

# 曾经的“高端啤酒之王” 百威陷入“高不成低不就”的两难

一年前，百威亚太交出了一份收入、净利润、啤酒销量全线下滑的业绩报告。同一天，执掌帅印7年的百威亚太CEO杨克离任，程衍俊接过权杖，担任百威亚太首席执行官兼联席主席。程衍俊是百威亚太近年来的首位中国籍CEO，一直深耕啤酒行业，他在百威亚太工作已30年，曾担任百威亚太大股东百威英博旗下子公司哈尔滨啤酒有限公司的CEO。接手百威亚太之前，他已经是百威英博的全球首席供应链运营官。

近日，这位66岁的啤酒老将交出了其上任后的首份成绩单，但并不尽如人意——百威亚太仍未走出下滑困局。百威亚太近日公布的2025年业绩显示，2025年，百威亚太实现收入57.64亿美元，减少6.1%，每百升收入减少0.2%；啤酒销量为79.658亿升，同比减少6%；股权持有人应占溢利由2024年的7.26亿美元下降至4.89亿美元，同比下滑32.6%——创下百威亚太上市以来的新低。其中，中国市场业务成为百威亚太2025年业绩的最大拖累。2025年，中国市场销量同比减少8.6%，收入下滑11.3%，每百升收入下降3.0%。

程衍俊在财报中直言，“2025年，我们在中国的业绩未尽潜能”。一方面是消费场景迭代催生的产品、渠道、品牌重构，另一方面是本土品牌的围攻与夹击，曾经的“高端啤酒之王”百威亚太正站在命运的十字路口。

百威亚太的失速，非一日之寒。从单季度啤酒销量和收入看，百威亚太已经连续8个季度出现同比下滑的情况。到2024年，百威亚太全年销量与收入分别下滑8.8%和8.9%，核心中国市场更是创下11.8%的销量跌幅。2025年上半年，百威亚太被华润啤酒超越，失守行业营收第一的位置。一份来自线下零售监测机构马上的数据显示，在中国市场传统线下零售渠道，2023年至2025年，百威市场份额逐年下滑，从20%左右下滑至约15%。

“高端啤酒之王”在中国为什么卖不动了？酒类营销专家肖竹青指出，百威亚太在中国市场的失速，有四方面原因：渠道结构性错配，价格带布局失误，本土品牌高端化围剿，战略执行与组织问题。“百威亚太长期依赖餐饮、夜场等即饮渠道，但近两年来自该渠道客流量持续疲弱，而公司未能及时调整渠道结构。”肖竹青称。近两年，居家自饮、即时零售成为新的消费主流，中国啤酒消费的渠道风向由即饮转向非即饮。兴业证券研报引用的欧睿数据显示，2024年，现饮、非即饮渠道在中国啤酒行业的销量占比分别为48%、52%。中国啤酒行业非即饮渠道销量占比已超越即饮渠道。非即饮渠道也成为啤酒企业竞相布局之地。华润啤酒自2023年起就陆续与美团闪购、

京东等平台合作，2025年上半年，其即时零售业务GMV同比增长近五成，成为新的增长极。青岛啤酒重点发力闪电仓、酒专营等新业态，在全国30个重点城市打造“新鲜直送”门店超1000家。此外据报道，2025年青岛啤酒在美国闪购成交额预计突破15亿元。燕京啤酒也通过与歪马送酒、京东酒世界、盒马鲜生等合作，进行即时零售布局。百威亚太的优势在餐饮、夜场等即饮渠道，该渠道贡献了其在中国市场的主要销量。但近两年来，中国市场的即饮渠道复苏不及预期，其原有的渠道优势被削弱，渠道转型又落后于同行。在2025年半年业绩会上，百威亚太管理层坦言，目前非即饮渠道占比约为50%，而行业水平约为60%。此外，在核心市场广东，非即饮是增长最快的渠道，但百威在该渠道的扩张与执行落后了。产品方面，肖竹青称，8—10元价格带是行业增长最快的细分市场，但百威此前过度聚焦超高端，错失布局窗口期。目前华润雪花纯生、青岛经典1903、燕京U8已牢牢占据该价位，百威陷入“高不成低不就”的两难。

