

方大特钢上半年业绩逆势增长

■本报记者 曹琦

8月27日,方大特钢发布2025年半年度报告。上半年,公司实现归属于上市公司股东的净利润4.05亿元,同比大幅增长148.75%,在钢铁行业整体承压的背景下交出了一份亮眼答卷。

值得一提的是,半年报显示,第二季度末较第一季度末,方大特钢前10名股东中多家机构进行了增持。其中,控股东方大钢铁增持1805.09万股,持股比例增加0.78%,彰显对方大特钢未来经营发展的信心。同时,北上资金、金融机构等投资者跟进投资增持,体现资本市场对方大特钢战略方向、业绩稳健性与成长潜力的持续认可。

打造差异化竞争优势

据中国钢铁工业协会统计,今年

上半年,重点统计钢铁企业累计营业收入为29985亿元,同比下降5.79%;利润总额592亿元,同比增长63.26%;平均利润率1.97%,亏损面23.86%。

在此背景下,方大特钢积极应对强供给、弱需求的市场挑战,坚定执行钢铁行业“三定三不要”经营原则,以效益为导向,走“低成本、差异化、特色化”的发展道路。

“上半年,公司持续推进精细化管理,大力降本增效,同时坚持普特结合的产品路线,抓住商用车市场回暖带动弹簧扁钢需求的市场机遇,系统推进产品结构优化,实现了经济效益大幅提升的良性局面,彰显强劲的市场竞争力。”方大特钢相关负责人对《证券日报》记者表示。

在精细化管理方面,方大特钢一方面通过错峰用电、优化煤气和蒸汽平衡管理等措施,有效降低能源消耗;另一方面通过精准调度、优化运输路径和常态化设备保养,上

半年节约柴油成本19.24万元,油耗同比下降7.17%。这些举措不仅降低生产成本,也为企业绿色低碳发展奠定了基础。

为了实现能源的高效转化,方大特钢深入挖掘钢铁生产制造过程中的余热余气余能用于发电,围绕“低碳消耗循环利用,降低一次能源消耗,提高二次能源利用效率”的操作思路,精心强化生产组织,注重工序间的动态衔接;做好重点设备、关键部位的日常维护保养,及时消除影响发电的不利因素,确保发电机组稳定运行;开展发电攻关,建立挑战奖励机制,制定日发电量、月发电量攻关指标,做到“度电必争、千瓦不让”,有效提升发电效益。

创新推动升级式发展

2025年是方大特钢的“创新年”,公司持续加大研发投入力度,

通过深化产学研合作与跨界战略协同,加速推进传统钢铁制造向智能化、绿色化转型。

今年以来,方大特钢与华为深入推进战略合作,在企业数据治理体系与应用、大模型在钢铁行业的场景应用、信息安全、数字化人才培养等方面开展密切合作,不断丰富企业数据资产、服务共享与应用场景,合力打造钢铁行业大模型和绿色低碳数据中心。

同时,公司与宁德时代的合作在新能源汽车关键部件材料研发与产品验证方面取得实质性进展,部分产品已进入小批量交付阶段,未来将广泛应用于新能源商用车底盘系统。

长期以来,方大特钢将精细化管理延伸至绿色发展中,通过节能技术改造和能源高效利用,推动可持续发展。

上半年,方大特钢深入挖掘余

热余气余热发电潜力,配置高炉煤气余压发电、烧结余热发电等设备,并通过优化生产组织、强化设备维护,确保发电机组高效运行。

此外,方大特钢还通过设备检修和技术改造,提升能源利用效率。据测算,相关改造有望提升关键设备综合效率15%以上,年节约能耗成本约1200万元。这些举措不仅降低了生产成本,也为公司实现“双碳”目标提供了有力支撑。

“上半年,方大特钢以精细化管理为引领,通过全流程降本增效、精准市场拓展、技术创新和绿色低碳发展,实现了业绩的逆势增长。不仅在行业低谷中保持了盈利,更以扎实的举措为未来发展注入了新动能。”上述负责人表示,“未来方大特钢将继续深化精细化管理,推动数字化转型和绿色升级,巩固行业标杆地位,为钢铁行业的高质量发展贡献更多力量。”

