

猫眼娱乐上半年营收同比增长13.9%

■本报记者 贺玉娟

8月25日，猫眼娱乐发布2025年中期业绩公告。2025年上半年，猫眼娱乐总收入为24.72亿元，同比增长13.9%，净利润为1.79亿元，期内经调整净利润为2.35亿元。

猫眼娱乐表示，在春节档头部影片的带动下，全国电影票房在第一季度表现亮眼，同比增长22.91%；随着电影大盘在7月中旬回暖，猫眼娱乐主控发行及出品的多部暑期档影片陆续上映并表现优异，预计将对下半年的利润产生积极影响。

上海大学悉尼工商学院讲师王雨婷对《证券日报》记者表示：“在政策与市场的双重共振之下，当前影视行业正站在供给修复和信心回暖的交汇点上，叠加政策对于优质内容生产的支持力度提升，有望推动影视行业供给侧加速修复，实现优质内容推动观影需求抬升，再到行业盈利能力回升的良性循环。”

深耕电影与演出业务
探索AI技术赋能

公告披露，2025年上半年，猫眼娱乐参与的上映电影数量及票房表现保持行业前列，并持续发挥在客户服务能力与市场覆盖率方面的领先优势，项目储备丰富，线下演出业务增长明显。

具体来看，2025年上半年，猫眼娱乐参与及出品的国产片共29部，进口片9部。其中，猫眼娱乐主控发行的影片共计24部，数量达历史同期新高水平。在上半年票房前五的国产影片中，猫眼娱乐参与了其中四部的发行及出品。

演出市场方面，2025年上半年，线下演出市场表现活跃。猫眼娱乐持续投入与发展线下演出票务业务，在业务范围上，猫眼娱乐票务业务涉及多位头部艺人的演出门票，此外，在下半年猫眼娱乐的票务代理业务，还将涉及WTT澳门冠军赛、KPL王者荣耀职业联赛等大型赛事。

在本地演出市场方面，猫眼娱乐上半年地方曲艺、休闲展览和脱口秀等品类GMV增长均超80%，体现了平台对多类型演出活动的综合价值。在境外地区，猫眼娱乐进一步拓展业务至东南亚地区，演出项目GMV同样增长明显，同比增长超300%。

值得一提的是，得益于持续在AI、

猫眼娱乐

8月25日，猫眼娱乐发布2025年中期业绩公告。2025年上半年，猫眼娱乐总收入为24.72亿元，同比增长13.9%，净利润为1.79亿元，期内经调整净利润为2.35亿元



王琳/制图

大数据基础设施和建设方面的投入，猫眼娱乐在宣发能力上的优势，春节档期间，猫眼专业版中的票房预测及全球票房榜功能被高频使用，猫眼专业版累计服务用户超1.2亿人次。同时，猫眼娱乐还与行业内的多家AI公司开展多层次合作，共同探索AI技术在动画制作、视觉故事等领域的应用和迭代。

优质内容储备丰富
积极探索IP衍生业务

7月份以来，电影市场迎来回暖。截至8月25日，全国单日票房已连续38天破亿元。猫眼娱乐主控发行、出品的多部暑期档影片表现出色，如动画电影《浪浪山小妖怪》登顶中国影史二维动画电影票房冠军，《戏台》带动多元圈层与不同年龄段观众进场，推动电影市场释放潜力。

一位不愿具名的影视行业分析师对《证券日报》记者表示：“今年暑期档

前半程，市场表现相对不温不火，进口片整体表现优于国产片。后半程，国产片开始发力，预计随着后上映的这些国产影片票房提升，将会为今年暑期档热度再添一把火。”

