



去年“很大”今年“不太大” 同是天文大潮 为何差异那么大?

羊城晚报记者
梁怿韬

7月4日起,珠江广州河段受到天文大潮影响,但相比发生在去年“龙舟水”时节的天文大潮,7月4日的天文大潮对广州的影响并不大。天文专家分析,7月5日和6日珠江广州河段仍会出现天文大潮导致的水位上升,但预计不会造成灾害性影响。

天文大潮“不太大”

此前天文专家预测,7月4日13时前后珠江广州河段将达到当天最高水位。羊城晚报记者7月4日在临江大道员村段的亲水平台看到,未到13时珠江水位已浸过亲水平台最底层,水位最高时可到达成年人足部。由于水位不太高,临江大道员村段亲水平台在7月4日13时前后成为不少小朋友乃至大人的“戏水平台”,大

家纷纷进入亲水平台体验难得一见的“临时威尼斯”景象。

珠江水位上升,有时候可能意味着灾害。记者来到沿江西路南方大厦对出的亲水平台看到,该亲水平台早安装好防洪挡板,并放置“洪水漫堤迅速远离”的警示标志提醒市民游客不要翻越挡板。

据悉,有关部门在此严密布防的原因,是去年6月15日的天文大潮时水位过高导致临江道路和建筑物受浸。但从7月4

日现场情况看,13时许珠江水位虽然很高,但无法漫入亲水平台。不少特地前来观看天文大潮的市民,因此“扑空”。

广州仍处于汛期 仍需留意珠江水位上升

同是天文大潮,为何去年6月15日“很大”今年7月4日“不大”?广州市五羊天象馆常务副馆长李建基表示,这和天文大潮是否叠加灾害性来水有关。去年

6月15日天文大潮发生时正值“龙舟水”时节,西江梧州水文站处于超警水位,相对丰富的上游来水到达广州后遇上天文大潮,托高珠江广州河段的水位,导致天文大潮对广州产生较大影响。

今年7月4日的天文大潮没有在“龙舟水”时节发生,西江梧州水文站水位在警戒线以下,珠江上游来水相对较少,托高珠江广州河段水位效果不明显。

李建基分析,7月5日和6日珠江广州河段还会出现天文大潮

带来的水位上升,预计水位高度和7月4日类似;如果仅从天文因素考虑,7月4日至6日的天文大潮将是今年以来导致珠江广州河段潮水最大、潮位最高的天文大潮。但影响珠江水位的原因,并不仅仅是天文大潮,上游洪峰来水、台风风暴潮等,均有可能提升珠江广州河段水位。由于广州仍处在汛期且夏秋季常有台风影响广州,李建基建议市民及有关单位继续关注珠江水位上升可能带来的影响。



小孩在广场上尽情玩水 羊城晚报记者 钟振彬 摄

让世界听见广州看见广州

广州文旅品牌国际传播案例获“长城奖-文旅好品牌”奖

羊城晚报讯 记者刘星彤、通讯员穗文广旅宣报道:7月3日晚,在中国澳门举办的世界城市品牌大会上,广州以“广州故事海外传播使者行动”——广州市文旅品牌国际传播案例获得“长城奖-文旅好品牌”奖。

近年来,广州积极拓展国际传播渠道并持续深耕,打造了一批批形式活泼、国际受众喜闻乐见的文旅传播精品。通过深挖文化旅游魅力,讲好广州故事,广州文旅国际传播再上新台阶,国际声量不断攀升,实现让世界听见广州、看见广州、想见广州。

“长城奖-文旅好品牌”案例征集大赛由中国广告协会主办,该类别上榜的10个案例之一。

是文化和旅游品牌营销领域的权威奖项。本年度征集案例中,超过70%为地方文旅机构主动申报,包括今年火爆的现象级网红城市、让文物IP焕发新活力的博物馆、长期投入乡村振兴的文旅新业态,以及在海外社交媒体平台影响力广泛的国际传播案例,向世界发出中国城市的强音。

从埔高速是广东省“十四五”规划重点建设项目,属于粤港澳大湾区北部交通干线的重要组成部分,按照“一次核准、分期建设”模式建设。其中一期工程长度39.616公里,起于从化区和里,接大广高速和佛清从高速,终点位于黄埔区,接北二环高速和广

广州从埔高速一期主体工程基本完工

冲刺9月底通车目标

汕公路,采用设计速度100公里/小时,双向6车道设计标准。

面对SG02合同段神岗特大桥采用Y型连续刚构体系上跨国道105及地铁14号线,结构体系复杂、施工工艺要求高、跨线施工干扰多的困难,从埔高速一期工程项目创新采用附着式全封闭安全防护棚,对施工现场进行全封闭,并在地铁上方安装线路障碍自动报警系统以及全面运用BIM技术,安全高效推进跨路施工。

