

五年砥砺前行 内江东兴加速攻坚三个“百亿”产业

12月17日,位于内江市的迈赫精酿啤酒(内江)有限公司(以下简称“迈赫精酿”)正式投产,标志着成渝地区双城经济圈内江东兴食品加工集中区再添新动能。

“公司主要生产啤酒,占地50亩,年产量5万吨,年产值预计2亿元。”迈赫精酿生产技术总监杨晓宇透露,从2024年底开工建设,一年就完成投产,企业发展按下“快进键”。

随着迈赫精酿的投产,东兴食品加工集中区建设步伐持续提速。据了解,这里规划发展食品加工、酒水饮料、大健康等产业,6家企业已签约入驻,2家企业完成投产,预计2035年集中区产值将达到100亿元。

事实上,食品加工集中区跑出的“加速度”,正是东兴区阔步向前的一个缩影。

2025年,是“十四五”收官之年。5年来,东兴区踔厉奋发、砥砺前行,交出一份亮眼的“成绩单”:2024年,东兴区实现地区生产总值297.56亿元,较“十三五”末增长25.97%,年平均增长达到5.94%。

其中,东兴区规划的中医药大健康、软件与信息技术服务外包、新材料制造三大“百亿级”产业,成为区域经济的“硬核”支撑。

5年时间,东兴区加速攻坚三个“百亿级”产业的背后,藏着这座城市跃动的关键密码。

软件与信息技术服务外包产业产值5年翻24倍

“刚毕业时我也考虑过一线城市,但内江给了我成长的机会和归属感,这里薪资不错,生活成本也较低。”在园区工作两年的陈亚东,道出了许多青年人才的心声。

陈亚东口中的“这里”,就是位于东兴区的软件与信息技术服务外包产业园。

不过,内江为什么会在这里打造占地面积达1000亩、汇集从业人员1.1万人的超大软件与信息技术服务外包产业园?

这是基于区位优势的精准判断:首先,内江位于成渝两个特大城市



远眺四川省内江软件与信息技术服务外包产业园区

市的几何中点,2小时车程可通达16座特大及中型城市、6座机场、4大港口,服务外包产业可有效辐射川渝乃至西部地区。

其次,内江通信基础设施水平全省领先,拥有辐射自贡、宜宾、泸州、资阳等地区的各大交换中心,是省级灾备中心和大数据中心,可实现数据信息到成渝不超过1毫秒,为发展服务外包产业提供了坚实的通信保障。

同时,内江还拥有5所高校和18所中职学校,每年在校学生约10万人、毕业生约2万人,用工成本较成都、重庆低20%~30%,较江浙等沿海地区低40%~50%,为服务外包产业储备了丰富的人才资源。

“十四五”以来,作为内江主城区,东兴区把服务外包产业作为现代服务业发展的突破口,积极承接一二线城市产业转移,软件与信息技术服务外包产业园应运而生。

从2020年的产值1.5亿元,到2025年36亿元,产业园如何实现5年翻了24倍?

服务外包产业园运营负责人周大艳道出了玄机:

其一,持续发力招商引资。截至2025年11月,东兴区服务外包企业总数达69家,其中包括阿里巴巴、抖音集团等18家世界500强及行业百强

企业,涵盖电子商务、AI直播、结算及算力中心等多个领域。

其二,加速完善园区现代功能,开通4条公交专线,建成3个食堂,引入维也纳国际酒店,布局综合服务、企业工区、人才公寓、商业街区4大板块,全链条解决企业员工“食住行娱”需求。

