

FOSUN TIMES

复星人

FOSUN 复星

全国企业报刊——特等奖

总第407期 本期20版 2022年5月31日

为 更 美 生 活 · T O W A R D S A B R I G H T E R L I F E

P05-06、11-12

全球化 生态 科创 FES
Globalization | Ecosystem |
Innovation | FES

P07-08

515特刊
515 Family Day

P09-10

复工复产
Resumption of
Work and Production

P16-19

抗疫
Fight against COVID-19

复星人数字报 | <http://www.cnepaper.com/fxr/>
内部资料 免费交流 www.fosun.com | 准印证号: (沪B) 0276

扫码收阅
复星人报手机版



[版权声明] 刊登的所有内容(包括但不限于文字、图片、图表、版面设计), 未经本报书面许可, 任何人不得转载、摘编成任何形式使用。违反上述声明, 本报将依法追究其法律责任。
[免责声明] 由复星国际发行, 意在提供复星国际及其直属、非直属子公司以及关联产业(包括但不限于复星国际及其子公司)(简称“复星”)的相关信息, 不构成复星的信息披露或投资推荐。



郭广昌： 致敬抗疫一线奋战的你们

各位援沪医疗队的复星同学们
战斗在一线的白衣天使们
全国各地奋战在疫情防控一线的
复星医护工作者们：

今天是国际护士节，在此我代表复星董事会向复星医疗的各位护士同学们致以节日的问候，你们辛苦了！

在过去近两个月的时间里，复星医疗的同学们全力投入上海抗疫主战场，无论是在方舱、集中隔离点，

还是核酸采样点，都活跃着复星人的身影。在此，我向所有奋战在抗疫一线的复星医护同学们表示衷心的感谢和慰问，同时也向荣获优秀护理管理者、优秀护理工作、最美抗疫天使的同学们表示祝贺！特别是4月30日，30名来自深圳、佛山和合肥的医护人员，48小时火速集结抵达北蔡，11天来，你们起早贪黑、克服

泛好评。

感谢大家在这场战役中“舍小家、顾大家”，用心守护上海这座城市，也感谢你们的家人在后方默默的支持，正是每一位护士身着大白、披坚执锐、每日坚持，才让我们对打赢这场大仗硬仗充满信心，你们坚强的背影，就是抗疫一线最美的风景。

希望大家做好防护，保护市民健康的同时保护好自己，期待你们的胜利凯旋，我为你们鼓掌举杯，欢迎铿锵玫瑰们回家！（2022年5月12日讲话）



汪群斌： 复星和复星人 永葆企业家精神

各位同学们，大家好！
对于各位未来发展的要求，我主要有以下几点建议：

第一点，复星自创立之初，始终遵循“修身、齐家、立业、助天下”的核心价值观，坚持做对的事，难的事和需要时间积累的事情，助天下是我们的初心。而复星“助天下”的愿景想要落地，不能只靠郭同学，只靠我或者晓亮或者启宇同学，而是要靠复星每一位同学的努力，尤其是在座的各位，未来都希望成为复星的全球合伙人，你们今天的深度很大程度上会决定复星未来的高度。所以，我希望不论是新同学还是老同学，都能够始终将“助天下”的利他思维牢记在心中，立业向善，创造更多社会价值。同时，我希望在座的每一位同学都能够培养和贯彻自己的“企业家精神”。FES系统中的E，即Entrepreneurship企业家精神，但是企业家精神具体是什么，说一个泛泛的概念很简单，实际落地还是会因人而异。就我自己而言，我认为企业家精神是能够始终保持初创时的那种激情和状态。很多企业的创始人在创业的那一刻是有状态的，但如果之后不能一直保持这种状态，就不能说是具有企业家精神。因此，我们还是要时刻保持状态，才能为企业、为社会、为复星十亿全球家庭客户创造更多价值。

第二点，我们不仅要有优秀的人才，还需要一个系统性的组织保障，才能让大

家在复星充分发挥潜能。在座的各位都是复星各产业条线的1、2号位，经历了诸多“战役”，更加习惯于“做事”，这一点我认为好也不好。正如我在合伙人第一课上说的，我们现在要想方设法提高和重视“用人做事”的能力，也就是组织的运营能力。目前，我们正在打造的FES管理系统，就是帮助我们优化组织运营的一大抓手。在创业组织方面，第一，我希望大家能够在各自的产业、条线裂变并培养出更多的1、2号位人才，也就是裂变成更多的“自己”。但是，光裂变“自己”还远远不够，我觉得大家还应该思考如何帮助自己管理条线中各层的最小作战单元实现裂变，尝试更多方案来促进组织到边到底的裂变。举例而言，假如你是个总经理，那么应该设置轮值总经理作为COO，让下一层的人才有机会感受和学习作为总经理应有的思维和战略目光，为组织培养更多的总经理，这是裂变“自己”。以此类推，你底下的每一层都可以通过这种下兼上的轮值模式，培养出更多的一线队长和基层干部，盘活组织人才，真正做到“三生万物，多团队竞合”，实现最小最优作战单元的裂变。第二，我们在精进运用中提出轮值COO应该开OC日会，比如轮值总经理就应该带着大家每天开会，会议有事则长，无事则短。第三，在OC日会上，轮值COO可以带领大家思考在KPI基础上的OKR项目以及相关的OKR激励机制。目前，我们的OKR暂时分为三类，之后也会

不断进化：第一类是提升类的OKR，这一类OKR项目是建立在原有KPI指标上的增量，比如你原定2022年预算收入1000万，如果最后达到1500万的OKR目标，多出的500万在扣除成本后会按照至少50%的比例奖励给相关团队；第二类是突破类OKR，这一类OKR是指产业或者条线里本来没有，但是在复星生态里已有的项目，比如你原本所在产业没有设立基金，如果你成功创立了基金，我们会根据基金创造的价值拿出一部分利益奖励给基金创设团队；第三类是引领类OKR，这一类OKR是指在整个复星生态都没有过的项目，如果你做出来就是引领整个集团，对于这类OKR我们鼓励团队加大投入去探索创新，如果经论证后可行，我们会把创新投入加回到KPI中，等项目日后产生收益再与团队共创共享。但是，对于OKR激励我们也需要设置约束指标，比如客户满意度和风控指标等，要在保证客户满意度且合规的前提下寻找增量业务。而且，OKR激励的实施过程中还可能会遇到奖金池过大，无法一次性发放的情况。那么，在保证奖金总额不变的前提下，我们可以递延发放增量奖金，一方面减轻企业负担，另一方面通过这种长期激励机制留住更多优秀的人才。



集团方面也正在推进相关的授权体系建设，我们董事会将来通过信息的报备机制更多起到的是监督作用，将决策权充分下放。这样，在提升决策效率的同时，也给大家更多的表现机会，对于轮值期间做得好的直接发奖金，相关的激励方案也已经落地。

第三点，好的人才组织体系必然要搭配完善的激励机制，我也一直强调要激励先行，对于激励要有无限遐想。比如上面提到的人才裂变方面，如果你们能够培养、裂变出自己所在产业或者条线的1、2号位人才，我们会给予大家充分激励，不仅你们本身有激励，你们培养的人如果再裂变、培养出更多人才也会有激励，层层递推。除此之外，还有之前提到的轮值COO奖金激励等，集团未来也会不断完善短中长的激励机制，将激励体系到边到底建立起来。（2022年5月20日讲话）

2022.05.31

战略 STRATEGY

陈启宇： 全力保供 尽企业之责



复星国际执行董事兼联席 CEO 陈启宇

在本轮疫情刚有苗头的3月上旬，总部设在外滩金融中心的复星抗疫全球指挥部就已开启“战疫”模式。复星商社、复星基金会凭借在应急救灾方面积累的经验，迅速发动复星成员企业和“朋友圈”力量，筹措防疫物资和生活保障品，第一时间驰援有需求的街道社区、高校、医院等单位。4月1日上海全域进入静态管理，复星基金会会在上海市民政局指导下，陆续发起“爱心车队-高校驰援”、“社区驰援”、“老吾老”、“幼吾幼”、“增援北蔡”等专项行动。截至5月25日，复星基金会累计向上海市16个区952个社区、279家养老院及200余家大中小学、医院、方舱等各类单位捐赠防疫及生活物资603.4万件。

同学们大家好，这次上海疫情是同学们辛苦工作的又一个阶段。确实非常不容易，大家都没有想到上海会迎来这样的状况。过去我们对自己所生活的城市一直都充满信心，但是这次奥密克戎也让大家措手不及。

可能很多同学都来不及跟家里做好交代和安排就出来工作这么长时间，家里很多事情都来不及及照顾就全身心地投入到抗疫的工作中来，已经将近两个月的时间了。

刚才大家介绍了很多工作和数据，这可能只是大家每天高速度高节奏高压力运转的很小一部分的反映，真正艰辛的故事、努力的故事都还没有在这些数字中体现出来。

通过今天的交流，我感受到商社各项工作组织非常有序、分工很细很深，做了这么多的事情，满足了这么多的需求，这和班长海峰同学、文魁同学、晓亮同学非常有序、科学的工作方法是有关联的。我们的组织现在既是竞合，又有非常多的协同和联动。

从数字背后可以看到，我们做了非

常多的规划和准备，现在抗疫工作对我们物资准备的预判性要求很高，无论是公益还是商社，对各方资源的组织预判都需要相对准确，如果物资多了会承担额外的成本，如果物资不足需求也得不到及时地响应。目前来看，我认为大家的组织和预判工作做得非常好。

另外，支撑我们这样做的一个非常重要的因素就是精神。用一种常人难以承受的意志，连续不断的工作，承受各方面的压力，可能还要这样坚持数周的时间。在这个过程中，我们用精神作为衡量，用文化进行感知，锻炼和筛选出了人才。

这种高速高效的运转，就像部队打仗一样，在非常艰苦的条件下，要咬得住牙，要身体过硬，就可以随着战斗一起成长。在这个过程中筛选出我们的核心队伍。包括商社包括基金会，这两年在复星的体系里成长是最快的，是出干部最快的。我相信从长远来看，这些冒出来的干部未来也是我们整个组织里最优秀的、最有战斗力的、最有持久力的。

今天中国的大环境，国有企业、民营企业、外资企业都强调党建的重要性。我们涌现出来的优秀的干部苗子，也可以多往党的队伍里发展。一个人有这样的战斗力、意志力和精神品质，是非常值得往这个方向去发展的。

同时，因为我们抗疫的很多工作是跟大健康相关的。在过去一段时间里，指挥部/商社跟大健康有着非常好的合作，接下来我们还是要不断改善工作做好配合。随着复星诊断抗原试剂的获批，我们无论是核酸检测还是抗原或者其他产品，包括移动方舱，都能够成为商社的坚强的合作伙伴。

在复工复产方面，大家跟进现在复工复产企业白名单的工作非常好。复工复产不仅是上海的迫切需要，也是全国经济保障的需要，建议商社从复工复产的企业需求的角度出发，预先做一些支持企业复工复产的服务和产品的设计规划，例如抗原检测试剂、口罩、消毒物资、企业需要的生活物资等。

疫情之后，可以和迪安、伯豪、复星健康合作一些上门检测的服务。围绕一些重点企业提前做需求调研，做好物资准备和客户关系的储备，包括和政府有关部门一起研判，复工复产对生产企业对运营企业的管控的要求，管控的措施。这些要求和措施背后，就是常规的防疫需求。我们可以联动大健康、联动豫园的供应链板块等，做更多的上海企业复工复产之后的服务和业务工作。

真心感谢大家的工作，希望我们在疫情过后，我们团队所有同学都能够得到更好的发展。谢谢！（2022年4月28日讲话）

徐晓亮： 全心守“沪” 全面复工



复星国际执行董事兼联席 CEO 徐晓亮

上海疫情发生以来，复星迅速进入战时状态，最大限度地调集各类物资支援抗疫一线。从政府、高校和医院到街道、社区，从防疫物资到生活物资，从“老吾老”到“幼吾幼”。哪里有需要，哪里就有复星人的身影。40多天以来，复星基金会携手多家公益机构，企业以及社会爱心人士，累计驰援各类物资近300万件，超过600余次的社区驰援，足迹遍及上海16个区，总行程超过30000公里。

以日夜驻守的复星抗疫指挥部成员为代表的复星人，舍小家为大家，日夜坚守在抗疫最前线。无论是深入上海疫情暴风眼之一的北蔡镇参与核酸采样的复星援沪医疗队，还是豫园股份自发召集为居民解决餐桌上燃眉之急的“蚂蚁雄兵”，抑或是一直驻守在BFC，用“007”的极致工时，为员工、租户和市民提供保障物资和医疗援助的101位BFC员工，都是最可爱的人。每一位奋战在一线的复星人都在用自己的实际行动，践行着复星人“修身齐家立业助天下”的使命初心。

可以说，疫情在变，复星人的这股劲儿始终没变，为了上海美好如常，一直在超负荷运转，从未停歇，我想这股劲儿也代表了复星的模样。今年是复星创业的第三十年，我们所说的“坚韧致远，厚积薄发”的那股韧劲，也通过疫情之下每一位复星人每一天的坚持体现的淋漓尽致。

令人振奋的是，两个多月来，在各级政府和全社会的戮力同心下，上海的疫情已经发生了根本性的转变，复工复产箭已在弦。在迎接全面解封的这段缓冲期，我想所有的复星人，要做好回到各自岗位开展正常工作的充足准备，以时不我待、争分夺秒的精气神挽回失去的时间。正如郭同学一直所说的，不要浪费任何一场危机给组织带来的考验和成长。通过这场疫情，我们要总结经验，危中寻机。

首先，自上而下要全面复盘。在新冠病

毒变数仍存和国家“动态清零”总方针不动摇的情况下，短期内我们仍有可能面临疫情带来的冲击和影响。各个产业、职能条线以及各个城市的复星企业要做好充分的应对之策。通过总结这次疫情之下各项工作开展过程中存在的不足和痛点，制定相应的解决方案，并配备组织机制充分保障。

第二，海外产业要加速发展。从2020年疫情爆发伊始，复星第一时间通过全球化能力和资源为国内抗疫一线调运急需的防疫物资，再到全球疫情爆发，复星迅速整合国内供应链资源，调集物资驰援全球。疫情之下，方显全球化企业的难能可贵。除了助力抗疫，全球化的空差和双引擎的动力也为复星这两年的发展发挥了重要作用。在国内业务受疫情影响的情况下，复星海外的各个产业要抓住当地疫情平稳、社会全面恢复的业务机遇，加速发展。在海外委员会和新设国别总部这一全新组织阵型机制的充分保障下，相信今年复星海外的业务将会实现更大突破。

第三，“星暖”计划要不断进化，推动常态化运营。疫情之下，复星“星暖”员工关怀计划迅速创建并施行。通过调动复星生态内外资源，解决了疫情之下近300件生活和医疗需求，充分保障了复星员工及其家庭的健康生活。下一步，“星暖”计划要持续迭代，形成常态机制。全方位打通复星生态资源，统筹协调HR、战略赋能等条线能力，实现更大覆盖，让更多员工和员工家庭感受到来自复星的幸福“星意”。

第四，随着疫情形势平稳，上海的复工复产正在逐步加快。各产业和职能条线要重点关注上海全面解封之后的新需求。比如抗原和核酸检测将会常态化运作，复星的核酸和抗原检测试剂业务要提前应对。再者，疫情之下所开辟的社区团购市场是重要的To C场景和流量，相关产业和企业要充分思考如何进一步利用好这部分资源，尤其是如何透过数以百计的社区“团长”，实现更大的C端覆盖和“复星幸福模样”的心智建立。更进一步，如何到边到底，发动更多的复星员工，成为“幸福星掌柜”，打造FC2M生态里链接C端和M端的“千军万马”。

最后，人力资源条线要重点关注在这场战役中表现突出的员工，尤其是在冲在一线的同学。就像郭同学、汪同学提到的要通过更多表彰实现充分激励，能即时奖励的一定要即时奖励，来不及奖励的事后一定要论功行赏。对于一些在非正常时期能打仗、敢冲锋、打胜仗的年轻将领，要敢于破格提拔，不断夯实复星的板凳厚度。

疫情终将过去，生活终会如常。我想，这个春天所发生的一切，每一个复星人都始终铭记并倍感骄傲。我也相信，我们很快就能相聚在一起，为了让更多的家庭生活更幸福，继续加油！（2022年5月20日讲话）



复星国际董事长郭广昌说：“复星的核心资产，永远是人”。以全球合伙人为代表的复星人才库是公司战略落地、业绩持续高速增长的重要保证。《复星人》报特设“良将如云”专栏，旨在通过对复星全球合伙人的访谈，展示并剖析复星“十年十倍”业绩增长背后的组织保障，及5-10年未来之路。

第一季，专栏分C端置顶、全球化、产业运营、创新驱动、产业投资5大主题，从《郭广昌的“带队之道”》讲起，一期一个主题。第二季，《复星人》报与复星全球领导力学堂合作，继续聚焦复星全球合伙人，与时俱进探讨更有公众性的话题。本期进入2022年第三季，我们将陆续展呈不同赛道独当一面的全球合伙人如何思考、规划、落实商业计划、成就商业梦想及创造价值。

Tej Kapoor: 不要在这里寻找轻松生活

◎文|邓天



Tej Kapoor 复星全球合伙人、复星锐正联席执行总裁

来自印度的Tej Kapoor是2022新晋复星全球合伙人，与之前很多接受过采访的全球合伙人一样，Kapoor先生也认为复星是一个非常好的平台，但他认为“想要轻松的生活，这里不适合你”。他认同复星的全球化文化，并认为文化的交融和多元的业务板块是复星的巨大优势。

