

20亿元真金白银展示信心 无锡多家上市公司集中增持回购显担当

本报讯（晚报记者 陶洁）本周，无锡的上市公司采取集体行动，以真金白银的增持和回购展示对未来经济的坚定信心。截至4月10日，无锡已有超过12家上市公司发布增持回购公告，涉及金额在20亿元上下。

锡城一家主营纺织面料的三板公司大股东昨日表态，美国关税政策变动后，公司董事会通过决议，大股东开始回购股票，且该公司提前研判和布局，将外贸主营业务成功转向内销市场。该大股东昨日透露：“从去年开始，公司原来的欧美外贸出口业务量已下调，生产线进行了新一轮

数字化升级，业务范围也主动转为以内销和非美业务为主。从去年开始，长三角城市的制服订单带来了新增业务。”这种主动调整业务结构的策略，使企业成功规避了此轮关税战的直接冲击，保持了经营的稳定性和韧性。

传统纺织企业通过回购股份、调整业务结构积极应对挑战，展示出企业在逆境中的韧性与担当。红豆股份的应对策略堪称“主动积极”——4月8日，公司发布公告称，早在2024年4月15日就通过了回购股份方案，计划使用2000万至4000万元自有资金回购股份用于股权激励。

截至2025年4月8日，公司已累计回购843.48万股，占总股本的0.37%，累计使用资金2005.40万元。这种未雨绸缪的回购行动，不仅稳定了股价，也为员工激励储备了资源。

生物医药巨头药明康德发布公告称，拟采用集中竞价交易方式回购公司A股股份，回购金额高达10亿元，为维护公司价值及股东权益注入强心剂。凯龙高科、华光环能、太极实业、威孚高科等企业也纷纷跟进，公布的回购金额在2500万元至1.5亿元不等。

这一集体行动不仅稳定了股价，

更向市场传递出企业对自身价值和国内经济前景的坚定信心。作为长三角经济重镇，无锡目前拥有上市公司123家，资本实力雄厚。面对美国关税政策引发的资本市场动荡，无锡企业展示出了十足的底气与信心。无锡板块中，不少企业是国际市场细分行业龙头，如药明康德、长电科技、卓胜微等，它们凭借核心技术构筑的竞争力，成为中国经济抵御外部风险的基石。无论是半导体企业加大研发投入，还是纺织企业调整市场布局，都反映出企业不再过度依赖单一市场或技术，而是着力构建安全可控的产业链体系。

泓历20周年庆跨界合作解码无锡商业基因进化—— 非遗跃上奶油裱花 老字号破圈书写新叙事

昨天上午，泓历皇朝新店内，一个融合惠山泥人阿福与泓历IP“泓福”的三层蛋糕，揭开了锡城商业创新的新篇章。作为泓历集团20周年庆的年度活动之一，这场由泓历集团、惠山泥人厂与爸爸糖联袂打造的签约仪式，不仅是一个本土餐饮品牌的庆生序曲，更成为观察无锡商业文明迭代的鲜活切片——当非遗泥人跃上奶油裱花，当老字号与新消费品牌共享同一份战略协议，这座千年工商名城正书写着文化基因驱动商业变革的新叙事。

老字号的破茧时刻： 从博物馆展品到消费符号

展览台前，无锡市老字号协会副秘书长宣洁轻抚新出炉的“泓福”联名泥人一阵慨叹：“以前大家在博物馆里了解泥人，现在年轻人通过蛋糕上的泥人认识非遗，这才是活态传承。”此次推出的泓历联名DIY材料包中，人们可以按自己的喜好，“定制”独一无二的惠山泥人，这让非遗体验变得可携带、可复制。“这种转化消解了传统文化的高冷感。”宣洁评价道。

近年来，通过“非遗+商业”的跨界实验，惠山泥人厂不仅打开了年销售额不断增长的新市场，更在DIY材料包、车载香薰等文创产品中找到了非遗的年轻化表达，印证着无锡“以用代保”的文化遗产智慧。

身处长三角市场变革的潮头，目睹了太多“单打独斗”的遗憾。有的老字号困守匠心却不懂表达，有的新品牌擅长营销却缺乏文化根基。而泓历、惠山泥人厂与爸爸糖的携手，恰恰打破了这种困局——用设计思维激活文化IP，以渠道优势赋能传统价值，让非遗泥人走进甜品店，让文创周边点亮餐饮店。这种跨界融合，正是老字号与餐饮业迭代升级都需要的“破圈思维”。

