

时代周报

政经 TOP NEWS

财经 FORTUNE

产经 INDUSTRY

周要闻

7月LPR报价出炉

7月20日，7月贷款市场报价利率（LPR）出炉：5年期以上LPR为3.5%，上月为3.5%。1年期LPR为3%，上月为3%。

西班牙队夺得世界杯冠军

北京时间7月20日凌晨3点，世界杯决赛，西班牙队在美国纽约新泽西体育场对阵阿根廷队。西班牙队通过加时赛以1:0战胜卫冕冠军阿根廷队，继2010年南非世界杯后，队史第二次夺冠。这也是西班牙时隔16年再度登顶。

长鑫科技中签号出炉

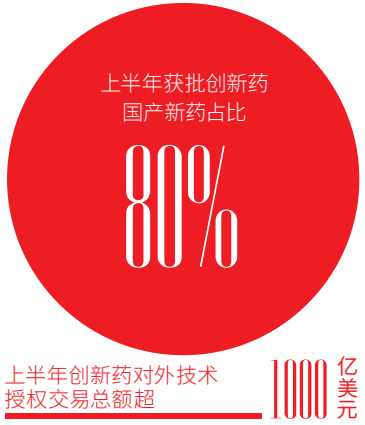
7月19日，存储巨头长鑫科技披露首次公开发行股票网上中签结果，中签号码共有770.22万个，每个中签号码只能认购500股长鑫科技A股股票。公告显示，有36支社保基金及养老基金参与了战略配售。此外，中国人民财产保险、中国人寿保险、中邮人寿保险、泰康人寿保险等多家险资也均参与了战略配售。长鑫科技此次IPO拟募集资金295亿元，刷新科创板募资纪录。

周数据

工信部：今年上半年38款创新药获批上市

7月20日，工业和信息化部新闻发言人、运行监测协调局局长陶青在国新办新闻发布会上表示，今年上半年，38款创新药获批上市，其中，国产创新药31款，占比超过80%。创新药对外技术授权再创新高，今年上半年交易总额超过1000亿美元，充分展现我国医药产业创新质量实现系统性跃升。

今年上半年创新药情况



直击协创数据股东会

详见P14

直击WAIC
创业众生相

详见P17



“十五五”首份半年报出炉

时代周报记者 王晨婷 发自广州

“十五五”开局之年经济半年成绩单正式揭晓。7月15日，国家统计局发布上半年国民经济运行数据，初步核算显示，上半年国内生产总值达695704亿元，按不变价格计算同比增长4.7%，第一季度增速5.0%，第二季度回落至4.3%，整体运行在年度预期区间之内。

相较于单一增速数值，这份开局“成绩单”更值得审视的，是中国经济愈发清晰的结构性分化格局。以高端制造、数字经济、现代服务业为核心的新动能持续提速，对经济增长贡献率突破四成；与之相对，传统地产链条、实物消费复苏节奏偏缓，行业冷热分明的“K型分化”特征愈发凸显。

新旧动能加速切换，成为贯穿今年上半年宏观经济运行的核心主线。

“当前国际形势复杂多变，今年上半年中国经济保持4.7%的增速，同时价格保持温和上涨，就业总体平稳，国际收支改善，特别是新兴领域新动能加快成长壮大。中国经济实现了质的有效提升和量的合理增长。”国家统计局副局长毛盛勇在解读上半年数据时表示。

GDP增量为近五年同期最大

上半年，经济运行总体平稳，主要指标运行在合理区间。按不变价格计算，GDP同比增长4.7%，

增速符合全年预期目标。与去年同期相比，GDP增量达到3.6万亿元，为近五年同期最大增量。

“对于我国这样超大规模的经济体，实现4.7%的增长难能可贵。尽管第二季度增速有所回落，但是经济稳定运行、向新向优的基本面并没有变化。”毛盛勇说。

今年政府工作报告中提出的2026年经济增长预期目标为4.5%～5%，并明确在实际工作中争取更好结果。从上半年数据来看，GDP增速已落入目标区间。

这是自2020年以来，我国首次采用区间式经济增长目标。洪略全球智库理事长、中国政策科学研究会经济政策委员会副主任徐洪才告诉时代周报记者，将今年经济增速目标设定在4.5%～5%之间，是一个兼具积极与务实的合理区间。区间目标的设定，也反映出宏观经济治理正在从过去更关注单一增速底线，转向更注重增长质量、效率与可持续性。

与此同时，新旧动能走势的“K型分化”已成为当前经济运行的核心特征。

据国家统计局测算，今年上半年，以高端制造、数字经济、现代服务为代表的新动能对经济增长的贡献率超过了四成。

从拉动经济的“三驾马车”来看，需求端出口表现亮眼。全球AI资本开支持续扩张，带动自动数据处理设备等相关产品出口较快增长。

下转P03

创业板
改革百日考

46家创业板上市公司推出再融资方案，11家推出重大资产重组方案，101家推出股权激励计划。

特约记者 黄嘉祥 发自深圳

7月18日，深化创业板新一轮改革满百日，市场生态变化正在悄然发生。

今年4月10日，证监会发布《关于深化创业板改革 更好服务新质生产力发展的意见》（下称《意见》），深化创业板改革正式启动。这3个多月以来，改革成效持续显现，正在惠及越来越多的优质创新企业和投资者。

改革政策发布以来，46家创业板上市公司推出再融资方案，11家推出重大资产重组方案，101家推出股权激励计划。

“从创业板投融资生态角度看，此次改革立足创业板板块定位，展现出鲜明的系统性和突破性特征。”招商基金研究部首席经济学家李湛对时代周报记者分析，改革通过聚焦优质创新重点领域，构建起更适配创新型企业的制度体系，能够更好发挥创业板促进创新资本形成和集聚的重要作用。

“成熟先行、能快则快”，改革跑出加速度

“成熟先行、能快则快。”这是创业板深化改革的一大特点。

4月10日，改革启动当天，深交所就首批4件配套业务规则向市场公开征求意见，包括上市规则、交易规则、IPO发行与承销业务实施细则、预先审阅审核指引。仅仅两周后，4月24日，这些配套规则就正式发布实施，推动增设第四套上市标准、建立预先审阅机制等重点措施进入实施阶段。

试点地方政府推送拟发行上市企业信息，是这次深化创业板改革的一项重要探索。这适用于已申请发行上市辅导备案、拟按照创业板第三套或第四套上市标准申报的企业。

时代周报记者获悉，深交所目前已收到部分企业的地方政府推送信息函，深交所会在审核中对推送的信息予以参考，对企业是否符合发行上市条件做好审核研判，切实提高审核质效。

这次创业板改革，还推出IPO预先审阅机制，以保护优质创新企业技术安全和信息安全。所谓预先审阅机制，是指交易所在发行人正式申报IPO前，对发行上市申请文件按照审核要求进行把关的一种服务机制。

平安证券投行人士对时代周报记者表示，IPO预先审阅机制复制到创业板后，客户的核心信息安全性得到极大保障。“这些变化将显著提升优质企业的上市效率，但也对企业规范运作和信息披露质量提出更高要求。”

下转P09

政经 · TOP NEWS

- 04 地铁里程十强城市格局不变 下半年谁将拼命开新线？
- 06 打响禁售燃油车第一枪：海南能否接住数十万新能源车？
- 07 暴雨内涝下的沈阳人
- 08 韩国股市暴涨暴跌 平均每30人就有1人爆仓

财经 · FORTUNE

- 10 七折拍卖零人报名 九江银行3004万股流拍
- 12 超半数基金第二季度涨幅超40% 平安基金林清源晒成绩单
- 15 变身“包租公”力保美国市场 阿特斯今年预计收租11亿元
- 16 实验猴重回20万元一只 昭衍新药上半年净利润预增超8倍

产经 · INDUSTRY

- 19 长鑫科技提前锁定清北毕业生 想打造行业“黄埔军校”？
- 20 10家A股车企上半年业绩预告：乘用车普遍承压
- 23 百威再次起诉金星啤酒 啤酒行业知识产权战打响
- 24 上海楼市半年考：新房价格上涨3.7%领跑全国

编辑 温斯婷 版式 王展
图编 王展 校对 宋正大

广告热线 020 - 3759 1496
发行热线 020 - 8735 0717
传真 020 - 3759 1459
征订咨询 020 - 3759 1407

时代在线
http://www.time-weekly.com
官方微博 @时代周报
官方微信 timeweekly



扫一扫关注
时代周报官方微信

国内统一刊号 CN44 - 0139
邮发代号 45 - 28



6 946957 200015 >
零售价 RMB 3.00 HKD 10.00

出版、主办单位 广东时代传媒集团有限公司
地址 广东省广州市珠江新城华利路19号远洋明珠大厦4楼
印刷单位 广东广州日报传媒股份有限公司印务分公司
发行单位 中国邮政集团有限公司广东省分公司

占了公共资源还涨价 共享单车不能只算经济账

以“几毛钱”解决“最后一公里”痛点的共享单车，近日因美团、滴滴青桔、哈啰单车三大平台的集中调价，再次引发社会关注。据中新网报道，三大平台本次调价逻辑高度统一，均采用“提高起步定价、拉长基础骑行时长”的组合策略。

当原本1.5元/30分钟的起步价普遍逼近2元/小时，甚至高过同城的公交票价时，这场关于“普惠出行”的讨论，早已不止于简单的商业调价，而成为触及城市慢行交通体系公共属性的深层命题。

不可否认，共享单车有其天然的商业属性，但它跑在公共道路上、停在公共泊位里，运营空间靠的是公共资源，这就决定了它不能只谈生意经，也得算好民生账。

对大多数人来说，共享单车的使用场景就那么几种——地铁口到小区、公交站到写字楼、家门口到菜市场，骑行时间大多在10～15分钟。中国自行车协会的统计数

据也印证了这一点：2025年，全国居民自行车单次平均骑行距离为2.7公里，短途接驳是绝大多数用户的核心使用场景。

但这次涨价打破了平衡，成本压力精准落在高频、短途出行的刚需人群身上。他们可能是普通的打工人，对每天的开销都精打细算。一次多掏几元，一个月算下来，几顿早饭就没了。还有住校的学生、不会用打车软件的老人、舍不得坐地铁的务工人员——共享单车对他们来说，曾经是这座城市里门槛最低的“体面出行”，但现在门槛却被一点、点抬高。

事实上，这次集体涨价，平台意图明显：人力调度和损耗极高，在平台眼里变成了“高成本、低回报”的负担；通过提高起步价，平台实际上是在倒逼用户选择月卡和次卡，以锁定高频用户。一旦用户长期绑定单一平台会员，跨品牌骑行的选择权会被大幅压缩，变相形成消费捆绑。

除此之外，公众吐槽最集中的，仍是短途出行的“价值倒挂”。

平心而论，公交车依托财政补贴运营，直接对比票价确实有失公允，但老百姓对性价比的缩水真实可感。公交一票可乘坐数公里，能够遮风挡雨。共享单车本来的核心优势是“用金钱换取最后一公里的时间与便利”。现在其价格逼近公交车，服务却在退步，“找车凭运气、停错扣调度费”。这种价格与体验的错配，让很多人都觉得共享单车“不香了”。

客观而言，告别烧钱补贴、回归正常的商业逻辑，是行业走向成熟的必由之路。车辆折旧、人力调度、维修保养、场地管理等刚性成本持续上涨，平台需要合理的利润空间维持运转，这一点公众并非不能理解。

但争议的核心在于，调价为何一刀切瞄准高频短途刚需？当头部平台凭借集中

的市场份额，单方面将全部运维成本转嫁给通勤人群，车辆投放、故障清运、停车点位优化等服务却未见同步升级，这般只逐利不担责的操作，已然违背基本商业伦理。

从城市发展大局来看，共享单车性价比持续走低，正逐步动摇绿色出行的群众基础。近年来各地持续投入资金修建自行车专用道、完善慢行配套，初衷是丰富短途出行选择、缓解道路拥堵、助力“双碳”目标落地，共享单车本是慢行交通网络最接地气的载体。

可当骑行成本不断抬升、用车体验持续下滑，市民就会用脚来投票：要么放弃骑行改为步行，要么全程搭乘公交地铁，甚至干脆购置电动自行车代步。无论哪种选择，都会减少共享单车的使用频次，造成自行车道、慢行驿站利用率大幅下降，与低碳交通发展导向背道而驰。

不过，破局之道，不在于简单地否定

涨价行为，而在于重建定价的透明度与合理性，这需要平台、监管、城市管理协同发力。

一方面，平台可实行分时长阶梯定价，保障15分钟内短途通勤低价权益，用调价收入升级车辆运维与停车配套，主动公开单次骑行的真实运维成本结构，让公众看清“钱花在了哪里”；另一方面，交通部门通过完善停车电子围栏减少调度收费，市场监管部门落实调价备案制度，查处价格协同、捆绑销售等侵害消费者权益的行为，守护公平竞争的市场底线。

说到底，共享单车调价这件事，商业归商业，民生归民生，但底盘是一个。车轮转不转得下去，不光看利润表好不好看，也要看每天扫码用车的人心里舒不舒服。涨上来的两元钱，买得到一次骑行，买不回那种随手一刷就能走的从容。这份从容，才是共享单车真正的价值。■

时代锐评

约束无序高频量化、回归A股价值本源 市场不应只剩短期存量博弈

时代财经 邱利 温斯婷

量化究竟是A股的“脊梁”还是砸盘“元凶”？近日，在市场大幅调整之际，量化机构又一次站上了风口浪尖，这次市场质疑指向了交易的公平性和合规性。

有观点认为量化机构可以通过T+0策略高频“薅羊毛”，这对手中对冲工具稀缺、只能T+1的散户造成了不公平；叠加量化机构拥有毫秒级速度优势，对散户形成了降维打击。

事实上，2026年以来，在极致分化行情下，量化私募却风生水起，基金规模一路“狂飙”。数据显示，截至6月底，百亿元级私募数量增至142家，刷新历史纪录，其中，百亿量化私募在70家以上，占比近50%，形成与主观多头“势均力敌”的新格局；与此

同时，量化股票多头策略规模攀升至1.83万亿元，增长速度堪称惊人。幻方量化、九坤投资、灵均投资、明汨投资等量化大厂纷纷迎来“丰收”大年。

随着大量资金涌入量化，以及交易算法愈加复杂，关于量化交易“收割散户、助涨杀跌”的质疑声，也逐渐引起市场的担忧。

南京大学商学院安同良教授团队最新研究发现，“一家好公司，股价可能在持续下跌，不是因为它经营出了问题，而是散户持仓多、流动性好，被量化当作收割目标。而一家实际业绩不好的公司，反而可能因为沾上热点，被量化一波一波推上去”。

无序的高频量化交易，无疑将给市场带来三大危害：一是股价和企业基本面脱钩；二是市场价值发现功能失效，沦为零和博弈的“赌场”；三是长期资金或将离开。面对一个被高频

交易搅动的市场，一些追求长期稳健回报的资金很难安心待下去。随着长期资金流出，市场稳定性持续减弱，形成恶性循环。

上市公司层面同样不乏质疑之声。7月上旬，鹏辉能源投关总监方李一凡在朋友圈发文称，并不反对基

量化本身不是洪水猛兽，
具备提供市场流动性、辅助价格发现的正面作用。

本面量化，但单纯依靠情绪、动量、关键词因子交易毫无合理性。“企业辛辛苦苦做营收做利润，研究员辛辛苦苦跑调研盘趋势，基金经理认真看基本面坚持长线持有都还有什么意义？”方李一凡认为，现在很多量化投资的做派根本不符合中国特色现代资本市场的的高质量发展方向。

此番言论迅速刷屏，鹏辉能源也被广大股民封为“怒怼量化第一股”。截至7月17日收盘，沪指失守3800点，深证成指跌5.40%，创业板指跌7.15%，科创50指数跌7.12%，全市场约5000只个股下跌，总成交额逾2.6万亿元。而在一片哀鸿遍野中，鹏辉能源逆势飘红，收盘微涨0.11%。

对于量化投资的潜在隐患，监管近年来也逐步趋严。今年6月，证监会主席吴清在中国证券投资基金业协会第四届会员代表大会上表示，充分

考虑个人投资者占大多数的国情市情，先后出台了一系列程序化交易监管规则制度，建立交易报告机制，强化针对性监测监控，从严监管异常交易行为，引导降频降速，强化交易业务单元管理等。在此基础上，还将深入调研，持续完善程序化交易监管的机制安排，更突出公平和规范，加强针对性监管，切实防范滥用技术优势，坚决打击操纵市场、扰乱市场秩序等违法违规行为。

量化本身不是洪水猛兽，具备提供市场流动性、辅助价格发现的正面作用。但当量化交易泛滥，技术、速度、资金、信息、做空等优势完全碾压散户时，就容易导致不平衡。多方应完善制度，约束量化机构与散户之间的不对等，维护资本市场的公开、公正、公平秩序，引导市场从“存量博弈”转向“价值共创”。■

时代锐评

“猴茅”跌停、“猴热”退烧 一场炒作的“猴戏”终于散场

时代周报记者 林昀肖

“股民像猴一样被耍得团团转”“国内还有两亿多只猴”实验猴价格高企，股民们对近期资本市场上诡异的“猴市”行情频频吐槽。

近期，实验猴价格走高引发行业广泛关注，资本市场上则出现“炒猴热”，与实验猴相关的概念股出现大幅波动。

“猴茅”昭衍新药（603127.SH；06127.HK）A股股价在7月10—16日5个交易日中，有4个交易日大幅上涨，其中，2个交易日涨停。然而，到7月17日狂欢终止，昭衍新药开盘后迅速跌停。

被“猴”炒起来的，是整个CRO概念板块。东方财富CRO板块（BK0899）在历经7月14—16日连续上涨后，7月17日大幅收跌9.71%。

拥有实验猴业务的CRO企业美迪西（688202.SH）、益诺思（688710.SH）、康龙化成（300759.SZ；03759.HK）等均呈现类似行情。

近期资本市场上CRO“猴企”的大涨狂欢，甚至炒作至果蔬企业、峨

眉山、“西游记概念”等靠意象延伸的股票领域，充斥着市场过热情绪和非理性炒作风险，交易风险越积越大。

而当概念退潮，往往是最早入场者获利离场，而追高的中小投资者沦为最后的接盘者。这一波“猴市”行情下，众多股民吐槽自己被“当猴耍”。

风物长宜放眼量，选择投资生物医药行业，需锚定创新药研发主业、理性看待资源周期波动，顺应医药产业“周期长”的特点，才能走出“炒概念、过山车”的循环怪圈。

实验猴作为创新药研发的上游基础资源，其价格波动本质上是下游需求扩张与上游供给刚性之间的矛盾。

据中国政府采购网公告的相关信息，今年6月食蟹猴单价已涨至17.8万元。据浙商证券研报整理数据，2024年猴价曾降至不到10万元/只。

猴价大涨背后，首先是需求的快速增长。2025年以来，创新药行业研发持续活跃，对外授权交易迎来爆发式增长。

据央视新闻报道，我国每年新增药物临床试验数量呈持续增长态势，2025年临床试验总量首次突破5000

项，创历史新高，其中，新药临床试验2997项，占比57.5%。

非人灵长类动物在临床前实验中具有很强的不可替代性。浙商证券研报分析称，实验猴市场面临国内食蟹猴种群老龄化严重、国内实验猴海外引种渠道不畅、全球优质猴资源流通或趋于紧张等核心供需矛盾。

从浙商证券研报整理的2009—2025年中国实验猴价格复盘数据来看，2019—2022年猴价从3万元/只上涨至最高超20万元/只，2023—2024年猴价出现下滑，2024年猴价已降至不到10万元/只，2025年起猴价又出现持续上涨。

而昭衍新药的业绩变化与猴价起落关联性较强。据年报数据，在2019—2022年猴价上涨周期，昭衍新药归母净利润保持60%以上增长；而到猴价下跌周期的2023—2024年，昭衍新药归母净利润则连续出现60%以上的大幅下滑；2025年，猴价再次上扬，昭衍新药又出现归母净利润300%以上的大幅上涨。

基本面来看，本轮是生物资产增值带来的利好。部分上市公司拥有数

量庞大的自供猴群，猴价上升使其公允价值与饲养成本间的差额扩大，该部分计入生物资产公允价值变动损益，进而直接增厚公司净利润。

以昭衍新药为例，今年上半年猴价上涨带动公允价值正向变动，其生



今年6月食蟹猴单价已涨至17.8万元。据浙商证券研报整理数据，2024年猴价曾降至不到10万元/只。

物资产公允价值变动贡献的净利润为7.03亿～7.77亿元。

由于不确定因素较多，未来猴价走势难以判断，仍需持续观察。而一旦猴价无法保持高位，投资者也需意识到CRO“猴企”业绩可能会出现波动，猴价上涨带来的业绩“一飞冲天”也存在隐忧。

而与此同时，从CRO行业整体来看，在全球宏观形势变化、生物医药投融资环境阶段性承压等因素影响下，行业仍在经历结构性洗牌和低端产能的出清。上述因素都是投资者在梭哈“猴企”前，值得深思熟虑的现实情况。

真正决定企业长期价值的，是创新药研发的核心能力与管线兑现，而非账面生物资产的公允价值波动。

这回是“炒猴热”，下回可能出现“炒猪热”“炒鸡热”，投资者应当穿透概念炒作的表象，回归产业基本面判断，以长期主义的眼光审视企业价值，而非在“击鼓传花”式的资金游戏中追逐短期暴利。

唯有如此，投资者才能避免在每一次概念狂欢中，最终裸露在潮水退去后的沙滩上。■

“十五五”首份半年报出炉

◀ 上接P01

上半年出口同比增长13.4%，其中，出口机电产品9.36万亿元，增长20.1%，占出口总值的63.5%，高技术产品和自主品牌出口分别增长39%和25.4%。

消费方面，上半年社会消费商品和服务零售总额同比增长2.7%，其中，服务零售额增长5.3%，明显快于商品零售额1.1%的增速。在服务零售额中，通信信息服务类、旅游咨询租赁服务类、文体休闲服务等增长较快。

相比之下，固定资产投资方面整体仍面临压力。1—6月全国固定资产投资同比下降5.7%。分领域看，基础设施投资同比下降2.4%，制造业投资下降1.2%，房地产开发投资下降18.0%。

但从投资结构来看，新动能投资依然保持较快增长。

上半年，高技术产业投资同比增长4.6%，其中，集成电路制造业、电子专用材料制造业、锂离子电池制造业投资分别增长8.8%、10%和24.4%。企业投资向创新端倾斜的态势愈发明显。

首次公布新指标折射消费结构变化

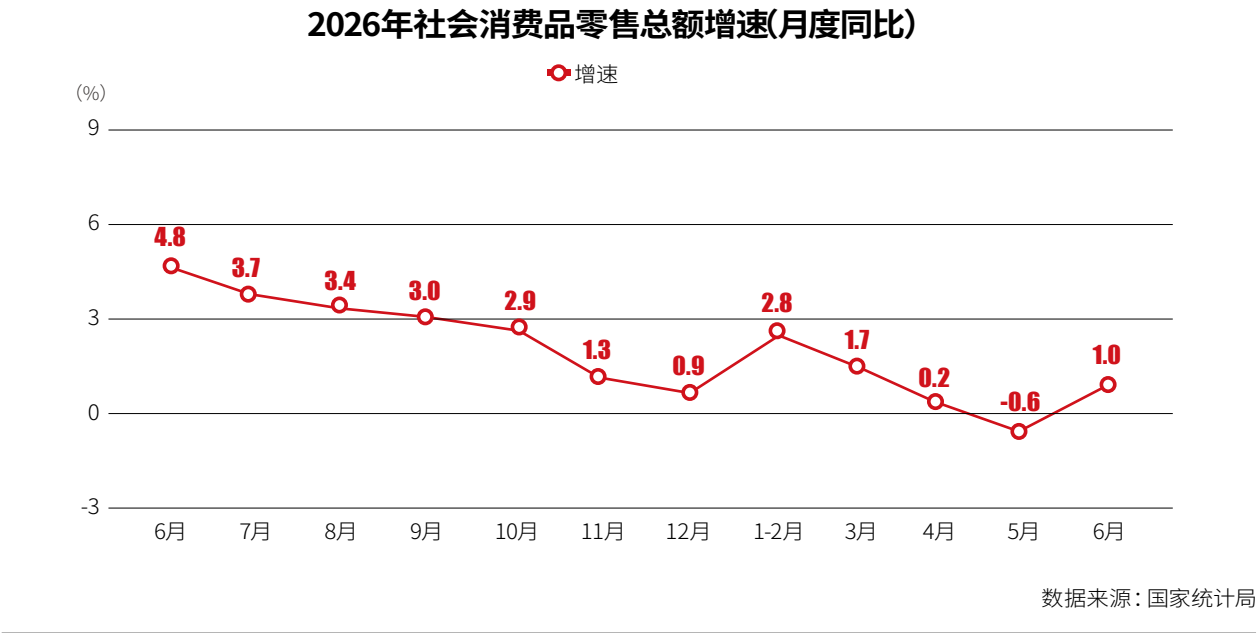
今年半年报的另一大亮点，是新指标的亮相。

6月16日，国家统计局首次发布“社会消费商品和服务零售总额”这一指标。7月15日发布的半年报中，服务零售指标同步列入。

数据显示，上半年商品零售额增长1.1%，而服务零售额增长5.3%，大幅跑赢商品零售额增速。

实物商品网上零售额也调整为“网上商品和服务零售额”这一指标。上半年，该指标同比增长5.2%，其中，网上服务零售额36419亿元，增长6.0%。

“要观察中国的消费情况，建议从全口径去看。社会消费品零售总额是过去长期用的一个指标，在服务部



分只包括餐饮。从整个消费看，1—5月份包括商品和服务在内的市场销售是一个正的增长。”毛盛勇表示。

服务零售额增速明显高于商品零售额增速，直观反映出我国消费市场正从以“实物消费”为主，向“实物与服务消费并重”的双轮驱动模式加速转变。

新指标的出现，并非孤例。从投资、出口等数据的变化中同样可以看出，核心发展方向正经历结构性切换。

大同证券研究中心景剑文认为，消费从“工具”回归“目的”，服务消费与发展型消费占比持续提升；出口从“劳动密集型”转向“科技密集型”，高技术产品出口占比趋势性上行；投资端，在各类政策与资金支持下，高技术制造业有望走出亮眼表现，成为拉动规上工业企业利润改善的核心引擎。

两场重要会议释放政策信号

半年数据落地，市场的目光聚焦

到了下半年的修复节奏与政策发力方向。

毛盛勇介绍，上半年经济增长4.7%，为全年主要预期目标特别是增长目标的实现打下了良好基础；新动能对经济增长的直接贡献超过40%，这一势头下半年还会继续；传统行业加快改造升级，第二季度对个别行业的下拉影响正在逐步消化，后续将趋于恢复。

“政策效应不断落地显效。前期出台的政策效果会不断显现。中央也会根据形势变化，有针对性出台更加积极有为的政策，推动经济平稳运行、向新向优发展。”毛盛勇说。

市场对下半年经济修复的预期也趋于一致。

如方正中期政策研究院预计，外需动能仍有可能进一步上升，基建可关注第三季度修复情况，但中后周期的消费短期内可能偏弱。考虑到“十五五”首年政策集中发力，中性预期下，今年经济增速实现4.5%以上目

标不难，且大概率接近5%，节奏上呈现先降后升态势。

当前，“K型分化”已成为贯穿宏观经济的核心关键词。人工智能、高端制造等新经济领域景气高涨，同时传统消费与地产链条增速放缓。国盛证券首席经济学家熊园认为，我国正处在新旧动能转换的“拐点之年”。

7月以来召开的几场重磅会议，为下半年政策走向释放了明确信号。总体来看，下半年宏观政策更加突出稳增长与促转型并重，7月底有望召开的中央政治局会议将为下半年经济工作定下基调。

7月4日召开的中国人民银行货币政策委员会2026年第二季度例会上，对国内经济形势的研判迎来调整。会议在延续“总体平稳”表述的前提下，将“稳中有进”调整为“向新向优”，在原有“供强需弱、外部冲击”两大挑战基础上，新增“结构分化”，经济运行压力由双重升级为三重。

在货币政策方面，会议提出“增

强政策前瞻性、灵活性、针对性”，相较于此前“综合运用多种工具，加强货币政策调控”的表述，更强调前瞻布局与灵活应变。

“这意味着下一阶段的货币政策将更加强调前瞻发力并保持灵活，在宏观政策中率先发力稳就业、稳企业、稳市场、稳预期。”银河证券首席宏观分析师张迪告诉时代周报记者。

7月13日，国务院总理主持召开经济形势专家和企业家座谈会。这是7月底中央政治局会议之前一次重要的问策会，也是观察下半年政策走向的重要窗口。

座谈会强调，要保持高质量发展战略定力，加大逆周期调节力度，用好用足存量政策，预研储备增量政策，切实巩固拓展经济稳中向好态势。

中国民生银行研究院宏观研究中心主任王静文分析，这一表述包含三层含义：保持战略定力，意味着不会因短期外部冲击而偏离高质量发展主线，不会出现大规模刺激政策；同时，“加大逆周期调节力度”，相较此前删掉“跨周期”而只强调“逆周期”，预示着政策力度将有所加码；此外，政策仍以存量加速落地为主，同时也会研究准备增量政策，择机推出。

此外，座谈会还提出，要推进新旧动能平稳接续转换，促进人工智能等新技术规模化商业化应用。这一提法表明，政策对AI等新技术的要求正从“实验室”走向“产业化”，预计下半年将出台更多支持AI应用场景、智能制造示范工厂、工业互联网平台建设的政策。

值得关注的是，近日，国家最高领导人出席了7月17—20日在上海举办的2026世界人工智能大会暨人工智能全球治理高级别会议。往年这一大会通常由国务院总理出席，今年规格提升，彰显决策层对人工智能领域的高度重视。■

“五年60万亿元”消费KPI：10万亿元增量从哪来？

时代周报记者 王晨婷 发自广州

60万亿元的消费蓝图已经铺开。

7月15日，国家统计局发布上半年社会消费品零售总额数据。作为“十五五”开局首份消费半年报，上半年社零总额达248722亿元，同比增长1.3%。其中，除汽车外的消费品零售额229034亿元，同比增长2.8%。

就在数据公布的前两天，国务院正式批复《扩大消费“十五五”规划》（下称《规划》），作为首份国家级消费领域五年专项规划，文件明确提出到2030年，社会消费品零售总额达到60万亿元左右。

2025年全国社零总额刚突破50万亿元，这意味着未来五年，消费市场还要再扩容10万亿元。

新增的10万亿元空间将来自哪里？从上半年的数据已能看出端倪：服务消费正成为核心增量，以汽车为代表的大宗商品，则从“卖新车”转向全链条消费，撑起未来消费新的增长极。

服务消费领跑成第一增量

上半年社零数据最显著的特征，是服务消费增速明显跑赢商品消费。

上半年，社会消费商品和服务零售总额同比增长2.7%，其中，服务零售额增长5.3%，增速高于商品零售额4.2个百分点。

对此，国家统计局副局长毛盛勇表示：“随着人们生活水平提高，服务消费日益成为释放消费潜能、拓展消费空间的重要领域。”

数据也印证了这一表述，上半年居民人均服务性消费支出占居民消费支出的比重，较去年同期提高了0.2个百分点。分品类看，旅游咨询租赁服务类、文体休闲服务类零售额分别增长11.3%和10.4%，均保持两位数增长。



“从发展阶段来看，消费结构处于转换升级的阶段，居民对高品质的商品、休闲娱乐等服务消费需求在上升。”

“我国消费扩容提质具备良好的条件。拥有14亿人口，中等收入群体不断成长壮大，人均GDP接近高收入国家水平。从发展阶段来看，消费结构处于转换升级的阶段，居民对高品质的商品、休闲娱乐等服务消费需求在上升。”毛盛勇在谈及下阶段的消费走势时表示。

商品消费方面，部分升级类消费品同样表现亮眼。限额以上单位化妆品类、通信器材类商品零售额同比分别增长6.3%和14.4%。以旧换新政策推动智能产品需求释放。数据显示，上半年，限额以上单位通信器材类商品零售额同比增长14.4%，高能效等

级家电零售额增速超过30%。

新业态、新模式增长迅猛。6月份，新能源汽车零售渗透率达到62.8%，连续三个月突破60%。面向品质消费、数字便民的创新零售业态蓬勃兴起，限额以上单位仓储会员店、无人值守商店零售额增长均超过25%，即时零售交易额实现两位数增长。

人工智能与消费的深度融合，也为消费结构优化注入新动能。据商务大数据监测，1—5月智能助行外骨骼和智能眼镜网上零售额分别增长560.5%和165.9%。

今年6月，商务部等8部门发布了《关于加快“人工智能+消费”发展的实施意见》，提出17条具体举措，重点培育智能穿戴、AI机器人等消费市场。

不过，从目前来看，AI消费仍处于早期探索阶段。未来能以多大力度撬动市场，仍有待观察。

汽车后市场：5万亿元新赛道

与服务消费的高增长形成对比，大宗耐用品消费依然承压，汽车是最大的拖累项。

1—6月，汽车零售总额同比降低

12.6%，是所有商品品类中降幅最大的一项。6月单月降幅更是达到16.1%。中汽协数据显示，上半年，我国汽车产销分别完成1499.3万辆和1501.7万辆，同比分别下降4%和4.1%。

东海证券研报认为，随着以旧换新品类高基数压力逐步减轻，社零增速有望趋于回升。以旧换新品类基数压力最大的阶段可能已过，家电、家具的降幅收窄，办公用品、通信器材的增速上升，仅汽车销量增速仍处于偏低水平。

“上半年汽车消费疲软有多方面原因。”黄河科技学院客座教授张翔向时代周报记者分析，一是，购车相关政策力度收紧，比如去年新能源车购置税全额免征，今年则是减半征收，间接提高了消费者的购车成本，影响消费者购车积极性；二是，去年底车企集中促销提前透支了部分购买力，今年进入调整阶段，这也符合产业波浪式增长的市场规律。

随着以旧换新新刺激效应边际递减，大宗耐用品已经很难继续承担消费增长主力的角色。反而汽车在上半年成为了最大的拖累项。因此，政策的重心也在从“促新车销售”转向“激活全链条消费”。

这也与政策的思路一致。《规划》对汽车市场做了重点布局。其中提到了“限购”的松动，推进汽车流通消费领域全链条创新发展，拓展汽车改装、租赁、赛事及房车露营等汽车后市场消费等。

同时，《规划》提到开展汽车流通消费改革试点，包括提升报废车资源循环利用水平、发展汽车后市场、构建汽车全生命周期信息体系等方面改革创新、先行先试。完善汽车维修和改装管理，加强房车露营地建设等。

高盛报告分析认为，在大宗商品方面，《规划》对汽车消费以及后市场、智能家电等给予支持，和市场之前所

期待的短期财政补贴不一样。此次政策更加注重借助高质量供给以及需求升级来维系商品消费动能，并非一次性刺激。“汽车限购放宽虽被提及，但各地落地节奏仍不确定。”

庞大的保有量是汽车后市场的基础。截至目前，我国汽车保有量达3.7亿辆，销量连续17年位居全球第一。而中国乘用车车龄7年以上的占比已突破50%，汽车后市场正迎来快速增长期。

