

四川国资资产整合动作频频 新筑股份筹划重大资产重组

■本报记者 蒙婷婷

5月26日,成都市新筑路桥机械股份有限公司(以下简称“新筑股份”)发布公告称,公司正在筹划资产出售及发行股份购买资产,并视具体情况募集配套资金,公司证券自2025年5月26日开市时起开始停牌,停牌时间预计不超过十个交易日。此次交易预计构成公司重大资产重组及关联交易,不涉及实际控制人变更。

资料显示,上市公司新筑股份由蜀道投资集团有限责任公司(以下简称“蜀道集团”)控股,而后者由四川省国资委控股。

近一年来,四川国资整合清洁能源资产动作频频。接受《证券日报》记者采访的分析人士表示,四川国资的系列资产整合动作,在优化资源配置、提高产业集中度、提升相关企业竞争力和抗风险能力,以及促进地方经济转型升级等方面具有重要意义。

筹划重大资产重组

公告显示,为了尽快解决控股股东蜀道集团控制的四川蜀道清洁能源集团有限公司(以下简称“蜀道清能”)与公司的同业竞争问题,蜀道集团拟以其持有的蜀道清能60%股权与新筑股份进行资产重组,由新筑股份通过发行股份及支付现金方式购买蜀道清能60%股权。

同时,新筑股份向四川蜀道轨道交通集团有限责任公司出售四川发展磁浮科技有限公司(以下简称“川发磁浮”)100%股权及其享有的债权,向四川路桥建设集团股份有限公司(以下简称“四川路桥”)或其指定的子公司出售成都市新筑交通科技有限公司(以下简

称“新筑交科”)100%股权及其享有的债权,并视具体情况募集配套资金。

往前回溯,今年3月份,新筑股份原控股股东四川发展(控股)有限责任公司(以下简称“四川发展”)与蜀道集团达成协议,拟将四川发展持有的公司股份6611.38万股(持股比例为8.6%)和四川发展轨道交通产业投资有限公司(其持有新筑股份1.22亿股股份,持股比例为15.9%)100%股权无偿划转至蜀道集团。今年5月中旬,前述股份划转全部完成。至此,蜀道集团直接和间接持有新筑股份24.5%的股份,成为公司控股股东。新筑股份实际控制人仍为四川省国资委。

作为四川省先进装备制造业地方龙头企业,新筑股份聚焦公共交通功能构件、轨道交通和新能源光伏发电三大产业,成功构建了“先进制造+光伏发电”的业务格局。同时,依托控股子公司四川晟天新能源发展有限公司(以下简称“晟天新能源”)的资源、业务、区域战略等方面优势,新筑股份在光伏发电板块形成了较强的竞争优势。2024年,新筑股份实现营业收入约24.83亿元,其中光伏发电业务收入约6.47亿元,占营收的比重为26.05%,毛利率达60.34%。

“新筑股份此次筹划的重组事项将对公司未来发展产生深远的影响。”中关村物联网产业联盟副秘书长袁帅在接受《证券日报》记者采访时表示,此次重组有望使新筑股份的业务布局更加清晰和聚焦,有助于公司集中精力发展清洁能源业务。

盘古智库高级研究员江瀚也有类似看法,他向《证券日报》记者表示:“随着全球对可持续发展的关注增加,清洁能源行业被视为未



来增长潜力巨大的领域之一,重组成功后将为新筑股份带来新的盈利增长点。”

形成产业集群效应

近一年来,四川国资的重组优化动作频频。2025年2月份,四川能源发展集团有限责任公司(以下简称“四川能源发展集团”)在成都正式揭牌成立。该公司是战略性重组四川省投资集团有限责任公司、四川省能源投资集团有限责任公司,通过新设合并方式组建的省级国有资本投资公司,总资产超3900亿元,员工约3.8万人,建成投运电力装机规模3560万千瓦。

围绕能源核心主业,四川能源发展集团将通过能源产业链上下游整合,科技创新赋能,持续深化改革,围绕产业布局更优、市场机制更活、创新能力更足、效益效率更高、综合实力更强目标,加快打造集源网储一体、水风光氢天然气等多能互补的国内领先、世界一流新型能源企业。

袁帅表示,在产业层面,四川国资通过战略性组建四川能源发展集团,可以将分散的清洁能源资产进行集中管理和运营,避免重复建设和资源浪费,同时整合后的集团能够更有效地调配资金、技术、人才等资源,加大对清洁能源项目的投资和开发力度,有助于加快清洁能源产业的发展