其三,持续优化营商环境,配套企业服务大厅,推出智慧服务小程序“云上SITO”,开通24小时服务热线,建立“三分钟快速反应”机制,实现企业诉求12小时内办结。

功夫不负,成效自然立竿见影。2025年1至11月,软件与信息技术服务外包产业园服务外包产业实现产值36.8亿元,同比增长33%。

得益于软件与信息技术服务外包产业的强势拉动,2024年,东兴区服务业增加值实现180.49亿元,较“十三五”末增长30.46%,年平均增长6.87%。

新材料拉动全区工业两位数增长

年关将近,在位于东兴区的四川澳彩新材料科技有限公司一片忙碌,3个车间正在满负荷运转。

“我们生产的新型材料可以运用到航天、石化、家电、医疗、车用、通讯

等各行各业,今年销量很好,订单充足,1~11月产值达1.5亿元。”四川澳彩新材料科技有限公司行政负责人艾亮说,公司正开足马力向全年目标发起冲刺。

这并非孤例。

眼下,青岛正望新能源等静压石墨制品制造项目建设已经宣告完工。“项目总投资约10亿元,占地116亩,计划新建厂房约8万平方米,建设4条新能源等静压石墨制品生产线。”正望新材料(内江)有限公司总经理曹雪峰说,项目产品主要用于金属材料的熔融和冶炼、正负极材料的碳化烧结,可作为光伏半导体散热装置。

伴随着一个项目的落地投产,不难看出,近年来,东兴区正瞄准“新材料”赛道全力出击。新材料产业是制造业的“底盘”,是培育新质生产力的重要阵地,更是我国基础性、战略性和先导性产业,前景广阔、市场巨大。

如何才能把这块“蛋糕”吃到嘴里?

5年来,东兴区以招商引资为抓手,深入实施工业倍增计划,致力于打造新材料制造业产业集群。

不过,招商引资最忌讳“眉毛胡子一把抓”、“捡到篮子就是菜”,必须立足全局、着眼长远,实施产业前瞻性规划和协同性布局。

为此,东兴区瞄准锂电池材料、高分子材料、胶粘材料等核心产业,先后引进了全区投资额度最大的工业项目——融通锂电池正极材料项目、全区第一家A股主板上市公司——上海晶华胶粘新材料西南生产基地项目以及澳彩新材料生产示范基地等新材料和循环经济项目20余个。

“目前,东兴区正加速推进工业倍增计划,深化产业链链带圈层链,产业发展动能强劲,1~11月新材料产业实现产值26.5亿元,同比增长35.3%。”东兴区相关负责人介绍,得益于新材料产业的加速崛起,有力拉动全区规上工业增加值连续两年保持两位数增长。

一味药材催生的“百亿”蓝图

“我们与科研团队合作,挖掘天冬‘药食同源’潜力,比如天冬面膜能保

湿抗皱,啤酒则融合了养生概念,市场反响很好。”最近,四川天草润东生物科技有限公司(以下简称“天草润东”)负责人很开心。

作为天冬产业的领军企业,天草润东研发的天冬膏、面膜、啤酒等20余种产品覆盖食品、日化领域,产品版图加速拓展。

不过,天草润东的欣欣向荣只是东兴区天冬产业不断崛起的冰山一角。眼下,这一味小小的中药材,正加速蝶变为“百亿级”产业新地标。

据了解,天冬含有天冬酰胺等19种氨基酸、天冬多糖等成分,具有养阴润燥、清肺生津、抗肿瘤等功效。而内江天冬种植已有1400余年,这里的天冬品相佳,甜度、鲜度、浸出物含量远高于其他产地。