据国际专业机构测算，全球汽车后市场规模已经突破1万亿美元，预计今年亚太地区将成为全球最大的区域市场。

政策层面也在密集加码。6月23日，商务部等9部门联合发布《关于培育壮大汽车后市场消费若干措施的通知》，同时公布40个汽车流通消费改革试点城市名单。各试点城市将结合本地产业特色，培育汽车消费新场景新业态新模式，如天津以汽车改装、传统经典车、汽车赛事为重点，江苏扬州以房车露营为重点。

“汽车后市场肯定是未来汽车消费增长的重点，其中，二手车交易、汽车改装、汽车文旅消费等将是重中之重。”汽车行业分析专家告诉记者，“比如，现在国内的改装市场还是比较混乱，如果能按照《规划》实现分类分级，制定统一标准，那么市场在规范之后将释放巨大的需求，目前看来至少是千亿元的规模。”

据该专家估算，现阶段仅汽车维修保养、二手车交易两项，市场规模就已突破2万亿元，如果叠加汽车金融保险、租赁、改装、赛事活动等业态，市场规模或突破5万亿元。预计“十五五”期间，汽车保有量仍将保持较高增长态势，消费者也倾向于获得更加个性化、多样化的汽车消费体验，这些因素共同推动了汽车后市场的消费需求增长，使其成为提振消费的重要抓手。■

上半年房地产开发投资下降18%：大盘承压 一线核心城市带头回暖

时代周报记者 黎广 发自广州

上半年的中国楼市，正在向理性靠拢。

根据国家统计局发布的《2026年1—6月份全国房地产市场基本情况》，1—6月份，新建商品房销售面积40140万平方米，同比下降11.6%；其中，住宅销售面积下降12.4%。新建商品房销售额37945亿元，下降13.6%；其中，住宅销售额下降13.7%。

与此同时，1—6月份，房地产开发企业到位资金40233亿元，同比下降20.2%。其中，国内贷款5716亿元，下降31.7%；自筹资金14740亿元，下降16.4%；定金及预收款12442亿元，下降15.8%；个人按揭贷款5137亿元，下降24.9%。

新房销售面积同比下降，但房企定金及预收款同比降幅持续修复，上半年录得15.8%的降幅，较年初1—2月的21.5%收窄近6个百分点。除基数因素外，该数据侧面印证积压刚需、改善需求温和释放，市场信心迎来边际修复。

某房企负责人姚崇喜向时代周报记者表示，今年上半年从业体感与上述数据高度相近。他认为，市场在理性回温，房企依据用户画像开发新盘，而用户也会根据自己的经济情况购房，不会轻易上杠杆。

至于接下来房地产市场的走向，姚崇喜认为，只要土地资源属性不发生重大变化，地段仍是支撑房价的核心要素。“因为人们的生活越来越多元，不同群体对不同地段的认知也是不一样的，所以楼市应该会更向性价比、个性化的方向发展。”

买房与拿地的理性转向

在房地产行业摸爬滚打了20多年的姚崇喜感觉到，这次和以往不一样——自2022年开始，中国房地产市场是真的在调整，而不是像过去那样



在波动中上涨。

“这个调整有两方面，一方面是让消费者认识到房子是居住属性，金融和投资属性正在减弱或者消失；另一方面是给地产企业提出了新的挑战，那就是买哪里的地、盖怎样的房子才能卖出去。两者综合，就变成了地产投资减少，买房群体更理性。”姚崇喜说。

这与国家统计局公布的上半年数据一致。1—6月份，全国房地产开发投资38074亿元，同比下降18.0%；其中，住宅投资29300亿元，下降17.8%。

在姚崇喜看来，如今房地产商的开发模式已经和过去完全不一样了。现在对地产开发商的要求变得很高，不再是盲目拿地，而是要在前期分析一个区域原本房屋的库存、二手楼盘放量情况、开发强度，甚至是该片区的工商业发展情况以及目标的人群画像。

“以一个区域每年能消化1000套房子为例。过去各家房企都争这1000个签约量，结果供应了3000套，严重过剩。但近两三年，开发放慢、投资收缩，不少房企经营承压。若提前研判片区库存与客群，针对性推出如300套这样的小体量房源，更容易实现项目盈利。”

姚崇喜强调，二、三线城市整体房价调整幅度较大，行业认为市场底部仍未明确，多数开发商选择规避这类市场。但如果某个区域多年无新盘开工、库存即将见底，那就意味着这里两三年内可能会出现一个阶段性的供应缺口。

“所以房企要守住一线城市基本盘，同时摸清二、三线城市的库存、开工情况，不能轻易放弃任何一个机会。”姚崇喜说。

虽然大多数房企对二、三线城市持谨慎态度，但最新房价数据显示，这类城市的房地产市场已出现边际回暖信号。

国家统计局副局长毛盛勇在7月15日的新闻发布会上表示，今年二、三线城市商品住宅销售价格总体降幅收窄。

从环比看，6月份二线城市新建商品住宅销售价格由上月下降转为持平，三线城市新建商品住宅销售价格降幅比上月收窄0.1个百分点。从同比看，二线城市新建商品住宅销售价格、二、三线城市二手住宅销售价格同比降幅均比上月收窄。

核心城市回暖

不只是二、三线城市出现了回暖迹象，一线城市回暖信号也在显现。

毛盛勇表示，近年来通过各种政策调整，房地产市场出现了积极变化，其中之一是一线城市商品住宅销售价格环比连续4个月上涨。“3月份以来，一线城市新建商品住宅、二手住宅销售价格环比均连续4个月在上涨。”

姚崇喜认为，在一定程度上，这种上涨得益于政策环境正逐步放松。

比如，深圳近年持续优化购房及规划管控规则，以更好地满足人们住房需求。一方面在部分区域调整限购政策，适度放宽改善型购房门槛；另一方面出台建筑设计新规，优化阳台、公摊相关计容计算细则，同时设置新建住宅高度管控要求，引导户型品质升级。“这些举措让深圳更多拥有高资产和资源的人群，产生了购买更好房子的欲望。”姚崇喜说。

根据《每日经济新闻》此前报道，5月23日深圳南山某楼盘推出519平方米顶层复式房源，单价高达39.86万元/米²的批次房源半小时内即被售罄。此后在6月30日，深圳湾某楼盘推出72套房源，报备均价为18.58万元/米²，开盘即售罄。此外，深圳仍有多片区楼盘实现“日光”。

不过姚崇喜也强调，这类高端豪宅热销现象必须同时满足三大前提：一线城市、城市核心稀缺地段、面向高净值改善群体，三者缺一不可。

对此，广东省住房政策研究中心首席研究员李宇嘉表示，今年上半年深圳楼市呈现明显的结构性分化格局，高端豪宅市场强势回暖，千万元级新房成交占比创下新高，中端刚需新房凭借户型和价格优势抢占市场。二手房则凭借价格优势成为刚需置业主战场，成交持续回升。

除了深圳，另外三座一线城市也在回暖。

北京市住建委的网签数据显示，今年上半年，北京二手房成交总量达到了93583套，相比去年上半年的88575套上涨了约5.7%，同时也创下了近5年来的新高。

广州方面，上半年新房市场共成交348万平方米，较去年同期上升2%；二手住宅共成交52817套，环比2025年下半年增长2.6%。

上海的涨幅则更为显眼。据界面新闻报道，今年上半年上海新房市场成交8.48万套，同比增长约14.7%；二手房市场共计成交14万套，同比上涨12%。

与此同时，其他核心城市也在带头回暖。根据住房和城乡建设部网签数据，6月份，杭州、成都、南京、武汉等12个区域中心城市的新房和二手房交易总量同比增长21.7%。并且，全国有207个城市新房和二手房交易总量实现同比正增长。

对此，毛盛勇表示，国家统计局对70个大中城市开展的房价问卷调查显示，春节后房地产市场从业人员对新房、二手房价格走势预期出现好转。

“总的来看，房地产市场的供需关系逐步改善，市场预期有所回升，市场出现了一些积极变化。下阶段要继续按照决策部署，因城施策控增量、去库存、优供给，推动房地产市场平稳健康运行。”毛盛勇说。■
(文中姚崇喜为化名)

地铁里程十强城市格局不变 下半年谁将拼命开新线？

时代周报记者 李杭 发自北京

今年上半年，全国城市轨道交通运营数据正式发布。

交通运输部数据显示，截至今年6月，全国共有54个城市开通运营城市轨道交通346条，运营里程11848.8公里，较2025年年末增加了138.5公里。

具体来看，今年上半年共有宁波、天津、重庆、武汉、佛山、深圳和沈阳7座城市有城市轨道交通新线、新段或延长线开通运营。其中，宁波新增35.4公里，居全国第一；武汉和天津分别新增35.3公里、21.6公里，位列第二、三名。

宁波地铁里程增量第一

与2025年年末相比，全国轨道交通运营里程前十城市排名没有发生变化，依次为北京、上海、广州、成都、深圳、武汉、南京、杭州、重庆和西安。

虽然前十城市排名保持不变，但深圳、武汉和重庆在今年上半年均有地铁新线或新段开通运营。深圳13号线二期、武汉12号线一期和重庆4号线西延段分别投运，为三城分别新增运营里程19.2公里、35.3公里和10.8公里。

其中，武汉12号线是武汉首条地铁环线，也是目前亚洲最长的地铁环线。一期开通线路长度为35.3公里，途经青山、武昌、洪山、汉阳4个中心城区。

武汉12号线全长59.9公里，预计

今年国庆前实现全线贯通。这条环线串联武汉三镇和7个中心城区，并与18条已运营及规划线路实现换乘，是武汉轨道交通网络的重要骨架。

届时，我国内地拥有地铁环线的城市将达到9座，分别为北京、上海、广州、成都、重庆、西安、郑州、哈尔滨和武汉。其中，北京拥有2号线、10号线两条环线，总里程约80.1公里，为全国最长。

值得注意的是，若按中国城市轨道交通协会统计口径计算(有轨电车、自导向轨道、导轨式胶轮系统、电子导向胶轮系统等线路亦纳入统计范围)，前十城市中，南京的轨道交通里程也有增加，并且是今年上半年新增运营里程最多的城市，共增加54.23公里。

宁波新增35.4公里，居全国第一；武汉和天津分别新增35.3公里、21.6公里，位列第二、三名。

不过，这一增量主要来自南京地铁S2号线。由于S线属于地铁化运营的城际铁路，并未纳入交通运输部的统计口径，因此，按照交通运输部数据，南京今年上半年运营里程并未发生变化。

除前十城市外，今年上半年天津、宁波、沈阳和佛山也有地铁新线或新段投入运营。其中，宁波新增35.4公里，沈阳新增13.2公里；天津新增21.6公里；运营里程超过青岛和苏州，排名升至全国第12位；佛山新增2.9公里，超过长春，升至第23位。

若仅统计地铁等大运能线路，宁波是今年上半年全国新增运营里程最多的城市。

亮眼增量背后，是宁波近年持续加码轨交建设。

2025年，宁波4号线西延段、东延段、7号线和8号线一期相继开通，全市运营里程共增加67.2公里；今年上半年宁波地铁6号线一期开通，里程又新增35.4公里。目前，宁波的地铁运营总里程已达296.8公里，距离300公里关口仅一步之遥。

四城下半年将开通新线

下半年，全国还有多座城市将迎来地铁新线开通，轨道交通运营里程将继续增长。

7月1日，合肥轨道7号线一期正式开通，该线路西起翡翠公园站，东至合肥四中站，共设车站16座，全长18.8公里。

按照目前建设进度，合肥新桥机场S1线（合肥段）也将于年内开通。

该线路起于1号航站楼站，止于五里墩站，全长36.4公里，共设12座车站，可与既有3号线五里墩站、合肥西站实现换乘，线路串联合肥新桥国际机场、铁路合肥西站两大交通枢纽，实现空铁联运。

按此计算，截至今年6月底，合肥轨道交通运营里程为259公里。随着7号线一期和新桥机场S1线相继开通，运营总里程有望达到314.2公里，超过宁波目前296.8公里的运营里程，与沈阳并列第15位。

厦门、北京、天津等城市下半年也有线路计划开通。

其中，厦门地铁6号线角美延伸段预计于年底开通运营，线路全长9.8公里，串联厦门和漳州两座城市。待正式开通后，角美延伸段将与厦门地铁6号线贯通运营，成为全省首条跨市域城市轨道交通线路。

北京方面，北京的京雄快线(R1)预计下半年具备开通条件。这条连接雄安与北京大兴国际机场的轨道快线，是雄安新区“四纵两横”轨道交通网络的重要干线。线路接入北京地铁网，采用公交化运营模式，全长约86公里。

不仅如此，北京轨道交通22号线(平谷线)红庙至平谷段也将于今年年底开通运营。

该线路全长约79.1公里，其中，北京段47.5公里、河北段31.6公里。开通后北三县居民最快9分钟可达城市副中心，到北京朝阳区红庙站最快约28分钟，直接把北三县、平谷区拉进了首都“1小时通勤圈”，有效缓解了跨

界道路的交通压力，极大提升跨界通勤群众的出行效率。

天津方面，天津地铁8号线延伸工程目前已完成项目验收，开通后天津轨道交通运营里程将再增加4.46公里。

各地新线仍在陆续开通，但未来城市轨道交通建设节奏或将放缓。

近年来，国家对新建地铁项目的审批持续趋严。例如，在深圳，关于地铁18号线是否纳入第五期建设规划修编的问题，深圳市发改委回复称，该项目经国家评估未获批复。

深圳地铁14号线东延至惠州段同样未能推进。深圳市发改委表示，由于惠州目前尚不符合国家关于建设城市轨道交通的相关条件，该项目暂时无法启动建设，后续待条件成熟后再推进。

近年来，国家持续提高城市轨道交通建设门槛，新建线路更加注重人口规模、客流需求、财政承受能力和运营效益。

对于人口持续流入、客流需求旺盛的一线 and 强二线城市，轨道交通仍将继续完善；而人口增长放缓甚至负增长、客流支撑不足的城市，新一轮地铁建设节奏将明显放慢。

毕竟，地铁属于重资产、长周期基础设施，建设和运营成本都很高。随着人口增速放缓、城市发展逐渐由增量转向存量，未来城市轨道交通的发展重点，也将从过去的大规模扩张，逐步转向完善既有网络、提升运营效率，让每一条新线路都更加符合实际需求。■

广东上半年进出口规模首破5万亿元 贡献全国增量超25%

时代周报记者 黎广 发自广州

外贸第一大省，交出了今年上半年的成绩单。

7月17日，海关总署广东分署副主任毕克新在今年上半年广东进出口情况新闻发布会上表示，上半年，广东外贸动能充沛、增势强劲，规模创历史同期新高。

据海关总署广东分署统计，今年上半年，广东贸易进出口额达到5.49万亿元，历史同期首次突破5万亿元大关，增长20.8%，占全国外贸的21.6%，贸易增量9447.1亿元，对全国外贸增长的贡献率达25.6%。创下外贸份额、增量、贡献三个维度的全国首位。

单月进出口规模首破万亿元

“十五五”开局之年，广东全面提速，其中一个表现就是月度规模屡创新高。

今年上半年，广东出口规模达3.22万亿元，增长11.6%；进口规模2.27万亿元，增长36.8%。其中，6月份单月进出口规模达1.05万亿元，月度规模历史首次突破万亿元大关，增长30.3%，其中，出口规模6074.4亿元，增长15.1%，进口规模4441.4亿元，增长59.1%。

破万亿元的规模也有迹可循。早在今年1月，广东外贸规模就首次突破9000亿元，4月、5月、6月连续3个月刷新历史进出口规模纪录。

这主要得益于市场多元化扎实推进。

随着“粤贸全球”工程深入实施，广东与252个国家或地区有贸易往



来。其中，对东盟、拉美等新兴市场分别进出口8574.2亿元、2773.5亿元，分别增长13.3%、4.5%。

在传统市场中，对中国香港进出口8299.3亿元，增长47.2%；对欧盟进出口5799.3亿元，增长6.9%；对美国进出口4874.8亿元，增长3.8%；对韩国进出口3070.2亿元，增长40.3%。

此外，对53个非洲建交国全面实施“零关税”红利释放，粤非贸易规模达到创纪录的1784.4亿元，增长23.3%。

具体到产品来看，“向新”“向绿”成为出口产品的重点。

上半年，广东出口产品总值超七成为机电产品，包括集成电路、电脑及其零部件、工业机器人、无人机、高端机床、锂电池、电动汽车等，出口规模达到2.27万亿元，增长16%。

进口的增长势头同样强劲。

3月份以来，广东进口连续4个月保持三成以上增速，其中，6月增长59.1%，创下近10年来最快增速。上半年，新产业、新业态需求扩张带动电

脑零部件、集成电路、航空器零部件等产品进口分别增长63.9%、48.2%、38.7%。

与此同时，进出口经营主体也更为活跃。上半年，广东有进出口实绩的企业17.4万家，增加4.4万家。其中，民营企业15.3万家，进出口3.69万亿元，增长26.7%，占全省比重提升3.2个百分点至67.2%，证明广东民间经济活跃，成为进出口重要力量。

外资企业也表现亮眼，上半年进出口1.62万亿元，增长14.5%，连续10个季度保持同比正增长。

广东空调为欧盟降温

作为全国消费品出口强省，“广货”在全球市场享有盛誉，今年上半年消费品出口增速超过20%，成为“粤贸全球”的重要力量。其中一个备受关注的产品，就是空调。

近期，欧洲遭遇高温侵袭，多个国家的气温连创历史新高，产自广东的空调成了今夏欧洲的“抢手货”。

广州海关副关长黄斌在发布会上表示，欧洲的高温天气带动了广东空调出口大幅增长，欧盟已经是广州空调出口的第一大市场，占比超过三分之一，达到36亿元。其中，对法国、荷兰出口成倍增长。

“产品以分体式空调为主，最近在欧洲市场供不应求的一款分体式空调，其主要生产基地就在广州南沙。”黄斌说道。

除了为欧洲送清凉，广州其他优势消费品“出海”表现也同样亮眼。

例如，上半年广州出口乘用车超15万辆，增长72.4%，货值达165亿元，出口遍及六大洲150多个国家和地区。绿色化正成为出海的“新名片”，电动乘用车占比六成以上，上半年出口增长1倍多。

美妆产品的出口规模亦不容小觑，广州的化妆品出口甚至高于空调，达到55亿元。

黄斌表示，在海关《支持广州市化妆品产业打造“国际美湾”的九条措施》的支撑下，广州化妆品出口增长34.5%，稳居全国第一大美妆出口城市。美甲、唇膏、香水等细分品类出口增速均超过两位数。

“总的来看，今年上半年，广东外贸亮点纷呈，保持良好的发展势头。6月底，海关对全省上千家外贸重点企业开展的贸易景气调查显示，反映进出口订单增加的企业占比明显增多，企业信心持续增长，预计下半年广东外贸进出口有望继续保持向好势头。”毕克新说。

毕克新表示，下一步将持续推进跨境贸易便利化专项行动，营造一流口岸营商环境，以更大力度和更实举措推动广东外贸提质增效。■



今年上半年，广东出口规模达3.22万亿元，增长11.6%；进口规模2.27万亿元，增长36.8%。其中，6月份单月进出口规模达1.05万亿元，月度规模历史首次突破万亿元大关，增长30.3%。

西北最适合避暑的城市 太火“豹”了

新周刊 钟文雅

一抵达西宁曹家堡国际机场，就可能被雪豹萌到。

欢迎雕塑、灯箱广告、摄影展览甚至行李推车上，都能看到雪豹的身影。进入城区后，雪豹元素更是无处不在。海湖新区的商场门店上方趴着比人还高的充气雪豹，这也不过是基本操作。

2024年，西宁正式提出打造“雪豹之都”。这种曾经生活在雪线上的高原猛兽，如今成了这座城市最醒目的标识。

许多游客去西宁，为的就是到西宁野生动物园（下文简称“西野”），与活的雪豹见上一面。被游客提及最多的是一只叫“凌小蛰”的雪豹幼崽。在接受救护后的一年多里，“凌小蛰”就像一扇流量之门，让普通人开始关注一个顽强生命的故事，更让人感知到一座城对野生动物的托举。

青海野生的“豹”款，太招人爱了

西野最特别的地方，是这里的动物无缘无故就“翘班”。

动物园兽医赵海龙带记者参观动物园的当天，刚好是周日下午。他此前曾悉心救助被称作“凌霜公主”和“凌雪太后”的两只雪豹，因此他被同事和网友亲昵地称呼为“三德子”。

位于半山的雪豹馆前，围了一圈游客。馆内会将“凌小蛰”“凌小芒”“水墨”“傲雪”四只雪豹轮流展出，而当天值班的是一年纪稍长的“傲雪”。在气温较高的下午，这位老网红自顾自地躺在凉席上睡觉，全然不理会在窗外张望的“两脚兽”。

展馆玻璃前，一位小伙子自带露营椅蹲守。只要“傲雪”稍微抬头、翻身，他就熟练地举起手机录视频。这位小伙子说自己上午上班、下午拍雪豹。旁边一位来自北京的阿姨，刷了一年西野的雪豹视频，专门把参观西野列入旅

行计划。即使现场看到雪豹没有半点要营业的意思，她依然觉得“不白来”。

不过，游客里不乏执着的粉丝。见到赵海龙，他们就凑过去，打听起“凌小蛰”的排班情况。赵海龙解释，每天的值班是视乎雪豹的身体情况来安排的，没办法提前公布排班表。

对很多来动物园游玩的游客来说，“没看到动物活蹦乱跳”往往意味着一次失败的游园体验，但在西野，大家默认“动物舒服排第一，游客体验排第二”。无论是雪豹馆还是兔狲、荒漠猫所在的小型猫科馆，展区通往内舍的门洞都是敞开的。动物可以随时转身，躲进游客看不见的内舍休息。

赵海龙介绍，天气凉爽时，雪豹、猞猁可能会跑到前场玩秋千、追皮球；遇到高温、雨雪天气或偶尔单纯心情不好，它们就会干脆窝在内舍里睡觉，一天不露面。工作人员不会催着它们“营业”，只会展板上留下“耐心等待”的提示。

神奇的是，这种近乎任性的安排，反而让一大批粉丝对它们爱得死心塌地。有网友评论说：“就爱你们不爱营业的模样。”

这些被追捧的“明星动物”，大多属于野生动物里的“老弱病残”。西野同时也是青海野生动物救护繁育中心，住在园里的动物，大多数是因受伤、生病等原因被救助回来的。

以2025年为例，救护中心就接收了300多只野生动物。它们之中能够恢复野外生存能力并成功放归自然的，大约只占三分之一。剩下的动物，则留在这里享受“管吃、管住、管治疗”的全方位服务。游客们念念不忘的“凌小蛰”，正是在去年年初获得救护的野生雪豹。

2025年3月5日，这只奄奄一息的雪豹幼崽被送进西野。当天适逢惊蛰，工作人员给它取名“凌小蛰”。

它来自青海省玉树藏族自治州治多县索加乡。巡护员发现它时，小家伙瘦得只剩皮包骨，后肢失去知觉，只

能趴在地上。当有人把水和奶递到它嘴边，它就伸长舌头去舔。冒着风雪，跨越1500多公里，这只幼崽被连夜送往西宁。

它待在动物园的保温加压氧舱里，整整三天三夜。待体温稍微稳定后，它开始一点点地用爪子去够饲养员给它准备的鸽子肉。西野的悉心治疗和它自身顽强的求生意志，迫使命运撤回一个终局。

3月31日，“凌小蛰”第一次靠墙站了起来。之后几个月里，网友们像追一部连续剧般见证着它的康复——从匍匐爬行到摇晃着站立，从短距离跳跃到满屋乱窜，再到后来试图拆掉天花板上的监控摄像头。

经过四个月的救治，它的身体圆润了不少，体重从刚被发现时的19.4斤增长到40多斤。7月盛夏，“凌小蛰”搬进240平方米的雪豹馆，首次与公众正式见面。没人想到，这只曾命悬一线的小雪豹，会支棱起来，成为中国流量最高的雪豹。

“凌小蛰”救护一周年，它的相关内容在全网累计传播量已突破亿次，央视新闻节目多次报道其康复进展。海外视频平台上，仅“凌小蛰”相关内容的传播量就接近1亿次。越来越多国内外游客专程到西野，只为看一眼这只从死亡线上爬回来的雪豹。

线上流量很快转化成线下客流。2025年7月，西野的游客数量较上一年同比增长116%；国庆长假期间，游客数量同比增长80%。到了2026年春节，游客数量对比往年春节更是翻了一番。

高涨的流量与动物明星的到来，意味着越来越多普通人因为关注雪豹，而愿意一窥它们故事背后的野生动物保护工作。正如齐新章反复引用生物学家珍·古道尔的一句话：“只有了解，才会关注；只有关注，才会行动；只有行动，才有希望。”

救护、繁育，西野“造星”这10年

齐新章曾任西野副园长，从事野

生动物救护和科普教育10多年。他以账号“圆掌”在网络上分享青藏高原野生动物科普，受到全网300万位粉丝的关注。在齐新章看来，雪豹爆火既是偶然，也是必然。

偶然在于，“凌小蛰”拥有一个近乎天然的英雄叙事：年幼、重伤、濒死，西野却始终不肯放弃。康复治疗过程中，小雪豹的每一次生命搏击，总能引发路人的深切共情。然而，如果西野没有过去10多年野生动物救护工作经验的积累，“凌小蛰”或许不会拥有如此巨大的影响力。

2013年，正式到西野动物园园区工作一年后，齐新章便意识到，这座地处高原的动物园缺少常见的明星动物，很难与内地大型动物园竞争。既然请不起明星，那就自己培养明星。齐新章把目光首先投向了雪豹。

雪豹是国家一级保护野生动物，也是青藏高原的旗舰物种。近年来，青海通过建立以国家公园为主体的新型自然保护地体系，在雪豹监测调查、个体卫星追踪研究、救护救助、栖息地评估等方面实现了新突破。在这个体系中，西野承担起迁地保护的角色，通过救护、繁育等方式守护雪豹种群。

2017年，中国当时唯一人工繁育成活的雪豹“傲雪”在西野正式亮相。同年秋天，后肢瘫痪的雪豹“凌霜”被送至西野救护，齐新章在微博持续更新“凌霜”的治疗过程。许多国内网友第一次知道，原来野生雪豹受伤后，可免于自生自灭的悲惨命运，在雪山之外，竟然还有一群人奋力把它们从死亡线上拉回来。

过去10年里，西野几乎每隔一两年都会出现新的明星雪豹。后肢瘫痪的“凌霜”、双目失明的“凌寒”、成功放归野外的“凌蛰”、患有先天性心脏病的“凌夏”、与牦牛搏斗受重伤的“凌不服”……每只雪豹都带着不同的剧本来到这里，合力推开公众认识高原野生动物的大门。

“凌小蛰”的到来，拉开了“雪豹救护大年”的序幕。2025年6月，幼崽“凌小芒”被挖虫草的村民从雪地里捡回；11月，尾椎骨骨折的成年雪豹“凌不饿”来到西宁；12月，年迈的雪豹“凌不疾”在青海湖畔被救助，并送到西野养老。如果加上不治身亡的“凌小蛰”妈妈，西野这一年共对五只野生雪豹进行救护，创下建园以来单年救护雪豹数量的最高纪录。

明星动物的光环甚至出现在冷门高原动物的头上。兔狲“孙思邈”、猞猁“天线宝宝”、荒漠猫“青海湖”、藏狐“狐白板”等动物陆续走红。齐新章发现，即使是高山兀鹫这种大多数人觉得“不萌、不可爱、不美、不濒危”的动物，依然有成为明星动物的潜力。

许多网友最初是因为雪豹的颜值而停留，却在追更它们故事的过程中了解到野生动物救护、放归评估、动物福利和生境保护等内容。“2017年以前，中国野生动物救护领域里几乎没有哪只动物能让普通人记住名字。”齐新章说。

过去10年里，西野几乎每隔一两年都会出现新的明星动物。“一只动物的热度还没完全降下来，又出现了新的救护动物。流量一次又一次往上叠加，到了2025年，终于被引爆了。”而“凌小蛰”恰好站在了这个爆发点上。

这股由动物园点燃的“雪豹热”，也开始溢出园区，流向整座城市。2024年，在“中国夏都”“丁香之城”之外，西宁又多了一张新名片——“雪豹之都”。

转眼间，一个憨态可掬的雪豹IP形象“宁萌”就进驻到这座城市的各个角落。马拉松比赛有雪豹人偶领跑，音乐节请来“宁萌”站台，商场橱窗、公交站牌、城市地标等纷纷加入雪豹元素。过去，雪豹在人们眼中是野外雪山上的顶级掠食者；现在，它以如此亲近的方式走进普通人的日常生活。

打响禁售燃油车第一枪：海南能否接住数十万新能源车？

时代周报记者 李杭 发自北京

海南禁售燃油车进入倒计时。
近日发布的《“十五五”海南国家生态文明试验区规划》（下称《规划》）提出，平稳推进2030年禁售燃油车。

按照《规划》，目标到2030年，海南新能源汽车保有量占比预计提升至45%。同时，全省公共服务和社会运营领域新增和更换车辆、私人用车领域新增和更换车辆新能源占比均达到100%，车桩比保持2.5:1以下。

这一目标并非首次提出。
在2018年博鳌亚洲论坛年会上，海南就公开提出将在2030年前实现全岛使用新能源汽车；2019年，《海南省清洁能源汽车发展规划》进一步明确，到2030年全域禁止销售燃油汽车。如今，这一目标再次写入“十五五”规划，海南进入了实现这一目标的关键阶段。

从2018年至今，海南新能源汽车推广取得了哪些进展？率先提出禁售燃油车目标，海南是否已经做好准备？

为何率先禁售燃油车

海南打响禁售燃油车“第一枪”，与它的发展定位密切相关。

汽车行业资深分析师梅松林告诉时代周报记者，海南是生态环境保护省，是生态文明试验区，其核心定位是国际旅游岛。新能源车与其核心定位和地理位置天然适配。

2021年，海南时任省长在接受央视财经采访时也表示，海南承担着“三区一中心”建设任务，其中，生态文明试验区是重要定位之一。推广新能源汽车被列为绿色发展的重要方向，也是生态文明建设四大标志性工程之一。

除了政策层面的推动，海南自身具备推广新能源汽车的天然优势。
海南全岛面积约3.54万平方公里，东西、南北最远距离不足300公里，环岛高速全程600余公里。对于目前主流续航500公里以上的新能源汽车

而言，无论是城市通勤还是跨市出行，都能够满足日常使用需求。

与此同时，海南全年平均气温为22.5℃～25.6℃，这个温度区间恰好是新能源汽车最佳的工况温度，不会出现动力电池活性下降，续航大幅衰减的情况。

相比不少省份，海南使用新能源汽车的经济性也更加突出。

海南是全国唯一不单独收取高速公路通行费的省份，路网建设和养护成本通过车辆通行附加费计入成品油价格，每升汽油包含1.05元车辆通行附加费，因此海南油价长期处于全国较高水平。

在当前油价整体仍处于较高水平的背景下，燃油车的用车成本进一

过去几年，海南新能源汽车推广速度明显加快，也成为全国新能源汽车渗透率最高的地区之一。“十四五”期间，海南新能源汽车市场渗透率五年间提升近59个百分点。

截至2025年11月底，海南新能源汽车保有量达到51.7万辆，占全省汽车保有量的23.04%，仅次于上海，位居全国省级行政区第二位。

步增加，而新能源汽车充电成本相对稳定，长期使用的成本优势更加明显。

近年来，海南还在持续完善充换电基础设施，为新能源汽车普及提供支撑。

“海南高速公路网络呈‘田’字形，这样的公路布局非常便于新能源车补能网络建设。”梅松林表示。

截至2025年9月，海南已实现全省45个高速公路服务区充电基础设施布局全覆盖，基本满足自驾车环岛出行充电需求；全省累计建设充电桩21.85万个(枪)，集中式充电站4815座，换电站95座；新能源汽车与充电桩总体比例2.12:1，优于全国平均水平。

同时，海南禁售燃油车所面临的产业调整压力也相对有限。梅松林表示，海南基本没有传统燃油车生产企业，禁售燃油车不会对当地汽车制造业造成明显冲击。

商用车电动化是突破难点

过去几年，海南新能源汽车推广速度明显加快，也成为全国新能源汽车渗透率最高的地区之一。

“十四五”期间，海南新能源汽车市场渗透率由不足4%提高至62.9%，五年间提升近59个百分点。

这意味着，如今海南平均每销售10辆新车，至少6辆是新能源汽车。与此同时，海南公交、出租、租赁等新增车辆已实现100%新能源化。

截至2025年11月底，海南新能源汽车保有量达到51.7万辆，占全省汽车保有量的23.04%，仅次于上海，位居全国省级行政区第二位。

不过，从新能源汽车快速增长到实现交通领域全面替代，海南仍面临新的考验。

按照《规划》目标，到2030年，海南新能源汽车保有量占汽车总量比例需从2025年的23.75%提升至45%，意味着这5年时间内，新能源汽车规模有望增加数十万辆。

而随着海南新能源汽车规模进一步扩大，补能体系完善、能源供应保障以及重点领域转型等问题，都将

成为影响目标实现的重要因素。

近年来，海南持续推进充电网络建设，截至目前已基本形成覆盖城市、乡镇、高速公路和旅游景区的充电服务体系。但随着新能源汽车保有量持续增长，部分地区供给能力与实际需求之间仍存在一定差距。

南海网报道指出，海南目前高速公路服务区、部分乡镇以及偏远旅游景区公共充电设施仍相对不足，部分充电站利用率偏低，区域布局也不够均衡，高峰时段排队充电等问题仍时有出现。

此外，对于以旅游经济为主的海南而言，节假日期间大量外来新能源汽车集中入岛，也会进一步加大重点区域充电保障压力。

除了数量增加，充换电基础设施建设也需要加强统筹规划。

海南省工信厅新能源汽车发展处相关负责人此前在接受《中国能源报》采访时表示，目前海南新能源汽车充（换）电站、加氢站以及天然气汽车加气站等基础设施规划，与城市建设、交通运输、电网布局和能源发展规划之间仍有进一步衔接优化的空间。这意味着，未来海南不仅需要增加充电设施数量，更需要推动交通、电网、能源等系统协同发展。

而能源供应能力，是新能源汽车规模化发展的重要基础。

海南地处南方电网末端，目前仅通过两回500千伏线路与主网相连，电力保障能力相对有限。随着新能源汽车规模不断扩大，居民生活、产业发展和交通电动化对电力的需求将持续增长，同时对电网调峰能力、输配电能力以及新能源消纳能力都将提出更高要求。

此外，相比私人乘用车，商用车电动化仍是海南未来需要突破的难点。
梅松林认为，到2030年，海南完成禁售燃油乘用车阻碍不大，真正具有挑战的是长途货车、客车等商用车辆。如果能进一步完善换电网络，并获得商用车企业和政策端支持，商用车向新能源转型也就具备实现可能。■

西北最适合避暑的城市 太火“豹”了

上接P05

很多城市都喜欢寻找自己的代表动物，但西宁和雪豹之间的关系并非停留在城市和吉祥物的层面。10多年来，西野救护、繁育、研究雪豹，积累了国内最丰富的雪豹救护经验。如今，整座城市也开始加入这场接力。“西宁选择了将文旅发展的未来和雪豹的命运进行绑定，为雪豹呐喊发声，为雪豹的未来背书。”齐新章相信，其他野生动物也能因此受益。