问：祝贺您晋升成为复星全球合伙人！请向复星的同学们介绍一下您自己。

答：我已经在复星工作了5年，从2017年开始，负责管理有13亿美元的复星锐正资本的科技投资。锐正在印度、中国和东南亚，包括印尼、新加坡、以色列和美国进行投资，而我负责东南亚和印度。我们在印度进行了12项投资，内部收益率约为53%。接下来，我将负责印度、印尼、越南、新加坡和泰国等地的业务，以及推动投资伦敦和柏林地区的早期和成长阶段的科技公司。

我在德里长大，在班加罗尔攻读硕士学位，在美国读了MBA。

在加入复星之前，我先后在Naspers印度公司、美国在线（AOL）、可口可乐公司以及伦敦的每日邮报集团工作过。

问：过去两年由于疫情，全球都面临了严峻的挑战，请问您正面对了哪些困难？你们采取了哪些应对方式？目前复工复产的进度如何？

答：第一件事是确保我们所有的公司有足够的资金生存。我们投资的公司有12家，除了1家共享经济领域的公司之外，没有别的公司倒闭，我们只损失了25万美元。

第二件事是关于员工的安全，我们倡导员工在家办公，还从中国采购了一些呼吸机以备不时之需。

第三件事是开拓新市场，我们开始研究和开拓新市场，比如印度尼西亚、越南，开始评估更多新项目。因为新冠疫情，我们打开了东南亚市场。

问：展望2022年，Four Trees的计划和重点布局是什么？

答：我们会加快在东南亚的布局。我们将在新加坡设立办事处，利用我们在印度和中国的知识和经验，帮助这些公司发展东南亚地区。我们的印度办事处也会保留，因为还有10多家公司要退出，而且我们在印度的公司也正在变得成熟。在印尼，我们将在雅加达设立一个新的办事处，我们计划让这所办事处成为企业家和投资者的聚集地，把它打造成印尼、印度和中国的枢纽。当然，一旦印度的情况有所改变，我们就可以继续投资，我认为我们有希望在这个地区达成15个项目。

问：在“后疫情”时代，您认为复星作为一家创新驱动的全球家庭消费产业集团如何发挥优势？

答：就复星的优势而言，是我们的行业知识，以及我们在医疗健康领域的知识和我们的品牌，这有助于我们的扩张，不断学习，不断发展成为一个全球化的公司。

问：在复星全球化的进程中，文化融合对于我们的成功是非常重要的。作为复星一家的一员，能否分享一下关于锐正在文化融合的故事？

答：我们确保团队之间每月都有适当的沟通，从而减少文化差异，并增加对达成交易的关注。对于一个真正的全球化公司来说，拥有不同的文化其实是件好事。拥有不同的文化是很重要的，让每个人都参与进来，你就能成长，你就能创造新的东西。我认为跨境合作的团队总是做得更好，作为复星，继续发展这种文化多样性是非常重要的。

问：ESG对于复星的可持续发展至关重要，而复星在ESG领域也收获了很多的认可。请问锐正的ESG策略是什么？对于未来几年进一步提升复星的ESG表现有何建议？

答：ESG在我们的基金中根深蒂固。例如，我们的基金将把重点放在电动车、电池基础设施，以及这方面的新技术。在共享经济方面，我们也将促进那些可以降低碳排放率的事情，这将有助于进一步减少全球的碳排放，帮助我们发展。我们的目标是在投资项目上ESG相关项目占比为10%到20%。

问：作为复星的全球合伙人，能否给年青一代的复星同学们分享一下您的成功经验和对于职业生涯的建议？

答：要努力工作和奉献，善于内部沟通，注重“结果导向”和不断自我提升。

问：复星将在2022年迎来30周年的里程碑，请您在此送上祝福和寄语。

答：祝贺郭同学、汪同学以及在过去30年里创造的这段神奇旅程的管理层，他们将复星打造成了一个全球品牌。我认为，正是他们的愿景和专注，让复星成为了一个全球知名的品牌。我觉得这只是一个新的开始，像第一天那样，还有很多事情要做。复星ESG专注于新技术，科技将对复星的成长发挥非常重要的作用。我们应该走在前沿，所以必须继续努力，继续执行，继续把它做得更大更好。

黄震： 乘数级增长一定要看准抓牢机遇

◎文|吴心远



黄震 复星全球合伙人、复星国际执行总裁、豫园股份董事长

过去两年，在新冠疫情带来的不确定性影响下，豫园股份锚定全球一流的家庭快乐消费产业集团持续发力，取得不少亮眼成绩。拥有18个中华老字号及众多海内外知名品牌，豫园已在多年探索实践中走出老字号发展的新范式。作为复星国际执行总裁、豫园股份董事长，黄震同学为我们介绍了豫园如何通过创新发展，保持鲜活的品牌生命力和商业能量。

问：请向复星的同学们介绍一下您自己。在所有复星合伙人之中，您觉得自己有何独特的标签吗？

答：从我个人的工作经历来看，“营销管理”和“产业运营”是比较侧重的标签。复星是一个良将如云、帅才辈出的优秀组织，希望每一位复星同学都能立志成为全球合伙人。

问：对于三十而立的豫园来说，未来将有怎样的更新和再塑？

答：三十而立的豫园还很年轻，积累了非常好的产业运营基础，布局了多个产业赛道，拥有蓬勃的发展动力。数字化、全球化、基于经营发展的组织机制建设，将是豫园未来的三项重点工作。

跟随中国资本市场的发展，豫园股份将继续秉承快乐产业的基因，不断深耕产业，布局产业链、扩大整体规模，不断以“全球高度+中国速度”加快推进全球化布局，向全球一流的家庭快乐消费产业集团迈进。

问：近年来，豫园围绕“文化复兴、经典时尚”进行全方位产业升级和产品焕新，旗下老字号是如何通过拥抱国潮创新，抓住市场发展机会？

答：豫园股份战略置顶“东方生活美学”，既要守得住经典，也要当得了网红。

第一是产品创新，通过对供应链、产品研发设计等环节的产业链布局，根据目标人群需求研发产品和服务，以C2M模式实现良好的品牌、产品反馈，比如老庙古韵金系列；第二是经营创新，依托拳头产品，

连锁化经营，拥抱更大的市场，比如“一碗面两个包子”；第三是数字化建设，我们着力建设珠宝、餐饮、化妆品、茶饮、酒业等五个科创中心，以科创中心引领建设科创体系。第四是通过生态共创，多产业协同发展，实现乘数效应。

问：豫园在2020年先后引入多个国际知名珠宝品牌和化妆品品牌。中国特色加世界高度，会不会成为豫园打造新国货的方法论？

答：基于“双循环”的全球化拓展，是豫园未来的重点之一。“引进来+走出去”，豫园股份不仅把海外的好产品带给中国消费者，也规划让中国的国潮产品在海外服务全球家庭客户。在拓展国际视野的同时，我们秉承着中国特色；在攀登世界高度的时候，我们也离不开中国速度。

问：坚持“C端置顶”战略，豫园如何加速推进数字化转型、构建线上线下一体化的数字化会员生态系统？

答：立足家庭快乐消费产业集团定位，豫园坚持“C端置顶”，深入洞察家庭客户快乐消费需求，依托数字化中后台管理、柔性供应链等系统建设，帮助我们更精准地分析和把握客户需求，更好地满足家庭快乐消费的个性化需求。

目前在豫园股份和下属各产业公司、产发集团，都设立数字化工作小组，从品牌会员、供应链、大数据等角度进行顶层设计，促进多元产业之间的联动，以期推进流量共享和产品共创。

问：作为复星的全球合伙人，能否给年青一代的复星同学们分享一下，要在商业领域有所成就需要具备哪些商业素质？

答：年轻人是复星的未来，借这个机会送给大家三个“力”：眼力、脑力、定力。

所谓眼力，就是洞察能力。要保持对外部环境的高度敏感，关注新生活、新消费、新场景、新服务，把对消费需求的深度洞察作为客户运营的基础；所谓脑力，就是思考和创造能力。要勤思考多动脑，透过现象看本质，敢于首创敢于打破常规，尤其在迎接新挑战、解决新问题时，发挥创造性思维；所谓定力，就是坚持能力。风物长宜放眼量，要保持耐心学习坚守，把眼前事放到更长的时间维度去看，坚持去做需要时间积累的事情。

问：复星将在2022年迎来30周年的里程碑，请您在此送上祝福和寄语。

答：过去30年，复星通过“深度产业运营+产业投资”双轮驱动战略，把握中国与全球经济发展动力，完成了战略布局、区域布局、产业布局。尤其在产业运营能力完成布局后，很多板块已经度过0-1的探索阶段，未来会进入高速发展期，将持续为客户、股东、员工创造价值。创业至今，复星始终以“修身、齐家、立业、助天下”为初心，努力为社会带来更多的温暖和幸福，希望这能成为全体复星同学下一个30年继续奋斗的方向。

2022.05.31

全球化 GLOBALIZATION

2022年5月，复星表彰在其四大核心能力，即生态、全球化、科创、FES方面，一季度表现优异的组织。《复星人》报将这些组织相关案例一一展呈，听听他们在生态、全球化、科创、FES方面，各自独特的经营之道。

复睿智行加快海外研发团队建设 稳步推进组织全球化发展

◎文|张盈盈

全球疫情让企业稳健发展面临新的考验，也对商业逻辑提出了更高要求。于复星而言，“中国动力嫁接全球资源”的全球化产业运营，即是复星在新的时代背景下依然能够乘风破浪的核心战略之一。作为复星智能出行产业中的核心企业，复睿智行积极响应集团战略，持续致力于推进研发团队全球化建设。复睿智行研发部近期荣膺复星集团“全球化组织进化奖”，获奖背后，是复睿智行对全球化发展战略矢志不渝的耕耘。

作为一家科创公司，复睿智行始终坚持技术引领发展，人才的重要性不言而喻。为更好地践行“车路协同、感知先行”的品牌理念，复睿智行建立起一支全球化自动驾驶研发团队，聚焦于高算力硬件平台、毫米波雷达，融合感知算法、云平台大数据等技术，并聚集起一批人工智能、融合感知等领域的资深专家与专业人士共同投身研发工作。目前，研发团队在公司人员构成中的占比约为71%，七成以上技术人员拥有OEM&Tier1经验，其中海外专家占比高于20%。2022年第一季度，复睿智行加速核心团队建设工作，确认引进10余名具有丰富全球化研发经验的海外人才加盟，地域覆盖英国、德国、印度、意大利等多个国家。



全球化的组织建设，为复睿智行对接国际标准构建产品体系、集全球智能打造顶尖技术品牌奠定了良好的基础。

以全球化战略为基，复睿智行正在稳步拓展海外版图，进一步延伸公司全球触角。除建立上海海外高桥、成都、柳州三大国内子公司之外，复睿智行已经在海外研发中心启动当地人员下沉及全面运营，将进一步

提升复睿智行在国际市场的影响力，形成在车路协同、自动驾驶行业关键领域的核心竞争力，以吸引更多海外高科技人才加盟。

2022年以来，全球疫情局势时有反复，国内多座城市受疫情影响较深，供应链短缺问题越发凸显，为复睿智行的项目和研发工作带来了极大的挑战。对此，复睿智行积极做好供应链筹划，努力协调各方资源，采购

部门与研发部门克服困难，在集团供应链中心的协助下，紧抓芯片储备工作，基本完成了短期研发所需的核心芯片储备，有力的保障了后续项目研发和生产的需求。在全球团队的通力协作下，复睿智行2022年度第一季度的研发工作脚步未停，多项设计方案进展顺利，将继续以国际化标准高水平推进。

疫情对于企业是一场重大的生存考验，但于复睿智行而言，考验之中也孕育着机遇。当下，复睿智行积极联动复星科创生态企业，与复星智能科技云技术、复睿微芯片业务、速腾聚创激光雷达业务、停简单和星光耀停车场AVP项目等均有深度合作，助力全国多个落地项目的建设运营。集团内部生态资源的高效整合与赋能，是复睿智行在疫情变局中依然能够坚持高质量发展的一大关键因素。

时代新潮已至，复睿智行的全球化组织建设方兴未艾，依然存在巨大的产业潜能。着眼未来，复睿智行将继续加快全球化发展步伐，积极在世界范围内网罗顶尖人才与合作伙伴，强化全球产业战略布局，共建复睿智行产业生态，共同推动自研产品技术创新，以全球视野打造引领行业的实力品牌。

科金海外 COO 运营机制的迭代进化

◎文|周丽群

全球化是复星的置顶战略之一，复星站在全球化角度，进行科技扫描，找到全球最好的科技金融团队和产品，也已经在不同的国家建立了VC团队，旨在通过全球组织+本地经营，为整体的运营提升和业务的拓展提供新的动力。

科金海外作为复星富足板块旗下科技与金融产业沟通委员会成员企业之一，通过运营管理机制的不断迭代升级，构建一流的全球化运营管理模式，带动运营效率的提升，赋能业务不断提升，加快全球化发展。

本着“合规开展”、“有效率”、“有效果”的管理宗旨，科金海外COO体系将在现有机制基础上提升和优化，明确牵头负责和协调配合工作重点和要求，发挥主观能动性，并有效结合条线团队专业能力。回顾科金海外在COO运营机制建设方面的实践，有以下几点经验总结：

机制方面： 提升和优化COO管理体系

首先是建立了完善的COO体系。结合海外监管企业的公司治理要求和复星深度运营及精细化管理要求，科金海外COO主要定位在于：1) 重大事项进度日常督导；2) 解决项目无人牵头问题；3) 运营流程梳理提升效率；4) 业务线内外资源协同。

其次是建立完善的职责体系。管理



科金海外团队

体系建设方面，完善投后管理制度、沟通机制和汇报机制，提高海外业务管理透明度，优化治理架构和授权体系，并持续进化精益化的管理；经营监督和战略推进方面，跟进重点业务发展状况，敦促重点战略落地，追踪重点战役成果，协同配合财务团队，完成业务预算到经营分析，对外信息披露等；专项项目牵头和推进方面，牵头集团和BG层面要求的专项项目，制定项目计划、管理项目进度、协调项目资源，联动海外团队落地实施；组织提升和梯队建设方面，协同配合HR团队，支持其推进落地海外企业人才梯队建设、核心人员考核激励和组织优化；资源协调和生态融通方面，协同配合BG首席生态协同官，

推进科金体系内和复星体系内与海外机构的生态协同项目和机会；风险应对和危机管理方面，协同配合法务和集团相关团队，应对和管理突发事件，监督日常风险和合规管理效果。

这些举措不仅仅局限于科金层面，也到底到底包含了海外核心企业Guide和HAL，以常规COO和重点业务COO叠加方式深化COO管理，以周会方式与科金海外COO团队紧密沟通。

工具方面：完善和推进常规会议和常规报告机制

科金海外团队建立了12类常规会议机

制加强海外沟通、深入运营、深化管理和融合文化以及8类常规报告机制提升海外业务透明度、预警风险和监督发展。

特别是为了推动文化融合，团队每年召开12次的海外沟通会议，就业务经验分享、复星企业价值观、生态协同协作等不同话题，邀请科金BG或者集团不同团队参与分享，与海外团队联动，将日常的沟通从高级管理层到普通员工扩展，从业务沟通到文化沟通扩展。

人员方面：横向协作 纵向联动

首先是优化组织建设，在横向职能协同、纵向职能联动上，形成一条有序的完整的管理流程，助力效率提升和年度目标的达成。在BG顶层建设方面，设立科金海外区域顶层团队，以推动海外企业的战略和业务协同；在符合法律和监管要求情况下，优化海外企业三会成员构成，确保合规及规范治理；在运营企业顶层建设方面，加强ABC角梯队建设，高级管理岗位非必要原则不兼任多岗，并梳理优先级补缺。

其次是建立通畅的信息沟通和传递渠道，纵向从科金海外CEO到海外核心企业常任COO和重点业务COO，横向联动了中后台的同时，也包含了海外德国和巴西的沟通，真正发挥各条线、各部门的“共振”效应，步调一致提升市场竞争力，推动海外业务的健康、快速发展。

组织升级、机制注入、人才匹配 舍得多措并举 助力生态乘长

◎文胡月



KOL 联动

舍得酒业自2020年12月31日正式加入复星体系以来，积极探索、融入复星生态，在生态战略的引领下，打响生态企业战役及家庭季C端战役，夯实组织、设立机制、匹配人才，全方位推动生态乘长。

人力赋能

虚实结合的组织设置

2021年末，舍得酒业启动营销公司组织变革，根据产品属性及渠道属性，分设6个业务部门作为发动机进行独立运营，将要客事业部作为生态企业生态拓展的主阵地。同时，为更好的推动生态融通工作，在复星体系内外头部企业营造舍得影响力、助推销量增长，营销公司同步整合各事业部资源，成立要客企业生态拓展战役工作组。从生态委员会到

最小作战单元，搭建到边到底的要客通道。

人岗匹配的排兵布阵

结合业务属性，划分关键岗位及核心人才，建立要客业务关键人才画像。既关注获客渠道的人才引入，也重视转化渠道的人才配置，内引外培、双管齐下。灵活运用人才盘点、继任者计划等工具盘活人才队伍，搭建要客业务人才地图。

目标驱动的激励机制

市场端从复星生态资源切入，负责生态企业参访及培育，对各区域头部生态企业进行重点突破，协调重要领导出席站台；在完成企业参访后，通过一系列市场动作进行消费者培育、发展企业会员，提升舍得品牌认

知度。销售端通过挖掘要客企业用酒需求，通过制定专属政策、定制开发、企业内购等精准营销活动完成销量转化。

建立以产出结果为主、动作为辅的考核机制，设置生态拓展战役激励机制。坚信“正确的过程产生正确的结果”，基于全面评价的论功行赏；既为过程喝彩，设置“消费者培育奖”；也为结果买单，设置“成果转化奖”。

业务部署

品牌/IP生态联动

协同豫园商城将国潮风格的非遗灯彩元素结合舍得文化国酒的定位巧妙融合，以“福虎酿春酒”亮相九曲桥，共贺元宵佳节。央媒为首的七轮传播层层推进，全方位发散，提升品牌渗透力和影响力。

