有多个热门外用剂型，包括治疗干眼症的聚乙烯醇滴眼液、抗菌外用药物莫匹罗星软膏、治疗痤疮药物阿达帕林凝胶以及用于脱发治疗的复方侧柏酮。

总体来看，药品成分简单、治疗功效明确、聚焦外用剂和轻量型疾病是小方制药产品的一大特点。对此，方之光向记者表示，公司定位于“国民小药”，即专注于家庭常备外用剂，做好普通人用得着、用得上的有效药，提高消费者的健康生活品质。

同时，也有消费者注意到，老品牌“信龙”正在悄然改变：开塞露出现了

W型的新包装，其内包装采用风琴形状设计，还多了克林因蓝、爱马仕橙等潮流新彩；氧化锌软膏新推出了专门用于应对婴幼儿“红屁屁”问题的信龙红臀膏；甘油醇溶液则配备了喷头包装，方便消费者随处取用，考虑到差旅携带需求，装量特地被设置成可登机携带的70毫升款……此外，包括口腔溃疡、湿疹、便秘、足跟干裂、烫伤等200个常见家庭生活健康需求，都被打包进了小方制药的新产品开发计划之中。对此，方之光表示，小方制药要在核心价值不变的基础上，让产品更贴合用户需求，“小方制药将聚焦‘老药新用’与剂型优化、用户体验驱动的集成创新这两大研发方向，让‘国民小药’更好用、更贴心、更安全。”

在走访过程中，该公司市场总监周琼燕向记者展示了“小方药箱”。“药箱里装的都是小方制药围绕家庭常备外用剂所布局的产品。公司持续洞察消费者的微需求，对产品包装、使用方式进行了大量的微创新，以此优化使用体验，来满足消费者对于健康品质的追求。”周琼燕表示，从药品到药箱，是公司思路的转变。此外，公司正在打磨IP，并通过IP讲健康科普等形式，为消费者提供从产品到健康需求解决方案的升级。未来公司还将向消费者提供用药咨询、家庭药箱管理指南、季节性疾病预防贴士等增值服务。

## 拥抱新渠道 把小事做好

对于偏向消费端的企业来说，渠道是另一条重要的护城河。

据方之光介绍，早期的信龙牌产品线能在全市场拥有知名度，与其渠道建设关系密切。“2000年初，小方制药就开始从上海走向全国。”方之光表示，彼时为了开拓市场，公司的销售人员需要提前预订好绿皮火车的铺位，把产品一批批运向全国各地，再用

三轮车、老式板车等运到店里。

时光流转，互联网O2O（即时零售）的出现又让方之光嗅到了新商机。“居民健康消费习惯向便捷化、场景化、即时性转变，医药O2O从补充渠道升级为主流消费方式，小方制药的定位为家庭常备外用OTC药品，与即时零售场景高度契合。”方之光分析道。

很快，小方制药便建立了天猫旗舰店并与阿里健康大药房、京东健康大药房等开展了直供合作。与此同时，该公司利用品牌产品在线上渠道的优势，与美团、饿了么等平台开展工业品牌投放合作，并赋能线下连锁药店，促进销售转化。“开塞露成了带动公司线上生意的‘流量入口’，高曝光量也为公司其他产品带来了关联销售的机会。”方之光解释称，小方制药会在开塞露的产品页面，根据场景推荐公司的其他产品，如炉甘石洗剂或甘油醇溶液，实现搭配组合销售。

在供应链端，为适应O2O新模式，小方制药正通过数字化系统对渠道库存进行监测，结合平台销售数据进行动态备货，减少断货情况的发生。方之光表示，未来公司将进一步推进供应链数字化与数据协同，提高响应效率。药企应积极与平台共建数据系统，实现需求、库存、履约的实时联动，提升供应链效率；同时，要推动药店从“单一毛利导向”模型向“流量+毛利”平衡模型转变，实现药企、平台、药店的三方共赢。此外，AI和大数据也会为药品新零售带来很多有趣的新打法，让传统的“国民小药”在数字零售中焕发更长久光彩。

