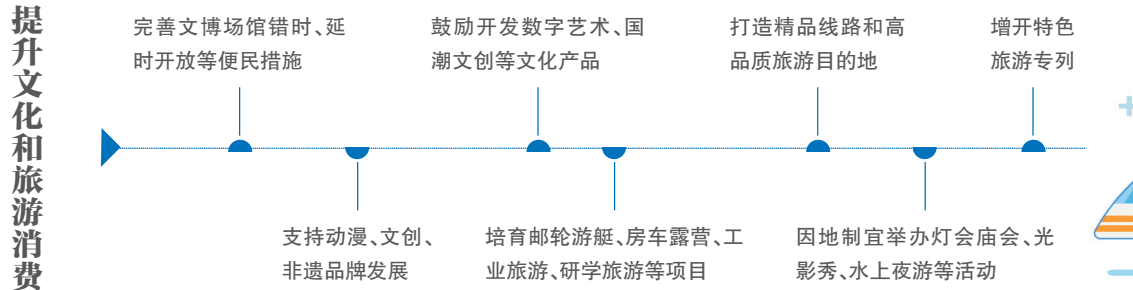


深化融合百业 “十五五”扩大消费加码文旅

7月13日晚,国务院印发关于《扩大消费“十五五”规划》(以下简称《规划》)的批复。《规划》明确提出,到2030年,居民消费率明显提高,社会消费品零售总额达到60万亿元左右,消费对经济增长的拉动作用进一步增强。在文旅方面,《规划》特别提到了扩大优质文化和旅游消费供给,打造精品旅游产品和线路,促进交通与旅游融合发展。在扩大入境消费方面,《规划》提出,稳步扩大免签国家范围,持续优化过境免签政策,进一步增开国际航线,重点增加欧美、共建“一带一路”国家等国际直航航班数量。多项举措之下,文旅发展再度迎来重磅利好。



航线,重点增加欧美、共建“一带一路”国家等国际直航航班数量。

从暑运国际航班情况来看,航班管家DAST观恒分析,中亚地区航线爆发式增长,恢复率高达358.8%。受中亚增量带动,西亚和南亚航线恢复率也分别达到107.3%和104.1%。此外,在国际加密航班数量前二十的城市中,莫斯科、伦敦、巴塞罗那、哈巴罗夫斯克4座城市入选,新兴目的地的权重持续上升。

此外,《规划》还围绕入境消费的品牌、支付及服务作出部署。例如,打造“购在中国”品牌,提升公共场所国际化服务水平,优化入境消费支付环境,推动入境游客办理快速通关、住宿登记、交通出行、电信业务、景点预约等事务便利化。打造具有高标识度和吸引力的消费品牌、文化地标、体验活动。培育面向国际的教育、医疗、会展等市场。

此前印发的《旅游强国建设“十五五”规划》中提到,依托国际消费中心城市和入境旅游重点城市建立入境旅游主干网络,打造一批入境旅游消费集聚区和友好型商圈。推行电子口岸签证和入境电子化填报、逐步推广刷护照进出站、优化外国游客国际互联网访问服务等。

北京第二外国语学院旅游科学学院教授谷慧敏表示,入境游市场正在展现出客群年轻化、需求数字化、体验深度化等新趋势。在我国入境旅游便利化提升获得显著成效后,当前入境游发展的关键在于如何深入挖掘入境旅游市场,构建面向未来的全新供给体系。

北京商报记者 关于辰 牛清妍

促进交通与旅游融合发展

在发展文化和旅游消费方面,《规划》明确提出,扩大优质文化和旅游消费供给,深化“文旅+百业”“百业+文旅”融合发展。丰富特色旅游产品,培育邮轮游艇、房车露营、工业旅游、研学旅游等项目。提升交通运输服务品质,增开特色旅游专列。

《规划》也在“提升文化和旅游消费”专栏中提出了促进交通与旅游融合发展的具体措施:结合实际开展机场、车站、列车、城市公交旅游化改造,开发特色化旅游专线,推出一批银发旅游等特色化主题列车,因地制宜打造