因地制宜、因势利导。近年来,东兴区把天冬产业确定为“一号工程”,打造中医药大健康百亿产业规划。

不过,想把蓝图变为现实并非易事,为此,东兴区制定了“七位一体”的全产业链图谱。

育苗,东兴区建成天冬种质资源圃及种苗繁育基地,收集种质资源233份,培育出省内首个天冬新品种“川冬1号”。

种植,东兴区打造中药材现代农业园7个,建设天冬生态种植基地50余个,发展天冬种植5万亩,约占全国总面积的60%。

加工,东兴区建设天冬产地初加工基地6个,成渝双城经济圈内江东兴食品加工集中区就是重点之一。

交易,东兴区建成2家内江天冬旗舰店、72家内江天冬专卖店和12家天冬药膳店,参加国内外展会超过20场,成为“一带一路”上的“川味名片”。

研发,东兴区与中国中医科学院、四川省中医药科学院等十余家科研院所校合作,已研发天冬食品、日化品、饮品、保健品等大健康产品40余种。

品牌营销,“内江天冬”成功注册国家地理标志证明商标,收录进全国名特优新农产品名录。

康养旅游,东兴区开展集中药材采摘、天冬宴品尝、养生文化体验于一体的“中国天冬之乡”文化旅游,天冬康养旅游接待游客50万余人次。

当前,以“天冬”为核心的中医药产业正成为东兴区优势特色产业和富民产业,带动5000余农户每户年均增收超2万元。

天冬飘香,未来可期。东兴区将坚持科技赋能、品牌引领、全链推进,加快推动初加工产能提升与精深加工集中区建设,持续深化与科研院所的合作,开发天冬系列产品,打造“药食同源”品牌,推动天冬产业与乡村振兴深度融合,形成具有全国影响力的道路药材产业集群,打造全国中医药产业链振兴的“东兴样板”。

陶凯江 东兴区委宣传部供图



在四川省内江市东兴经济开发区内,一座座新建成的新材料企业现代化厂房错落有致

健之佳 健康服务“旗舰”的坚守与突围

战略罗盘

校准行业变局中的发展航向

健之佳,一家从云岭高原起航的企业,一面坚守初心,一面勇于转变,通过自身不断努力的确定性,应对外部环境的不确定,展现出了不凡的战略定力与增长韧性。它坚守品质、勇于突围,用稳健的发展战略与主动转型的积极作为,实现企业可持续发展;它顺应民生需求、夯实专业地基,助力提升全民健康素养,推动大众从“被动就医”的传统模式转向“主动防病”的健康新范式;它始终与时代同频、与民生共振,在政策迭代与市场变革中,走出了一条“健康+专业+便利”的高质量发展之路。

健之佳的核心扩张逻辑,始终锚定“贴近民生、服务便民”的本质。在云南,其门店网络已实现乡镇级市场的深度渗透,成为社区居民家门口的“健康驿站”;在西南地区,通过精细化运营与本地化适配,快速站稳脚跟并形成规模效应;向全国辐射的过程中,健之佳坚持“成熟一个区域、巩固一个区域”的稳健原则,避免盲目扩张,确保每一步布局都与市场需求精准匹配。

2025年,面对医药行业增速放缓、医保政策调整的宏观压力,健之佳果断作出“放缓扩张、优化存量”的战略转型,这一决策背后是对行业趋势的深刻洞察与高质量发展的坚定追求。董事长蓝波坦言:“政策改变了医药市场的诊疗习惯、企业营销习惯和消费者消费习惯,三重改变之下,只有跟上国家结构转型、提质增效的步伐,才能实现可持续发展。”

健之佳通过“腾笼换鸟”优化资源配置,让存量门店的店效、人效、品效得到显著提升。在新进市场布局上,健之佳聚焦政策环境友好、消费潜力充足的区域,通过“自建+收购”相结合的方式有序拓展,不仅突破了在公平竞争、市场准入方面的卡点堵点,更为全国布局奠定了坚实基础,实现了“拓展一地、稳固一地、辐射一片”的战略成效。

专业引擎

驱动从“药房”到“健康管家”的价值升维

“工欲善其事,必先利其器。”健之佳始终将“专业”作为核心竞争力,以5500名执业药师为骨干,以超560万名慢病会员为服务核心,以1930家专科药房为阵地,连续11年蝉联“药品零售企业专业力冠军”,完成了从“卖药”到“全生命周期健康管理”的蜕变。

