

顺丰控股启动10亿元回购计划

首期耗资4978.25万元,回购118.5万股

■本报记者 王镜茹

9月3日晚间,顺丰控股股份有限公司(以下简称“顺丰控股”)发布公告,已通过集中竞价方式回购公司A股股份118.5万股,耗资约4978.25万元。这意味着公司于今年4月底公布的总额不低于5亿元、不超过10亿元的回购计划正式进入实施阶段。

根据顺丰控股此前披露的方

案,此次回购是“基于对未来发展前景的信心和对自身价值的高度认同”,回购股份种类为A股社会公众股,价格上限为每股60元(因实施权益分派调整为59.56元),回购期限为自董事会审议通过之日起12个月内。

据悉,9月3日的首期回购行动,平均成交价为42.01元/股,回购股数占公司目前总股本的0.02%。

2025年上半年,顺丰控股实现营

业收入1468.58亿元,同比增长9.26%;归属于母公司股东的净利润57.38亿元,同比增长约19.3%。

充沛的现金流是公司抵御风险、进行战略投资以及执行股份回购和分红等股东回报计划的关键。上半年,公司经营产生的现金流量净额达到129.37亿元,展现了强大的“造血”能力。

此外,在扩大业务规模的同时,公司还保持了稳健的财务杠杆和健康的

资产结构。截至2025年6月30日,公司资产负债率为51.35%,相比2024年末的52.14%略有下降。

顺丰控股相关负责人在近期接受机构调研时表示,上半年国内物流市场保持稳定韧性增长,新质生产力的物流需求成为行业重要增长机会点。展望下半年,顺丰控股将坚持做强产品力,减节点、强直发、拓覆盖、牵引优质货源入网,让快运业务的量本利飞轮运行得更加有效。

中国家电军团将强势亮相IFA2025

■本报记者 贾丽

9月份,全球消费电子行业的聚光灯再次投向柏林。9月5日至9日,一年一度的IFA2025(2025年德国柏林国际消费电子展览会)将正式举行。作为行业技术演进与市场风向的关键节点,本届展会将迎来更激烈的“AI竞赛”。

海尔、美的、长虹、TCL、海信、格力等中国家电品牌将以最新AI技术与场景化产品高调亮相,集中展现中国智造的技术领先性,并以扎实的海外市场业绩印证“智造出海”战略的深化。

AI成为标配

与往年聚焦单一产品功能升级不同,今年中国企业展出的技术更强调“全域互联”“主动智能”和“个性化适配”。

据了解,四川长虹电器股份有限公司(以下简称“长虹”)将亮相更具“东方智慧”的AI家电,并展现科技与体育跨界融合的魅力;海信视像科技股份有限公司以及海信家电集团股份有限公司(以下简称“海信家电”)等海信系公司此次参展的重头产品是世界首款有着AI算法的RGB-Mini LED背光电视;TCL科技集团股份有限公司(以下简称“TCL”)将带来人工智能电视、AR智能眼镜、智能座舱等,并进行TCL AI机器人的欧洲首秀。除了众多家电企业参与外,IFA近年来品牌多元化趋势愈发明显。据悉,荣耀、联想、大疆、正浩等多个品牌也将在此次大会上亮相。

“IFA2025是一个观察全球家电以及科技产业发展态势的重要窗口。中国品牌厂商已经不再仅仅是参展商,而是正在成为相关技术的重要定义者和推动者。它们通过AI等新兴技术,将‘主动智能’和‘全域互联’融入终端,成为推动全球家电技术进步的主力军。”中国联合国采购促进会副秘书长宋嘉对《证券日报》记者表示。

中国家用电器商业协会秘书长张剑锋在接受《证券日报》记者采访时表示,今年,家电企业在海外市场呈现三大趋势:其一,AI从“卖点”走向“标配”;其二,绿色智能成为出口竞争力;