联合东家守艺人强强推出红色一百限定礼盒，10年紫砂坛养老酒的舍得·中国红100搭配7年甄选的福鼎白茶，限量发售3000套。结合舍得精神与匠人精神进行社会化传播，促成品牌双方用户群体互通、销售渠道共享。

通过产品置换与复星影业达成了微短剧《族长的赘婿》植入及艺人ID合作，计划于515家庭季期间进行联合宣传，精准触达年轻消费群体。

力邀复星影业旗下艺人康可人、陈瑜婕、钟雯冠，作为舍得新春品鉴官，送出新春祝福。实现双方在影响力、曝光量、粉丝数等方面的提升及拓展。

携手WEI蔚蓝之美进行跨界联动传播，挖掘小年团聚送礼场景，策划舍得酒-毕加索礼盒&WEI莫奈花园礼盒进行cp炒作，在小年之际，进行新媒体互动，礼遇粉

丝、丰富的年轻化、艺术化品牌调性。

与匠人匠心的东家茶叶进行“韵味东方，自在舍得”为主题的品牌自媒体矩阵全方位联动，达到1+1>2合力共赢。

复星生态KOL新春赠酒

2022年春节前，要客事业部牵头协作四个大区，克服时间及人员不足等困难，执行41位全球合伙人和145位各产业核心人员赠酒，全力保障春节期间5场复星年会用酒。

复星体系员工内购

春节前夕，舍得酒业通过钉钉发布“舍得迎新春·员工欢乐购”活动，开放复星体系内全体员工内购，单场活动销量破25万元。

产品共创

为亚东星恒、广州淘通科技、老庙黄金开发定制企业专属酒，一季度累计销量超710万元。

生态合作

515家庭季期间，积极推进复星旅文产业线下场景布局，舍得员工2号酒业勇夺515直播间热度单品榜单第二。此外，舍得酒业以CLUB MED度假村为起点，完成舍得品牌、产品在度假村内陈列展示。

2022年第一季度，通过建立生态项目协同机制积极与各产业联动，推动生态拓展、融通、转化，舍得酒业达成生态销量1532万元。未来，舍得酒业将持续践行“老酒战略”，积极促成客户转化，持续推动生态乘长！

复星甄选社区服务计划 发挥生态乘数效应

◎文|夏文旭

3月上海疫情爆发，为解决居民买菜难、供应不足的迫切需求，复星甄选利用线上优势，打通产业生态，在3月27日推出【复星人服务社区计划】公益项目，截至目前，发起330场+团购，超过4200+志愿者团长加入，破90万访客，破13万订单，至少帮助到8万的家庭或客户筹集到物资。

这是复星生态协同的一次典型案例，在最危急的形势下，复星甄选迅速拉通内部生态合作伙伴协同，共同组织实施落地，最大化发挥生态乘数效应。

当好“前哨”，稳住后院

3月中旬开始，魔都的上班族们开始居家办公，小区也陆续封控。到了3月下旬，买菜变得越来越困难。各大生鲜外卖APP上不是售罄就是运力不足，一夜之间全民加入了抢菜大战。

3月27日周日晚上11点多，群里突然热闹了起来，大家开始纷纷进群申请成为志愿者团长。整个周末，罗丹萍没有休息，在知道复星保德信的小伙伴们想要挺身而出为社区居民组织菜品团购缓解买菜难问题后，迅

速完成了【复星甄选社区服务计划】整体方案设计，并拉通复星旅文零售和豫园文化饮食集团相关团队保障蔬菜供应链。

时间紧，任务重，这是之前她没有实践过的业务类型，可以说毫无经验。但凭借扎实的产品经理业务能力，很快就将落地路径跑通了。才到第2天，就有更多外部的志愿者纷纷申请加入复星甄选社区服务计划，微信群一个接一个满了，复星甄选成立抗疫小分队，全员加入社区服务项目。

本以为速战速决，没想到演变成了持久战。团队坚守“前哨”50多天，没有一天休息过，每天都是007，因为要应对大大小小突如其来问题。从菜品价格、样数、斤数、成团人数、接龙流程、订单明细、发货时效、售后处理，每一个环节都可能出现意想不到的麻烦。运菜过程一波三折，有一次甚至在中途被偷了菜。而这所有的一切，就是为了让物资流转起来，顺利到达社区居民手中，守好大上海的“后院”。

这就是生态的力量

复星甄选社区服务抗疫特供菜品团购

项目上线以来，迅速联合集团内部生态企业品牌包括复星保德信、复星旅文零售中心、豫园文化饮食、BFC外滩超市、童涵春堂、Silver Cross、豫园宠物、松鹤楼、松月等、三元牛奶、圣悠活等团队，采用社区团购模式落地服务，以复星员工为触点，通过鼓励大家成为志愿者团长，服务社区居民。联合团队精挑供应商，陆续推出应急蔬菜包、肉禽蛋、奶制品豆制品、海鲜水果、卤味点心、母婴用品、宠物用品、奶茶等50余种丰富的套餐产品组合，满足疫情期间居民的生活物资需求。

目前已有超过4200+志愿者团长申请、发起330场+团购，破90万访客、破13万订单、至少帮助到8万的家庭或客户筹集到物资。在团购过程中，我们鼓励志愿者团长服务社区并帮助有困难的居民。另外，团队也定向服务特殊困难小区客户20余家，助老扶幼解决基本保障供应，蔬菜和鸡蛋团成团后复星甄选会额外赞助1份给孤老。

有一天，甄选团队突然接到一个求助消息。有一位住在黄浦弄堂里的90岁高龄独居老人已经快要断粮了，询问能否提供一些蔬菜。其实当下的运力非常紧张，每个小区需要满30-50份菜品才能成团配送。虽然这



早上8点，复星甄选蔬菜应急包已经送达小区

个供应商解决不了当下这个难题，但我们还有BFC超市的同学，他们依托于自有的零售网络，依然能够支持一些散单配送，在BFC小伙伴的支持下，第二天早上老人家就收到了所需菜品，激动得直掉眼泪。其实，这就是生态协同的力量。你不能一个人把整个大海煮沸，但面对各种“黑天鹅”事件，强有力的组织能为高效协同提供强有力的支撑，也让团队能够脚踏实地践行着复星“修身、齐家、立业、助天下”的企业文化价值观。

2022.05.31

515 特刊 515 FAMILY DAY

因为有你 星意倍至 第四届 515 复星家庭日如期举行

◎文|丁玥 黄维

“作为一家创新驱动的全球家庭消费产业集团，复星始终聚焦家庭客户的幸福需求，希望通过持续举办515复星家庭日，不断帮助每一个家庭实现对幸福生活的美好期许。”复星国际联席首席执行官徐晓亮表示，复星将继续“智造”健康、快乐、富足的幸福生态系统，为家庭客户提供更迅捷、更全面、更个性化的幸福生活解决方案。

第四届 515 复星家庭日 如期举行

5月15日，围绕“因为有你，星意倍至”主题，第四届515复星家庭日如期举行。当天的直播活动中，作为复星生态置顶项目之一的“幸福星掌柜”正式亮相，复星国际联席首席执行官徐晓亮，复星国际执行总裁、豫园股份董事长黄震，复星国际执行总裁、首席人力资源官潘东辉，复星国际副总裁、联席首席人力资源官郝毓鸣，作为特邀“幸福星掌柜”启动该项目，并通过锻造过硬的销售、运营人才和组织体系，让复星的好产品、好服务更好地响应并满足全球家庭客户对爱与幸福的期许。

在接下来一个多月的515复星家庭日活动期间，带着“让全球家庭生活更幸福”的使命和愿景，复星将携手旗下70多个海内外品牌，于上海、北京、武汉、深圳、重庆五城联动，持续举办以线上为主的系列活动，为家庭客户带来满满“星意”，继续践行复星“让全球家庭生活更幸福”的使命和愿景。

“星意大作战” 助力公益前行

今年515复星家庭日，复星特别发起了“星意大作战”游戏互动。从5月1日起，用户登录复星星选小程序进入游戏，通过回答与心意表达相关的问题，生成专属“星意卡”，邀请好友互动、猜测心意，首选便可获取“密钥”。5月15日“星意点亮仪式”当天，用户投入“密钥”，就有机会获得复星准备的好礼。同时，复星也在抖音平台发起“颗颗星意Dou幸福”挑战赛，用户按活动规则使用“星意倍至”贴纸发布视频，即可参与分享现金大奖。通过“星意大作战”或“颗颗星意Dou幸福”抖音挑战赛进行互动，获得的每10颗“星意”，上海复星公益基金会将“聚合”为1元善款，定向捐赠至乡村医生项目。“乡村医生”是由上海复星公益基金会于2017年发起的健康扶贫项目，通过提高村医医术、改善村医工作环境，为广大基层村民提供更好、更可持续的医疗服务。目前，乡村医生项目已经覆盖全国16个省、73个项目县，其中包括25个乡村振兴重点帮扶县。



| 因为有你，星意倍至

汇聚超70个海内外品牌 众多新品将首发

从5月1日至6月20日，复星携旗下70多个品牌，举办以线上为主的系列活动，以优质的产品和优惠的权益，回馈广大家庭客户，一同探寻幸福的模样。

豫园股份旗下老字号和创新品牌今年继续参与到515家庭日活动中。珠宝时尚、美丽健康、文化饮食等各板块纷纷推出新品和爆款。例如，老庙黄金发布亲子产品“小象呼禄”系列新品，饱含好运祝福；亚一金店推出“山茶蝶语”婚嫁系列首饰，传递爱、幸福、温暖；上海表将陆续推出“九曲映月”、“致敬·创历者”、“大都会·镜耀”、上赛道IP联名腕表等系列产品；XWAY联合“跨界少女”IP发布美妆礼盒，探索未知、塑造乐趣。

作为外滩家庭消费新地标，复星蜂巢旗下BFC外滩金融中心也在515家庭日活动期间，围绕时尚、艺术和设计，结合艺术馆级大师个展、潮流艺术装置、艺术灵感集市、艺术体验派对等多项活动，打造一场初夏星意艺术季。豫园商城则以24节气为轴线，带来创新文化体验秀，端午国潮戏剧节、廿肆节气音乐会、上海汉服文化节等活动贯穿整个活动期。

本届515家庭日活动期间，复星旗下海外品牌紧密联动，共同带来全球好物、新品首发。其中，复星时尚旗下法国高级时装品牌Lanvin首发限定款520系列服饰，并于重庆星光68进行新店开幕；美国高级女装品牌St. John在南京举办520胶囊系列特别橱窗展，并推出早秋系列。美丽健康旗下以色列化妆品品牌AHAVA推出狼队

联名男士套装、肌源抚纹抗皱系列、风起洛阳IP联名死海植萃身体补水膏等新品。

520 他们用特殊的方式 表达“星意”

第四届515复星家庭日，连日来持续举办丰富多彩的活动，在“520”这个特殊的日子，各个成员企业也用自己特殊的方式表达着对家庭的爱与“星意”。

5月18日至20日，BFC外滩金融中心举办的“云上狂欢节”每日两场直播，不仅提供大力度的权益和优惠，还送出了“星意”礼盒，礼盒集合了复星旗下健康、快乐、富足等业务板块的优质产品和服务。

豫园股份旗下老字号和创新品牌也悉数参与515复星家庭日活动。珠宝时尚、美丽健康、文化饮食等各板块纷纷推出新品和爆款。

随着复商复市的推进，更多耳熟能详的老字号陆续“回归”。端午临近，拥有260多年历史的中华老字号松鹤楼，今年把端午粽与苏式人文、食俗等相结合，将粽子与松鹤楼出品的冬晴黄酒、绿豆冰糕、咸鸭蛋组合，为食客凑齐一整套江南端午雅食，让传统食品焕发出不一样的雅致国潮味。松鹤楼还特别打造了一款潮味十足的“青松出众”端午礼袋，由内而外大胆革新，充满潮流感和趣味性。

在515复星家庭日活动期间，复星旅文亚特兰蒂斯在活动期间特别推出美食券以及百变房券等星意活动，同时，水族

馆、C秀表演、国际美食餐厅，各类丰富活动都逐步有序开放。

托迈酷客生活方式平台结合515复星家庭日特别策划“度假生活心愿”主题活动，用户可提前许下疫情结束后度假的心愿。5月15日上线的“爱上一座城”主题活动，最新上线“1399元系列城市通兑”系列新品，并联合地中海俱乐部（Club Med）进行千岛湖度假村预售，5月下旬还上线了15城55家高星酒店大通兑产品。这一系列产品主打多城市多酒店灵活可选，用户可提前囤券，让疫后重启假期“先人一步”。此外，丽江复游城结合519中国旅游日及“520”，协同丽江文旅局举办“天雨流芳，文旅大集”古城外展活动。

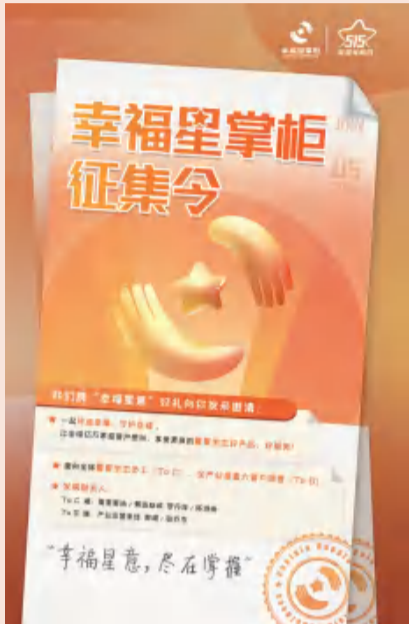
“因为有你，星意倍至”，正如今年515复星家庭日的主题，在520这个特别的日子里，大家都在用自己独有的方式表达着对家庭、对城市的爱意。

由上海复星公益基金会、复星健康、第一财经联合出品的特别版《孤勇者》全网首发，“表白”守护上海的“大白”，同时“520公益日，一块做好事”的配捐活动也同步开启，将爱心融入到守护乡村医生，守护乡村家庭中来。此外，复星健康上线了515复星家庭日专场，并推出60天在线家庭医生义诊服务，在疫情下守护每个家庭的健康。

与此同时，复星商社在此前为复星内外部企业提供防疫物资保供的基础上，持续服务各类客户，提供全方位的复工复产、复商复市保障产品，助力城市更快地有序恢复。截至5月20日，复星商社已累计服务近500家复工企业，覆盖制药、汽车、能源、材料、物流、建造、半导体、食品、环保等行业。

“幸福星掌柜”项目正式亮相

◎文|王菲梦



“幸福星掌柜”征集令

幸福的模样，就是复星的模样。有幸福的地方，就有“幸福星掌柜”。5月15日，以515复星家庭日以及复星员工家庭福利节为契机，复星生态置顶项目之一——“幸福星掌柜”正式亮相并启动。

复星的使命是“让全球每个家庭生活更幸福”。“幸福星掌柜”项目正是践行这一使命的重要途径、手段。

“2-Link”端“千军万马”链接全球幸福生态

复星围绕健康、快乐、富足、智造打造幸福生态系统，致力通过优质的产品、暖心的服务，传递复星对全球亿万家庭客户的“幸福星意”。2022年二季度，在复星董事会的倡导下，集团生态委员会联合人力资源、产业运营、海外运营委员会等职能条线、委员会，复星商社、复星寰宇、复星星选/复星甄选、复星健康等团队、平台，以及复星一家相关产业、核心企业，共同发起了

“幸福星掌柜”项目。

作为复星FC2M生态战略中2-Link端的有机组成部分，“幸福星掌柜”智慧链接C端、M端，依托产业销售/生态销售/员工销售等体系，承接销售、运营等职责，致力于提升复星好产品/好服务在To C/B以及员工端的销售业绩，打造“千军万马”的团队体系，响应并满足全球亿万家庭客户对爱与幸福的期许，让幸福尽在“掌”握。

复星始终以家庭客户为中心，提供的产品涵盖“健康、快乐、富足、智造”各个领域，汇聚包括老庙黄金、上海表、海鸥表、舍得酒业、金徽酒、三亚特兰特斯、Club Med、AHAVA、LANVIN、Silver Cross、豫园餐饮、童涵春堂等家喻户晓的全球知名消费品牌和产品。

“幸福星意”好礼相送 官宣发起全员征集

5月15日，复星国际联席首席执行官徐晓亮，复星国际执行总裁、豫园股份董事长黄震，

复星国际执行总裁、首席人力资源官潘东辉，复星国际副总裁、联席首席人力资源官郝毓鸣，作为特邀“幸福星掌柜”正式发布征集令，动员复星一家全体员工加入“幸福星掌柜”的队伍。

“幸福星掌柜”是复星生态价值创造的最为重要的人才、组织体系之一。本次活动期间，集团生态委员会将依托“幸福星掌柜”项目，联合多个职能条线、核心企业，招募面向复星生态员工（To C）以及全产业垂直大客户销售（To B）的“幸福星掌柜”。只要具备复星企业家精神，就有机会加入，一起携手共同成长。

徐晓亮表示：“创业30年来，复星始终怀着‘修身齐家立业助天下’的初心。为了让全球家庭生活更幸福，我们不断创新、创造，希望通过优质的产品和暖心的服务，向全球亿万家庭传递复星的‘幸福星意’。我真诚地向复星全球的每一位员工发出邀请，一起加入‘幸福星掌柜’的队伍，传递幸福、守护幸福、共创幸福。”



扫码观看视频

30+ 复星品牌联动福利大放送 海外 Boss 天团送祝福

5月21日至24日，由多位复星全球合伙人、复星生态企业及品牌负责人组成的“复星BOSS天团”作为“幸福星掌柜”，携复星旗下30多个知名消费品牌举办“复星超级直播日”，进入各淘宝直播间，接力传递515复星家庭日幸福理念，并通过发放“星意”好礼，拉满“因为有你，星意倍至”的幸福氛围。