健之佳的专业服务体系,植根于对“药事管理”核心的坚守。健之佳将药物咨询、用药依从性管理、全周期健康管理作为药事服务的三大支柱,构建起覆盖“预防-治疗-康复”的全链条服务闭环。在慢病管理领域,为超560万名慢病会员建立完善的服务档案,在2539家门店部署“四高”监测设备,2025年前三季度累计为顾客监测四高指标450.3万人次,通过免费体检、指标异常提示、用药指导等服务,用专业力量守护慢病患者的健康。

专科药房的建设,则是健之佳专业服务的集中体现。截至2025年三季度末,健之佳专科药房已达1930家,占门店总数的37.39%,涵盖糖尿病、心脑血管、皮肤、呼吸等多个领域,并围绕单病种构建起“医学科普+患者教育+疾病筛查+用药指导+营养支持+健康回访”全方位解决方案。进一步,针对“睡眠障碍”“肠胃调理”“皮肤健康”等现代人高发问题,创新开设“睡眠中心”“护胃中心”等特色服务场景,将慢病管理进一步细分,通过专业的健康服务场景提升药事服务水平。

数字化转型则为专业服务插上了翅膀。健之佳聚焦“线上线下协同赋能”,让数字技术服务于专业能力提升。自营O2O平台“健之佳佳急送”提供便捷送货服务,电子货架“佳E购”聚焦专科长疗程药购药解决方案,特别是通过CRM会员运营体系升级与AI大模型的探索应用,赋能门店一线专业服务能力,形成了“线上咨询+线下体验+专业服务+便捷配送”的全渠道服务模式,提升了服务效率的同时,又让专业服务更具个性化、人性化。

产品货舱

构建“健康与美丽”交融的差异化价值矩阵

在医药零售行业竞争加剧的当下,健之佳凭借“自营+合作+独家中医馆”三元布局,持续加强个人护理品和医疗器械功能性护肤品品类规划,以“健康与美丽”为核心形象,构建起独具特色的商品矩阵。通过OEM自有品牌的深耕、海外独家品牌的引进以及和龙头企业深度合作,完善“健康+美丽”产品组合,既筑牢品牌护城河,又开辟出适应时代需求的、鲜活的差异化赛道。

“顺应消费结构转型升级趋势,满足消费者日益增长的对健康和美好生活的需求,通过全渠道全品类布局,提供美丽与健



康交融的高质高价商品。”这一理念贯穿于健之佳商品规划的全过程。

依托品牌知名度与用户认可度,健之佳在药品、医疗器械、个人护理品、健康食品等领域打造“健之佳”“群祥”“健佳人”“之佳便利”贴牌系列及“品健”保健食品品牌,通过与源头厂家直接合作,在保证品质的前提下压缩中间环节,为消费者提供高性价比产品。这些自有品牌产品不仅覆盖了日常用药、护理等基础需求,更针对细分场景推出特色产品,形成了“人无我有、人有我优”的竞争优势,成为提升顾客黏性与经营效益的重要支撑。

海外独家引进则为商品矩阵注入了新鲜活力。健之佳通过子公司中国香港健之佳构建境外采购体系,积极探索直接进口、跨境电商等方式,引入海外优质商品。在成功引进儿科大夫小儿愈美那敏、高品质进口营养素并实现热销的基础上,2025年重点推广欧洲LSI系列独家产品,并引进国内扩大销售。这些海外独家产品凭借创新、高效、安全的特点,精准满足了消费者对高品质产品的需求。未来,还将规划引进更多海外优质商品,进一步丰富独家产品阵营。

在战略合作层面,健之佳与行业龙头企业深度绑定,实现共赢发展。通过与贝泰妮、可复美、芙医妍等品牌的战略合作,持续加强个人护理品和医疗器械功能性护肤品品类规划。通过“营采一体”的营销体系,既提升了供应商服务效能,又获取了优质营销资源,实现了“厂商共赢、消费者受益”的良性循环。