其三,场景融合打破行业边界。

软硬实力双提升

近年来,中国家电企业借助体育赛事等在海外营销上持续发力,国际品牌影响力与日俱增。

例如,长虹与多项国际顶级体育赛事合作,近两年更是频繁发力冰雪赛事,成为国际雪联滑雪大跳台世界杯官方合作伙伴,并且联合德国保时捷网球大奖赛,赞助德国网球协会(DTB)轮椅网球公开赛等;海信多次赞助欧洲杯,今年也是世俱杯VAR技术官方合作伙伴;TCL三次为美洲杯赛事提供VAR设备及技术支持,深化全球体育营销布局。

宋嘉认为,家电企业在体育赛事领域的布局清晰,通过体育IP和多元化布局,加速自主品牌走向全球多地。

家电品牌成为IFA主力军的背后,也展现出企业从“出口贸易”向“本土化运营”的战略转变。在通过国际赛事加速提升品牌国际化“软实力”的同时,企业也在不断夯实出海“硬实力”。

目前,海尔智家股份有限公司等多家家电企业已经在欧洲实现研发、制造、营销一体化,同时,美的集团股份有限公司在意大利建立基地以及智能家电研究院等,TCL在波兰的工厂产能得到大幅提升。

家电企业也在增强“内功”,将国内基地打造为向海外输出的重要源头。据了解,作为长虹重要的出海基地,中山基地以完善的产业链布局、高效的生产能力与便捷的物流优势,为长虹“出海”供应提供坚实支撑。

在一系列布局之下,家电企业的海外业绩成为亮点。多家家电上市公司2025年半年报显示,海外市场成为业绩增长重要引擎。TCL智家上半年海外市场收入72.47亿元,同比增长8.99%;海外自有品牌业务同比增长66%;海尔智家上半年海外收入为790.79亿元,占营业收入比例为50.53%;海信家电海外营收204.51亿元,同比增长12.34%。

“IFA2025不仅是中国家电企业的技术秀场,更是其全球化战略进入新阶段的标志。”中国电子视像行业协会秘书长董敏向记者表示,随着全球市场对智能、绿色、融合需求不断提升,“中国智造”在国际舞台的竞争力有望进一步提升。

新势力车企上半年盘点:零跑首度盈利 小鹏交付量暴增

■本报记者 刘钊

随着蔚来汽车、理想汽车、小鹏汽车、零跑汽车四家上市新势力车企陆续披露半年度财报,上半年的行业格局逐渐清晰。

今年上半年,零跑汽车凭借规模效应与成本控制首次实现半年度净利润转正,成为除理想汽车之外第二家实现半年度盈利的新势力车企;小鹏汽车则以交付量、营收双翻倍的亮眼表现,展现出强劲的增长动能;而理想汽车与蔚来汽车虽在产品矩阵与技术研发上持续发力,但受市场竞争、产品结构调整等因素影响,仍面临营收微降或亏损收窄的压力。

整体来看,新势力行业已从“规模扩张”阶段逐步迈向“盈利攻坚”与“技术突围”并行的新阶段,企业间的分化态势进一步加剧。

零跑、小鹏突飞猛进

在四家新势力企业中,零跑汽车无疑是今年上半年最大的“黑马”。

财报数据显示,零跑汽车上半年实现营收242.5亿元,同比大幅增长174.0%;毛利率飙升至14.1%,较2024年同期提升13个百分点,创公司成立以来新高;值得关注的是,其权益持有人应占净利润达0.3亿元,首次实现半年度盈利,经调整后净利润(非国际财务报告准则)更是达到3.3亿元,摆脱了此前的亏损境地。