一批精品自驾旅游公路和主题邮局。鼓励地方结合高速公路服务区打造消费新场景。支持大型商业设施与交通枢纽互联互通。

就在今年6月10日,商务部等8单位印发《关于促进铁路与旅游融合发展 扩大服务消费的若干措施》。商务部服贸司负责人表示,以旅游列车等为代表的“交通+”服务消费发展潜力巨大,是服务消费重要的新增长点。

针对打造精品旅游产品和线路,《规划》提出,支持夜间文化和旅游消费集聚区发展。建设一批文化特色鲜明的旅游休闲城市和旅游目的地。因地制宜打造一批富有特色的近郊游、短途游、研学游、城市漫步、工业旅游、非遗特色旅游、红色旅游等线路。推介一批乡

村休闲旅游精品线路。鼓励有条件的地方丰富避寒、避暑、滨海度假等特色产品。

此外,《规划》还提到了发展文化和旅游消费新模式。提升国际邮轮港口、内河游轮港口消费场景品质,开发更多邮轮航线,推动夜游船高质量发展,完善休闲渔业船舶管理措施。

资深旅游专家王兴斌认为,此次印发的《规划》与日前印发的《旅游强国建设“十五五”规划》,对文旅发展作出了系统部署,体现出对文旅发展的高度重视,具有重要的指导与引领作用。对整个行业而言,也是一大利好,未来五年文旅产业将取得长足进步。

细看《规划》的多项丰富优质文旅产品供

给举措,王兴斌表示,这与当前国内旅游市场的新特征高度契合,居民出游需求正加速向小众化、细分化、体验化的方向演进,传统大众化产品已难以满足多元需求,因此从供给侧优化产品结构、丰富场景体验,是撬动消费潜力的关键抓手,也能更好回应人民群众多样化、品质化的出行期待。

共建“一带一路”国家航班增加

除了国内文旅供给,《规划》还聚焦入境消费,提出多项举措。

其中,《规划》提出,稳步扩大免签国家范围,持续优化过境免签政策。进一步增开国际

ST万邦创新药转型靠1.5亿元授权“托底”

靠着创新药授权托底,ST万邦业绩迎来大幅增长。7月13日晚间,ST万邦发布2026年上半年业绩预告,预计归母净利润6500万—9000万元,同比增长382.79%—568.47%,扣非净利润亦实现扭亏为盈。公司称,增长主要得益于公司由仿制药向创新药战略发展转型初见成效,其中与海翔药业就渐冻症新药WP205签订的1.5亿元合作协议成为核心业绩增量。

然而,亮眼数据背后仍有隐忧。一季度ST万邦尚有1.03亿元净利润,半年报报告却不足亿元,意味着二季度可能存在亏损。而公司寄予厚望的创新药石杉碱甲控释片,仅为2.2类改良型新药,活性成分已上市多年,并非真正意义上的突破性创新。从仿制药失速到创新药转型,ST万邦的扭亏之路能否持续,仍待市场检验。

一季度净利过亿,二季度反亏

业绩预告显示,ST万邦预计2026年上半年归母净利润为6500万—9000万元,同比增长382.79%—568.47%;扣除非经常性损益后的净利润为6121万—8621万元,上年同期为亏损2411.43万元,实现扭亏为盈。

对于业绩增长,ST万邦在业绩预告中表示,报告期内公司由仿制药向创新药战略发展转型初见成效,创新药对外授权许可业务取得进展,带来新的业绩增长点;同时,公司推动精细化管理,优化产品结构、调整市场布局,助力后续推动重点新潜力品种。

今年1月,ST万邦与海翔药业签订《创新药合作协议》,围绕渐冻症适应症创新药WP205的研发与商业化展开深度合作。根据协议,海翔药业将分两期支付1.5亿元合作款项,其中协议签订后5个工作日内支付80%即1.2亿元,剩余3000万元将在Ⅲ期临床方案与FDA达成一致,可以启动Ⅲ期临床研究或获得中国或美国(附条件)上市的通知后5个工作日内支付。ST万邦作为研发责任方,负责WP205的研发、上市、授权及销售各项工作,海翔药业则享有该产品在全球范围内15%的商业化收益权益。

