

走民企说创新

小菜园：以长期主义深耕大众餐饮赛道

■本报记者 李静

从安徽铜陵走到港交所，小菜园国际控股有限公司(以下简称“小菜园”)用13年时间证明：餐饮业的“长坡厚雪”，不在资本的狂飙中，而在顾客碗里、在员工的笑容里、在供应链的每一环精密咬合中。

小菜园赴港上市后的首份半年报显示，今年上半年，公司实现收入、净利双增长。在餐饮行业存量竞争加剧的当下，公司交出的这份成绩单颇为不易。

近日，《证券日报》记者来到安徽铜陵，实地探访小菜园首店，并与小菜园高管们进行了面对面的交流，从公司的“慢哲学”中思考中式餐饮的发展之道。

“合伙人制度”护航企业发展

铜店是小菜园开设的第一家门店，这家坐落在铜陵市铜官区的门店，一楼仅有门面，餐厅开在二楼。作为公司首店，店内展示着小菜园的企业愿景、发展目标等信息。走进会议室，两面“照片墙”更是生动展现了企业的发展故事。

2012年，小菜园正式注册。此后，在2018年开出第100家店；2019年一年就新开了100家店；2025年计划开出800家店。2024年12月20日，小菜园在港交所上市，发行价8.5港元/股，募集资金8.6亿港元。截至2025年8月28日，公司市值达131亿港元。

事实上，小菜园的扩张密码，就藏在其独特的“合伙人制度”中。小菜园副总经理田春永对《证券日报》记者表示：“每家新店由区域经理、厨师长、店长共同持股。”这种模式将员工利益与门店业绩深度绑定，解决了餐饮业人才流失的痛点。

在小菜园创始人、董事长汪书高的办公室里，两块白板密密麻麻地写满了数字和工作计划。这里既有一周门店的营业额、堂食桌数、外卖数量，还有每个月的工作计划。汪书高对《证券日报》记者表示：“早年在上海做厨师时，工作不稳定，餐食简陋，一度连吃数月土豆。那时就设想，有朝一日一定要让厨师和服务员过上更有尊严的生活。”

对于定位大众餐饮的小菜园来说，做平价菜并不是出于某种经营定位的需要，更像是一种“实在经营”的哲学。提供“好吃不贵”的美食是小菜园的本能，也是汪书高团队坚持的长期主义理念。

在复杂的市场环境里，餐饮企业存量竞争加剧，行业洗牌加速。一方



图①小菜园公司办公处

图②小菜园餐饮门店

图③小菜园门店服务员正在给顾客结账

图④小菜园公司的配送车

李静/摄

面，消费者对于餐饮的品质和性价比要求越来越高，促使餐饮企业不断提升自身实力和服务水平，以满足消费者的需求；另一方面，原材料价格的波动、人力成本的上升以及市场竞争的加剧，给餐饮企业带来了巨大的压力，其必须不断创新和优化运营模式，才能在激烈的市场竞争中脱颖而出。

小菜园公布的2025年半年报显示，上半年，公司实现营收27.14亿元，同比增长6.5%；公司股东应占利润为3.82亿元，同比增长35.7%。从业务结构看，上半年小菜园堂食收入同比增长2.2%至16.47亿元；外卖收入同比增长13.7%至10.57亿元，对应外卖订单数量由去年同期的1280万笔增至1680万笔。

汪书高表示，这几年很多餐饮老板都感受到经营不易，其实是因为餐饮高速增长的时代过去了，企业必须要接受现状，给顾客提供实惠平价的品质食品。“上半年小菜园利润大涨主要是因为门店模型的优化，把300平方米左右的店优化到了220平方米左右，这是当前小菜园探索出的最佳

门店盈利模型。”

构建稳定高效供应链

在许多餐饮企业热衷噱头的当下，小菜园坚持用一种最朴实的方式做经营——他们把开饭店比作“种庄稼”，坚信只有肯下“笨功夫”，实实在在，才能走得长远。

小菜园如今的好成绩背后，供应链建设功不可没。在餐饮行业同质化竞争日益激烈的今天，供应链的稳定与高效成为了企业脱颖而出的关键因素。

在调研中，《证券日报》记者偶遇了小菜园的配送车卸货。5L农夫山泉桶装水、鸿亿环保密封食品器具、农夫西瓜、正大鲜鸡蛋、古井贡酒等品牌物资被厨房员工从冷链车上卸下来，再搬到后厨。据了解，每天一大早，都会有这样的配送车穿梭在铜陵及其他城市的大街小巷，为小菜园餐厅配送最新鲜的原材料。