展望未来，猫眼娱乐保持着类型丰富、题材多样且数量充足的电影内容供给，市场表现值得期待。目前，猫眼娱乐主控发行、出品的《刺杀小说家2》《流浪人生》《千金不换》已经分别定档今年国庆档、跨年档，以及明年五一档；其他待映的影片包括：主控发行、出品的《飞驰人生3》《志愿军3》《得闲谨制》《飞行家》《人·鱼》《怒火漫延》，以及联合发行、出品的《蛮荒禁地》等。

此外，猫眼娱乐持续深耕电影的自主开发与创作，取得了进一步突破。由猫眼娱乐主控开发、出品的《熊猫计划2》《匿杀》预计分别将于今年国庆档、跨年档上映；其他主控开发、出品的影片，如《即兴谋杀》《“骗骗”喜欢你2》等也将在未来与观众们陆续见面。

猫眼娱乐方面表示，公司将积极探索和布局IP衍生业务，并持续加大投入力度。在上游与优秀创作者和内容方连接，借助宣发能力打通线上线下渠道，利用渠道和营销的独特优势，以电影类IP为出发点开展IP衍生服务，并不断拓展至其他IP品类。

目前，猫眼娱乐已打造《熊猫计划》系列，《时间之子》等自有IP，并与《罗小黑战记2》等影片开展电影宣发+IP衍生品的联动合作。接下来，猫眼娱乐还将深度参与相关顶级游戏IP大电影、顶流国漫IP大电影等项目，与更多的文娱行业伙伴相连接。

猫眼娱乐执行董事兼首席执行官郑志昊表示，2025年，猫眼娱乐坚持“科技+全文娱”的核心发展战略，在全文娱行业持续深耕，不断提升核心竞争力和盈利能力，继续发扬做好全行业“服务生”的初心，更好服务全行业的优质文娱内容，为更好文娱产业高质量发展建设和文化强国积极贡献力量。

绿城管理将首次实施中期分红

■本报记者 陈潇

“总体来说，公司前端经营数据向好，经营性现金流逐步修复，合同资产和应收款上压力放缓等等，均为长期发展奠定了坚实基础。”8月25日，绿城管理控股有限公司（以下简称“绿城管理”）董事会联席主席郭佳峰在业绩沟通会上对《证券日报》等媒体表示，2025年上半年，代建行业从规模竞争向质量竞争转型，在周期性挑战中展现出结构性机遇。

作为代建赛道龙头，绿城管理业绩表现引发市场关注。2025年上半年，公司实现收入13.74亿元，同比下降17.7%；毛利率约40%；公司拥有应占净利润约2.56亿元。公司决定首次实施中期分红，每股派息0.076元。

具体来看，在拓展方面，绿城管理在上半年度新拓规模逆势上涨。新拓代建面积约1989万平方米，同比增长13.9%；新拓代建费约50亿元，同比增长19.1%。

“过去两年，大量企业涌入代建赛道，最多的时候有一百多家。今年，行业格局开始发生变化，一方面市场竞争激烈，价格和内卷依然存在。另一方面，头部企业市场份额在持续扩大，尾部企业在不断出清，行业格局开始重塑。”绿城管理执行董事兼行政总裁王俊峰在接受《证券日报》记者采访时表示，在经历了一轮经营周期后，委托方会选择真正有能力、能为他们带来利益增值的代建企业，而不是靠低价和无限承诺获取项目。

从业务结构来看，上半年，绿城管理利润率相对更高的商业代建占比持续上扬，占新拓总建筑面积的81%左右；来自金融机构、私营国企、国有企业委托方的业务量均较去年同期有所增长。

“从市占率角度来看，我们已经连续9年保持20%以上。在竞争最为激烈的2024年，我们的市占率不降反增，达到22.1%。”王俊峰表

示，2025年上半年，绿城管理市占率的数据仍然在扩大，这主要得益于公司的先发优势、龙头效应、全国化布局以及过硬的自身条件。

除此之外，绿城管理的管理层在业绩会上提到，上半年，私企委托方的活跃度明显提升。这部分业务一方面商务条件相对更优；另一方面，民企的活跃将带来广阔的增量市场空间，预估这个板块未来还将迎来更多机会。