采访最后，方之光表示，专注外用剂是小方制药的长期战略。未来公司将在“未病护理”和“愈后管理”等细分场景持续布局，让家庭常备药更加系统化、场景化。“同时，公司不会去追求多赛道发展，我们相信把一件小事做好，也能成就一家上市公司。”

## 小鹏汽车第二代VLA本月开启推送

■本报记者 刘钊

3月2日，小鹏汽车在广州举办第二代VLA媒体体验日，并发布第二代VLA（视觉语言动作模型）将于本月正式面向用户开启推送。作为该公司面向完全自动驾驶目标打造的物理世界大模型，第二代VLA试图在技术范式上完成一次“重构”，在汽车行业从L2向更高级智能驾驶过渡的关键节点，给出属于中国车企的路径选择。

活动现场，2026款小鹏X9纯电版同步上市，形成“一车双能”的产品组合，为第二代VLA提供首批重要落地场景。围绕行业“L2如何进阶”的分歧，小鹏汽车董事长、CEO何小鹏在接受《证券日报》记者采访时表示，自动驾驶L2的下一个台阶就是L4，L4开始将出现新的责任主体。“专门加一个L3，在硬件、软件与法规层面都挑战更大，建议自动驾驶的路径一个是L2，另一个是L4。”

## 重构技术路径

当前，多数车企仍在L2级别智能驾驶上做“加法”，通过软件迭代和局部优化延展功能边界。在何小鹏看来，随着技术和产业发展，自动驾驶在责任界定和能力实现上正在形成新的分水岭，从实际效果看，L2之后更合理的阶段是L4，再在中间叠加一个独立的L3等级，反而可能在硬件、软件和法规层面同时增加复杂性和不确定性。

在这一判断之上，小鹏汽车选择用第二代VLA“推倒重来”。与传统“感知—决策—控制”分步结构不同，第二代VLA开创性地去掉了国内的语音和规则翻译环节，由原生多模态大模型直接处理环境信息、生成驾驶决策，从一开始就以L4为目标进行架构设计，而不是在L2基础上做延伸。

在模型层面，第二代VLA被定位为原生多模态物理世界大模型，可实时融合视觉、语音、文本等多种信息形态，面向自动驾驶、Robotaxi、飞行汽车和人形机器人等多类具身智能终端进行统一建模；在数据层面，该模型已累计使用约50PB训练数据，其中，每版模型训练数据规模达到万亿级Tokens；在算力和系统层面，小鹏通过自研编译体系、芯片—编译器—模型联合优化，提高了模型编译效率和算力利用率，降低了推理时延。

小鹏汽车通用智能中心负责人刘先明对《证券日报》记者表示，自动驾驶的本质是人工智能解决问题的能力，L4能力能否做扎实，取决于模型、算力、数据和本体四

个维度是否形成“规模法则”的合力。如果只是在既有框架上叠加规则，很难解决成本高、泛化能力弱等问题，因此打造世界基座模型是所有L4企业的“必修课”，也是未来区分代际差的重要基础。

## 从“敢用”到“常用”

与早期偏“极客化”的智能驾驶不同，小鹏汽车在第二代VLA上强化了家庭用户，尤其是中年和老年群体的使用场景。何小鹏表示，几年前带母亲体验辅助驾驶时，对方更多是紧张和担心，而在近期再次体验第二代VLA后，才逐渐放下顾虑，愿意在日常出行中尝试使用。正是这一变化，让他把“让妈妈敢开、愿意开”视为这次能力升级的重要标尺。

在具体落地，第二代VLA强调“全程辅助驾驶”的体验目标，不仅要在高速和城市主干道运行，还要覆盖园区小路、乡村土路、地库通道等更贴近日常生活的路况；同时在政策允许范围内，推动从家到公司园区的全链路辅助，实现停车场一键起步、自动漫游找位等能力，减少驾驶人在狭窄空间的紧张感和操作负担。