零跑汽车的盈利突破并非偶然,而是其规模效应与技术自研共同作用的结果。今年上半年,零跑汽车总交付量达22.17万辆,位居中国新势力品牌销量榜首,同比增长155.7%;7月份交付量进一步增至5.01万辆,成为2025年以来唯一单月交付超5万台的新势力车企。此外,零跑汽车的全球化布局也为业绩增色,上半年出口2.04万辆,欧洲市场订单量持续攀升。零跑汽车副总裁李腾飞表示,公司在海外市场不追求高毛利率,希望更快地打开市场,能够让品牌和产品站得住脚,更希望明年海外销量能够翻倍增长,后年基于明年的销量水平实现成倍增长。

小鹏汽车则以“高增长”姿态领



跑行业,展现出强劲的复苏动能。今年上半年,小鹏汽车累计交付19.72万辆汽车,较2024年同期激增279%;营收规模达340.9亿元,同比增长132.5%,其中汽车销售收入312.5亿元,同比增幅高达152.8%。

在盈利指标上,小鹏汽车的改善同样显著。其上半年毛利率提升至16.5%,较2024年同期增加3个百分点;汽车毛利率更是从6.0%飙升至12.6%,连续8个季度实现增长,第二季度汽车毛利率进一步增至14.3%,创历史新高。截至6月30日,小鹏汽车在手资金达475.7亿元,为后续技术研发与市场扩张提供了充足保障。小鹏汽车创始人、董事长何小鹏强调,从第三季度开始,小鹏汽车将推出全新产品,小鹏汽车的AI体系能力也会进一步提高。

理想、蔚来业绩改善

与零跑汽车、小鹏汽车的高增长态势不同,理想汽车与蔚来汽车通过降本增效与产品迭代,仍在困境中实现了局部改善。理想汽车在“稳健运营”中寻求突破,虽营收微降,但盈利

能力显著改善。

今年上半年,理想汽车实现营收561.72亿元,同比微降2.0%;交付量达20.39万辆,同比增长7.9%。值得关注的是,理想汽车上半年实现经营利润10.99亿元,较2024年同期的经营亏损1.17亿元实现扭亏为盈;净利润17.44亿元,同比增长3.0%,展现出较强的盈利韧性。理想汽车的盈利改善得益于成本控制与产品结构优化。上半年,理想汽车研发费用同比下降12.4%至53.24亿元,销售及行政费用下降9.4%至52.49亿元,费用率的降低有效缓解了营收压力。公司上半年毛利率为20.3%,较去年同期微幅上升。据理想汽车创始人、董事长李想介绍,理想汽车第三季度的汽车毛利率将仍能保持在19%左右。

蔚来汽车上半年的核心挑战则在于平衡“规模扩张”与“盈利改善”。财报显示,蔚来汽车上半年累计交付量达11.42万辆,同比增长30.57%,公司整体营收增速相对平缓,其上半年总收入为310.42亿元,同比增长13.48%。在利润端,蔚来汽车的亏损持续收窄,其中第二季度经

调整净亏损(非公认会计准则)41.26亿元,同比下降9.0%、环比下降34.3%。

据蔚来汽车首席财务官曲玉介绍,公司业绩改善主要来自降本增效措施的落地。第二季度,蔚来研发费用同比下降6.6%,销售、一般及行政费用环比下降9.9%。

曲玉对《证券日报》记者表示,公司正迎来“财务结构性拐点”。产品层面,蔚来汽车上半年动作频频:7月底推出乐道L90,8月份发布全新ES8并开启预售,两款车型均聚焦高端市场,试图通过精准定位拉动平均售价回升。

黄河科技学院客座教授张翔对《证券日报》记者表示,从四家新势力车企的整体表现来看,2025年上半年新势力行业已告别“同质化竞争”的初级阶段,进入技术规模和全球化驱动的新阶段。下半年,随着理想i6、小鹏新车型的陆续推出,以及零跑汽车、蔚来汽车在欧洲市场的进一步发力,新势力阵营的竞争将更加激烈,而具备核心技术壁垒、稳定盈利能力与全球化布局的企业,有望在分化中占据更有利的位置。