一个物种与一座城市，彼此成就

西宁对雪豹的爱，是实打实的。在“雪豹之都”的庇护下，曾被网友称为“中国最穷动物园”的西野，日子肉眼可见地好起来了。

去年“凌小蛰”第一次做CT检查的时候，只能在夜里临时借用西宁市第二人民医院的CT机。到了今年，齐新章提及，西野已配备西北动物园首台用于野生动物诊疗的CT设备，以及能拍动态X光的DR机。4月底，两只雪豹需要做CT检查，甚至不用走出动物园就能完成。不久的将来，西野还将建成雪豹专科医院。这些让无数网友牵挂的“大猫”，终于享受到了顶级的体检待遇。

在记者采访的前一周，园里的兔孙和荒漠猫刚搬进了新装修的小型猫科技馆。馆内丰富设备比以前更多样化，不仅有起伏的回环木爬架，还有多个木箱以便动物们躲藏。猫科技馆角落的一处圆形展馆也已装修妥当，静待新小主的到来。

一个较有规模的野化放归基地，



正在距离西宁市市区50多公里的湟源县紧锣密鼓地筹建中。齐新章向记者透露，对于未来救护像“凌小蛰”这样的个体，这里有望成为它们重返自然前的“过渡学校”，让它们在远离游客的环境中练习野外生存技能。而对于像“凌不服”这样因年龄或伤病无法放归的个体，则可能迎来更舒适的“退休”生活，在每天吹吹山风、晒晒太阳中度过余生。

西宁与雪豹的缘分，不局限在被救护的雪豹身上，而是延伸至更广阔的天地间。2020年，大通北川河源区国家级自然保护区首次拍摄到野生雪豹的清晰影像。到了2025年，同一个保护区里已识别出57只雪豹个体以及10个雪豹家庭，种群密度达到每百平方公里3.35只。

在生态学意义上，这样的数字让人兴奋。雪豹位于食物链顶端。一只雪豹能够活下来，意味着岩羊、旱獭等猎物足够丰富，整个生态系统健康平稳。野生雪豹的数量增长，就像大自然给西宁乃至青海的野保工作点了一个大大的赞。

自然环境得到改善之际，普通人的动保观念也在觉醒。齐新章记得，2022年时，出租车司机听说乘客要去西野，常会来一句：“这破动物园有什么好看的？”如今情况完全不同了。游客一上车，司机往往先提醒：“节假日动物园门口很容易堵车。”

短短几年间，这座动物园从本地人都不太在意的存在变成本地人恨不得买年卡天天去、外地游客将其列为“此生必去”的地方。

“我们花了10年时间，让西宁中小学生对雪豹的认知率从5%提升到25%。但是‘雪豹之都’这个概念，却在短短一年的时间里，把这个数字推到了95%以上。”齐新章认为，“雪豹之都”这一定位，有点像《三体》里的太阳。原本微弱的信号经过放大之后，能够传得极远，获得过去难以想象的关注度。

这种关注最终改变的，也许不只是雪豹。齐新章开车经过西宁城区时，一只荒漠猫忽然从路边窜出，穿过马路，钻进林地。行车记录仪完整记录下了这场偶遇。荒漠猫是中国特有的野生猫科动物，行踪隐秘，极少出现在人类视野中。它敢于靠近城区，本身就是生态改善的信号。

今年春节后，一只野生雪豹出现在西宁城北区的批发市场。从紧急处置到放归祁连山，前后不到一周。过程中有普通市民围观、拍下视频，但大家都显得异常平静。这突如其来的“雪豹进城”，如今仅是西野展板上关于雪豹“凌雨”的小故事。

多年来，雪豹、荒漠猫、猓狍、藏狐等野生动物陆续出现在西宁周边。西野持续开展科普工作，野生雪豹被救护的消息年年见诸报端。慢慢地，人们开始习惯这些高原生灵出现在自己的生活里。

“西宁是我们的家，也是它们的家。”齐新章说，随着生态环境持续改善，越来越多的野生动物进入城市周边，将成为一种必然趋势。野生动物需要学会适应城市，人类同样需要学会与野生动物坦然共处。■

雪豹之都

暴雨内涝下的沈阳人

新周刊 张文曦 劳骏晶

7月12日，台风绕过浙江北上，在外围云系与东北冷涡、副热带高压共同作用下，带着接连不断的大雨突袭沈阳。

在沈阳住了几十年的人们从来没见过这么严重的全城内涝。沈阳、抚顺等地道路积水封控，许多居民区受灾。其中，和平区工农桥测得降雨量接近350毫米，大幅超过特大暴雨标准。

对于习惯寒冷、干燥的沈阳人民来说，这种覆盖全城、单日200毫米以上，导致大面积城市内涝的特大暴雨非常稀少。几十年一遇的极端天气，一辈子都很难碰到几次。

根据“中国气象爱好者”的分析，9号台风“巴威”远距离输送水汽，其外围的暖湿气流遇上了东北冷涡的冷空气。在冷空气的逼迫下，大量暖湿气流在辽宁中部、吉林南部抬升，造成这场被沈阳市气象局认定为百年一遇级别的极端强降水。

7月13日，沈阳市防汛抗旱指挥部已启动全市防汛一级应急响应。14日，沈阳迎来暴雨、大暴雨降水天气，沈阳市防汛抗旱指挥部再次通告全市，将继续执行紧急避险措施。

“在沈阳生活20多年，没见过这种大雨”

7月14日晚上，沈阳的雨已经停了几小时，大多数地区的路面积水已经退去，但王婷所在的浑南区亚泰国际花园小区，水位仍在不断上升。

这波强降雨的第一天，浑浊的积水没过车身一半；第二天，水面已经升到了车门把手的高度。

各个公众号和天气预报都在提示，台风“巴威”将在凌晨抵达，对东北造成影响。王婷提前去菜市场购买了两天量的水和食物。她盘算过，准备两天的物资应该差不多了——在沈阳生活了20多年，她很少见过会把人困住的大雨。

7月13日早上6点多钟，王婷醒来看到窗外的大雨，匆匆下楼查看路面情况。打开一楼铁门时，她发现小区路面已经开始积水，混杂着树叶、垃圾的土黄色积水没过了她的脚踝。

雨没有停下来的迹象，路面的水位也逐渐升高。积水漫过了一楼台阶，装在小区一楼的电箱、电表很快被淹。弱电井和强电井里都是水，随时可能断电。出行的道路已被淹没。

小区开始停水停电，王婷已经快三天没有洗澡，头发上全是油，贴在头皮上，身上也被雨水和汗液弄得黏糊糊的。天黑之后家里没有一点光源。家里三个充电宝只剩下一个还有一点电，食物也快吃完了。她后悔当时没有多囤一点水和粮食。

停雨后，邻居喊王婷一起去一楼舀水，又脏又臭的水漫上她的小腿肚。他们用水桶舀了半小时，发现根本没有用，一直有水倒灌进来。

被困几天之后，王婷和小区里很多住户都对物业表示不满，群里的信息不断刷新，性子急的业主直接在群里开骂。

有人质问物业为什么不提醒住户提前准备物资，骂物业没让住户把地库里的车辆移开。还有人发现，物业只准备了50个沙袋，也没有准备抽水泵，导致积水迟迟无法排走。小区内涝后，有业主缺水缺粮，在群里求助，物业也没有什么动作。

沈阳的地势由东北向西南倾斜，而这些积水严重的小区所在的浑南区地势较低。亚泰国际花园南边挨着碧水河，而碧水河是汛期的行洪河道。王婷说，她所在的小区很容易受到此影响。

2024年汛期，当地水务中心曾专门对亚泰国际花园南侧等碧水河沿岸低洼点进行沙袋加高、加固。

从朋友圈和新闻里，王婷看到沈阳很多地方的路面都在一点点变干，生活秩序也在慢慢恢复正常。这时她的公司发来消息，要求15日所有员工正常上班。

“沈阳市其他地方都已经干了，我跟老板请假说我下不了楼，老板都不相信。”王婷很无奈，不知道该怎



老板说，“老板肯定会问，那你不是住在沈阳吗？”她只能祈祷，小区里的积水能早一点排出去。

发稿前，王婷的小区目前水位下去了一点。电刚刚来了，但水听说还要等半个月。

“长这么大岁数，头一次经历这么吓人的事儿”

在浑河国际城小区买房那年，青锋特意挑了一楼，因为家里有老人，担心上下楼不方便。当时他怎么也没有想到，有一天这里会被暴雨带来的城市积水淹没。

7月13日上午，泛黄的雨水从门缝、地漏、窗台一起涌进来，很快屋里被浑浊的积水淹没，落地灯、桌垫都漂浮着。青锋蹚水去搬东西，小腿浸在泥水里几分钟，皮肤就开始发痒、发红。

起初，青锋还想等等抢险队伍。后来发现水位仍一直上涨，停水停电也让人难以忍受。他决定不再等待，打算去亲戚家避险。

走在没过腰部的积水时，一股腥臭的味道扑鼻而来。青锋突然想起新闻说，洪水会冲开井盖，人在积水里走，随时可能掉进下水道。但如果不走，只能继续在停水停电、没有补给的状态下煎熬。他硬着头皮一步一步往前挪，蹚着水走了出去。

到亲戚家后，青锋立刻从头到脚仔细清洗了一遍，人才冷静下来，开始计算这次暴雨内涝造成的损失：家电、家具以及货物，10多万元，就这么没了。

青锋所在的小区群聊里，仍不断弹出尚未转移居民的求助信息，以及对物业不作为的指责：有人直白地表示“以后再也不交物业费”，也有人担心小区排水系统如果不改善，多来几次，房子就可能变成危楼了。

青锋拜托楼上的邻居下楼看看他家的情况，邻居给他发来一段视频，说水位已经降低了点。他点开视频，发现家里还是没有能落脚的地方。

和青锋住在同一个小区的王胜利也是游出去的。7月14日下午，他在浑河国际城的家停水停电，实在待不住，决定“出逃”。

王胜利换了条泳裤，用塑料袋包着没电的手机，把短袖擦到腋下，走进水里。浑浊的黄色积水泛着下水道的臭味，王胜利打了个呕，半游半蹚离开小区。

到了地铁站，王胜利身上没有现金，也没法使用移动支付，只好求助。工作人员看他狼狈的样子便明白了，给了他一张福利票，他才能坐上去姐姐家的地铁。

一路上，王胜利很为自己身上的气味感到不好意思。好在沿途市民们大多理解，并没有挨多少冷眼。

“上一次积水是一个多月前”

九九一个人住在浑河国际城一楼。她眼看着水漫进地下室，起初水是清的，刚到脚脖子时，她把价值6000元的电脑主机搬到柜子上，想“保住一点财产”。

两小时后九九下楼查看，地下室

几乎成了一片汪洋，电脑主机和柜子一起漂在水里。水又黄又黑，已经看不见地砖，整个地下室开始泛出下水道的臭味。

九九估算，这水每小时就能涨10厘米左右，沙发和各种杂物都随着高涨的水位漂起来，橱柜的门也被水冲开。九九蹚水搬东西时，在楼梯口狠狠摔了一跤。勉强爬上楼，家里开始停水停电。

据华商报大风新闻报道，浑河国际城所在的红椿社区工作人员说，园区供电变压器完全被积水淹没，电路短路，无法供电；自来水管道因雨水浸泡出现多处破损，供水系统全线故障，正在想办法。

九九给物业打电话没人接，就给119、110打电话，边打边哭，“长这么大岁数，头一次经历这么吓人的事儿”。

沈阳的夏夜很闷热，九九浑身发黏，只能硬挺着。手机电量逐渐减少，她不敢玩手机，只偶尔刷一刷小区的群消息。群里一片哀号，尤其是有小孩的家庭，正担忧没有电怎么温奶。

九九家里也没吃的，楼上好心的邻居妹妹给她送来了三明治。7月14日下午4点，蓝天救援队得知小区情况后主动来到这里帮忙。救援艇在楼宇间缓缓驶过，先接上妇女和儿童。

九九不想走，“我要守卫我的家”。但邻居妹妹催她“保命要紧”。眼看手机电量标志已经变成红色，九九还是走出家门，蹚水爬上救援艇。

出了小区，水已经退下。九九坐了一段地铁，又打上车，终于来到父母家。妈妈赶紧查看她的摔伤：从大腿到臀部，留下成片的青紫。

九九的家在2024年就被淹过。当时也是夏天，她正在南京出差，晚上邻居问她：“怎么不往外舀水？”九九这才知道，家里被淹了。她打开小区群才知道，小区已经淹了一天，小区物业并没有专门通知她。

九九赶紧给父母打电话，父母赶去时，水已经过了膝盖。九九存在地下室的货物是一批高档护肤品，全泡坏了。九九推算，损失得有20万元左右。

浑南区是沈阳新城区，浑河就从城区北侧经过。这里小区积水并不罕见。为了上班近些，阿新不久前刚搬到浑南区，住在沈阳中海环宇城附近。刚搬来，就接连赶上两次积水。上一次积水是在一个多月前，一场不算大的雨后，小区门口的水就已经漫过一半汽车轮胎。

阿新在抖音上一查，发现每年，附近几个小区都有人吐槽积水。他原本住在老城区，知道老城区的下水和排污系统经过改造，“那水管大得能走人”，阿新说，“新城区倒是每年都被淹。”

“好赖我们还通路”

九九发现，一场内涝让邻居们都变得团结了。大家在群里分享各种信息，互相借用抽水机，商量接下来的对策。

抽水机是住在一楼的邻居欣悦阿姨弄来的。欣悦不久前刚摔伤了膝盖，出行都得坐轮椅，她丈夫得过脑梗，没法干重体力活。

水漫上来时，欣悦丈夫很着急，他拆掉楼梯的一节栏杆，从缝隙里用一个垃圾桶往外舀水。舀了20来桶就开始喘粗气，欣悦就赶紧扶他上楼躺着。两人就在家耗着，好在经邻居提醒，这么大水很快就会断水断电，他们提前存了水，充满了手机和充电宝。欣悦提前煮了8个鹅蛋，这一天一夜，全靠鹅蛋撑着。

巨大的双门冰箱也仰倒在水里，断了电。欣悦把之前冻好的水饺摆出来，剩下10多根冰棍都变成了水。

7月15日上午，地下室的积水回落了一些。夫妻俩都没力气清积水，欣悦在闲鱼上找抽水机。电动的没法用，她专挑烧油的机器。问了三个商户，都嫌太远不送，第四家终于同意，找了货拉拉给送到小区门口。欣悦找到物业的人，帮忙用小艇运到家门口。

启动烧油的抽水机，得用力拉动发动机的绳子。欣悦丈夫拉了两次，拉不动。一位邻居先生从楼上看到了来帮忙，连拉三次，终于启动，忙活一上午，水终于抽走。一位朋友帮忙接走欣悦丈夫去医院检查，欣悦留下收拾屋子，先找保洁干活两个小时，剩下的一些细活，同样是一位女士邻居帮忙。

欣悦安慰自己，“有些地方房子都塌了，好赖我们还通路”。

动物也是近邻。大暴雨来袭时，高圆圆心里记挂的就是小区里的猫。她是一位个人救助者，专门救助流浪小猫，比如投喂猫粮，带猫治病、绝育，为性格亲人的小猫寻找寄养家庭等等，迄今救助过100多只小猫。

7月12日晚上，雨越大越大。高圆圆从来没见过这么大的雨，雨水先从窗框的缝里渗进来，慢慢浸湿墙面，继而一滴滴连成串往下滴。她用上家里所有的盆接水，连两只小猫的猫砂盆也被征用了。

7月13日上午10点，雨小了些，高圆圆赶紧带着猫粮出门。小区低洼处有积水，但好在南侧地势高，没有积水。她只看到了小橘子——一只瘦瘦的橘猫。小橘子浑身湿透，毛结成一绺一绺，从高圆圆给做的猫窝里探出头来。

高圆圆留了些猫粮，傍晚5点，她又去放猫粮。“如果小猫冒着雨来看，没有吃的，它们得多伤心呀。”高圆圆想。好在她发现，之前放的猫粮都被吃了。

7月15日，天终于放晴，太阳驱散了飘荡的下水道味。高圆圆依旧在早上8点、傍晚5点两次投放猫粮。她又见到小橘子，还有白色的椰蓉，眼神凌厉的麻花冲她跑来，她很高兴：“小猫的生活，终于又回到正轨了。”

仍有很多人需要处理暴雨的后续：度过没有水的夜晚，盘算家具电器的损失，和物业继续讲道理。现实中的大雨已经停下，但这个雨季带来的影响还没有完全结束。█

（文中受访者均为化名）

美国退税810亿美元后再打关税牌 最受伤的或是巴西

时代周报记者 马欢

因此此前的关税政策，特朗普政府的财政“净流出”正在增多。

根据美国联邦最高法院在2月20日的裁定，特朗普政府去年实施的所谓“对等关税”违宪，必须退还所有非法征收的关税。目前，这些退款到底退了多少？

美国财政部日前表示，政府已退还此前征收的数百亿美元关税。数据显示，自本财政年(2025年10月)以来，特朗普政府已支付了810亿美元的关税退款，远高于上个财政年同期的50亿美元。

而大规模退税，已经开始侵蚀此前积累的财政收益。截至今年6月，联邦预算赤字已扩大至1200亿美元。其中，6月份单月发放关税退款491亿美元，远高于同期236亿美元的关税收入。

涉及33万家企业

关税一直是美国总统特朗普重返白宫后经济政策的重要支柱。

然而，今年2月美国联邦最高法院裁定，特朗普政府征收的大部分额外关税违法，要求政府将这些款项退还给先前缴纳税款的企业。

据估算，这些退税将高达1660亿美元(约合人民币1.13万亿元)，涉及超过33万家进口商、5300多万批进口货物，是美国政府历史上规模最大的退款之一。

截至目前，美国政府已退还810亿美元关税，美国财政部官员表示，这些退税集中于5月和6月发放。

来自花旗银行的报告显示，在这波退税潮中，主要受益的是大型企业。其中，沃尔玛可拿到100亿美元退税，



塔吉特、耐克分别可获20亿美元、10亿美元，梅西百货能拿到3.2亿美元退税，通用汽车等大型企业也将得分数亿美元规模的退款。

这些退税，给特朗普政府带来了不小的麻烦。根据美国财政部的数据，去年10月，美国政府关税收入达到峰值，超过314亿美元。

然而，在美国联邦最高法院作出裁决后，特朗普政府的关税收入开始逐步下滑。

今年3月、4月的平均关税收入降至220亿美元，5月份时已转为亏损4200万美元。到了6月，尽管关税收入总额为236亿美元，但因退还关税高达492亿美元，当月亏损256亿美元，成为财政赤字扩大的主因。

与此同时，本财政年前9个月的联邦预算赤字累计高达1.367万亿美元，较去年同期增长2%。

持续扩大的赤字规模，给美国经济带来了不小的压力。据新华社报道，此前美国国会预算办公室预测，2026财年(2025年10月至2026年9月)美国财政预算赤字将达到1.9万亿美元，相比此前预期上调1000亿美元，占美国国内生产总值(GDP)的5.8%。

需要注意的是，并不是所有公司都会申请退税。

迄今为止，苹果、亚马逊等企业尚未提交退税申请。有分析认为，这些公司正在权衡申请退税可能引发的政治风险，因为此前特朗普在接受采访时表示，他将“记住”那些选择不申请关

税退税的公司，并称此举“非常聪明”。

新关税卷土重来？

尽管最高法院已经作出了判决，但特朗普政府并没有放弃利用关税作为贸易政策工具。

首先是援引《1974年贸易法》第122条，对各国进口产品临时征收10%关税。

但该方案将于7月24日到期，若需延长须经国会同意。鉴于美国选民目前普遍不满高昂的生活成本，加之中期选举临近，不少分析认为，特朗普政府延长该方案的诉求在国会通过的可能性不大。

其次，是开展新一轮关税攻势。美国财长贝森特此前表示，美国已动用301条款绕过法院，预计7月关税税

率将会回到原先水平。

美国前贸易官员哈沃森也表示，特朗普政府正以法律允许的最快速度行动，预计在7月24日前，以301条款取代122条款，对多个国家实施新一波的关税。

目前，美国已宣布对60个经济体发起301调查，调查对象包括中国、欧盟、日本、印度、加拿大、墨西哥、韩国、英国、巴西和印度尼西亚等多个经济体。而301条款关税基本上没有期限，虽然有效期为4年，但可以续期。

最先被“开刀”的国家是巴西。

据新华社报道，当地时间7月15日，美国贸易代表办公室发表声明宣布，美国贸易代表贾米森·格里尔已经按照美国总统特朗普的指示决定对部分巴西产品加征25%的关税。

声明说，这一决定基于《1974年贸易法》第301条款作出。美方进行了为期一年的调查后认定，巴西在数字贸易和电子支付服务、关税优惠、知识产权保护、乙醇市场准入等相关领域的措施存在不合理性，并对美国农民、工人、出口商等构成负担或限制。

根据声明，加征关税措施将从7月22日开始生效，涉及数千种巴西产品，但对咖啡、牛肉、橙子和橙汁、部分石油和天然气产品，以及航空航天零部件等美国不生产或可能影响供应链的产品提供豁免。

外界将美国此次行动称作“在新一轮关税攻势中打响的第一枪”。

对此，巴西政府发表声明强烈批评这一决定，并表示巴西计划采取反制措施，通过世界贸易组织机制寻求解决方案。巴西总统卢拉也拒绝接受美方这一“毫无道理”的单边举措，强调“巴西不承认无多边贸易规则支撑的调查的合法性”。■

韩国股市暴涨暴跌 平均每30人就有1人爆仓

时代周报记者 马欢

韩国股市，坐上了“过山车”。

截至7月20日12时，韩国综合指数(KOSPI)低开冲高回落，跌超4%。随后韩国交易所启动韩国创业板指(KOSDAQ)临时停牌机制，程序化交易暂停5分钟。其中，SK海力士和三星电子均跌4.4%。

而就在7月13日，韩国股市遭遇“大屠杀”，KOSPI指数大跌近9%，失守7000点。14日盘中一度再跌5%，跌破6500点并创4月24日以来新低，后在抄底资金涌入后拉红，最终微涨0.73%，单日振幅达7.80%。15日，KOSPI指数显著反弹，收于7284.41点，涨幅达6.24%，但在16日再度下跌，收盘报6820.60点，跌幅达6.37%。

大跌、大涨、再大跌——这已经是韩国股市的常态了。今年以来，韩国证券交易所已38次启动“临时停牌”措施，其间光是暴跌就8次触发熔断机制。

尽管韩国总统李在明表示，韩国股市还需要一定时间才能企稳，但韩国股民恐怕没有能力继续这么折腾了。

韩国金融监督院数据显示，截至7月13日，韩国全市场累计超过120万杠杆散户的账户触及保证金追缴线。这个数字放到韩国的人口基数来看，相当于每30名成年人中就有1人(约3.4%)面临爆仓风险。

另一份数据显示，其中，32万~36万账户遭券商强制全额平仓，本金归零。部分散户甚至资不抵债，不只赔光本金，还反过来倒欠券商一笔债务。

对于这些散户来说，现在最大的风险已经不是会不会错过反弹了，而是根本撑不到回本的那一天。

韩国人最“梦幻”的夏天，可能要提前结束了。

一夜化为虚无

这波融资爆仓潮击垮了许多年轻散户，有的极端者甚至走上了犯罪的道路。

“我一直信赖三星和SK海力士这样的大公司，但我并没有认识到杠杆投资的风险，只想着股价会以数倍的速度上涨，却没想到它会以更快的速度下跌。”24岁的金闵浩说。

今年，金闵浩通过贷款加杠杆的方式，将炒股的资金变成了3亿韩元(约合人民币136万元)，投入到股市中，并重仓三星、SK海力士等股票。

韩国股市的高涨，一度让金闵浩兴奋。由于全球AI算力需求大爆发，三星电子和SK海力士股价狂飙，一路推高KOSPI指数高涨，韩国股市市值在今年前5个月内翻倍，6月初更是历史性冲破8800点。

韩国金融监督院等机构的资料显示，今年前5个月，韩国养老储蓄保险解约数量同比增长62.7%，基金赎回规模同比激增146.1%，韩国五大商业银行上半年已消耗全年家庭贷款额度的85%以上——所有数据都指向一个重要原因，那就是太多人借钱炒股了。

在这波炒股热潮中，韩国散户疯狂追捧杠杆ETF。三星、SK海力士及其相关杠杆ETF的交易额，一度占到韩国股市总成交量的70%以上。其中，20~30岁的年轻散户占比62%，主要押注三星电子、SK海力士两倍杠杆ETF。

随着市场对AI热潮降温产生担忧，暴跌也是在一夜之间发生的。

那些散户重仓的三星电子、SK海力士相关单一杠杆ETF最高暴跌逾66%。特别是昔日的股王SK海力士，7月13日单日大跌超15%，创下18年来最大单日跌幅，较6月中历史高点回落近40%。

从大涨到暴跌，短短一个多月，金闵浩眼睁睁地看着这些钱在一夜之间化为乌有，他不仅没有赚到一分钱，反而倒欠券商巨额债务。

据券商和外资机构的测算，截至7月14日的近一个月内，韩国散户杠杆实际损失约2.15万亿韩元(约合人民币97亿元)。即便在7月15日，韩国股票再度大涨，但被杠杆拖累的金闵浩已经有心无力了。

对于散户来说，杠杆投资在股价大幅波动时的风险更大。除单日跌幅更为惊人外，杠杆产品下跌过程中还会产生“负复利效应”。

假设基础资产价格每天的变动为100万韩元→90万韩元(下跌10%)→100万韩元(上涨11.1%)，最终收益率不变；而2倍杠杆产品的价值变动为100万韩元→80万韩元(下跌20%)→97.8万韩元(上涨22.2%)，最终出现亏损。

也就是说，即便标的股票最终回到原点，长期持有杠杆产品的投资者也可能因本金持续被侵蚀而遭受更大损失。

此刻，金闵浩感到十分茫然。

7月13日，韩国釜山南部警察署表示，当天上午，一名20岁左右的男性朝一名40岁男性连刺数刀后逃逸。被害人当时出手反抗，但脸部等处还是受

大跌、大涨、再大跌——这已经是韩国股市的常态了。

●

今年以来，韩国证券交易所已38次启动“临时停牌”措施，其间光是暴跌就8次触发熔断机制。

到刀伤，所幸送医后没有生命危险。

韩国警方表示，受害者是一名财经网红，平时主要在社交媒体给散户做投资建议。犯罪嫌疑人是该网红的平台订阅粉丝，他在听信受害者的股票投资分析后，把自己的身家都押了进去，结果惨遭套牢，亏到血本无归，于是怀恨在心并进行报复。

目前警方尚未公开嫌疑犯买的是哪几只股票，但韩国网络上已有人把矛头指向近期崩跌的内存概念股。

这一波崩跌，让超过120万杠杆散户面临爆仓，32万~36万账户遭券商强制全额平仓。韩国金融监督院数据显示，7月13日，韩国全市场单日强制平仓总额3442亿韩元(约合人民币15.7亿元)，为年内最大规模信用盘踩踏。散户持仓占杠杆盘92%，短期全仓押注存储芯片，承受波动能力极弱。

当许多散户用杠杆把身家押在芯片股上，崩盘不只会让他们一夜返贫，更会造成社会问题。

未来怎么办

随着韩国股市过山车般大涨大跌的行情持续，短暂反弹与暴跌反复交替出现，散户们的焦虑与日俱增，不少人因压力过大而去咨询心理医生。

在首尔运营一间精神健康诊所的金院长表示，近期因股市涨跌剧烈而前来求诊的患者增加。不少人因无法专心工作、长期焦虑前来寻求协助，部分患者甚至需要接受心理咨询或服用抗焦虑药物。

一名焦虑症严重的韩国上班族表示：“以前一直坚持定期定额投资，但近来市场波动实在太剧烈，光是看股票界面就倍感压力。”现在，他干脆卸载了股票APP，打算“等到发薪日再重新安装，按计划买入后再卸载”。

股市持续剧烈波动，迫使韩国监管部门采取实质性行动。

韩国政府近期连续召开会议，讨论投资杠杆风险及应对措施。市场预计，监管层将研究提高保证金要求、调整杠杆倍数、限制产品过度波动等措施，以降低杠杆交易对市场波动的放大效应。

韩国政府表示，将设立面向公众的统一债务咨询热线，并扩大援助中心规模，以帮助陷入债务困境的民众获得援助。

7月15日，李在明表示：“我们的国内股市相当不稳定。事实上，由于股市在如此短的时间内经历了史无前例的大幅飙升，它需要一定的时间和波动来企稳。”

李在明的这番表态，也被市场分析认为，韩国后续或提高杠杆投资门槛。但即便提高门槛，种种措施更像是在延缓风险释放，而非消除风险本身。

韩国金融监督院院长李黎珍表示，相关问题不是一次性就能够解决的，而是需要持续修正和完善相关领域。

在分析看来，大量散户已投入巨资购买相关杠杆产品，若直接叫停或退市，可能引发市场冲击，给投资者造成更大损失。

韩国最大在野党国民力量党指责李在明政府，一边提出雄心勃勃的股市目标，一边忽视不断累积的杠杆风险，从而助长了过度冒险。

值得注意的是，散户们被套牢，最终收割韩国股市的，也许是外国资本。

Fibonacci Asset Management行政总裁郑仁允表示，在这一波股市波动中，那些杠杆ETF的大幅下跌对散户投资者的打击尤其沉重，因为许多人似乎将它们视为长期投资，而非短期交易工具。

“此类ETF的巨额亏损可能削弱散户投资者买入半导体股票的意愿和能力，使市场未来的复苏更加依赖外国机构资金流入。”郑仁允说。■

BANK&INSURANCE
银保

INTERNET FINANCE
新金融

FINANCIAL INSTITUTION
机构

HEALTH
大健康

LISTED COMPANY
上市公司

THE TIME WEEKLY
时代周报

TIME FORTUNE

财经

微 观 视 角 解 读 资 本 趋 势



11 | 顺德农商行行长王磊辞任



创业板改革百日考

上接P01

7月3日，证监会就《上市公司证券发行注册管理办法》及配套规则公开征求意见，明确建立再融资储架发行制度、提高简易程序融资额度等一系列再融资改革举措的具体安排。深交所同步就再融资审核规则、再融资发行与承销业务实施细则2件配套规则公开征求意见。

深交所相关负责人表示，正在加快研究制定修订其他配套规则，将尽快向市场发布。

增设第四套上市标准,8家企业“试水”
增设第四套上市标准，是深化创业板改革的突出亮点。

第四套标准不设盈利要求，强化成长性、创新性指标，充分适配新兴产业和未来产业企业前期投入大、收入起点低、价值跃升快等特点。

截至目前，创业板已受理8家采用第四套标准申报的企业，包括乐聚智能、腾盾科创、云豹智能、成立航空、科润新材、西井股份、度亘核芯、宸芯科技等。这些企业涵盖当前新兴产业和未来产业多个前沿赛道，涉及人形机器人、无人机、人工智能、芯片、航空航天、新材料等领域，具有较强的创新性和成长性。

李湛对时代周报记者分析，预计后续市场将更加注重企业的技术壁垒与成长可持续性，而非单纯依赖财务指标。当然，发行节奏将保持平稳有序，不会“一哄而上”，确保质量优先。

市场人士表示，创业板第四套标准落地，将进一步激发新兴产业和未来产业领域企业对接资本市场的积极性，助力更多优质创新企业借助资本市场实现研发突破与产业化扩张。

平安证券投行人士在接受时代周报记者采访时表示，本次改革通过建立更包容的上市标准梯度，既保持对优质新型消费、现代服务业企业的支持，又为具备核心技术但暂未盈利的科技创新企业开辟通道。这对投行在新产业、新业态领域的行业研究、估值定价等专业能力也提出更高要求。

“深交所将坚持循序渐进、质量优先原则把好第四套标准申报企业的受理审核关，突出成长性、创新性要求，

严守财务真实性底线，从源头提高上市公司质量。”深交所相关负责人表示，同时，提高审核问询针对性，突出重要性原则，不断提升监管透明度。

南开大学金融学教授田利辉对时代周报记者表示，第四套标准直击前沿创新“研发重、盈利晚”的特点，让市场定价锚定发展潜力而非短期利润。持续用好这一标准，核心在“严进”与“出清”并重。一方面，须将研发强度、核心技术、持续成长能力等做细做实，严防“伪创新”“伪成长”借道；另一方面，同步强化未盈利企业特别风险披露，让市场在优胜劣汰中真正筛选出能跨越周期、引领未来的领军者。

据统计，改革政策发布以来，创业板新增受理首发申请66家，除了第四套标准企业8家，第一、二、三套标准企业分别有51家、4家、3家，既有新能源、新材料、具身智能、低空经济、航空航天等新兴产业和未来产业企业，也有新型消费和现代服务业企业申报。

创业板已受理8家采用第四套标准申报的企业，包括乐聚智能、腾盾科创、云豹智能、成立航空、科润新材、西井股份、度亘核芯、宸芯科技等。

这些企业涵盖当前新兴产业和未来产业多个前沿赛道，涉及人形机器人、无人机、人工智能、芯片、航空航天、新材料等领域，具有较强的创新性和成长性。

融资并购“首单”频出,效率提升进行时
支持企业上市，只是创业板服务创新发展的第一步。这次创业板改革，同步推动再融资、并购重组、股权激励等工具落地，持续支持上市公司高质量发展。

5月8日，信维通信（300136.SZ）60亿元定增项目通过深交所审核，距项目受理用时仅21个工作日，是市场落实再融资改革要求、加大对优质上市公司支持力度的首单落地案例。

5月20日、28日，江波龙（301308.SZ）37亿元定增项目、上海瀚讯（300762.SZ）7.46亿元定增项目先后通过审核，审核用时均不足10天。这两单再融资项目均具有“轻资产、高研发投入”特点。

江波龙募集资金拟投入面向AI领域的高端存储器研发及产业化项目、半导体存储主控芯片系列研发项目、半导体存储高端封测建设项目以及补充流动资金。上海瀚讯募集资金拟投入与主业密切相关的智能化建设项目。

并购重组方面，6月26日，迈普医学（301033.SZ）发行股份及支付现金购买资产项目获深交所重组委审议通过，是创业板改革落地后，首单过会的收购未盈利标的资产的重组项目。本次收购的未盈利标的为易介医疗，属于国内神经介入器械领域的创新企业，产品竞争力位居行业前列。

改革政策发布以来，46家创业板上市公司推出再融资方案，11家推出重大资产重组方案，101家推出股权激励计划，2家发行债券获通过。

市场人士对时代周报记者分析，创业板改革后，一批优质公司案例相继落地，股债融资灵活性和便利性不断提升，助力引导要素资源加快向新质生产力领域聚集。

包容与审慎并行,全过程监管严字当头
在提升制度包容性和适应性的同时，这次深化创业板改革也将维护市场稳定运行、保护投资者合法权益放在突出位置，注重加强全过程、各环节、各参与主体的监管，以强监管保障改革有序实施。