这也与小鹏汽车对车型矩阵的规划相呼应。作为第二代VLA率先搭载的重要载体，2026款小鹏X9在空间、安全、续航和底盘舒适性方面进行了针对性优化，希望覆盖家庭用户对大七座车型的多场景需求，同时通过标配高阶智能驾驶和智能座舱，降低用户使用门槛，在“好开”之外，让用户“更敢用”“愿常用”。

据何小鹏透露，面向未来，第二代VLA不仅将继续在国内城市和高速场景中拓展应用，还计划通过全球路测、合规采集当地数据等方式，提升不同国家和地区的泛化能力，并与合作伙伴在海外开展Robotaxi和高阶智驾业务探索。根据小鹏汽车披露的时间表，搭载第二代VLA的Robotaxi已在部分区域开启公开道路测试，计划今年内启动试运营，并在2027年前后实现全球交付。

在业内看来，2026年有望成为全球自动驾驶加速落地的重要阶段。对于以第二代VLA为代表的新一代技术架构而言，如何在坚持安全底线的前提下，用持续迭代提升“安全感”，同时在更场景中让更多普通家庭用户形成使用习惯，将成为检验其价值的关键标尺。对小鹏汽车而言，第二代VLA既是技术路线的一次重构，也是其在智能汽车竞争中从“好用”走向“常用”的一场长期考验。

## 政策催化 低空经济相关企业抢占商用先机

■本报记者 金婉霞

近日，多地密集出台低空经济相关政策规划，明确场景发展方向，释放行业发展信号。其中，重庆市在《重庆市国民经济和社会发展规划第十五个五年规划纲要》新闻发布会上，明确提出发展具有重庆特色的“低空+”标杆应用场景；海南省发布《海南省推动“人工智能+”行动方案（2026—2028年）》，提出构建覆盖城乡与海岛的无人机物流网络，培育低空观光、VR航拍等新业态等。

从内容来看，这些政策不约而同地指向了一个核心，即场景落地。“低空经济自2024年首次被写入政府工作报告以来，经过两年的培育发展，目前已进入实质性落地阶段。”交控科技股份有限公司董事长郭春海向《证券日报》记者表示，低空领域政策创新与技术发展几乎同步推进，而政策完善程度直接决定行业发展进程。“低空经济产业的有序发展离不开适航证的支撑，而适航证的审批与管理又与相关政策紧密相关，政策的鼓励与放开，将极大推动产业端快速发展。”郭春海称。

具体到落地场景方面，郭春海认为，“低空经济”在二、三线城市及多山地、海岛等区域更具应用空间，其中低空物流在岛屿运输、山地物资转运等场景存在刚性需求。“低空经济的商业化落地大概率将遵循‘先载货、后载人’的路径。其中，高附加值产品如鲜花、海鲜的快速转运，海岛物流补给、城乡“最后一公里”配送等场景，有望率先实现规模化应用。”

对于市场关注度较高的城市通勤场景，相关企业则给出了更为理性的判断。上海峰飞航空科技有限公司（以下简称“峰飞航空”）品牌总监钟瑞花表示，狭义上的低空指1000米以下空域，受空域管理、航线规划、运营成本等多重因素制约，预计2026年城市通勤领域难以实现爆发式增长，而低空文旅场景有望在部分地区开展试点应用。“从2025年至今，公司明显感受到下游客户需求理性转变，更注重结合自身场景特色，聚焦常态化场景打造、运营维护及商业闭环的综合考量。”

政策催化之下，行业企业正加速布局，抢占商用先机。

比如，2月25日，峰飞航空与岳阳经济开发区和岳阳市城市运营投资集团有限公司、岳阳市中洲通用航空有限公司达成战略合作，依托当地“大江大湖”地理特色和文旅资源，打造覆盖水陆空物流、低空文旅、应急救援、空中交通的运营体系，其中低空文旅将打造“空中瞰岳阳、云端游江湖”沉浸式体验，低空物流则聚焦湖区生鲜、特色农产品点对点运输，提升配送效率与时效性。