01 超级直播日 释放复星生态线上能量

“复星BOSS天团”空降直播间，携手主播推荐复星好产品、好服务。直播过程中，千元星意礼盒、复星家庭日专属联名礼盒、大额优惠券等“福利”接力送出，直接回馈消费者。不少品牌还开启了连麦互动，丰富粉丝们观看直播的体验。

5月23日，海鸥表总经理王文轩走进海鸥表官方直播间，作为“幸福星掌柜”送出4款品牌尖货秒杀，直播开箱中的海鸥表X王者联名新款腕表—李白青莲剑，是国表与经典手游首度破次元联动，打破了机械腕表的传统印象。

老庙515复星家庭日专场直播间里，豫园珠宝时尚集团执行总裁、首席产品官陈晓燕，生动介绍了广受消费者喜爱的老庙新品—小象呼禄系列足金饰品，同时送出直播“福利”，并分享了作为“精致妈妈”的足金饰品搭配技巧。

未能亲临直播现场的“BOSS”通过连线、VCR视频等方式与粉丝互动，福利加倍送。

超级大直播带来超2000万总观看量，销售额同比上涨300%。老庙、海鸥表等直播间多品牌登上行业销售TOP榜；站内外同频共振，“515复星家庭日”关键词24小时占据淘宝直播热搜榜单，线下复星生态商业综合体LED大屏持续一周强曝光；“BOSS”化身“幸福星掌柜”，分享推荐品牌爆款，直播间权益回馈加码，共计发放万元红包雨，价值超6万元星意礼盒，及3000份淘宝直播联名款产品限量秒杀。

复星甄选社区服务计划“团长”晋级



BOSS 直播、抖音连麦、达人主播专场等电商活动

“幸福星掌柜”，至5月25日总计逾4万人。

02 海外Boss天团遥寄祝福

Sergio Rossi总裁Riccardo Sciatto说，有幸代表公司，一个成立于1851年的世界顶尖奢侈鞋履公司，表达对复星家庭日的祝福。Sergio Rossi的工匠在世界时尚之都米兰，为全球客人设计、制作独一无二的鞋履，传递品牌热情、无畏的价值观，期待与复星携手共创一个更大更棒的家庭。

LANVIN副总经理Siddhartha Shukla从巴黎发来问候：我们正努力将LANVIN打造成最好的时尚奢侈品公司，为客户、粉丝、朋友们提供美丽、奢华的产品，并建设一个传统与奢华价值观并存，幸福、快乐、团结为支撑的社群。希望和大家共同庆祝515复星家庭日，及复星30周年，祝愿我们从此开启更悠长、传奇的故事。

体育产业集团副总裁、狼队俱乐部总

经理Russell Jones则从英国发来祝福：此时此刻，我正坐在狼队足球俱乐部一座漂亮的体育馆内。5月28-29日，三万家庭齐聚于此，共赏球场上每一个精彩瞬间，世界各地数百万狼队球迷也将一同观赏比赛。谨代表狼队足球俱乐部，祝愿大家度过一个愉快的复星家庭日。

海外BOSS天团一位新加入、也是特别的成员是南翔馒头店日本区六本木店（海外加盟）店长束朋弘。他将南翔馒头店小笼包拓展到日本六本木，希望在传承传统技艺和味道同时，通过用心制作为世界各地家庭带去美味。

复星始终坚持全球化战略。这些海外Boss天团，是复星重要成员，更是复星家庭日不可或缺的一部分。

03 线下烟火气归来

随着各大商圈、门店有序复市，515复

星家庭日逐步向线下拓展。

5月25日，豫园商城9家店铺恢复营业。复地活力城上海老饭店等20家商户复工。BFC外滩金融中心户外精品超市、京都之家、阅外滩书店等28家品牌营业。

复星健康家庭医生义诊活动将持续30天至6月20日，上海用户在线领取家庭医生服务卡，享受复星健康平台60天内无限次免费家庭医生在线咨询、问诊和开药等服务。宝宝树联动复星健康推出“因为关爱，星意倍至”主题活动，聚焦居家防控场景下孕产身心健康需求，组织专家直播。

复星联合健康保险升级“云诊配药”功能，为上海地区家庭提供在线咨询、健康指导、居家健康管理、快速配送药品等服务。星恒保险代理发布自主研发的专属客户权益平台“星福优享”。复衡保险经纪推出宠物保险产品。

接力传递复星好产品和服务给全球家庭，是复星将持续践行的使命。

复星商社持续保供

◎文|黄维 谢诗辰

“刚送完单子，员工们在店里备餐，我在外面当司机。”

5月30日下午1点已过，邱丽娟这才得空歇下来，扒两口饭，“大伙干劲十足，想着快点把生意重新做起来，把因疫情失去的时间追回来。”

今年40岁的邱丽娟，是浦东新区碧云路家乐福超市内赛

服。这家开了18年的老店，当晚入住5名员工，次日顺利恢复营业。

5月29日，涵盖八个方面、50条政策措施的《上海市加快经济恢复和重振行动方案》公布，上海各行各业加速推进复工复产复市。作为上海市工商联防疫物资销售名单内企业，

企业提供防疫物资、生活物资保障服务。疫情期间，成千上万的上港集团员工坚守洋山、外高桥、张华浜、罗泾、龙吴等港区，在闭环管理下，守护航运“大动脉”安全畅通。如何做好在岗员工的防疫和后勤保障，是急需解决的问题。

3月16日凌晨3点，复星商社战略大客户部联席组长陈艳华收到驰援需求：上港集团明东公司急需睡袋，当日务必送达。经过12小时接力协作，当天下午5点，2000条睡袋顺利运抵上港集团明东公司，当晚解决驻守员工睡眠问题。这件事让复星商社“响应快、服务好”的口碑在上港集团传开。后来陈艳华和团队，还为上港集团明东公司陆续筹备了口罩、防护服乃至一次性内裤、插座等物资，保障2000余名驻守员工的生产生活所需。

自2020年抗疫以来，复星商社在防疫物资保供方面积累了丰富经验。今年疫情发生后，面向上海乃至全国，复星商社持续响应物资驰援需求，截至目前总计助力1352家企业，为航运、制造、制药、消费零售、金融等众多行业保驾护航。

眼下，沪上企业正全力推进复工复产复市，复星商社也不断升级保供方案。从抗原检测试剂、口罩、手套、免洗消毒凝胶等防疫物资，到折叠床、睡袋、帐篷、洗衣机等职场应急物资，再到特定场所防疫必备的“数字哨兵”，复星商社均可提供专业的一站式解决方案。



复星商社工作人员对物资做出库前的再次消杀

百味门店的店长。两天前，赶在超市关门时，她收到复星商社紧急送货上门的5张折叠床、400只N95口罩、50件防护

复星商社正全面发力，为各类企业复工复产复市保驾护航。

本轮疫情发生后，复星商社持续为坚持闭环生产的重点

复星凯特 CAR-T 产品奕凯达® 纳入 2022 版上海“沪惠保”

◎文|张佳佳

5月25日，2022版上海城市定制型商业补充医疗保险“沪惠保”开启预售，今年保费定价129元/年，总保额为310万，参保人群和保障责任也有全新扩容和升级。作为中国首个获批上市的CAR-T细胞治疗产品，复星医药合营企业复星凯特的创新药奕凯达®（阿基仑赛注射液）正式纳入2022版“沪惠保”，投保阶段为2022年5月25日-7月31日。

奕凯达®（阿基仑赛注射液）是一款在上海本地化生产的靶向CD19自体CAR-T细胞

治疗产品，于2021年6月获批上市，用于治疗既往接受二线或以上系统性治疗后复发或难治性大B细胞淋巴瘤成人患者。截至2022年5月末，该药品已被纳入32个省市的城市惠民保和超过50项商业保险，备案的治疗中心已达81家。其中，北京“京惠保”、宁波“天一甬宁保”、杭州“西湖益联保”等惠民保险均能获得大额赔付。阿基仑赛注射液今年已正式纳入“沪惠保”，投保适用患者可以享受最高50万元赔付金额，不限既往症人群。

复星凯特CEO黄海表示，阿基仑赛注射液纳入2022版上海“沪惠保”，对临床医生和患者来说意义重大，标志着这款CAR-T细胞药品将更好地造福广大淋巴瘤患者，为他们带来新的希望。作为浦东“创新药”企业代表，本轮疫情期间，复星凯特上海生产基地持续封闭生产，保证了CAR-T细胞药品不停供。复星凯特将秉持以患者为中心、临床需求为导向，不断提升创新能力，为中国的百姓的健康和福祉服务。

又一里程碑！复宏汉霖松江基地（一）首批产品顺利发货！

◎文|周文婷



松江基地（一）正式启动商业化生产

5月24日，复宏汉霖松江基地（一）首批商业化生产的药品汉曲优®（曲妥珠单抗）正式发出，装车奔赴20个省份23座城市。于获批商业化生产后7日，松江基地（一）即完成首批大规模发货，标志着复宏汉霖市场响应能力进一步提升，持续加码保障患者用药需求。

复宏汉霖董事长、执行董事兼首席执行官张文杰表示：“复宏汉霖于近日获批新增商业化产能，显著提升了公司自主生产实力，并将与其他生产基地形成协同效应，加速公司商业化战略布局，驱动整体业绩的增长。复宏汉霖始终以患者需求为中心，疫情之下高速响应，成功完成松江基地（一）首批发货，以实际行动确保特殊时期患者治疗的连续性。”

新增产能逐步释放 着力满足未尽之需

松江基地（一）是复宏汉霖继徐汇基地后正式投入商业化生产的又一座生产基地。该基地按照中国、欧盟和美国的质量标准建设，设计产能24000L，于2021年获得汉曲优®的生产许可，今年4月通过中国GMP符合性检查，成为公司第二个获得GMP认证的生产基地。在今年5月获批可用于汉曲优®的商业化生产后，公司有序展开该基地的大规模商业化生产运营，为满足日益增长的产品需求提供有力保障。此外，基地以不断优化生产工艺、精益应用先进生产技术，实现生产的高度协同和降本增效，为产品创造更多附加值，持续提升市场竞争力，引领企业高质量可持续发展。

汉曲优®作为首个中欧双批的国产曲妥珠单抗，用于HER2阳性早期乳腺癌、转移性乳腺癌和转移性胃癌的治疗。目前该产品已上市150mg、60mg两种规格，双规格的灵活用药组合和不含防腐剂等独特优势能够满足临床多元化需求，提高用药安全性，促进用药规范化。截至目前，汉曲优®已惠及超过5万名患者，赢得了良好的市场口碑和品牌影响力。此次于疫情期间完成的首批发货再次体现了复宏汉霖践行“不让一个HER2阳性患者落下”的承诺，公司上下凝心聚力，秉持“疫情防控和生产运营‘两手抓’”的原则，从产品生产到出库装车，多方紧密协作，攻坚克难，一气呵成，按质保量将首批汉曲优®运往全国各地，向疫情之下亟需关爱的肿瘤患者传递希望和信心，与他们并肩同行共同抗癌。

持续扩大产能建设 跑出发展“加速度”

强大产能和高效生产是加快创新成果转化、驱动产品商业化落地的关键。作为一家布局全球的创新制药企业，复宏汉霖加强产能建设并持续打造先进生产技术平台，以国际领先的产能优势和“汉霖”品质为公司整体发展注入强大动力。

目前，公司已规划建设三座生产基地，除松江基地（一）之外，还包括已投产运行的徐汇基地和建设中的松江基地（二），规划总产能达144000L。公司生产基地及配套的质量管理体系已通过NMPA、欧洲药品管理局、欧盟质量受权人、公司国际商业合作伙伴进行的多项实地核查及审计。其中，徐汇基地现有商业化产能24000L，获得中国和欧盟GMP认证，是国内首个获得中欧双GMP认证用于生产自主研发抗体生物药的生产基地，可为中国和欧盟常态化供应包括汉曲优®/Zercepac®在内的公司已上市的5款产品。

在建中的松江基地（二）规划用地200亩，按国际GMP标准设计建设，一期项目设计总产能达96000L。生产技术方面，在保留一次性技术灵活性的基础上，将引入大规模不锈钢生产技术，以规模效应扩大商业化生产优势，以智能化制造实现生物医药自动化、信息化和智能化。松江基地（二）全面建成后将为公司生物药研发、商业化生产等提供有力支持，进一步提升核心业务领域的市场综合竞争力，为中国乃至世界带去更多创新成果。

复宏汉霖结合患者需求不断增强自身实力，全产业链优势逐步显现。未来，我们将继续精益求精，从研发到商业化臻于至善，致力破行业之困，解患者之忧，努力打造现代生物制药民族品牌。

见面真好

复星在沪企业全面推进复工复产复市

◎文|黄维

“您好，欢迎回来！”

6月1日上午8点，BFC外滩金融中心写字楼的大堂礼宾，亲切地向每一位进入写字楼的员工问好，并送上特意为复工同事和租户准备的咖啡。

“还是熟悉味道。”在北楼5层办公的田先生取过咖啡，先闻了闻，再品一口，“复工第一天，我比往常提早了些出门，想第一个到在办公室，迎接同事们归来。在线办公两个多月，能见面真好！”

当日起，上海进入全面恢复正常生产生活秩序阶段，同时全面实施疫情防控常态化。以最新出台的《上海市加快经济恢复和重振行动方案》（重振经济“50条”）为指引，复星旗下在沪企业加快复工复产、复商复市步伐，包括BFC、豫园商城在内的商圈、商场全部恢复营业，分布在各区的生产型企业也纷纷开足马力，助力城市早日重现繁华。

商场写字楼活力回归
复星家庭日精彩不停

6月1日一早，BFC写字楼区域如期开放，复星总部及大楼租户员工，持72小时内核酸检测阴性报告及随申码绿码，佩戴好口罩，经“数字哨兵”、场所码扫码后，便可进楼办公。安保和礼宾早已准备就绪，确保人员安全有序入场，同时道一声问候，送上一杯咖啡，助力大家“元气返岗”。复工首周前3天，每天上午8点至9点半，大堂都为复工人员免费派发暖心咖啡，让熟悉的职场氛围伴随咖啡的香味迅速归来。

上午10点，紧邻写字楼的BFC商场准时开门迎客。作为黄浦区第一家复商复市的商业综合体，5月23日起，BFC商场里包括馥外滩精品超市、京都之家、阅外滩书店等在内的近200个品牌门店陆续恢复线下营业。BFC运营团队为顾客准备了复工“见面礼”，6月1日至7日，商场会员可限量领取装有各类蔬果的精致礼盒。

除了写字楼和商场，市民们期待已久的BFC户外休闲空间也同步开放。BFC北区广场将变身城市公园和宠物友好空间，供市民游客享受初夏闲暇。随着写字楼白领陆续复工，BFC健康早市也将开启，提供面包、咖啡等精选早餐。

距离BFC不到1公里，上海城市名片之一的豫园商城已于5月28日恢复线下营业。6月1日起，豫园商城所有门店开放，营业时间也恢复到往常的早10点至晚10点。

随着豫园商城恢复营业，包括南翔馒头店、宁波汤团店、童涵春堂、德兴菜馆、松鹤楼面馆、春风松月楼等在内的一众知名老字号陆续开门迎客，通过线上购买、线下提货的方式，率先与市民重聚。后续，餐饮老字号还为迎接顾客堂食准备了一系列优惠活动，比如南翔馒头店推出了以传统鲜肉小笼为主的双人套餐，优惠价仅需99元/套，相当于参考售价的5.2折。与此同时，3场蕴含东方生活美学的艺术直播也已准备就绪，以国学传艺抚慰心灵，邀广大市民共赏。

此外，复星旗下位于浦东的复地活力城和普陀的真如星光耀广场两大商场，也于6月1日活力回归，逾百商户恢复营业，推出各类优惠，邀请市民共迎6月美好。

值得一提的是，正在进行的第四届515复星家庭日活动精彩不停。6月1日，20多个复星旗下品牌共同发起“颗颗星意dou为你”抖音直播连麦，各品牌在直播间揭晓并送出“星愿”礼物。

以节庆活动为契机，515复星家庭日继续在全国多地联动，不断丰富家庭消费产品和服务的优质供给，并通过“幸福星掌柜”等渠道送上“幸福星意”。六一儿童节，复星旅文旗下三亚亚特兰蒂斯酒店推出美食券以及百变房券等优惠，迷你营与BFC联合推出双语线上云派对，复明集团旗下Sergio Rossi在南京德基揭幕快闪店并为小朋友们带来迷你版Gelato冰淇淋筒。端午节，豫园文化饮食集团旗下众多老字号准备了传承与



6月1日，BFC外滩金融中心正式恢复营业。办公楼工作人员给前来复工的人们发放咖啡，咖啡上特意标注“见面真好”，传递数十日后再见面的温情

创新并举的特色美食。618期间，复星旗下众多知名品牌还将围绕“因为有你，星意倍至”主题推出活动，回馈广大顾客。

复工率上来了，达产率也快了

“我们不能停，因为病人无法等。”本轮疫情发生后，复星凯特细胞培养工程师王自锋就不停和同事念叨这句话。6月1日，包括他在内的50名研发、生产人员已经在生产基地坚守了两个多月。

他们守护的，是中国首款获批上市的CAR-T细胞治疗产品——奕凯达（阿基仑赛注射液），确保这款淋巴瘤患者的“救命药”不因疫情而断供。

4月份复星凯特进入上海第一批复工复产“白名单”，陆续迎来80多位员工返岗。目前，公司产能已恢复到疫情前的70%左右。随着物流等环节逐步恢复，产能有望进一步提升。

疫情期间，复星医药旗下复星凯特、复星诊断、复宏汉霖等企业一直在闭环管理下坚持生产，确保重点药品、防疫物资、检测试剂等的生产供应。

两个多月来，复星诊断上海基地全力保障自主研发的新冠核酸监测试剂和抗原检测试剂等产品供应。3月10日，40余名员工驻厂保供。4月中旬起，随着复工复产有序推进，更多员工陆续返岗。目前，基地已有491名员工在岗，复工率达90%，抗原检测试剂日均产能已超500万人份。