一汽解放开辟后市场新赛道

■本报记者 刘钊

近日,一汽解放集团股份有限公司(以下简称“一汽解放”)在无锡正式发布“解放绿动”品牌。未来,一汽解放正式将后市场业务以“解放绿动”品牌独立运营,标志着这家商用车领军企业从“传统卖车”向“全生命周期解决方案提供商”转型迈出关键一步,在行业存量竞争加剧的当下,开辟出一条以绿色循环为核心的后市场新赛道。

一汽解放董事长李胜在品牌发布会后接受《证券日报》记者采访时表示,后市场业务作为一汽解放拓展价值链、优化产业布局、打造新增长极的关键一环,是“再造一个解放”全新构想的重要支撑。

跳出同质化竞争

当前,商用车行业正处于“需求调整、格局重塑”的关键转型期。前端市场“内卷”加剧,产大于销的供需矛盾持续凸显,国内中重卡年新车需求量仅70万辆,而行业保有量却高达千万辆级。在此背景下,一汽解放率先跳出“前端拼销量”的同质化竞争,将目光投向存量市场,以“解放绿动”品牌独立运营后市场,背后是多重战略考量的深度叠加。

李胜表示:“延长车辆生命周期、推动绿色再制造是实现减碳的重要路径。”

当前商用车材料工艺与制造水平已能支撑车辆使用10年甚至20年,过去因行业规范不足,部分车辆8年便面临淘汰,造成资源极大浪费。“解放绿动”通过后市场服务延长车辆使用寿命,既能响应国家“绿色再循环”政策,也能减少资源消耗,与国家组建的制碳集团战略形成呼应。

李胜表示:“新车市场规模有限,但千万辆级的中重卡保有量是所有企业的新机会点。”一汽解放副总经理王志宇进一步补充说,仅解放体系内300万辆在用车辆的全生命周期需求,就构成了近千亿元级的市场空间,若放眼整个商用车行业,市场规模可达万亿级。过去这一领域依赖社会零散资源,服务标准不统一、用户成本高,“解放绿动”的入场,正是要以规范化、专业化服务填补空白,推动行业从“野蛮生长”转向“有序发展”。

对一汽解放自身而言,后市场是其巩固行业地位、实现“提质增效”的关键抓手。作为国内商用车保有量最大的企业,一汽解放具备规范后市场的天然优势。“用户买的不是车,而是运力服务。”李胜强调,过去营销聚焦“成交”,用户购车后面临管车、修车、维保等诸多难题,而“解放绿动”将覆盖从车辆销售到报废的全产业链服务——从备件供应、金融支持到车辆处置、补能服务,通过“原厂级”专业服务提升用户黏性。数据显示,解放汽车用户中多数存在复购需求,做好300万辆存量车辆的服务,既能推动增量市场的复购转化,也能通过用户反馈优化产品,形成“存量促增量”的良性循环。

制定百亿元营收目标

“解放绿动”选择将后市场业务整体迁移至无锡,并与扎根当地多年的解放动力形成协同,为后市场新赛道的落地提供了坚实支撑;清晰的业务布局与明确的营收目标,更让这一战略蓝图具备了可实现的路径。

无锡的产业基础为“解放绿动”提供了得天独厚的条件。作为解放动力的“大本营”,无锡拥有解放动力三大国家级智能工厂,过去五年累计投入40亿元提升制造能力。解放动力总经理董亚洲对《证券日报》记者表示,这一制造优势将直接赋能“解放绿动”:一方面,工厂生产中的代制品、库存件及回收积压件,可成为“解放绿动”再制造业务的低成本原料,减少浪费的同时降低运营成本;另一方面,解放动力的绿色供应链与检测工艺,能为后市场再制造提供技术保障,确保再制造零部件达到原厂标准。

更重要的是,解放动力与“解放绿动”在体系、渠道、资源上实现深度协同。在体系层面,解放动力传承“外学丰田,内学锡柴”的管理经验,叠加一汽解放IPD流程变革,形成高效的内部流程与人才梯队,可为“解放绿动”提供人才与管理支撑;在营销网络层面,解放动力覆盖全国的销售服务网络,将与“解放绿动”共享,实现保内保外业务的无缝衔接,短期内通过人员派驻扶持,长期将形成“产业链延伸、双向赋能”的格局;在资源层面,解放动力在长三角地区积累的政府资源、行业协会资源,将无条件向“解放绿动”开放,助力其快速打开市场。