从埔高速一期工程项目于2020年全线开工,提前一年完成征地拆迁,于2022年年底实

现主线基本贯通,于2023年6月底实现主体工程基本完工。目前项目各项工程加快收尾,有望9月底建成通车。

从埔高速一期工程建成后,将在广州东部区域构筑新的南北向大通道,并形成从化区直连市中心城区的高速通道,同时与多条东西走向高速公路和国道连接,完善广州东部高速公路网,进一步强化广州组团尤其是从化区域、中新知识城与南沙自贸区的交通联系,有力增强广州综合交通枢纽功能,推动粤港澳大湾区高速公路网进一步互联互通。

2023年7月5日 7月5日 7月5日

2023年7月5日/星期三/经济新闻部主编/责编 李卉 / 美编 刘栩 / 校对 黎松青

猪猪侠又拿奖

粤产动漫IP获两个“五个一工程”优秀作品奖

羊城晚报讯 记者黄宙辉、通讯员龙金莲报道:7月3日,广东省精神文明建设“五个一工程”工作座谈会在广州召开。会上表彰了广东省第十二届精神文明建设“五个一工程”先进单位和优秀作品。

由广东咏声动漫股份有限公司(以下简称“咏声动漫”)出品的两部动漫作品——《猪猪侠大电影·恐龙日记》和动画片《百变校巴之超学先锋1》,荣获广东省第十二届精神文明建设“五个一工程”优秀作品奖。此前,咏声动漫出品的《猪猪侠之英雄猪少年》《猪猪侠之积木世界的童话故事》等四部作品,已连续4届获得广东省精神文明建设“五个一工程”优秀作品。今年,咏声动漫首次在动画电影和电视领域双双获奖。

记者了解到,在这次获奖的作品中,《猪猪侠大电影·恐龙日记》是猪猪侠系列的第六部动画电影,讲述了一个关于自我成长和友情的故事。该电影在2021年五一档上映,打破了中国影史五一档动画片票房纪录。而今年上映的《新猪猪侠大电影·超级赛车》上映首日,累计综合票房突破1000万元,登顶五一档同类型票房TOP1。

国民IP猪猪侠已成为广东



广州开通家庭医生服务专线

羊城晚报讯 记者林清清、通讯员穗卫健报道:7月4日,记者从广州市卫健委官网获悉,为贯彻落实国家、省关于推进家庭医生签约服务高质量发展的指导意见有关精神,进一步完善广州市家庭医生制度服务体系,提升居民对家庭医生签约服务的知晓率和获得感,广州市依托“广州市12320卫生热线”,开通“广州市家庭医生服务专

线”,服务号码为12320。

据悉,“家庭医生专线”主要包括六大功能,是广州市居民获得家庭医生签约服务政策信息,了解家庭医生服务内容,提出签约申请、健康咨询、服务评价等重要渠道之一。

广州市卫健委表示,未来将继续加强家庭医生专线建设,加强AI智能话务研发,不断提高实时解决居民诉求的能力。

财经·新势力 A9

广州再添港股上市公司,药师帮登陆港交所

药界“拼多多”欲继续“真香”难在哪儿



小而散的单体基层零售药店往往是大流通商“忽视的角落” 图/视觉中国

“芝麻绿豆”小交易撑起“小药店”生意经

小药店的生意好做吗?

从招股书来看,2022年,药师帮的平台业务交易额GMV为226亿元。记者以上述35.4万家药店和17.3万家医疗机构此简略计算,平均到每个机构,每年每年的采购额只有4万元,平均每个月采购不到4000元。

但也正是这些看着“芝麻绿豆”的小交易,撑起了药师帮的“生意经”。

招股书显示,截至2022年,药师帮的商品交易总额GMV达到人民币378.33亿元,自2020年起的年均复合增长率为38.6%,在中国院外数字化医药流通服务市场份额为21%,排名第一;服务网络,包括35.4万家

下游药店及17.3万家基层医疗机构,月均活跃买家数量达到30.8万家,同样位列行业第一。

发展中也伴随着争议。药师帮的出现,一度冲击了原有医药流通环节的价格体系,对传统经销商们形成竞争优势。与此同时,市场上因为价格体系混乱,低价假货开始窜行,让一些药企的药品销售降至谷底。

对于大部分药企来说,如果自建团队进行渠道拓展,会增加成本,但如果完全依靠经销商开拓外市场,管理难度大。药师帮负责人介绍,该项业务主要是帮助药企们高效开发空白市场,帮助药企快速捕捉下游需求,以数字化营销方案帮助药企推广产品。据介绍,截至2022年底,药师帮已与500多家药企合作,进行了约1100个SKU的推广。