而在小菜园的马鞍山供应链基地，自动化生产线将食材进行分拣包装，然后通过冷链车24小时内送达全

国门店。“我们已建成15个区域分仓，每个分仓每日服务40家至60家门店，确保食材新鲜、当日准时配送。”供应链相关负责人王婷如此表示。

截至目前，小菜园逐步实现了从早期门店自主采购，到分仓集中采购，再到如今建立起全覆盖的全冷链仓储物流体系。通过自采自配的模式，小菜园实现了百分之百的统一采购与配送，全面强化了食材的新鲜与安全性。

这种“超前布局”也源于对行业痛点的深刻认知。2023年，小菜园启动“源头直采”计划，与农户签订保底收购协议，减少中间环节，成本降低。

更值得关注的是，马鞍山新工厂投资达4.5亿元，预计今年年底或明年年初投产，设计产能可支撑3000家门店。该工厂将进一步提升净菜加工与标准化生产能力，为食品安全和供应链效率提供坚实支撑。

种庄稼需要春耕秋收，做餐饮亦需厚积薄发。小菜园对“实在经营”哲学的践行，再一次证明，在餐饮江湖中，唯有坚持长期主义，才能真正获得市场认可。

新势力车企8月份交付榜单出炉

■本报记者 刘钊

9月伊始，各大造车新势力企业纷纷晒出8月份交付成绩单。在竞争激烈的新能源汽车市场中，部分企业凭借产品优势、营销策略持续发力，交付量数据颇为亮眼，展现出行业发展的新态势。

中国汽车流通协会相关负责人表示，8月份车市整体运行平稳。8月上半月，受汛期高温多雨天气影响，终端消费受到一定抑制。进入下半月，随着天气转凉、开学季购车刚需释放，以及818购车节、多地车展促销活动启动和新车密集上市，市场利好因素不断叠加。加之第三批以旧换新资金下达，终端客流回升有效缓解了观望情绪，共同推动市场需求释放。

具体来看，零跑汽车在8月份再次展现出强劲的市场竞争力，交付量达5.71万辆，同比增长超88%，连续6个月稳居新势力交付量榜首，且再次突破自身交付纪录。零跑汽车在财务表现上也十分出色。财报显示，公司上半年实现净利润0.3亿元，首次实现半年度净利润转正，成为继理想汽车之后，中国造车新势力中第二家实现半年度盈利的企业。

鸿蒙智行延续强劲的增长势能，8月份交付新车4.46万辆，全系累计交付突破90万辆。目前，鸿蒙智行已形成“五界十车”完善的产品矩阵，覆盖多元用户需求。

小鹏汽车8月份交付新车3.77万辆，同比增长169%，创下最高单月交付量。全新一代小鹏P7的推出成为交付量增长的重要驱动力。8月27日，全新一代小鹏P7正式上市，公司宣称上市7分钟大定突破万辆，创小鹏汽车新车上市最快破万纪录。

凭借全新ES8和乐道L90的热销，蔚来汽车8月份交付新车3.13万辆，同比增长55.2%，创历史新高。其中，蔚来品牌交付新车1.05万辆；乐道品牌交付新车1.64万辆；firefly萤火虫品牌交付新车4346辆。蔚来汽车通过多品牌战略，覆盖了不同细分市场，满足了多样化的用户需求。

小米汽车8月份交付超3万

辆，延续了7月份的良好势头，展现出稳定的市场表现。小米汽车在在售车型两款，小米SU7交付趋于稳定，小米YU7订单持续攀升。虽然总交付量尚未有大幅提升，但随着产能逐渐释放，未来交付量增长值得期待。

昔日销冠理想汽车上月失守月交付3万辆的水平线，8月份交付新车2.85万辆。理想MEGA作为旗舰MPV车型，8月份交付量突破3000辆，连续两个月夺得50万元以上MPV及纯电车型交付量双冠军。7月底上市的理想i8正在加快生产进度，有望为理想汽车在后续带来新的交付量增长点。

极氪科技集团8月份交付量达到4.48万辆，同比增长10.6%，环比增长1.5%，连续6个月交付超4万辆。其中，极氪品牌交付1.76万辆，环比7月份增长3.8%。领克品牌8月份交付2.72万辆，领克900累计交付突破2万辆，单周交付量跻身高端全尺寸混动SUV第一。

此外，东风奕派科技8月份交付2.91万辆，同比增长62.39%，环比增长4.89%。今年前8个月累计销量16.38万辆；广汽埃安8月份交付量为2.70万辆，广汽埃安在8月份新能源品牌自建快充桩数量持续位居榜首，在泰国、新加坡等地稳居纯电交付量前三；东风岚图汽车8月份交付1.35万辆，同比大幅增长119%；阿维塔、智己汽车和极石汽车8月的交付量分别为1.06万辆、6108辆和1358辆。

