

最薄iPhone问世 果链行情将如何演绎

■本报记者 贾丽

北京时间9月10日凌晨,苹果秋季新品发布会如期而至,四款iPhone、三款Apple Watch以及一款全新 AirPods 耳机正式亮相。其中,全新轻薄系列iPhone Air以“史上最薄”的设计与“史上最贵”的定价成为全场焦点。

这场被视为行业风向标的盛会背后,不仅展示了苹果在高端硬件创新上的选择,也折射出整个消费电子产业正在经历的变化:一边是不断突破物理极限的工艺竞赛,另一边则是日益凸显的供应链变局与市场分化。

高端市场掀起轻薄化竞赛

此次发布会上,最重磅的新品无疑是iPhone系列。苹果共发布了四款手机。

第一款手机是标准版iPhone 17,苹果对其进一步收窄边框,芯片方面配备了苹果自研A19芯片,采用3nm工艺;第二款是iPhone Air,苹果官方称之为“史上最薄”的iPhone,该款机型采用全新航空航天级铝合金材料和柔性OLED屏幕技术,机身厚度仅6.3mm,较上一代旗舰机型薄22%,重量减轻30%,搭载A18仿生芯片和A1影像系统;此外,苹果此次还发布了iPhone 17 Pro和iPhone 17 Pro Max,其中iPhone 17 Pro Max搭载A19 Pro芯片,顶配版本定价达

17999元,被业内称为“史上最贵”iPhone。

“iPhone通常是高端智能手机市场的重要风向标,新一代产品问世意味着高端智能手机将加速轻薄竞赛。安卓阵营头部品牌预计也将增加超薄机身设计,电池续航和散热技术将成为下一阶段技术攻坚重点。”咨询机构纳弗斯分析师李怀斌向《证券日报》记者表示。

同时,苹果的定价策略进一步拉升了高端手机价格水平。市场研究机构Counterpoint Research分析认为,在全球高端手机市场中,苹果依旧占据超50%以上份额,iPhone Air有望推动该区间均价提升10%至15%,但也可能抑制部分消费需求,加速中端市场分化。

首都企业改革与发展研究会理事肖旭在接受《证券日报》记者采访时表示,苹果此次“史上最薄+史上最贵”的组合策略,是一场针对高端市场的激进冒险。既可能凭借设计领先进一步迎合高端用户,也可能因定价过高催生消费者疲劳。对于中国产业链而言,技术门槛的提升既是挑战也是产业升级的契机。同时,对于中高端手机市场来说,也将加速新一轮技术竞赛与市场洗牌。

据Counterpoint Research预计,今年第四季度,iPhone 17系列在中国的销量可能会比去年同期的iPhone 16要有所下降,降幅在10%以内。销量承压的核心因素,

一方面由于iPhone 16的降价已提前释放部分换机需求;另一方面是因为华为、小米等国产品牌将在同期发布旗舰机型,市场竞争加剧将稀释市场需求。

长期来看,市场对于苹果更长远的人工智能周期仍抱有期待。在AI方面,苹果此次在大会上也大幅强调AI端侧应用,包括实时语音翻译、图像生成等功能,的离线运行能力,试图在硬件创新边际递减的背景下,通过生态协同巩固用户黏性,不过,其在终端应用落地地上显得有些谨慎。

在市场分析机构Canalys研究员朱嘉翊看来,iPhone新款手机在形态上未出现“颠覆性创新”,苹果正在用材料创新换取产品差异度,但AI和软件生态才是长期护城河。因此,苹果还需加大创新兑现力度。

果链企业寻求新引擎

尽管苹果持续推进供应链多元化,但中国厂商仍扮演着关键角色。据了解,蓝思科技股份有限公司(以下简称“蓝思科技”)为苹果手机提供超薄玻璃盖板解决方案;立讯精密工业股份有限公司(以下简称“立讯精密”)则顺利切入iPhone摄像头模组供应领域;此外,iPhone中钛合金材料部分来自宝鸡钛业股份有限公司等。