这意味着,半年报中的很大一部分利润可能来自这笔一次性的授权首付款,而非主

营业务造血。北京商报记者注意到,2026年一季度,ST万邦实现营业收入3.74亿元,同比增长18.76%;归母净利润1.03亿元,同比大增577.22%。一季度尚有1.03亿元净利润,半年合计却不足亿元,反推可知二季度或处于亏损状态。

ST万邦也在业绩预告中提到,公司加大创新药研发投入,以及部分产品受集采招标等政策持续推进的影响,产品价格下降,综合造成公司利润变动。

北京中医药大学卫生康法医学教授、博士生导师邓勇指出,ST万邦本次业绩增长含金量偏低,利润存在明显季节性分化。一季度高额利润主要来自一次性创新药授权收益叠加石杉碱甲注射液短期放量,属于阶段性非常态化收益;而二季度利润转负,核心拖累在于仿制药、骨科耗材持续受集采降价挤压,常规主营毛利率下行,同时创新药研发投入加大,费用刚性抬升。邓勇认为,公司常规经营性业务盈利薄弱,高度依赖一次性授权收益美化报表。若后续无持续授权收益,新药落地不及预期,单靠现有普药业务很难维持稳定盈利。

就业绩相关问题,北京商报记者向ST万邦发送采访函,截至发稿未获得回复。

核心管线成色遭质疑

ST万邦主营业务为医药制造与医疗器械,是近两年资本市场上炙手可热的明星股之一,不过,其业绩早在2020年便步入下行区间。

财务数据显示,2020年公司营收137.02亿元,此后一路萎缩,到2024年仅为14.43亿元,不足巅峰期的零头。净利润同步回落,2020年尚能实现2.85亿元,2023年已跌至4920.89万元。2024年净利润短暂回升,但反弹的势头未能延续,2025年,ST万邦净利润同比下降401.65%,由盈转亏,为亏损1.67亿元。

公司解释称,受国家药品、医疗器械招标等政策持续推进的影响,公司相关产品价格下降明显,行业市场竞争加剧。此外,在第十批国家集采中,ST万邦部分产品未能中标。北京商报记者注意到,占据ST万邦营收半壁江山的中药和化学原料药及制剂业务

在2025年均出现大幅萎缩。

在此背景下,ST万邦将未来增长寄托于创新药转型。目前,ST万邦聚焦重大神经系统疾病、代谢疾病、自体免疫疾病、罕见病等领域,已布局多个在研创新药项目,包括“石杉碱甲控释片”“WP103注射液”“WP107口服溶液”“WP205渐冻症新药研发”等。其中,ST万邦的核心在研管线石杉碱甲控释片聚焦阿尔茨海默病,目前,II/III期关键注册临床试验已完成200例受试者入组。

然而,这一核心管线的创新成色却引发市场质疑。石杉碱甲这一活性成分在国内已高度普及。国家药监局查询数据显示,目前,国内获得批准文号的石杉碱甲产品多达20款,包括石杉碱甲片、石杉碱甲胶囊等,适应症主要为记忆障碍。

而ST万邦则将创新点设在了给药途径和剂型上。其在研的石杉碱甲控释片被分类为“2.2类新药”,采用双相控释技术,平缓药物释放峰谷曲线,并延长药物体内释放时间,从而实现快速起效,减少不良反应,提升给药剂量与良好的安全性。同时,控释技术支持每天一次给药,提高患者的用药便利性和长期依从性。

邓勇认为,ST万邦的转型属于仿创结合、低风险渐进式布局,并非全新分子源头创新,优势是研发投入更低、临床失败风险更小,依托自有石杉碱甲成熟原料药搭建剂型管线,快速切入阿尔茨海默病黄金赛道,适配自身产业基础;短板则在于缺乏全新靶点First-in-class药物,长期成长天花板受限,转型高度依赖剂型改良品种放量。

