

# 国内首个超极合生汇落子昌平



全国首个超极合生汇落地北京，昌平区商业迎来新增量。近日，北京商报记者获悉，与朝阳合生汇一脉相承的超极合生汇将在今年底入市，项目主体建造已基本完成，将引入20%的各类首店、超800个品牌商户入驻。不止超极合生汇，今年昌平还将迎来多个新商业，例如，沙河玫瑰里和回天地区的LONG街。多项目集中入市使得昌平区的商业氛围日益浓厚，填补现阶段昌平区商业供给不强的缺口。分析指出，众多新项目在同一区域入市，需在定位上进行错位，也需要结合区域的消费力和商业规划及定位进行调整，促进商业加速发展。

## 首个超极合生汇落地

“一城一座”的超极合生汇在北京选址昌平。北京商报记者获悉，筹备了五年的超极合生汇二期将于今年底入市，一期于明年入市。该项目是合生商业集团旗下首个超极合生汇，也是继北京朝阳合生汇之后，北京第二座合生汇。

超极合生汇产品线主理人邓汝舜透露，超极合生汇这一产品线目前选址规划是仅在一线城市落子一个项目，定位为泛文化体育娱乐社交商业综合体。

超极合生汇可谓“年轻版”合生汇，更

注重运动与文化类消费。据邓汝舜介绍，超极合生汇作为全国首个超极合生汇，引进占地1700平方米的潜水馆、近3000平方米的国际赛事级泵道公园以及赛事级户外攀岩墙。目前，北京超极合生汇与“香蕉攀岩”“全民潜”“Velosolution”“虎扑”等多个品牌达成合作，旨在打造北京运动休闲目的地。

除了运动元素的强化，北京超极合生汇将在21区BLOCK基础上，新增主题街区21区Hops。延续合生汇产品线“逛吃”属性，“21区Hops”街区集用餐、购物、游玩的一站式街区空间，未来主要发力夜经济街区生活。

据介绍，北京超极合生汇商业建筑共分两期，一期16万平方米、二期30万平方米，总建筑面积约46.5万平方米，坐落于北京市昌平区，毗邻中关村区域，未来将与地铁昌平线生命科学园站接驳，项目开业后将作为北京北部最大的商业综合体，覆盖约230万常住消费人口。

## 弥补昌平商业缺口

当商业布局日益紧密，去中心化的发展途径成为当下不少商业项目寻求发展的最佳选择，而昌平区商业发展仍有较大空白的地区，成为新项目布局的“不二之选”。

此前，在2023北京昌平新城东区建设发展新闻发布会上，北京市商务局党组成员、副局长郭文杰介绍，昌平区持续推进城市更新和社区治理，着力构建“一核、两带、多片区”的空间结构，提升消费体验，打造多元时尚的区域消费中心。同时，昌平区将启动建设近120万平方米的超大型商业主导区，打造京北最大的“MALL+街区式”复合消费聚集地。

同时，位于昌平沙河地铁站附近的街区商业项目沙河玫瑰里近期建设进度已接近九成，项目总占地5万平方米，预计今年夏天开业。沙河玫瑰里项目位于沙河地铁站西侧，预计引入希尔顿欢朋酒店、华夏影院、胡桃里音乐酒吧等多个品牌。

回天地区的首开LONG街项目也将在今年二季度入市。该项目位于北京中轴线延长线上，总建筑面积约为15.4万平方米，其中商业项目占比达65%，将24-40岁的年轻及新中产阶级作为主要辐射客群，将引入NIKE BEACON 550区域限量款发售店、完美世界影城区域首店、华为超级体验店等超150个品牌。

即使有不同商业项目接连布局，但在北京国际商贸中心研究基地首席专家赖阳看来，超极合生汇所在的商圈多为社区商业为主，一直未有地标的商业建筑将商圈的客流聚集起来，导致客流流失明显，随着超极合生汇的入市，商圈乃至整个昌平区的商业氛围或能得到有效改变。

## 助力远郊商业提质升级

2022年9月，《“十四五”时期昌平区商业发展规划》发布内容指出，未来，昌平区构建“1+3+N”即“一圈三组团多点位”的

商业总体布局，构建昌平商业消费“三组团”即回龙观-天通苑组团、未来科学城“两谷一园”组团、昌平中心城区-新城东区组团。其中，在“两谷一园”组团中特别指出，要围绕未来科学城，依托该区域内科教资源聚集、创新要素活跃、消费人群高端等优势，规划建设合生汇等知名商业，设立集酒吧、轰趴、DIY手工坊、VR等网红新业态，吸引高知人才就地消费，大力发展创意休闲消费和教育消费。

对于目前的项目发展，赖阳认为，超极合生汇想要在“群狼环伺”的项目竞争中脱颖而出，如何把握品牌层级、提高招商门槛、真正把握消费需求成为当下商业项目发展重点。赖阳强调，现阶段，超极合生汇应对商圈的发展弱项做针对性的改进，保障其客流稳定。可以通过引进区域餐饮“首店”、创意休闲类、互动体验类店铺等多个品类，打造室内休憩空间及室外场景空间等特色打卡地，通过强化休闲娱乐业态来增强属地消费黏性，同时吸引外部客流到访。