整体来看,中国企业依然在“果链”中占据重要位置。Counterpoint



Research分析认为,销往美国市场的iPhone 17将主要由印度工厂生产和组装,中国大陆将继续作为中国、日本、欧洲等主要市场的核心出货地。

值得关注的是,如今果链企业的业务布局正愈发广泛。在稳固消费电子基本盘的同时,相关企业正加速向消费电子以外的新兴领域拓展业务,以寻找新的增长引擎。例如,2025年中报显示,立讯精密汽车业务收入在报告期内实

现82.07%的同比增长,成为其业务收入增长最为迅速的板块;蓝思科技的智能汽车与座舱业务收入则实现了16.45%的同比增长。

人工智能与机器人领域也是各家果链企业布局的重要方向。其中,蓝思科技智能头显业务收入在今年上半年同比增长14.74%,并已实现对国内头部AI眼镜整机客户的规模化量产交付。此外,蓝思科技入股了北京中科慧灵机器人技术有限公司。

三大运营商均已布局eSIM手机业务

■本报记者 冯雨瑶 李乔宇

9月10日凌晨,苹果召开秋季新品发布会,此次发布的新品中iPhone Air尤其受到关注,6.5英寸屏、机身5.6mm厚,刷新iPhone 6的6.9mm纪录,但超薄设计使得iPhone Air放弃了SIM卡槽,并以eSIM替代。

苹果中国官网提到,关于中国大陆适用于iPhone的eSIM,中国联通网络通信集团有限公司(以下简称“中国联通”)是唯一受支持的iPhone eSIM运营商。9月9日,苹果公司召开发布会前夕,中国联通旗下的微信公众号“我的eSIM”名称变更为“联通eSIM”。

此外,据中国移动通信集团有限公司(以下简称“中国移动”)相关工作人员透露,公司目前已经支持eSIM手机业务,开放服务时间将另行告知;中国电信集团有限公司(以下简称“中国电信”)相关负责人则向《证券日报》记者表示,中国电信eSIM手机业务已全面准备就绪,预计将于近期获得工业和信息化部商用试验正式批复后,向用户开放eSIM手机业务办理服务,具体

开放时间敬请关注。

eSIM技术,能否搅动手机市场一池春水?

会否引发换机潮?

eSIM即嵌入式SIM卡,是由全球移动通信协会(GSMA)制定的新一代SIM卡标准,将传统SIM卡的功能通过电子化形式直接嵌入设备芯片中,无需物理卡槽,用户可通过远程配置实现运营商网络的切换和管理。

苹果iPhone Air的发布使得eSIM技术再次受到市场重点关注。有业内人士告诉《证券日报》记者,iPhone Air引入eSIM技术,既是刺激用户换机需求的新切入点,也是希望通过节省物理空间为终端设计释放更多弹性。这一行业动向具有较强带动性,预计国内手机厂商将随之跟进布局,或将引发新一轮手机换机潮。

中关村信息消费联盟理事长项立刚在接受《证券日报》记者采访时表示,单一产品并不具备足够的参考性,eSIM技术能否实现大规模推广,手机厂商能否顺利获批准

进相关业务仍然有待观察。“相较于传统SIM的即插即换功能,eSIM需向运营商申请写卡,操作更繁琐,其用户体验受存疑。”

目前,国内eSIM产业链已形成“芯片—模组—平台—运营商”的完整生态,覆盖消费电子、工业物联网、车联网等核心场景。

值得一提的是,在iPhone Air之前,国内尚未开展手机端的独立eSIM应用,支持eSIM的终端主要是智能手表、智能眼镜、平板电脑等产品。

在项立刚看来,eSIM的真正价值将更多体现在物联网生态的构建上。对于体积受限的物联网终端,eSIM可省去物理卡槽占用空间,适配小型化、集成化设计需求。从长远来看,对于无人机、户外检测设备 etc 对封闭性、防水性要求较高的产品,eSIM无需预留卡槽开口的特性,将进一步适配其场景化需求,具备一定的发展潜力。