《意见》提出，进一步压实中介机构资本市场“看门人”责任，完善保荐机构和保荐代表人监管制度。

平安证券投行人士对时代周报记者表示，平安证券高度重视创业板改革中关于压实中介机构责任的政策导向，在提升保荐质量、强化持续督导和全过程风控方面已建立系统化的工作机制。一是压实平安证券“看门人”责任，持续提升行业合规意识与执业质量；二是在持续督导环节，设立专职督导团队，对高风险领域开发了专项预警模型，实现异常情况实时监测；三是在全过程风控方面，公司构建了“前中后台协同”的立体管理体系，形成覆盖项目全生命周期的关键控制节点，为创业板输送高质量的新鲜血液。

深交所相关负责人表示，将严把发行上市、融资并购审核质量关。提升创业板制度的包容性和适应性，绝不意味着放松对发行上市企业的质量要求。发行审核工作严格坚持质量优先，综合运用提升审核问询针对性，开展现场督导检查、强化监管处分等手段，压实市场主体责任。

今年以来，深交所对创业板发行审核领域各类业务违规主体作出自律监管措施或纪律处分102人（家）次。同时，持续加强上市公司的监管，加大对财务造假的打击力度，通过上线财务舞弊监管大模型增强科技监管能力，进一步提升财务舞弊非现场监测和发现功能。严格执行退市制度，已对*ST天龙作出终止上市决定，对元道通信、ST新动力等12家公司实施退市风险警示。

保护投资者，是资本市场监管工作的出发点和落脚点。改革推出后，深交所修订发布《深圳证券交易所创业板投资风险揭示书必备条款》，针对性提示投资者关注创业板改革后的制度规则变化及风险特征，并组织券商更新创业板投资风险揭示书，新开通创业板交易权限的普通投资者按要求签署新版风险揭示书。

市场人士对时代周报记者表示，通过这次改革，创业板在企业发行上市环节能够更好包容适配新兴产业和未来产业企业需要，在企业上市后能够更好支持上市公司持续成长，在投资端能够更好吸引汇聚创新资本，在市场生态上能够更好实现良性循环，必将为资本市场支持优质创新和新质生产力发展注入更强动力。■

102
人（家）次



七折拍卖零人报名 九江银行3004万股流拍

时代周报记者 刘子琪 发自北京

经历24小时拍卖后，九江银行3004万股股权还是迎来了流拍的命运。

7月15日10时，均和（厦门）控股有限公司（以下简称“均和控股”）所持九江银行（06190.HK）3004万股股权因0人报名最终流拍。

前一日，这部分股权在阿里资产拍卖平台开拍，评估价为3.70亿元，起拍价为2.59亿元，为评估价的七折。

今年3月，九江银行第八大内资股股东江西宝升实业有限公司（以下简称“宝升实业”）持有该行两笔股权被拍卖，其中一笔为2365.2万股，起拍价为1.93亿元，较评估价3.45亿元打了五六折。另一笔股权为1800万股，起拍价为1.48亿元，较评估价2.64亿元打了五六折。

资料显示，宝升实业早在2007年就已入股九江银行。截至2025年年末，其为九江银行第八大内资股股东，持股数6889.20万股，持股比例2.42%。报告期内，宝升实业出让该行1590万股，占九江银行已发行总股本的0.56%。

业绩方面，2025年，该行全年实现营业收入104.77亿元，同比增长0.85%；归母净利润8.28亿元，同比增长11.16%。截至2025年年末，其资产总额突破5234.35亿元，较上年年末增加69.76亿元，增长1.35%。

为缓解资本压力，今年6月，九江银行发布公告称，该行已与九江市财政局及不少于6名其他内资股认购方分别订立内资股认购协议，拟合计发行4.942亿股内资股，认购价为每股7.29元，现金代价合计约36.03亿元。其中，九江市财政局认购6858万股内资股；除九江市财政局外的其他内资股认购方认购4.26亿股内资股。

九江银行称，本次内资股认购募集的资金在扣除相关发行费用后的净额将全部用于补充公司核心一级资本。

对此，有业内人士告诉时代周报记者，九江银行此举一方面可以增强银



AI生成

行的资本实力，提高抵御风险的能力；另一方面，由于问题股东持股的逐步清理，还可以优化银行的股权结构，提高治理水平，为银行提供更多的融资渠道，为未来的发展打下坚实的基础。

截至2025年年末，均和控股位列九江银行内资股前十大股东名单第7位，共计持股8665.31万股，持股比例为3.04%。

时代周报记者查阅九江银行年报发现，截至2023年年末，均和控股所持九江银行股权中有3004万股遭质押，恰巧与上述被拍卖股权数一致。不过，近两年，九江银行年报中未披露股权质押具体事项。

2025年年报显示，截至2025年年末，九江银行被质押股权未超过全部股权的20%，其中11.59亿股被质押股权涉及冻结，无被质押股权涉及司法拍卖。

资料显示，均和控股成立于2008

年，公司业务涉及投资与资产管理、全球贸易、金融服务、房地产等多个领域，曾以436亿元的营收位列《2021年福建省民营企业100强》榜单第12位，其控股股东均和集团更是连续多年入围中国民营企业500强、上海企业100强、上海民营企业100强等权威榜单。

均和集团的实控人何旗是一位传奇人物。他出生于1982年，年仅17岁时便进入父亲创立的公司，随后逐步开始接管企业发展。2003年，何旗在上海成立上海均和金属材料有限公司，两年后更名为均和集团。2018年，何旗回到出生地福建，创办均和控股，开始大举进军金融投资领域，参股九江银行、申港证券，并参与江西银行H股上市等一系列操作。

2018年，何旗以80亿元的身家首次上榜《2018年胡润百富榜》，排名福建长乐地区富豪榜首位，也被誉为

福建“长乐首富”。2022年，何旗以115亿元的财富位列胡润百富榜第538位，连续登榜5年。2025年3月，何旗仍以100亿元财富排名《2025年胡润全球富豪榜》，不过，在胡润2025年10月发布的百富榜中，何旗已不在榜上。

此外，时代周报记者注意到，去年12月，均和控股所持九江银行4461.31万股内资股曾被公开拍卖，评估价和起拍价均为5.13亿元，折合11.50元/股。竞买公告提及，涉及的股权属内资股，非上市股份。

不过，这部分股权最终因无人出价而流拍。如今，均和控股所持九江银行另一部分股权也被摆上货架，尽管这次起拍价较评估价打了七折，但仍没有逃过被流拍的命运。银行股权拍卖如今也屡见不鲜，不少银行股东急于变现或经营不善，会进行股权变卖，这种情况与银行自身经营并无多大关联。■

寿险龙头半年报预喜 国寿净利增量超880亿 新华保险最高增60%

时代财经 何秀兰

7月13日、14日，A股两大寿险龙头新华保险（601336.SH）、中国人寿（601628.SH）相继披露2026年半年度业绩预增公告，超预期盈利数据搅动沉寂已久的保险板块。

其中，今年上半年，中国人寿归母净利润预增215%～235%，利润增量最高近千亿元，创下近年来寿险半年报增速峰值；新华保险归母净利润同步预增40%～60%，两家企业盈利增量主要集中在第二季度。

业内认为，寿险龙头业绩爆发源于资产和负债双向驱动，负债端居民储蓄需求支撑分红险持续热销，资产端第二季度A股全面回暖抬升权益投资收益，叠加两家险企持续优化资产负债管理、加码新质生产力赛道投资，共同促成盈利大幅改善。

近日，保险板块迎来短期放量反弹，两大龙头个股7月14日同步收涨，但拉长全年行情来看，行业呈现鲜明的“基本面走强、股价走弱”背离格局。截至7月14日收盘，申万保险Ⅱ指数（801194.SI）年内大跌超25%，大幅跑输沪深300、创业板指，公募持仓长期处于历史低配区间。

两大寿险龙头半年报预喜

本次率先披露业绩预告的两家企业均为纯寿险标的，利润对权益市场变化敏感度更高，预增幅度拉开差距，背后是持仓结构、业务结构的分

层差异。

新华保险于7月13日率先发布公告，公司预计2026年上半年实现归母净利润207.19亿～236.78亿元，同比增长40%～60%；扣非净利润区间与归母净利润基本持平，差额不足1亿元。拆分季度来看，其一季度实现归母净利润65.01亿元，据此测算，第二季度单季归母净利润为142.18亿～171.77亿元，环比增幅118%～164%，预计第二季度归母净利润规模达到第一季度两倍及以上，盈利增量集中在第二季度权益市场修复阶段。

东吴证券近期研报分析，新华保险权益投资弹性显著，截至2025年年末公司股票+基金投资占总投资资产的比重达21.1%，股票+基金中FVTPL（以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产）类占比超过90%，均为上市险企中最高。第二季度股市明显回暖，为公司权益投资收益提升提供了基础。

紧随其后披露公告的中国人寿盈利弹性更为突出，7月14日盘后，中国人寿发布公告称，公司2026年上半年预计实现归母净利润1289.33亿～1371.19亿元，同比增长215%～235%，增量规模880.02亿～961.88亿元，创下近年寿险中期业绩最大增幅。中泰证券认为，该业绩表现大超预期，预计2026年上半年公司利润规模和增速领跑上市同业。

“继续看好中国人寿作为寿险龙头在银保渠道进一步强化报行合一、分红险转型持续推进背景下的竞争

优势，预计伴随资产负债匹配进一步加强，公司长期经营质地将继续改善。”东吴证券近日研报分析指出。

两家公司在公告中统一将业绩增长归因于资产负债联动管理成效。新华保险表示，公司加强“保险+服务+投资三端”协同联动，市场竞争力稳步提升，推动寿险主营业务的价值增长；同时，公司不断优化资产配置结构，加大对科技创新企业 and 新质生产力的投资支持力度，取得良好投资收益。

中国人寿则表示，公司深入推进产品和业务多元，科学管理负债成本，有效提升投产效能，围绕资产负债匹配做好长期投资布局，提升投资专业能力，不断增强投资组合收益韧性和长期回报潜力。公司资产配置持续优化，新质生产力等领域布局稳步推进，取得良好投资业绩。

截至7月14日，中国平安、中国太保、中国人保等综合型上市险企均未发布半年度业绩预告。

某券商非银金融分析师向时代财经指出，多元金融、财险业务能够平滑权益波动，上述企业利润增速或低于纯寿险标的，短期板块行情或呈现分化格局。

保险板块近期二级市场震荡修复

二级市场方面，2026年上半年，保险板块整体表现承压，呈现基本面和股价背离的现象。

截至7月14日，申万保险Ⅱ指数年内累计下跌25.45%，同期沪深300指

数上涨3.6%、创业板指涨20.23%，板块全年表现逊色于市场主流宽基指数。

上述券商非银金融分析师向时代财经表示，压制因素或在于第一季度权益市场调整带来险企盈利担忧，市场资金持续涌向科技成长赛道，公募基金板块持仓降至低位，第一季度末公募配置保险股比例仅为1.05%，处于低配区间。

进入6月下旬，随着A股宽基指数持续回暖，板块开始出现震荡修复，6月22日、7月1日申万保险Ⅱ指数单日分别大涨5.84%、4.88%，资金试探性入场，但持续性不足，始终未能走出独立上涨趋势。

7月14日，申万保险Ⅱ指数全天放量上涨1.91%，板块成交额突破119亿元，较上一交易日扩容，新华保险收涨4.08%，中国人寿收涨2.62%，带动全板块个股普涨。

业内认为，保险股基本面保持平稳，股价却长期走弱，估值配置吸引力持续抬升，资金流向将是左右保险板块估值回暖与否的重要变量。

中泰证券非银金融首席分析师葛玉翔分析称，当前A股上市险企平均PEV（股价除以每股内含价值）仅为0.57，处于近年来分位数的13.7%；平均PB（市净率）仅为0.97，平均预期股息率高达4.9%。估值性价比极高。“后续如果强势赛道股降温，市场资金有望从高估值板块切向低估值板块，保险等低估值板块将受到资金青睐。”葛玉翔指出。■

千亿元

七折

顺德农商行行长王磊辞任 总资产逼近5000亿元 八年IPO长跑折戟

时代财经 张昕迎

近日，广东顺德农商银行官网公告称，因工作调动，王磊辞去该行执行董事、行长等职务。王磊于2024年4月起正式担任顺德农商行行长，迄今任职逾两年。

王磊的履历颇具分量。公开信息显示，这位“75后”经济学博士曾长期供职于央行系统，后出任佛山市金融工作局局长、佛山市政府副秘书长，2023年11月调任顺德农商银行党委副书记，2024年4月正式获批担任该行行长，2026年2月起任该行首席合规官。

另据佛山中德工业服务区官网7月13日最新消息，王磊已出任佛山中德工业服务区（佛山三龙湾科技城）党工委书记、管委会主任。

随着王磊离任，顺德农商行行长职位再度空缺。作为全国规模最大的县域法人金融机构，近年来该行规模稳步增长，总资产位列全国农商行前列。财报数据显示，截至2025年年末，顺德农商银行资产总额已达到4967.47亿元（集团口径），即将站上5000亿元大关，这一数字已超越A股多家上市农商行。

任职两年多后辞任

简历显示，王磊生于1976年，博士研究生学历，高级经济师。王磊兼具央行系统与地方金融管理经验，是少有的具备监管、地方、机构等多重履历的银行高管。

具体来看，王磊曾任中国人民银行汕尾市中心支行党委委员、副行长，中国人民银行广州分行调查统计处、货币信贷管理处副处长，中国人民银行增城支行党组书记、行长兼国家外汇管理局增城支局局长，中国人民银行广州分行营业管理部业务二处处长，广东省佛山市金融工作局党组书记、局长，广东省佛山市政府副秘书长、机关党组成员等职务。

王磊在任期间，顺德农商银行先后完成了多项战略布局，尤其是去年以来，该行在推进外延扩张方面动作



频频，其通过“村改支”等方式扩大机构网点，服务网络从佛山本土进军大湾区多个核心城市。

就在行长辞任公告发布同日，顺德农商银行另发布公告称，该行将于2026年7月13日正式吸收合并深圳龙华新华村镇银行，并在原址改建设立顺德农商银行深圳龙华支行。原深圳龙华新华村镇银行全部业务、财产、债权债务以及其他各项权利义务等由顺德农商银行依法承继，这也是该行首次跨区域进入深圳展业。

回溯整个2025年，顺德农商银行合计完成了包括佛山南海新华村镇银行、东莞常平新华村镇银行、广州番禺新华村镇银行等六家大湾区村

镇银行的吸收合并。另外，该行还创下了广东省首次四家“村改支”机构同时开业的先例。当年12月15日，顺德农商银行番禺支行、东莞常平支行、南海高新支行、新会支行四家“村改支”支行同步揭牌开业。

IPO八年长跑折戟，大湾区同业格局生变

在持续扩张业务版图的同时，从经营数据来看，顺德农商银行当下仍处于结构性调整的阵痛期。

财报数据显示，2025年，顺德农商银行营收、净利双降，实现营业收入77.16亿元，同比下降7.14%；实现净利润29.37亿元，同比下降13.59%。

2024—2025年，该行净利润已连续两年出现下滑。

拆分2025年营收构成来看，该行利息收入承压明显。财报数据显示，2025年，顺德农商银行实现利息净收入57.03亿元，同比降幅4.34%，净息差继续下降至1.27%，收窄幅度有所趋缓。顺德农商银行亦在财报中称，存贷款结构正在优化，存款付息率压降超过30个基点，这为后续息差企稳创造了条件。

不过，该行在资产质量方面的压力仍不容忽视。财报数据显示，截至2025年年末，顺德农商银行不良贷款总额39.14亿元，比上年年末下降1.35亿元，不良贷款率1.51%，比上年年末

下降0.10个百分点，这也是该行的不良贷款率和余额近四年来首次“双降”；实现拨备覆盖率173.57%，比上年年末下降1.72个百分点。

具体来看，顺德农商银行的个人贷款风险尤为突出。财报数据显示，2025年，该行的个人贷款不良余额达到18.17亿元，比年初上升1.66亿元，主要集中在个人经营性贷款和信用卡透支业务；个人不良贷款率随之上升至2.15%，比上年年末上升0.23个百分点。

顺德农商银行是广东省三家首批成功改制的农商行之一，也是全国规模最大的县域法人金融机构，已谋求A股上市多年，早在2017年就开启A股IPO之路，也曾被寄予“广东省第一家A股上市农商行”的厚望。

不过，在历经多年上市筹备后，顺德农商银行在去年7月主动终结了长达8年的IPO长跑。深交所官网信息显示，因顺德农商银行及其保荐人提交撤回发行上市申请文件，深交所决定终止对该行首次公开发行股票并在主板上市审核。该行彼时曾公开回应称，这是鉴于战略规划优化需要，经审慎评估后决定暂缓上市进程。

行长空缺席之下，顺德农商银行能否在业绩压力与经营转型之间找到平衡，将成为这家准5000亿元级农商行未来走向的关键。

将目光放大至大湾区，在中小银行竞争加剧、IPO遇阻的背景下，在顺德农商银行主动撤回上市申请后，广东省内仅剩东莞银行、广东南海农商银行仍在IPO排队序列。其中，同样位于佛山地区的南海农商银行，上市进程近日迎来新进展。6月29日，南海农商银行再度披露了招股说明书（申报稿），更新了2025年度相关财务资料，IPO审核状态恢复为“已受理”。

对比来看，南海农商银行的规模不及顺德农商银行，但增长势头强劲。截至2025年年末，南海农商银行资产总额达3508.97亿元，较上年年末增长5.79%，其中各项贷款余额1830.50亿元，比上年年末增长8.62%；各项存款余额2479.67亿元，比上年年末增长5.77%。■

“非邮政系”保险老将李学军有望掌舵中邮人寿 杨立国接棒临时负责人

时代周报记者 王苗苗 发自北京

近日，中邮人寿保险股份有限公司（以下简称“中邮人寿”）公告称，根据第四届董事会第二十七次会议决议，自2026年6月26日起，杨立国担任中邮人寿临时负责人，李学军自同日起不再担任中邮人寿总经理职务。

与此同时，中邮人寿官网显示，李学军已于2026年6月出任公司党委书记，按惯例有望接任董事长一职。这意味着，这家总资产超7000亿元的大型寿险公司，或将迎来成立17年以来首位由市场化选聘产生的“一把手”。

时代周报记者就上述高管变更联系中邮人寿，截至发稿未获回复。

李学军升任党委书记，杨立国任临时负责人

中邮人寿此番人事调整始于今年2月的一纸辞呈。

2026年2月，中邮人寿原党委书记、董事长韩广岳由于年龄原因辞任。此后，李学军于2026年4月率先获批兼任中邮资管董事长，成为业内少有的同时执掌负债端与资产端的高管。6月16日，中邮人寿召开干部大会，宣布李学军出任党委书记，并推荐其担任董事长。

此前，中邮人寿的党委书记、董事长一直由大股东中国邮政集团系

统内干部担任。从首任董事长冯新生到刘明光、韩广岳，均来自中国邮政集团；拥有邮政系统背景的党秀茸则是中邮人寿的创建元老，后从中邮人寿首任总经理升任董事长。而李学军的升任打破了这一惯例。

李学军出生于1970年11月，毕业于中央财政金融学院（现中央财经大学）国际保险专业。他的职业生涯横跨中国人寿、阳光保险、人保寿险等多家头部保险机构。2021年9月，中邮人寿通过市场化招聘将其引入，同年12月获批担任总经理。

李学军的升迁并非一蹴而就。2022年3月至6月，在原董事长党秀茸辞任后，他曾代为履行董事长职责。2026年2月，中邮人寿原党委书记、董事长韩广岳由于年龄原因辞任，李学军身上的担子开始逐渐增加。5月7日，中邮人寿全资子公司中邮资管公告称，李学军已于4月29日获批担任公司董事长。

四年半时间，李学军从外部空降的总经理走到了准董事长的位置。在此期间，中邮人寿保费收入从2021年年末的858.09亿元增长至2025年年末的1591.66亿元，接近翻倍。

接任临时负责人的杨立国，走的是另一条路。

杨立国是典型的“邮政系”干部，在集团体系内历练多年。杨立国出生于1974年，毕业于中国人民大

学工商管理专业，获硕士学位。2014年起先后任邮政集团财务部资本运营处处长、战略规划部资本运营处处长，2021年8月任邮政集团战略规划部副总经理。2023年10月进入中邮人寿任党委委员，2024年2月任副总经理，2024年5月进入董事会。2026年6月起，杨立国任中邮人寿党委委员、临时负责人、董事、副总经理。

目前，中邮人寿领导班子均为“70后”，包括党委书记李学军（1970年生）、临时负责人杨立国（1974年生）、审计责任人郭家瑞、首席合规官刘晋成、副总经理潘高峰、总精算师焦峰等。

一季度保费近900亿，跃居行业第四

中邮人寿成立于2009年，注册资本326.43亿元，是中国邮政集团有限公司控股的寿险公司。除了中国邮政集团，友邦保险有限公司还持有中邮人寿24.99%的股份。

2025年，中邮人寿实现保险业务收入1591.66亿元，同比增长19.09%。2026年第一季度，其保费收入899.04亿元，同比增长12.23%。在行业排名上，中邮人寿第一季度保费跃升至行业第四，超过泰康人寿和新华保险。截至一季度末，公司总资产达7257.05亿元，继续领跑银行系险企。

但从盈利端来看，情况并不乐观。2026年一季度，中邮人寿净利润为

12.45亿元，同比下降20.45%。2025年全年，该公司净利润83.47亿元，同比下降9.20%，是银行系寿险公司中唯一利润下滑的机构。

更大的结构性挑战在渠道端。中邮人寿超过98%的保费来自银保渠道：第一季度银保渠道签单保费888.59亿元，占总签单保费903.70亿元的98.33%；团险渠道签单保费9.08亿元，占比仅为1%；个人渠道保费收入仅为12.09万元，几乎可以忽略不计。

投资端表现则持续承压。第一季度，中邮人寿的投资收益率为0.50%，同比下降0.11个百分点；综合投资收益率为0.40%。2025年全年投资收益率为3.40%，全年综合投资收益率为0.74%。在利率下行周期中，中邮人寿的资产端收益面临持续压力。

截至第一季度末，中邮人寿核心偿付能力充足率为96.98%，综合偿付能力充足率为129.70%。而同期人身险公司行业平均核心偿付能力充足率为118.1%，平均综合偿付能力充足率为170.7%，中邮人寿两项指标均低于行业平均水平。

事实上，中邮人寿近年来持续通过增资和发债补充资本。自2020年以来，该公司注册资本从215亿元增至326.43亿元。2025年第二季度，中国邮政集团与友邦保险共同增资80亿元。今年年初，中邮人寿还发行了12亿元无固定期限资本债券。■



与此同时，中邮人寿官网显示，李学军已于2026年6月出任公司党委书记，按惯例有望接任董事长一职。这意味着，这家总资产超7000亿元的大型寿险公司，或将迎来成立17年以来首位由市场化选聘产生的“一把手”。

超半数基金第二季度涨幅超40% 平安基金林清源晒成绩单

时代财经 邱利 温斯婷

7月14日，平安基金管理有限公司（以下简称“平安基金”）披露旗下多只公募产品的2026年第二季度报告，林清源、神爱前等“权益大将”业绩备受关注。

截至今年第二季度末，林清源共掌管着5只基金（不同份额合并计算），合计管理规模约112.60亿元，其中规模最大的平安鼎越混合（LOF）第二季度涨幅为41.09%，超额收益显著，平安添悦债券A、平安产业竞争力混合A、平安港股通科技精选混合A和平安鑫安混合A单季度收益率则分别为6.99%、42.90%、43.84%和31.06%。

时代财经注意到，尽管业绩全线“飘红”，部分基金却出现比较明显的净赎回情况。比如平安产业竞争力混合，A类和C类份额在第二季度分别出现约4.68亿份和2.26亿份的赎回，该基金总份额（不同份额合并计算）从期初8.30亿份大幅降至2.30亿份，缩水72.3%，单季度净赎回近6亿份；再如平安港股通科技精选混合，其总份额从期初14.43亿份下降至7.76亿份，降幅达46%，资金可谓是“越涨越卖”。

第二季度基金份额缩水72.3%

从经营情况来看，报告期内，平安产业竞争力混合A、C两类份额均实现显著盈利。其中，A类份额第二季度已实现收益7466.20万元，当期利润为1.27亿元；C类份额已实现收益4703.33万元，当期利润为6962.19万元。

报告期内，基金遭遇大规模赎回。平安产业竞争力混合A类份额期初5.63亿份，期末仅剩1.26亿份，第二季度总赎回4.68亿份，赎回率高达77.6%；C类份额期初2.67亿份，期末1.04亿份，出现约2.26亿份的赎回，赎回率达60.9%。尽管两类份额均有申购，但赎回量远超申购，导致总份额（不同份额合并计算）从期初8.30亿



份大幅降至2.30亿份，缩水72.3%，单季度净赎回约6亿份。

基金份额骤减的同时，规模也在大幅缩水。截至第二季度末，A类基金资产净值仅剩1.79亿元，比上期减少67.94%，基金份额净值1.4184元；C类基金资产净值降至1.47亿元，基金份额净值1.4141元。

拉长时间来看，叠加此前第一季度的大规模赎回，基金规模变动率更是惊人。天天基金网显示，平安产业竞争力混合成立于2025年12月，该次新

截至第二季度末，A类基金资产净值仅剩1.79亿元，比上期减少67.94%，基金份额净值1.4184元。

基在去年12月23日合计规模为11.36亿元，截至今年第二季度末基金规模已缩水至3.26亿元。这意味着，运作仅半年多时间，基金规模减少71.3%。

类似遭到巨额赎回的还有平安港股通科技精选混合，其A类和C类份额在今年二季度分别被赎回了约7.35亿份和4.08亿份。该基金总份额（不同份额合并计算）从期初14.43亿份缩水至7.76亿份，降幅达46%，同样出现净赎回的情况。

后市继续围绕AI电力布局

在二季报中，基金经理还披露了最新持仓情况，以及对市场下半年的看法和投资策略。

行业配置方面，平安产业竞争力混合A类份额在境内股票投资中，制造业占基金资产净值的51.04%，公允价值达1.66亿元，电力、热力及燃气等公用事业仅占0.05%，其他行业均未配置；港股通投资聚焦工业和信息技术，其中信息技术板块持仓9487.73万元，占基金资产净值的比例为29.09%，为第二大重仓领域。

从具体持仓情况来看，林清源的

持仓风格高度集中，期末前十股票持仓占基金资产净值的74.02%，中芯国际、华虹宏力分别以10.34%、10.31%的占比位列前二，紧随其后的是建滔集团、上海电气、中微公司、振华股份、中材科技、南亚新材、华正新材、顺络电子、PCB、半导体设备领域标的占比突出。

在平安产业竞争力混合二季报中，林清源坦言：“今年第二季度，资本市场经历了复杂的宏观博弈与风格切换。一方面，A股的AI电力板块在经历前期大涨后迎来了阶段性的整体回调；另一方面，港股大盘指数同样承压明显，密集的上市融资、产业资本减持压力，以及传统互联网巨头在AI转型期面临的阵痛，共同导致了市场流动性与风险偏好的收缩。”

报告期内，基金以HALO交易框架为核心，重点围绕三大支柱深化组合配置：一是AI能源配套，应对北美算力缺口，从“宏观电网”延伸至“微电网”，在全球电力设备极度紧缺、订单排产已排至2030年之后的背景下，布局的能源相关标的在后续市场中有望看到持续的业绩爆发力；二是AI硬件与先进材料，拥抱OpenClaw生态，把握“量价齐升”弹性；三是半导体晶圆厂龙头，重估供应链安全与产能韧性，中国正处于半导体国产替代的深水区，本土晶圆代工巨头正通过内部的工艺创新，快速承接庞大的本土算力与端侧升级需求，产能利用率已接近满载。这种由内生需求驱动的高景气度，使其在外部不确定性中保持了高度的独立性，构成了组合坚实的底仓。

展望后市，林清源在平安鼎越混合（LOF）二季报中表示，将继续围绕AI电力（以燃气轮机为重点）与AI硬件（聚焦高壁垒核心材料与零部件）进行深度布局，在不确定性中寻找确定性机遇，力争通过严谨的产业趋势研判，为持有人创造长期可持续的回报。■

42家上市银行股价上涨 1828亿红包月内落地

时代周报记者 谢怡雯 发自上海

7月14日上午，沪指盘中失守3900点，最低触及3869.30点，午后开启强势反弹。截至收盘，A股三大指数全部收涨。沪指报3967.13点，当日上涨1.36%；深成指报14924.87点，上涨2.77%；创业板指报3851.14点，上涨3.43%。

截至7月14日，银行板块月内累计涨幅达到7.01%，42只银行股全部实现上涨，其中苏州银行、南京银行、西安银行月内涨幅超过10%。

近期，上市银行迎来密集分红。7月以来，A股已有17家上市银行发放2025年度分红或即将分红，累计分红总额达到1828亿元，其中建设银行、中国银行等6家银行的分红金额超过百亿元。

中国金融智库特邀研究员余丰慧对时代周报记者表示，7月以来银行板块的反弹，主要是由于市场资金寻求避险以及对高股息率股票的兴趣增加所致。在科技板块波动加剧的背景下，银行股作为传统防御性投资品种，其稳定的分红和相对较低的估值吸引了投资者。特别是在分红季，高额的现金分红进一步增强了银行股的吸引力，使得短期内银行股股价得到支撑并出现反弹。

其认为，随着市场风格的变化，部分资金从前期涨幅较大的科技股转向具有稳定收益特征的银行股，以实现资产配置的再平衡。这种转换有助于降低组合的整体风险，尤其是在不确定性较高的市场环境中。

银行股迎强势反弹，42只银行股全部上涨

7月以来，半导体、商业航天等科技成长板块出现震荡回调，而作为红利资产的银行股从年内低点迎来强势反弹。

Wind数据显示，7月1日，Wind银行指数盘中触及年内最低点6365.67点。7月1—14日，银行板块月内累计涨幅达到7.01%，在35个Wind行业板块中排名第四，仅次于医药生物、石油石化、日常消费零售行业板块，42只银行股月内全部实现上涨。与此同时，前期涨幅居前的半导体、硬件设备板块在所有板块中排名垫底，月内分别下跌13.88%、11.91%。

今年以来，各行业涨跌幅呈现“二八分化”。截至7月14日收盘，35个Wind行业板块中仅7个板块实现上涨。其中，半导体板块年内累计涨幅达到67.37%，远超其他行业；排名第二、第三的硬件设备、有色金属板块年内分别上涨20.59%、10.60%。而银行板块年内整体下跌2.07%，在7月这轮上涨行情后仍未收复年内跌幅。

整体来看，A股42只上市银行股中，仅有11只年内实现上涨，其中青岛银行、成都银行、江苏银行、宁波银行涨幅居前，分别上涨27.01%、15.98%、14.77%、14.10%；而浦发银行、农业银行、瑞丰银行跌幅居前，分别下跌26.37%、15.44%、14.47%。

前海开源基金首席经济学家杨德龙告诉时代周报记者，前段时间A股市场前5%的股票交易量已经占到旧交易量的50%，创下历史纪录，这一指标

反映了交易集中度过高的风险。从A股历史上来看，有5次该指标超过45%，其中2次发生风格切换，3次直接发生牛熊转换。这一次也不例外，在交易过于集中之后，科技股出现持续大跌，而之前表现疲弱的传统板块则出现逆势反弹，市场风格一度出现切换。

“传统板块在经过长期下跌之后，逐步开始吸引部分资金关注，出现一定的反弹。虽然反弹幅度不如科技股，但是风险较低，所以可以通过均衡配置来分散风险。”杨德龙表示。

西部利得基金基金经理张昌平对时代周报记者表示，综合来看，短期市场震荡，AI科技波动在放大，极致分化的风格正面临再均衡，结构上关注前期跌幅较大的资产或有的修复机会，科技或仍是中期主线之一。中报披露窗口期看好具备“产业趋势+业绩高增有确定性+估值仍有性价比”的方向。

17家银行月内分红，总额达1828亿元

近期，上市银行将迎来密集分红。7月16日，浦发银行、宁波银行将实施年度分红，分红总额分别达到139亿元、59亿元。

7月以来，已有17家上市银行发放或即将发放2025年度分红，分红总额达到1828亿元。其中，建设银行、中国银行、招商银行、交通银行、浦发银行、邮储银行的分红金额均超过百亿元，分别达到530亿元、376亿元、252亿元、148亿元、139亿元、114亿元。

按照7月14日收盘价计算，42家A股上市银行中，13家上市银行股息

率超过5%，其中兴业银行、光大银行股息率最高，分别达到6.11%、6.09%。

东海证券在日前一份研报中表示，低利率环境下，银行股息率相对长端利率仍具备吸引力，长期资金对稳定现金流资产的配置需求仍在，板块类债属性和底仓价值没有消失。但经历前期上涨后，红利资产内部性价比已经分化，单纯依靠静态股息率筛选标的的有效性下降。下半年市场将更重视分红比例稳定性、资本充足水平、资产质量底线和盈利可持续性，大型银行仍具备较强的红利底仓属性。

上述研报认为，银行板块的主线转向“红利确定性+基本面验证”。配置上，建议继续以分红稳定、资本安全边际高、资产质量稳健的大型银行作为底仓，维持银行板块的红利配置价值。同时围绕中报验证和下半年经营修复线索，择优关注资产质量领先、息差压力较早缓和、区域经济弹性较强、非息业务具备修复空间的优质股份行和区域性银行。

余丰慧对时代周报记者表示，尽管银行股当前提供了较高的股息收益率，但整个行业仍面临增长放缓、净息差收窄等挑战。因此，投资者在进行配置时应考虑长期基本面因素，而不仅仅是短期的股息收益。建议投资者在评估银行股时，要综合考量其盈利能力、资产质量和业务转型潜力，并结合自身的风险偏好和投资目标来做出合理的资产配置决策。同时，保持对市场动态的关注，适时调整投资策略，以应对不断变化的市场环境。■

大通证券17亿股权三拍打7.4折 国海证券32亿元接盘

时代财经 邱利 温斯婷

历经两轮流拍、起拍价一降再降后，大通证券第三次站上拍卖场。

根据京东拍卖平台公告，华信信托管理人与海创汇通定于2026年7月16日14时至17日14时止，将持有的大通证券合计17.03亿股股份/股份权益（占比51.59%）共同进行拍卖，拍卖标的物的评估价值为43.29亿元，起拍价为32亿元。竞拍成功者可取得这家大连本土唯一全牌照券商的绝对控制权。

这笔起拍价32亿元的金融股权，是深陷破产重整的华信信托手中最核心优质资产，拍卖回款直接关系到3000多名自然人信托投资者的清偿比例。

时代财经注意到，京东拍卖平台显示，截至7月16日16时30分，该标的吸引了逾2.5万人围观、334人设置关注提醒以及1人报名。而这唯一报名者，或是此前宣布参与竞拍的国海证券（000750.SZ）。

7月17日14点，京东资产交易平台显示，华信信托管理人与海创汇通所持有的大通证券合计17.03亿股股份/股份权益（占比51.59%）第三次拍卖成功拍出，成交价为32亿元。

一个月内三次现身拍卖场

大通证券这笔股权此前两轮竞拍无人问津。6月30日至7月1日，首轮拍卖以43.29亿元评估价作为起拍价，最终因无买家参与而流拍。7月8—9日，第二轮拍卖下调起拍价至34.63亿元，较一拍折让约20%，依旧无人问津、遭遇流拍。