多家汽车零部件上市公司获项目定点

■本报记者 郭霖霞
见习记者 王楠

近期,国内多家汽车零部件上市公司接连披露项目定点,不少企业在短时间内连续获得多笔订单,从而带动整个产业链热度升温。项目定点的密集落地,正成为观察汽车行业未来发展动向的重要窗口。

工信部信息通信经济专家委员会委员盘和林对《证券日报》记者表示:“项目定点带来的配件更符合车企需求,更能够体现出差异性。过去,车企一般采用采购招标的方式来选择供应商,以追求性价比,如今项目定点更关注的是配套产品的独特性,这说明汽车产业正在追求差异化。”

自8月份以来,浙江金固股份有限公司(以下简称“金固股份”)已收获多份项目定点,其中不乏多次合作的老客户。8月12日,公司收到国内某大型乘用车厂商定点通知,这是金固股份今年第三次获得该客户订单。公司将

为其乘用车开发新一代阿凡达低碳车

轮“锋行”系列,预计于第三季度量产。同月,金固股份还持续获得某重卡龙头企业项目定点。8月25日,公司披露再次收到该客户的定点通知书,并将为其重卡旗舰车型开发阿凡达低碳车产品,项目计划在今年9月份量产。

长安控股集团股份有限公司(以下简称“长安集团”)近期在关键金属结构件领域接连获得项目定点。8月20日,公司收到国内某车企的定点开发通知书,项目定点生命周期8年,预计生命周期总销售金额约1.9亿元,该项目预计在2026年第三季度逐步开始量产。

此前,长安集团收到国内某车企的定点开发通知书,定点产品同样为关键金属结构件,项目生命周期5年,预计生命周期总销售金额约2.2亿元,此次项目定点预计在2026年第三季度逐步开始量产。

福建策品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,长期看,持续收获项目定点会使企业加大研发投入,提升技术实力,巩固市场地位;会优化产能布局,根据项目定点分布调整生产基地;会拓展业务领域,从单一零部件向系统集成发展。

业内人士表示,与过去相比,如今项目定点的范围更广。随着汽车行业的电动化、智能化转型,项目方向发生了明显变化。詹军豪告诉记者,近期项目定点频频落地,主要是新能源车市场快速增长,车企加快产品迭代和产能扩张,从而带动零部件需求大幅提升。

9月2日,宁波一彬电子科技股份有限公司收到国内某新能源汽车企业的项目定点通知书,定点产品主要为立柱包汽车零部件相关产品。此次项目定点生命周期5年,预计全生命周期总销售金额约为2.43亿元。

8月18日,金固股份首次收到国内某大型汽车厂商的定点通知书,公司将为该新能源轻卡开发阿凡达低碳车产品,预计在今年第四季度量产。同日,长安集团发布公告称,公

司收到国内某新能源汽车企业的定点开发通知书,将为其开发关键金属结构件。此次项目定点生命周期4年,预计生命周期总销售金额约8.1亿元,此次项目定点预计在2026年第三季度逐步开始量产。

8月6日,宁波星源卓镁技术股份有限公司收到国内某汽车零部件厂商出具的供应商定点通知书,公司将为该客户开发并供应新能源汽车镁合金动力总成壳体零部件。根据客户规划,本项目预计从2026年3月末开始量产,预计未来6年(2026-2031年)销售总金额约为7.13亿元。

盘和林表示,新能源车企下游需求旺盛,“以旧换新”政策进一步刺激了消费,从而带动上游配件采购。同时,车企加快提升配件国产化率,以增强供应链安全性。国产配件不仅在质量上具备优势,还能根据客户需求提供定制化方案。在此背景下,项目定点既有助于保障产品质量的稳定性,也为车企在定制化方面创造条件,从而推动其摆脱同质化竞争。