步伐。从企业层面而言,新筑股份筹划收购蜀道清能60%股权并出售两家全资子公司,这一举措有助于公司聚焦核心业务,优化业务结构,并通过资产收购快速进入具有发展潜力的清洁能源领域,拓展业务版图。此外,从区域经济发展角度,资产整合将带动相关产业的发展,形成产业集群效应,推动地方经济从传统产业向绿色、低碳、高端产业转型。

“在全球应对气候变化、推动能源转型的大背景下,清洁能源的发展前景极为广阔。四川可以凭借其丰富的清洁能源资源,打造成为全国重要的清洁能源基地,为全国能源结构调整和绿色发展作出四川贡献。”袁帅表示。

内部研发与外部合作双轮驱动 杭华股份加快布局新材料领域

■本报记者 吴文婧
见习记者 王楠

5月26日,杭华油墨股份有限公司(以下简称“杭华股份”)召开2024年度暨2025年第一季度业绩说明会,杭华股份管理层就投资者关心的问题同与会者进行交流。

2024年,杭华股份实现营业收入12.7亿元,同比增长6.75%;归属于上市公司股东的净利润为1.39亿元,同比增长13.17%。

杭华股份董事长兼总经理邱克家在业绩说明会上表示:“2024年度,宏观政策效应持续释放,国民经济延续恢复向好态势,但外部环境复杂性、严峻性、不确定性上升,经济持续回升向好基础还需巩

固。面对复杂局面,公司坚持稳中求进、以进促稳的发展战略,立足新发展阶段扎实推进各项经营工作,确保经营业绩整体稳中向好。”

具体来看,油墨业务是杭华股份的核心业务。公司长期聚焦绿色环保型油墨产品的研发、制造与应用,覆盖食品包装、标签印刷、塑料软包装等多个细分市场。面对下游包装行业分化、环保政策趋严的行业环境,公司不断调整产品结构,推动传统胶印油墨向无VOCs、无矿物油的纯植物油型和LED-UV固化等方向发展,增强了在高端包装领域的市场竞争力。

中国投资协会上市公司投资专业委员会副会长支培元对《证券日报》记者表示,在国内市场,水

性、UV等绿色环保油墨对传统溶剂型油墨的替代已取得显著进展。随着环保政策日益严格,以及消费者对环保产品需求的增加,绿色环保油墨市场份额逐步扩大。相关市场调研机构数据显示,过去五年间,国内绿色环保油墨市场增长率达15%至20%,部分发达地区的市场占有率已接近50%。

公司董秘张磊表示:“公司LED-UV系列产品和数码喷墨产品不仅符合绿色印刷要求,也符合快干、可变、高效等高品质印刷需要,获得市场高度评价和推广应用,未来仍将保持稳步增长态势。”

与此同时,杭华股份还积极发展功能材料业务。功能材料涵盖特种功能性涂覆材料、电子化学

品、光电材料、纳米分散液等产品,广泛应用于电子器件、新能源等高成长性行业。近年来,公司通过内部研发与外部合作双轮驱动,加快布局新材料产品体系。

基于“聚焦主业、做优做强,强链补链、延伸发展”的战略发展方向,杭华股份收购了浙江迪克东华精细化工有限公司(以下简称“浙江迪克”)60%的股权,交易金额1800万元。通过整合浙江迪克的技术和客户资源,杭华股份有望强化产业链协同,丰富产品布局,提升在新材料领域的综合竞争力。

中关村物联网产业联盟副秘书长袁帅对《证券日报》记者表示,杭华股份此次收购是其协同扩张战略的关键举措,有助于实现资源共享与优势互补,提升产品质量

和市场覆盖范围。该交易不仅拓宽了客户群体和销售渠道,还进一步完善了产业链布局。同时,业务多元化有效增强了公司抵御市场风险的能力,为主营业务的持续稳健发展提供了有力保障。

数据显示,杭华股份第一季度实现营业收入2.83亿元,同比增长0.14%;归属于上市公司股东的净利润2832.7万元,同比增长8.53%。

展望未来,邱克家表示,2025年,杭华股份将紧跟政策和市场趋势,重点提升运营效率和市场竞争能力。继续加快产品升级与新品投放,除了巩固传统印刷包装市场外,力争在新能源、消费电子等领域实现突破。同时,推动精益生产和管理创新,持续提升生产效率和运营质量。

美团一季度实现营收866亿元 年交易用户数创新高

■本报记者 张敏
见习记者 梁傲男

5月26日,美团发布2025年第一季度业绩报告。报告期内,公司各项业务稳健发展,年交易用户数和年活跃商户数再创新高,营收同比增长18%,达866亿元。

当前,本地生活服务行业中新的消费场景不断涌现,消费形态继续向“多、快、好、省”并重的方向,美团继续围绕“零售+科技”战略,通过科技创新推动零售行业效率提升。“美团将继续通过供给和服务模式创新,帮大家吃得更好,生活更好。同时,美团将持续加大生态建设投入,积极推动行业高质量发展,为所有生态伙伴创造更大价值。”美团CEO王兴表示。