随后，第三次公开拍卖于7月16日14时开始，起拍价进一步降至32亿元，对应市净率1.19倍，较评估价累计折让逾11亿元，相当于打了7.4折。

究竟是“香饽饽”还是“烫手山芋”，大通证券股权拍卖为何无人问



津？北京一名券商人士告诉时代财经，在证券行业马太效应加剧的背景下，过往依靠牌照红利的商业模式增长空间已然见顶。多数中小券商缺乏核心竞争壁垒，盈利空间持续承压，股权资产的投资价值同步下滑。叠加监管对券商股东准入资质设置了严格标准，导致合格买家稀缺。

公开资料显示，作为总部设在大连的唯一证券公司，大通证券成立于1991年，注册资本33亿元，属于中小券商行列。

回溯本次股权处置源头，大通证券第一大股东华信信托已进入破产程序。2019年华信信托被列为高风险机构；2020年该公司旗下27只信托产品陆续延期兑付，涉及未兑付本金约70.78亿元，大量自然人投资者深陷

其中；2025年11月28日，辽宁省大连市中级人民法院正式裁定受理华信信托破产重整一案，并于同日指定华信信托清算组担任华信信托管理人；在2026年2月召开的第一次债权人会议上，《关于处置大通证券股份有限公司股份的方案》等三项议案获得表决通过，大通证券股权被明确列为投资者兑付资金的重要来源。

大通证券此次拍卖的51.59%股权并非单一来源，而是由三部分“拼凑”而成：一是华信信托持有的9.32亿股（占比28.25%），其中4.66亿股已质押；二是海创汇通（华信信托二级全资子公司）持有的3.02亿股（占比9.16%），其中1.51亿股已质押；三是海创汇通指定第三方承接大连华根机械有限公司所持有的4.68亿股（占比14.18%）

合同权利，其中1.56亿股已质押。

这意味着，被拍卖的17.03亿股中，约7.73亿股处于质押状态，竞得后还需经历较为复杂、耗时的解质押流程，存在一定不确定性。

大通证券控制权或将“易主”

折上折后，终于有投资者前来“抄底”。就在大通证券第三次站上拍卖场的前一天，同为券商的国海证券宣布参与竞拍。

7月15日晚间，国海证券公告称，公司拟参与竞买大通证券股份及股份权益。若公司竞买成功，公司将取得大通证券的控制权。按照相关监管规定，公司获得大通证券控制权事项还需取得中国证监会的核准，因此本次交易能否最终完成尚存在不确定性。

国海证券还表示，本次交易有利于公司扩大资产和业务规模，整合财富管理业务客户资源，进一步增强业务影响力和市场竞争力，提升业务收入和市占率，符合公司和股东利益。

就并购相关事宜，时代财经7月16日早间致电国海证券方面并发送采访函，但截至发稿未获回复。

作为广西唯一的本土上市券商，截至2025年年末，国海证券总资产达688.89亿元，净资产为225.57亿元，在42家上市券商中分别排名第35位和第33位；2025年营业收入为34.55亿元，归属母公司股东净利润为7.69亿元。

相对而言，大通证券体量更小，业内排名靠后。2025年，大通证券实现营业收入4.19亿元，营业利润为1.79亿元，净利润为1.34亿元；截至2025年年末，公司资产总额、负债总额和净资产分别为105.25亿元、53.10亿元和52.15亿元。

进一步剖析其收入结构可以发现，大通证券营收高度依赖传统经纪业务和两融业务。数据显示，2025年公司经纪业务营业收入为2.46亿元，融资融券利息收入1.14亿元，两项业务合计占公司总营收的86%。▮

4.19
亿元



科创50跌超16% 超300只科技基金近一月亏损

时代周报记者 黄宇昆 发自上海

7月16日，上证指数跌破3900点整数关口。当日，半导体、先进封装、存储芯片等热门赛道迎来较大调整，科创50指数跌超4%，该指数7月累计跌幅已超过16%。

事实上，近期科技板块出现了一轮较为明显的集中回调。Wind数据显示，截至7月16日，申万电子指数月内跌幅达到21.51%，在31个行业指数中垫底，电力设备、通信指数跌幅也在10%以上，涨幅排名第一的是医药生物指数，7月以来已上涨10.48%。

苏商银行特约研究员付一夫向时代周报记者表示，整体来看，全年市场主线并未发生偏移，科技与制造仍为双核心配置方向，但内部分化将显著加剧。短期市场或以高位震荡为主，调整后，真正受益于产业趋势且业绩可跟踪的优质标的，将迎来更好的布局窗口。

科创50月内跌超16%，多只人气股较高点跌超30%

7月16日，A股再度迎来回调。截至收盘，沪指报3882.41点，跌幅1.85%；深成指报14488.65点，跌幅1.97%；创业板指报3692.46点，跌幅2.95%。沪深两市成交额2.40万亿元，较前一交易日缩量1676亿元。

当日，多只半导体相关的ETF跌幅超过5%，半导体设备ETF广发、科创半导体设备ETF鹏华、芯片ETF易方达跌幅分别达到7.69%、7.48%、

6.13%。以近5个交易日的维度看，全市场跌幅靠前的也以半导体设备相关ETF为主，跌幅最大的为科创半导体设备ETF鹏华，达到25.60%。

7月以来，科技板块正在经历一轮深度回调。数据显示，7月16日，科创50指数低开 after 逐渐翻红，但午后又持续走低，截至当日收盘，科创50指数跌幅为4.02%，拉长时间看，该指数7月累计跌幅已达到16.35%。

个股方面，多只此前涨幅翻倍的人气龙头股已较高点跌超30%。7月

16日，A股存储龙头兆易创新午后封死跌停板，股价较6月底高点已跌去39.22%；澜起科技当日大跌16.44%，股价报211.13元，较7月1日盘中332.90元的历史高点跌去36.58%。

对于近期科技板块回调的原因，付一夫向时代周报记者分析表示，海外市场去杠杆的传导效应显著，前期全球科技股涨幅集中，杠杆资金高度集聚，一旦风险偏好逆转，资金撤离便形成负反馈，这一情绪迅速蔓延至A股相关硬件与半导体领域。

此外，付一夫认为，A股科技板块自身交易结构也极为拥挤，经过长达数月的持续拉升，绝大多数科技细分方向已充分定价了乐观预期，获利筹码堆积，任何边际上的利空都容易触发连锁抛压。半年报披露期使市场关注焦点从概念想象切回业绩落地，部分标的估值远高于其业绩兑现能力，资金主动从高估值题材股撤出，转向安全边际更高的低位板块。

“整体来看，此次调整并非产业趋势逆转，而是市场在消化过度乐观情绪，属于上行途中的正常估值回归。”付一夫称。

超300只科技基金近一月亏损，科技板块仍具弹性

行情承压的背景下，部分科技主题基金近段时间以来表现不佳。Wind数据显示，截至7月15日，近一个月以来，有超过300只名称中含有“科技”字样的基金亏损。其中，方正富邦科技创新C、交银科技创新C、中加科技视野智选C等26只基金跌幅超过10%。



7月16日，A股再度迎来回调。截至收盘，沪指报3882.41点，跌幅1.85%；深成指报14488.65点，跌幅1.97%；创业板指报3692.46点，跌幅2.95%。沪深两市成交额2.40万亿元，较前一交易日缩量1676亿元。

值得一提的是，尽管市场持续回调，但仍有资金进场抄底。数据显示，过去5个交易日，ETF市场净流入额排名第一的是华夏基金旗下的科创半导体ETF，净流入额达到81.52亿元，超过第二名中证500ETF南方13.64亿元。

分主题来看，近5个交易日净流入额排名靠前的均为半导体、通信主题ETF，半导体设备ETF国泰、科创芯片ETF嘉实、通信ETF国泰等近5日净流入均超过20亿元。

付一夫表示，下半年宏观环境仍为A股提供了温和支撑。产业层面，AI驱动的技术创新周期仍在延续，半导体国产化、算力基础设施等方向具备明确的长期需求逻辑，产业政策持续加码。科技板块仍是全年最具弹性的方向之一，但行情驱动力将从“估值扩张”切换为“业绩验证”，一些龙头公司凭借技术壁垒和订单放量，有望实现盈利与估值的共振；而缺乏实质业务支撑的题材股则面临持续去泡沫压力。

中欧基金认为，预计在市场筹码和情绪完成切换后，科技股将遵从基本面预期有望继续跑赢消费和内需。从更中长期的角度看，国内资产具备规模优势和政策优势。科技是A股盈利改善的核心驱动力，在科技主线中重点关注算力硬件，尤其是受益于AI需求扩张但仍受制于产能的存储、光通信及AI电源/液冷及燃气轮机等算力基建配套，以及受益政策和高景气度的国产算力；同时，关注红利板块中银行股的防御属性。▮

81.52
亿元



直击协创数据股东会 董事长耿康铭回应：算力无闲置

时代周报记者 黄嘉祥 发自深圳

“算力市场空间是巨大的，我们看得见需求，现在没有哪一家的算力出现闲置。”协创数据（300857.SZ）董事长耿康铭在回答时代周报记者提问时如是表示。

7月13日下午，协创数据召开2026年第六次临时股东会，时代周报记者以投资者身份参会。在长达一个多小时的股东交流环节中，耿康铭回应了本次定增、AI算力布局、存储业务布局、算力过剩争议、行业发展空间等市场关注话题。

近日，Meta宣布计划将部分闲置AI算力对外出租，引发全球资本市场剧烈震荡，市场由此产生算力过剩的担忧。尽管Meta官方后来明确作出否认表态，同时抛出重磅扩张计划，但市场的疑虑并未完全消散。

耿康铭回应称，如果算力有过剩，可能就有闲置的，现在没有看到这一现象。而国产GPU今年的销售在1月份都卖完了。当前的算力需求，主要集中在AI模型训练，等到推理应用阶段，算力需求将迎来爆发式增长。

随着AI算力需求持续走高，这家算力大牛股逐步加码布局。时代周报记者据公告梳理，2025年3月—2026年2月，协创数据合计拟斥资322亿元，采购高算力服务器。

近日，协创数据抛出总额不超过80亿元的再融资计划，加码AI算力与高端存储赛道。7月13日晚间，协创数据发布公告，股东会审议通过了《关于公司2026年度向特定对象发行A股股票预案的议案》等多项议案。

“我们花了这么多钱买设备，不仅是为了挣租（算力租赁）的这点钱，公司要找到更大的应用场景——智能体和机器人。”耿康铭说。

不晒订单，“关键是保交付和供应”

“我希望大家不要老问我订单怎么样。”面对一名股东关于具体业绩数字的追问，耿康铭直白得让现场一度安静。他解释，在这样一个难得的交流机会中，希望大家不要问敏感问题，涉及具体数字不能回复。

今年以来，多家A股上市公司跨界算力租赁赛道，市场竞争日趋激烈，资本市场频繁涌现百亿元级算力合作大单。相比之下，作为算力龙头的协创数据，没有披露具体算力订单公告，只是在投资者互动平台回复称“在手订单充裕”。

耿康铭表示，考虑到公司更长远的经营，今年第一季度以来，公司对外宣传进入相对保守状态，公司向交易所申请豁免披露，不会再像其他公司那样发布相关订单合约公告，以减少外界的关注。当下算力紧缺，理论上再大级别订单的合约都能签，但意义不大，关键还是保交付和供应。

协创数据在定增预案中也提示，公司采购的部分高性能算力设备或部件原产于境外，公司算力服务器的采购数量及交货时间不完全可控，存在交付数量低于预定数量或交付时间晚于预定时间或者无法交付的风险。

从传统电子制造平台到AI算力服务商，耿康铭花两年多的时间带领协创数据完成了战略转型，公司也备受资本市场追捧，成为算力大牛股。

耿康铭在股东会上回忆，协创数据在2023年切入算力业务时，他在市场上和别人讲未来算力服务器设备价格会涨3～5倍。“当时被同行笑了，还被银行认为我是骗子”。现在来看，设备涨4倍了。协创当年300多万元买的一台设备，今天市价已超1400万元。

谈及当下算力市场竞争，耿康铭笑着对时代周报记者说，协创当时300多万元买一台设备，他们（竞争对手）现在要花1000多万元买，这就是协创的优势。即便协创现在继续购买设备，

均价也远远低于现在新入局的企业。

在耿康铭看来，由于算力新入局者购买设备成本高，面临的风险较大，“但不要因为觉得大家算力做得不好，就代表协创也做不好”。

在协创数据这次80亿元的定增中，计划将46.86亿元投向智算中心建设项目。

协创数据在公告中表示，公司与头部客户建立了长期稳定的合作关系，部分合作期限长达5年及以上，能够有效保障项目的持续运营收益。同时，公司算力业务布局主要围绕客户

在协创数据这次80亿元的定增中，计划将46.86亿元投向智算中心建设项目。

目前，协创数据自研的FCloud智能体训推创新平台已正式上线，面向具身机器人、生物制药、芯片制造、金融等领域提供训推服务支持；FCloud OmniBot 全栈式具身智能机器人开发平台亦已上线。

需求、在手订单、资金安排、项目收益测算及长期战略布局审慎推进，建设项目与客户需求精准匹配，项目收益的可预见性较高，投资回收确定性较强，有效降低了大规模算力基础设施的投资风险。

“算存协同”的野心，寻找更大的应用场景

耿康铭十分看好算力产业的发展，他在股东会上多次提及未来算力需求至少还有1万倍的空间。

“我认为一点都不夸张，看到需求就不觉得夸张了，当然现在也没办法自证。”耿康铭说，他认同此前华为对算力需求的预测。

华为在2025年9月发布的智能世界2035系列报告中预测，到2035年，全球全社会的算力总量将增长10万倍。

在耿康铭看来，算力已经是AI产业的基础设施，成为一种生产要素。现在的算力产业发展正如20世纪90年代的房地产行业。通常而言，一个产业周期60年左右，AI发展周期也是如此，前20年将保持高速发展。当AI应用产生收入的时候，才是行业的起点。

“人工智能落地产生收入有两个方向：一个是超级智能体代替脑力劳动，一个是机器人代替体力劳动。”耿康铭表示，协创数据主要围绕AI这两大落地场景进行布局。

当下，协创数据已在北京、上海、乌兰察布、廊坊、广州、深圳、宁波等多地部署并运营算力中心，重点服务于头部互联网公司模型训练推理、自动驾驶、生物医药等领域客户。

“我们建立了这么大的算力集群，肯定不仅是为了挣租赁这点钱，而是要找到更大的应用场景——智能体和机器人。”耿康铭表示，这也是协创数据建立模型优化团队的原因。

目前，协创数据自研的FCloud智能体训推创新平台已正式上线，面向具身机器人、生物制药、芯片制

造、金融等领域提供训推服务支持；FCloud OmniBot全栈式具身智能机器人开发平台亦已上线。

耿康铭预测，当特斯拉机器人能进入家庭、接管部分家庭服务的那一天，将是整个行业真正的爆发点。随着未来机器人产业爆发，预计公司一大部分收入将来自机器人领域。协创不会下场做机器人本体，而是“为机器人公司提供算力服务”。

耿康铭的野心远不只是算力，还有同样处于热门赛道的存储业务。

这次定增，协创数据计划将18.14亿元投向数据存储拓展升级扩产项目。

协创数据称，公司拟在现有存储业务基础上，进一步扩大现有存储产品产能，特别是企业级SSD、企业级内存条等高端产品的产能规模，同时向上游封测环节延伸，丰富产品类型。

耿康铭说，近期存储芯片市场波动剧烈，消费级产品价格下跌，而企业级的产品价格上涨，这也是协创布局企业级存储产品的原因。“公司是按照需求来购买的，不会去挣存储本身的差价。”

“项目建成后，将有效强化与公司智能算力业务的协同效应，提升存算一体化设计与部署的综合竞争力。”协创数据称。

大举扩张下，协创数据的负债率也随之攀升。截至2026年3月末，公司的资产负债率高达85.89%，有息负债达259亿元。这次定增，协创数据拟将15亿元用于补充流动资金及偿还银行贷款，以优化财务结构，降低流动性风险。

对于如何平衡扩张与高负债，耿康铭对时代周报记者说：“那是外界认为高负债，我相信银行的风控，远比投资者考虑得多。”

谈及企业瓶颈，耿康铭说：“几乎天天都遇到瓶颈，我们经营了30年，遇到很多次生死存亡的关口。遇到问题，解决就是了。”

377亿未弥补亏损再添预亏超34亿 南航要砸380亿买飞机

时代财经 盛兰 高秋榕

一边是累计超377亿元的亏损未弥补及今年上半年预亏近40亿元，一边是约380亿元大规模购机扩张计划。南方航空（600029.SH，01055.HK）背负沉重财务包袱扩容运力，获得南方航空控股股东——中国南方航空集团有限公司（以下简称“南航集团”）最高百亿元资金托底。

7月14日晚，南方航空发布2026年半年度业绩预告，预计上半年归母净利润亏损为34.73亿～39.73亿元。而截至2025年年末，该公司仍有377.27亿元未弥补亏损，这也意味着，南方航空累计亏损规模或将突破400亿元大关。

对于2026年上半年由盈转亏，南方航空表示，进入3月后，受国际地缘形势影响，航空煤油价格剧烈波动，全行业面临巨大压力，公司上半年航油成本同比激增。

数据显示，4月起，中石油和中石化的出厂价分别升至9742元/吨、9782元/吨，单月环比涨幅接近74%～93%。此前在2025年年报中，南方航空便披露，全年平均油价每变动10%，该公司运营成本将变动52.53亿元。

与此同时，7月初，南方航空发布定增募集说明书，披露将投资超425.01亿元购置新机、补充流动资金，购机费用共计380.01亿元。其中定增总额不超150亿元，定增募集资金分为两大用途：105亿元用于采购46架新飞机，其中包含12架国产C919干线

客机；剩余45亿元用于补充流动资金、置换高息存量贷款。

值得注意的是，南航集团承诺以50亿～100亿元自有资金锁价认购，其目前直接及间接持有南航股份66.52%的股权，实控人为国务院国资委。本次定增完成后，南方航空实控权、股权架构与关联业务均不会出现实质性变动。

近日，上交所就此次融资必要性、南航集团认购资金合规性等核心问题下发问询，南方航空已于7月9日晚回复。对于时代财经关于定增相关问题的采访，南航方面表示，目前定增还在推进中，暂时不方便回复。

事实上，此次南方航空大规模扩容，承载着国产C919规模化商业化落地的使命，同时深度贴合行业复苏趋势与大湾区顶层战略需求。南方航空表示，国内民航出行需求稳步回暖，扩容有利于夯实广州与北京双枢纽战略优势。

客流底盘支撑运力扩张，377.27亿元亏损未弥补

根据南方航空2026—2028年机队规划，未来三年将分别净增16架、66架、50架飞机，年均运力增速4.36%。针对市场担忧新机折旧压制利润，南方航空在问询回复中测算，46架新机每年新增折旧约18.05亿元，但新机可显著节约燃油、维修开支，同时带来航线收入增量，折旧增量不会对业绩形成负面影响。

作为扎根粤港澳大湾区的国内客运龙头航司，南方航空表示，依托全国多层级运营网络、广州与北京双

国际枢纽布局，公司现有客流承接能力可充分消化新增运力。

2023—2025年，南方航空客运收入由1361.7亿元增至1536.44亿元。广州、北京两大国际枢纽发挥核心集聚作用，广州枢纽中转旅客同比增长19.2%，北京枢纽中转客流提升3.8%，南方航空指出，机队更新、运力扩容与航线升级具备现实必要性。

据南方航空披露，2025年，公司旅客运输量1.74亿人次，国内市场份额达22.56%，旅客规模与常旅客数量均位居国内航司首位。截至2025年年末，机队规模超900架，覆盖波音、空客、国产C919全谱系机型。

尽管2026年上半年南方航空归母净利润预亏损超过30亿元，但是南方航空是三大航中2025年唯一实现盈利的航司。2025年，南方航空全年营收约1822.56亿元，同比增长4.61%，归母净利润约8.57亿元，同比增幅达151%；2026年第一季度，总营收约477.82亿元，同比上涨10.08%，归母净利润约14.81亿元，同比增长298%。

不过，南方航空长期财务压力仍旧突出。南方航空透露，本次定增能够优化资本结构，压降资产负债率、减少利息支出，改善整体资金流动性。据南方航空披露，截至2025年年末，公司未弥补亏损高达377.27亿元。重资产运营推高负债规模，截至2025年年末，总资产约3498.14亿元，总负债约2948.03亿元，资产负债率84.27%。并且，其偿债现金流支出常年居高不下，2023—2025年，公司偿还债务支付现金分别为1103.08亿

元、931.93亿元、1219.55亿元，还本付息刚性支出规模庞大。

而对于南方航空的资金缺口，南航集团曾多次大额增资托底南方航空纾困。

2020—2022年是输血最集中周期，2020年，南航集团全额认购127.82亿元A股定增，旗下南龙控股同步完成35亿港元H股增资；2022年再度兜底落地44.96亿元A股定增，南龙控股配套认购18亿港元H股股份，多轮股权补血帮助该公司平稳度过行业低谷。

服务大湾区顶层战略，开启C919规模化新阶段

本次南航百亿级运力扩容，顺应了国内民航复苏节奏与粤港澳大湾区航空枢纽建设的战略规划。

民航复苏为南方航空机队大规模更新提供了市场支撑。据南航定增问询回复披露，2023—2025年，国内民航运输总周转量、旅客运输量复合增速分别达17.51%、11.44%，行业旅客运输量从6.2亿人次增长至7.7亿人次。2026年行业复苏态势延续，第一季度全国民航旅客运输量达2亿人次，按照2026年全国民航工作会议设定目标，今年全年旅客运输量有望提升至8.1亿人次。

与此同时，此次百亿元定增同样顺应粤港澳大湾区世界级航空枢纽建设战略需求。依据《粤港澳大湾区发展规划纲要》，广州定位全国三大国际门户枢纽，行业测算，2035年大湾区航空客运需求将突破4.2亿人次。南方航空此次完成整体机队升

级，能够强化白云机场全球航线通达性，完善12小时全球航空网络，夯实大湾区对外开放门户定位。

值得注意的是，在南方航空150亿元定向增发方案里，12架C919国产干线客机采购是本次资本运作核心的产业增量。作为“国之重器”，C919当前的整体商业化进程仍处于初期。想要持续降低制造成本、完成机型性能迭代、带动上下游配套产业链成熟，离不开头部航司大批量、多场景长期商业运营积累真实运维数据。

身处粤港澳大湾区核心门户，南航拥有国内独有的国产机型试验运营场景。华南地区高温高湿、航班周转密度高、中转客流庞大的运营环境，能够为C919适配全国乃至东南亚全域飞行标准、持续迭代优化机型提供关键实测依据。

早在2024年，南方航空便与中国商飞签订购买协议，向中国商飞购买100架C919飞机，计划于2024—2031年分批交付。据南方航空介绍，截至今年3月1日，南航C919已执行航班数量7800班，累计承运旅客数量超106万人次。

南航C919正式投入商业运营以来，已通达17座城市，航班正常率达96%。南方航空已顺利完成18批次的C919机型飞行员改装训练，累计培养C919机型飞行员125名，搭建起了成熟的国产机型运维与执飞体系。

今年6月，南方航空在其官网披露，公司将使用C919国产大飞机在广州至西安、杭州、太原及长沙至北京大兴等14条国内主干航线中投入座位数3.5万个。

变身“包租公”力保美国市场 阿特斯今年预计收租11亿元

时代财经 周立

在光伏仍难有起色、行业巨头纷纷身处亏损之时，阿特斯此前布局的储能赛道成为其盈利的“顶梁柱”。

2026年上半年，光伏行业产业链各环节开工率进一步降低，尽管部分竞争力不足的产能正逐步退出，但行业整体供需失衡格局尚未根本性改善，各环节产品价格维持低迷，企业经营压力显著。受此影响，行业龙头通威股份（600438.SH）、隆基绿能（601012.SH）均在7月14日预告上半年延续亏损。

事实上，光伏行业已深陷周期底部长达三年。时代财经通过Wind数据梳理发现，2025年，光伏板块99家上市公司合计亏损近160亿元，其中，有39家上市公司处于亏损状态。

但行业低谷中也不乏“黑马”，阿特斯（688472.SH）在2025年逆势盈利超10亿元。只不过，在行业整体下行的背景下，阿特斯也难逃营收和归母净利润逐年下滑的命运，其2025年营收同比减少12.80%；归母净利润同比减少54.80%。

更值得关注的是，其“存货双高”“美国业务重组”“出售产线”等问题引发监管问询，监管要求就保证交易定价公允性、防止对控股股东及实控人进行变相利益输送的安排作出相关说明。近日，阿特斯发布公告，对监管问询的相关问题进行了回复。

关税成本激增151%，为保美国市场做起“包租公”

2025年，随着境内光伏市场竞争激烈，阿特斯组件量价齐降，最终境内收入同比减少53.92%；在其主动收缩境内低毛利率组件销售后，境内毛利率仍为-14.88%，难改“卖得越多亏得越多”的局面，甚至比其他可比公司（如隆基绿能、晶澳科技）亏损幅度高出10个百分点。

但回到让它发展壮大境外市场，拥有诸多海外生产基地的阿特斯似乎更加如鱼得水，毛利率高达14.40%，显著高于境内。虽然美国新增关税措施使得阿特斯在去年

大幅提升运营成本，2025年关税相关成本高达21.11亿元，同比增长151.06%，但不可否认的是，美国等高价市场的溢价对阿特斯的业绩盈利贡献尤为重要。

根据问询函回复和定期报告数据，阿特斯2025年美洲地区实现光伏组件及系统业务收入171.05亿元，占境外光伏组件及系统业务收入的72.52%，占公司总营收的42.49%，撑起半壁江山；受益于美国市场产品销售溢价，公司美洲地区晶体硅电池组件业务毛利率为13.24%，显著高于欧洲、亚洲等其他境外区域。

为实现公司在美国市场业务长期参与，保障企业正常经营，降低经营风险，阿特斯于去年对美国市场业务进行调整。第一步就是积极推动美国组件工厂达产，并在《大而美法案》相关政策窗口期积极安排订单、加快投资回收。

于是，在隆基绿能、天合光能、通威股份等光伏巨头的在建工程余额大幅减少的2025年里，阿特斯在建工程规模呈现大幅增长，余额高达66.70亿元，较期初增长60.91%，其中美国5GW电池项目在去年投入人民币30.23亿元。

若看非美地区，阿特斯的在建工程余额为27.78亿元，较期初减少16.58%，产能建设节奏与同行保持同步。其中，原本计划在2027年年末竣工的呼和浩特30GW拉棒项目、宿迁电池一期5GW项目第二阶段、5GW高效组件及电池片生产科研实训基地项目均因综合考虑光伏供需情况纷纷暂缓建设。

而在美国通过《大而美法案》后，阿特斯便积极谋划通过股权转让及资产租赁模式重组美国业务。先是去年底与控股股东CSIQ新设合资公司M、N（公司持有24.9%股份、CSIQ持有75.1%股权），M、N公司将通过租赁公司部分海外资产分别运营美国的光伏与储能业务；二是将供应美国的两家制造工厂通过股权转让的方式使公司股权占比降至24.9%，并获得一笔超3亿元的一次性股权转让对价；三是将供应美国市场的四个资产包（美国组件、美国电池、泰国光伏切



片、泰国光伏电池）进行租赁，以此成为稳定的“包租公”。

值得注意的是，美国组件产线自今年4月起达到租金上浮触发条件，公司自该月起按照上浮10%后的租金标准确认并收取租金；美国电池资产组的租金在相关产能投产后于今年7月开始收取。

按照阿特斯的测算，预计上述四个资产包将在2026年贡献11.66亿元租金，比去年全年归母净利润还多。

不过，尽管有稳定的租金收入，但阿特斯对于光伏主业仍持较为谨慎的态度。

“公司对今年光伏市场的判断目前仍然是坚持反内卷策略，主动减量保利润。从行业动态看，部分同行也提出了保利润而非保量的目标，并出现了出货量同比环比下降的情况。公司坚持在高利润市场坚决不下牌桌，同时在低利润市场敢于有所为有所不为策略。”阿特斯在6月1日的投资者关系活动记录表中表示。值得注意的是，今年2月初，TOPCon电池片价格还能维持在0.45元/W左右，而在7月初已降至约0.27元/W，降幅达到40%。再次步入光伏寒冬，“减量保利润”这一策略能否带领阿特斯穿越周期？这要看阿特斯之后的业绩表现。

储能业务首次突破百亿，今年出货量预计超14GWh

在光伏仍难有起色、行业巨头纷纷身处亏损之时，阿特斯此前布局的储能赛道成为其盈利的“顶梁柱”。

Benchmark Mineral Intelligence数据显示，全球储能市场需求高速增长，2025年全球新增电池储能装机约315GWh，同比增长约50%，其中大型储能占比约76%。CNESA数据显示，中国新型储能新增装机66.43GW/189.48GWh，同比增长52%/73%。

2025年，阿特斯储能业务实现收入108.47亿元，首次突破百亿元，同比增长11.39%，毛利率28.6%，部分对冲了光伏业务下滑的影响。从细分产品来看，大型储能产品（包括工商业储能）销售规模为102.19亿元，占储能营收超九成，毛利率在27.53%；户用储能产品销售规模虽然仅有6.28亿元，但毛利率能高达46.08%。

从业务成本来看，在光伏组件每瓦综合制造成本同比上涨11.5%时，储能产品“降本”给阿特斯带来更多的利润空间。阿特斯称，储能产品因碳酸锂成本处于历史低位，综合制造成本低于2024年，年度新增关税成本抵消部分影响后，每瓦时储能综合制造成本较2024年度下降约4.7%，碳酸锂价格处于低位也是储能产品材料成本所占比重同比下降的主要原因。

“公司前期储能业务布局逐步进入收获期，报告期内确认收入规模随着项目数量上升也相应提升，收入增速低于销量增速主要系电芯等原材料价格下降带动储能系统平均销售单价同比下降约8%，收入增长主要由交付量增长驱动；报告期内，公司已实施的代表性项目包括：加拿大Nova项目、美国Aypa Power项目、澳大利

亚Terang项目等。”阿特斯表示。

此外，阿特斯预计今年储能系统出货量为14～17GWh，业务增长具有持续性。

根据披露，截至2025年年末，公司的货币资金余额为114.69亿元，其中，存放在境外的款项总额为41.34亿元，较期初增长113.73%；长期借款余额为71.89亿元，同比增长12.88%，2026年第一季度末长期借款余额增长至79.88亿元。

对于境外款项大幅增长，阿特斯表示，一是境外储能等业务规模增长相应销售回款增加，二是美国子公司去年12月收到美国先进制造税收抵免补贴转让款约14亿元，导致期末境外资金余额阶段性上升。

而对于新增长期借款，其表示因投入美国5GW电池项目建设，2025年、2026年第一季度新增银团借款分别为20.41亿元、4.99亿元，占同期新增长期借款（47.67亿元、18.73亿元）的42.82%、26.64%；剩余多数资金则用于补充运营资金。

关于出现“存货双高”的情况，阿特斯表示，主要源于公司业务模式及融资结构的客观需要，借款主要用于满足日常经营周转资金需求、保障新增产能投入的资金需求。

一是全球业务经营的需要。境外实体经营相对独立，受外汇管制和流通限制等因素影响，货币资金余额相对保持略高水平，除了美国电池工厂及香港贸易子公司期末保有人民币25.39亿元长期借款用于长期资产，其他境外子公司均无长期借款，均为通过经营活动收入形成的货币资金。

二是经营投资计划的需要。光储行业具备资金密集的特点，随着公司业务规模的扩大，不仅需要充足的资金以满足日常运营需求，固定资产等长期资产的投资更需要长期借款的支持。

三是销售回款及采购支付的安排。公司所处的行业中，部分原材料采购需要预付货款，而销售回款信用期一般为30～90天，因此需要储备足额营运资金以保障经营发展，公司为增强公司的财务稳定性和抗风险能力，通过长期借款方式补充营运资金，确保经营活动现金流充沛。■

盛新锂能定增方案改为竞价 终止中创新航、华友控股战略合作

时代周报记者 周松清 韩迅
发自重庆

碳酸锂走高之后，盛新锂能（002240.SZ）推翻了此前的定增方案。

7月14日晚间，盛新锂能发布公告，对其2025年度向特定对象发行A股股票方案进行调整。

最新的定增方案为，向不超过35名特定对象募集资金总额不超过53亿元，53亿元中37.1亿元用于木绒锂矿采选尾工程项目，15.9亿元用于补充流动资金。

而在此前2025年10月的定增方案中，总的募集资金仅为不超过32亿元，资金用途为用于补充流动资金与偿还债务，更为重要的是，该版定增方案中参与者仅为三名，盛新锂能的控股股东盛屯集团、中创新航（03931.HK）、华友控股集团。

作为动力电池大厂之一的中创新航，以及华友钴业（603799.SH）的控股股东华友控股集团，在当时都被认定为极为重要的产业链上战略投资者，在最新的定增方案中，中创新航、华友控股集团却都终止了合作。

对于终止的具体原因，盛新锂能董秘办人士7月15日下午对时代周报记者表示，退出是基于目前市场和定增方案变动协商的结果，同时，对于上

述两家公司是否会参与后续定增，他表示要看定增的实际推进进展，目前都还不确定。

定增金额大增，战略投资退出

盛新锂能此前定增方案为，拟向控股股东盛屯集团、中创新航及华友控股集团三名特定对象发行股份，发行价格为17.06元/股，募集资金总额不超过32亿元，扣除发行费用后拟全部用于补充流动资金及偿还债务。其中，盛屯集团与华友控股集团各拟认购11.275亿元，中创新航拟认购9.45亿元。

新调整后的定增方案中，募集资金调整为不超过53亿元，其中37.1亿元用于木绒锂矿采选尾工程项目，15.9亿元用于补充流动资金，发行改为竞价模式，定价基准日调整为发行首日，发行价格不低于定价基准日前20个交易日股票均价的80%，发行对象拓宽至不超过35名合格投资者。最终发行数量将结合募资总额与发行价格确定，发行总量不超过发行前公司总股本的30%。

中创新航、华友控股集团退出，盛屯集团则承诺认购10亿～20亿元，不参与竞价但是接受最后的统一发行价，其认购股份锁定期36个月，其余投资者认购股份锁定期6个月。

值得注意的是，中创新航和华友控股集团的退出，双方均签订不存在

违约情形。

盛新锂能公告显示，鉴于定增方案调整，盛新锂能分别与中创新航、华友控股集团签署了《附条件生效的战略合作协议之终止协议》，各方确认，对协议的履行和终止不存在纠纷或潜在纠纷，均不存在违约情形，也无需向对方承担违约责任、赔偿责任或其他法律责任。

最为显著的市场变化，是近半年来，碳酸锂价格的持续走高。

公开资料显示，2026年上半年，国内电池级碳酸锂价格呈现宽幅震荡、中枢上移走势，均价区间为14.96万～17.7万元/吨。今年年初，价格为11.7万～12万元/吨，到了5月中旬，价格一度触及20万元/吨的高点。不过，进入6月，价格回落至15.6万～16万元/吨附近。