与此同时，百威遭到本土品牌高端化围剿。近年来，中国本土品牌纷纷推进高端化，并取得显著成效。2025年上半年，华润啤酒中高端及以上啤酒销量同比增长超过10%。与百威同属世界啤酒巨头的喜力，其中国业务被华润啤酒并购后，实现了高速增长，2025年上半年，喜力产品在中国销量涨幅达30%以上。“华润+喜力”的组合近年来还在不断蚕食百威的份额。国泰君安研报显示，在福建，季度市场份额从2020年的七八成缩减至2024年的不到六成，“华润+喜力”的份额则从原来的一成左右提升至25%以上。青岛啤酒、燕京啤酒高端化攻势同样猛烈。2025年上半年，青岛啤酒中高端以上产品实现销量近200万升，同比增长5.1%；燕京啤酒中高端产品收入55亿元，同比增长9.32%。据Euromonitor数据，百威亚太中国高端市场占有率在2015年时将近50%，现已降至40%左右。

在战略执行与组织问题上，肖竹青称，前任CEO杨克时期战略惯性过强，对市场变化反应迟缓。而2025年4月换帅后，战略衔接仍在磨合期。酒类行业专家、知趣营销总经理蔡学飞则认为百威在中国的“失速”解读为，其长期依赖的“高端化”增长模型，在当下中国市场遭遇了系统性挑战，这是多层因素叠加的结果。品牌上，百威主打的国际高端形象，正受到消费观念转向“性价比”和青岛啤酒、华润啤酒等国产品牌向上突围的双重稀释。渠道上，百威优势的餐饮酒吧等即饮渠道受消费环境影响亦趋疲软，而零售、电商等非即饮渠道的竞争又异常激烈，费用高



企，拖累企业业绩。产品层面，百威主流价格带面临红海血战，而在精酿、果味、无醇等真正增长的新品类上，其创新速度滞后，本土化精准度又显不足。“百威新管理层过去一年的诸多动作，比如‘加大对渠道及产品组合扩张的投资’，试图修补渠道短板和产品线，但这必然在短期内加剧利润压力。”

渠道变革是程衍俊最关心的事。2025年，程衍俊多次在业绩会上强调拓展非即饮渠道的重要性，称将加速拓展非即饮渠道。在2025年半年业绩会上，一位百威亚太管理层介绍，在优势市场，百威在加速覆盖更多触点。以广东为例，公司正与经销商合作投资，提高非即饮销售团队的人员数量和能力。在销售渠道不够发达的市场，百威正招募更多具备恰当能力的一级和二级经销商。

尽管如此，在百威高层的反思中，2025年对即时零售投入不足，并被认为是拖累百威中国业绩及导致公司与同行存在差距的原因之一。百威管理层坦言：“即时

零售可以说是中国啤酒市场增长最快的渠道，我们还没有充分利用起来。”他进一步解释即时零售落后的原因，“一方面百威中国先前的业务重心在即饮，另一方面需谨慎制定策略以应对渠道复杂性。”

在蔡学飞看来，程衍俊过去一年的动作明显聚焦于“修补地基”。总的来看，他的变革方向是对的，对于百威摆脱困境有积极价值，但问题在于，这些举措在竞争白热化的中国市场见效较慢，可能也意味着需要百威有长期主义坚持与市场投入。百威亚太当务之急是在中国市场重燃增长趋势，恢复市场份额增长动能。然而，依然挑战重重。

肖竹青认为，百威亚太的困境是外资巨头在中国存量市场寻求本土化重生的缩影。虽然程衍俊的变革方向正确，但“船大难掉头”，渠道、产品、组织的调整需要时间。“2026年将是关键验证期，能否在即饮渠道守住基本盘，在非即饮渠道建立新优势，将决定这个‘啤酒之王’能否重回增长轨道。”肖竹青说。 张文静