关系也成为了关键。在“封杀令”后的第二年,药师帮正式推出“厂牌首推”业务,宣布与1000家药企合作,从这些合作药企及其选定的经销商处采购药品,再将药品销售至下游。

“对于大部分药企来说,如果自建团队进行渠道拓展,会增加成本,但如果完全依靠经销商开拓外市场,管理难度大。”药师帮负责人介绍,该项业务主要是帮助药企们高效开发空白市场,帮助药企快速捕捉下游需求,以数字化营销方案帮助药企推广产品。据介绍,截至2022年底,药师帮已与500多家药企合作,进行了约1100个SKU的推广。

“增收不增利”如何破局?

2017年以来,在集采、医保控费、两票制等一系列改革措施的催化下,医药产业链的市场格局已经发生明显变化,院外市场愈发受到重视。有分析预计,到2027年,院内院外市场的规模将达到平衡,这一方面为药师帮布局带来可增长空间,但另一方面,市场竞争也逐渐激烈。不少大型医药流通企业纷纷加大了对基层下沉市场的争夺,越来越多乡镇医疗机构及小药房被纳入大流通商的分销网络中。

“医药流通企业下沉基层市场,是院外市场发展的必然结果。”药师帮相关负责人表示。

而直面市场竞争,药师帮早已并不满足当一个平台撮合商。2019年,药师帮在原有的平台业务上增加自营业务,即不仅仅撮合上下游交易收取佣金,而是自己也做起了药品渠道商供货给下游基层医疗机构。

新业务给药师帮带来了新空间。2019年至2022年,公司自营业务带来的收入分别为30.12亿元、56.91亿元、95.89亿元和135.19亿元,占总营收比例分别为92.7%、93.8%、95%和94.7%。相比之下,平台业务的营收规模就小多了,分别为2.38亿元、3.72亿元、4.89亿元和6.94亿元。可以说,药师帮绝大部分营收都来自于自营业务。

为了组织自营业务,药师帮在全国19个城市建立了20个智能仓库,使得跨省配送到乡镇仅需50个小时。但组织货源、物流配送,同样带来了新成本。从毛利率看,自营业务在带来营收增长的同时,也大幅拉低了公司的毛利率。

“我们计划通过进一步采取以下措施实现盈利能力,包括扩大买家群体并提升买家参与度;增加医药流通业务和其他业务的收入;改善营运资金管理等。”药师帮方面向记者透露,2020-2022年,经调整亏损率从4.6%降至0.9%,亏损持续收窄,已接近盈亏平衡线。

发力B端瞄准被“忽视的角落”

2015年1月,药师帮在广州成立,创始人是曾在搜房网工作15年的张步镇。创业之初,药师帮主要作为第三方交易服务平台,为药企和基层药店提供服务,通过撮合买家和卖家的交易,收取平台佣金费用。

虽然同处互联网医疗赛道,但与阿里健康、京东健康等不同,药师帮走的是纯B端路线,不直接面向消费者,而是做起经销商和药店的院外市场生意。

《中国药品流通行业发展报告(2021)》数据显示,全国医药市场流通规模大约2.4万亿元,分为院内、院外两个市场,院内市场规模占比69.4%,而院外零售市场则由非常多的小而散的零售药店组成。

以往,这些小而散的单体基层零售药店往往是大流通商“忽视的角落”,对上游批发商而言,考虑到物流成本、营销成本,一个订单如果没有几千元是很难有动力配送的,而下游的药店和诊所又出于成本考虑不想大量囤货,面临着药品品

类少、价格不透明、物流缓慢等痛点。

“医药流通C端经过多年发展,已经形成稳定的格局,传统巨头优势明显。”药师帮相关负责人在接受羊城晚报记者采访时坦言,从基层市场的B端采购环节入手,是公司创业初期绕开传统巨头、挖掘空白市场的经营策略。

药师帮的出现,相当于用“互联网+数字化”的手段重塑了医药流通市场,平台一头连接着个体药品批发商,另一头则连接着药店诊所,将大量长尾的需求集中起来。招股书指出,在数字化平台上,买家可以直接自由选择及订购卖家的产品,从而降低了交易成本、提升了交易的整体效率。

截至2022年,药师帮已链接起35.4万家下游药店及17.3万家基层医疗机构。由于直接撮合了药品供应商和基层医疗终端交易,平台上的药品价格比普通院外流通渠道的药品价格低许多,药师帮也因此打响了“药界拼多多”的名号。