

防内卷 提升竞争力

头部车企整合：从“撒豆成兵”到“握指成拳”

本报记者 刘钊

近日，中国汽车工业协会发布数据... 今年上半年，中国汽车产销双双跃上1500万辆关口...

头部车企率先通过垂直整合、跨界协同与生态重构... 将碎片化竞争推向集约化作战的发展新阶段...

当前，整合已成为车企面对竞争降本增效、创新管理、提升竞争力的新路径。

行业需迈过三道坎

中国汽车市场竞争格局正呈现出容量增长趋于平缓... 行业整体利润率下行、市场集中度提高、价格战愈演愈烈的趋势...

一是要改变市场集中度低低的格局... 当前国内超过130家整车企业，累计拥有超千个品牌...

二是要避免重复无效的研发投入... 随着电动化和智能化技术研发水平的持续深入，车企的研发费用占比也在不断增长...

三是亟须整顿价格战，结束行业内卷... 数据显示，2016年国内在售乘用车型仅515款，2019年则猛增至800款...



为了在新的市场竞争格局中站稳脚跟，头部车企开始主动求变。改革和整合已成为国内主要汽车集团的发展主基调

展主基调，通过以架构调整、产业链技术、资源统筹、管理模式为核心的集团变革... 强化一体化力量...

差异化整合路径显现

小鹏汽车有限公司董事长何小鹏向《证券日报》记者表示... 当硬件主导汽车设计时，多品牌的存在是有其价值的...

当前，头部车企已根据自身禀赋分化出三条差异化整合路径... 其核心逻辑均是围绕“聚焦资源、提升效率、强化创新”展开。

垂直整合派通过核心品牌深耕以规模效应巩固成本优势... 例如，吉利汽车、蔚来集团(全称)等头部车企主动收缩...

“整合是一项非常复杂的工作。”吉利汽车行政总裁桂建生向《证券日报》记者坦言... 通过内部整合与相应的管理变革...

除了品牌的整合，今年第二季度，蔚来集团还组建了横向的“车型产品

线”组织，整合产品设计研发、工业化、用户体验与服务等关键环节... 旨在打通产品到市场的全链条...

蔚来集团董事长李斌在接受《证券日报》记者采访时表示... 公司的CBU(基本经营单元)持续深入推进...

如果从垂直整合是行业自我革新的表现... 那么开放合作派的车企则用行动证明了协同的力量...

产能出清派的整合动作则直指行业结构性矛盾... 随着新能源汽车市场渗透率持续提升...

“无论是垂直整合、开放合作还是产能出清... 这些差异化路径的最终目标都是通过整合实现资源的最优配置...

从规模效应来看，整合通过资源集中实现全链条成本优化... 同时，技术协同打破了分散研发的壁垒...

果转化。更深层的意义在于，整合推动了行业从“内卷式”消耗转向生态化共创... 构建起了可持续发展的新动能。

重构全球价值链

如果说现阶段中国汽车行业还只是开始“合”... 接下来，必定还有更加剧烈的“整”...

北方工业大学经济管理学院教授、汽车产业创新研究中心主任纪雪洪在接受《证券日报》记者采访时表示... 整合的终极价值，在于打破企业边界...

一方面，技术协同与资本联动，会激活汽车生态乘数效应... 整合后的企业通过技术共享与资本纽带...

另一方面，整合将赋予中国车企产业链整体输出能力... “贸易出口”转向“产业输出”...

纪雪洪表示，当头部车企完成内部资源聚合后... 竞争维度已从单一产品比拼升级为生态体系较量...

1494家A股公司已披露中报预告 417家预计净利润增幅上限超100%

本报记者 桂小莹

同花顺iFinD数据显示，截至7月15日... A股市场共有1494家上市公司发布了2025年中期业绩预告...

从预计净利润变动幅度上限来看... 上述1494家上市公司中，有417家公司预计报告期内实现归母净利润同比增长幅度上限超过100%。

具体来看，在上述预计上半年净利润超过100亿元的5家公司中... 有4家预计报告期内实现净利润同比增长...

据记者梳理，收入上升、降本增效、把握市场契机成为了上述公司上半年业绩预喜的主要原因。

广东省食品安全保障促进会副会长朱丹蓬向《证券日报》记者表示... 产业链的完整度、品牌影响力、创新能力、规模效应好的企业...

深圳市前海排排网基金销售有限公司研究员隋东在接受

《证券日报》记者采访时表示... “反内卷”政策引导下，部分企业通过灵活调整生产节奏...

“这些案例生动诠释了企业在新形势下实现逆势增长的典型路径... 既要善用政策东风，又要苦练管理内功...