研发投入同比增长15%

在外卖业务领域,美团保持健康增长态势,用户黏性与购买频次稳步提升。美团为连锁餐饮品牌创

新提供的“品牌五星店”模式进展显著。截至一季度末,美团已助力480多个品牌开出3000家高品质的品牌五星店,为用户提供多元的优质外卖供给,助力品牌商户探索增长机遇。

“美团闪购”业务增长强劲,饮料零食、3C产品、家用电器、美妆个护等多个品类销售成绩亮眼。截至3月底,美团闪购累计交易用户数已超5亿。

随着服务消费市场的快速增长,一季度美团到店业务不断拓展服务供给,年活跃商户数同比增长超25%。全新升级的“美团会员”体系成为业务协同发展的重要推动力,美团首次将吃、住、行、游、娱、购、医等全生活场景业务整合到一套会员体系中。目前,该体系已接入“神券”权益、酒店权益、出行权益、生活权益等主要权益,更多新权益也在陆续接入中。

国信证券研报显示,本地生活服务赛道始终在竞争合作中向前发展,为应对消费变化趋势和多元化的竞

争格局,美团升级会员体系以实现本地生活业务间的进一步协同发展,同时内部积极迭代组织架构推出适配战略变化。“美团会员”体系的推出有望加速公司本地生活消费闭环形成,业务飞轮形成后有望为后续增长持续提供强力支撑。

第一季度,美团研发投入58亿元,同比增长15%。美团针对外部用户的免费AI Coding应用NoCode已投入灰度测试,年内还将推出多个AI应用助手。截至3月底,美团无人机已在深圳、北京、上海、迪拜等城市开通55条航线,累计完成超52万笔。

中国电子商务专家服务中心副主任郭涛表示,美团通过AI技术深度优化供需匹配机制、智能调度系统及个性化推荐算法,不仅显著提升了商户运营效率与用户决策效率,更通过自动化流程大幅降低人力成本;无人配送体系突破地形与距离限制,实现偏远区域即时配送覆盖,有效缓解高峰期运力瓶颈。

有电商行业分析师对记者表

示,在技术驱动下,本地生活服务行业正加速向“智能+实时”运营范式转型,配送时效的精准提升与服务适配的智能化升级,持续刷新用户体验阈值。同时,无人配送基础设施建设推动行业标准化进程,倒逼中小商户加速数字化能力迭代,形成技术普惠的生态效应。

巩固技术护城河

骑手是美团生态系统中举足轻重的一环,其权益保障备受关注。在骑手侧,美团在相关部门指导下,以政策导向和骑手诉求为基础,积极研究新就业形态劳动者权益保障方案。

在商户侧,美团外卖从营销简化、经营减负、评价体系升级等多个维度出发,推动行业“反内卷、促公平”。美团2024年推出的首个“十亿助力金计划”正持续推进,截至今年4月底,已覆盖超18万餐饮商家。值得一提的是,为打造多方共赢的健康生态,美团宣布,未来三年

将投入1000亿元推动行业高质量发展,这些资金将用于扶持行业内各类商户并激发用户需求。

郭涛表示,从短期来看,上述资金投入将直接助力商户数字化转型,推动服务流程标准化与效率提升。从长期来看,通过构建无人配送网络、AI供应链管理系统等行业基础设施,美团不仅夯实了服务品质的根基,还通过技术赋能中小商户,推动绿色低碳技术落地等生态共建举措,提升社会价值增量。该战略的本质是通过“科技+生活服务”的深度融合,巩固美团在行业的技术护城河,实现规模扩张与效率优化的可持续增长闭环。

美团在财报中提及:“在2025年接下来的时间,我们将继续坚定不移地助力生态系统的健康发展,将依托AI技术不断优化用户体验,提升商家运营效率。此外,我们将积极响应国家促进消费、扩大内需的战略部署,以助力消费增长及行业转型为目标,为整体经济发展作出积极贡献。”

多品牌矩阵协同发力 海澜之家持续巩固服装主业基本盘

■本报记者 曹卫新

5月26日,海澜之家集团股份有限公司(以下简称“海澜之家”)召开2024年度暨2025年第一季度业绩说明会。海澜之家董事长兼总经理周立宸、董事兼董事会秘书汤勇、财务总监秦敏杰、独立董事张铮等就公司主业发展情况等与投资者展开交流。