具体业务布局上,王志宇介绍,“解放绿动”以“绿色循环”为核心,构建起多元业务矩阵。其一,聚焦再制造与备品业务,依托解放动力技术优势,提供与原厂品质一致、价格更具竞争力的再制造零部件及备品,解决用户“老旧车辆换件贵、换件难”的痛点;其二,拓展个性化改装与残值管理,针对用户需求提供车辆定制改装服务,同时为老旧车辆提供专业处置方案,最大化资产残值;其三,整合金融与保险资源,通过与保险公司合作“对赌维修成本”,确保备件正品与维修质量,降低用户保费支出;其四,搭建线上服务平台,未来用户可“一键式”获取备件查询、保养提醒等服务,实现“预见性保养”——例如通过数据监测提前推送“刹车片更换”“离合保养”提醒,避免车辆抛锚造成损失。

一汽解放提出,“解放绿动”2028年营收将突破100亿元,2030年突破130亿元。这一目标并非空谈:发布会现场10亿元的签单额已奠定开局基础;随着再制造产能释放、线上平台上线及合作伙伴网络扩张,“解放绿动”逐步释放增长潜力。李胜强调:“百亿元目标的核心不是规模,而是通过后市场服务降低用户TCO(总拥有成本),推动行业减碳,为中国汽车工业树立后市场标杆。”

蜜雪集团全球化战略稳步推进

■本报记者 李静

8月27日,蜜雪冰城股份有限公司(以下简称“蜜雪集团”)公布2025年中期业绩。上半年,蜜雪集团实现收入148.7亿元,同比增长39.3%;实现净利润27.2亿元,同比增长44.1%。

蜜雪集团相关人士对《证券日报》记者表示,各项业绩的稳健增长,得益于公司持续打造并强化以“供应链+品牌IP+门店运营”为核心的综合竞争力,进而实现“三位一体”的总成本领先。

全球门店数量超过5万家

截至2025年6月30日,蜜雪集团全球门店数增至53014家,较去年同期新增9796家门店,门店网络覆盖中国及12个海外国家。

内地市场方面,今年上半年,蜜雪集团在各线城市门店数均保持稳健增长,并加大对下沉市场的深度覆盖。截至上半年,蜜雪集团来自三线及以下城市的门店数达到27804家,占内地门店比例达到57.6%,较去年同期新增5707家门店。

“下沉市场具有庞大的消费群体和广阔的发展空间。蜜雪集团通过精准的市场定位和合理的价

格策略,成功吸引了下沉市场的消费者。同时,其完善的供应链体系和门店运营模式,也为在下沉市场的扩张提供了有力保障。”广东省食品安全保障促进会副会长朱丹蓬对《证券日报》记者表示。

同时,蜜雪集团的全球化战略稳步推进,持续深耕东南亚市场,助力门店可持续稳健经营,并不断开拓新市场。截至2025年6月30日,蜜雪集团在中国内地以外开设约4700家门店。

品牌IP建设与产品创新亦成为业绩增长的重要驱动力。在线下,蜜雪集团于郑州打造的品牌旗舰店集合了产品体验、文化传播与IP展示,“五一”期间客流量超24万人次。

“品牌旗舰店不仅是产品销售的场所,更是品牌文化传播和消费者体验的重要平台。”福建华策品牌定位咨询创始人詹军豪在接受《证券日报》记者采访时表示:“蜜雪集团通过打造具有特色的品牌旗舰店,提升了品牌的知名度和美誉度,吸引了大量消费者前来体验和消费。周边产品的热销也进一步拓展了品牌的盈利渠道。”