## 今世缘：田间良种到智能酿造 创新引领品质新范式

1944年，中共涟水县委拨款500银圆，在涟水县兴办了金庄槽坊。江苏今世缘酒业股份有限公司(以下简称“今世缘”)正是在此基础上不断发展壮大。34家酿酒绿色原料种植基地，智能化产能提升至每年8万吨，2023年突破百亿元营业收入，循环水站实现了零排放百万元利用率95%……一组组数据见证了今世缘凭借科技创新勾勒出高质量发展的新图景。

在新质生产力发展的浪潮中，今世缘以品质筑基，以数智破局，以绿色化和品牌化的实践，在白酒行业的变局中书写着传承与创新的华章，探索出一条“向新发展、与质同行”的奋进之路。

### 原粮严选：田间源头的品质把控

优质原粮是酿造好酒的基础。今世缘对卓越品质的追求，始于对原粮的严格挑选。每年6月，河南的生态种植基地便迎来一片忙碌景象。金黄的麦浪随风起伏，田间回荡着收割机的隆隆声。此时，今世缘的检测员与采购员深入田间地头拍照留存样品，对采样周围的水质、土壤进行检测，严把小麦品质关。这一切，都源于今世缘始终如一的对原粮、制曲全部原粮高标准要求的坚持。

“在原粮的选择上，我们会定品种定区域，比如高粱选择的是适宜酿酒的‘辽杂19’，小麦是由河南生产的‘天民184’，大米是由江苏生产的‘南粳9108’，糯米选择的是由安徽生产的‘皖垦糯1号’；在基地管理上，种子种植阶段有专业技术人员指导育种，田间管理阶段会严格把控化肥农药的使用，收储阶段技术人员也会对仓储环境进行监管。粮食好了，这样酿出来的酒的风味会更好。”今世缘质量管理部副经理刘常波介绍道。今世缘通过全链条绿色管

控与可溯源体系，让每一粒原粮的品质都有迹可循，有标可依，实现良种选择、田间管护、肥药管控和仓储保鲜全程可追溯，为“从种子到舌尖”的品质安全保驾护航。

判断高粱是否适宜酿酒，单宁含量与淀粉含量等关键因素必不可少。以“辽杂19”为例，其单宁含量稳定在1.5%左右，能够有效提升香味；淀粉含量普遍高于65%，有助于促进酿酒糊化过程，显著提升出酒率和优质酒产出率。为持续提升品质，今世缘与江苏省农业科学院展开合作，研发酿酒专用高粱品种。目前已优选出5—10个潜力品种，计划明年起在高标准地开展试种，通过实地种植对比，最终遴选出适配本地水土、又能提升原粮品质的优良品种。

为保障原料供应的稳定性与优质性，今世缘采用“企业+基地”“企业+基地+农户”的“订单式”种植模式，不仅保障了每年高粱、小麦等优质原粮的稳定供应，满足企业生产需求，还通过签订协议带动农户增收，实现企业与农户的双赢。

### 智能酿造：传统工艺的“智造新生”

走进北厂区老窖池，这里是高沟酒非遗保护区，53口拥有300年以上历史的老窖池依旧在默默发酵，踏入智能酿酒车间，一番科技景象正在上演，装甑机器人正舒展机械臂将发酵好的酒醅均匀铺撒，“松、轻、薄、匀、平、准”的传统工艺秘诀，被转化为精准的程序指令。千年积淀的酿造技艺，在这里与流动的数据、灵动的机械臂相遇，一场静悄悄的“智变”正在发生。

2015年9月，全国首个智能化酿酒车间在今世缘建成投产。站在智能工业机器人前，今世缘副总工程师酿酒中心主任金绍武说：“智能化车间相比传统手工车间，体现了技术进步与新时代工匠精神的融合。好

的过程决定好的结果。通过生产方式升级，实现生产全流程的标准化与规范化，从而提升生产效率与产品品质。比如在车间里还装配有红外相机，这种红外测温系统实时捕捉料面温度，在蒸汽上升前指挥装甑机器人在温度点精准贴近料面撒料，确保料面气压与温度的平衡，从而达到装甑过程的稳定性。”智能酿造将“师徒相授”的模糊感知，部分转化为可量化、可复制的科学决策，实现了传统工艺的“经验数字化”。