餐饮业的角色嬗变： 从味道供应商到文化运营商

“20年前，无锡餐饮拼的是正宗本帮味，现在拼的是文化附加值。”无锡市烹饪餐饮行业协会会长陈为民分析道。数据显示，2024年无锡文化主题餐厅占比持续增长，这种转变在泓历的战略中尤为明显：从最初聚焦宴席餐饮，到如今通过文创产品建立用户的情感账户；从宴席专家转型为文化载体——餐饮企业正崛起为城市文化运营商。

这种转型与无锡城市特质深度咬合，折射出无锡工商基因的时代演进：从满足味蕾到构建情感联结。“此次与惠山泥人厂、爸爸糖推出联名款非遗蛋糕以及各类主题文创，让无锡味道看得见、吃得着、带得走，用新消费场景为传统文化护航。”泓历集团执行董事姚云鹤说，“拥抱变革”一直是泓历的价值观，这次联手不仅是一次商业合作，更是一次文化共鸣与价值共创。

陈为民认为，当餐饮人跳出“一锅一勺”的局限，当文化传承突破“一墙一馆”的束缚，无锡完全有可能打造出“美食即文化，文化即生活”的沉浸式消费新场景。这座城市能诞生更多“可以吃掉的文化符号”“可以带走的美食记忆”。

商业生态的进化论： 从单兵作战到基因重组

文化是城市发展的软实力，商业是城市繁荣的硬支撑。当前，无锡正全力推进国际消费中心城市建设的步伐，打造“美食之都、购物天堂”，迫切需要探索文化赋能商业的新路径。在无锡市商务局相关负责人看

来，三方的签约，正是我市推动商贸服务业高质量发展的重要创新，不仅实现了文化IP的商业转化，更构建了跨界融合的消费场景。

惠山泥人作为中华老字号、国家级非物质文化遗产，具有较高的文化价值。通过这次合作，泥人艺术将转化为具象的商业元素，可为合作方带来更多的品牌溢价。而在泓历集团下辖酒店内，消费者既能享受高品质的餐饮服务，还能品尝融入泥人文化的特色甜点。这种“文化+餐饮”的复合型消费场景，正是现代商业发展的新趋势。

泓历集团市场品牌部总监陈磊认为，此次合作标志着本土商业进入“基因重组”阶段：泓历的餐饮场景、爸爸糖的零售网络、惠山泥人的文化IP，这三个看似不相关的要素重组后，产生的协同效应远超简单相加，体现出产业链深度整合的趋势。

通过激活本土文化基因，链接餐饮、非遗、零售等离散要素，无锡这座城市正在创造独特的商业生态系统。这种生态既包含惠山泥人老字号品牌的百年坚守，也容纳爸爸糖的年轻创意，更催生出泓历式的跨界探路者。（天易）

大学生发明 采摘机器人 精度控制在 0.5毫米

在无锡市农博园的一处番茄大棚里，一台形似“机械章鱼”的设备正灵活地伸缩机械臂，精准地摘下一颗颗红透了的番茄，并准确放在输送带上。该采摘机器人出自无锡学院几名本科生之手，由长度可伸缩的输送带和机械臂构成，每分钟可摘10多个果实，采摘成功率90%。随着其200万元订单的落地，年轻力量正在智慧农业领域崭露头角。

“传统农业机械只能处理标准作物，但在实际种植中，番茄的位置、成熟度都不同。”无锡学院物联网工程学院大四学生张政告诉记者，团队研发的采摘机器人能根据果实的形状自动调节夹持力度，抓取精度控制在0.5毫米——这相当于能精准摘取藏在叶片后的果实而不损伤植株。

张政的团队即将成立自己的公司。该团队已与无锡本地农业企业签订技术转让协议，小批量投入商业化应用。在新吴区的一家农场，该设备展现出惊人适应性：可匹配不同垄距，能完成从草莓到柚子的精准采摘。更关键的是其AI成熟度检测功能可以避免采摘未成熟果实，较人工采摘减少15%损耗。“以前，雇10个人1天能摘5亩番茄。现在，2台机器就能完成，成本降低40%。”农场主李先生说。

这支团队掌握的技术并不限于采摘，其开发的智能种菜机器人能完成播种、施肥、病虫害监测等全流程作业。目前，该设备已在无锡锡山、新吴的6个农场实现应用。

“我们计划迭代集群作业系统，让20台机器人协同管理百亩果园。”团队负责人张政展示的蓝图中，这些设备将构成分布式农业物联网的“神经末梢”。当年轻工程师与田间地头碰撞时，或许正如他所言：“最好的技术不在实验室，而在泥土里。”（陶洁）