“A+H”模式热潮涌动
龙头企业密集赴港上市

■本报记者 刘晓一

“A+H”上市热潮持续涌动。

9月3日,A股上市公司佳都科技集团股份有限公司发布公告称,公司董事会审议通过了发行H股并在香港联交所主板上市的议案。据《证券日报》记者不完全统计,8月份至今,已有近30家A股公司披露赴港上市进展。其中,行业龙头立讯精密工业股份有限公司、胜宏科技(惠州)股份有限公司(以下简称“胜宏科技”)等均已正式向港交所递交H股发行上市申请。

“政策端鼓励内地龙头企业赴港上市,简化A股上市公司的申请上市程序,以及港股市场更理想的估值、更佳的市场流动性及资金承接能力,均为我国香港新股市场注入了动力。”德勤中国资本市场服务部华南区上市业务合伙人彭金勇在接受《证券日报》记者采访时表示。

覆盖多个行业

《证券日报》记者梳理发现,近期筹划赴港上市的A股公司覆盖半导体、机械、医药、食品、传媒等多个行业。其中,半导体行业公司数量最多,成为赴港上市“主力军”,同时,医药、新能源、互联网营销等新领域企业也崭露头角。

半导体产业由于投入大、周期长,需要大量资金持续“输血”以支撑研发、扩产等环节。而港股市场汇聚全球资本,能为半导体企业提供广阔融资渠道与长期稳定资金,且港股平台有利于企业国际化战略推进,提升品牌国际影响力。

8月29日,圣邦微电子(北京)股份有限公司公告显示,为深化公司全球化战略布局,提升公司国际化品牌形象,多元化公司融资渠道,吸引并集聚优秀的研发与管理人才,进一步提升公司核心竞争力,公司拟申请发行H股并在香港联交所主板上市。

8月25日,新能源材料企业格林美公告显示,董事会同意公司发行H股股票并在港交所主板挂牌上市。此举旨在满足公司全球化发展的需要,深入推进全球化战略,提升国际品牌形象和综合竞争力,更好地借助国际

资本市场,多元化融资渠道,助力公司可持续发展。

全球消费品牌数字化管理公司广州若羽臣科技股份有限公司(以下简称“若羽臣”)也在冲刺港股IPO。近年来,公司积极布局自有品牌、品牌管理、代运营三大业务板块,自有品牌业务占比逐年提高,赴港上市或将成为其自有品牌开拓全球市场的有利契机。若羽臣公告提到,此次拟发行H股并赴港上市,旨在进一步提高公司资本实力和综合竞争力,提升国际化品牌形象,增强境外融资能力,符合公司总体发展战略及运营需要。

锚定全球市场

内地企业持续“走出去”,是其选择赴港上市的重要原因之一。“A+H”双轨模式正成为中国企业叩开国际资本市场大门,加速国际化发展的高效途径。

“H股上市不仅是融资工具的升级,更是公司全球化战略的关键落子。”若羽臣相关人士在接受《证券日报》记者采访时表示,通过政策红利、国际资本整合、资本运作灵活性等多重优势的叠加,公司可以更好地拓宽国际视野,对接和整合全球资源,在品牌“出海”、供应链全球化等方面建立长期竞争力。同时,借助香港资本市场的国际化平台,公司还能获得全球媒体和投资者的关注,提升国际形象和品牌价值。

8月20日,PCB(印制电路板)龙头胜宏科技向港交所递交。公司方面表示,此次寻求在港上市,旨在支持公司高端产能扩张、智能化升级、AI算力及其他前沿PCB技术研发,帮助公司实现全球快速扩张的需求,提升公司的海外交付能力和对国际客户的服务深度,适应全球科技行业供应链变革趋势,进一步巩固公司优势,夯实行业龙头地位。

“当前越来越多A股上市公司正积极利用中国香港这一国际融资平台,拓展全球资本,提升品牌影响力,实现‘出海’战略。”德勤中国资本市场服务部华南区上市业务合伙人周芷淇对《证券日报》记者表示,随着“科企专线”等政策新措施落地,将有更多生物科技及特高科技企业赴港上市。