

845份半年报已披露

130家上市公司净利润同比实现倍增

■本报记者 桂小笋

同花顺数据统计显示，截至8月20日记者发稿，已有845家A股上市公司发布了半年报。其中，有130家上市公司的归属于母公司股东的净利润同比增长超过100%。

查阅半年报可知，主营产品市场供需改善、产业链延伸等因素是拉动这些上市公司报告期内业绩高速增长的主要动力。

以山东先达农化股份有限公司为例，其半年报显示，第二季度，公司主打产品烯草酮受市场供需关系影响售价显著上涨，有效带动产品毛利率大幅提升。同时，创制产品吡啶唑草酮成功投放市场，为

公司业绩增长注入新动能。在多重因素共同作用下，公司经营业绩实现大幅改善。

另外，多家肉鸡养殖上市公司的上半年业绩表现也十分亮眼。对此，上海钢联农产品事业部鸡业分析师朱鹏亮告诉《证券日报》记者，主要原因有两大方面：首先，上游的豆粕、玉米等饲料原料价格低位运行，养殖成本同比大幅下降，养殖毛利率快速提升；其次，一些龙头企业在熟食、调理及出口等优势赛道加大深耕力度，产品结构向高附加值倾斜。例如，福建圣农发展股份有限公司和宁夏晓鸣股份有限公司均在半年报中对全产业链的发展或产业链延伸布局进行

了解。在获取可观利润的同时，积极回报投资者也已经成为企业共识。部分上市公司推出了可观的分红方案，旨在让投资者共享公司的发展红利。

“上市公司积极实施现金分红，是资本市场健康发展的积极信号，对促进市场良性运行具有多重意义。”深圳市前海排排网基金销售有限公司研究员隋东告诉《证券日报》记者，首先，现金分红直接体现企业真实的盈利能力和现金流状况，稳定的分红政策彰显公司财务稳健、具备持续创造价值的能力，以及对股东回报的重视。其次，持续可预期的分红回报能够

吸引长期资本入市，优化投资者结构，增强市场韧性。再次，分红收益有助于降低投资者对短期市场波动的过度关注，引导市场形成价值投资、长期持有的理念，提升市场运行效率。最后，高分红企业的示范效应将促进市场资源向优质企业集聚，推动资本市场向“重回报、重质量”的新发展阶段迈进。

珠海黑崎资本投资管理合伙企业首席战略官陈兴文在接受《证券日报》记者采访时也表示，从全球市场的角度来看，上市公司积极分红符合国际资本市场的运作逻辑，有助于中国资本市场从投机驱动向价值驱动转变，提高对国际资本的吸引力。同时，分红还推

动企业完善治理结构，提升财务透明度，满足国际资本市场的要求。总体而言，上市公司积极分红现象体现了上市公司质量的提升，标志着资本市场生态的持续优化。这一现象不仅有助于吸引社保资金、险资等长线资金，稳定市场波动，优化资金流向，提升市场韧性，还能推动企业完善治理结构，提升财务透明度，是资本市场健康发展的核心基石。

陈兴文表示，随着更多上市公司陆续发布半年报，市场将持续关注企业的业绩表现以及分红政策，而那些业绩增长强劲且积极回报投资者的公司，有望在资本市场中获得更多青睐。

金融监管总局就商业银行并购贷款管理办法公开征求意见

本报讯（记者刘琪）8月20日，国家金融监督管理总局（以下简称“金融监管总局”）发布消息，为深入贯彻落实中央金融工作会议精神，推动商业银行优化并购贷款服务，助力现代化产业体系建设，金融监管总局对《商业银行并购贷款风险管理指引》（银监发〔2015〕5号，以下简称《指引》）进行修订，形成《商业银行并购贷款管理办法（征求意见稿）》（以下简称《办法》），现向社会公开征求意见。