随着疫情防控逐步进入常态化管理，上海加快布局常态化核酸采样点，打造15分钟核酸采样服务圈，为返岗复工人员、社区居民定期核酸检测提供保障。复星诊断以专业所长投身其中。在市北高新园区，由复星诊断伯豪医学检验所客户中心负责的一个核酸采样点，一个月来已累计完成核酸检测13000余人次，最快6小时出具检测报告。目前，市北高新园区由伯豪负责的采样点已有6个，可服务更多市民。

同样在疫情期间坚持生产的复宏汉

霖，全力保障了汉利康（利妥昔单抗）、汉曲优（曲妥珠单抗）、汉斯状（PD-1抑制剂斯鲁单抗）等重点产品生产。其中，汉斯状在获批后的第四个工作日即完成了首批商业发货，发往近30个省份的100多座城市，在疫情下极力保障了肿瘤患者的用药需求。

6月1日是一个新的起点，复星旗下在沪企业将坚持疫情防控和生产经营“两手抓”，以重振经济“50条”及后续实施细则为指引，加速提高复工率、达产率。复星商社也将持续为复星生态内外部企业复工复产、复商复市保驾护航。从抗原检测试剂、口罩、手套、免洗消毒凝胶等防疫物资，到折叠床、睡袋、帐篷、洗澡机等职场应急物资，再到特定场所防疫必备的“数字哨兵”，复星商社均可提供专业的一站式解决方案。



位于浦东的复星商社仓库，一周七天保持高效运转，是复工复产物资保供的重要一环



豫园商城全面复工，市民实名预约入园后，走上久违的九曲桥



复星凯特质量团队环测组工作人员在做消毒剂的验证

赋能传统旅业 加速数字化转型 Club Med TA 的平台化解决方案

◎文|Arthur Morel 译|Jerry Jiao

Club Med非常重视线下业务转型为线上业务拓展的发展战略。为使旅行社等渠道伙伴可以通过一个线上化的数字化解决方案，实现产品的无缝搜索及预订，Club Med打造了名为“Club Med旅行社”（下面简称为“CMTA”）的线上平台。CMTA加强了Club Med作为其行业内引领者的地位，并加速了与旅行社合作伙伴的业务合作拓展。

CMTA是一个易于使用和操作的线上平台。旅行社等渠道伙伴可以通过CMTA轻松查看Club Med最佳和最新的品牌优惠。快速比较Club Med的不同度假村的相关信息及产品服务内容。旅行社等渠道伙伴通过CMTA可以依据终端客户的不同需求，实现在线对产品的价格进行实时查询并完成订单预订。CMTA还能对旅行社等渠道伙伴提供各种品牌资源的支持，帮助他们面对终端客户快速实现产品销售的转换。旅行社等渠道伙伴可以通过CMTA轻松访问诸如Club Med度假村的演示、概况介绍、优惠信息及使用对应的营销工具。这些都能帮助每位Club Med的渠道伙伴快速成为Club Med的产品专家。CMTA线上平台是一个改变游戏规则的平台。CMTA增强了



“Club Med 旅行社”线上平台

旅行社等渠道伙伴对于终端客户的订单需求转换的能力。它也简化了使用流程，帮助新的合作伙伴也能容易地使用该平台，只需点击几下即可完成满足终端客户需求的对应订单预订。

CMTA项目在设计阶段就将旅行社的需求放在了优先考虑的位置。通过与来自世界各地不同市场的众多旅行社举办的设计思维研讨会，CMTA项目组收集和分析了旅行社对于数字化线上预订平台的各项诉求和期望。所有参与合作的旅行社伙伴的参与，使得CMTA项目的落地获得了非常

高的用户满意度，并大幅简化和方便了旅行社等渠道伙伴对于CMTA平台的首次访问及后续操作。

尽管新冠病毒疫情引发了全球旅游业的危机，但Club Med仍在过往的财年选择了维持对CMTA平台的投资。该平台被视为帮助Club Med应对世界主要市场反弹以及“报复性旅游消费”现象的关键抓手之一。CMTA不仅致力于帮助Club Med的合作伙伴更好更快的实现业务新份额的拓展，同时也能帮助Club Med在不稳定的市场情况下通过与旅行社等渠道伙伴的合作，保

持对终端消费者的订单需求的关注并实现有效的转化。

CMTA的整体功能发布做了有效的版本规划管理。目前已经发布的版本中包含了诸多高优先级功能的交付，以期缩短开发的所需时间窗口实现CMTA的快速面市。新功能及跟进的优化迭代逐步增加，以进一步提升旅行社的使用体验，实现自助式线上预订的占比。

自2021年3月CMTA在欧洲市场首次推出以来，目前已有遍布全球20个国家市场的旅行社及渠道伙伴使用了CMTA。除了项目的产品和开发团队外，Club Med通过了一个跨职能的变革管理团队来支持CMTA在各个国家市场的顺利发布。该团队涉及50多名涵盖数字、商业和营销资源方面的人才以确保CMTA项目始终以“为业务发展需求赋能”为核心。

Club Med旅行社（CMTA）上线以来取得了很好成绩；Club Med 2022年第一季度的渠道订单中，有40%是旅行社及渠道伙伴完全自主通过CMTA平台实现了静默式下单。自2021春季面世以来，旅行社及渠道伙伴已经通过CMTA平台实现了5亿元人民币的总业务量。

海矿混装车上向孔装药攻关试验项目介绍

◎文|郑壮志



试验现场

项目背景

公司目前井下中深孔爆破使用炸药为江西民爆供应的多孔粒状铵油炸药，采用人工风动装药。炸药供应需跨海运输至我公司，受重大会议、节假日、气候、航运等诸多因素影响，同时公司炸药库储量有限，经常出现炸药断供，给公司的生产经营造成较大影响。为此，公司与云南民爆集团有限责任公司海南昌江分公司（简称云南民爆）、北京北矿亿博科技有限责任公司（简称北矿亿博）友好协商，三方签订《BCJ-41型现场混装乳化炸药车上向孔装药攻关试验协议书》，利用北矿亿博的BCJ-41型现场混装乳化炸药车（简称混装车）技术开展上向孔装药攻关试验，以彻底解决地下开采

生产用炸药供货存在的诸多困难。

研究团队及科创能力

为保证项目的顺利进行，公司与云南民爆、北矿亿博、金诚信海矿项目部四方共同成立了混装乳化炸药车装药攻关试验小组，全面协调，统一指挥攻关试验工作。公司内部团队主要成员7人。项目带头人兰舟从事采矿技术管理或项目建设管理工作24年，是公司总工程师，主持科研项目“露天转地下楔形过渡开采关键技术研究与应用”2017年获得冶金矿山科学技术奖一等奖，项目“海南矿业石碌铁矿露天转地下开采塌陷预测及降雨入渗研究”2019年获冶金矿山科学技术奖三等奖。团队成员在项目

带头人领导下及时了解攻关试验项目运行状况，分析项目执行过程的痛点、难点，解决项目运行中存在的矛盾和问题，积极推进攻关试验的正常运行。

突出点

引进的BCJ-41型现场混装车自动化、智能化程度高，先后荣获中国爆破行业协会科技进步一等奖和中国有色金属协会科技进步一等奖。经民爆行业专家鉴定为具有创新性，填补了国内空白，达到国际先进水平。在河北杏山铁矿、甘肃镜铁山铁矿、西藏甲玛铜多金属矿、福建马坑铁矿等多个矿山成熟应用。

BCJ-41型现场混装车运用，将有效缓解了地采生产炸药断供压力，保证了生产稳定。

混装车炸药比铵油炸药价格每吨低两千元上，BCJ-41型现场混装车运用将大幅度降低生产成本，预计年节约成本100万元。

案例

1、海南矿业混装车上向孔装药攻关试验于2021年8月4日开始进行准备工作，8月19日北矿亿博技术人员到位后对云南民爆相关操作和技术人员进行技术工作，并对设备进行调试，8月31日混装车初次装药试验至今，装药攻关试验已8个多月。试验攻关期间，混装车先后进行了干孔、潮湿孔、水孔装药试验。攻关小组全程跟踪，观察并记录每排装药时间、不同水孔的水量与掉

药量、乳化基质与敏化液的对应温度、浓度和泵送量等参数，及时发现解决实际装药过程中的问题。经过不断试验、分析，装药效率稳步提升，截止2022年4月底，总装药量达270t，有效缓解了地采生产炸药断供压力，保证了生产稳定。

2、试验效果评价

从混装车使用情况看，虽然出现一些故障，但在专家指导下都能及时修复，设备运转总体正常、稳定；从装药效果看，干孔、潮湿孔基本不掉药；水孔偶尔掉药或滑药，经填塞后不再掉药或滑药，满足爆破作业需要；从爆破效果看，爆破效果总体正常，矿岩破碎块度均匀，大块率少，回采出矿顺利。

3、项目实施存在问题及措施

(1)、由于现场380V电源较少，运胶车无法做到现场补药，混装车装完药后需要回到车库再次补药。为保证运胶车、混装车现场边装药边补料的协同工作模式，攻关小组对运胶车转运泵送动力进行了改造，由电驱动改为底盘发动机驱动。改造成功后，装药效率明显提升，日装药量突破3t，目前已突破4t。

(2)、原装药管存在耐压低（压力超过2.3MPa时容易爆管），孔深超20m后送管困难，损耗较大。通过优化材质，增大壁厚等手段改善了装药管性能，加大了强度和耐压性，保证了管子质量的稳定性，解决原装药管存在问题。

(3)、原炸药结构易卡孔、堵孔，影响装药质量。通过调整乳化炸药装药结构，增加后排填塞长度，减少装药量，以减少爆破对下一排中深孔的挤压影响，从而解决卡孔、堵孔问题。



擘划高乘长价值图谱 打造高质量发展引擎

◎文|邓中涛



FES 在中荷环保三天赋能

“给我一个支点，我就能撬起地球。”

阿基米德曾说，“给我一个支点，我就能撬起地球。”对于企业来说，FES是企业高质量发展的战略支点。FES是为打造百年企业的核心竞争力，培养具有复星企业家精神的人才，在实践中不断演进的一套管理系统。通过全员共创的行为，建立持续改善、生生不息的企业文化，为促进全社会的发展贡献“复星力量”。

南钢沉淀了历经60多年打磨的众多优秀管理模式和经验方法，围绕增长、精益、生态、组织和风控五大模块，将产业运营和投资中的最优实践，提炼成可复制、可推

广的工具，擘画高乘长价值图谱。通过建立FES知识图谱，探索形成独具特色的成功模板，寻找产业发展的最大公约数，更好推进产业集约化、一体化发展。

“管理要解决的问题有90%是共同的”

德鲁克认为：在所有组织中，90%左右的问题是共同的，不同的只有10%。换言之，一个成功的企业可以把先进的经验、方法向其他企业赋能，助力高质量发展。

南钢聚焦FES工具开发、案例萃取，专注改善、系统推进，通过自上而下的顶层设计和自下而上的工具需求相结合推进FES，

赋能产业运营，进而创造价值。通过征集评选出创新体系、SBU、阿米巴等32项工具开发，推进FES工具开发，并加快赋能推广。

把FES价值图谱应用到实践当中，便形成乘长的飞轮，源源不断地贡献增长动力，并将过程中的经验进行积淀，形成不断进化的FES体系。南钢将已开发的先进工具，加快推进赋能，例如阿米巴在金安矿业等推广，SBU对金元素赋能，这些工具的推广为子公司的发展提供更有利的支撑。

“智联价值，让智造更加美好，让工业更加有力量”

南钢持续迭代FES系统，加快对智造BG成员企业进行赋能，持续为企业发展注入生机和活力，推动核心业务和关键人才的快速裂变，助力可持续的高乘长。

一季度，聚焦供应链降本、工序降本、精益研发、数字化等方面，开展FES各类改善项目500多项，截止4月份实现收益突破2亿元，有力支撑企业的经营业绩。

案例1：精益管理——阿米巴

南钢2015年开始导入阿米巴经营模式，通过阿米巴经营，企业运营能级、创新能级和组织能级得到提升。一是全局观、系统观，通过阿米巴活动运用“老板思维”，在思想上、行动上有效运用阿米巴先进理念；二是围绕四最（最小成本、最少费用、最短时间、最大收益）打造M

端极致竞争力，通过阿米巴活动实现自我驱动；三是通过阿米巴活动深挖质量、成分、工艺等方面的降本潜力，进一步提升效益空间；四是市场经营的理念，通过阿米巴活动不断优化技术、组织、流程，在产业链中创造价值。

围绕阿米巴经营模式，2020年，南钢形成400多个阿米巴项目，创造效益3.2亿元；2021年，形成520个阿米巴项目，创造效益近3.77亿元。

案例2：增长驱动——SBU

南钢产销研用起源于2007年，为填补国内某钢种的空白，在国内首次实施产销研一体化战略，创新打造产销研用的价值标签，SBU即Strategic Business Unit战略业务单元，通过清晰定位产品生命周期、产品价值快速回报、打造企业一级利润中心；产销研用生态组织结构，突出用户牵引，跨界人才资源整合，强化业务线与资源线，利益共同体自主经营，实现经营业绩与人才组织飞轮增长。

产销研用SBU致力于洞察客户价值需求，发扬企业家创业精神，加强产业链生态协同，打造共乘长的经营理念。自2015年全面实施SBU机制以来，南钢先后立项122个SBU，实现毛利33.47亿元，包括镍系低温钢、工程机械用钢等重点产品市场占有率超过30%，实现多个产品0到1的突破，获得国家级及省级科技进步奖12项，国家专利50项。

复星旅文的 FES 推广与实践

◎文|田敏 王鼎立

FES (Fosun Entrepreneurship & Ecological System) 是复星集团今年的置顶战略之一，旨在建立一套满足未来复星发展且具复星产业特色的商业管理系统。复星旅文，作为复星大快乐板块专注文旅行业的主体企业，同样将FES作为未来集团打造休闲度假市场核心竞争力的重要抓手。在复星集团FES委员会的支持下，由钱建农董事长亲自挂帅的集团工作专班经过2个月的时间，从0-1推动完成7个集团内部不同业务单元的改善项目，覆盖包括开业销售爬坡、酒店筹开流程优化、成本管控、客户满意度提升等多个业务领域，并逐步建立可持续、可自我迭代的管理机制。回顾复星旅文在FES体系建设方面的实践，有以下几点经验总结：

组建“三角”工作专班 基础理论导入先行

FES作为全新的商业管理体系在文旅行业鲜有实践案例，成为FES建设面临的第一个挑战。在钱建农董事长的带领和指导下，由旅文集团总裁办、旅文创新领导力中心和复星集团FES委员会专家组成的“三角”工作专班迅速组建。工作专班挑选核心骨干，参加了集团FES委员会组织的FES训练营，从熟悉和了解理念和基础方法论入手，为产业应用建立“桥梁通

道”。训练营受到所有旅文参训学员的一致好评，也为后续推动旅文改善项目提供理论知识和组织保障。

试点项目做突破，理论与实践相结合

旅文集团旗下业务种类多样，覆盖酒店与度假村运营、旅游目的地开发、线上旅游服务平台等多个业态。如何借助理论体系，推动改善落地是旅文面临的第二个挑战。在集团FES委员会的赋能下，旅文工作专班挑选了产业运营基础相对成熟，线下运营模块具有可复制性和代表性的重点企业：亚特兰蒂斯和地中海俱乐部作为试点。其中，地中海俱乐部通过引入FES“价值流程图”与“销售作战室”两大管理工具，对新村开业销售流程的环节进行了系统梳理与优化，成功将开业准备期从原本9个月缩短至6个月，并在改善项目的第一阶段，实现新村预售GMV突破性增长---3天实现GMV 1500万；亚特兰蒂斯团队则通过引入战略解码工具，明确了实现非房收入提升与成本管控能力建设的核心改善行动计划，且后期计划优先针对成本管控，开展专项改善。紧接着，旅文又选取托迈酷客生活方式平台作为试点，通过引入FES“战役管理”工具，着力改善客户满意度。在实施改善项目后的2周内，托迈酷客的客户满意度指标出现了显



亚特兰蒂斯 FES 线下研讨会

著提升。这三个试点项目均从产业的核心业务痛点入手，通过FES专家引导，团队现场协作的线下工作坊形式，在帮助产业管理层剖析产业运营提升的方法和路径的同时，也为后续产业应用FES工具改善建立样板。

试点项目经验提炼 通过实战理论培训，实现全面推广

旅文面临的第三个挑战来自如何进一步利用试点成果，推动更多产业持续改善。旅文FES工作组，集团FES专家及旅文创新领导力中心结合旅文试点改善项目案例，共同打磨和设计线上FES工作坊。将“战略解码”、“战役管理”、“价值流程图”、“销售作战室 (Growth

Room)”、“工具萃取”等FES核心工具与理念，以试点案例讲解形式与旅文旗下业务单元100余位高管同步分享，取得了良好效果与反馈，并激发多个业务团队提出FES改善需求。同时，旅文FES工作组也积极组织旗下业务单元高管，参与集团FES公开课学习，加强核心高管对FES管理理念的理解。

建立工作例会机制，持续迭代和共创

旅文专项工作组也在内部建立了双周例会机制，例会邀请所有FES改善项目团队及集团FES专家共同参加，围绕改善项目推进，FES体系建设进化迭代等议题进行讨论和信息互通，及时发现和解决改善项目推行期间遇到的难点。

2022.05.31

健康 HEALTH

复星诊断新冠核酸 + 抗原双证 持续助力疫情防控

◎文|梁雪 曹洁培

为助力打赢抗击疫情保卫战，复星诊断争分夺秒、攻坚克难，为疫情防控赋能。目前，复星诊断新冠核酸试剂和抗原试剂均已获批，是同时取得新冠核酸和抗原试剂注册证的双证企业之一。通过新冠核酸及抗原联合检测，实现灵敏高效的精准检测，可最大程度缩短新冠病毒检测窗口期，提高检出率，更好地助力全球疫情防控。

