

## 宁德时代与马士基签署全球战略合作备忘录

■本报记者 李婷

10月9日,宁德时代新能源科技股份有限公司(以下简称“宁德时代”)与全球最大的集装箱航运公司A.P.穆勒-马士基(以下简称“马士基”)正式签署全球战略合作备忘录。双方将围绕推动全球供应链低碳转型及提升宁德时代全球供应链管理,开展全方位深度合作。

黄河科技学院客座教授张翔对《证券日报》记者表示,新能源

龙头与全球物流巨头的携手,不仅为宁德时代构建了更高效的全球供应链体系,也标志着全球物流运输的脱碳进程加速迈入新阶段。

据记者了解,双方此次合作,将共同探索更具韧性与可扩展性的供应链管理新模式。马士基将为宁德时代量身定制物流方案,提升其全球供应链的整体效率。同时,马士基与宁德时代将共同推动供应链关键环节的电动化。双方将共同探索推动马士基集装箱船队、

港口生态系统、内陆运输和仓储的电动化,包含电力系统设计、能源管理及电池回收解决方案。

马士基高级副总裁及全球能源转型负责人Morten Bo Christiansen表示:“通过整合宁德时代的尖端电池技术与马士基全球化的物流能力,不仅有助于马士基的低碳转型,也将为客户乃至整个行业创造长期价值。”

宁德时代首席客户官、市场体系联席总裁谭立斌则表示:“马士基与宁德时代共同致力于推动

能源转型,以实现净零排放的未来。在新的发展阶段,双方将深化在海运、端到端供应链、数字化以及新能源应用等领域的合作,携手加速全球物流行业的脱碳进程。”

近年来,宁德时代在港口航运领域的布局持续加码。此前该公司已与上港集团、山东港口集团、天津港集团等展开了战略合作。今年7月份,由宁德时代参与打造的全国首艘纯电海上客船“屿见77”在厦门湾正式启航,其也是国内首艘入级中国船级社(CCS)的纯电海上客船,验证了纯电技术在近海航区应用的可行性。这一突破性成果标志着海上旅游业正加速实现绿色转型。

广州胜天锦华私募基金管理有限公司总经理秦若涵对《证券日报》记者表示,宁德时代依托全面的产品矩阵,已经在工程机械、船舶、航空器等应用场景实现落地,随着航运物流绿色转型需求的增长,宁德时代等锂电新能源龙头企业也将进一步参与其中。

## 山东钢铁预计前三季度同比扭亏

■本报记者 王健

山东钢铁股份有限公司(以下简称“山东钢铁”)10月9日晚间发布的2025年三季度业绩预告显示,公司预计今年前三季度实现利润总额约6.32亿元,归属于上市公司股东的净利润约1.40亿元,较去年同期分别增长21.96亿元和15.91亿元,实现扭亏为盈。值得关注的是,山东钢铁预计今年第三季度归属于上市公司股东的净利润为1.27亿元,有望成为2023年以来该公司最佳单季度表现。

山东钢铁业绩的强势修复,核心驱动力源于一场系统性的管理变革。该公司有关人士表示,山东钢铁推行的“产品经营+模拟经营”体系变革中,一系列聚焦管理变革、降本增效、创新经营、优化结构等举措落地,不仅为企业盈利增长筑牢根基,也为后续高质量发展注入强劲动能。

在中关村物联网产业联盟副秘书长袁帅看来,山东钢铁“产品经营+模拟经营”体系的关键之处在于打破了粗放的管理模式,“产品经营”强调以市场需求为导向,精准定位不同类型产品的目标客户群体,有针对性地进行产品研发和生产;“模拟经营”则是一种内部管理机制的创新,将企业内部的各个生产环节或业务部门模拟为独立的经济实体,这使得每个模拟单位都像一个小企业一样,从而激发内部活力和创造力。

广州加倍管理咨询有限公司创始人张蓓蓓表示:“‘产品经营+模拟经营’体系一方面让每条生产线模拟成独立法人,倒逼成本降低,另一方面在销售端按边际利润排序接单,溢价优先排产。一边省,一边涨,‘剪刀差’就出来了。”