《指引》自发布以来，为商业银行开展并购贷款业务，支持产业转型升级提供了重要的制度保障和政策支持。我国经济正处于新旧动能转换的关键时期，进一步活跃并购市场有利于优化资源配置，助力传统产业改造升级，加快塑造经济发展新动能、新优势。立足新形势下并购市场发展需求，金融监管总局对《指引》进行了全面修订并形成《办法》。

《办法》共三十三条，修订重点包括：一是拓宽并购贷款适用范围。在《指引》适用的控制型并购交易基础上，进一步允许并购贷款支持满足一定条件的参股型并购交易。二是设置差异化的展业资质要求。对开展控制型和参股型并购贷款业务的商业银行，在要求监管评级良好、主要审慎监管指标达标等要求的基础上，设置差异化的资产规模要求。三是优化贷款条件。进一步提高并购贷款占并购交易价款比例上限，延长贷款最长期限，更好满足企业合理融资需求。四是强调偿债能力评估。银行应在综合考虑并购交易相关风险基础上，重点评估并购方偿债能力，同时关注并购后企业的发展前景、协同效应和经营效益，多维度评估对并购贷款的影响。

金融监管总局表示，将认真研究各方反馈意见，进一步修改完善《办法》并适时发布实施，推动并购贷款业务健康发展，助力产业转型升级，增强经济增长动能。

多家公司披露固态电池产品中试最新进展

■本报记者 丁 蓉

随着市场对高能量密度、高安全性电池需求的日益增加，固态电池作为极具前景的下一代电池技术，产业化进程受到高度关注。近日，固态电池产业链企业新进展不断，多家A股上市公司产品已进入中试阶段。萨摩耶云科技集团首席经济学家郑嘉对《证券日报》记者表示：“中试是量产前重要的工程化验证环节，随着固态电池相关产品进入中试阶段，形成‘材料—设备—工艺’的闭环验证，将显著缩短试错周期，推动产业化进程提速。”

多家企业取得新进展

“产品量产前要经过实验室验证、小试、中试。作为量产前最后一道关卡，中试的核心是证明‘能批量、够稳定、划得来’。在中试过程中，企业要跑通工艺、算清成本、稳定良率。中试顺利的话产品将进入量产。”深度科技研究院院长张孝荣对《证券日报》记者表示。

近期，多家A股上市公司披露固态电池产品进入中试的相关进展。国轩高科股份有限公司（以下简称“国轩高科”）相关负责人8月19日在交易所互动平台表示，金石全固态电池处于中试量产阶段，并已启动2GWh量产线的设计工作。公司方面此前介绍，国轩高科全固态电池中试线下线电芯良品率可达90%。

8月14日，广州鹏辉能源科技股份有限公司相关负责人在交易所互动平台表示：“从去年8月底召开固态电池发布会以来，公司在固态电池技术方面持续迭代优化，固态电池能量密度已由280Wh/Kg提升至320Wh/Kg，新一代固态电池中固态电解质层自适应活性材料体积的变化，不需要加压模组，固态电池性能更稳定。当前，公司正按计划推进固态电池中试线建设，预计2025年9月底建成。应用领域方面，固态电池未来可用于新能源汽车、无人机、人形机器人、医疗器械、消费数码等领域。”

孚能科技（赣州）股份有限公司（以下简称“孚能科技”）近期也表示，目前，公司全固态电池整体进度已经由实验室走向中试生产交付阶段，预计将于今年年底建成设计产能达0.2GWh的硫化物全固态电池中试线，并向战略合作伙伴交付60Ah的硫化物全固态电池。

规模化量产尚待时日

“固态电池应用前景广阔，但要顺利完成从中试到规模化量产的过渡，当前仍亟待优化工艺、提高良率、降低成本。只有实现这三点，固态电池才能真正走向商业化应用。”黄河科技学院客座教授张翔对《证券日报》记者表示。