多家A股公司已布局

另据《证券日报》记者了解,随着iPhone Air的面世,投资者对相

关A股厂商是否有布局手机eSIM方面业务的关注度显著提高。

从芯片商来看,目前紫光国芯微电子股份有限公司(以下简称“紫光国微”)系国内eSIM方面的头部厂商。

近日,紫光国微在公开互动平台表示,公司多品类eSIM解决方案已在全球众多国家和地区实现商用;符合GSMA SGP22 V2.5标准,支持全球多制式网络无缝切换,覆盖全球400+运营商,成功导入多家知名设备商,目前已开始批量发货,公司eSIM解决方案广泛应用于移动通信终端、可穿戴设备、汽车电子、物联网终端等领域。

今年eSIM峰会期间,紫光国微子公司紫光同芯常务副总裁邹重人表示,eSIM作为终端设备实时联网的重要基石,将驱动产业多维变革。“从设备制造端看,eSIM可以助力OEM厂商打造更轻薄、防水性能出色的终端产品;对运营商而言,eSIM可有效降低运营成本、优化业务流程;在用户层面,eSIM的应用可以带来多号码随心切换的便捷通信体验;从行业生态角度来看,eSIM将推动通信产业朝着绿色低

碳方向加速发展。”

恒宝股份有限公司2025年半年报显示,在移动通信连接方面,公司的eSIM技术已全面覆盖消费电子与物联网设备,支持全球eSIM标准体系运营商网络接入服务。

楚天龙股份有限公司在公开互动平台表示,在eSIM领域,公司通过加大研发投入,完善产品线,持续打磨相关产品,提升服务能力,为拓展国内外业务奠定了基础。在国内业务推进方面,公司以研发合作促进业务拓展,为国内移动通信运营商提供了基于eSIM的创新融合方案。

东信和平科技股份有限公司表示,公司以eSIM为代表的数字身份安全产品可应用于车联网、工业物联网及消费电子等领域,为客户

提供数字身份安全解决方案。

在项立刚看来,eSIM的推广并非单纯的技术迭代,而是通信基础设施数字化进程中的一环。其发展仍需在用户体验、安全规范和生态协同中寻求平衡。从长远来看,eSIM技术需与5G、物联网和人工智能等技术协同发展,共同推动数字经济的底层构建。

多家上市公司 可再生能源补贴资金到账

■本报记者 陈 潇

近期,多家A股新能源企业陆续公告称,收到大额可再生能源补贴资金,金额从数亿元至数十亿元不等。据《证券日报》记者不完全统计,8月份,新能源上市公司收到相应补贴合计超过60亿元。今年以来,多家企业累计补贴回款已达到去年全年金额的约1.5倍至3.5倍。

有业内人士认为,补贴资金的密集到账,既反映出财政端加快清理历史欠补、保障新能源行业稳健发展的导向,也对相关企业改善现金流、增强运营韧性起到积极作用。

从企业披露的情况看,今年以来,新能源企业补贴资金到账规模显著增长。9月8日,吉林电力股份有限公司披露公告称,公司所属单位8月份共收到国家可再生能源补贴资金9.13亿元。今年前8个月,公司共收到国家可再生能源补贴资金12.71亿元,同比增长154.2%。

9月6日,江苏林洋能源股份有限公司发布公告,今年8月份,公司下属光伏发电项目公司共收到可再生能源补贴资金2.03亿元。今年前8个月,公司共收到可再生能源补贴资金3.06亿元,同比增长210.10%。

头部绿电运营商收到补贴资金则更多。例如,中节能太阳能股份有限公司发布公告显示,公司下属光伏发电项目公司8月份共收到可再生能源补贴资金16.92亿元。今年前8个月,公司共收到可再生能源补贴资金23.19亿元,同比增长232.23%。