周立宸在说明会上回答《证券日报》记者提问时表示:“过去一年,面对复杂多变的国内外环境,海澜之家以消费需求为核心,多维度推动业务发展。深化品牌价值,持续迭代产品,强化品牌竞争力。同时稳固服装主业基本盘,主品牌持续领跑男装市场,多品牌矩阵协同发展。此外,公司还加码运动赛道,积极探索品牌服饰集合店新业务,培育增长新引擎。同时加快全球化步伐,积极开拓海外市场。在挑战中展现出多元业务协同发展的韧性与市场活力。”

年报显示,2024年,海澜之家实现营业收入209.57亿元,归属于上市公司股东的净利润21.59亿元。分品牌来看,海澜之家系列实现主营业务收入152.70亿元;海澜团定制业务实现主营业务收入22.24亿元;其他品牌实现主营业务收入26.68亿元。

线下渠道是海澜之家销售体系的基石,凭借“平台+品牌”连锁经营模式,直营模式使得公司对门店有较强的把控力。

记者了解到,海澜之家以“精布局、高品质、强体验”为指引,在国内市场加速推进以地标性商业综合体为主的直营门店建设,持续优化渠道结构,提高门店经营效益。截至2024年,公司各品牌门店数量共计7178家,主品牌海澜之家门店5833家,直营门店1468家。

在线上渠道,海澜之家采取“全渠道、多平台、优势互补”的线上营销战略,在直播运营、产品聚焦、数字赋能、粉丝运营等领域持续发力,线上业务保持快速增长态势。2024年,公司线上渠道主营业务收入44.19亿元,同比增长35.63%。

“海澜之家持续构建极具品牌特色的产品体系,深化品类专长,丰富完善产品矩阵。未来,公司将在‘聚焦品牌、拥抱全球、普惠生活’的2030方针引领下,持续以服装为原点,为优质品牌赋能,与合作伙伴共担当,双向链接中国与世界,让更多人享有美好的生活方式。”汤勇在回答《证券日报》记者提问时表示。

秦敏杰表示:“以品牌服饰为代表的可选消费在政策刺激和信心重建下有望踏上逐步复苏的通道,并将呈现出‘需求分层、供给精耕、渠道融合、产业升级’的行业特征。企业需以消费者为中心,通过差异化策略捕捉细分市场机遇,同时借助数字化转型与绿色创新构建长期竞争力。随着政策红利释放与全球市场动态调整,行业有望在结构性变革中实现高质量发展,为经济增长注入持续动能。”

甘咨询降本增效稳利润 打造发展“第二曲线”

■本报记者 刘效

5月26日,甘肃工程咨询集团股份有限公司(以下简称“甘咨询”)举办2024年度业绩网上说明会,公司管理层就经营业绩、战略规划等投资者关注的热点问题进行详细解读。

甘咨询是甘肃省最大的工程技术服务企业,主要从事规划咨询、勘察设计、工程监理、检测鉴定、招标代理、工程总承包等业务,服务建筑市政、水利水电、城乡建设、公路交通、生态环境、新能源、数字建设等领域。

2024年,甘咨询实现营业收入19.77亿元,同比下降17.24%;归属于上市公司股东的净利润2.3亿元,同比下降9.51%。今年一季度,公司实现营业收入4.13亿元,同比下降4.14%;归属于上市公司股东的净利润5500.12万元,同比增长3.84%。

“2024年,市场竞争加剧,公司的盈利空间被严重压缩,导致业绩下滑。今年一季度,公司收入同比有所下滑,但净利润未降反增,主要原因是公司积极采取了一系列降本增效举措,比如压缩薪酬、管控费用支出等。”甘咨询财务总监赵登峰在回答《证券日报》记者提问时表示。

2024年,甘咨询抢抓西部大开发、新型城镇化、黄河流域生态保护和高质量发展等国家战略机遇,精准聚焦城市更新、海绵城市、重大水利工程、新能源等重点领域,持续优化市场布局,提升全过程、全方位、全生命周期的工程技术咨询服务能力。

“公司承接的部分项目推进缓慢,实施周期延长,存量订单营收转化率下降,公司需在‘有效需求不足’的竞争环境中强化差异化优势。”董事会秘书柳雷对《证券日报》记者表示。

如何强化差异化优势?柳雷在回答投资者提问时表示,公司未来将主动适应产业结构调整、行业变革和市场需求,围绕“延链补链强链”拓展新业务,发挥基础设施建设前端引领、后端保障优势,聚焦“小而美”“精而实”方向,有选择地开展工程总承包业务,立足传统优势业务促进转型升级;加快布局智能化建筑、绿色节能技术应用,稳步提升生态环保全阶段服务能力,着力构建“大环保”“大水务”发展格局,加速培育新动能、更新旧动能,着力打造发展“第二曲线”。