作为固态电池上游的设备生产商，广东利元亨智能装备股份有限公司在接受机构调研时也表示：“当前客户需求从实验室小试向中试及量产阶段过渡，需着力突破现有工艺在大规模生产中的瓶颈：一是改造离散化设备，实现连续化生产；二是联合锂电池企业、材料供应商及终端用户，共同攻关高压工艺优化和硫化物毒性防护体系升级，形成产业链协同解决方案。核心目标是推动固态电池设备向高稳定性、低成本量产方向迭代。”

国轩高科方面也表示：“公司全固态电池实现从中试到量产，需聚焦两大核心：在技术层面优化材料体系和完善制造技术；在成本层面降低原材料和生产环节成本，提升量产的经济性。公司正全力推进相关工作，加速全固态电池的商业化应用进程。”

在郑嘉看来，固态电池从中试到规模化量产预计需要2年至4年时间。孚能科技披露的“时间表”显示，公司计划2026年至2027年推进小批量量产装车，并配套建设GWh级别的生产线，2030年将实现大规模量产。

权益类基金发行、成立、建仓全链条提速

■本报记者 方凌晨

8月20日，A股三大指数全部收涨，上证指数再创阶段性新高。A股市场的强劲表现带动市场情绪走高，为抓住建仓良机，权益类基金发行、成立、建仓等环节纷纷提速，增量资金“跑步入场”。

公募基金积极布局权益市场，主动权益类基金仓位水平增长至高位。在受访人士看来，基金管理人把握市场机遇加速建仓，新基金净值的快速增长有望吸引更多资金流入权益市场，形成良性循环。

多只产品提前结束募集

近日，权益类基金接连提前结束募集，“一日售罄”继续上演。

8月19日，招商基金宣布旗下招商中证机器人ETF募集截止日由原定的8月29日提前至8月18日，这意味着该基金募集期仅一天，即8月18日当天。公告显示，招商中证机器人ETF募集规模上限为20亿元人民币（不包括募集期利息和认购费用），公募机构将根据发售公告等文件对募集期为有效认购申请进行确认。

此外，华泰柏瑞中证通用航空主题ETF于8月13日开始募集，募集截止日由8月25日提前至8月20日；浦银安盛医疗创新混合于8月15日开始募集，募集截止日由原定的8月21日提前至8月19日；华富中证A200指数、银华上证科创板综

合增强策略ETF等权益类基金也纷纷于近日提前结束募集。

“权益类基金提前结束募集，本质上是市场信心、资金效率、机构力量三重共振的结果。”深圳市前海排排网基金销售有限公司公募产品运营曾方芳对《证券日报》记者表示，A股市场近期表现强劲，投资者认购热情高涨。同时，基金管理人提升运作效率，主动缩短募集期，并在产品设计上，根据市场趋势和投资者需求，设计更具吸引力的权益类基金产品。此外，各类基金销售平台依托数字化渠道能更精准触达投资者，也为权益类基金的提前结束募集提供了助力。

数据显示，8月份以来，已有逾60只权益类基金成立。同时，多只新成立基金的单位净值出现波动，显示基金管理人已开始积极建仓。以成立于8月12日的鑫元科创板AI指数发起式为例，8月15日，该基金的单位净值从此前的1元变为1.0058元；8月19日，单位净值进一步发生变化，变为1.0495元。与上述基金同日成立的永赢上证科创板人工智能指数发起基金的单位净值也于8月15日、8月19日分别变为1.0144元、1.0591元。

股票仓位处于高位

公募基金积极布局权益市场，从股票仓位可得到进一步验证。

信达证券研究显示，近期主动



权益公募连续增仓，整体仓位达到年内高位，偏谨慎的“固收+”基金也在持续上调仓位。截至8月15日，普通股票型基金的平均仓位约为91.41%，偏股混合型基金的平均股票仓位约为88.93%，分别较前一周上升0.86个百分点和1.9个百分点；“固收+”基金的平均股票仓位约为23.48%，较前一周上升0.43个百分点。