“现阶段，昌平地区的消费者对购物仍有较强需求。”中国商业地产工作委员会主任郭增利指出，目前昌平区缺少能够辐射区域的大宗商业项目，昌平区对于高品质商业配套的需求十分强烈，超极合生汇应努力打造自身特色，提高招商门槛，打造区域品质标杆项目。

“项目一方面需要加强自身的商业运营，另一方面也非常需要强化社会服务和社区服务。提升品牌级次只是其中一种手段，更重要的是品牌级次必须能完全充分地迎合属地的综合需求，通过项目引领区域服务新高度。”郭增利坦言。

北京商报记者 刘卓澜 王思琦  
图片来源：企业供图

# 同仁堂股份：加快科技创新 塑造发展新动能新优势

党的二十大报告指出，必须坚持科技是第一生产力、人才是第一资源、创新是第一动力，深入实施科教兴国战略、人才强国战略、创新驱动发展战略，不断塑造发展新动能新优势。

当前，中医药事业发展处于关键的历史节点，既面临着千载难逢的历史机遇，又面临着严峻的现实挑战。北京同仁堂股份有限公司（以下简称“同仁堂股份”）加快科技创新，在中药创新药、经典药方二次研发、临床应用、技改革新、实用专利上全面塑造中医药传承创新新优势，成为高质量发展新动能。

## 加强品种研究 创造药用价值

中医药是医药于一体的完整体系，既需厚植中医药传承，从传统里汲取营养，又要应用当代技术方法，努力提升品种的科学价值和临床价值。

同仁堂股份科研所继续开展清脑宣窍滴丸研究，满足缺血性脑卒中恢复早期的用药需求；加强经典名方开发，联合高校、医院、院士团队，推进产学研合作模式的创新药研发进展，攻关同仁堂御酒关键技术，驱动产品升级，深耕大健康领域。



仅一全自动复合膜灌包生产线

大品种战略是同仁堂股份“三大战略”之一，是“十四五”规划要实现经济目标的根本路径，以树立“同仁堂名品”为方向，不断提升供应保障能力、产品竞争力、唤醒睡眠品种能力及市场销售能力，做强做大品种群。

2022年启动了安宫降血压丸、苏合香丸等4个品种真实世界研究、基于高分辨质谱多组学分析技术对左归丸和右归丸的物质基础及活性成分筛选研究，以及麻仁润肠丸、牛黄清胃丸等大品种培育研究。

同仁堂(600085.SH)2022年业绩公告显示，研发费用2.17亿元，同比增长23.59%。同仁堂股份聚焦主业和产品定

位，不断加大研发投入力度，结合中医药治疗特色和优势，围绕产出药用成果和价值主线，加强在品种培育、新产品研发、工艺质量等方面的研究，积极推动科研成果转化实现高质量发展。

## 加大技术革新 推进智能制造

党的二十大报告强调，加快实施一批具有战略性全局性前瞻性的国家重大科技项目，增强自主创新能力。健全新型举国体制、强化国家战略科技力量、优化配置创新资源，为我们加快实现高水平科技自立自

强指明了方向。

技术革新是同仁堂股份实现精益制造上水平的源头活水。以产品“零缺陷”为根本追求，加快智能制造进程，数字化建设赋能产业升级，全面推进工业制造现代化，实现精益制造、智能制药，做中药行业的旗帜和引领。

在传统大蜜丸制作工艺中应用了智能化关联技术，实现了合坨、制丸、扣壳、蘸蜡、外包等数据数据采集、储存及追溯项目，大蜜丸日班次产量提高30%以上，且生产过程中混批、混品种的风险降为零。

一种新型酒精容器，通过对桶装结构

更新设计，达到了桶体在紧急状况下可以手动或自动进行封闭，达到真空状态使桶内酒精完全与空气隔离，防止酒精滴流，杜绝了易燃酒精与火源的接触，筑牢安全生产防线。

一种药丸冷却设备，采用水冷与风冷的方式可以使药丸快速彻底冷却，而且降低了药丸粘在圆管表面的风险，既提高了效率，也提升了产品质量。

一种用于大蜜丸高速不间断裹蜡全自动设备、一种防止大蜜丸包装松散漏气的紧扣结构、一种一体式搓丸器、一种间歇式放料机构……截至2022年末，同仁堂股份及主要子公司累计获得授权专利数量149项，其中著作权59项、发明专利72项、实用新型专利22项、外观设计专利55项，以“中药丸剂生产过程关键技术工程化、自动化及应用示范”项目为依托，获得北京市科学技术进步二等奖。

随着技术革新的不断强化，成果转化不断增强，更多的经济技术创新和合理化建议不断取得新突破。为中医药知识的共享、传播和使用，利用AI技术构建以同仁堂股份重点药品为核心的数据库，开发并上线了“北京同仁堂中医药知识图谱系统”，系统包含了常用品种的属性、成分、功能主治、规格、性状、临床应用等相关知识，目前已取得计算机软件著作权，这是数字化、科技创新的又一成果。

以科技创新赋能高质量发展，实现收入利润双增长，同仁堂(600085.SH)2022年度业绩公告显示，营业收入为153.72亿元，同比增长5.27%；实现净利润14.26亿元，同比增长16.17%；经营性现金流30.94亿元，拟向全体股东每10股派发现金红利3.2元(含税)。

创新快一步，发展才能跑出加速度。同仁堂股份主动创新实践、积极探索，以时不我待、奋发进取的精神让老字号高质量发展之路迸发蓬勃生机。

图片来源：企业供图