一杯佳酿的诞生，从来都不是一场简单的物质邂逅。在今世缘建设的酿造微生物与应用研发中心，更多提升白酒品质的奥秘正在被系统性解码。江苏省(今世缘)生物酿酒技术研究院常务副院长唐群勇说：“目前我们正在围绕酿造过程微生物区系及相互作用等方面进行研究，在制曲过程中有哪些微生物，这些微生物又起到什么作用，这些问题都需要探究。”解析重要酿造微生物代谢途径和环境调控机制，实现酿造过程微生物及代谢产物的可控，让每一缕酒香的诞生，都从“偶然天成”迈向更多“必然之选”。

2025年，今世缘成为行业内首家通过“绿色食品+零碳工厂”双认证的企业。据了解，今世缘以创新驱动节能减排，打造“源—网—储—用—储”模式，通过建设总装机容量20MW的光伏电站、储能系统、能碳管理平台、虚拟电厂等项目，搭配生物质蒸汽应用，推动能源结构全面绿色化。配套建立的循环水站，实现冷却水95%的循环利用率，为精准降低水资源消耗。这些举措减少了碳排放，又提升了资源利用率，彰显了企业绿色发展担当。

### 缘聚品牌：文化赋能与产品创新的双重突破

酒是物质的载体，更是文化的表达。

今世缘坚定不移地以“缘”为核心，构建起独具特色的品牌文化体系。围绕“缘”这一核心价值，今世缘构建了层次清晰、定位精准的产品矩阵，每一款产品都是“缘”文化在不同维度上的具象表达。

“高沟酒”是“中华老字号”品牌，素有“高沟美酒自古培，味占东南第一家”之美誉。历经岁月积淀，“高沟”品牌经典一脉相承，愈久愈显其香。早在1956年，便以其卓越品质荣获江苏省“酿酒第一”奖章；1984年，在全国第四届评酒会上，以95.13分的高分名列全国浓香型白酒第二名；1995年，高沟酒被国家技术监督局认定为全国浓香型白酒实物“标准样品”，成为江苏名酒“三沟一河”的代表。

“今世缘”品牌创立于1996年8月，秉持“今世有缘，相伴永远”的品牌理念，运用红曲复合发酵、双轮底串蒸等工艺技术，历经分层发酵、量质接酒、分级贮藏等多道工序，精心酿制。其酿艺既深植传统酿造智慧，又彰显现代科技之力，是传统酿造工艺与现代科学技术的经典之作。

“国缘”品牌定位“中国新一代高端白酒”，将“国”之广博与“缘”之包容有链链接，以“成大事，必有缘”的品牌价值主张，传递中国文化的“飘香名片”。“国缘”品牌通过卓越的品质、独有的风味美学和文化活动的持续赋能，成功在竞争白热化的白酒市场开辟了属于自己的价值区间，实现了品牌价值的战略性升级。

每一粒粮食的严苛甄选，藏着今世缘对品质的坚守；智能酿造的精准赋能，融着今世缘对传统工艺的传承；一瓶佳酿的匠心包装，承载着今世缘对“缘文化”的深耕。今世缘的发展之路，是白酒行业守正创新的生动缩影。以高标准坚守原粮品质，以科技传承匠心，以文化凝聚人心，今世缘正在通往未来的征程上，结下更广大、更深的“善缘”，用每一瓶美酒书写新新篇章。 王怡文

## 昆山农商银行荣获“苏州金融统计工作先进单位”称号

近日，从中国人民银行苏州分行传来捷报，在2025年度苏州金融统计工作评比中，昆山农村商业银行凭借规范的统计管理、优质的数据质量和高效的履职能力，荣获“金融统计工作先进单位”二等奖荣誉。同时，该行陈天宇、朱家艺两名员工获得“金融统计工作先进个人”称号。这一表彰是监管部门对该行金融统计工作的权威认可，更是全行上下深耕数据治理、坚守合规底线的重要成果。