金开新能源股份有限公司(以下简称“金开新能”)收到补贴增幅同样较为显著。公司下属发电项目公司8月份共收到可再生能源补贴资金9.39亿元。今年前8个月,公司共收到可再生能源补贴资金12.14亿元,同比增长341.67%。

对于此次补贴资金回收的影响,多家企业均在公告中强调,将改善电站项目现金流,有助于提升后续运营稳定性。不过,相关补贴已在电量销售时确认收入,因此对当期利润影响有限。

多位业内人士认为,补贴资金回款对于新能源企业而言意义重大。金开新能相关人士对《证券日报》记者表示,虽然过去的补贴电价相对较高,但如果补贴资金迟迟未能到账,就会对公司的现金流形成明显掣肘。

营口金辰机械股份有限公司CEO祁海坤在接受《证券日报》记者采访时表示,新能源行业是典型的重资产行业,资产负债率普遍较高,同时技术研发和设备迭代也需要持续投入。补贴资金的密集到账,有助于企业改善现金流、缓解财务压力。

阿里巴巴发布“高德扫街榜” 支持线下服务消费

■本报记者 梁傲男

9月10日,阿里巴巴集团控股有限公司(以下简称“阿里巴巴”)旗下高德地图推出全球首个基于用户行为产生的榜单“高德扫街榜”,构建全新的线下服务信用体系,以全力支持线下餐饮及服务消费。高德地图同时启动“烟火好店支持计划”,通过发放超10亿元补贴等措施,鼓励用户到店消费。

这是高德地图宣布全面AI化后的又一重大发布。目前,“高德扫街榜”已在高德App首页最重要的位置呈现,可见高德支持线下服务消费的决心。

记者从发布会现场获悉,针对餐饮商家面临的“恶评门槛低”“好评成本高”等困境,“高德扫街榜”将在获得用户授权后,首次引入支付宝芝麻信用体系,结合用户信用等级为可信评价加权,并借助AI风控,有效识别、过滤虚假和噪声评价。

高德地图CEO郭宁表示,“高德扫街榜”希望营造“良币驱逐劣币”的健康生态——让消费者因为选择变得简单而敢消费,让好服务被看见,好商家能赚钱。“在高德地图,用户每天有数亿次的选择,‘用脚投票’的地方才值得被推荐,‘高德扫街榜’永不商业化。”

“面对扩大内需、促进消费的国家政策号召,高德地图以其独特的用户行为数据优势,通过构建可信消费参考体系,积极参与提振消费信心、支持服务业发展的行动。”钱塘高等研究院企业家与创新研究所副所长钟鸿钧向《证券日报》记者表示,阿里巴巴拥有成熟的信用体系,将其延伸至线下消费场景,能够强化集团内部战略资源的整合与协同效应,构建更完整的线上线下信用生态。另外,面对本地生活服务领域的榜单因商业化过度导致的公信力缺失问题,高德地图以真实行为数据为基础建立榜单,形成独特的竞争优势。

据记者了解,“高德扫街榜”所打造的信用体系扎根于本地生活及线下服务消费,将真实出行和可信评价纳入评分,转化为商家长期可靠的信用资产,本质是一次线下服务信用体系创新。由此,商家能够远离“刷分换流量”“送礼换好评”等运营潜规则,让认真经营但不擅长流量玩法的好店、小店被更多人看见。

同日,高德地图还推出了“烟火好店支持计划”,通过三方面大力度补贴,鼓励用户到店消费,助力烟火小店客流、交易的双增长。

在出行补贴方面,高德地图针对出发地或目的地是线下商家的用户,发放价值2亿元专属到店出行补贴券包,包含公交地铁补贴、打车券、加油券等,补贴用户出行成本。交易补贴方面,高德地图将发放9.5亿元消费券,鼓励用户前往烟火好店体验优质服务,包含到店优惠券、招牌菜折扣等,所有成本由平台承担。