成效显而易见。根据山东钢铁三季度业绩预告,今年前三季度,公司通过抓实三级成本管控体系,实现吨钢降本60元以上。同时,公司严控各类费用支出,大力压缩固定成本与期间费用。产品经营领域,山东钢铁在购销两端双向发力,实现购销差价较去年提升200元/吨以上。

上述山东钢铁有关人士介绍,在采购端,公司推动原料采购、辅料配件采购及自主招标采购三大业务板块协同降本,达成采购效率提升与成本降低的“双突破”;在销售端,创新期货套期保值和“门到门”服务模式,终端用户与高端市场拓展成效显著,一体化管理红利进一步释放;在产品端,公司持续加码高端产品布局,陆续开发出耐海洋腐蚀结构钢、高表面质量汽车大梁钢等新产品,推动产品结构向高附加值方向优化。

山东钢铁的业绩大幅修正,也离不开行业环境的结构性变化。盘古智库高级研究员江瀚对《证券日报》记者表示,从成本端看,铁矿石、焦煤等主要原材料价格自2024年下半年以来持续回落,显著缓解了成本压力,提升了行业整体利润率空间;从需求端看,稳增长政策持续发力,叠加新能源装备、高端制造等结构性需求上升,推动中厚板、电工钢等高端钢材需求回暖。此外,国家一系列政策也助推行业集中度提升,供需关系边际改善。

## 海科新源:湖北基地产销进展良好

■本报记者 王健

在新能源汽车与储能市场对电池性能要求不断提升的背景下,电解液添加剂作为提升电池循环寿命、安全性与能量密度的关键材料,正迎来新一轮发展机遇。

10月10日,国内电解液溶剂及添加剂龙头企业海科新源材料科技股份有限公司(以下简称“海科新源”)在投资者互动平台上透露,其位于湖北的电解液溶剂及添加剂生产基地产能已于2025年顺利释放,生产与销售进展良好。这一进展不仅标志着该公司在高端新能源材料领域的战略布局迈出关键一步,也进一步巩固了其在行业中的领先地位。

海科新源表示,湖北基地作为其规模最大的电解液溶剂及添加剂生产基地,现已建成总计1.27万吨的添加剂产能,产品矩阵丰富,精准覆盖了市场主流及前沿需求。

具体来看,湖北基地的产品组合不仅包括了碳酸亚乙烯酯(VC)、氟代碳酸亚乙烯酯(FEC)、硫酸亚乙烯酯(DTD)等主流高效的成膜添加剂,更涵盖了双氟磺酰亚胺锂(LiFSI)、二氟草酸硼酸锂(LiODFB)、四氟硼酸锂(LiBF4)等技术门槛更高、性能更卓越的高端及新型锂盐添加剂。

从产业布局角度看,湖北基地的成功投产对公司具有重要的战略意义。海科新源相关负责人表示,《证券日报》记者表示,该基地目前已与山东、江苏两大生产基地形成高效协同。这一“三足鼎立”的区域布局,不仅完善了公司的全国产能分配,也显著提升了供应链的整体稳定性与市场快速响应能力,有效降低单一区域运营风险,增强公司面对下游客户需求的交付保障能力。

中国投资协会上市公司投资专业委员会副会长支培元对《证券日报》记者表示,海科新源通过“高—低”产品组合,不仅实现了“成膜—导电—抗氧化”技术闭环,还凭借规模效应将传统产品成本控制至行业低位,使其能为下游客户提供更加多元化和定制化的解决方案。

“海科新源湖北基地的顺利运营,不仅是其产能规模的简单扩张,更是其综合竞争力的系统性提升。”中关村物联网产业联盟副秘书长袁帅对《证券日报》记者表示,从供应链韧性角度看,不同区域基地相互补充,能有效应对各种突发情况。在物流配送方面,区域分散布局缩短了产品到客户的运输距离,降低了物流成本,有助于进一步优化供应链成本和品质。

上述海科新源负责人表示,在电解液添加剂赛道景气度持续向好的当下,海科新源通过湖北基地的战略性落地,成功构建了更为稳固的业务根基。良好的生产销售态势已初步验证了该项目的成功,未来有望持续为公司贡献增长动能,进一步巩固并扩大海科新源在电解液溶剂及添加剂领域的市场占有率。