受此影响，盛新锂能股价也从2025年10月的17元/股左右一路走高，在2026年5月6日还曾一度达到63.13元/股，市值已经翻了两倍以上。

同时，盛新锂能的盈利也在改善，实现扭亏为盈。盛新锂能2026年半年报业绩预告显示，其上半年实现归母净利润10亿～12亿元，同比增长218.9%～242.68%，2025年同期则是亏损8.4亿元。盛新锂能表示，受益于全球新能源行业的快速发展，锂盐产品销售价格较去年同期有较大幅度

上涨；公司持续优化生产效率、推行控本增效，印尼锂盐工厂产能大幅释放，上半年公司锂盐产品实现量价齐升，经营业绩较去年同期大幅改善。

木绒锂矿项目建设已经启动

定增方案的最大新增项目，就是木绒锂矿。

随着全球新能源汽车和储能行业的快速发展，锂产品市场需求持续增长，锂资源战略地位日益凸显，同时随着全球范围内锂矿资源的开发力度不断加大，以及新建锂盐项目产能释放，锂盐行业竞争逐渐加剧。

全球锂盐加工产能主要集中在中国，但上游锂矿资源供应高度依赖澳大利亚、南美等海外地区，根据中国有色金属工业协会锂业分会数据，2024年中国锂盐企业约60%的原料依赖进口，供应链安全面临严峻挑战。

无论是行业因素还是国际局势，盛新锂能都需要加大稳定可靠的资源供给。

盛新锂能表示，木绒锂矿拥有优质的锂矿资源和良好的开发前景，为自然资源部新一轮找矿突破战略行动的重要成果之一，公司正积极推进木绒锂矿开发建设，尽快实现公司锂矿资源自给率的显著提升，并形成稳定可靠的资源供给体系。

盛新锂能定增公告显示，木绒锂

矿为亚洲迄今探明规模最大的硬岩型单体锂矿，Li2O资源量98.96万吨、平均品位1.62%，为四川地区锂矿品位最高的矿山之一，设计年处理原矿300万吨，达产后可稳定产出高品质锂辉石精矿，折碳酸锂当量约7.50万吨/年。

木绒锂矿采选尾工程项目拟投资总额为47.62亿元，项目建设完成后，预计内部收益率为23.57%，投资回收期7.20年（含建设期）。

对于木绒锂矿目前的最新进展，盛新锂能董秘办人士7月15日下午对时代周报记者表示，木绒锂矿的开发涉及到多个政府部门的审批，手续相对来说比较复杂，公司也正在全力推进中，如果投资金额达到信息披露要求，会及时进行同步披露。

盛新锂能2025年年报显示，重要在建工程项目木绒锂矿项目新建工程预算金额为47.61亿元，期初余额为零，2025年增加值为8990万元，工程进度为1.89%。

盛新锂能2025年年报显示，木绒锂矿施工前的准备工作已基本完成，包括已取得四川省发改委的项目核准批复、四川省自然资源厅建设项目用地预审与选址意见书的批复、四川省生态环境厅对采选尾工程环境影响报告书的批复、矿山安全设施设计通过了国家矿山安全监察局组织的审查等，大规模建设即将启动。■

实验猴重回20万元一只 昭衍新药上半年净利润预增超8倍

时代财经 张洁 温斯婷

实验猴涨价“造富”A股“猴茅”。7月15日，昭衍新药（603127.SH；06127.HK）A股涨停，报50.62元/股，股价创近3年新高，最新市值379.3亿元；港股更是盘中涨近30%，最终收涨23.78%，报收27.48港元/股，最新市值205.9亿港元。

此次大涨的催化因素是昭衍新药前一日晚间披露的2026年上半年业绩预告。公告显示，公司预计实现营业收入6.69亿～7.39亿元，同比增长0%～10.5%；预计实现归母净利润6.00亿～9.00亿元，同比增长约884.9%～1377.4%。

实验猴是昭衍新药利润暴增的源头。据媒体报道，目前一只实验猴价格最高已超过20万元。业绩预告中也提到，今年上半年，公司生物资产公允价值变动贡献的净利润为7.03亿～7.77亿元。

资料显示，昭衍新药由周志文、冯宇霞夫妇成立于1995年，由CRO（合同研究组织）安评起家，2020年左右，夫妇二人带领公司通过收购及自建等方式大举“囤猴”，在猴价的数轮涨跌里，公司的业绩也随之大起大落。

周志文、冯宇霞夫妇旗下还控制着另一家上市公司舒泰神（300204.SZ），已经形成左手创新药、右手CRO的资本布局。

昭衍新药爱“囤猴”

昭衍新药“囤猴”早已不是新鲜事。公开资料显示，昭衍新药主营业务为以药物非临床安全性评价服务为主的药物临床前研究服务和实验动物及附属产品的销售。公司于2017年在A股成功上市，2021年登陆港股，实现A+H两地上市。

早在2018年年报中昭衍新药就曾提到：“拥有灵长类动物模型资源或技术将会赢得市场主动权，甚至可以作为战略资源进行垄断。”

之后昭衍新药很快作出行动，2020年左右开始采购实验猴，2022年，公司连发两份收购公告，花费约18亿元，拿下了广西玮美生物和云南英茂生物，这两家公司的核心资产便是近2万只恒河猴、食蟹猴等实验灵长类动物。

而实验猴是业内公认的临床试验“必需品”，且长期存在着供需缺口。

浙商证券研报显示，候选药物在成为新药前需要进行药物吸收、分布、代谢、排泄、药效和毒性评价等临床前研究，以证明其有效性和安全性。目前，大多数临床前研究都是采用一种啮齿类动物和一种非啮齿类动物(包括犬、兔、猪和猴)来完成在体的动物评价实验。实验猴与人类生物学反应更相似，能够表达候选药物靶向表位且能避免生物制品免疫原性在部分动物体内产生免疫反应的问题。因此，和其他类型实验动物相比，非人灵长类动物在大分子药物的临床前实验上具有极强的不可替代性。

不过，实验猴市场面临国内食蟹猴种群老龄化严重、出栏率偏低、国内实验猴海外引种渠道不畅等供需矛盾。

浙商证券研报显示，以2024年数据为例，中国实验猴本土存栏量约22万只，年出栏量为3万只左右，而需求量超4万只，存在近万只的供需缺口。据其预测，2026—2028年，国内实验用猴供需缺口至少在1.5万～2万只，猴价或持续保持高位。

在这种情况下，当医药投融资火热、创新药IND（新药临床试验）申报量提升，实验猴市场出现明显供不



应求，其价格便会出现明显波动，在2022年，单只食蟹猴价格就曾冲高到20万元。据多家媒体报道，当前食蟹猴再次出现了供应短缺的现象，身价已突破20万元。

在此次的业绩预告中，昭衍新药也表示，报告期内生物资产市场价格上涨叠加自身自然生长增值，双重因素驱动了公允价值的正向变动。具体来看，今年上半年，公司生物资产公允价值变动贡献的净利润7.03亿～7.77亿元。

2025年，昭衍新药实现营收16.58亿元，同比下滑17.87%，实现归母净利润2.98亿元，同比增长302.08%。年报显示，利润主要源于生物资产公允价值变动收益4.76亿元。

但需要注意的是，公允价值变动带来的仅仅是“纸面财富”，一旦猴

价下跌，也会对昭衍新药利润造成打击。2024年，单只实验猴价格一度跌到6万～8万元，公司当年生物资产公允价值变动便带来了约1.14亿元的净损失，全年归母净利润为7407.54万元，同比下滑81.34%。

同时，昭衍新药的主业承压。业绩预告中也提到，2026年上半年，公司实验服务及其他业务净利润为-1.42亿～6497.36万元。

左手创新药、右手CRO

昭衍新药创始人周志文、冯宇霞，也成了A股最会“养猴”的夫妇。财报数据显示，目前，周志文夫妇共持有昭衍新药30.28%的股权，以公司最新股价估算，其最新持股市值达114亿元。

公开资料显示，周志文与妻子冯

宇霞是解放军军事医学院的校友。毕业后，两人均从事了一段时间的医学研究工作。1993年，周志文先辞掉了工作，下海担任一家药店的经理。

当时，中国新药临床前评价被国外垄断，周志文夫妇敏锐地捕捉到了这一市场空白，1995年冯宇霞辞职，与丈夫一起创办了北京昭衍新药研究开发中心，走上了创业之路。

2002年，周志文夫妇又创立了舒泰神，主攻生物制药研发与生产，进一步扩大医药版图。2011年，舒泰神率先登陆创业板；2017年，昭衍新药登陆上交所主板，并在2021年实现A+H两地上市。

手握两家上市公司，周志文夫妇以195亿元的财富位列2025胡润百富榜第320位。

分工上，冯宇霞坐镇昭衍新药，任董事长，周志文则任舒泰神董事长。两家公司也是上下游关系，据昭衍新药披露，公司2026年与舒泰神及其子公司的预计日常关联交易金额为4700万元。

财报信息显示，目前舒泰神上市销售产品主要为创新生物药物苏肽生（注射用鼠神经生长因子）和特色品种舒泰清（复方聚乙二醇电解质散〔IV〕）及其系列产品。除上述产品外，公司还生产销售阿司匹林肠溶片等化学药品。

需要注意的是，苏肽生与舒泰清均已上市超10年。舒泰神目前仍处于亏损状态，财报数据显示，2026年第一季度，公司实现营收4689.77万元，同比下滑25.91%；归母净利润则为亏损843.18万元。

7月15日，舒泰神大涨13.68%，报收26.26元/股，最新市值125.5亿元。目前，周志文夫妇通过直接、间接合计持有舒泰神约34.52%的股份，最新持股市值约43亿元。■

康龙化成预计上半年净利最低增4% 与礼来合作抢滩减重药赛道

时代周报记者 闫晓寒 发自北京

今年以来，国内CXO龙头康龙化成（300759.SZ；03759.HK）净利润表现转好。

7月13日，康龙化成发布2026半年度业绩预告，预计今年上半年营业收入为74.72亿～76.65亿元，同比增长16%～19%；归属于上市公司股东的净利润为7.29亿～7.72亿元，同比增长4%～10%；经调整的非《国际财务报告准则》下归属于上市公司股东的净利润为8.84亿～9.22亿元，同比增长17%～22%。

今年第一季度，康龙化成营收同比增长15.48%，经调整的非《国际财务报告准则》下归属于上市公司股东的净利润同比增长16.25%。

康龙化成表示，按业绩预告中位值测算，2026年第二季度，公司营业收入同比增长19.38%，经调整的非《国际财务报告准则》下归属于上市公司股东的净利润同比增长22.30%。由此来看，相比今年第一季度，第二季度康龙化成营收和净利润同比增速均有进一步增长。

而在2025年上半年，康龙化成归属于上市公司股东的净利润曾出现37%的同比下滑；2025年全年，其归属于上市公司股东的净利润同比下降7.22%。

两大主营业务订单高增

今年上半年，康龙化成业绩增长主要来自两大主营业务的拉动。

根据业绩预告，2026年上半年，康龙化成新签订单同比增长超过30%。康龙化成在公告中称，上述订

单增长背后，伴随着公司战略客户的持续拓展，以及小分子CDMO服务项目管线持续向后期推进。

尽管康龙化成从小分子药物发现服务起步，逐步拓展为全流程、一体化的CXO平台，但当前其最主要收入仍来自实验室服务。

康龙化成主营业务包括四大板块，分别为实验室服务、CMC（小分子CDMO）服务、临床研究服务、大分子和细胞与基因治疗服务，2025年各大板块营收占总营收比重分别为57.88%、24.71%、13.88%、3.37%。

今年第一季度，康龙化成营收为35.78亿元，其中实验室服务、小分子CDMO服务营收占总营收比重分别为59%、24%。

康龙化成的实验室服务处于药物研发早期阶段，从药物研发流程来看，实验室服务主要覆盖药物发现及临床前研究阶段，覆盖药理药效、安全性评价等多个环节。

2025年，实验室服务新签订单同比增速曾出现下滑。根据康龙化成年报，2024年，实验室服务新签订单同比增长15%；2025年，这一同比增速为12%。

但今年上半年，实验室服务板块订单保持较快增长，根据业绩预告，实验室服务新签订单在2026年上半年同比增长超过20%。这或意味着，前端研发服务仍有较高需求。

相比作为基本盘的实验室服务板块，康龙化成的小分子CDMO服务或许承担了更多增长重任。

小分子CDMO服务承接前端项目向后端开发及生产阶段转化的需求，2024年和2025年，该板块新签订单同比增速分别为35%和13%。

2025年年报显示，当年公司小分子CDMO新签订单同比增速相比当年前三季度放缓，康龙化成在年报中解释称，主要由于大规模生产订单签订时点影响。

上述订单已于2026年第一季度完成签订，业绩预告显示，今年上半年，康龙化成小分子CDMO服务新签订单同比增长超过50%，主要受大规模生产订单签订带动。

康龙化成在今年4月的投资者关系活动中预计，2026年小分子CDMO服务收入增速将较2025年进一步加快。

长城国瑞证券7月发布的研报认为，小分子CDMO订单高增进一步强化了该板块在康龙化成后续增长中

2025年，实验室服务新签订单同比增速曾出现下滑。

今年3月，康龙化成宣布与跨国药企礼来达成合作，获得礼来2亿美元的注资。

的重要性，但其对收入和盈利能力的贡献仍取决于项目交付节奏、产能匹配及商业化订单兑现情况。

切入GLP-1赛道

康龙化成的两大主营业务订单量快速增长，不可忽视的一个背景是，当前国内新药研发热度高涨。

国家药监局发布的2025年《中国新药注册临床试验进展年度报告》显示，2025年，我国临床试验总量首次突破5000项，创历史新高，较2020年翻一番。其中，新药临床试验占比57.5%，同比增长18%。

根据国家药监局统计，截至6月30日，我国创新药对外授权共81笔，交易总额约1100亿美元，达到2025年全年对外授权交易总额的80%。国家药监局药品注册司副司长蓝恭涛介绍，我国在研新药数量约占全球30%，位列全球第二。

对于康龙化成自身而言，其客户拓展、项目推进等也是推动其订单增长的重要原因。

康龙化成在4月的投资者关系活动中表示，小分子CDMO一季度订单加速增长来自两方面因素，分别是项目数量增加、项目进入中后期后带来的订单金额提升。

实验室服务订单增长主要由三方面因素驱动，包括新增MNC（跨国企业）客户订单、新分子类型业务在实验室服务中的占比较过去几年持续提升，以及中国客户需求出现复苏，叠加去年同期中国客户业务基数较低，相关订单增速实现较好增长。

康龙化成正在积极拓展MNC客户，康龙化成在上述活动中披露，今年第一季度其新增了多个战略客

户，MNC客户新增订单增速快于实验室整体新增订单增速。这背后，拥有稳定现金流的MNC预算受宏观环境或投融资影响相对较小，订单持续性更强。

不过，康龙化成多数客户并非全球头部跨国药企。康龙化成在4月的投资者关系活动中透露，今年第一季度，康龙化成来自全球前二十大制药企业客户的收入占整体收入比例为19%，其他客户收入占整体收入比例的81%。

值得一提的是，今年3月，康龙化成宣布与跨国药企礼来达成合作，获得礼来2亿美元的注资，支持其技术能力建设，并达成关于口服小分子GLP-1受体激动剂Orforglipron的生产合作协议。

今年4月，礼来宣布Orforglipron在美获批，用于治疗肥胖或伴有体重相关合并症的超重成人患者。目前，礼来中国已向国家药监局提交Orforglipron用于治疗2型糖尿病与肥胖症的上市申请。

与礼来的合作或意味着，康龙化成成为礼来口服GLP-1制剂全球供应链的一环，同时也切入了全球最火的减重赛道。

当前口服GLP-1赛道竞争已异常激烈，除了礼来，包括阿斯利康、诺和诺德等跨国药企，以及信达生物、博瑞医药等国内药企都在该领域有所布局。

7月14日，时代周报记者致电康龙化成董秘办，相关人士表示2026年上半年公司各板块具体表现需在此后的2026半年度业绩报告中查询；同时记者向其发送邮件，截至发稿未获回复。■



直击WAIC创业众生相

时代周报记者 何珊珊 发自上海

今年的世界人工智能大会（WAIC），创业风向变了。

7月17日，2026 WAIC在 上海 开幕。大会现场全新打造的H4馆FutureTech创投生态区，成了观察当下AI创业的最佳窗口。专区从全国1200个创新项目中层层筛选，最终选出158家初创企业与22个OPC先锋项目集中亮相，覆盖行业应用、具身终端、基础设施、前沿科技四大赛道。

时代周报记者现场发现，曾经热闹非凡的“百模大战”已退潮，AI创业全面下沉至办公工具、医疗硬件、法律服务、青少年教育等精细赛道。

大厂眼中“食之无味”的鸡肋需求，成了小团队试图挖掘的金矿。现场，有创业团队宣称，依靠一款PPT工具号已攒下500万用户。有创业者深耕法律垂直赛道拿下央企客户。还有创业公司瞄准睡眠场景，定下百万台量产目标。

就在三年前，WAIC是大模型厂商的军备竞赛场，各家轮番刷新参数纪录、披露融资额，展台前挤满追逐风口的机构和创业者。“百模大战”热潮当中，AI创业的标准叙事是“名校团队+基座模型+亿级融资”，似乎只要故事讲得足够好，就能拿到通往未来的船票。

今年，风向彻底变了。

在WAIC现场，气氛全然不同，没有印着“千亿参数”“全球领先”的巨幅海报，没有循环播放的模型演示片。取而代之的是低调的布展设计，众多创始人亲自上台，讲解产品业务。

从追逐资本热点的“故事型创业”，到瞄准真实需求的“生意型创业”，AI创业翻开新篇章。

大厂“缝隙”里挖金矿

“大厂觉得PPT生成功能鸡肋，不想花精力深耕，又舍不得这部分用户，这恰恰是我们的生存空间。”在H4馆MINDSHOW AI PPT（麦当劳秀AI PPT，以下简称“麦当劳秀”）的展位

前，该公司新媒体总监侯祥翼向时代周报记者坦言。作为一支死磕AIPPT垂直赛道的初创团队，麦当劳秀的成长路径，正是当下AI创业“避战大厂、深耕缝隙”的缩影之一。

这支团队看中办公场景细碎却高频的PPT需求，没有靠烧钱投放获客，而是搭建了“许愿池”需求收集机制，公司创始人逐条查看用户评测留言，所有功能迭代完全由真实反馈驱动。

时代周报记者在现场注意到，麦当劳秀产品平台的下方，持续滚动着用户最新反馈的需求，甚至还有用户互动按钮，用户可以对自己认同的功能评论进行点赞。在没有大规模营销的情况下，产品累计用户规模突破500万。麦当劳秀已获浦东创投百万元级天使融资，并成为头部互联网大厂的PPT生成API服务商。

“大厂不是做不透，只是很难像我们这样针对一个产品持续且高频的调配，这部分业务在他们的业务盘子里太小了。而我们月会员费用是39元，也就两杯奶茶的钱，一个月能帮打工省省下做十几份PPT的时间，这笔账怎么算都值。”在麦当劳秀团队看来，避开大厂的核心战场，把一个小众需求做透、做出口碑，并且持续根据用户需求迭代，就是初创公司最稳妥的生存逻辑。

像麦当劳秀这样“啃硬骨头、捡缝隙活”的团队，在H4馆里随处可见。大厂“不屑于”深耕的垂直细分市场、利润薄的下沉市场，恰恰是初创公司的主战场。

星云衡律创始人杨家康是西南政法大学法学硕士，出于对AI的兴趣，与几名合伙人联合创立AI法律平台。团队全程靠自有资金启动，甚至婉拒了希望业务团队集体出海的投资邀约，不到一年获得央企意向合作，成为WAIC现场唯一的重庆AI创业公司。

在杨家康看来，当下很多AI公司套个大模型壳就卖产品，但真正懂行业痛点、能解决实际问题的团队少之又少。

星云衡律没有跟风做通用法律

问答，而是聚焦文书撰写、合规审查、书证修改等真实工作场景，打造多智能体集成平台，主要瞄准B端本地化部署与定制化合规服务。

“先把国内的行业痛点摸透，赚稳当的钱，比盲目扩张重要。”杨家康说道。

出身国资投资机构的赵书君，则带着一行科技盯上“服务创业者”这个小众赛道。“创业者服务全行业生产力提升，那谁来服务创业者？比如商业计划书和尽调的书面材料，非常庞大复杂。除了给钱，我们还能帮他们把不擅长的杂事扛下来。”赵书君说道。

一行科技主打早期创业者商业咨询智能服务，覆盖商业逻辑搭建、投资人沟通、法务财务辅助等能力，同时向产业园区输出智能体中台。赵书君对时代周报记者透露，今年4月公司成立，3个月内已拥有超500名C端创业者用户注册，并签约5家B端园区客户。

除此之外，时代周报记者现场观察到，这些初创公司业务还涉及青少年AI素质教育、AI健康监测硬件等，多是大厂覆盖不足、需求真实存在的细分领域。

褪去风口滤镜，先“造血”活下去

H4馆里的创业百态，恰恰是AI行业三年周期迭代的缩影。

三年前，大模型热潮刚起时，创业圈的标准叙事是“名校团队+千亿参数+亿级融资”，估值跟着参数水涨船高。到2026年，“能不能落地、能不能赚钱”成了比“模型有多大”更迫切的拷问。这种行业焦虑，直接倒逼创业逻辑发生本质转变。

“我们不做C端散客生意，而是走医疗机构、药店和药企的B端渠道。”智慧眼现场负责人陶俊良告诉时代周报记者。智慧眼成立于2009年，早年主打机器视觉与医保反欺诈，2019年进入医疗AI赛道，自研“砭石”医疗大模型，覆盖健康检测、中医养老、疾病预测等。通过“硬件+软件+后续服务”的B端变现模式，该公司已服务1200

余家医疗机构与药店。

今年，智慧眼算力规模从200P扩容至近400P，单月营收目标定在2000万元。从追风口的通用视觉公司，到垂直医疗的服务商，这种转型某种程度上折射出AI企业的市场策略变化。

创业逻辑的转变，也体现在团队对融资的态度上。三年前初创公司以拿到知名机构投资为荣，如今更多团队把“自我造血”放在第一位，融资不再是创业的目标，而是加速发展的工具。

火枣科技创始人郭晓玉就坦言，团队2023年起步做健身AI应用，后经多次调整业务。2026年春节后，公司主动转型做AI服务交易平台，核心原因就是“要跑通能赚钱的模式”。

这款类“猪八戒”的AI服务交易平台，连接需求方与技能从业者，配套AI获客、AI客服等工具辅助接单，最终由真人兜底交付，变现包含交易佣金与Token服务费。目前项目尚在内测阶段，郭晓玉表示团队没有急着融资扩张，而是先把商业模式跑通再正式上线。

“我们既做过甲方也当过乙方，最清楚传统服务交易里信任难建立、沟通成本高、链路容易断的痛点。”在郭晓玉看来，AI不是用来讲故事的概念，是提升交易效率、帮普通人赚钱的工具，“让有一技之长的人，配齐AI工具后不用依附大公司也能稳定接单，这就是平台的价值”。

当然，创业的分化也真实存在。WAIC现场不乏技术壁垒高、资本认可度强、有明确量产计划的团队，也有不少项目尚处于产品打磨、商业化验证阶段，尚无规模化订单。但一个普遍的共识是：AI创业已经过了“靠PPT融资”的阶段，甚至在智能体创业阶段，拿投资或许不是首要任务。相反，不管赛道多细分，先找到付费客户、跑通最小商业闭环，才是活下去的前提。

为概念狂欢的热潮之后，大厂看不上的“鸡肋需求”、看似不够“高大上”的微小生意，恰恰成了AI创业走向商业化的新途径。■

超300款新品亮相WAIC 200多家具身智能企业参展

时代财经 赵姝婵 庞宇

过去，人们通过聊天框向AI提问。如今，人工智能正在从屏幕里走出来。

7月17日，2026世界人工智能大会暨人工智能全球治理高级别会议在上海开幕。本届大会以“智能伙伴共创未来”为主题，首次联动世博、张江、西岸“三地四馆”，展览面积突破10万平方米，1100多家企业带来3000多项展品，其中，超过300款产品全球首发。智算和具身智能两个赛道，参展企业均超过200家。

在规模之外，更值得关注的是展品结构的变化。

算力从单颗芯片走向超大规模系统，智能体从聊天应用进入手机和企业软件，机器人开始强调量产、稳定运行和场景交付。AI大模型的参数竞赛并未结束，但参数已经不再等同于商业价值。

此次世界人工智能大会正在向行业发出一个崭新的信号。衡量一家AI企业的标准，已不只停留在模型“有多聪明”，而更多转向其能否以可接受的成本，稳定完成足够复杂的任务。

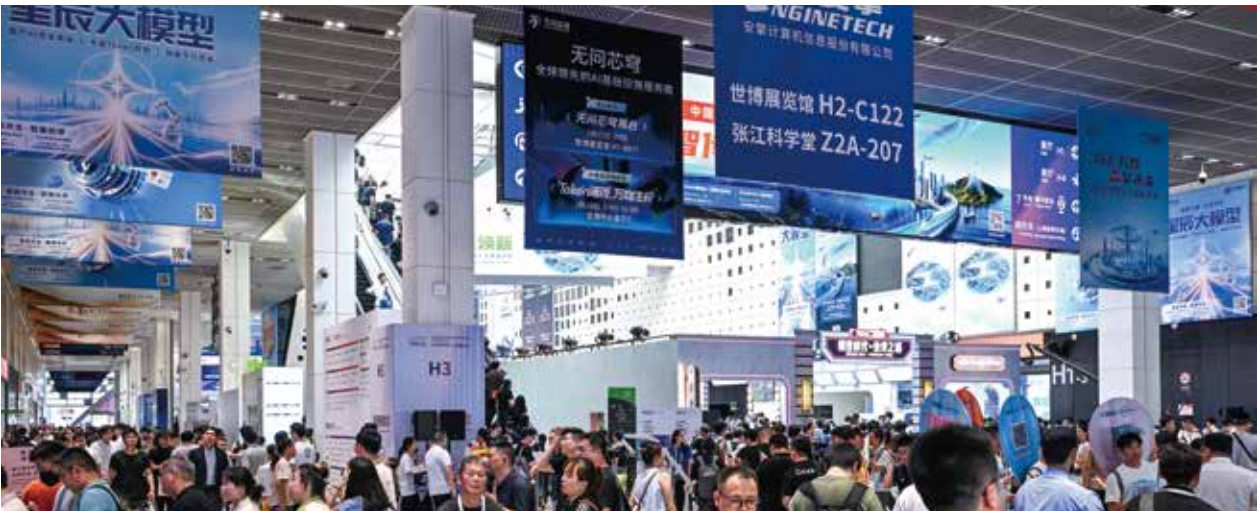
具身机器人：从“会展示”到“会工作”

今年WAIC现场，机器人依然是最受关注的展区。

不同的是，机器人展示的内容发生了变化。往届大会，人形机器人更多展示奔跑、跳跃、翻跟头等运动能力。

今年，不少企业把机器人直接放进真实工作环境。在“模登时代·伙伴之城”展区，一条汽车制造产线被完整复刻到了展馆内。机器人需根据工位变化，连续完成搬运、装配、检测等多个环节，而不是完成一个预设动作后停下来等待下一条指令。

另一处的智慧药房展区，则展示了不同机器人共享一套具身模型的工作方式。蚂蚁灵波还原了真实药房零售门店中机器人工作的场景，让三



此次世界人工智能大会正在向行业发出一个崭新的信号。

当AI真正走出屏幕，它面对的将不再是排行榜，而是工厂的生产节拍、企业的成本报表、用户的实际需求以及现实世界中无法撤回的每一次行动。

台不同形态的机器人共同完成一次真实订单。用户下单后，机器人需要识别药

品及其位置，判断货架、人员和其他设备之间的空间关系，再分别完成取货和交付任务。每一步都需要根据环境变化实时调整动作，而不是按照固定轨迹重复运行。

这套方案已进入上海的线下药房。按照参展方披露的信息，门店不需要为机器人重新改造空间，设备可以进入原有经营环境，在夜间值班等场景协助药剂师完成重复性的药品分拣工作。蚂蚁灵波通过这次大会向外界表示，将携手乐聚、奥比中光等产业伙伴，共同探索面向家庭、养老、医疗辅助等服务场景的智能化升级路径。

大会展区内还出现了洗衣叠衣、商品鉴定、零售服务、导览接待等机器人作业场景。与固定程序控制的传统自动化设备不同，这类具身智能产品尝试通过视觉、语言和动作模型理解现场变化，再生成下一步动作。

从完整人形机器人到灵巧手、关节模组、视觉传感器和训练平台，本届WAIC将机器人从感知、决策到执行的技术链条集中呈现在同一展馆。

智能体抢占软硬件入口：从聊天框嵌入系统，自主处理完整业务
如果说大模型关注的是如何思

考，智能体解决的则是“能不能办事”。

本届大会智能体操作系统、AI智能体手机等产品都是把AI从独立聊天应用嵌入操作系统。用户不再需要逐个打开应用，而是直接提出订票、比价等需求，由智能体拆解步骤并调用不同工具完成。

大会本身也上线了AI原生平台Hi WAIC，提供活动匹配、商业对接和内容服务。根据WAIC官方提供的数据，大会筹备期间，相关平台已推动57个核心场景落地，累计达成162亿元意向合作。

大会还展示了用于科研任务的智能体和科学智能操作系统。例如，在蛋白质设计环节，研究人员可以使用自然语言描述所需功能，由系统生成候选蛋白质序列，并连接实验设备完成制备、纯化和检测。实验结果再次返回模型，用于后续筛选和修改。

不难发现，智能体下一阶段的竞争重点将从模型能力转向系统集成、权限管理、过程审计和任务成功率。掌握操作系统和数据入口的企业，也将在新一轮竞争中获得更大优势。

从造芯片到组集群：算力集群真机集中展出
机器人需要实时处理视觉和动

作信息，智能体则需要频繁调用模型、软件及数据库。在本届大会上，支撑这些任务的算力设备也被搬进了展馆。

H2技术与创新馆集中展示了超算真机、算力芯片、高密度服务器、高速互联和存储设备。其中，华为Atlas 950 SuperPoD超节点以真机形态亮相，这标志着华为昇腾在超大规模算力基础设施领域再上新台阶，为大模型时代提供坚实算力支撑。全国产十万卡AI超集群“曙光8000”也在这里首次面向公众展出。

相比只展示单颗芯片的峰值算力，本届大会的展品更多以机柜、服务器、网络、存储和调度软件组成的整套系统出现。

“曙光8000”已接入国家超算互联网，可承担大模型训练与推理、科学计算和工业仿真等任务。据WAIC官方提供的数据，目前，该系统已完成300多项应用优化，覆盖机器人、新材料、生物医药等20多个科研和产业领域。

除了大型算力集群，展馆还集中展示了面向机器人、手机、汽车和其他终端的端侧芯片。这类芯片需要在功耗受限的设备中完成视觉识别、语音处理和动作控制，使部分任务不必持续上传云端。

当AI真正走出屏幕，它面对的将不再是排行榜，而是工厂的生产节拍、企业的成本报表、用户的实际需求以及现实世界中无法撤回的每一次行动。不再问“能不能做到”，现在行业和大众需要知道AI“能不能稳定、低成本、安全地重复做到”。

2026 WAIC释放出了清晰的行业信号，AI产业正式告别概念炒作的上半场，全面进入落地实干、价值兑现的新阶段。未来行业竞争不再比拼方案和计划，而是比拼能否稳定、低成本、规模化完成真实产业任务，人工智能也将从单纯的技术概念，转变为赋能实体经济的常态化生产工具。■
(实习生王雨芊对本文亦有贡献)

WAIC上机器人开始“上班” 有展商称部分场景应用两年内回本

时代周报记者 朱成呈 发自上海

今年的世界人工智能大会(WAIC)现场，机器人开始“上班”了。在上海世博展览馆、徐汇西岸、张江科学会堂三大展区，数十台具身智能机器人承担交通执勤、展馆导览、导航接待等工作。其中，智元60台机器人首次在大会主分会场承担指引服务，成为业内首次实现人形机器人“部署态”公共服务的案例。

毫无疑问，具身智能是当下顶流。今年WAIC，参展具身智能企业从去年的80多家增加至200多家。相比去年集中展示运动能力、灵巧操作，今年企业把工厂、仓库、酒店、商场等真实业务流程搬进了展馆。

机器人展示的重心，正从能力验证转向价值验证。但从展台走向工厂，从演示走向批量部署，具身智能仍需跨过商业闭环这道门槛。

在现场，多名受访企业相关负责人表示，现阶段决定机器人商业化速度的，已经不是动作是否足够炫酷，而是三个更现实的问题：能否算清ROI？能否获得高质量数据？能否形成可复制的交付模式？

从场景竞争走向岗位竞争

过去两年，具身智能行业最常被提及的关键词是场景落地。

站在商业视角，“场景”并不是一个可以直接交付的产品。工业制造、商业服务、公共安全描述的是领域，

而不是需求。机器人最终进入客户现场，面对的不是一个抽象的场景，而是搬运、分拣、导览、配送、洗衣等一个个具体岗位。只有岗位足够标准化，机器人的部署边界才能明确，ROI才能计算，商业模式才能复制。

这种变化在今年WAIC表现十分明显。相比前几年展示机器人翻跟头、跳舞等单点能力，今年不少企业直接把真实业务流程搬进展馆——机器人咖啡馆、酒店洗衣房、零售门店、智能工厂、政务大厅等，展示的不再是一台台机器人，而是一套完整的岗位协同方案。

在擎朗智能展区，时代周报记者注意到，几十台机器人分别承担咖啡制作、零售配送、酒店洗衣等不同岗位，整个展区没有人为遥控，而是依靠机器人自主协同完成工作流程。

“判断人形机器人商业化是否成立，并不取决于机器人能够完成多少动作，而在于客户是否愿意持续付费。”擎朗智能创始人、CEO李通向时代周报记者表示，真正的商业化意味着机器人能够进入工业、服务业等真实生产环境，为客户持续创造价值，而不是停留在实验室或展会展示。最终决定采购的，始终是ROI。

不同产业，对这本经济账的要求也并不相同。

工业客户通常希望机器人能够在一年左右收回投资；而服务业客户的要求更加直接，即从投入使用开始就能提高效率，补充人手不足。

李通向时代周报记者举例称，在擎

朗海外市场，大量客户采用机器人租赁模式，租赁费用约为当地人工成本的三分之二。在劳动力紧缺的国家，如果机器人能够完成更多工作、成本也更低，那么，商业价值从第一个月便已经兑现。

另一边，魔法原子则展现另一种商业化思路。展区内，机器人连续完成叠盒封胶、衣物整理、行李箱收纳等复杂长程任务。其中，衣物整理被业内认为是柔性物体操作中难度最高的任务之一。

不过，在商业化布局上，魔法原子并没有把赌注押在某一个爆款场景。现场工作人员告诉时代周报记者，目前团队同步推进工业、商业、家庭等九大应用方向，并不会选择某一个行业作为唯一突破口，而是在不同场景里率先跑通一个个商业闭环，再逐步复制到更大规模。

