

“小接口”大生态 国产手机巨头联手推动快充标准化

■本报记者 贾丽

近日,在2025融合快充(UFCS)产业发展大会上,OPPO、华为、vivo、荣耀四大国产手机品牌签署UFCS互授权意向书,标志着中国快充产业从技术竞争转向生态协作。此次,UFCS 2.0标准正式发布,首次实现了40W跨品牌快充互通,意味着用户只需一个充电器即可兼容不同品牌设备。

“OPPO、华为、vivo、荣耀进行快充互授权,加速了统一标准的形成,减少了行业内的无序竞争,推动了快充技术的健康发展。对手机行业而言,此举促进了技术共享与创新,各品牌能集中精力于其他领域的突破,也将促进国产手机整体竞争力的提升。”中国数实融合50人论坛智库专家洪勇向《证券日报》记者表示。

解决多品牌充电适配困扰

长久以来,由于缺乏统一标准,快充行业存在不同品牌手机之间充电协议及线缆互不兼容等问题。部分品牌私有协议长期割据市场,导致用户需为不同品牌设备配备专属充电器。同时,混用非原装充电设备可能导致过热、电池损耗甚至短路,劣质线材的阻燃性与抗腐蚀性差异进一步放大风险。另外,第三方配件厂商需为不同协议开发多套方案,研发成本转嫁至消费者,制约市场规模化发展。

而主流手机品牌牵引的UFCS 2.0标准的发布,则在一定程度上解决“私有协议”乱象,意味着中国统一快充生态建设迈入全新阶段,也有望减少安全隐患,形成标配硬件和方案,降低消费者换机成本,促进行业集中度提升。

据了解,融合快充UFCS 2.0标准在技术层面进行了多项优化,不仅实现了40W无鉴权功率互通,引入了“反向充电”特性,还将适配器功率主动调节升级为必选项。

在洪勇看来,相关协议解决了多品牌设备充电适配的困扰,让消费者出门只需携带一套充电设备,极大提高了使用便利性。同时,手机企业的这种合作模式,有望带动更多品牌加入,共同完善中国快充生态。

当下,快充技术已经成为智能手



据了解,融合快充UFCS 2.0标准在技术层面进行了多项优化,不仅实现了40W无鉴权功率互通,引入了“反向充电”特性,还将适配器功率主动调节升级为必选项

机产业链中不可或缺的核心环节,其发展直接决定了用户体验、品牌竞争力和产业协同效率。统一快充标准不仅打破了长期存在的“协议割据”困局,通过UFCS等标准消除品牌间的技术壁垒,还推动产业链实现研发资源聚焦和规模效应释放。“此次,多个头部企业联合落地快充协议,也标志着中国消费电子产业从单点技术突破迈向生态协同的新阶段,为参与全球快充标准竞争奠定了话语权基础。”首都企业改革与发展研究会理事肖旭对《证券日报》记者表示。

中国信息通信研究院总工程师魏然表示,UFCS标准通过统一快充协议这个“小接口”,构建起覆盖数亿(台)设备的绿色生态体系,也意味着我国在全球快充技术博弈中走出了一条独具特色的自主创新之路。

多家手机企业与上市公司入局

作为缓解续航焦虑的重要方式,快充不仅推动着氮化镓材料、多极耳电池等上游技术创新,更催生出千亿元级规模的配件市场,重构了从芯片到终端的价值分配。

目前,主流手机巨头已经纷纷布

局快充技术,成为行业标准的重要推动者。据了解,华为、OPPO、小米等品牌均已实现了100W以上的快充技术。在上游材料领域,三安光电股份有限公司(以下简称“三安光电”)、欣旺达电子股份有限公司(以下简称“欣旺达”)等上市公司均在加速布局快充核心组件。

OPPO负责人表示,公司一直是融合快充UFCS技术与标准的重要推动力量,将持续推动终端产品与快充技术的深度融合,以期解决这一行业根本性难题。

三安光电在投资者互动平台披露,公司硅基氮化镓(产品)已拥有并升级了应用于手机快充等消费电子市场的650V芯片技术平台。欣旺达则公布,公司积极加大研发力度,加强品质管理,设计应用快充、双电芯方案等新技术于多款品牌手机,目前已实现与全球一线移动终端厂商深度合作。

在企业的加速布局下,快充技术加速迭代,市场应用前景也在不断扩容。据了解,当前快充技术已经突破单纯功率叠加,向智能化、生态化演进,其中在产业链上游,氮化镓与碳化硅等第三代半导体材料推动充电器小型化与高功率输出,同时集成AI