## vivo将与小鹏汽车开展合作 手机品牌“生态战”升级

■本报记者 贾丽

10月10日,维沃移动通信有限公司(以下简称“vivo”)在2025 vivo开发者大会上发布全新升级的蓝心智能战略以及原系统6(OriginOS 6)。vivo副总裁、vivo AI全球研究院院长周国表示,AI价值创造进入爆发式增长阶段,vivo将进一步深化AI和操作系统融合。

据介绍,蓝心大模型矩阵实现了在语言、语音和图像方面的全面突破,vivo也再度进行生态破壁,实现手机能控车、控家电。同时,vivo将与小鹏汽车深度合作,围绕应用生态互融、AI能力互融、设备数据互融三大方面共研共创,实现手机与汽车的真正互联与升级。

“手机厂商的竞争正加速从硬件参数转向生态体系构建。”DCCI互联网研究院院长刘兴亮对《证券日报》记者表示,随着头部厂商技术积累达到临界点,开放自研系统将成为建立行业标准、争夺生态主导权的重要一步。

## 持续夯实模型端侧能力

vivo对端侧大模型进行多项升级,并带来突破性的功能创新。其中,通过升级蓝心语音大模型与多模态技术融合,智能体小V语音可以感知情绪和语气,交互更为自然。通过对蓝心图像大模型渐进式、多阶段的训练,提升图文一致

性和美观度;突破长文本渲染难题,实现文字精准生成。同时,vivo宣布将蓝心智能的个人化能力开放给更多开发者。

“今年,行业都在加深对模型布局,AI智能体层出不穷,智能大模型加速端侧化,vivo今年的目标是将端侧模型做到全球领先,聚焦3D模型进行多模态聚合,将持续夯实模型的端侧能力。”周国告诉《证券日报》记者。

通信行业专家、飞象网CEO项立刚对《证券日报》记者称,vivo此次展示的技术突破,特别是在情绪感知、长文本渲染等领域的进展,意味着端侧大模型加速从“可用”向“好用”阶段迈进。

在第一手机界院长孙燕隼看来,2025年将成为“端侧大模型落地年”。谁能率先在端侧实现大模型的稳定运行和高效体验,谁就能在下一代智能交互中掌握主动权。

谈及OriginOS 6,周国表示,经过八年研发积累,vivo在操作系统领域已拥有超过200项专利,其首发搭载的蓝河流畅引擎,从计算、显示、存储三大核心模块入手,通过对安卓底层架构的重构,实现从单点优化到系统级协同的突破。

“这不仅是技术层面的突破,更是战略思维的转变。”项立刚表示,当前主流厂商均已认识到,单一设备的体验优化已触天花板,生态协同能力将成为决定市场格局的关键。vivo升级并开放操作

当前主流厂商均已认识到,生态协同能力将成为决定市场格局的关键 vivo升级并开放操作系统,旨在通过构建更广泛的生态联盟,以期在激烈的市场竞争中赢得先机



系统,旨在通过构建更广泛的生态联盟,以期在激烈的市场竞争中赢得先机。

## 车机互联成为关键战场

此次,vivo与小鹏汽车联合演示的“镜像小窗2.0”功能引发广泛关注。该功能实现了手机应用无缝流转至车机屏幕,用户在停车等候时可随意使用手机上的视频、音频等应用。同时,双方共创的“一句话控车”功能,打通了手机语音助手与车载系统的壁垒。

“车机互联正成为智能手机生态扩展的核心场景。”中国电

动汽车百人会秘书长张永伟认为,随着智能汽车座舱数字化程度不断提升,手机与车机的深度融合将创造巨大的用户体验价值。vivo与小鹏的合作模式,是一次生态融合的重要探索。