有公司称部署两年可回本

在今年的WAIC，越来越多具身智能企业把目标瞄向工厂。

在不少业内人士看来，工业并非机器人的应用终点，却是最容易率先跑通商业闭环的起点。

安徽聆动通用机器人创始人、CEO季超向时代周报记者分析，具身智能和大语言模型的发展路径类似，不会一开始就成为完全通用技术，而是先进入半结构化、需求明确的行业。工业和物流领域劳动力短缺问题突出，因此成为最适合率先商业化的场景。他判断，未来的发展路径大致会是：工业—商业服务—家庭。

之所以首先进入工业和物流领域，是因为现实的劳动力缺口和明确的投入产出逻辑。工业物流长期存在招工难、用工成本持续上升等问题，只要机器人能够稳定完成搬运、上下料、巡检等工作，就能够直接替代部分人工岗位，商业价值也更容易计算。

与商演、科研市场相比，工业客户的评价标准也更加简单。

“商业展示关注的是视觉效果和传播效果；科研市场关注的是机器人平台是否方便二次开发，帮助科研人员验证算法、发表论文；工业客户关注的只有一点——机器人是否真正解决生产问题。”季超表示，工业客户不会在意采用的是机械臂、轮式机器人还是人形机器人，只关心是否能够实现降本增效，以及是否具备合理的ROI。因此，工业机器人本质上是一门(强调)投入产出的生意。

目前，工业客户普遍希望机器人能够在2~3年内收回投资成本。季超透露，在部分应用场景，公司已经实现两年以内回本，并跑通了部分商业模式。“行业整体来看，2~3年属于较为普遍的ROI水平。原因在于，很多工业产线3~5年会进行一次升级。如果机器人在两年左右时间回本，后续几年基本都是纯收益，因此客户愿意投资。”

商业化最大的门槛

如果说ROI决定客户是否愿意买机器人，那么，数据则决定机器人是否有能力进入真实生产环境。

高质量真实数据短缺，限制了具

身智能进一步迭代。“在迎来物理智能涌现之前，我认为必须突破数据墙。”智元合伙人、觅峰科技董事长姚仰青在WAIC期间表示。

与大语言模型可以依赖互联网海量文本不同，具身智能需要的是机器人与物理世界真实交互的数据。这类数据既无法像网页一样批量获取，也难以依靠仿真环境完全替代。

姚仰青表示，物理AI的数据，如果等效为Token或者时长，大概只有大语言模型的数万分之一。真机采集成本高、效率低，行业又缺乏统一的数据标准，导致数据质量参差不齐、供需错配以及“数据孤岛”等问题普遍存在。

工业场景，这一问题尤为突出。“数据比模型更重要。模型决定能力，但没有数据，就无法真正验证模型。”季超表示，工业数据与客户生产现场深度绑定。因此，无论是仿真环境还是互联网公开数据，都很难获得一线工业生产中的高质量真实数据。没有这些数据，具身智能在工业场景的落地大受限制。

姚仰青介绍，智元正在构建覆盖数据采集、标注、训练和评测的数据闭环：一方面，通过真机采集获得高质量物理交互数据；另一方面，利用便携式无本体采集设备降低真实数据获取成本，并与机器人本体形成同构的数据体系，让不同来源的数据能直接用于模型训练，提升数据的复用效率。

在季超看来，随着真实工业数据不断积累，具身智能继续快速迭代，“行业对此非常乐观，每年都有明显进步”。■

长鑫科技提前锁定清北毕业生想打造行业“黄埔军校”？

时代周报记者 朱成呈 发自上海

长鑫科技(688825.SH) 登陆科创板,进入最后的冲刺时刻。

7月16日晚,长鑫科技披露网上发行申购情况:发行价8.66元/股,网上有效申购户数942.88万户,有效申购股数8169.20亿股。回拨机制启动后,网上最终中签率约0.4714%。

长鑫科技是中国最大的DRAM厂商。Omdia数据显示,按产能和出货量计算,长鑫科技位居全球第四。CFM闪存市场数据显示,2026年第一季度,长鑫科技DRAM销售收入73.09亿美元,市场份额提升至7.7%,仅次于三星、SK海力士、美光。

长鑫科技的业绩表现高光,预计2026年上半年实现营收1100亿~1200亿元,同比增长超过6倍;归母净利润500亿~570亿元。以此预告业绩计算,长鑫科技今年上半年的盈利已足以覆盖过去三年的累计亏损。

风头正盛,长鑫科技近期在多所知名高校的校招宣讲会受到热捧,现场被挤得水泄不通。一名接近长鑫科技的人士向时代周报记者透露,长鑫科技内部有NCG(New College Graduate,应届毕业生)培养体系,经常有前置性的校企联合项目,“毕业生大多来自清华大学、北京大学等国内知名高校”。

在外界人士看来,长鑫科技最大的竞争力是人才。作为国内少数具备DRAM自主研发和制造能力的原厂,长鑫科技持续扩张的重要原因之一是构建了一套人才培养和技术传承的体系。上述人士还称,半导体行业原来有人才断层的现象,现在长鑫科技希望打造一所行业的“黄埔军校”。

比芯片更稀缺的是工程师

在这一轮存储行业景气周期当中,DRAM价格持续上涨,芯片成为稀缺资源。比芯片更难获得的,是制造芯片的人。

与互联网、软件行业不同,DRAM制造对工程师的要求更接近一项“长期工艺”。从材料、物理、化学到电路设计、制造工艺、设备调试,几乎每一个环节都需要跨学科知识,更

依赖高成本产线实操积累。一名成熟的工程师,往往需要数年才可能成长起来。

人才培养的供给远远跟不上产业的扩张需求。

深度科技研究院院长张孝荣向时代周报记者指出,当前国内半导体人才培养仍存在明显的产教脱节,“学校教的和产业要的是两码事。教材还在讲40nm工艺,产线已经到了5nm。学生毕业进厂要回炉3~5年”。

没有产线就没有人才成长的土壤。

在半导体资深专家张国斌看来,DRAM是半导体制造中复杂度最高的品类之一,涉及数万个工艺步骤。但国内此前没有DRAM量产产线,高校和研究机构只能教授原理性知识,无法提供真实的工艺调试、良率爬坡、失效分析等实战经验。

在这一背景下,长鑫科技选择将人才培养向前延伸,而不是等待成熟工程师进入市场。

并购达人创始人鲁宏向时代周报记者分析称,长鑫科技所建立的标准化全周期培养体系(如“18个月NCG计划”“双轨晋升机制”),叠加国内唯一的12英寸DRAM量产实战平台,具备链主级的人才孵化能力。

相比产能、设备和资金,能够持续培养DRAM工程师的能力,或成为国内存储产业更难复制的壁垒。

“黄埔军校”难在哪？

过去10多年,中国半导体产业更多是在追赶设备、材料和工艺。如今,产业链逐渐完善,工程师本身也成为产业能力的一部分。相比一条生产线可以通过资本投入建设,一支成熟的工程师队伍往往需要数年甚至10多年的时间沉淀。

业内人士普遍认为,一名DRAM工程师的成长几乎与一代产品的研发周期同步:能够独立负责单一工序通常需要2~3年;参与良率优化等核心工作的骨干工程师往往需要5~8年;而能够统筹研发、工艺迭代和量产体系的技术负责人,则往往需要8~12年,甚至更长时间,并完整经历多代产品开发和量产。

张国斌向时代周报记者表示,长鑫存储(长鑫科技子公司)是内地第一家实现DRAM量产的企业,此前内地几乎没有DRAM晶圆厂经验的人才池。长鑫科技早期核心团队从台积电、联电、美光、三星、海力士等企业招募了大量工程师,同时吸收一批本土有晶圆厂经验的资深人员,形成了国内最早的DRAM量产人才集群。

张国斌进一步称,长鑫科技目前技术员工占比很高,这些人才即使未来流动到其他企业或创业,客观上也在扩散DRAM领域的Know-how。

“DRAM的工艺难度能兼容其他

品类,所以人才培育其实不只是给长鑫科技自己培养,也是在给整个行业培养。”上述接近长鑫科技的人士认为,长鑫科技的NCG培养体系是针对毕业生的第一波培训,DRAM的难度直接把人才能力拔得很高,这也给整个行业打下技术人才基础。

但能否成为业内“黄埔军校”,仍需辩证看待。

“DRAM工艺高度定制化,各家企业有严格的技术保密和专利壁垒。长鑫科技的DRAM工艺是从外部技术授权起步,逐步演进到自主‘MX’工艺平台,与三星、海力士的技术路径并不完全相通。”张国斌称,这种技术壁垒在一定程度上限制了人才外溢的通用性。

在张国斌看来,长鑫科技更像是“DRAM人才的实战训练营”,确实培养了一批国内最稀缺的DRAM量产人才。但这种培养模式偏实战筛选,产出的是“适者生存”的强者,而未必是体系化的“军校式”培养。目前,体系化、可输出的成熟人才培养范式尚未完全形成。

就整体行业的人才竞争而言,DRAM行业具有强周期性。景气度高时企业大举招人、扩产;下行期则裁员、冻结招聘。但人才培养需要5~10年的长周期,这种错配或导致企业倾向于“挖人”而非“养人”,进一步加剧了人才的零和博弈。■



苹果等手机端侧AI获备案业内人士：AI手机处于早期阶段

时代周报记者 谢斯临 赵鹏 发自深圳

7月15日,国家互联网信息办公室发布公告,7款手机端侧生成式人工智能服务完成备案。其中,由苹果技术开发(上海)有限公司申报的“Apple智能”已于7月8日正式通过备案,适用场景为苹果手机。

这标志着困扰苹果(AAPL.NASDAQ)已久的国内AI合规问题,终于迈过了最关键的一道监管门槛。自2024年6月首次发布Apple Intelligence以来,国行iPhone用户已等待超两年。苹果这次完成备案,意味着其在数据本地化存储、内容可监管等核心合规要求上已取得突破。

AI能力上,苹果此次中国AI服务的合作方包括阿里巴巴(BABA.NYSE;09988.HK)和百度(BIDU.NASDAQ;09888.HK)。

其中,阿里巴巴方面向时代周报记者表示,阿里千问将作为AI能力集成至Apple智能,为iOS、iPadOS、macOS和visionOS的中国用户带来智能体验。用户无须在应用间切换,即可在苹果设备上直接体验千问的文本与图像理解、内容生成等能力。

同时,有知情人士透露,百度也与苹果在视觉搜索上达成了合作。在iOS 27 Beta 2版本中,苹果新增了一个名为Search Partner Inference Provider的开发框架组件,其本地化字符串明确引用了百度视觉搜索。这暗示苹果正为第三方视觉搜索与AI提供商搭建基础设施,可依据地区切换搜索合作伙伴,百度是目前组件内首个被发现的具名提供商。

当然,备案获批不等于功能立即上线。国行用户要真正用上苹果AI功能,还需继续等待。对于何时能够上线的问题,苹果官方客服回应表示,目前并未收到相关通知。

与苹果同批通过备案的,还包括华为小艺、vivo蓝心、小米澎湃及努比亚豆包大模型等主流手机厂商的端侧AI产品。值得注意的是,荣耀并未在其中。

业界普遍认为,此次备案获批是智能体技术从概念迈向规模化商用的关键一步。备案通过后,努比亚总裁倪飞发布微博表示,这是AI智能体在终端落地进程中的里程碑动作。倪飞同步宣布,努比亚手机将搭载豆包手机助手在WAIC 2026上首发亮相,定位量产旗舰。

作为保有量最大的智能终端,手

机一直被认为是AI落地应用的最佳场景。在最理想的状况下,手机可以打通设备上的所有应用,成为每个人最“贴心”的智能助理。而率先实现这套完整体验的厂商,将牢牢抢占AI时代全新流量入口。

庞大的市场空间催生激烈的行业竞争:除了传统手机厂商持续加码布局,大量跨界玩家也相继入局争抢AI手机的赛道红利,行业新一轮竞争已然开启。

如大模型厂商阶跃星辰就在7月13日发布智能体原生操作系统Step AOS,并同步推出个人智能体阶跃Amoo、大模型原生AI终端品牌STEPX,以及大模型原生智能体手机STEPX Neo。

为此,阶跃星辰成立了一个500人以上的硬件团队,并挖来曾任华为终端中国区副总裁、荣耀中国区总裁的倪嘉悦负责阶跃终端业务。不过,STEPX Neo目前还没有真机亮相。

更早前,追觅生态品牌Eclix团队也曾宣布,要在2026年9月发布第一代AI手机,“双十一”前上市。Eclix团队由前金立集团副总裁俞雷组建,俞雷已于2026年3月正式入职MOVA,任手机和AI硬件业务负责人。

问题在于,从目前情况来看,相较

于传统智能手机,AI手机仍未作出突破式的创新,用户感受到的只有一个互动更积极的语音助手,或者一个能修图的相册,离市场期待的有着自主感知、决策能力,并具备数字人格的AI数字助手还有不小的差距。

艾媒咨询调研数据显示,中国消费者对AI手机保持审慎的态度。在购买AI手机的意愿问题中,有20.12%的消费者表示犹豫;51.02%的消费者表示要等待产品成熟后购买;仅有26.44%的消费者表示愿意购买,部分已预约下一代AI手机产品。这说明当前消费者虽然对AI手机并不排斥,但由于行业处于发展初期,产品功能尚未稳定,消费者处于理性观望状态。

而在消费者的犹豫背后,有手机厂商内部人士认为,当下AI赛道最成熟、确定性最高的主战场是生产力AI,核心价值是依托AI服务替代传统人力,Claude、Manus均属此类落地代表;与之相对,手机厂商深耕的端侧AI尚处于发展早期,相关技术体系仍未完善,业内也没有形成共识,各家企业都在摸索技术路线与落地策略。

“必须承认,现在大家还处于行业非常早期的阶段。”上述手机厂商内部人士表示。■

10家A股车企上半年业绩预告：乘用车普遍承压

时代周报记者 曹杨 宋然
发自北京

7月过半，多家A股上市车企相继披露了2026年半年度业绩预告。

其中，既包括长城汽车（601633.SH）、长安汽车（000625.SZ）、广汽集团（601238.SH）、赛力斯（601127.SH；09927.HK）、江淮汽车（600418.SH）、北汽蓝谷（600733.SH）等乘用车集团，也涵盖一汽解放（000800.SZ）、安凯客车（000868.SZ）、中通客车（000957.SZ）和金龙汽车（600686.SH）等商用车车企。

在国内市场整体竞争加剧、海外市场成为新增量的大背景下，车企们交出的业绩预告，在盈亏数字上呈现明显分化。

乘用车品牌集体承压，其中，仅长城、长安两家车企实现盈利，但净利润均同比下降超50%。其余几家乘用车品牌均处于亏损状态，具体表现为由盈转亏、亏损收窄或亏损加剧。

与乘用车相比，商用车的表现相对亮眼，除了安凯客车净利润同比下滑，其余已披露业绩预告的商用车品牌，均呈现出不同幅度的同比上涨。

值得一提的是，一汽解放在2026年上半年归属于上市公司股东的净利润预计在2.70亿～3.20亿元，较去年同期大幅增长1273.64%～1528.02%。

2026年半年度业绩预告，盈亏悬殊

已披露2026年半年度业绩预告的乘用车企业普遍盈利承压，但也呈现出了不同的走势。

根据长城汽车披露的业绩预告，2026年半年度公司实现归属于母公司所有者的净利润为23.50亿～26.00亿元，同比减少37.37亿～39.87亿元；归属于母公司所有者的扣除非经常性损益的净利润为15.00亿～17.50亿元，同比减少18.31亿～20.81亿元。

2025年上半年，长城汽车归属于母公司所有者的净利润达到了63.37亿元；归属于母公司所有者的扣除非经常性损益的净利润为35.81亿元。

净利润同比下降超过50%的还有长安汽车。

长安汽车在2026年半年度业绩预告中提到，本期业绩同向下降，归属



于上市公司股东净利润7.40亿～9.70亿元，同比下降57.66%～67.70%，去年同期盈利22.91亿元；扣非净利润为2.30亿～3.30亿元，同比下降77.65%～84.42%，去年同期盈利14.77亿元。

不过，在行业整体盈利走弱的背景下，即便净利润大幅下滑，但仍能守住盈利的企业已属少数。相较而言，由盈转亏的赛力斯和亏损加剧的广汽集团，经营压力更为突出。

根据赛力斯披露的2026年半年度业绩预告，报告期内公司归属于上市公司股东的净亏损为15.00亿～18.00亿元，与去年同期29.41亿元的净利润相比，由盈转亏；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净亏损为22.00亿～25.00亿元，去年同期则为24.74亿元的净利润。

广汽集团在2026年上半年业绩预告中提到，公司实现归属于母公司所有者的净亏损为40.60亿～45.70亿元；归属于母公司所有者的扣除非经常性损益后的净亏损为48.00亿～56.00亿元。

这两项业绩指标，相较于2025年同期的25.38亿元和29.45亿元，均呈现出亏损同比大幅增加的情况。

与上述四家乘用车企业同比下滑的业绩表现相比，江淮汽车与北汽蓝谷，虽仍处于亏损状态，但同比亏损均在收窄，释放出经营向好的信号。

根据北汽蓝谷披露的2026年上半年业绩预告，2026年半年度归属于上市公司股东的净亏损19.70亿～17.70亿元；2026年半年度归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净亏损为19.95亿～17.95亿元。

与2025年同期归属于上市公司股东的23.08亿元的净亏损和归属于上市公司股东的扣除非经常性损益23.36亿元的净亏损相比，均有所收窄。

江淮汽车披露的2026年半年度业绩预告显示，实现归属于母公司所有者的净亏损为7.40亿元左右，与去年同期的7.73亿元净亏损相比，将减亏0.33亿元左右；预计归属于母公司所有者的扣除非经常性损益后的净亏损为9.86亿元左右。

与乘用车品牌的业绩表现不同，已经披露了业绩预告的商用车品牌，只有安凯客车的业绩同比下滑。

安凯客车2026年半年度业绩预告显示，报告期内归属于上市公司股东的净利润为0.015亿～0.021亿元，较去年同期下降88.58%～91.85%；

扣除非经常性损益后，预计亏损0.055亿～0.07亿元，较去年同期下降222.14%～255.45%；去年同期盈利0.05亿元。

除安凯客车以外，其他三家商用车品牌均在同比上行。

其中，一汽解放2026年半年度业绩预告显示，归属于上市公司股东的净利润为2.70亿～3.20亿元，较去年同期增长1273.64%～1528.02%；扣除非经常性损益后的净利润为0.30亿～0.40亿元，较去年同期增长107.97%～110.62%。

金龙汽车预计2026年半年度实现归属于上市公司股东的净利润约2.76亿元（未经审计），与去年同期的1.16亿元相比，将增长137.44%；预计归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润约2.05亿元（未经审计）。

同样实现业绩同比增长的还有中通客车。

根据中通客车披露的2026年半年度业绩预告，归属于上市公司股东的净利润为2.60亿～3.10亿元，同比增长36.56%～62.82%；扣除非经常性损益后的净利润预计为1.93亿～2.30亿元，同比增长9.97%～31.06%。

原材料涨价拖累行业盈利，海外市场成增长驱动力

已披露的2026年半年度业绩预告显示，行业盈利分化显著，盈亏悬殊，其背后是多重因素的交织驱动。

其中，上游原材料价格持续上行，是全行业共同的盈利拖累项。

广汽集团在2026年半年度业绩预告中，将公司亏损同比扩大归结为三个方面：其一，主要系国内车市竞争白热化，自主品牌加码营销、产品结构调整叠加原材料涨价，自主板块亏损加剧；其二，合资品牌终端走量下滑、营销投入增加叠加成本上行，投资收益同比缩水；其三则是汇率波动进一步压缩盈利空间。

赛力斯直言：“受存储芯片、工业金属、碳酸锂等主要原材料价格上涨等因素影响，公司生产成本随之上升。”

北汽蓝谷强调，2026年上半年，新能源汽车行业销量下滑，但公司整车销量实现同比增长。与此同时，受上游原材料价格波动影响，行业普遍面临成本上行压力。

长安汽车则提到，报告期内，公司归属于上市公司股东的净利润同比下降，主要是受汇率波动产生汇兑损失及原材料价格上涨等因素影响。

长安汽车提到的汇率波动，同样成为影响车企利润的另一关键变量。

长城汽车魏建军在个人微博写道，关于利润下降的真实原因：第一个是海外税收政策补贴收益收回延期；第二个是受汇率波动影响。

江淮汽车在2026年半年度业绩预告中表示：“受汇率波动影响，公司财务费用为1.4亿元左右，其中，汇兑收益同比减少3.9亿元左右。”

国内乘用车市场逐步饱和，出海成为车企突围的核心路径。只不过，与汇率波动对乘用车盈利形成冲击不同，海外业务反而成为商用车板块的增长引擎，提升了2026年半年度的业绩表现。

根据各家2026年半年度业绩公告，一汽解放依托产品、海外渠道、服务、成本多线协同，经营质量与业绩韧性同步增强，净利润同比大幅增长；中通客车海内外订单交付量同步大幅提升；金龙汽车则依靠海外市场稳步扩容，出口营收规模与营收占比双双走高，直接拉动公司业绩增长。■

上半年预亏收窄超3亿元 北汽蓝谷双品牌战略见效？

时代周报记者 曹杨 宋然
发自北京

近日，北汽蓝谷披露了2026年半年度业绩预亏公告。根据公告，预计2026年半年度归属于上市公司股东的净利润为-19.70亿～17.70亿元；预计2026年半年度归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润为-19.95亿～17.95亿元。

对于业绩预亏的原因，北汽蓝谷将其归结为目前处于享界、极狐双品牌快速发展阶段，规模效应尚未充分显现；同时，受上游原材料价格波动影响，行业普遍面临成本上行压力。

需要注意的是，尽管尚未摆脱亏损，但公司经营基本面已出现好转，亏损规模同比大幅收窄。

2025年上半年，北汽蓝谷归属于上市公司股东的净利润为-23.08亿元，归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润为-23.36亿元。

北汽新能源告诉时代周报记者，当前公司坚持国内、海外双市场协同发展战略，今年将挑战海外销量破万辆。“未来，公司将通过产品矩阵丰富、海外市场拓展等举措，进一步释放规模红利，力争在‘十五五’期间逐步实

现规模化盈利。”

双品牌战略，销量增速同比大涨

根据北汽蓝谷的规划，2026年将成为公司“双品牌战略”的关键验证期。从销量增速来看，双品牌差异化布局的可行性也得到了阶段性验证。

6月，北汽新能源实现销量30282辆，同比增长152.54%，直接推动第二季度的累计交付量达到69811辆，环比增幅达140.03%。

今年1—6月，北汽新能源累计交付101599辆，上险量102329辆，同比增长75.3%。

根据乘联会披露的行业数据，6月全国乘用车市场零售160.2万辆，同比下降23.2%，环比增长6.1%。其中，新能源乘用车市场零售100.7万辆，同比下降9.4%，环比增长6.0%。

今年以来，全国乘用车市场累计零售870.1万辆，同比下降20.2%；新能源乘用车市场零售470.4万辆，同比下降14.0%。

在市场总体销量以及新能源市场均承压的大背景下，北汽新能源的增速大幅跑赢行业大盘。

这背后，极狐、享界双品牌正成为驱动北汽蓝谷垂直上量的核心因素。

数据显示，2026年1—6月，极

狐品牌累计交付80581辆，同比增长65.88%。享界品牌交付量同比增长119.58%。

今年以来，极狐相继推出阿尔法S5、贝塔S3、问道V9、贝塔T1四款新车。此外，定位中大型SUV的阿尔法T7也已经官宣。享界方面，SUV享界G9及MPV享界V8也将陆续推出。

北汽新能源告诉时代周报记者，科技豪华硬派SUV享界G9将在第三季度上市，强势切入50万元级旗舰SUV赛道，“多款新品接连发力，为公司持续提供了充沛增长动能，同时推动享界品牌率先实现轿车、旅行车、SUV、MPV四大品类全覆盖，并向多品类豪华产品协同发展的新格局迈进。”

业绩预亏同比收窄，但压力犹在

双品牌同步扩张、新品密集投放的背后，持续高额投入也让北汽蓝谷短期内难以实现盈利转正。

北汽蓝谷在预亏公告中坦言，享界、极狐双品牌虽快速发展，但持续投入产品研发等核心能力建设，现阶段仍处于战略投入期，规模效应尚未充分显现，本期经营仍存在亏损。

在“2026年半年度工作会”中，公司明确2026年下半年的核心经营

主线之一仍是双品牌放量拓市。这意味着后续销量有望继续走高，但阶段性资金投入带来的经营压力仍将长期存在。

除自身品牌扩张带来的内部投入压力外，上游原材料涨价进一步挤压整车利润。电池级碳酸锂价格自2025年7月的7.5万元/吨一路冲高，至今年5月已飙升至近20万元/吨。

据上海有色网7月14日数据，电池级碳酸锂现货价格回落至15万～15.8万元/吨，价格指数153933元/吨，但即便价格回调，当前成本仍显著高于去年同期。

与此同时，在汽车智能化全面推进之下，车规芯片、车载存储等核心智能零部件价格同步上行，进一步加重整车制造成本。

北汽蓝谷也在业绩预亏公告中提到，受上游原材料价格波动影响，行业普遍面临成本上行压力。

北汽新能源在接受时代周报记者采访时表示，自2025年第三季度开始，公司连续三个季度实现毛利转正，去年实现近年来首次全年毛利转正，同比2024年提升12.07个百分点；今年第一季度同比提升10.55个百分点。可以说，经营质量已迈入持续向好的新阶段。■



对于业绩预亏的原因，北汽蓝谷将其归结为目前处于享界、极狐双品牌快速发展阶段，规模效应尚未充分显现；同时，受上游原材料价格波动影响，行业普遍面临成本上行压力。

安踏二代把MAIA ACTIVE开到东北 管理层曾喊话“要做瑜伽领域第一”

时代财经 吴嘉敏 黎倩

成功带领迪桑特破百亿元后，安踏少帅丁少翔又要把执掌的MAIA ACTIVE开到东北。

沈阳万象城官方公众号显示，MAIA ACTIVE东北首店于7月18日入驻沈阳万象城。时代财经从MAIA ACTIVE方面获悉，今年内品牌还将布局哈尔滨、长春门店。

新开业的MAIA ACTIVE沈阳万象城店位于5楼，同楼层的还有“一鸟二树三条路”——始祖鸟、迪桑特和可隆。

MAIA ACTIVE于2016年在上海创立，主营女性运动服饰业务，核心产品为瑜伽服。2023年10月，安踏集团拿下MAIA ACTIVE 75.13%控股权，2024年该笔交易正式完成。

在主品牌安踏增速放缓，FILA逐渐见顶的背景下，安踏对这个收购而来的品牌并非没有野望。2024年5月，时任安踏集团零售副总裁赵光勋被任命为MAIA ACTIVE品牌总裁；而自2026年开始，安踏集团董事局主席丁世忠之子、迪桑特中国董事长丁少翔正式接管该品牌。赵光勋更曾对媒体透露，希望MAIA ACTIVE在未来3～5年内，成为瑜伽领域第一名。随着美国运动品牌Alo即将入华，MAIA ACTIVE在丁少翔手中能否复制操盘迪桑特的成功？

有业内人士指出，MAIA ACTIVE目前品牌声量较小，定位尚模糊，未真正发力瑜伽细分市场。目前，MAIA ACTIVE被放在安踏体育财报中的其他部门，未被作为单独业务板块披露具体业绩数据，外界难以摸清其真实经营情况。

被安踏收购近三年，少帅操盘、门店开进德基广场

安踏收购MAIA ACTIVE将近三年，但品牌近两年才真正被市场关注。今年1月，安踏集团调整MAIA



ACTIVE管理架构，将其划归丁少翔麾下管理，品牌经营直接向其汇报。除了是安踏集团董事局主席丁世忠之子，丁少翔被大众关注的另一重身份是迪桑特中国区董事长。

作为同样由安踏收购而来的品牌，迪桑特定位高端户外与专业运动细分市场，自2017年起就由丁少翔接手管理。公开消息称，2025年品牌的年销售额已突破百亿元。

2024年5月，时任安踏集团零售副总裁赵光勋被任命为MAIA ACTIVE品牌总裁，业务直接向时任安踏品牌CEO徐阳汇报。而从徐阳到丁少翔，这一系列人事变动或预示着安踏对女性运动服饰市场的重视，而MAIA ACTIVE也将补足集团高端女性运动尤其在瑜伽垂直领域的空白。

2023年10月，安踏就在收购公告中表示，MAIA ACTIVE对集团旗下女性业务板块是一个很好的补充。2025年，赵光勋在媒体采访中将MAIA ACTIVE的目标定为要“超越lululemon、成为女性瑜伽细分市场的第一名”。

其行业第一的目标，瞄准的核心市场主要在亚洲。在被安踏收购前，MAIA ACTIVE便定位为“专为亚洲女性设计的运动服饰品牌”。品牌目标人群也较为清晰，一是亚洲女性市场、打造更适合亚洲女性的版型；二是要做高品质，带来高端的运动体验。

此外，MAIA ACTIVE强调的品

牌理念是“各个Size都很美”，并在部分线上物料宣传上展示的是孕妇或微胖人群模特。从触达人群上，希望拓宽更多受众群体。时代财经也注意到，近日在lululemon抖音官方直播间中，也多次出现微胖“大码”主播。

不过，品牌要实现高端化，将门店开到一线城市的核心商圈是路径之一。

时代财经梳理MAIA ACTIVE常规门店选址发现，目前品牌多落店北上广，以及成都、武汉、西安等新一线城市。尽管少量门店已进驻南京德基广场、北京三里屯太古里、上海港汇恒隆等顶奢商场，但多数门店集中在一、二线城市的万象城、大悦城等商场。

产品定价方面，据2024年5月底时代财经观察，店铺销量最高的一款瑜伽裤零售价399元，“618”活动折后价239元，折扣接近六折。7月16日，时代财经从MAIA ACTIVE淘宝旗舰店页面查询，上述定价399元的产品折后价352元。同日，MAIA ACTIVE官方小程序商城则显示，代言人虞书欣同款妖精裤零售价459元，优惠折后409元。

7月14日，时代财经走访MAIA ACTIVE北京国贸店，相比针对瑜伽、撸铁、跑步等不同场景推出10款不同瑜伽裤系列的lululemon，MAIA ACTIVE瑜伽裤的品类则分为云感、薄云系列，以及电商爆款腰精系列。

在店内，基础瑜伽裤主力产品价格 在400元左右，而运动裤或略带设计款的喇叭裤价格则上探至600～700元。此外，部分中高强度的运动背心标价超

400元，一款新款夹克价格接近900元。

继迪桑特之后，MAIA ACTIVE瞄准东北贵妇

凭借较为成熟的品牌管理与运营，目前安踏集团掌握了安踏主品牌、FILA、迪桑特三大百亿元品牌。

如今，市场期待落在集团正在增长的三大潜力品牌：可隆、狼爪、MAIA ACTIVE身上，三者也被视为安踏集团下一个百亿元品牌的种子选手。而MAIA ACTIVE则将渠道瞄准东北市场。

成熟的高端消费土壤成为MAIA ACTIVE入局的核心动因。

作为有着悠久高端消费历史的区域，沈阳曾是全国奢侈品重镇，青年大街甚至曾经同时出现4家LV门店，这是在一线城市都未曾有过的盛景。而沈阳万象城常年稳居全国商场营业额前三，迪桑特、可隆门店长期保持全国头部销售表现。

MAIA ACTIVE一门店店长张婕也向时代财经印证了东北市场的特殊性。她表示，可隆、迪桑特均在东北市场卖得比较好，但她也直言，相较于可隆和迪桑特两个成熟的品牌，目前MAIA ACTIVE在东北仍处于空白布局，很多东北顾客都需跨城到北京选购。

MAIA ACTIVE进军东北市场，或意在借鉴迪桑特此前在东北的区域运营经验。张婕向时代财经透露，今年MAIA ACTIVE将在长春、沈阳和哈尔滨开出2～3家门店。

7月16日，上海良栖品牌管理有限公司创始人程伟雄指出，MAIA ACTIVE即将开业的东北首店或为“农村包围城市”的战略试水。

程伟雄认为，MAIA ACTIVE近年来整体声量不大，市场存在感较弱，“陷入尴尬困境”。lululemon在大中华区销售额超百亿元（2025年lululemon大中华区净营收17.55亿美元，约合人民币119亿元），证明女性瑜伽市场并不算小。

其认为，MAIA ACTIVE目前并未真正发力，与lululemon、Alo等国际运动品牌相比，仍存在中高端属性及消费者认同上的差距。“‘不上不下’的定价，既不能高端对标lululemon，又缺乏性价比优势吸引价格敏感群体和下沉市场。”

更关键的是，MAIA ACTIVE需清楚自己的服务对象是一线城市的中产女性，还是中小城市或县域市场的贵妇。

在程伟雄看来，MAIA ACTIVE或被归为安踏集团“小体量、小资本”项目，相比FILA、迪桑特等大体量和投入更高的品牌，成败对安踏整体影响有限。

无时尚中文网创始人唐小唐则对时代财经分析，MAIA ACTIVE 400元一件的瑜伽裤在中国属于高端消费，“lululemon的成功在于让消费者认为它的高价合理，而MAIA ACTIVE缺乏同等的品牌势能，消费者不认可其性价比，被视为贵而不值。”

唐小唐进一步解释称，性价比不仅单指价格维度的高低，更包含消费者感知价值；即使商品售价高，但如果像LVMH这样的高认知度品牌，消费者仍觉“值”。

对于安踏集团而言，走DTC模式的MAIA ACTIVE仍在发展培育的上升阶段。时代财经了解到，在2025—2026年天猫运动户外和运动“618”全周期成交榜中（2025年统计周期为5月16日—6月20日；2026年统计周期为5月6日—6月21日），MAIA ACTIVE并未上榜。而lululemon则在上述榜单排名第四或第五。

要想赢在业绩增长，更关键的是找准品牌自我定位，构建与自我定位相一致的产品开发、渠道布局、营销推广策略，而非盲目目标国际品牌。

“品牌要先证明自身价值，才能在集团争取更多的人、货、渠道等支持。”程伟雄指出。■

（应受访者需求，张婕为化名。）

华润万象生活闯入美妆渠道： 下场自营 连下三城

时代周报记者 刘婷 发自上海

购物中心开始下场卖美妆了。7月13日，华润万象生活（01209.HK）旗下自营美妆品牌MIXC BEAUTY正式亮相，目前已入驻昆明、郑州、长沙三座万象城。

时代周报记者注意到，这并非华润万象生活第一次涉足美妆零售。2023年12月，昆明万象城开业时，公司便宣布落地首家自营化妆品零售店。此后，化妆品自营被纳入华润万象生活的生态圈业务，与会员运营、营销服务、咨询和文化运营等业务一同发展。年报数据显示，截至2025年12月31日，华润万象生活自营化妆品业务收入达到1.12亿元，较2024年的2600.8万元增长331.5%；同期生态圈业务收入达到2.69亿元，同比增长72.2%。随着MIXC BEAUTY以统一品牌对外亮相，华润万象生活此前分散在不同项目中的自营美妆探索，也开始从单店试水走向品牌化运营。

目前，这门生意在华润万象生活整体收入中的占比仍然有限。对于华润万象生活而言，MIXC BEAUTY正在尝试把多年积累的商场空间、品牌资源、消费客群和会员体系进一步串联起来。