中国欧洲经济技术合作协会智能网联汽车分会秘书长林示在接受《证券日报》记者采访时表示，整体来看，新能源汽车市场在8月份保持了增长势头，车企通过产品创新、技术合作等方式在市场中抢占份额，未来的竞争将更加激烈。

9月份将进入“金九银十”汽车行业传统旺季，叠加国补资金全面落地及地方购车补贴密集跟进，消费者观望情绪有望加速缓解。中国汽车流通协会上述负责人表示，随着“金九银十”传统销售旺季的到来，以及更多新车上市，造车新势力在接下来的几个月将面临更多机遇与挑战，市场竞争也将愈发激烈，消费者有望迎来更多优质的新能源汽车产品与服务。

梦网科技详解终止重大资产重组原委

■本报记者 李勇

9月1日，梦网云科技集团股份有限公司(以下简称“梦网科技”)召开终止发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金暨关联交易事项投资者说明会，就交易终止的原因及公司未来的规划打算，与投资者进行了深入的交流。

梦网科技的此次收购始于今年年初。1月1日晚间，梦网科技公告披露正在筹划通过发行股份及支付现金方式购买杭州碧橙数字技术股份有限公司(以下简称“碧橙数字”)控股权，公司股票自1月2日开市起停牌。

十多天后，梦网科技披露交易预案，公司股票于1月16日复牌。此后，随着相关审计及尽职调查等工作的完成，梦网科技于6月26日披露的交易草案显示，碧橙数字100%股权最终交易价格确定为12.80亿元。同时，公司还拟募集配套资金不超过8.30亿元。8月25日，梦网科技召开的股东大会审议通过了交易草案及相关议案。

8月27日，梦网科技在半年报中还对此次收购进行了重点说明，称公司截至半年报披露，除报告中披露的风险因素外，尚未发现可能导致公司董事会或者交易对方撤销、中止或者对本次交易方案作出实质性变更的相关事项。

不过值得注意的是，在半年报披露后，8月28日，梦网科技召开第九届董事会第四次会议，审议通过相关议案，同意公司终止本次交易事项。此番变化也引发广泛关注。

据梦网科技在终止交易公告中披露的原因，本次交易对手方之一杭州碧橙企业管理合伙企业(有限合伙)(以下简称“杭州碧橙”)于8月28日因合同纠纷收到法院传票，其所持有的1051万股碧橙数字股权被冻结。

公开信息显示，杭州碧橙共持有碧橙数字1990.43万股，占其总股本的16.42%，系碧橙数字第三大股东，也是此次交易的业绩承诺方。梦网科技在公告中称，杭州碧橙对本次交易影响较大，上述股权处于冻结状

态，存在限制转让的情形，经公司充分审慎研究及与交易对方友好协商，决定终止本次交易。

8月27日尚未提及异常，8月28日却召开董事会决定终止交易，公司是否提前知悉相关情况未及及时披露？尽职调查是否充分？对此，在此次说明会上，梦网科技董事长余文胜回复称：“公司于8月28日当日知悉该股权冻结事项，知悉后立即召开了审议本次重组终止的董事会并于当晚向投资者披露相关公告，不存在提前知悉重大事项而未及时披露的情形。”

据梦网科技副总裁、职工董事、董事会秘书马立军在说明会上对杭州碧橙所持股权被冻结情况的介绍，因合同纠纷，杜鹏起诉杭州碧橙要求其提前支付未到期的股权转让尾款，并申请了财产保全，申请对杭州碧橙持有的碧橙数字1051万股股权进行冻结。

公开信息显示，梦网科技是国内领先的云通信服务商，经过多年发展，公司已建立起为客户提供多格式、跨平台、低延时、广覆盖的综合通信平台服务能力。对于此次收购碧橙数字，梦网科技也极为看重，并在公告中称预计可以产生协同效应，强化双方的竞争优势，优化公司业务结构，增强抗风险能力，创造更大的商业价值。

在此次说明会上，就交易终止的影响，余文胜回复称：“目前公司生产经营情况正常，终止本次重大资产重组不会对公司的生产经营和财务状况造成重大不利影响。”

公开数据显示，历经2021年至2023年的持续亏损后，梦网科技2024年刚刚完成扭亏。公司披露的半年报显示，今年上半年，公司实现营业收入15.39亿元，同比下降33.89%；归属于上市公司股东的净利润923.99万元，同比微增0.05%。

对于投资者关注的终止收购后的发展和战略问题，余文胜表示：“公司将通过聚焦云通信核心业务、深化AI与通信融合、拓展国际市场、战略性投资以及严格控制成本，持续提升公司业绩。”

产品量产交付驱动多家AI眼镜产业链公司业绩增长

■本报记者 李万晨

2025年上半年，全球消费电子行业持续复苏，AI眼镜行业迎来良性成长。据Choice金融终端数据库统计，截至9月1日，在AI眼镜板块的103家上市公司中，有48家公司今年上半年业绩同比向好，多家公司在半年报中明确表示，AI眼镜产品已于上半年完成量产交付，成为驱动公司业绩增长的重要动力。