芯片动态调节充电策略,实现“主动能源管理”。

在中游环节,东莞市奥海科技股份有限公司、深圳市芯茂微电子有限公司等上市公司及产业链企业在充电器、模组制造、电源管理芯片等领域均加速布局。在下游领域,无线快充技术加速成熟,光储充一体化的全场景自适应充电、高压直充等领域成为新赛道,快充应用正从消费电子行业加速向汽车、无人机、AR/VR设备、城市基建、储能与应急等领域延伸,成为“隐形能源中枢”。

公开数据显示,2024年全球快充市场规模达176亿美元,中国贡献超40%。消费电子仍是主力,智能手机快充渗透率超90%,65W以上机型占比35%,OPPO、vivo、小米品牌合计份额超60%。无线充电加速普及,2025年市场规模或超100亿元。

“未来行业发展方向聚焦材料创新与协议统一,UFCS 2.0标准落地将重构快充产业价值分配,技术领先型企业有望获得更高溢价空间。随着固态电池技术突破,2025年或成为快充技术从‘量变’到‘质变’的关键转折点。”国泰海通科技资深分析师李轩在接受《证券日报》记者采访时表示。

端午文旅新图鉴:

民俗游点燃消费热 周边游领跑假日经济

■本报记者 李春莲
见习记者 梁傲男

端午假期的脚步渐行渐近,从龙舟竞渡到非遗手作,从时令美食到微度假体验,传统节日正以创新姿态释放消费新动能,为暑期旅游旺季奏响序曲。

综合多家在线旅游平台的预订数据来看,今年端午节假期恰逢儿童节,亲子游和家庭游成为出行主力军。旅游市场以短途游为主,本地民俗游等特色主题产品的预订热度高涨。

民俗体验游热度持续上升

作为中国首个人选世界非物质文化遗产的传统节日,端午节的文化底蕴正在文旅融合中焕发新生。各地积极挖掘地域特色,将传统习俗转化为可参与、可感知的体验场景,形成独特的文化吸引力。

龙舟竞渡是端午节的重要民俗活动之一。同程旅行数据显示,截至5月19日的一周内,“龙舟”相关关键词搜索量环比增长270%。美团旅行数据显示,5月1日以来,“龙舟基地”搜索量同比增长216%,“龙舟文化”搜索量同比增长147%,温州、佛山、广州、青岛、杭州、南京、东莞、苏州、宁波、成都成为“龙舟基地”搜索十大目的地城市。

“龙舟文化”作为端午节的核心IP,正吸引着大批游客观赏和消费,并衍生出多层次的消费场景,对当地的吃、住、娱一站式消费带动效应明显。美团旅行数据显示,自5月1日起,端午特色传统美食“龙船饭”的搜索量同比增长了183%。游客在观看划龙舟比赛后,品尝龙船饭和粽子,已成为端午假期独特的旅游方式。

民俗体验也是今年端午期间文旅消费的核心亮点。在端午期间,游客可以在湖南汨罗——龙舟文化的发源地参与江灯祈福、包牛角粽,感受屈原故里文化厚重感。乌镇推出了“长街粽宴”和五毒香囊制作,游客可以在师傅的指导下学习五芳斋裹粽技艺。在安徽宏村,游客可以体验徽派龙舟赛、打糍粑、艾草香囊DIY等活动。

多地市内免税店接连落地 入境消费“蛋糕”越做越大

■本报记者 丁蓓

近日,多地传来市内免税店布局新进展。5月22日,湖南省长沙市迎来了首家市内免税店,正式落户王府井百货,预计将于今年9月份运营。除了长沙,广东省广州市和四川省成都市的市内免税店项目近期也取得了重要进展。

市内免税店进展频传

在5月22日举办的长沙市内免税店发布暨内外贸一体化合作座谈会上,北京王府井免税品经营有限公司副总经理陈照亮表示,该免税店位于王府井百货8楼,占地约2000平方米,将设置免税区与有税区双业态。

在几天前,广州市内免税店也传来了新消息。广州市广百股份有限公司(以下简称“广百股份”)5月17日发布公告称,公司与中国免税品(集团)有限责任公司、广州岭南集团控股股份有限公司、广州白云国际机场股份有限公司共同投资设立中免市内免税品(广州)有限公司(暂定名,最终以市场监督管理部门核定为准)运营广州市内免税店。该公司注册地址为广州市珠江新城珠江西路5号广州国际金融中心一层。

此外,今年4月初,中国免税品(集团)有限责任公司与成都市锦江区政府正式签订《成都市内免税店经营协议》,标志着该项目建设进入实质性推进阶段。据悉,成都市内免税店选址于锦江区仁恒置地广场,该地段紧邻春熙路—盐市口商圈。