复星诊断新冠核酸检测试剂采用3靶标检测（单管检测ORF1ab、N和E基因），序列为自主研发设计，覆盖已知变异株，3靶标结果相互验证，来应对新冠RNA病毒变异频繁的风险，对低病毒载量样本及发



生点突变的病毒株，不易发生漏检；结合高达300 拷贝/mL的灵敏度，可最大程度地减少漏检和复查。该试剂已获NMPA、

CE、FDA EUA、WHO EUL以及TGA等证，已支持国内外10余个国家和地区用于疫情防控，在产品质量及售后服务上深受

认可。

复星诊断新型冠状病毒（2019-nCoV）抗原检测试剂盒（胶体金法）用于体外定性检测鼻拭子样本中新型冠状病毒（2019-nCoV）核衣壳（Nucleocapsid, N）抗原。可用于体外定性检测到基层医疗卫生机构就诊，伴有呼吸道、发热等症状且出现症状5天以内的人员、隔离观察人员和其他有抗原检测需求的人员。

复星诊断具有完整的新冠解决方案，能够有效助力疫情防控，为打赢疫情防控阻击战，恢复社会经济有序运转提供全力保障。

复宏汉霖合作巴西龙头药企 汉利康等三款产品深拓拉美

◎文|周文婷

2022年5月11日，复宏汉霖（2696.HK）宣布与巴西本土龙头药企Eurofarma Laboratórios S.A.（下称“Eurofarma”）公司签署许可协议，授予其在16个拉美地区国家对公司自主开发的利妥昔单抗汉利康®、曲妥珠单抗汉曲优®、贝伐珠单抗汉贝泰®三款产品进行开发、生产和商业化权益。Eurofarma在面向拉美区域的创新药品引入和推广上具有丰富经验。此项合作的达成，不仅代表着复宏汉霖领先的产品品质和企业综合实力再获国际认可，更是公司加速国际化布局战略的进一步实践，为公司由biotech向biopharma的

进化蓄势聚力。包括本次与Eurofarma的合作在内，公司产品已触达19个拉美地区人口大国，覆盖逾90%的拉美人口。

根据协议，复宏汉霖将从此次交易中获得高达5050万美元的潜在收入，其中450万美元为首付款。Eurofarma将获得利妥昔单抗汉利康®在墨西哥、危地马拉、巴拿马等12个国家的独家权益；曲妥珠单抗汉曲优®在墨西哥、智利、厄瓜多尔等11个国家的独家权益；贝伐珠单抗汉贝泰®在墨西哥、阿根廷、智利等15个国家的独家权益。此外，Eurofarma还将获得上述三款产品在巴西的半独家权益。

复宏汉霖致力于凭借强大的产品研发、前沿的生产与质量体系及卓越的商业化能力，携手价值链上的伙伴积极布局拓展全球生物药市场。汉曲优®（欧洲商品名：Zercepac®）是首个中欧双批的国产单抗生物类似药，其与汉贝泰®均由公司自建团队进行中国市场的商业化推广。汉曲优®150mg/60mg双规格均已被纳入中国医保目录，迄今已惠及逾5万名患者。汉利康®是中国首个生物类似药，自2019年获准上市以来已惠及超10万名中国患者。此外，复宏汉霖围绕汉曲优®和汉利康®两款产品前瞻性地开展了国际商业化布局，积极开

拓海外市场。公司针对汉曲优®携手全球商业合作伙伴Accord Healthcare、Cipla、Mabxience和雅各臣药业等国际一流的生物制药企业，全面布局美国、加拿大、欧洲以及众多新兴国家市场，覆盖全球80多个国家和地区。作为国产生物药“出海”代表，Zercepac®（150mg）已于英国、德国、西班牙、法国、意大利、爱尔兰、匈牙利、瑞士等近20个欧洲国家和地区成功上市。不仅如此，公司已与哥伦比亚制药企业Farma de Colombia达成合作协议，以促进汉利康®在哥伦比亚、秘鲁、厄瓜多尔及委内瑞拉的商业化。

创新研发驱动 复星医药入选“全球医药企业研发管线规模 Top25”

◎文|潘勇霆

日前，全球医药智库信息平台 Informa Pharma Intelligence发布《2022年医药研发趋势年度分析》白皮书（Pharma R&D Annual Review 2022），复星医药入选“全球医药企业研发管线规模Top25”榜单，以68项研发管线规模位列全球第23位，Pharma Intelligence在榜单陈述中特别指出，从2021年到2022年，复星医药研发管线整体规模数量提升显著，较2021年度增长了127%。

复星医药（股票代码：600196.SH；02196.HK）以创新研发为核心驱动因素，通过自主研发、合作开发、许可引进、深度孵化的方式，围绕肿瘤及免疫调节、代谢及消

化系统、中枢神经系统等重点疾病领域搭建和形成小分子创新药、抗体药物、细胞治疗技术平台，并积极探索RNA、溶瘤病毒、基因治疗、靶向蛋白降解等前沿技术领域，提升创新能力。同时，通过全球研发中心对创新研发项目的一体化管理，推动创新技术和产品的开发和落地。复星医药自2009年开始布局自主创新研发，并搭建了小分子化学创新药和大分子生物创新药平台，在中美两地设立国际化研发平台。近年来，复星医药持续加大创新研发投入，2021年研发投入共计49.75亿元，同比增长24.28%。截至2021年末，研发人员超过2,800人，其中超

全球医药企业研发管线规模 Top25”榜单

过1,500人拥有硕士及以上学位，约占在员工总数的7.85%。截至2021年末，复星医药在研创新药、生物类似药、仿制药、一致性评价等项目超240项，其中创新药64项。

复星医药与 VerImmune 签订协议于中国独家开发及商业化肿瘤免疫药物 VERI-101

◎文|吴汉婴

全球化医药健康产业集团上海复星医药（集团）股份有限公司（“复星医药”，股票代码：600196.SH；02196.HK）宣布，2022年5月18日，旗下位于美国的控股子公司Fosun Pharma USA和VerImmune签订《独家许可及选择协议》，Fosun Pharma USA 获VerImmune许可在中国大陆及港澳台地区（“区域内”）及治疗、缓解、诊断或预防人类或动物疾病领域（“领域内”）使用其专有技术和专利独家临床开发、进口及商业化基于类病毒颗粒的肿瘤免疫药物VERI-101。

根据协议，VerImmune将获得至多总计1.25亿美元的首付款及里程碑款项，以及根据许可产品于区域内的年度净销售额达成情况、按约定比例区间（3%至10%不等）的销售提成。VerImmune 就VERI-102、VERI-103、VERI-104、VERI-105（与许可产品同系列、但分别靶向不同人类白细胞抗原（HLA）类型的产品）及其它同系列产品（以下合称“备选产品”）授予 Fosun Pharma USA 独家选择权。Fosun Pharma USA 有权在备选产品于区域外（即中国大陆及港澳台以外的地区）进入临床 III 期试验前决定是否行使该选择权。

宁波星健兰亭成为全球首家 DNV 三级认证养老机构

◎文|孙燕燕

宁波星健兰亭作为复星康养旗下高品质全链条康复护理机构，是集医疗、康复、护理一体的CCRC乐龄社区。在2022年DNV检查中，宁波星健兰亭社区感染风险管理成熟度达到3级标准要求。这是自DNV MYCARE认证标准公布以来，国内乃至全球第一家通过LEVEL 3认证的养老机构。作为宁波第一家成熟运营的高品质养老社区，星健兰亭以完善的EHSQ管理体系为方

针，从细节处把握长者需求与服务品质。2020年9月，星健兰亭成为国内首家进行感染风险管理标准认证的养老机构，也是全球康养领域首家获得此认证的高端养老社区，展示了复星康养对公共卫生的承诺。

DNV·GL作为全球领先认证机构之一，具有150年以上的历史，服务超过10万个客户，其建立的感染风险管理成熟度评估规范



宁波星健兰亭长者幸福的模样

是国内首个关于感染控制，公共卫生健康防护的认证标准，该标准对项目运营有着近乎严苛的要求。DNV MYCARE认证标准可分为五个等级——初始阶段、可重复阶段、已定义阶段、定量管理阶段、卓越阶段。

65.88% 品牌价值增长 豫园荣登中国上市公司品牌活力榜第八名

◎文|王天璇

5月10日，2022中国上市公司品牌价值榜（以下简称“中国上市公司价值榜”）正式发布，该榜单由每日经济新闻与清华大学经济管理学院中国企业研究中心依托权威数据联合发布，伴随“中国品牌日”的设立已连续推出了6年，是中国经济进入高质量发展新阶段的力量体现。今年，豫园股份以65.88%的品牌价值增长率在“活力榜Top100”中位列第八，展现了企业良好的发展前景和投资价值。

豫园股份作为在中国资本市场驰骋30年的老八股之一，将东方生活美学作为置顶理念，在夯实基本盘业务的同时，积极探索全新业务增长曲线，并通过战役机制推动组织成长。

品牌不断创新，发展“含金量”足

豫园股份旗下拥有18个中华老字号，厚重的历史积淀与优质的工艺传承让这些老字号品牌拥有了极佳的口碑，但老字号必须立足新的消费文化、技术和需求，才能获得源源不断的发展动力。

于是，豫园股份旗下老字号松鹤楼率先探索连锁化发展之路。2021年，松鹤楼面馆连锁化驶入快车道：全年新开60家门店，并不断深化全国布局，截至2021年底在上海、北京、深圳等8个城市已拥有81家门店，且已签约门店超过32家。

继松鹤楼之后，春风松月楼的连锁化提速也蓄势待发，经过两年的研发、筹备与试点，品牌包括素菜包在内的招牌产品已经具备了大规模高品质生产的条件，春风松月楼的连锁化在2022年按下快进键，计划实现20家门店的突破。

同时，豫园餐饮板块已全面进入科技

赋能发展的阶段，未来，旗下企业将通过消费者需求洞察、基础研究、应用研究、产品验证、消费者体验验证等复合功能，为豫园旗下更多的餐饮和饮食品牌发展提速加码。

展现“中国制造”力量 演绎东方生活美学

当文化复兴释放出巨大消费红利，豫园快速抓住消费转型升级的时代机遇，力争成为美好生活的引领者。

2018年，老庙古韵金系列一炮而红。2021年，老庙古韵金继“好运连连”、“福运绵绵”、“竹韵年年”之后，进一步别致出新，与世界文化遗产大明宫IP联手打造第四期产品“鸿运升升”系列，古韵金也持续成为豫园珠宝板块的销售爆款，整个古韵金系列全年销售近40亿元。

今年4月，豫园股份旗下国表品牌海鸥表与经典游戏王者荣耀首次破次元联动，融合游戏中的中国传统元素和文化内涵，以海鸥突出的机芯实力和“换肤”创意设计为支撑，带来边界系列联名款腕表。

聚焦社会责任，共谱可持续未来

自去年以来，豫园也将对社会和经济可持续发展的责任融入公司的经营理念。作为植根上海的家庭快乐消费产业集团，豫园股份始终不忘践行企业社会责任。

疫情伊始，豫园股份通过复星公益基金会，向上海志愿者服务公益基金会、仁济医院、瑞金医院、黄浦区疾控中心、青浦区红十字会等单位捐赠防疫物资，紧急驰援中药汤剂、防护服、口罩、手套、消毒水、折



2022中国上市公司品牌价值榜TOP 100活力榜

叠床等各类抗疫及生活物资数十万件。

豫园股份也是疫情期间首批物资保障供应重点企业。公司旗下中华老字号品牌童涵春堂推出“远程咨询”服务，通过云问诊的方式满足市民日常的寻医配药需求，并积极开展团购，为市民物资供给工作保驾护航。

与此同时，豫园股份也动员员工积极加入志愿服务队伍中。根据不完全统计，截至目前已有349名员工实际参与各类防疫支持工作，其中党团员占比45%，累计服务时长超过1.58万小时。

百合佳缘更名“复爱合缘”

◎文|王呈恺

5月20日，百合佳缘集团宣布正式开启全新品牌升级计划，更名为“复爱合缘集团”。“复爱合缘”的品牌含义代表着一种爱情关系的维系，即以爱情关系为核心，阐述爱情连接、维系和见证的三大业务支柱。

未来，集团将会加速构建和整合婚恋、娱乐社区、婚嫁三个赛道，成为以品质驱动的爱情关系产业集团。截至2022年4月底，集团整体累计注册用户数已超4亿、MAU达1110万、遍布全国的服务门店超过200家。

传统婚恋社交板块，目前“百合网”、“世纪佳缘”两大知名婚恋平台已成为赛道内的头部品牌，合并注册用户累计超过3.6亿。据比达咨询发布的《2021年度中国互联网婚恋交友市场研究报告》显示：“百合佳缘”以25.1%的占比稳居国内婚恋大市场收入份额首位。

娱乐社区板块承担着用户对爱情关系的维系，比如“复爱合缘”旗下的情侣社区平台“恋爱记”。此外，复爱合缘集团还通过参股“测测星座”与“Hello Talk”的方式丰富情感细分社区领域，并将以填充资产和扩大规模的方式，进一步补充“维系爱情关系”的用户场景，以资本操作为主，不断扩大该板块的范围并与现有资产连接，形成生态关系。

婚嫁业务板块也处于高速布局和整合发展的过程中。目前复爱合缘集团拥有了“喜铺”、“汇爱”、“艾恩”、“爱菲尔”、“喜庄”等多个知名婚礼品牌，全面覆盖婚庆、婚礼堂、婚礼培训策划等多个领域。

豫园商城 推首款数字化艺术藏品

◎文|范煜昊

日前，豫园商城携手大禹动漫、UOVA宇宙，以时下年轻人最喜爱的方式，赋予豫园神兽们数字化生命，打造首款数字系列藏品——《豫跃龙门 无邪时代》，并于5月21日-26日，在杭交旗旗下“虚弥SHOWAPE”平台进行线上发售，开启了迈向“元宇宙”的第一步。

疫情初期，豫园商城以神兽为主角，开发线上祈福小程序，对神兽数字化进行初步尝试，受到不少粉丝的欢迎。如今，数字化神兽正式上线，并与大禹动漫的“小鲤与琥珀”合体，以6款数字藏品的形式，在福禄天成、祥云瑞气、镇宅赐福、招财纳福、步步高升、吉祥如意等不同场景中现身，真正成为一款值得收藏的艺术品。

《豫跃龙门 无邪时代》系列数字藏品是豫园商城构建“元宇宙”世界的第一步，但并不是豫园商城开启数字化探索的第一次尝试。早在2019年底，豫园便将故宫“复活”的《海错图》于园内落地。今年，与《食物语》游戏开展两次合作，将线下豫园完美复刻至线上，在游戏中推出豫园定制地图和家具套装，让玩家在游戏中得到身临其境的体验。

豫园商城在传递东方生活美学的过程中，不断深挖自身文化内容，并以全新的形式呈现在大众眼前。目前，乐游豫园小程序已实现了豫园全域场景数字化覆盖，为未来研发更多数字化衍生品，以及打造豫园“元宇宙”提供支撑。

复星旅文与中船风电签署战略合作协议

◎文|藤国

近日，复星旅游文化集团与中国船舶集团风电发展有限公司以“云签约”方式签署战略合作协议。复星全球合伙人、复星旅文董事长兼CEO钱建农，中国船舶集团产

业发展部主任、中船风电公司董事长吴兴旺出席签约仪式并致辞。复星旅文副总裁兼爱必依总裁陈宏进，中船风电公司副总经理（主持工作）郑松分别代表双方在协议上签

字。签约活动中，双方就海洋装备、邮轮游艇等海洋科技装备与海洋文旅产业协同方面加强战略合作、推进项目实施、实现共同发展，进行深入交流。

创造历史！狼队第五人格分部实现大满贯

◎文|彭怡君



狼队第五人格分部实现大满贯

5月3日，伴随着狼队捧起冠军奖杯，《第五人格》“深渊的呼唤V全球总决赛（COA V）”正式落下帷幕，狼队第五人格分部也在这一年完成了大满贯的成就，创造了历史。

在过去的一年时间里，狼队第五人格分部在《第五人格》赛事中展现出了强悍的统治力。先是拿到《第五人格》IVL职业联赛夏季赛的冠军，随后又在秋季赛中卫冕成功。在COA V的小组赛和淘汰赛阶段，狼队以连胜之姿闯入总决赛，面对强劲的对手——来自日本赛区的冠军队伍SST，迎来世界级的较量与挑战。

最终，狼队在决赛中成功斩获COA V全球总决赛总冠军，拿下队伍的首个大满贯，书写下属于他们的传奇。

复睿微电子完成首轮融资 复星高科、南钢钢联联合领投



复睿微电子

5月24日，国内芯片领域创新企业复睿微电子宣布已完成首轮融资，由上海复星高科技（集团）有限公司、南京南钢钢铁联合有限公司联合领投。本轮资金将用于产品研发以及核心技术团队打造与扩充。

复睿微电子植根于创新驱动的文化，通过技术创新改变人们的生活、工作、学习和娱乐方式。公司成立于2022年1月，目标成

为世界领先的智能出行时代的大算力方案提供商，致力于为汽车电子、人工智能、通用计算等领域提供以高性能芯片为基础的解决方案。目前，主要从事汽车智能座舱、ADS/ADAS芯片研发，以领先的芯片设计能力和人工智能算法，通过底层技术赋能，推动汽车产业的创新发展，提升人们的出行体验。

复睿微电子拥有一支业内顶级，能够全

流程覆盖芯片的研发设计、解决方案、市场销售、服务支持等完整架构的车规级大算力芯片团队。团队集聚全球顶尖数字芯片人才，核心成员主要拥有在海内外领先的优秀企业的工作经验。