从城市能级来看，绿城管理一二线城市继续保持58%的较高占比，尤其是杭州、南京、石家庄、苏州等经济发达的城市，项目兑现度相对更强。

交付和订单方面，王俊峰透露，2025年上半年，公司交付建筑面积465万平方米，占到代建行业交付面积Top10企业总量的60%。预计今年下半年，公司还将有1000万平方米左右的交付面积，连续三年实现1500万平方米左右的交付量。截至年中，公司在手订单总建筑面积为1.265亿平方米，其中环渤海京津冀、长三角、珠三角、成渝四大城市群占比达77%。

针对公司今年首次实施中期分红的原因，郭佳峰在业绩会上进行了回应。他表示，绿城管理作为轻资产公司，对现金流需求不高，公司一直秉持“与股东共享发展成果”的理念，自2020年上市以来，累计已分红约30亿元，过去两年几乎将全部盈利分配给投资者。今年之所以启动中期分红，主要基于两方面考量：一是行业竞争趋于理性，公司新拓规模和经营性现金流都逐步向好；二是账上的现金也比较充裕，自身的能力、效率和竞争力等各方面都有了比较好的提升。

“中期分红不仅体现了我们对现金流管理和经营能力的信心，也提升了股东回报的及时性，与稳定性。”郭佳峰表示，公司考虑将在“资金安全垫充足、经营持续向好”的情况下，优化派息方式，确保股东获得长期、稳定、可持续的回报。

善水科技上半年多项主要产品
毛利率同比增长

■本报记者 曹琦

8月25日晚间，九江善水科技股份有限公司（以下简称“善水科技”）披露2025年半年度报告。善水科技上半年实现营业收入3.05亿元，同比增长23.08%；归属于上市公司股东的净利润4777.67万元。

细分领域市占率居前

善水科技主要经营染料中间体、农药和医药中间体的研发、生产和销售业务。

上半年，中国精细化工领域总体好于基础化工，部分行业受益于国内消费改善和环保趋严实现景气回升，染料行业成为精细化工领域的一大亮点。

“今年上半年，染料中间体如6-硝体等产品价格大幅上涨，主要是受到环保政策的实施导致供给收缩，同时传统印染旺季的需求也成为价格上涨的推动力。”福建华策品牌定位咨询创始人詹军豪表示。

农化方面，受全球农产品价格回落影响，农药出口价格同比略降，但数量保持增长。近年来，农药市场需求稳定增长，特别是在全球粮食安全形势严峻的背景下，农药作为保障粮食生产的重要手段，其需求将进一步增加。同时，随着农业生产方式的转变和消费者对农产品品质要求的提高，市场对高效、低毒、环保型农药的需求也在不断增加。

行业的景气回升带动善水科技营业收入大幅增长。值得一提的是，染料行业一旦进入了下游供应链，具备较强的稳定性。对此，善水科技相关负责人称：“不同企业生产的染料中间体在主要物质含量方面可能相差不大，但在一些异构体和无机盐的结构方面会有微小的差别，该等差别导致下游产品的染色性、洗涤牢度、染着率、光牢度、沾污性、色谱、色彩变化快慢及配伍性产生差异性，对下游产品的品质、转化率、性能和成本产生重大的影响，若更换染料中间体及染料供应商会直接导致复配和操作难度加大、延长生产周期

及增加质量控制成本，造成高昂的客户转移成本，染料中间体行业具有客户持续稳定的特点。”

凭借稳定的产品质量和良好的服务，善水科技建立了良好的企业信誉，与多家知名染料企业建立了长期稳定的合作关系，报告期内主要产品的市场份额始终居于细分行业前列。

研发投入同比大增

自成立以来，善水科技致力于6-硝体、5-硝体及氯代吡啶等产品的研发、生产和销售。经过多年的技术研究和积累，公司拥有集产品基础研究、生产工艺开发、生产设备改造于一体的核心技术体系，技术水平居行业前列。