业内人士表示,从市内免税店的选址来看,基本都位于商业氛围浓厚的城市核心商圈。相较于口岸免税店,市内免税店不受航班或船次时间限制,游客可以更加从容地挑选商品,享受购物乐趣。

对消费市场意义深远

“中国购”的快速发展,离不开政

美团旅行负责人对《证券日报》记者表示:“各地深入挖掘自身文化底蕴和自然资源,精心打造了一系列具有地方特色的旅游项目和活动,有效推动了端午旅游热度的升温,激发了文旅消费新活力,带动了相关产业协同发展,为即将到来的暑期旅游旺季释放了积极信号。”

以本地游和周边游为主

受限三天假期,端午假期以本地游和周边游为主,高铁或自驾的出行方式成为游客的主流选择。

马蜂窝大数据显示,截至5月21日的一周内,各地“周边游”热度平均涨幅超过50%，“自驾”相关热度平均涨幅超过65%。携程数据显示,本地游及周边游占比达50%,周边游预订量同比增长23%,市场整体呈现稳步增长态势。

从2025年端午假期十大热门铁路线路来看,热门线路集中在京津冀、川渝、珠三角、湘赣鄂等城市群,且多以相邻的城市为主。从热门目的地来看,国内热门目的地前十名分别为北京、上海、南京、成都、杭州、青岛、重庆、广州、天津、长沙。从客源地来看,长三角、珠三角、京津冀、川渝地区游客的周边出行需求较旺。

值得一提的是,这个端午假期,“追随时令美食”成为游客出行的新动力。

湖北潜江、荆州凭借油焖大虾与稻田虾的招牌美味,吸引众多食客奔赴当地,亲身体验捕虾、烹虾的乐趣,感受田园生活的质朴与欢乐;广东惠州、增城的荔枝采摘活动以及浙江余姚的杨梅酒制作体验,巧妙地将美食探索与当地文化紧密相连,让游客在品尝美味的同时,深入了解地域特色文化;福建霞浦的蛸子宴搭配滩涂赶海活动,为游客带来独特的海鲜美食体验与海洋文化感受……去哪儿数据显示,前往潜江、荆州、青岛、宁波、舟山等城市的火车票预订量同比增长明显,酒店预订量增长超三成,且仍在持续增长。

去哪儿大数据研究院研究员肖鹏对《证券日报》记者表示:“中国传统节日正通过多样化的方式,更全面地满足人们对文旅消费在文化体验、美食享受等多方面的深层次期待。”

直击年度股东大会:

穿越发展周期 太钢不锈精益经营谋变局

■本报记者 刘钊

5月23日,山西太钢不锈钢股份有限公司(以下简称“太钢不锈”)2024年年度股东大会在山西太原召开。虽然阴雨绵绵,但专程赶赴公司参会的股东不在少数。

积极推进精益运营

2024年,钢铁行业进入“存量优化”阶段的特征日益明显,行业运行持续呈现高产量、高成本、高出口、低需求、低价格、低效益的“三高三低”局面。不锈钢行业面临的形势更为严峻,全年不锈钢粗钢产量同比增长7.54%,不锈钢表观消费量同比增长4.54%,消费增幅比产量增幅低3个百分点,供大于求情况突出。同时,主流产品价格降幅明显,不锈钢304冷轧板平均价格同比降低9.8%。

在此背景下,太钢不锈坚持创新驱动,扎实推进产品经营,进一步提升企业差异化竞争优势,2024年,公司实现营业收入1003.79亿元,归属于上市公司股东的净利润为-9.81亿元,较上年减亏近1亿元。进入2025年,太钢不锈业绩显现出回暖趋势。公司一季度实现营业收入233.1亿元;实现归属于上市公司股东的净利润为1.88亿元。

太钢不锈相关负责人向《证券日报》记者表示,过去一年,公司积极推进精益运营,持续优化产线分工定位,关停落后产线,推动集约化和柔性化生产。

近日,太钢不锈发布公告称,为降低运营成本,提升管理效能,进一步整合炼钢资源,不断增强综合竞争能力,公司将结合生产实际,把炼钢一厂与炼钢二厂整合为“炼钢厂”,炼钢厂内设4个职能室及4个工场。同时,公司还制定了《太钢不锈营销架构优化方案》,明确“区域公司(区域总部)+分支机构(子