线上方面,“雪王”IP通过内容创新持续引爆社交平台。截至上半年,“蜜雪冰城”话题在抖音累计播放量突破542亿次。值得注意的



是,蜜雪集团还推出多语言版《雪王驾到》动画片,加速品牌全球化传播。

供应链强基固本

业绩的增长,也离不开强大的供应链建设。上半年,蜜雪集团持续发力供应链体系建设。截至2025年6月30日,蜜雪集团在内陆共设有29个仓库,较去年同期新

增两座仓库,在4个海外国家建立本地化的仓储体系和配送网络,有力地支持全球门店的持续扩张。

目前,蜜雪集团的采购网络已覆盖全球六大洲、38个国家,确立显著的规模采购优势,持续深入源头为消费者提供高质平价的产品。今年5月份,蜜雪冰城与巴西签下40亿元意向“采购大单”,进一步扩大对全球优质原料采购的同时,更好地支持业务全球化发展。

在生产端,蜜雪集团在内陆建立五大生产基地,70余条智能生产线。目前,蜜雪集团门店使用的核心饮品食材实现100%自主生产。

詹军豪表示:“自主生产能够更好地控制产品质量和生产成本。蜜雪集团通过建立五大生产基地和智能生产线,实现了核心饮品食材的自主供应,确保了产品的稳定性和一致性,为品牌的发展提供了坚实的基础。”

复星医药新任董事长首次公开亮相

■本报记者 金婉璐

8月27日,上海复星医药(集团)股份有限公司(以下简称“复星医药”)举办业绩说明会。

复星医药董事长陈玉卿在会上表示,创新一定是复星医药未来发展的重中之重,公司将聚焦制药与高值器械两部分持续深耕。

上半年,复星医药实现营收195.14亿元。其中,创新药品收入超43亿元,同比增长14.26%。

陈玉卿于今年4月份开始担任复星医药执行董事、董事长,并全面负责复星医药的战略,以及与战略目标匹配的组织发展、团队培养和人才储备等重要工作。此次业绩说明会是陈玉卿上任后的首次

公开交流。

持续推进精益管理

陈玉卿面对的任务并不轻松,如何提质增效,恢复利润增速是外界关注的主要话题。

从半年报来看,降本和整合是复星医药2025年上半年的主要任务。一方面,公司推进精益管理,着力提升运营效率和盈利空间。上半年,复星医药销售费用、管理费用、研发费用分别同比降低1.29%、1.76%、7.79%。另一方面,复星医药持续推进非战略非核心资产的退出和整合,集中资源聚焦核心业务,以实现资产结构的优化和资产效能的提升,加速资金回流,今年以来已签约处置项目总额超20亿元。

复星医药今年上半年实现归母净利润17.02亿元,同比增长38.96%;经营性现金流同比增长11.90%,达21.34亿元。对此,陈玉卿表示:“公司经营所面临的挑战无处不在,要成为一个伟大的企业,一定要在多元环境下奋勇崛起。”

记者注意到,复星医药研发费用降低了近8%,这在药企中较为罕见。对此,陈玉卿解释称,这主要系公司降低了对仿制药业务板块的研发投入。“上半年,我们在仿制药的研发投入减少了1.4亿元,但是创新药的投入比例提升了5个百分点。”

海外产品利润大增

从收入端来看,制药业务依然是复星医药的核心营收来源。今年

上半年,复星医药制药业务、医疗器械与医学诊断业务、医疗健康服务业务分别实现营业收入139.01亿元、19.55亿元、35.92亿元。

具体来看,在创新制药领域,陈玉卿透露,复星医药创新药品的成长动力主要来源于三大成熟的研发主体:复宏汉霖主要聚焦抗体药物和ADC药物,全球研发中心聚焦小分子药物,复星凯瑞聚焦细胞治疗技术。

复星医药子公司复宏汉霖2025上半年实现营收28.20亿元,同比增长2.7%;毛利润约21.99亿元,同比增长10.5%;净利润为3.90亿元。各项数据中,最引人关注的是复宏汉霖的海外业绩增速,其上半年海外产品利润(包括海外产品供货毛利及基于商务的特许权使用费利润)相比去年同期增长超200%,主要系产

品在美国市场的销售放量所致。

陈玉卿表示,在研发策略上,复星医药聚焦实体瘤、血液瘤、免疫炎症等核心治疗领域,持续丰富产品组合,并积极向慢病(心脑血管、肾脏与代谢)、中枢神经系统领域拓展布局。“基于复星医药的临床资源体系,把各个子公司的优势聚焦在一起,发挥出协同效应。”陈玉卿称。