作为服务地方经济的金融主力军，昆山农商银行始终将金融统计工作置于战略高度，以“数据真实、报送及时、管理规范、应用高效”为核心目标，构建起全流程、多层次的统计工作体系。该行成立金融统计和数据标准化治理工作领导小组，严格落实人民银行金融统计制度及“七强行动”要求，明确数据标准、质量管控、安全保障等关键任务，形成“定标关、入

## 南通农商银行：深耕对公主业，“系统赋能”地方高质量发展

从单点产品到系统赋能，从规模扩张到价值共生，南通农商银行紧扣地方经济发展脉搏，以存款拓展、客户扩容、数字化发展等重点领域开展专项治理，建立监管统计问题提示库，通过常态化业务培训、案例复盘等方式，提升全员数据治理自觉性与主动性。

科技赋能是该行统计工作提质增效的核心支撑。该行持续优化监管报送平台功能，完善数据自动校验公式与异动预警机制，大幅提升报表自动生成率和数据准确性。同时，该行逐步健全“填报部门内部审核+统计归口部门复核”的双核查机制，严格执行双人复核、差错问责制度，确保每一组数据都经得起检验。此外，该行高度重视统计队伍建设，通过专题培训、定向培养、岗位练兵等多种方式，打造了一支业务精湛、责任过硬的专家团队。为统计工作高质量开展提供人才保障。 王丽霞

## 南通农商银行：深耕对公主业，“系统赋能”地方高质量发展

从单点产品到系统赋能，从规模扩张到价值共生，南通农商银行紧扣地方经济发展脉搏，以存款拓展、客户扩容、数字化发展等重点领域开展专项治理，建立监管统计问题提示库，通过常态化业务培训、案例复盘等方式，提升全员数据治理自觉性与主动性。

科技赋能是该行统计工作提质增效的核心支撑。该行持续优化监管报送平台功能，完善数据自动校验公式与异动预警机制，大幅提升报表自动生成率和数据准确性。同时，该行逐步健全“填报部门内部审核+统计归口部门复核”的双核查机制，严格执行双人复核、差错问责制度，确保每一组数据都经得起检验。此外，该行高度重视统计队伍建设，通过专题培训、定向培养、岗位练兵等多种方式，打造了一支业务精湛、责任过硬的专家团队。为统计工作高质量开展提供人才保障。 王丽霞

近日，北京同仁堂医养投资股份有限公司(以下简称“同仁堂医养”)再度向交所主板递交上市申请，这已是该公司继2024年6月首次递表后的第四次递表，由中金公司担任保荐人。

作为同仁堂集团旗下聚焦中医医疗服务的核心附属公司，若此次上市成功，同仁堂医养将成为继A股同仁堂(600085.SH)、港股同仁堂科技(01666.HK)、同仁堂国药(03613.HK)之后集团旗下第四家上市公司，完善“药一医一养”资本矩阵。

但值得注意的是，从首次递表至今，时间跨度已逾一年半，营收增长停滞、盈利质量存疑、商誉高企等一系列问题，正不断考验着投资者对这家“非上市公司龙头”的耐心，也让这场四次递表的资本化之路充满变数。

### 营收增速断崖下滑 盈利依赖单一并购标的

同仁堂医养的营收规模在2022年至2024年间实现了稳步增长，分别达到9.11亿元、11.53亿元和11.75亿元，但增速却呈现出断崖式下滑的态势，同比增速从2023年的26.58%骤降至2024年的1.91%，增长动能明显不足。2025年前三季度，公司营收为8.58亿元，同比增长3.04%，增速虽有回升，但净利润却同比下滑9.76%，仅为2399.7万元。

对于净利润下滑的原因，同仁堂医养在招股书中解释称，主要是2024年前三季度有出售石家庄同仁堂中医医院带来的1710万元，非经常性收益，而2025年同期并无此类收益。