就石杉碱甲控释片而言,邓勇则指出,其商业价值是确定的,现有普通石杉碱甲片剂血药浓度波动大、每日多次服药,控释片实现一日一次平稳释药,不良反应更低,适配国内千万阿尔茨海默病患者,患者依从性优势明显,上市后可快速抢占现有石杉碱甲存量市场;同时制剂专利可形成3—5年市场独占期,避开普通仿制药价格战。不过,竞争短板也十分清晰。仅优化剂型、分子无创新,专利保护周期短,专利到期后极易被仿制药快速替代;国内多家企业同步布局石杉碱甲改良剂型,赛道竞争拥挤,无法形成长期独家垄断壁垒。

北京商报记者 王寅浩 宋雨盈

聚焦 Focus

《功夫女足》上映4天票房破7亿 比高集团能否借势破局

阔别多年,导演周星驰携新片《功夫女足》重返大银幕。据灯塔专业版,该片上映首日票房达2.61亿元,首日排映场次超24万场,排片占比超48%,一举刷新过去五年暑期档影片首映日票房、中国影史暑期档影片首映日场次等至少9项影史纪录。截至7月14日累计票房已达7.01亿元,累计观影人次超2010万。口碑方面,该片豆瓣评分为6.6分,猫眼评分9.4分。

北京商报记者注意到,《功夫女足》的背后,共有18家出品方和6家联合出品方,而周星驰作为实际控制人的比高集团也位列其中。

比高集团公告显示,5月28日,周星驰将比高集团此前发行的1900万港元可换股债券以每股0.275港元的价格全部换股,换股完成后要约人一致行动人士合计持股比例升至62.97%。

另据比高集团2026财年业绩公告,年度收益为4738.3万港元,较上年的1211.4万港元增长约2.91倍,主要得益于新媒体业务快速发展。然而,公司拥有人应占亏损却扩大至2590.8万港元,亏损同比扩大20.8%。

对于亏损原因,财报中提到,新媒体业务处于发展初期,本年度产生较多开支,同时行政开支由上年度的2020万港元增至3960万港元。截至2026年3月31日,公司负债比率达177%,净资产为负值。核数师在业绩公告中指出,集团存在持续经营的重大不确定性。

从更长周期观察,比高集团的亏损并非偶发。财报显示,2022—2025财年,比高集团拥有人应占亏损分别为1377.9万港元、903万港元、1278.1万港元、2144.7万港元,已连续多年亏损。

截至目前,比高集团尚未公开披露其对《功夫女足》的投资金额、投资比例及票房分账安排。票房收益能否实质改善公司财务状况,仍取决于其实

际投资份额,目前信息仍未公开。

知名战略定位专家、福建华策品牌定位咨询创始人詹军豪接受北京商报记者采访时表示,作为《功夫女足》出品方之一,比高集团的票房收益改善空间十分有限。在未披露具体投资比例的前提下,叠加公司177%的高负债,票房分成仅能阶段性缓解现金流压力,很难一次性填补多年累积的亏损缺口,难以从根本上扭转资不抵债的基本面。

面对主业持续萎缩,比高集团正试图通过新媒体开发和AIGC领域布局寻找出路。

据比高集团发布的业绩报告,2026财年,公司与北京爱奇艺及宙灵签订战略合作框架协议,获得预付款7500万元。比高集团方面表示,尽管本年度此分部并未产生任何收益,但未来五年此业务分部将成为未来收益的主要推动力。

此外,比高集团于2025年5月20日以700万元投资杭州极逸人工智能科技有限公司,布局AIGC领域。截至2026年3月31日持有杭州极逸12%股权,杭州极逸同期亏损净额约1190万元。另外,比高集团利用AI技术孵化IP《Shinshin Legends》,已获得IP授权收入,未来将在IP授权和衍生品合作方面寻求突破。

詹军豪进一步表示,影视公司跨界AIGC,优势在于手握海量IP内容可直接训练模型,风险则是技术落地、商业化变现进度不及预期。这类高负债亏损公司转型,最需警惕盲目烧钱投入新赛道,导致主业失血、资金链断裂的流动性危机。

围绕此次《功夫女足》票房分账和多年亏损负债等相关问题,北京商报记者向比高集团发去采访函,但截至发稿,未获得回复。

北京商报记者 卢扬 实习记者 沈心语