在上海明伦律师事务所王智斌律师看来... 上市公司应当合理、谨慎、客观、准确地披露业绩预告...

“上市公司发布业绩预告后，如果出现实际业绩和已披露的业绩预告存在重大差异... 应当及时披露相关修正公告...”

AI赋能、汽车电子业务增长 消费电子上市公司中期业绩普遍向好

本报记者 冯雨璠

同花顺iFinD数据显示，截至7月15日... A股共23家消费电子板块上市公司发布了2025年半年度业绩预告...

其中，共有11家净利润预喜(包括预增、略增、扭亏)... 占比47%。

行业景气度持续提升

据了解，受益于全球数字化转型、AI(人工智能)爆发... 消费电子行业景气度持续提升...

北京钉子文化传媒有限公司创始人丁少将向《证券日报》记者表示... 多家消费电子类上市公司业绩向好的核心逻辑在于需求回暖...

通过持续增加AI终端硬件高附加值产品相关的研发投入... 提升市场份额及建立供应链联盟...

富士康工业互联网股份有限公司的主营业务为设计、研发、制造和销售通信及移动网络设备... 云计算、工业互联网及机器人等电子产品...

除了AI驱动外，随着近年来新能源汽车产业的迅猛发展... 汽车电子业务逐渐成为消费电子板块上市公司业绩增长的核心引擎。

汽车电子业务高速发展

立讯精密工业股份有限公司预计上半年实现归属于上市公司股东的净利润同比增长幅度为20%至25%... 对于业绩变化原因，公司表示...

苏州春秋电子科技股份有限公司预计上半年实现净利润同比增长。公司表示... 报告期内主营业务稳中向好...

值得关注的是，AI正在深度赋能消费电子产业... 从智能手机、AI PC到可穿戴设备等...

郭涛认为，消费电子方面，厂商库存去化已接近尾声... AI手机、VR等创新产品正在拉动换机需求...

成本攀升 羽毛球行业顺势谋变

本报记者 张晓玉

近日，国际羽毛球头部品牌尤尼克斯(YONEX)在日本官网发布公告... 自8月1日起对旗下多款羽毛球产品进行价格调整...

在此之前，已有国内尤尼克斯经销商在社交媒体上发帖称... 因生产材料价格上涨，公司将调整部分羽毛球价格...

记者调查发现，羽毛球价格的持续上涨正在深刻改变行业生态... 一方面催生了二手球交易市场的繁荣...

成本压力推动价格上涨

7月15日，《证券日报》记者致电尤尼克斯(上海)体育用品有限公司... 工作人员表示，由于尤尼克斯在中国和日本市场

销售的羽毛球产品型号存在差异... 因此中国市场的价格调整并不参考日本市场...

从尤尼克斯的涨价通知来看... 羽毛球价格上涨的核心原因在于原材料成本的持续攀升...

在羽毛球价格持续攀升之际... 一场围绕“成本突围”的行业变局正在上演...

“不过，目前高端赛事使用的羽毛球仍是天然羽毛为原材料... 主要是因为天然羽毛制造的羽毛球飞行稳定性更佳...

球仍是天然羽毛为原材料... 主要是因为天然羽毛制造的羽毛球飞行稳定性更佳... 人造羽毛暂时难以满足专业赛事对球速、手感等方面的高要求...

产业链站上风口

从整体来看，羽毛球价格持续上涨... 主要受供需两方面因素驱动... 上游原材料供应紧张导致成本攀升...

在此背景下，羽毛球产业迎来快速发展期... 天眼查专业版数据显示，截至目前，我国现存业、存续状态的“羽毛球”相关企业约为1.7万家...

清华大学战略新兴产业研究中心副主任胡麒牧在接受《证券日报》记者采访时表示... 羽毛球兼具竞技性和社交属性...

如，江苏益客食品集团股份有限公司(以下简称“益客食品”)参股子公司益赛(江苏)体育科技有限公司(以下简称“益赛”)经营范围包含“羽毛(绒)及制品制造”和“体育用品及器材制造”...

在当前羽毛球市场价格上涨、存在利润空间的 market 环境下... 有投资者通过互动易平台询问，公司是否有计划利用自产原材料自行加工生产羽毛球...

同样受到关注的还有国内肉鹅养殖龙头企业江苏立华食品集团股份有限公司... 针对投资者关于肉鹅屠宰产生的羽毛是否应用于羽毛球产业的询问...

胡麒牧表示，在全民健身政策推动和市场消费火热的双重驱动下... 羽毛球产业正迎来黄金发展期...