三类商品的协同发展,构建起健之佳健康与美丽相交融的商品生态。在选品上,合作品牌聚焦主流需求与品牌口碑,自

有品牌突出高性价比与实用性,独家品牌强调稀缺性与高品质;在定价上,形成高中低梯度布局,满足不同消费需求;在推广上,通过线下门店陈列、线上直播种草、会员精准推送等多渠道发力,实现了各类商品的精准触达。这种差异化的商品组合策略,不仅让健之佳在医保控费、处方药价格下降的背景下找到了新的收入增长点,更通过满足消费者“健康+美丽”的多元需求,提升了品牌忠诚度与市场竞争力。

“消费发生了结构化转型,当健康成为民众最重要的需求时,消费方式正逐渐从物质享受转向精神层面。”蓝波的判断,精准把握了市场变化的核心。未来,健之佳将继续坚持“中西药核心业务不动摇,非药业务重点突破”的品类规划,一方面强化医保影响较小的处方药、OTC品类布局;另一方面深挖健康食品、功能性护肤品等非药品类潜力,从“满足顾客需求”向“激发顾客需求”转型,在品类优化中实现可持续增长。

责任基石

铸就扎根云南服务民生的企业品格

“立企之本,在于利民;兴企之魂,在于担当。”扎根云南二十七载,健之佳始终将企业发展与地方民生、社会进步紧密相连,以实际行动践行“对顾客负责、对员工负责、对社会负责”的核心价值理念,使其发展之路充满了温暖厚重的民生底色。

这份担当,体现在对社区健康持之以恒的公益守护。健之佳已连续22年开展过期药回收公益活动,累计回收药械价值超600万元,成为行业内公益行动的标杆。

2020年上市后,健之佳专门成立社会责任部,将公益事业纳入核心发展体系,每年投入上百万元预算用于公益项目,在乡村振兴领域,健之佳积极参与扶贫助困、基础设施建设等工作;在教育振兴方面,持续支持“儿童之家”建设,为青少年健康成长保驾护航;在健康公益方面,开展“健康行”“健康进社区”“健步走”等活动,持续向民众普及健康知识,传递健康理念。截至目前,健之佳公益投入累计约5000万元,用实际行动参与健康中国建设,践行着“来源于社会,回报社会”的责任担当。

这份担当,体现在对产业生态健康发展的主动维护。面对医保政策新规落地与药监部门的严格监管,健之佳主动作为,通过制度完善、技术赋能、员工培训、三重举措,筑牢合规防线。健之佳持续完善医保合规操作制度,与医保监管部门、医药工业企业共同厘清理赔操作规范,加强员工专业知识培训与考核;投入近4000万元升级信息系统,完善医保稽核、处方强管控系统。2025年7月1日起实现药品追溯码全场景应用,有效降低员工操作风险;积极推进与互联网医院合作,获取互联网医院执业许可证,支持统筹区内门诊统筹门店处方流转,合规开展门诊统筹业务。这些举措既确保了企业经营的合法合规,又为消费者提供了安全、规范的健康服务,赢得了监管部门与市场的双重认可。

作为上市企业,健之佳始终心怀桑梓,创造就业岗位超过2万个,其中很大一部分岗位扎根基层,为高校毕业生返乡和农村劳动力转移提供了稳定支撑。

回首航程,健之佳从春城滇池之畔的一叶轻舟,壮大为今日中国健康服务海域的一艘旗舰。它的发展,是关于坚守的故事——对专业价值的坚守,对顾客承诺的坚守,对长期主义的坚守。它的发展,更是关于变革的故事——在每一次潮汐变换时精准调帆,在每一次风浪来袭时加固船体,主动驶向更广阔的深海。上市5周年,风正劲,帆已满,一家企业的百年基业,正深深植根于为国民创造的健康价值之中,并载着这份厚重的承诺与信念,航向下一个波澜壮阔的五年。

李梓瑞 图片由健之佳提供