基金管理人加速建仓，有望带动更多增量资金入场。曾方芳称：“一般情况下，新基金的建仓期在1个月到3个月左右。在市场环境较

好的情况下，基金管理人在1个月内甚至更短时间内就能完成初步建仓。快速建仓反映了基金管理人对于后市的乐观判断。新基金净值的快速增长也会让投资者看到市场的赚钱效应，从而吸引更多资金流入权益市场，形成良性循环。”

同时，曾方芳还表示，在基金的后续运作过程中，仍需基金管理人的不断提升自身的投资管理能力和风险管理水平，力争为投资者带来较好的投资回报。

展望后市，恒生前海基金经理龙江伟对《证券日报》记者表示：

“近期市场呈现增量流动性驱动下的行情，市场风险偏好的变化主导市场节奏。短期来看，在其他类型的场外资金明显入市之前，预计景气度较高但相对低位的科技以及资金更青睐的小盘风格有望占优。”

行业配置方面，龙江伟建议关注部分政策催化下基本面存在积极变化预期的新方向。“2025年或仍是以科技为主线的行情，伴随外部扰动的缓和，市场整体风险偏好将上移，建议持续关注科技、消费、高端制造、医药等产业趋势机会。”

上市公司加速竞逐冰杯赛道

■本报记者 郭霖

虽然立秋已过，但多个城市仍持续高温，冰品市场热度不减，冰杯品类更是异军突起，一跃成为消费热点，引得众多上市公司竞相布局这一赛道。

努曼陀罗商业战略咨询创始人霍虹吃向《证券日报》记者表示，冰杯正从“网红爆品”迈向“常规品类”，由初期的尝鲜消费向高频复购转变。上市公司纷纷布局该领域意味着冰杯正从一种“边缘增量”成长为“刚性配置”，具备形成规模产业链的潜力。

冰杯消费热潮持续攀升

记者走进杭州街头的某便利店看到，店里的冰柜中既有纯透食用冰杯，也有水果风味冰杯，还有咖啡冰杯，能够满足不同消费者的多元化需求。该便利店的售货员对《证券日报》记者说：“今年天气特别热，每天来买冰杯的顾客接

连不断，主要以年轻人为主。冰杯产品的补货次数比以往增加了不少，有些时候一天得补两三次货。”冰杯的热度，也在数据中得到更直观的印证。《2025中国都市消费行为白皮书》显示，我国冰杯销量已连续两年增速超300%，一线城市人均年消费冰杯达48杯。

外卖平台上的冰杯销量同样亮眼。饿了么联合尼尔森IQ共同发布的《2024夏季即时零售冰品消费洞察报告》显示，2024年大暑前后冰杯外销量同比增长350%，冰杯搭配啤酒等酒水饮料的外销量也同比增长300%。

冰杯畅销背后，是多重消费逻辑的叠加。中关村物联网联盟副秘书长袁帅分析称，现代消费者越来越注重生活品质和个性化体验，冰杯能够让他们自由搭配原料自制饮品，满足其个性化需求；同时，快节奏的生活使消费者对便捷性有了更高要求，冰杯产品方便携带和储存，恰好契合这一需求；此外，社交媒体的普及让消费者可以自

由分享自制饮品的过程，进一步激发了消费者的购买欲望。

多方企业争相入局

据了解，市面上的冰杯最初主要来自冰力达（广东）实业控股有限公司、上海晓德食品有限公司、冰极限（河南）食品有限公司等可食用冰公司。随着该领域市场规模的不断扩大，更多企业纷纷加入，推动冰杯产品线日益丰富。

饮料巨头率先发力。农夫山泉股份有限公司于2024年上架160克原味冰杯和190克柠檬冰杯，分别定价4.4元和6.6元。今年7月份，其在山姆会员商店推出的高端新品纯透食用冰，规格为2kg，售价为22.8元，该产品以千岛湖水源和超低温缓冻为核心卖点，一经推出便在社交平台掀起讨论热潮，多次出现缺货、售罄的情况。