今年以来,A股创新药板块迎来较大估值修复。中国企业资本联盟中国区首席经济学家柏文喜对《证券日报》记者表示,创新药“拔估值”临近尾声,正进入“业绩”行情。“随着各大创新药企陆续披露的创新药收入、海外里程碑到账、医保放量数据等,行情将从‘炒预期’进入‘验真章’阶段,将进入精选个股、看业绩吃饭的第二赛程。”

丽尚国潮:各区域主业均显示出发展韧性

■本报记者 桂小笋

8月27日,兰州丽尚国潮实业集团股份有限公司(以下简称“丽尚国潮”)召开2025年半年度业绩说明会,丽尚国潮董事长吴小波,副总经理、董事会秘书王磊,财务总监吴小洋等高管就业态融合、新零售发展策略、现金流等问题与投资者进行了沟通。

丽尚国潮的半年报显示,报告期内,公司实现营业收入32339.67万元,同比下降9.07%;实现归属于上市公司股东净利润7973.18万元,同比增长9.46%。

业绩说明会上,王磊在回答《证券日报》记者提问时表示,公司2025

年上半年各区域业绩均稳中有进,旗下杭州环北、南京环北两大服装批发专业市场贡献显著,实现营收2.21亿元,同比增长0.32%;以兰州亚欧大厦为核心的商贸百货零售业务上半年实现营业收入6414.92万元,同比下降0.42%;以兰州亚欧国际大厦为核心的商业管理业务实现营业收入2237.88万元,同比增长7.83%。各区域主业均显示出一定发展韧性。

公司经营活动产生的现金流量净额有明显好转。对此,吴小洋告诉投资者,主要是去年同期新零售业务预付采购货款现金流出,本期收回新零售业务上半年末应收款项,导致现金流入增加。

公开信息显示,丽尚国潮2025年

计划“关注新赛道发展机会,寻求外延发展”,因此,投资者关心公司是否会用并购的方式来发展业务。对此,王磊表示,目前,暂无具体标的。

吴小波介绍,丽尚国潮差异化优势在于核心商圈自有物业(杭州风起势、南京夫子庙、兰州中山桥等)、数智化管理经验及稳定商户资源,2025年上半年通过商户赋能、跨市场联动进一步强化。其中,公司与华住集团合作的中高端商旅新标杆兰州亚欧国际云阁城际酒店开业运营,客流吸附能力与消费场景体验大幅升级,区位优势向“复合化、高附加值”延伸。

公开信息显示,丽尚国潮聚焦智慧化升级与业态创新,在专业市场、商贸百货零售、新零售三大板块

协同推进。

“上半年,公司通过业务结构调整与对外投资风险管控,减少应收账款减值和长期股权投资减值的计提规模,直接减少了资产减值损失对利润的侵蚀。公司旗下的专业市场管理业务营收有所增长,同时,公司全面梳理各项成本费用,降低甚至消除低效费用,积极与各银行协商降低财务成本。未来,主营业务经营也将延续其发展韧性,实现稳中有进,前期投资项目风险也将得到更好控制。”吴小波在回复《证券日报》记者时表示,目前,公司新零售业务涵盖运营与服务两大板块。

报告期末,主要负责公司新零售业务的丽尚美链不再纳入公司合并报表范围。公司将持续关注新赛道发展机会,寻求外延发展,紧抓消费复苏契机,全力拓展重要渠道资源,探索新消费新零售板块的重要机会。

对于围绕主业展开的产业链升级,吴小波向投资者解释,公司短期内聚焦专业市场数智化转型,升级业务运营、采批系统,实现管理升级和高效决策;百货零售方面深度精细化运营,改造升级业态、优化品类,推动商贸零售业务恢复。

长期将从经营资产到经营用户再到经营产业进行产业链升级,融合数字化业务主体为主业赋能,形成以主业为核心的内部生态圈。资源投入将集中在数字化平台建设(物流、采批平台)、业态改造、团队建设等方面。