上半年，善水科技研发投入同比增长42.97%。一方面公司对现有产品进行技术改造升级保持行业竞争力，另一方面开发具有竞争力的高附加值产品。

资料显示，善水科技生产的6-硝体在质量上有诸多优势。善水科技采用连续硝化工艺并运用熔融法生产工艺生产6-硝体，掌握持有非专利设备和工艺参数，原材料损耗少、反应浓度高、收率高，相比传统工艺减少更多的废水和固废，环保成本降低。

半年报显示，善水科技6-硝体上半年毛利率为45.69%，同比增加。“未来6-硝体的需求仍将有所上涨，随着国内尼龙66产能的稳健增长，氯代吡啶的需求预期将持续上升。”上述善水科技负责人表示。

目前，善水科技正在积极推动募投项目氯代吡啶系列产品产能释放。随着规模效应的凸显，公司2、3-二氯吡啶上半年毛利率为26.33%，同比大增。据了解，在氯代吡啶产品生产技术上，善水科技创新性地采用了“氯代吡啶连续化生产工艺”，连续化制取2-氯吡啶及其他氯代吡啶产品，采取特有氯化装置，使用上一环节的副产品作为下一环节的原料，如此循环嵌套有助于提高原材料使用效率、降低成本，增加反应水循环使用量，减少废水产生。

海底捞半年报显示外卖业务营收同比增长近60%

■本报记者 李静

8月25日晚间，海底捞国际控股有限公司（以下简称“海底捞”）公布2025年上半年业绩报告。2025年上半年，海底捞实现营业收入207.03亿元，同比下降3.7%；净利润17.55亿元，同比下降13.7%。

海底捞在财报中称，上半年利润下降受翻台率下降，以及产品、场景等创新模式方面的初期调整影响。同时，海底捞认为这一阶段业绩下滑反映出管理层在管理能力方面存在不足，公司将进行改善。

财报显示，截至2025年6月30日，海底捞共经营1363家餐厅。其中，自营餐厅1322家，加盟店41家。2025年上半年，海底捞持续进行门店网络优化，新开自营餐厅25家，加盟店3家。同时，海底捞继续落实“啄木鸟计划”，主动关停

了一些经营表现不达预期、增长潜力不足的餐厅，另有部分餐厅因其他商业原因停止营业。

餐厅经营数据显示，2025年上半年，海底捞自营餐厅整体翻台率为3.8次/天，较去年同期的4.2次有所下降；上半年海底捞接待顾客总数近1.9亿人次。翻台率及客流量于2025年上半年有所下降。海底捞认为，这主要受餐饮市场竞争加剧、顾客消费需求变化等影响。

广东省食品安全保障促进会副会长朱丹蓬在接受《证券日报》记者采访时表示：“随着市场上火锅品牌的不断增加，消费者的选择也更加多样化，这对海底捞的市场份额造成了一定的冲击。此外，消费者对于健康、便捷和个性化的需求也在不断变化，海底捞需要在产品和服务上进行更多创新来满足这些需求。”

尽管整体业绩有所下滑，但海底捞的外卖业务表现强劲。上半年，公司外卖业务营业收入为9.28亿元，同比增长59.6%。其中，“下饭菜”一人食精品快餐业务增长迅速，贡献了超过55%的外卖收入。

海底捞在财报中表示，未来，公司将整合多品牌、多品类资源，打造海底捞外卖超级厨房，探索卫星店新模式，驱动收入与利润双增长。同时打通三方平台与会员体系，搭建私域运营体系，进一步提升用户黏性与运营效率。

此外，海底捞的多品牌战略也取得了一定成效。截至2025年6月30日，除海底捞火锅之外，海底捞运营“焰请烤肉铺子”“从前印巷”“小嗨爱炸”等14个餐饮品牌共计126家餐厅。其中“焰请烤肉铺子”在期间内新开46家，门店数量达到70家。财报数据显示，上半年，