2026年1月份，低空经济领域迎来了两笔重要签约。亿维特（南京）航空科技有限公司与江苏金融租赁股份有限公司签署战略合作协议及意向采购协议，采购总额达11.98亿元，涵盖长航时巡控机、载货eVTOL、载人eVTOL等产品；合肥览翼航空科技有限公司与安徽行知通用航空达成合作，后者将采购50架LE200载人eVTOL和10架LEU100物流无人机等产品。

## 江西铜业要约收购SolGold全部股份获批

■本报记者 曹琦

3月3日，江西铜业股份有限公司（以下简称“江西铜业”）发布公告称，公司通过全资子公司江西铜业（香港）投资有限公司（以下简称“江西铜业香港”）发起对英国伦敦证券交易所上市矿业公司索尔黄金SolGold plc（以下简称“SolGold”）全部股份的要约收购方案，已于当地时间3月2日经英国法院裁定正式批准，预计于当地时间3月4日正式生效。

“本次收购是公司推进国际化战略、保障核心资源长期稳定供应的重大举措。”江西铜业相关负责人表示。

江西铜业是中国铜行业龙头企业，产业规模与综合竞争力居全球铜企第一梯队。公告显示，江西铜业投资于2025年12月24日（伦敦时间）发出正式要约，以每股28便士现金收购SolGold

全部已发行及将发行股本（不含公司已持有的股份），对应整体估值达8.67亿英镑（约合人民币82亿元）。该方案已于2026年2月23日先后通过法院会议及SolGold股东大会表决，本次法院批准标志着交易完成最后一道法定审批程序。

SolGold成立于2006年，是一家注册于英国、总部位于澳大利亚珀斯的矿产勘探及开发企业，在伦敦证券交易所主板及多伦多证券交易所双重上市，核心业务聚焦铜金矿资源的勘探与开发，业务布局集中于南美等资源富集区域。作为专注于优质铜金资源的专业矿业公司，其核心价值载体为厄瓜多尔卡斯卡维尔（Cascabel）铜金矿项目，该公司持有该项目100%股权，此外还在厄瓜多尔等地拥有数十个不同阶段的勘探项目。

据了解，Cascabel铜金矿项目位于

厄瓜多尔北部因巴布拉省，地处全球铜矿资源最丰富的南美安第斯成矿带“黄金走廊”，被业界公认为全球最具潜力的未开发大型斑岩铜金矿床之一。

目前，该项目已完成预可行性研究，资源储量极为可观，其中探明、控制及推断资源量合计含铜1220万吨、黄金3050万盎司（约864.6吨）、白银10230万盎司（约2891.6吨），具备商业开发价值的证实及概略储量达铜320万吨、黄金940万盎司（约266.7吨）、白银2800万盎司（约79.4吨）。

值得关注的是，该项目铜矿平均品位达0.7%，显著高于全球0.5%的平均水平，开采经济性突出，且通过技术优化，前期资本支出大幅降低，现金成本处于行业优势区间，预计矿山设计寿命达28年，年均产铜量约11.4万吨、黄金33.6万盎司，具备成为南美前二十大铜金矿的潜力。

财务数据显示，截至2024年6月30日，SolGold总资产4.64亿美元，所有者权益2.55亿美元，受项目仍处于勘探开发阶段影响，目前尚未形成规模化营业收入，近年处于亏损状态，主要系勘探支出持续投入所致。此前，江西铜业已通过全资子公司持有SolGold约12.19%的股份，为其最大单一股东，此外必和必拓、纽蒙特等国际矿业巨头也均为其股东，充分体现了行业对其核心资源价值的认可。

作为被称为“新石油”的战略性矿产资源，铜是全球能源转型、数字经济及高端制造领域的刚需资源，其不可替代性日益凸显。同时，当前全球铜资源正面临供需两端挤压的多重瓶颈。

“从未来发展前景来看，铜资源的战略价值将持续提升，需求端将持续扩容，资源保障路径也将日益多元化。”福建华策品牌定位咨询创始人詹军豪表示。