复睿微电子董事长兼CEO王立普表示：“在智能出行的时代，芯片是汽车的大脑。复星智能出行集团已经构建了完善的智能出行生态，复睿微是整个生态的通用大算力和人工智能大算力的基础平台。复睿微以提升客户体验为使命，在后摩尔定律时代持续通过先进封装、先进制程和解决方案提升算力，与合作伙伴共同面对汽车智能化的新时代。”

复星国际董事长郭广昌表示：“生物医药和人工智能是21世纪硬科技赛道的两颗明珠。复星作为一家植根中国的全球化企业，在生物医药领域已经取得了一些成绩，同时我们在智能制造领域也有重大布局。智能出行，是未来智能制造板块的核心业务。很高兴看到复睿微汇聚了业内精英，业务方向精准，战略清晰。相信复睿微一定有广阔的空间和快速的发展。”

南钢印尼金瑞焦炭项目 首座焦炉正式出焦

◎文|南钢宣

5月7日10时28分，南钢印尼金瑞公司首座焦炉顺利出焦，成为印尼青山工业园区焦化产业园首家投产的企业，将为印尼当地经济社会发展注入新动力、激发新活力。这是南钢进军国际市场的重大里程碑，是对“一带一路”倡议的珍贵献礼，是对工程项目所有参建单位的莫大激励。南钢党委书记、董事长黄一新，总裁祝瑞荣，副总裁、首席投资官林国强发来签名贺信。

南钢印尼金瑞新能源科技有限责任公司年产260万吨焦炭项目，位于印尼中苏拉威西省 Morowali 县Bahodopi镇青山工业园。项目部在南钢领导、相关部门的关心支持下，在相关方及各施工单位的团结协作下，克服疫情、高温、雨季、物资匮乏等众多困难，按极具挑战的工期目标全力组织推进“三通一平、焦炉砌筑、焦炉烘炉、设备调试”等现场施工，并完成国内物资采购、物流渠道开发、首船开炉煤极限接卸等工作，成功实现了2号焦炉的顺利出焦。印尼金瑞公司，为南钢打造海外原材料生产基地、谋划南钢海外产业蓝图迈出了坚实的一步，也为后续印尼焦炭项目建设奠定坚实基础，开辟出南钢全球化事业的崭新局面。

谁来链接长三角一体化时代的沪杭？

◎文|周一帆

2021年，杭州重新调整了全市的行政区划，临平区作为一张崭新面孔，区域的未来发展引起了广泛的关注。

在杭州首个科创蜂巢落位临平后，作为肩负产城融合使命的复星蜂巢，始终以推动城市发展，带动区域产业提升，构建幸福生活场景为目标。

临平，从杭州北大门到融沪桥头堡

2009年，沪杭高铁通车了，临平有了高铁站。2012年，地铁1号线的通车，让临平和杭州主城区无缝对接。临平所在的余杭经济开发区经过几年的连续发力，带动了一批中高端产业落地。

2019年底，国家正式出台了长三角一体化大战略，区域迈向了都市圈、城市群一体化协同发展阶段。以“强化区域联动发展，共同打造世界级产业集群”的G60科创走廊对于长三角一体化的推动和临平的高质量发展的意义不言而喻，作为G60科创大走廊上的重要战略节点，临平成为杭州接轨大上海、融入长三角的天然“桥头堡”。

临平崛起看东湖，东湖崛起看核心区

融入大上海，面向长三角，高水平打造重要门户枢纽、高起点推动产业联动和协同创新的平台，随着城市能级不断提升下，临平对产业导入、商业氛围、商务空间等多方面形成了高纬度的增长需求。而这也正是复星蜂巢结合城市特点和需求，量身打造产城

融合方案，落地杭州首个科创蜂巢-复地复创云城的发展目标。

2021年，杭州行政区划划分调整。在临平的全新规划中，东湖新城是临平城市发展的核心区域，将聚焦高端装备制造和生物医药两大产业体系，致力于打造成为“未来智造城”。

我们发现，东湖新城虽然发展迅速，但绝非摊大饼式分散建设，而是集中力量办大事，聚焦发展东湖新城9平方公里核心区，再向外围拓展。由此不免得出结论：临平崛起看东湖，东湖崛起看核心区。

而蜂巢项目复创云城，就位于荷禹路和五洲路是东湖新城发展的纵横主轴上，区域以复创云城为坐标原点，将建设高铁枢纽、商旅走廊、森林公园、市民广场、文化中心、体育中心、综合医院等重大基建项目。蜂巢项目将充分将城市、产业、生活全线串联，人流、商流、物流在此汇聚生长。

TOD模式，蜂巢迈下城市同频发展脚步

城市的繁荣崛起与其高效的运作方式不无关联，而在回溯全球一线城市的开发路径后，备受推崇的TOD模式成了最闪耀的焦点。

纽约新世贸中心，集购物中心、转乘站和人行步道网络于一体，链接11条地铁及通往新泽西的PATH地铁，每年仅观光游客就可达到1500万人。东京涩谷未来之光，是集商业、办公和公共配套为一体的TOD综合体，单站每天300万客流，是日本各种



东湖新城规划示意图

流行元素的发祥地。

蜂巢项目复创云城作为地铁上盖物业，正以TOD模式的强大优势，整合起城市资源和价值。复创云城与地铁9号线无缝衔接，这条线路将东湖新城、临平新城与乔司一线贯穿，往来的商务人士免受换乘之苦，一趟直达钱江新城与城东核心。随着城市发展，地铁的辐射能力呈几何级增长，其对城市发展的影响也显而易见。复创云城的这种TOD模式，与直接在交通沿线上摊大饼式“盖项目”不同，TOD开发模式注重从竖向上叠加城市功能，以实现产业集聚和复合型商业生态开发，优化城市结构和空间。

除地铁交通，复创云城近邻临平高铁站和规划中的临平北站，便捷高效链接上海虹桥、浦东，真正可以做到“双城生活”、“一日生活圈”。此外，东湖高架路、留石高架路北延、望梅高架路，3条南北向快速路，1条望梅路互通，构成“三路一环”的路网体系，与杭州主城区实现半小时通勤。

在交通与消费空间更紧密的未来，交通会成为人与消费、城市与经济发展的桥梁。因此，在地铁、高铁、城际加持之下的TOD，通过对接上海都市圈和长三角城市群，使资源要素在这里加速流动、整合，打造产业集聚、商业繁荣的TOD新城。

2022年3月中旬以来，面对严峻复杂的疫情形势，复星聚焦民生所需，迅速响应市委、市政府及民政局关于疫情防控工作号召，3月10日即成立复星春季抗疫战时指挥部（简称“抗疫指挥部”）。在抗疫指挥部领导下，上海复星公益基金会（简称“复星基金会”）牵头，联合内外部公益伙伴多方驰援，覆盖上海社区、养老院、儿童福利院等不同区域群体，陆续发起“爱心车队-高校驰援”、“社区驰援”、“老吾老”、“幼吾幼”、“增援北蔡”等专项行动。截至5月25日，复星基金会累计向上海市16个区952个社区、279家养老院及200余家大中小学、医院、方舱等各类单位捐赠防疫及生活物资603.4万件。

平均年龄不到28岁 这支援沪“娘子军” 在浦东北蔡“抢绿”

◎文/邹娟

4月30日，在北蔡抗疫攻坚的关键时刻，复星抗疫指挥部第一时间响应，从广东深圳、佛山和安徽合肥三地的复星旗下医院抽调30位专业护理人员，48小时内完成北蔡集结。

这是一支清一色的“娘子军”，平均年龄不到28岁，大部分为“90后”和“00后”。她们的共同目标只有一个——“抢绿”，就是要在最短的时间完成核算采样，确认“绿码”居民。

年轻的生力军在北蔡支援

来自佛山复星禅诚医院的汪敏，是个性格大咧、爽朗乐观的“00后”，有过支援佛山和深圳抗疫的经验。她和同样年轻的队友出任务时，总抢着“难点”上。有时坐在皮卡车斗里，有时还需要爬到大棚上，隔着铁皮围栏给居民们采样。

知道我们是从广东过来，他们会说，哇，你们好厉害哟，从广东这么远的地方过来支援。辗转在各个街道和社区，在紧张的采样任务中，汪敏总能碰上一些可爱的北蔡居民。

5月3日中午，气温快速攀升。来自深圳恒生医院的吴贝贝到达第五个流动采样点

时，防护服内的衣服已经湿透。这位队友口中的“元气少女”有些喘不过气来。没有遮荫的大树，也没有阴凉的地方，她只能透过小小的缝隙给居民们采样。

背后有人悄悄为她撑起了一把遮阳伞。她转身看到，忙说“谢谢”。“这是应该的，走吧，下一个点，我陪你去。”撑伞的是一位居民志愿者。

吴贝贝说，那一刻，她觉得眼睛里辣辣的，不知道是汗水还是泪水。

“第七个流动点进行核酸采样的是一批可爱的环卫工人。我跟他们说，我们都有一个共同使命，那就是为上海‘抢绿’，你们为了环境绿化，我们为了居民健康绿码。”同样来自深圳恒生医院的易嘉丽隔着面屏微笑着说。

面屏上的水汽，已经挡住了她的视线。“顺利完成采样后脱下防护服那刻，口干舌燥，感觉身上每个毛孔都在大口地呼吸。”易嘉丽说。

这时，一旁的吴贝贝说心跳得很快，头有点晕。易嘉丽问她能否坚持，吴贝贝点头。

结束一天工作，完成全身消杀、自测核酸、工作复盘等“标准动作”后，姑娘们已经瘫倒在各自床上。每天最开心的就是和家人



汪敏和队友在流动采样点为居民做核酸

视频，报平安，让家人放心。当问到有没有什么娱乐活动时，易嘉丽拿出了她和队友们自信满满的手工作品——自制“大牌包包”。简单轻便的包包，出任务时可以放手机和消毒湿巾等，还很时尚，姑娘们眼中的上海是时尚之都，背上它们上街，满满的时尚感。

护士长“大姐姐”是坚实的依靠

安徽济民肿瘤医院护理部主任宋丽是此次复星援沪医疗队的总领队。“80后”的她是两个孩子的母亲，“心里也有压力和牵挂，但家人们都很支持我冲到最前线。”

宋丽介绍，复星援沪医疗队到达北蔡后迅速整编入东方医院的统一排班管理中。每天凌晨2点，确定团队分工后，她会根据前一天的采样情况和队员们的身体状况再做细化安排。清晨6点，当天任务通知到每位队员。7点，准时出发。

每次出发前，宋丽都会仔细检查每一位队员的防护措施是否落实到位，“大伙儿都好好的，才能持续保证完成任务。”领队的工作量很大，宋丽几乎每天只能睡三四个小时，一早又要精神饱满地投入新一天的“战斗”。

同样来自安徽济民肿瘤医院的饶晓叶是此次援沪医疗队中唯一一位“70后”，拥有18年专业护理经验。在出发之前，医院领导曾担心她的情况，但她说：“不要担心，我体力跟得上，而且家里也没有什么后顾之忧，让我上吧。”

作为队伍中的“大姐姐”，饶晓叶会主动在生活方面协助队长，照顾其他队员。“虽然我们不是来自同一家医院，但都有同一个心愿，那就是希望上海早日恢复如常。”饶晓叶说。（转载自“澎湃新闻”）



扫码观看视频

援沪25天后 她们与上海有了下一个约定

◎文/曾炜婷

站在清风徐徐的黄浦江边，易嘉丽右手举起手机，左手比“V”，露出灿烂的笑容，给自己与江对岸的陆家嘴合了影。20多天前，她和队友们驰援上海北蔡，在集合出发前拍大合影时，她比了同样的手势，并对着镜头元气满满地喊出——“上海加油！”

5月1日至25日，这支“娘子军”，共完成20.9万人次核酸采样，覆盖北蔡镇461个点。圆满完成采样任务后，浦东新区卫健委为她们授予了荣誉证书，表彰她们在大上海保卫战中做出的重要贡献。

“北蔡的25天，大家想的都是让居民们早日恢复到健康绿码，这也是我们与上海的第一个约定。”来自深圳恒生医院的易嘉丽和小伙伴相视一笑，脸上露出胜利的喜悦。

27日这天，她们早早起来，无需穿上双层防护服，还对着镜子美美地化了淡妆。出门前，姑娘们还不忘背上仔细消杀过的手绘自制“大牌包包”，这是她们给自己的援沪“纪念品”。她们兴致勃勃，奔赴一场期待已久的“约会”，这也是她们与上海的第二个约定，一起去打卡外滩、黄浦江、艺术中心，感受时尚之都的魅力。

“在这次支援前，上海是我最想来旅游的城市之一，浪漫老街，精致洋楼，繁华之都。这次来支援看到的是人间情暖、友爱互助，抗疫路上，许多暖心瞬间给我留下



姑娘们在复星艺术中心露台合影留念

深刻印象，成为我人生中的一次难忘之行。”来自佛山复星禅诚医院的林显凤说，在她心中，上海一直都是美丽繁华的国际大都市，没想到因为疫情，自己会以这样一种特别的方式与它见面，“如今，看到上海渐渐开始复苏，大家都特别高兴。”

凹造型自拍、与地标合影、欣赏外滩美景……姑娘们在北蔡期间许下的愿望，都一个个实现了。往日的“元气大白”摇身一变，成为了外滩的“时尚超模”，平日在工作中严肃认真的她们，又展现出了天真烂漫的“小女孩”模样。

逛完外滩，易嘉丽和小伙伴一起前往了“网红打卡点”——复星艺术中心。当拐至

露台时，队员们惊喜地发现了早已等候着她们的复星总部同事们。“花都开好了，我们爱上海——复星医疗队圆满完成援沪任务”，一个大蛋糕被缓缓推上前来。随后，复星抗疫指挥部为她们分别送上经典的上海牌定制手表，作为此次援沪行动的特殊纪念，表盘背面刻有“携手抗疫 守护同心”八个字。

复星国际执行总裁、复星基金会理事长李海峰表示：“30位医护姑娘，召之即来，来之能战，20多天来，大家想的是再快一点、多做一点，助力上海早日恢复如常，是我们作为一家民营企业应有的责任与担当，也是复星一直以来秉持的‘助天下’初心。”

“这次援沪经历让我重新认识了新时代的年轻人。在她们身上，我看到的是不亚于军人的执行力、纪律性和奉献精神。”队里的大姐姐、来自安徽济民肿瘤医院的桑丽敏说，每次出完任务后，年轻的姑娘们会分享遇到的困难，以及有趣和感动的点滴瞬间，自豪地分享当地居民向她们表达的谢意，骄傲地展示当天取得的成果，“每每这个时候，我都会为自己能够成为她们中的一员而骄傲。”

“第一天采样时，我心里还是忐忑不安的，生怕姑娘们出纰漏。后来看到大家熟练操作、密切协同，起初的紧张不安，在之后的一次次反复操作中消失，唯一不变的是姑娘们想要打赢这场北蔡攻坚战信念和决心。”佛山复星禅诚医院小分队队长黄柳芳回忆说。

5月28日，圆满完成采样任务的姑娘们将陆续踏上返程。“等到上海恢复往日的精彩时，一定还会再来。”看着眼前的外滩，易嘉丽和姐妹们许下和上海的下一次约定，去复星艺术中心看展览、去迪士尼玩、逛逛热闹的豫园和枫泾集市、尝尝南翔小笼包和城隍庙梨膏糖……



扫码观看北蔡“娘子军”视频

2022.05.31

抗疫 FIGHT AGAINST COVID-19

再快一点、多做一点 复星基金会积极守“沪”

◎文|刘帅 曾炜婷



“社区驰援”物资送达闵行区邻里苑居委



“幼吾幼”团队送物资到嘉定体育馆方舱



长宁区新泾镇长者照护之家收到“老吾老”防疫支持包

上海复星公益基金会（下称“复星基金会”）在上海市民政局指导下，先后启动“社区驰援”“老吾老”“幼吾幼”三个项目，分别针对社区、长者、妇幼等群体进行精准驰援。

3月上旬，总部设在外滩金融中心的复星抗疫全球指挥部开启“战役”模式。复星抗疫指挥部总指挥、复星基金会理事长李海峰多次表示，“我们要发挥社会组织的力量，为这个城市多做一点，做实一点”。4月1日起，40多名复星员工暂别家人，集中驻守在指挥部一线。

“社区驰援项目”：610次驰援 30000公里爱心足迹

在本轮上海疫情中，社区志愿者为守好“最后100米”，承担着为居民买菜买药、配送物资、协助核酸检测等多重工作。面对突然增加的工作负荷，不少社区一度陷入防疫物资紧缺的窘境。

截至5月10日，共计610次社区驰援需求由复星基金会联合18家公益机构及企业、23位爱心人士筹措解决。自4月1日启动

“社区驰援”行动以来，复星驰援足迹最东点落在滴水湖附近的临港新片区，最远是距离复星物资仓库80余公里的金山区行政服务中心，最密集的驰援行动分布于浦东地区，有144次。

为了实现高效驰援，复星基金会设计了“防疫支持标准包”。根据社区实际情况变化，“社区驰援”有两次升级：一是迭代防疫标准包为“升级包”，每套数量更大，增加了抗原试剂等，品类更丰富；二是把位于黄浦江畔的复星艺术中心临时征用为物资仓库，方便调运。升级迭代后的支持包，每套可满足一个社区约40天的防疫需求。复星艺术中心360平方米的大堂日均囤放224840件抗疫物资，成为了最具艺术感的“快闪”仓库。

“老吾老项目”暖心帮助逾250家养老院上万名老人

4月15日，复星基金会启动“老吾老”公益项目，精准解决老年人群对于药品及生活、抗疫等物资的紧急需求。截至5月8日中午12

点，“老吾老”项目已为全市250多家养老院10000余名老人送去各类物资超45万件。

上海有800多家养老院，85岁以上高龄老人占多数，除了药品，纸尿裤是老人最急需的物资。得知这方面的具体需求后，“老吾老”团队从福建紧急调配了1500袋成人纸尿裤和护理用品，这些物资丰富了项目的防疫支持包，升级后的支持包内含多种防疫产品，还有纸尿裤、护理垫或拉拉裤，可满足300位老人以上较大规模养老院所需，精准解决养老院“消杀、防疫、护理”这三项最关键的需求。