事实上，这家公司的盈利改善，自始至终都离不开非经常性收益的助力。2022年，同仁堂医养还处于亏损状态，净利润为-923.3万元；2023年成功扭亏为盈，净利润达4263.4万元；2024年净利润增至4619.7万元。但这两年的盈利增长，与2022年收购三溪堂保健院及三溪堂国药馆的关联密切。

盈利能力疲软的疲软还体现在利润率指标上。2023年，同仁堂医养的净利率率为3.7%，2024年微增至3.95%，2025年前三季度则下滑至2.8%。作为行业龙头，这样的利润率水平与其市场地位并不匹配。

### 并购驱动扩张 商誉负债双高

同仁堂医养的成长路径，是典型的外延式并购驱动。2019年，公司从集团的投资平台转型为中医医疗服务提供商后，便开启了密集的收购之路。

2022年收购三溪堂，2024年又相继拿下上海承志堂和上海中和堂的股权。频繁的收购确实带来了规模的快速扩张，公司总就诊人次从2022年的130万人次飙升至2024年的300万人次，复合年增长率高达51.9%；旗下的医疗机构也扩充至12家

## 增长停滞 合规踩雷 并购后遗症悬顶

# 同仁堂医养第四次递表港交所

自有线下机构、1家互联网医院和12家管理医疗机构。

但并购扩张的背后，是不断高企的商誉和持续攀升的负债率。2021年，同仁堂医养的商誉账面值仅为0.26亿元；2022年收购三溪堂后，商誉飙升至1.87亿元；2023年，公司将7家非营利性医疗机构权益划转至同仁堂康养，商誉小幅下降至1.61亿元；2024年收购上海两家机构后，商誉再次攀升至2.63亿元，同比增长63.4%。截至2025年前三季度末，公司资产净值为7.22亿元，商誉占净资产的比例高达36.4%，远超市场普遍认为的30%安全线。

与此同时，公司的负债率也在持续走高。2021年，其负债率仅34.8%，到了2023年，这一数字增长到51.9%，2025年前三季度虽已回落至46%，但仍处于高位。而为了支撑收购资金需求，同仁堂医养此前将旗下核心资产的股权进行质押融资。招股书显示，公司已将三溪堂保健院43.74%股权、三溪堂国药馆43.75%股权以及上海承志堂70%股权质押给商业银行。

### 合规问题频发 行业竞争承压

在行业红利与政策支持的背景下，同仁堂医养面临的专属挑战同样不容忽视。

当前，医养赛道正迎来政策与市场的双重红利，2024年中医医疗服务市场规模达1万亿元，预计2029年将增至1.62万亿元，2025—2029年复合增长率9.9%。国家《“十四五”中医药发展规划》明确推动中医药与养老融合发展，各地也出台配套政策支持医养企业发展，但这些红利似乎未能有效化解同仁堂医养的内生风险。

合规问题频发是公司IPO进程中的重要“绊脚石”。招股书显示，旗下多家医疗机构因医保报销、定价不当等问题累计罚款超400万元。其中，石家庄同仁堂中医医院、上海承志堂及上海中和堂曾因不当定价及就不符合报销条件的服务和产品与地方医保局进行医疗费用报销结算，被处以总计约120万元的行政处罚；上海中和堂还因股权转让交割日未能完全遵守有关医保定点医疗机构的监管规定，于2025年9月被处以298万元的行政处罚。

此外，2022年至2024年，公司累计未缴社保及住房公积金达980万元，存在补缴风险。另据天眼查信息，同仁堂医养旗下北京同仁堂中医医院有限责任公司还存在未将医疗废物按类别分置、未按规定填写病历资料、使用非卫生技术人员从事医疗卫生技术等多项违规行为。 银符

合规问题频发是公司IPO进程中的重要“绊脚石”。招股书显示，旗下多家医疗机构因医保报销、定价不当等问题累计罚款超400万元。其中，石家庄同仁堂中医医院、上海承志堂及上海中和堂曾因不当定价及就不符合报销条件的服务和产品与地方医保局进行医疗费用报销结算，被处以总计约120万元的行政处罚；上海中和堂还因股权转让交割日未能完全遵守有关医保定点医疗机构的监管规定，于2025年9月被处以298万元的行政处罚。