公司办事处)”的营销组织布局,以进一步整合协同强化营销体系建设,牵引带动公司价值创造能力提升。

坚持以创新驱动发展

除了向管理要效益,太钢不锈还坚持以创新驱动发展,持续提升科技创新能力。公司聚焦国家重点项目、重大专项材料保供、新装备材料“卡脖子”难题,全力打造不锈钢原创技术策源地,形成一批“万吨级”“千吨级”新产品。

过去一年,太钢不锈在创新材料方面取得诸多成果:公司完成了1300兆帕级成型型车轴、抽水蓄能机组用S750MC级磁轭钢薄板等产品全球首发;换热器用超纯铁素体不锈钢、“复兴号”重大功率机车轴用钢等产品国内首发;无取向硅钢0.30毫米薄规格产品在中车时速400公里复兴号牵引电机上

开展上车认证……

《证券日报》记者注意到,在股东大会上,一位持股多年的老股东准备了许多问题,与公司高层进行了深入交流。他告诉记者:“太钢不锈有很多‘含金量’很高的产品,希望公司积极调整经营策略,用好产品去抢占更多市场,为股东创造更多价值。”

现今,中国钢铁行业已由增量发展阶段进入减量发展、存量优化的阶段。可以预见的是,未来减量调结构将成为钢铁行业发展的主旋律。

据太钢不锈董事长吴小弟介绍,股东在会上的提问让他深有感触,在现在的市场背景下,唯有持续创新才是企业的出路,但也要搞清楚如何创新、为谁创新。接下来,公司要加强营销力量,深入市场一线了解市场的真正需求,为客户提供他们真正需要的产品,只有这样才能进一步提高企业盈利能力,为股东们创造更大价值。

同程旅行发布一季度财报 营收同比增长13.2%至43.77亿元

■本报记者 张敏 见习记者 梁傲男

5月23日晚间,同程网络科技股份有限公司(以下简称“同程旅行”)发布2025年第一季度业绩报告。报告期内,同程旅行实现营收43.77亿元,同比增长13.2%;经调整EBITDA(息税前利润扣除折旧及摊销前利润)达11.59亿元,同比增长41.3%。

报告显示,同程旅行的年服务人次(2024年4月份至2025年3月份)达19.6亿,年付费用户达2.47亿,创下历史新高。

同程旅行CEO马和平表示:“今年一季度,大众旅游市场加速释放新活力,作为旅游消费主力的非一线城市人群,消费力持续提升。”同程旅行将继续深耕大众旅游市场,积极布局AI领域,

提供智能、高效的旅行服务。

文化和旅游部数据显示,今年第一季度,国内居民出游总花费同比增长18.6%,达到1.8万亿元。其中,农村居民出游花费同比增长近四成,增速远高于城镇居民,显示大众的旅游消费能力持续提升。

进入大众旅游时代,非一线城市居民已经成为旅游消费的主力军,他们出行更为高频、日常。截至3月31日,同程旅行来自中国非一线城市的注册用户占比超过87%。

随着消费者的出行需求从“刚需”延伸至“休闲度假”,出行范围从国内延伸至国际,旅游消费力也在持续提升,为同程旅行的业务增长注入了新动力。报告显示,一季度,同程旅行的住

宿业务收入同比增长23.3%,达到11.9亿元。在更多非一线城市居民出境热潮的带动下,2025年第一季度,同程旅行的国际机票量同比增长超40%,国际酒店间夜量同比增长超50%。

同时,同程旅行持续加大在AI应用领域投入。2025年一季度,在旅游专属大模型“程心AI”接入DeepSeek后,同程旅行又推出AI智能体DeepTrip。通过DeepTrip,用户可以实现从“AI推荐”到“AI决策执行+预订执行”的闭环。

同程旅行相关负责人表示,“程心AI”可以帮助用户更顺畅地完成从行程计划到产品预订的全流程,实现从“AI推荐”到“AI决策执行+预订执行”的闭环。公司将不断提升AI在旅游出行领域的应用范围,将更多业务产品及供应

链资源接入到“程心AI”生态中。

中国电子商务专家服务中心副主任郭涛向《证券日报》记者表示,AI服务通过精准的用户画像构建与行为分析,帮助同程旅行深度挖掘不同用户群体的旅游需求。同时,AI通过动态定价算法优化产品组合,如推出“燃油立减卡”“机票盲盒”等创新产品,提升用户转化率,极大提升用户体验与用户黏性,预计对公司各项新业务成长和降本增效均有较好效果。

有旅游行业分析师表示,在国民出游意愿维持高位运行与假期制度持续优化的双重利好下,同程旅行凭借其资源整合能力及AI等产品创新优势,有望深度承接旅游消费市场扩容红利,实现价值重估。