营养品对老年人也十分重要。在接到黄浦区豫园街道长者照护之家、老年护理院等机构的需求后，“老吾老”团队紧急筹措了3600盒牛奶和3600枚鸡蛋，复星基金会理事长李海峰当天就带队把物资送到长者们的手中。“想他们所想、急他们所需，这就是我们‘老吾老’的初衷”，李海峰说。

考虑到不少老人患有慢性病、基础性疾病，需要长期服药，4月20日起，“老吾老”项目联合卓尔荟诊所为有应急需求的老人配药、送药。9天时间，团队为27家养老

院，150余位老人送去40余种药品，用以高血压、糖尿病、心脏病、阿尔茨海默病等慢病治疗。

“幼吾幼”项目：守护6000多婴幼儿的微笑

“幼吾幼”项目4月20日启动，截至5月10日，已联动17家爱心企业及公益人士，完成22次驰援，精准匹配包括奶粉、米粉、肉松、纸尿裤、抗原、手套等共计94万件物资，帮助了6000多个婴幼儿及家庭。

仁济南院的驰援行动是“幼吾幼”项目启动的前奏。在接到医院的驰援需求后，复星基金会紧急调配了奶粉、米糊、婴儿纸尿裤，同时也配有成人安心裤、一次性内裤等物资，让孩子和大人都能安稳渡过难关。

随着“幼吾幼”行动的全面展开，更多紧急且特殊的求助第一时间得到了满足。这些受助人中，既有因确诊隔离而缺乏物资的患者及家属，也有儿童福利院、儿护中心内患有基础疾病急需救助的孤儿儿童，更有许多因物流不畅而导致物资短缺的普通家庭。

从春到夏 我们和你在一起

自复星抗疫指挥部3月10日开始对上海驰援以来，截至5月31日，上海复星公益基金会在上海市民政局指导下，联合复星体系成员企业及多家公益伙伴、社会爱心人士，先后启动“社区驰援”“老吾老”“幼吾幼”三个项目，累计完成**1305**个捐赠需求，捐赠各类防疫消杀、生活物资**623**万件。

捐赠给社区

完成**952**次社区需求，包括**279**家养老院
捐赠防疫、生活物资**209.1**万件

捐赠给医疗系统

捐赠给医疗系统**136.8**万件，包括**18**所方舱和**64**家医院
除了防疫物资，我们还向有低温存药需求的方舱捐赠了冰箱，向设有亲子病房的定点医院捐赠母婴食品用品等

捐赠给教育系统

120.1万件
包括**71**所高校和**6**所中小学

捐赠给机关事业单位

119万件



19 天驰援 94 万件物资 守护 6000 多个婴幼儿及家庭

◎文|陶宁宁



复星基金会“幼吾幼”驰援项目启动19天，联动17家爱心企业及个人，对22个求援信息，陆续驰援匹配包括奶粉、米粉、肉松、纸尿裤、抗原、手套等共计94万件物资，帮助6000多个婴幼儿及家庭。

更快速，为亲子病房雪中送炭

4月13日晚上11点，一辆厢式货车冒雨驶向仁济医院南部院区。司机打开货车箱门，由复星基金会驰援的奶粉、米粉、婴儿纸尿裤和成人安心裤、一次性内裤等物资堆满了货车车厢，身着“大白”的医护人员们快步上前，与司机一同在大雨中将一箱箱物资迅速卸下，马不停蹄地搬运至院内。

仁济南院是新冠诊治定点医院。仁济南院三分之一的患者是有基础疾病的儿童，医院专门设立了亲自病房，在上海抗疫战役最激烈的时期，200多个孩子和家属生活物资的紧缺成了摆在医院面前的一道大难题。

同样面临着物资难题的还有复旦大学附属儿科医院总部和金山公共卫生临时中心，情急之下，复旦儿科医院向复星基金会求助，仅仅数小时后，包括516罐奶粉在内的首批援助物资便已送至仁济南院。此后数日，更多针对母婴人群的生活物资和医疗防护物资相继送达三家新冠诊治定点医院。

更精准，满足孤残儿童的特殊需求

经过一系列需求调研、痛点梳理、内外部资源整合、流程调整以及救助包物资配置等更有针对性、更精细化的筹备工作，4月20日，复星基金会正式启动了“幼吾幼”驰援项目，以医疗体系、民政体系、妇联和街道社区为联络突破口，重点针对医院、社会福利机构、社区中的儿童和母婴人群开展驰援救助。“幼吾幼”专项启动后，我们的驰援工作更加精准。”邬敏雯说。

“没想到复星的速度这么快！”上海市

儿童临时看护中心主任陶颂华说，4月24日下午看护中心接到上级主管单位紧急通知，考虑到周边疫情严重，所有看护中心的孩子和工作人员都要马上搬至更安全的地点。4月25日，看护中心紧急搬迁，但物资短缺的问题却迫在眉睫。

“中心内1-14岁的儿童40多人，几乎

都有基础疾病，残疾率达到90%以上，其中不少是脑瘫儿童。”陶颂华解释，搬迁后主管部门安排了每日送餐，这些餐食对于成人和年纪较大的健康儿童自然适用，但看护中心内许多残疾儿童却无法正常吞咽食物。“过去，看护中心会对食物进行二次加工，可临时搬迁后一时间没有加工食物的条件，

加上原有的采购渠道物流受阻，没法买到米粉、米糊类食物，牛奶、水果等能为儿童补充营养的食品也暂时买不到。”

陶颂华说，除了孩子的食物之外，紧急搬迁后，如卫生纸等生活用品也出现短缺。

陶颂华立即向上级部门求助，并通过上级部门联系到了复星基金会，发出求助后不到两天，看护中心便收到了来自复星基金会的首批驰援物资：200罐供儿童食用的米粉和大批牛奶、水果、酸奶、鸡蛋、卫生纸等物资。这些物资都是复星基金会根据看护中心的特殊需求，紧急调配驰援。

更细致 让物资真正触达有需求的家庭

更快速、更精准、更细致……在“幼吾幼”项目启动之后，高效的行动、高标准地完成度，也让驰援工作获得了更多社会助力。

如何让每一笔捐赠都触达真正有需求的人手中？借助社区一线工作者的力量尤为重要。在徐汇区龙华街道党工委副书记杨晓晔看来，奶粉、婴儿纸尿裤等不同于一般的物资，必须要有更精准的分配，“不同年龄段的孩子用的产品都是不同的，物资错配就是浪费。”杨晓晔说，在需求收集工作中，一线社区工作者必须对所在社区的居民诉求有深入、详细的认识，除了要实时获取如12345等平台上的需求信息外，更要主动深入居民，这对社区工作者来说是很大的考验。

“老吾老”：他们的故事，也是我们的故事

◎文|谢诗晨 李和裕 张翼飞

15个区，超250家养老院 目前，已派发“老吾老”防疫保障包(物资单位:件)
超45万件物资
10000余名老人
平均年龄90岁...

- ① 抗原试剂 58,140
- ② 防疫消杀 310,616
- ③ 日常护理 46,616
- ④ 药品&食品 9,555

(截至2022年5月8日中午12:00)

驰援模式

- ① 联合捐赠 众人拾薪
- ② 闭环信息流+运输流供应链
- ③ 以应急响应落实保供
- ④ 细分子物资 精准适老
- ⑤ 标配产品 提升能效

还有一些小故事 也想讲给你听

- 一直做助老公益的田林东方幼儿园175名4-6岁幼儿及75名教职员工共创33幅画，也录制“童话”联合复星基金会“老吾老”项目送给养老院的爷爷奶奶
- 纸尿裤来得及时 我们已准备好床单被褥了
- 源麻撞了 我嘱咐老伴准时吃药
- 拉拉裤到了，杨老师很开心 你看，她玩起风车了
- 收到第一所送的药品了
- 收到李沁联合复星基金会捐赠的防疫包啦
- 白鹿联合捐赠的防疫包到了

2022.05.31

抗疫 | 星暖 FIGHT AGAINST COVID-19

318 个求助, 处理率 100% “星暖” 后援团是这样运转的

◎文|徐佳 李西茜 郭鑫

3月28日, 复星集团为保障复星一家20567位在沪员工及其家庭在封控期间的应急需求, 成立复星生态企业应急保障及员工关怀工作小组, 由复星抗疫全球战时指挥部统筹, 联合PR、HR、行政、党群等职能部门, 打通复星产业内生态资源, 并命名“星暖”, 寓意来自复星的温暖。

“星暖”分为统筹组、需求组、保障组、问诊组、物流组五个模块, 并以此为链条带动整个系统从终端到指尖的运转。截至5月27日, “星暖”累计处理疫情期间员工应急保障需求共318件, 处理率100%, 累计闭环率约100%。

宏观上的数字, 投射到微观的层面, 是一个个具体的人, 一个个具体的家庭。“总是去安慰, 常常去帮助, 全力去解决”, 总协调施喆总结“星暖”的信条, “我们关心你”。

5类SOP, 解5类燃眉之急

统筹组就是“星暖”的大数据平台兼调度中心。陶亮介绍, 每天早上的“星暖”例会建立起一套基本的行动指南。一条条的需求首先需要被分类——“求医问药”、“弹尽粮绝”、“无家可归”、“妈妈咪呀”、“无计可施”, 对应医疗、食品、住宿、母婴、突发五类应急难题, 且每一类都有明确的SOP。陶亮是“星暖”团队中唯二驻守在BFC的成员, 另一位则是总协调施喆。三十余天里, 两

人还承担起大量的一线“跑腿”工作, 解决了无数燃眉之急。

复星国际执行总裁, 抗疫指挥部总指挥李海峰表示, 早在两年前武汉疫情的时候, 郭同学第一时间就指示要保护好员工, 保护好员工家庭。“星暖”行动在某种意义上传承了复星“修身、齐家、立业、助天下”的文化价值观, 将员工视为一体, 且越是困难, 越是要在一起, 形成坚强后盾。在执行上, 复星抗疫全球战时指挥部则将“星暖”作为重要项目给予了组织保障, 推动复星生态间的贯通合作, 同时保证运力坚决到位。

283个钉钉群有“计”可施

许兴昱介绍, “星暖”每个阶段的求助点都不一样。第一阶段主要涉及食物紧缺; 第二阶段药品的诉求开始井喷; 第三阶段, 针对运力的特殊需求出现, 涉及孕产妇的接送, 复工复产员工的转运等; 临近小长假的第四阶段, 求助才趋于平缓。

作为复星员工生态官, 许兴昱担当了“星暖”的首席客服, 直接对接同学们的需求, 详细地问问题, 也贴心地送安慰。而陶亮和商业集团的王赞则提供了后勤保障, 是星暖的“采购大主管”。

这家诊所24小时在线

封控时期就医难。浦东闭环管理的第

一天, “星暖”线上问诊及时开通, 有赖于卓尔荟医疗团队的及时加入, 24小时在线, 为129位员工及其家人提供了医疗与药物保障服务。

用手动的方式 挑战平台级别的运力调度

无论是“求医问药”还是“弹尽粮绝”, 解决问题都绕不开运力二字。但终端运力是四月上海的难题, 特别是在前期缺乏“跑腿”接单的时候。“星暖”目之所及的车辆屈指可数, 总共不到十辆, 还不是专车专用。可需求天天都在增加, 多的时候20-30单, 不停浮动, 重要且紧急。

指挥部司机班领班陶毓炜一个一个打电话去和每一位司机沟通当日行程。他介绍, 司机班每天基本接到10单以上的需求, 在外工作10个小时以上。“星暖”要设法理顺路线: “西南方向合并”、“普陀凑单西北”。缺少“跑腿”, 李海峰同学也自驾送货上门, 并乐此不疲。

复星国际执行总裁、首席人力资源官潘东辉表示, “复星八件事讲客户优先, 员工也是五类客户之一。‘星暖’切切实实帮助员工解决了紧迫的需求; 同时展现出极高的行动力, 体现了每一位员工植根于内心的利他情怀。”

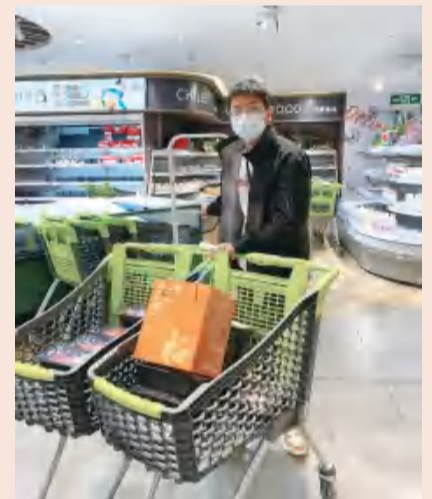
据悉, “星暖”也正在思考常态化运作的可能性, 未来将主动承担起帮助更多员工的责任。



311次“星暖”足迹



驾驶员汪兵身着复星抗疫指挥部T恤, 迅速响应“星暖”需求



陶亮在 BFC 饿了么超市采购

23 张医保卡 10 家养老机构 我给“老小孩”们送药

◎文|周挺 李西茜

家住徐汇区的周挺最近小小“出圈”了一次。自小区封控以来, 她和丈夫主动承担起小区居民配药和转运病人的任务。

每周一次 我给23位“老小孩”跑腿配药

居委会知道我是复星的员工, 工作是和医药打交道。4月1日办车辆通行证时帮我申请了一张。我就号召小区的志愿者, 组建了一支配药队伍。说实话, 去医院配药不是最难的, 难的是前端。很多老人没有微信, 甚至没有智能手机, 他们之前都是写纸条给居委会配药, 写了好多字可能



夫妻俩搭档帮小区居民跑腿配药

也没讲清楚需求。

为了提高效率, 我做了张表格, 让大家把身份证号、医保号、名字、配药的需求等基本信息填上, 还专门列了“是否调剂”一项。因为药品和物流都比较紧张, 不一定开到所有药。调剂又分两种, 一种是不同企业的同药名的调剂, 一种是医生建议的, 可服用的不同药。志愿者对独居老人一对一上门沟通。“调剂”这项需求是最难沟通的。大家嘴里常念叨的“老小孩”在这时候就表现出来了。当你跟他说医生说这是同样效果的药。这些老人真的就像小孩, 和你撒娇似的说: “不, 我不要别的, 就要这个。”其实老人是怕吃错药, 这时候我们需要耐心一点, 多和他解释几遍。我们也会让家属去劝老人。

配药的前一晚, 我得核对Excel表格上的所有信息, 还要核对结算清单。两台电脑打开不同的表格, 仔细查看几十项信息。第二天早上开车去医院, 一去就是一整天, 基本上一周要去一次。

配药跑腿我和我老公毫无怨言, 就是心里对女儿有点愧疚。我有2个女儿, 大的10岁, 小的8岁。我们在外面工作时没人给他们烧午饭, 只能大的照顾小的吃点面包

和牛奶。非常感谢姐俩, 我觉得她们真的能够理解我们。姐姐在我不知情的状态下拍下了我的工作日常。拍摄、剪辑、配乐都是她自学的, 我特别惊喜。

咱先救人, 你就别问我住哪里啦

除了配药, 我还负责小区病人转运。一天早上10点, 我突然接到志愿者电话说隔壁楼住的爷爷血压测不出来, 爆表了。去到家时发现老先生瘫在沙发上, 脸色很红, 说不出话, 脉搏杂乱。我虽然有急救证但也不是专业人士, 在等120的时候打电话问小区里的退休老医生, 对方说可能是脑出血。

我很担心, 就和老太太说我有出门证, 可以送到六院。临走时老太太一会儿和我说钥匙拿了没有, 然后一会又说你住几号, 是哪一个。我急的不行了, 又哭笑不得说: “阿姨你不要管我是谁, 你不要问那么多啦! 这件事情一点都不重要。先处理病人的情况。”老太太说: “不行的, 我一定要记得你是谁, 我要感谢你。”

幸好及时赶到医院。医生说是轻微脑出血, 打了点滴就回家了。我还是那句

话, 人老了就是“老小孩”。尤其是年轻人不在身边住的老人, 遇到突发状况没了主心骨, 需要大家帮忙。

配完药又帮买菜

最近几次配药都是我老公一个人去的, 他在我的带领下已经轻车熟路独立完成配药。复星基金会针对疫情期间老人用药难正开展老吾老的驰援项目, 我成了项目的运送司机。简单说, 项目组把药品需求清单报给我, 我再去卓尔荟诊所或者复星医药拿药, 送到目的地。这些药品都来自于捐赠, 我就不用保管医疗卡, 每次给医保卡消毒三遍, 还费劲地做结算表格了。

我工作轻松了, 但是帮助的人更多了。我给10家养老机构送过药。我第一次发现, 原来上海有这么多家养老院, 光是我住的地方附近就有五六家。

我还有空帮助老人买菜。很多老人消化不好, 我就买西红柿、豆腐这类可以烧得软烂的食物, 方便老人烧饭。每次见到我送菜他们都很开心。其实老人很好相处, 他们不怕被人烦, 也许你越多烦他几遍, 他越开心。

FOSUN TRADE
复星商社

保障保供 复工复产 找复星商社

48h
48小时内
送达

安全免费
配送

品质保证
价格优惠

复星商社，您可信赖的公共卫生 防疫保供一站式专家级伙伴

抗疫两年来，复星商社凭借强大供应链整合能力，为全球客户提供价值创造的综合贸易解决方案，驰援海外及国内多个省市抗疫攻坚战。本轮疫情以来，已累计提供防疫物资超亿件。疫情最吃劲的当下，复星商社按照疫情防控指引，致力于为各类复工复产的企业提供一站式、全流程、快速化解决方案。