海底捞包括“焰请烤肉铺子”在内的“其他餐厅收入”达5.97亿元，同比增长227.0%，对营收贡献明显。

福建华策品牌定位咨询创始人詹军豪对《证券日报》记者表示：“海底捞的外卖业务和多品牌战略是其应对市场变化的重要举措。外卖业务增长表明，海底捞在满足消费者便捷需求方面取得了显著成效。同时，多品牌战略的推进也为海底捞带来了新的增长点。”

展望未来，海底捞管理层表示，将持续提升用户体验，包括不断精进服务能力、为顾客提供更多增值服务，并通过数字化运营为管理赋能；继续多元化的经营策略，结合新技术的运用合理调整组织结构，不断探索特许经营模式。此外，海底捞强调，将策略性地寻求收购优质资产，进一步丰富餐饮业务形态和顾客基础。

热威股份多元业务协同促中期业绩稳中有进

■本报记者 郭霖霞
见习记者 王楠

8月25日，杭州热威电热科技股份有限公司（以下简称“热威股份”）举行2025年上半年业绩说明会，热威股份高管就投资者关心的问题进行了解答。

上半年，热威股份实现营业收入9.85亿元，同比增长8.91%；实现归属于上市公司股东的净利润1.61亿元，同比增长14.27%。从半年报来看，在传统家用电器业务保持稳健的同时，热威股份新能源业务与工业商用领域的拓展逐渐成为业绩增长的重要力量。

热威股份财务总监沈园在接受《证券日报》记者采访时表示：“2025年上半年，公司民用电器电热元件、新能源车电热元件业务及工业电热元件业务均保持稳定增长。通过加大市场拓展与

新品开发力度，公司持续优化生产工艺和供应链管理，推进生产线自动化改造和精益生产管理，提升生产效率等措施，实现营业收入与利润的双增长。”

具体来看，热威股份的电热元件广泛应用于厨房、衣物护理、卫浴和暖通等各类应用场景中。其中，上半年，公司在清洁电器品类取得积极进展，与全球清洁类电器企业广泛合作，充分整合各方资源，多维度参与行业技术升级，为家电行业的创新发展注入新动能。

随着新能源车销量的攀升，电池温控需求提升带动了加热器等部件的配套需求。热威股份凭借技术积累和客户渠道优势，已进入部分自主品牌及合资品牌供应链，产销量保持快速增长。这一板块的扩展，进一步打开了公司未来的成长空间。

同时，热威股份在工业/商用电热

元件方面也取得新突破。相关产品已进入多家国际龙头企业的核心供应链，并在商用电器领域加深了与全球知名企业的合作。通过自动化生产线的业务结构具有战略价值。一方面，民用电器业务为公司带来稳定的现金流；另一方面，新能源汽车电池加热及工业装备中的光伏、储能温控板，则受益于全球能源转型，长期增长潜力清晰。与此同时，新兴业务需要持续的研发投入，例如，耐高温材料等方向，短期可能

对利润率形成压力，但整体契合公司绿色低碳的发展战略。

热威股份在半年报中也提及，未来将继续加大研发投入，围绕电热元件的节能化与智能化方向推进技术创新。同时，公司计划进一步提升产能和交付能力，以满足下游客户多元化和全球化的需求。

展望未来，热威科技董事兼总经理吕越斌对《证券日报》记者表示，公司当前业务主要集中在民用电器电热元件、新能源车电热元件以及工业/商用电热元件三大板块。未来，民用电器电热元件将通过拓展品类和提升区域市场份额实现增长；新能源车电热元件将持续加大研发投入与应用拓展，并积极开拓国内外客户；工业/商用电热元件则将推动多领域技术突破，深化与头部客户的合作。