此外，2022年至2024年，公司累计未缴社保及住房公积金达980万元，存在补缴风险。另据天眼查信息，同仁堂医养旗下北京同仁堂中医医院有限责任公司还存在未将医疗废物按类别分置、未按规定填写病历资料、使用非卫生技术人员从事医疗卫生技术等多项违规行为。 银符

## IPO观察

## 钾肥到港助春耕 边检高效保通关

2月26日，载运5.8万吨进口钾肥的中国香港籍“金祥”轮顺利靠泊连云港口岸，这是春节后首批抵边连云港的进口春耕农资。连云港出入境边防检查站开设“绿色通道”，保障农资快卸、快转、快运，全力护航春耕生产。

据悉，此次到港的进口钾肥货值约1.6亿元人民币，货物卸船后，将通过散卸、吨袋打包等方式快速集港，经由汽运、铁路联运分拨运往山东、四川、内蒙古等多个粮食主产区，及时满足各地田间春耕用肥需求。

为保障春耕物资快速通关，连云港边检站提前谋划、主动作为，与码头企业、船舶代理、船方建立联动协作机制，精准掌握船舶到港时间、货物信息及作业计划，优化查验流程，压缩通关时限，实现船舶入港、查验、卸货全链条高效衔接，让进口钾肥以最短时间从港口走向田间。 王帅奇 高天威

## 宜兴以“存量升级”激活发展新动能

位于宜兴万石镇的北海封头有限公司，投资1.05亿元打造的大型封头扩建项目目前加速推进，预计今年上半年正式投产，投产后将新增年产2000吨大型封头产能，实现智能化、绿色化水平双提升。这是宜兴高端装备制造制造业树立的示范标杆。目前，宜兴已有超40个优质项目成功申报宜兴市技术改造项目专项政策，项目全部达产后，2026年预计可新增销售30亿元，同时企业生产效率平均提升20%。

企业技术改造改造，是推动产业转型升级的“关键抓手”，更是激活工业经济高质量发展的“核心引擎”。聚焦“3+3+N”产业集群，宜兴近年来突出企业主体地位培育做强，通过构建全方位服务体系，引导企业智能化升级、政策精准滴灌等举措，支持存量企业技

## 昆山开发区财政：扎实推进国资监管改革，构建规范化管理新格局

昆山开发区分局紧扣改革主线，聚焦主责主业，积极构建权责清晰、运行规范、导向明确的国资监管新格局。不断加强国资监管，为区属国有企业规范运营与高质量发展奠定坚实基础。

监管框架“由点及面”有序推进。针对监管对象类型多元、管理基础不一的实际情况，编制涵盖7大类37项具体事项的国有企业监管职责清单，为依法依规履行出资人职责提供操作指引。同时，高效完成对区属企业间资产转让事项的合规审批与确认，持续提升国资管理规范化、精细化、法治化水平。

数字赋能，监管模式“由静向动”智慧升级。总投资13亿元的高频陶瓷电容器制造项目落地宜兴

日前，总投资13亿元的高频陶瓷电容器制造项目落地宜兴环科园，这一精准对接高端制造业的优质项目，不仅为园区产业矩阵注入新鲜血液，更为打造区域产业能级跃升注入新动能。此次签约的高频陶瓷电容器制造项目，由南京创地精密科技有限公司投资建设。项目计划新建2万平方米厂房，建设6条高频陶瓷电容器生产线，达产后预计年产值6亿元。

自去年以来，宜兴环科园以转型为主

## 遗失启事

▲苏州博普德自动化设备科技有限公司遗失营业执照正本、营业执照副本(编号：92320509MA117P127)及公章、法人章、财务章各一枚，声明作废。

▲苏州得民智能科技有限公司股份有限公司遗失营业执照正本、营业执照副本(编号：9151010091264035A)及公章、法人章、财务章各一枚，声明作废。