发布会披露的数据显示,高德地图已覆盖全国超700万个餐厅点位。目前每天有1.2亿次生活服务相关搜索,导航前往1300万个生活服务目的地。

探营第26届中国光博会：

光通信技术正重塑通信行业格局

■本报记者 李雯珊

9月10日,第二十六届中国国际光电博览会(以下简称“中国光博会”)正在深圳国际会展中心拉开帷幕。《证券日报》记者在现场看到,挂着“参展商”“专业观众”证件的人群摩肩接踵,其中还有不少外国友人穿梭在各个场馆间。

据悉,本届中国光博会为期3天(9月10日至9月12日),吸引了来自全球超过30个国家和地区的逾3800家企业参展。八大主题展覆盖了信息通信、精密光学、摄像头技术及应用、激光及智能制造、红外、紫外、智能传感、新型显示、AR&VR、光电子创新等诸多板块。

创新技术受关注

2025年,光通信技术站在新一轮技术革命的风口浪尖,叠加AI的快速普及及与光网络的深度融合,正在重塑通信行业格局。

“本次光博会有众多的行业领军企业参会,1.6T及以上高速光模

块的创新技术突破及应用进程将会是热点话题。同时,AI产业链和AR&VR、新型显示、车载、机器人等重要应用场景中光通信、光学解决方案的创新应用方向也有望成为关注热点。”万联证券研究所TMT行业首席分析师夏清莹在接受《证券日报》记者采访时表示。

在通信器件模块展馆内,成都新易盛通信技术股份有限公司(以下简称“新易盛”)、无锡市德科立光电子技术股份有限公司、武汉光迅科技股份有限公司、深圳市特发信息股份有限公司等都展示了自身的最新产品。

新易盛相关工作人员向《证券日报》记者表示,目前公司1.6T相关产品进展顺利,从当下的市场需求及客户指引来看,今年下半年开始逐渐上量,预计明年会进一步增加。此外,目前3.2T产品已处于预研阶段,商用时间取决于市场及客户的需求情况。

现场科技感“拉满”

同时,不同展区虽各有侧重,却

共享着浓厚的科技氛围。

在本届光博会的“光+”应用论坛中,广东奥普特科技股份有限公司市场部经理谭瑶分享了主题为“从海量数据到小样本精准洞察—AI在工业质检中的应用落地”。据悉,该公司已经基于自身成熟的3D视觉(如结构光)和AI算法技术,以及目前成熟的核心传统视觉模组产品能力,着手研发面向人形机器人等新型终端的视觉模组和解决方案。

位于光电子创新区的深圳光峰科技股份有限公司(以下简称“光峰科技”),在本届光博会上首发水下激光雷达产品,开拓水下机器人蓝海市场。“针对红外激光水下衰减严重、有效测距受限、环境光及浊度干扰复杂等应用难题,公司依托多年沉淀的激光技术积累与持续创新能力,为水下机器人量身定制了该款激光雷达产品。其将彻底突破水下感知性能瓶颈,开启行业发展新可能。”光峰科技创新中心副总经理李士杰向《证券日报》记者介绍道。

AR眼镜体验区内,一位观众在戴上眼镜后,突然伸出手在空中“抓握”,原来他正在“拆解”虚拟的发动机零件。包括立讯精密工业股份有限公司(以下简称“立讯精密”)、歌尔光学科技有限公司、深圳小象光显有限公司等在内的多家企业都在该展区进行了产品展示。

“AI大模型会像电力能源一样成为基础设施服务。”立讯精密研发总监许国军表示,AR眼镜是AI的完美载体,硬件小型化与性能提升、AI驱动的交互升级、生态系统整合、元宇宙与社交功能将是此类产品的演进趋势。

产业发展空间广阔

光博会作为我国光电子信息产业发展的重要引擎与展示窗口,汇聚了全球顶尖企业、科研机构与专业人才,促进产业资源集聚与技术交流合作,助力企业拓宽市场渠道,引领产业前瞻布局,有力推动了我