“今年上半年，AI眼镜行业的核心突破在于产品属性的根本性转变。”深圳市湾咨咨询管理有限公司首席经济学家邱思翔在接受《证券日报》记者采访时表示，“当前AI眼镜正从传统的‘辅助工具’向兼具AI智能助理属性的‘随身终端’演进，这一转变让AI眼镜成为消费电子领域最具潜力的热门赛道。随着行业热度逐步攀升，下半年各企业的交付量或将进一步提升。”

多家企业上半年业绩增长

北京洛谷合图科技有限公司(洛图科技)最新发布的数据显示，2025年上半年，中国智能眼镜市场的全渠道零售量为46.8万台，同比增长148%。

记者梳理公告发现，多家产业链公司上半年实现业绩增长。例如，深

圳市则成电子股份有限公司上半年实现归母净利润1145.87万元，同比增长11.52%。公司在半年报中提及，AI眼镜相关产品在报告期内已实现批量订单交付，为公司营业收入的增长带来新引擎；同时，公司新开发的AI眼镜类产品项目进入量产阶段。

蓝思科技股份有限公司上半年实现归母净利润11.43亿元，同比增长32.68%。公司半年报显示，上半年公司在光波导镜片良率优化与高精度自动化组装等核心工艺领域实现突破，并成功实现对国内头部客户AI眼镜整机的规模化量产交付，未来将与更多全球穿戴头部企业合作，充分受益于行业的快速发展。

歌尔股份有限公司2025年上半年实现归母净利润14.17亿元，同比增长15.65%。公司在半年报中提到，精密零组件业务及智能硬件业务板块中的AI智能眼镜、智能可穿戴等细分产品线业务均进展顺利。

此外，苏州卓兆点胶股份有限公司上半年实现归母净利润2678.27万元，较去年同期实现扭亏为盈。公司在半年报中表示，在视觉检测领域及Meta AI眼镜领域均已获得千万级量产订单，量产交付进展顺利。

北京科方得科技发展有限公司研究负责人张新原在接受《证券日报》记者采访时表示，AI眼镜产业链

上市公司密集宣布产品进入量产交付阶段，这不仅意味着行业正式进入技术研发、概念验证迈入规模化商用落地的全新阶段，更标志着产业成熟度的显著提升。更关键的是，量产交付也为光学显示、传感器等核心元器件企业，以及电池、精密结构件等供应商带来了实实在在的订单增量，从而推动其业绩提升，形成协同增长生态。

市场空间广阔

IDC(国际数据公司)预测，2025年全球智能眼镜市场出货量将达到1451.8万台，同比增长42.5%；2025年中国智能眼镜出货量将达到290.7万台，同比增长121.1%。

“上半年AI眼镜行业的良性成长，离不开利好政策落地、核心技术突破以及市场需求增加等多重因素支撑。进入下半年，随着消费电子传统旺季的到来，AI眼镜行业有望实现从‘量增’到‘量质齐升’的转变。”中国电子商务专家服务中心副主任郭涛在接受《证券日报》记者采访时表示。

政策层面，8月26日，国务院印发《关于深入实施“人工智能+”行动的意见》，明确推动智能终端“万物智联”，培育智能产品生态，大力发展智能网联汽车、人工智能手机和电脑、智能机

器人、智能家居、智能穿戴等新一代智能终端，打造一体化全场景覆盖的智能交互环境。

上海、浙江等地更是将AI眼镜纳入补贴范围。例如，上海在今年年初将智能眼镜等产品纳入数码产品补贴范畴，有效期至2025年12月31日。浙江印发的《关于支持人工智能创新发展的若干措施》提出，将智能家居机器人、智能眼镜、智能仿生、智能健康等产品纳入消费品以旧换新补贴范围，按照产品售价的15%，给予最高2000元/件补助，有效期至2027年12月31日。

商务部研究院副研究员洪勇在接受《证券日报》记者采访时分析称，AI眼镜领域的竞争才刚刚拉开帷幕，市场格局尚未固化，核心元器件研发、整机组装、技术方案提供、内容应用开发等各个环节，都存在巨大的应用潜力。进入下半年，随着更多厂商推出新品及技术持续迭代，AI眼镜的功能与智能化水平将不断提升，这也对核心器件的性能、功耗提出了更高要求。

“这些需求将倒逼企业加速产品迭代，通过轻量化设计优化产品形态，并拓展多元化功能，推动AI眼镜覆盖办公、医疗、娱乐等更多应用场景，最终有望实现产品市场渗透率与用户体验的双重飞跃。”洪勇进一步表示。