过去，华润万象生活更擅长经营商业空间；如今，它开始把经营半径延伸至商品和消费者。MIXC BEAUTY的出现，也成为这家头部商业运营商拓宽零售边界的重要尝试。

关于MIXC BEAUTY后续布局

规划与具体运营模式等问题，时代周报记者尝试采访华润万象生活相关人士，但截至发稿未获回应。

美妆渠道“新玩家”

在传统购物中心的经营模式中，商场与美妆品牌之间通常是招商与入驻的关系：商场负责提供铺位、运营服务和客流，品牌则负责商品、导购和最终成交。

MIXC BEAUTY的出现，让华润万象生活在这条产业链中的角色向前迈了一步。它依然是商业空间运营商，同时开始承担渠道组织者的功能，尝试将品牌、商品、服务与会员放入同一套零售体系之中。

这种身份的转变，建立在华润万象生活的业务基础之上。

华润万象生活在2025年度报告中表示，公司正深化“空间、客户、产品与服务”的协同循环，坚持商管、物管及大会员一体化的“2+1”业务模式。化妆品自营业务，正是公司依托既有空间和客户资源向上下游延伸的一种方式。

支撑这次延伸的，是一张已经铺开的商业网络。

截至2025年年底，华润万象生活在全国运营135座购物中心，其中，105个项目的零售额位居当地市场前三，全年购物中心零售额达到2660亿元，商业会员人数超过7400万。

对于普通美妆零售品牌而言，选址、租金和获客往往构成前期最重的投入。MIXC BEAUTY则可以直接进入华润万象生活运营的购物中心，

在成熟的商业场景中完成门店落地，并承接万象城已经积累的消费客群。

资深商场运营人士林森（化名）对时代周报记者表示，MIXC BEAUTY最直接的优势，是背靠华润万象生活自己的商业项目。

“线下门店可以直接落地自有商场，不需要对外支付核心铺位的高额租金，单店固定成本会低很多，在商场位置上也能够获得更大的便利。”林森表示。

除了线下场地，万象城的会员体系也为MIXC BEAUTY提供了天然的客群基础。

华润万象生活2025年年度报告显示，截至当年年底，公司会员总量达到8307万，其中商业会员超过7400万。“一点万象”APP以及万象城的会员运营体系，也为公司提供了线上触达消费者的渠道。

在林森看来，万象系聚集了大量高消费力会员，美妆客群与商场内的轻奢、高端零售客群高度重合。除了向线下门店导流，既有会员体系也能够在线上帮助商品销售和库存去化。

这也意味着，MIXC BEAUTY的价值并不局限于门店本身的销售额。美妆消费可以为万象城增加新的会员触点，并与奢侈品、时装、珠宝、餐饮等业态产生联动。华润万象生活由此获得的，也不只是商品销售收入，而是进一步经营消费者关系的机会。

争夺高端美妆品牌

高端美妆一直是高端购物中心最具代表性的品类之一。

相比部分低频消费品，高端美妆兼具品牌展示、体验服务和复购属性，既能提升商场核心楼层的吸引力，也容易与奢侈品、时装、珠宝和高端餐饮形成消费联动。对于强调城市标杆和品质消费的万象城而言，从高端美妆切入自营零售，有着较为自然的客群基础。

市场需求也提供了支撑。国家统计局数据显示，2026年1—5月，限额以上单位化妆品类零售额达到1985亿元，同比增长4.9%；同期社会消费品零售总额同比增长1.4%。美妆消费增速仍高于整体消费市场。

不过，消费者购买美妆的渠道也在继续变化。2026年1—5月，限额以上零售业单位中，专业店、百货店和品牌专卖店零售额分别下降1.2%、1.8%和7.6%，全国网上商品零售额则增长5.0%。

消费需求仍在，但传统线下渠道需要重新寻找吸引消费者的方式。对拥有核心商业空间和高端客群的华润万象生活而言，这也为其重新组织高端美妆的线下体验提供了机会。

与从街边门店或线上平台起步的美妆集合店相比，MIXC BEAUTY生长在万象城体系内部。它可以承接商场原有客流，借助华润万象生活长期积累的品牌合作关系，也可以将门店活动与商场会员、积分权益、时尚活动及其他消费场景进一步打通。

随着业务进一步品牌化，华润万象生活也有机会从过去的引入品牌，走向更加主动的经营品类。不同城市适合引入哪些品牌，哪些产品适合首发或限定，哪些会员权益能够提高复购，

都可以逐渐沉淀为公司的零售能力。

不过，商业运营与美妆零售属于两套不同的专业体系，“后来者”MIXC BEAUTY同样面临着不少挑战。

美妆零售涉及采购、选品、品牌运营、库存管理、折扣控制和门店服务等多个环节。过去几年，话梅、调色师等美妆集合店都经历过快速扩张后的经营调整，这门生意的门槛并不只在于开出门店。

“跨界运营美妆空间，需要时间沉淀。”林森对时代周报记者表示，华润万象生活拥有场地和客流优势，但能否把这些资源转化为稳定的商品运营能力，仍需经过市场验证。与此同时，商场亲自下场经营美妆，也可能改变其与原有品牌之间的关系。MIXC BEAUTY既是美妆品牌的合作渠道，也可能与商场内已有专柜或集合店形成一定竞争。

林森认为，部分美妆品牌可能因此产生戒备，华润万象生活未来在新项目招商和品牌合作中，也需要平衡自营业务与现有品牌之间的关系。

华润万象生活迈出的这一步，折射出的是整个购物中心行业的深层变局。当流量红利消退、传统招商模式增长见顶，头部商业运营商们正在重新定义自己的边界。

MIXC BEAUTY能否跑通模式，答案尚需时间。但可以确定的是，这场由空间运营向商品运营的跨界尝试，已经为行业提供了一个新的想象坐标。当越来越多的购物中心开始亲自站到柜台前，商业地产的下半场，才刚刚拉开序幕。■

洽洽上半年净利增近200% 拥抱山姆盒马们 押注零食量贩

时代财经 陈泽旋

经历业绩触底后，“瓜子大王”开始反弹。

7月13日，洽洽食品（002557.SZ）发布2026年半年度业绩预告。上半年，洽洽食品预期归属于上市公司股东的净利润（以下简称“归母净利润”）2.40亿～2.65亿元，同比增长170.75%～198.96%；扣除非经常性损益后的净利润（以下简称“扣非净利润”）2.00亿～2.25亿元，同比增长364.15%～422.16%。

而去年同期，洽洽食品实现营收27.52亿元，同比下滑5.05%；归母净利润仅8864.16万元，同比大降73.68%；扣非净利润更是跌至4309万元，同比减少84.77%。

在业绩预告中，洽洽食品指出，今年上半年净利润大幅改善，主要由于销售收入增加，以及葵花籽原料采购成本有所下降。

在今年第一季度营收、利润同比显著反弹时，洽洽食品曾解释称，第一季度销售表现较好，其中坚果品类增长更快，主要得益于春节旺季礼盒销售，以及新渠道、新产品增速较快。

2017年，以葵花籽为单一主业的洽洽食品正式推出小黄袋“每日坚果”，并将之设定为下一个大单品。如今，坚果业务已发展成熟，成为继葵花籽后洽洽食品的第二大收入来源。

作为两大业务主力，葵花籽和核心坚果原材料的价格波动，也影响着洽洽食品的业绩修复节奏。

去年，洽洽食品利润大幅滑坡，主要原因之一就是原料成本上升，为了降低采购成本，洽洽食品自去年起开始优化采购模式，加大直采比例，同时通过在两大厂区增加柔性生产线，提升产线自动化，通过降低能耗来实现降本增效。

尽管2026年上半年利润同比大幅回暖，但时代财经注意到，洽洽食品的盈利水平仍处于低位。其中，归母净利润为2020年以来同期的最低水平，而归母扣非净利润则位列同期的第二低位。

相关问题早在第一季度便引发了投资者关注，洽洽方面回应称，葵花籽毛利率同比有较好回升，但部分坚果原料采购价格仍然较高，导致坚果



作为两大业务主力，葵花籽和核心坚果原材料的价格波动，也影响着洽洽食品的业绩修复节奏。

尽管2026年上半年利润同比大幅回暖，但时代财经注意到，洽洽食品的盈利水平仍处于低位。

毛利率不高。同时，第一季度坚果销售占比较高，导致公司的综合毛利率仍未回到历史最好水平。

盈利承压的同时，洽洽食品的两大大核心品类还面临增长的困境。2025年全年，洽洽食品实现营收65.74亿元，其中，葵花籽业务收入40.23亿元，同比下滑8.19%；坚果业务收入17.63亿元，同比下降8.37%。

从行业来看，坚果炒货市场规模增速正逐步放缓。根据艾媒咨询发布的《2025—2026年中国坚果炒货市场发展现状 & 消费趋势洞察报告》，2024年中国坚果炒货市场规模已突破3000亿元，预计2029年将攀升至4283亿元。然而，增速呈现下降趋势，2024年，坚果炒货市场规模的增速为9.0%，到2029年将降至6.1%。

行业增速放缓的同时，渠道格局也在发生变化。近些年，零食量贩店、零食折扣店、会员店及即时零售等新兴渠道快速崛起，大卖场、商超、便利店等传统渠道客流则持续下滑，而后者正是洽洽食品长期以来的核心销售渠道。

2025年，洽洽食品加大了对量贩零食连锁系统、会员店以及即时零售等新兴渠道的资源投入和拓展力度；2026年，洽洽食品进一步对组织架构

构进行调整，将即时零售、零食连锁部门升级为一级组织。

中银国际此前发布的研报称，传统经销渠道受KA卖场人流下滑、终端小店遭新兴渠道分流影响出现下滑，洽洽食品加速布局量贩零食、会员店、即时零售等新兴渠道，渠道深耕成效显现，山姆、盒马等渠道实现较快增长。

在产品端，去年以来，洽洽食品重点布局风味坚果、魔芋、冰淇淋等新品类，推出了全坚果、瓜子冰淇淋、山野瓜子、鲜切薯条等创新产品。

不过，这些新品尚处于培育期，尚未反哺整体业绩。在今年5月的投资者交流会上，洽洽食品表示，瓜子冰淇淋、坚果冰淇淋获得较好的市场反馈，但公司作为该赛道新进入者，资源适配、渠道布局以及消费者认知培育仍需要时间检验，魔芋也仍处于市场拓展阶段。

针对上半年业绩回暖势头能否延续至下半年，并带动全年业绩持续改善，时代财经向洽洽食品发送了采访提纲，但公司相关人士未予置评。■

投资鸣鸣很忙浮盈或超40亿元 河南“红枣大王”上半年净赚超7亿元

时代财经 陈泽旋

押注鸣鸣很忙斩获巨额浮盈，“红枣第一股”的业绩再次翻红。

7月14日，河南红枣品牌好想你（002582.SZ）发布2026年半年度业绩预告。上半年，好想你预计归属于上市公司股东的净利润（以下简称“归母净利润”）扭亏为盈，达7.30亿～7.60亿元，去年同期亏损1983.88万元；扣除非经常性损益后的净利润（以下简称“归母扣非净利润”）则重归亏损，预计亏损1500万～3000万元，去年同期盈利1707.12万元。

归母净利润大幅增长的核心驱动力来自一笔投资。在公告中，好想你指出，主要是因为参股公司湖南鸣鸣很忙商业连锁股份有限公司（以下简称“鸣鸣很忙”）公允价值增加，非经常性损益增加了约8亿元。

鸣鸣很忙是国内量贩零食龙头企业，旗下拥有“零食很忙”和“赵一鸣零食”两大品牌，截至2025年年底，其在全国范围内拥有21948家门店。

今年1月，鸣鸣很忙在港交所主板上市，发行价236.60港元/股，上市

首日即受市场热捧，大幅跳空高开，当日收报400.00港元/股，较发行价上涨69.06%。截至7月15日，股价报收412.40港元/股。

好想你与鸣鸣很忙的资本渊源始于2023年。彼时，好想你以7亿元对鸣鸣很忙（原名“零食很忙”）进行增资，好想你及其全资子公司合计持股6.64%，又因鸣鸣很忙IPO增发新股，好想你持股比例被稀释至5.84%，对应的持股数量为1257.62万股。

按照7月15日收盘价计算，好你对鸣鸣很忙的持股市值为51.86亿港元，相较投资成本，浮盈或超40亿元。

好想你在1992年成立于河南新郑，从事以红枣产品和食药同源产品为主的健康产品的研发、生产和销售，公司于2011年在深交所中小板上市，成为红枣行业的第一家上市公司。

尽管投资收获颇丰，近年来，好想你红枣主业的发展却并不尽如人意。

自2020年出售百草味后，红枣产品便成为好想你最主要的营收和利润来源，但收入波动较大，归母扣非净利润自2020年起更是多数年份处于亏损状态。

2020—2025年，好想你年度营收依

次为30.01亿元、12.81亿元、14.00亿元、17.28亿元、16.40亿元、13.28亿元；同期，好想你归母净利润依次为21.55亿元、6033.76万元、-1.89亿元、-5189.19万元、7195.77万元、8.66亿元，而归母扣非净利润则分别为-1.20亿元、-2677.62万元、-2.12亿元、5932.99万元、-8036.87万元、-6679.26万元。（注：2021年起按新的会计政策，数据产生轻微差异）

事实上，好想你2025年归母净利润实现盈利，同样依靠鸣鸣很忙的价值抬升，代表主业盈利能力的归母扣非净利润则在2023年短暂回正，随后再度重回亏损通道。

近一年来，好想你多次强调经营质量的改善，包括收入结构优化、毛利率提升等。在2026年半年度业绩预告中，好想你也提到营业收入增长和毛利率提升，但由于员工持股计划计提费用、宣传推广费用增加，以及因鸣鸣很忙会计核算方法变更，导致权益法下投资收益减少等因素综合影响，归母扣非净利润体现在全年的统计维度时继续保持亏损。

为了改善业绩，多年来，好想在诸多方面进行了调整，但市场始终聚焦其发展的两大核心问题：一是其红枣主业的创新力；二是老牌传统食品

企业能否适配新兴零售渠道浪潮。

产品层面，好想你确立了“红枣+健康锁鲜食品”双主线，在深耕红枣全产业链布局的同时，扩充健康锁鲜食品品类，重点发展去核枣、去皮去核枣、黑金枣等系列产品。

在渠道端，好想你则强化电商、专卖、商超三大核心渠道，既加大渗透抖音、小红书等兴趣电商，也拓展零食量贩、山姆、开市客、胖东来等新兴渠道。

过去，好想你以线下加盟和直营门店销售为主，如今电商渠道已占据重要地位。去年，好想你营业收入13.28亿元，电商收入占营业收入的比重为27.65%，专卖收入占比为23.90%。

新兴渠道方面，好想你曾透露，2025年全年山姆渠道贡献收入超1.5亿元，在整体营业收入中占比高达11.30%。

尽管好想你称相关调整已带来积极变化，但尚未完全带领这家老牌传统企业走出业绩困境。针对经营改善是否具备稳定性、下半年利润水平有无向好预期等问题，时代财经向好想你发送采访提纲，截至发稿未获得回复。■

百威再次起诉金星啤酒 啤酒行业知识产权战打响

时代周报记者 幸雯雯 发自上海

百威（中国）销售有限公司（以下简称“百威公司”）再次将金星啤酒相关企业告上法庭。

根据江苏射阳县人民法院公告，百威公司起诉金星啤酒集团漯河啤酒有限公司、河南金星控股有限公司、河南金星啤酒集团控股有限公司（即河南金星啤酒股份有限公司，以下简称“金星啤酒”）以及相关销售方、经营者侵害商标权及实施不正当竞争，要求金星啤酒方面停止侵权，并赔偿经济损失20万元及制止侵权合理开支2万元。案件将于8月14日上午开庭审理。金星啤酒是河南当地老牌啤酒厂，近年来推出金星毛尖啤酒等产品掀起中式精酿风潮，更于今年1月冲刺港股。

这并非百威与金星第一次因商标问题发生纠纷。时代周报记者梳理公开裁判文书发现，2019年双方关联企业之间的一宗商标侵权案曾一路打到最高人民法院，金星相关企业最终被判赔偿300万元。

今年以来，百威还就商标侵权起诉多家啤酒企业，乌苏啤酒也曾因近似商标和包装装潢起诉并获判赔偿208万元。

啤酒企业围绕商标、包装装潢等知识产权的较量正在变得更加频繁。随着行业竞争从产能、渠道进一步延伸至品牌和消费者认知，企业积累多年的品牌识别，正面临新的挑战。

百威再诉金星，旧案判赔 300 万元

本次案件中，百威方面提出六项诉讼请求，包括要求金星啤酒集团漯河啤酒有限公司停止生产、销售涉案产品，停止使用与其具有一定影响力商品装潢相同或近似的装潢。

据中国商标网，涉案第3154731号商标注册人为安海斯-布希有限责任公司（以下简称“安海斯-布希公司”），专用权期限为2023年9月7日至2033年9月6日。

安海斯-布希公司是美国老牌啤酒企业，2008年与比利时英博集团合并后成为百威英博的核心组成部分。根据公开裁判文书，2017年年底，安海斯-布希公司通过《商业标识许



可及维权授权》合同，将包括上述商标在内的多个商业标识许可百威公司在中国境内使用，并授权其开展维权。

对于案件进展，7月17日，百威中国回复时代周报记者称，目前案件正在司法程序中，不便透露具体细节。金星啤酒集团品牌推广部总监王文艺则表示，暂不清楚具体情况。

本案目前公开信息有限，更多案情仍有待庭审披露。时代周报记者梳理公开裁判文书发现，目前能够查询到的百威与金星相关企业商标纠纷判决中，2019年的一宗案件提供了更多细节。

当时，百威公司起诉中山金星啤酒有限公司（以下简称“中山金星公司”）生产销售的RANBONA啤酒包装涉嫌侵犯其注册商标专用权，请求赔偿300万元。

中山金星公司辩称，其受中国香港注册企业英国博伦百威啤酒有限公司委托加工生产，涉案商标虽存在部分相似之处，但整体图文区别明显，并在获悉涉嫌侵权后停止发货、封存产品。

法院最终并未采纳上述抗辩。一审法院认为，中山金星公司生产销售的“RANBONA”啤酒与百威

公司的“正品”啤酒包装的相似程度足以引起相关公众的混淆，构成商标侵权。

二审法院进一步查明，中山金星公司不仅负责生产，还承担招商、销售等职责，与委托方并非单纯加工关系。同时，法院认为，其生产销售范围较广，在案件审理期间仍继续销售相关产品，侵权故意明显。

最终，二审将赔偿金额由一审的50万元提高至300万元。2019年年底，最高人民法院驳回再审申请，该案生效。

与这宗旧案相比，此次百威提出的经济损失赔偿金额为20万元，并不算高。

专注知识产权领域、北京市中闻律师事务所合伙人戴嘉鹏律师告诉时代周报记者，商标侵权诉讼中的索赔金额通常会综合考虑被侵权人的损失、侵权行为人的获利、涉案商标的知名度、侵权行为的影响范围以及侵权人的主观恶意程度等因素。

同时，原告的诉讼目的和策略，也会影响索赔金额。“是以停止侵权为主要目的，还是争取高额赔偿，索赔金额肯定会有所不同。”戴嘉鹏表示。

戴嘉鹏指出，对法院而言，判断一款啤酒是否构成商标侵权或不正

当竞争，通常要综合考察商品商标、包装装潢的近似程度以及消费者产生混淆的可能性，同时也会关注被告的主观故意和恶意。

“企业对涉嫌侵权商品进行局部修改，也并不意味着可以自动规避风险。如果修改后仍然存在近似和混淆的可能性，仍可能构成侵权。”戴律师表示。

啤酒行业知识产权战打响，包装装潢仿冒成侵权重灾区

百威的动作并不只针对金星。天眼查显示，单就今年以来，百威公司已就商标侵权起诉暴雪啤酒有限责任公司、云南飞象精酿科技有限公司、山东英皇啤酒有限公司等多家企业。浙江法院网近日披露，百威公司起诉福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司等侵害商标权纠纷一案，也于7月17日开庭审理。

值得注意的是，乌苏啤酒也曾因近似商标和包装装潢主张相关权利。

2024年，江西省永新县人民法院披露的一起案件中，天津某公司注册了与乌苏啤酒高度近似的“乌苏NIAOSU”商标，并委托无锡、山东两家公司生产、销售与乌苏啤酒红罐装500mL规格高

度近似的“乌苏”牌啤酒。

乌苏啤酒公司发现后提起诉讼。最终，法院支持原告主要诉讼请求，判决被告赔偿经济损失共计208万元。

从啤酒行业近年来侵害商标权纠纷案件来看，戴嘉鹏指出，啤酒领域的知识产权侵权主要集中在商标和包装装潢的仿冒，其中近似装潢占比较大。通过仿冒在商品整体外观上迷惑消费者，同时可以逃避直接假冒注册商标带来的刑事责任。

啤酒消费的场景，也给这类仿冒产品留下了空间。

戴嘉鹏表示，啤酒具有较强的区域性。不同品牌的销售区域和消费区域差别很大，一些仿冒产品可能主要在线下销售，进入四、五线市场且有不小的销量。餐厅、酒吧、夜场等又是啤酒消费的重要场所，消费者在这些场景更容易误购仿冒产品，权利人往往鞭长莫及。

这也解释了为什么百威此次将相关销售场所滨海县东坎街道半醉酒馆列为被告。

近年来，多家啤酒企业围绕近似商标、包装装潢频频“打假”，啤酒企业之间的竞争从产品和渠道延伸到品牌识别本身。

对于啤酒企业而言，商标是最直接的品牌资产，包装装潢则构成消费者识别产品的重要入口。产品可以不断迭代，渠道可以重新布局，但一旦品牌识别被混淆，企业长期积累的市场认知也可能被稀释。

8月14日，百威与金星的新一轮纠纷将走上法庭。这对国内中小啤酒企业及相关销售方有什么警示？应如何避免纠纷？

戴律师表示，代加工企业在酒类侵权案件中往往承担较重责任。由于代加工企业属于重资产运营，最终执行阶段较难逃避责任。对于委托加工方提供的商标、包装等材料，生产企业应当认真评估其知识产权风险，必要时通过专业律师进行审查。即使双方在合同中约定免责条款，也不能当然对抗商标权利人。销售商的责任可能相对较轻，但同样可能面临较大金额的赔偿责任。部分产品还可能涉及刑事风险。因此，销售方需要做好货源审查、票据和档案留存，保留合法来源证据。■

1499元内参酒批价跌至600元： 酒鬼酒暂停发货 提价30元“自救”

时代周报记者 幸雯雯 发自上海

今年第二款调整价格的千元白酒出现了。

7月15日，湖南内参酒销售有限责任公司（以下简称“内参酒销售公司”）发布通知称，自7月15日起，52度500mL内参酒（含2021版、甲辰）战略价上调30元/瓶，年度货补支持20元/瓶标准保持不变。

对此，内参酒销售公司方面回应表示，此次内参酒战略价调整是内参酒销售公司层面的常规市场举措，旨在持续提升产品价值、提振经销商信心，具体以官方信息为准。

这是继贵州茅台3月底上调飞天茅台酒销售合同价和自营体系零售价后，又一家对千元价格带白酒产品提价的酒企。

内参酒是酒鬼酒（000799.SZ）寄予高端化厚望的大单品。不过，与茅台提价时市场价格保持相对稳定不同，内参酒此次提价是因为面临严峻的市场形势。

时代周报记者注意到，这款建议零售价对标飞天茅台的1499元高端白酒，目前市场价格已经明显倒挂。7月16日，第三方价格平台“今日酒价”显

示，52度500mL内参酒批发参考价约565元/瓶。

同日，有河南地区酒商向时代周报记者表示，该产品批发价约545元/瓶，终端成交价格普遍在600元左右。

提价的同时，内参酒销售公司宣布内参酒暂停发货至8月15日。在白酒行业，停货往往意味着企业开始主动调节渠道供给，为库存消化和价格修复争取时间。

从一路提价到开始停货

作为酒鬼酒旗下高端产品，内参系列一直承担品牌向上的角色。

2019年，内参酒零售指导价提升至1499元/瓶，与行业标杆飞天茅台站上同一价格带。此后几年，酒鬼酒一直试图维系内参酒的价格体系。

据搜狐财经报道，2021年，内参系列一年内多次提价。2022年前后，业内流传的该产品战略价（出厂价）达1050元/瓶，不过，这一价格酒鬼酒官方并未公开披露。2022年，内参酒经销商渠道成交价与出厂价最高已超过200元，但消费端实际成交价甚至已低于零售指导价的6折。

在酒鬼酒2021年业绩说明会上，有投资者对内参酒在终端市场实际售价与建议零售价差异较大，以及内

参系列终端库存情况质疑。当时，酒鬼酒副总经理王哲回复称，将坚持稳价增量，逐步改善价格差异。

2021年、2022年，内参酒营收分别同比增长80.71%、11.88%，仍是酒鬼酒收入的重要支撑。但随着近几年行业调整迈向深水区，内参酒价格倒挂进一步扩大。

7月16日，有河南地区酒商称，该产品批发价约545元/瓶，终端成交价格普遍在600元左右。

另据南都湾财社近期调研，内参酒在广州、深圳、佛山、东莞、成都等市场零售均价约900元/瓶，但不同渠道价格差异明显，部分渠道售价已经跌破800元，也有部分渠道的价格仍维持在1000元以上的高位。

传导至业绩上，酒鬼酒2025年实现营业收入11.08亿元，同比下降22.17%；归母净利润同比大幅下滑371.76%，亏损3395万元，为2014年以来首次年度亏损。内参系列实现营收1.68亿元，同比下降28.61%，是三大产品系列中降幅最大的板块。

对于一家希望依靠高端产品提升品牌势能的酒企而言，内参酒销售公司不仅要承担利润贡献，还要扛起品牌价值。此次酒鬼酒选择调整战略价，并暂停发货，核心目的或许并非通过

30元提价直接改变市场价格，而是希望通过减少供给，恢复渠道价格预期。

保价格还是保销量？

内参酒此次调整，也折射出白酒行业竞争逻辑的变化。

过去行业高速增长阶段，酒企更多依靠提价、扩渠道和快速放量推动业绩增长。进入本轮调整周期后，渠道库存增加、消费趋于理性，越来越多酒企将价格体系的重要性置于销量之上。

今年以来，这一变化已经出现在多家酒企身上。

除了贵州茅上调部分茅台酒销售合同价、自营体系价格外，李渡高粱1975也提高开票价，并在提价前宣布停止部分产品供应。控货与提价，是酒企稳定价格体系的常见组合。对于酒鬼酒而言，此次暂停发货同样遵循这一思路。

有酒商告诉时代周报记者，当市场需求偏弱时，酒厂通过控货、提价，让渠道优先消化库存，待市场供给收缩后，再推动价格逐步修复。“现在不好卖，就卖少一点、卖贵一点。”

不过，也有酒商对此持谨慎态度。上述河南酒商认为，目前终端消费已经发生变化，消费者价格敏感度

明显提高，同价位可替代产品越来越多，单纯依靠控货和提价未必能够迅速带动市场价格回升。

该酒商提到，今年“618”期间，线上平台促销力度进一步压缩线下渠道利润。例如，部分平台通过优惠券叠加补贴后，君品习酒等千元产品成交价格甚至低于传统经销商拿货价格，不少同行直接在线上补货。“等到“618”结束，平台库存消化得差不多了，价格才慢慢回升。”

这意味着，电商平台、即时零售、直播渠道共同参与价格形成，传统渠道对价格的控制能力在减弱。

从连续提价，到修复渠道价格体系，内参酒正在经历高端化以来最重要的一次价格调整。

对于今年的发展规划，酒鬼酒表示将重点发力产品端，实施“高端做精、次高端做强、大众酒做大”产品策略。其中，核心品牌内参将坚持高端引领，打造核心单品52度内参酒。

而从行业层面来看，从茅台、李渡到内参，今年酒企不约而同地管理价盘，背后反映的并不是一轮新的涨价潮，而是行业更加重视价格秩序和渠道质量。至于这种调整最终能否带动价格回升，仍需要市场和消费需求共同验证。■

上海楼市半年考：新房价格上涨3.7%领跑全国

时代周报记者 张钊璟 发自上海

7月15日, 国家统计局公布2026年6月份70个大中城市商品住宅销售价格变动情况。

数据显示, 6月份, 一线城市商品住宅销售价格环比上涨, 二、三线城市环比下降或持平, 一、二、三线城市同比降幅总体继续收窄。新建商品住宅销售价格环比上涨城市个数比上月继续增加。

此外, 据国家统计局副局长毛盛勇在7月15日国新办新闻发布会上透露, 国家统计局对70个大中城市开展的房价问卷调查显示, 春节后房地产市场从业人员对新房、二手房价格走势预期出现好转。6月份, 预期未来半年新建商品住宅销售价格保持稳定或上涨的房地产市场从业人员的占比为63.1%, 连续4个月维持在60%以上, 比去年低点回升了20个百分点。

58安居客研究院院长张波接受时代周报记者采访时表示, 从6月70城房价数据能清晰看到市场筑底修复信号, 改善需求正在持续释放。

“结合‘十五五’规划加码改善性住房供给的导向, 合理居住消费潜力持续释放, 人口集聚城市的核心优质改善房源, 下半年市场修复的节奏不变。”张波称。

在70城中, 6月份, 上海的新房价格环比上涨0.3%, 涨幅较上月扩大0.1个百分点; 而在二手房方面, 上海房价领涨全国, 环比上涨0.4%, 涨幅较上月收窄0.2个百分点, 新房、二手房环比涨幅均在一线城市保持领先。

至于房价走高, 上半年上海新房的成交结构发生了明显变化。卢文曦指出, “沪七条”、新房收储、房票扩容等多重政策红利落地, 刚需与首改置业需求被全面激活。

今年上半年, 上海新房价格同比上涨3.7%, 大幅领涨全国; 二手房价格同比下降5.4%。

对于后市, 上海中原地产资深分析师卢文曦对时代周报记者表示, 7月为传统楼市淡季, 市场会出现阶段性季节性波动, 预计上海楼市成交量或小幅收缩, 但房价将延续惯性小幅反弹, 回暖行情仍会延续。

上海新房价格上半年同比上涨3.7%, 刚需、首改项目成交热度攀升

国家统计局数据显示, 6月份, 一线城市新建商品住宅销售价格环比上涨0.1%, 涨幅比上月回落0.1个百分点; 二线城市环比由上月下降0.1%转为持平; 三线城市环比下降0.3%, 降幅比上月收窄0.1个百分点。

此外, 一线城市新建商品住宅销

售价格同比下降1.3%, 降幅比上月收窄0.4个百分点; 二线城市同比下降3.1%, 降幅收窄0.1个百分点; 三线城市同比下降4.2%, 降幅与上月相同。

在张波看来, 一线城市全面复苏已基本确立。他表示, 一线城市二手房价格能够持续环比上行, 核心支撑来自改善型置换需求持续释放, 也和近期《扩大消费“十五五”规划》提出“因城施策增加改善性住房供给”的政策导向形成共振。

不过, 张波也指出, 需要客观看看到, 一线购房信心还处于持续修复阶段, 市场上涨动力并不均衡。

就城市层面而言, 6月份, 70个大中城市中, 新房价格环比上涨的城市共有20个, 比上月增加4个, 为2025年5月以来最多。其中, 上海新房价格环比上涨0.3%, 涨幅较上月扩大0.1个百分点。

同比方面, 上海新房价格涨幅达3.1%, 位列全国第一。从今年上半年数据来看, 上海的新房价格表现更为突出。1—6月份, 上海新房价格同比上涨3.7%, 大幅领先全国其他城市。

在卢文曦看来, 从房价基本面来看, 上海优质土地稀缺, 地价居高不下, 叠加今年多区域地王项目集中入市, 新房价格无下跌基础, 后续将延续高位震荡、稳步向上的走势。

至于房价走高, 上半年上海新房的成交结构发生了明显变化。卢文曦指出, “沪七条”、新房收储、房票扩容等多重政策红利落地, 刚需与首改置业需求被全面激活。

上海中原地产数据显示, 今年1—6月, 上海新房累计成交256.04万平方

米。在上海新建商品住宅成交面积TOP10榜单中, 成交均价在5万元/米²以下的项目占据4席, 而在2025年同期该数字为0。

同时, 卢文曦也指出, 高端豪宅市场热度显著降温, 增长动力不足, 分化格局凸显。目前仅市中心核心地段、滨江稀缺资源的顶豪项目, 能维持90%以上高去化率, 其余不少项目去化率不足六成。

卢文曦认为, 高端市场遇冷一方面是因为置业门槛大幅抬升, 中内环入门均价超1400万元/套, 中外环均价也迈入千万元级别, 大幅透支普通改善群体购买力; 另一方面, 置换链条尚未完全打通, 二手房成交集中在300万元/套以内的刚需档位, 500万元/套以上改善成交占比偏低。而新房套均总价近900万元, 需要多轮置换迭代才能达标, 置换断层直接制约高端房源去化。

上半年上海二手房价格同比下降5.4%, 成交量已连续4个月超2万套

数据显示, 6月份, 一线城市二手住宅销售价格环比上涨0.3%, 涨幅比上月回落0.1个百分点; 二线城市环比下降0.3%, 降幅比上月扩大0.1个百分点; 三线城市环比下降0.4%, 降幅与上月相同。

同比来看, 一线城市二手住宅销售价格同比下降4.9%, 降幅比上月收窄0.9个百分点; 二、三线城市同比分别下降5.4%和6.0%, 降幅分别收窄0.3个和0.2个百分点。

就城市层面而言, 6月份, 70个大中城市中, 二手住宅价格环比上涨

的城市有9个, 比上月减少1个。对此, 上海易居房地产研究院副院长严跃进指出, 从复苏动力来看, 二手房市场比新房市场相对偏弱。这一轮二手房回暖主要集中在核心城市和经济相对发达的二、三线城市。

其中, 上海二手住宅价格环比上涨0.4%, 和广州一起涨幅并列全国第一; 同比方面, 上海二手住宅价格下降3.2%, 降幅较上月收窄1.1个百分点。今年1—6月, 上海二手房价格同比下降5.4%。

从市场热度来看, 6月, 上海二手房市场成交量仍维持在高位。据网上房地产数据, 6月份, 上海二手房(含商业)成交2.51万套, 同比大涨21%, 已连续4个月维持在2万套以上。2026年上半年, 上海二手房(含商业)累计成交14.73万套, 创下近5年同期新高, 同比增长约13%。

值得注意的是, 即便进入了传统淡季7月, 这一热度目前还在延续。网上房地产数据显示, 截至7月14日, 7月份上海二手房(含商业)成交量达1.03万套, 较2025年同期上涨21%。

卢文曦认为, 下半年二手房市场整体预计以震荡修复为主, 价格或存在季节性小幅波动, 但整体上行的修复大趋势不会改变, 今年全年成交大概率超越去年。

不过, 卢文曦也指出, 当前二手房市场修复仍有局限, 购房者普遍偏好全款或纯公积金低杠杆置业, 大幅制约改善置换能力。后续若落地更多改善友好政策, 将有效打通置换链条, 激活改善需求, 进一步夯实二手房持续反弹的行情。■