乳业巨头也迅速跟进。今年1月份，内蒙古伊利实业集团股份有限公司旗下冷饮品牌伊利冰淇淋

上新冰工厂冰杯，该产品主打可与多种饮料搭配，实现一杯一调的灵活性；中国蒙牛乳业有限公司则通过旗下品牌“冰+”推出冰杯产品，进一步完善企业在清凉消费场景的产品矩阵。

除食品饮料企业外，商超便利店等零售渠道也积极投身这场冰杯盛宴。盒马早在2021年就首次上线冰杯商品，今年更是在普通冰杯基础上新增咖啡冰杯、柠檬冰杯、乳酸菌冰杯、冷萃龙井茶冰杯等多款新品，持续在口味创新上发力。小象超市则推出多款特调套餐，通过将冰杯与饮料组合搭配，为消费者提供多样化的即饮解决方案。罗森、全家、7-11等连锁便利店也纷纷推出自营冰杯产品，加速布局这一细分市场。

新茶饮品牌同样敏锐捕捉到冰杯商机。蜜雪冰城股份有限公司延续去年1元1个冰杯的售卖模式，推出雪王冰杯，大杯售价仅1元，凭借超高性价比吸引大量消费者；古茗控股有限公司于今年5月份推出售

价1元的一杯冰水，该产品由水和冰块构成，规格为中杯500ml，经备注可只加冰块不加水，以灵活服务满足消费者多样化需求。

对于冰杯行业的发展趋势，数字经济学者、广州壹通数字技术公司首席公关官罗富国在接受《证券日报》记者采访时表示，冰杯行业的发展将趋于个性化、精细化和品牌化。而各方企业的涌入将加剧冰杯市场竞争，这会倒逼企业不断提升产品品质与服务水平，推动行业集中度进一步提高，未来有望形成少数头部品牌引领市场的格局。

福州公孙策公关咨询有限公司合伙人詹军豪认为，面对当前的市场竞争，不同参与主体需采取差异化策略应对。传统制冰企业可聚焦工艺创新与品质管控，建立完善的溯源体系；渠道商可深化场景融合，通过创新销售策略打造竞争优势；跨界企业则可借助品牌影响力开发高端冰杯，同时联合科研机构参与制定行业标准，以此构建自身的产品壁垒。

（上接A1版）这为上市公司强化分红规划、提升分红可持续性提供了明确指引，有助于形成“上市公司积极分红、投资者认可回报”的良性市场生态，进一步推动红利市场的规范化、健康化发展。

目前，上市公司已积极行动。例如，深圳迈瑞生物医疗电子股份有限公司在披露2024年年度利润分配方案的同时，宣告

2025年第一次中期利润分配17.10亿元的计划，并提请股东大会授权董事会制定2025年其他中期分红方案，简化分红程序，视公司经营情况灵活多次分红。这种前瞻性布局不仅体现了龙头企业对股东回报的持续重视，更通过稳定的分红预期，为市场注入长期投资的确定性。

在韩乾看来，对于上市公司而

言，分红能力的提升并非一蹴而就，而是一项长期工程。这需要企业在保持主营业务稳定增长的前提下，合理平衡留存资金与分红比例，既要为自身的研发投入、产能扩张等发展需求预留空间，也要充分考虑投资者对收益稳定性的诉求，从而在企业发展与股东回报之间找到最佳平衡点，实现可持续发展。

谈及如何确保上市公司分红行为更加健康合理，中国商业经济学会副会长宋向清在接受《证券日报》记者采访时表示，需多维度发力：一是强化监管，加大对上市公司分红执行的监督检查，对违规或弄虚作假企业依法处罚，以刚性约束确保政策落实；二是完善治理，推动上市公司健全现代企业制度，发挥独立董事作用，

优化股东决策机制，使分红政策制定与执行更科学，维护中小股东权益；三是细化信披，要求上市公司披露分红政策依据、执行进度及未分红原因，提升透明度，方便中小股东监督；四是健全激励约束，将分红落实与管理层薪酬、股权激励挂钩，正向激励与反向约束结合，促进公司平衡发展与股东回报。