值得关注的是,手机厂商与汽车企业的合作逐步成为行业趋势。此前,华为与赛力斯问界系列的合作进入深水区,OPPO与理想汽车、上汽集团等也建立了战略合作。这些合作不仅涉及简单的投屏功能,更深入到应用生态、AI能力、数据互通等核心层面。

vivo AI产品总经理关岩次透露,vivo持续坚持开放生态,未来

几个月,飞猪等更多应用将在蓝河智能平台上陆续上线。

与此同时,各大厂商都在努力构建自己的生态体系,行业呈现出“群雄割据”态势。比如,华为鸿蒙系统已实现从手机到平板、电脑、车机等全场景覆盖;小米通过澎湃OS构建了“人车家全生态”智能世界;OPPO的潘塔纳尔系统同样瞄准跨端体验优化。

尽管竞争激烈,但业内专家普遍认为,未来的生态发展将更注重合作共赢。随着万物互联时代到来,没有任何一家企业能够独立覆盖所有场景,开放合作成为必然选择。

## 上峰水泥拟5000万元参投鑫华半导体

■本报记者 刘欢

10月10日,甘肃上峰水泥股份有限公司(以下简称“上峰水泥”)发布公告显示,该公司以全资子公司宁波上融物流有限公司(以下简称“宁波上融”)为出资主体联合中建材(安徽)新材料产业投资基金合伙企业(有限合伙)等专业机构共同出资设立合肥国材叁号企业管理合伙企业(有限合伙)(以下简称“国材叁号”),专项投资于国内规模最大的半导体产业用电子级多晶硅生产企业——江苏鑫华半导体科技股份有限公司(以下简称“鑫华半导体”)。

资料显示,鑫华半导体是一家主要从事半导体产业用电子级多晶

硅研发、生产、销售的国家高新技术企业,现已成为国内规模最大的半导体产业用电子级多晶硅生产企业,其产品关键指标已达到国际先进水平,目前已实现半导体产业用电子级多晶硅量产且全尺寸覆盖。

根据公告,此次合伙企业认缴出资总额达14.76亿元,宁波上融认缴出资5000万元,占比3.39%。投资完成后,国材叁号将成为鑫华半导体的第一大股东。

盘古智库(北京)信息咨询有限公司高级研究员余丰慧在接受《证券日报》记者采访时表示:“半导体产业作为国家战略支持的高新技术领域,其市场需求持续扩大,尤其是在电子级多晶硅等关键材料方面,国内自给率仍有较大提

升空间。通过投资鑫华半导体等企业,对上峰水泥产业结构优化以及新业务培育均起到了积极的促进作用。”

值得一提的是,此次投资鑫华半导体是上峰水泥专注聚焦半导体产业开展的又一新质项目投资,也是继大额投向长鑫科技集团股份有限公司(以下简称“长鑫科技”)、合肥晶合集成电路股份有限公司(以下简称“晶合集成”)、SJ Semiconductor Corporation(中文名为“盛合晶微”)、粤芯半导体技术股份有限公司(以下简称“粤芯半导体”)等半导体龙头之后投资的第19家半导体企业。

更令人瞩目的是上峰水泥精准高效的投资效率,按投资额度比

例计算,公司60%以上的半导体投资项目均已在启动上市或已经上市。目前,长鑫科技及盛合晶微完成IPO辅导验收,上海超硅半导体股份有限公司上市申请已获受理,北京昂瑞微电子技术有限公司IPO将于10月15日上市,粤芯半导体、芯耀辉科技股份有限公司等在上交所上市。

今年上半年,上峰水泥发布的五年战略规划显示,公司以建筑材料基石类业务与股权投资资本型业务“双轮驱动”,稳步积累资源,力争培育出第二成长曲线的新质材料增长型业务。

“上峰水泥‘双轮驱动’战略是‘传统产业资本赋能硬科技’的典型实践,兼具合理性与前瞻性。”中国

电子商务专家服务中心副主任郭涛涛对《证券日报》记者表示,一方面,上峰水泥依托水泥主业稳定现金流构建投资“安全垫”,通过股权直投切入半导体材料等高成长赛道,可平滑传统制造业周期波动风险,优化资产结构;另一方面,聚焦硬科技领域不仅能享受行业高速增长红利,还可借助被投资企业集群形成技术外溢,反哺主业创新升级。

上峰水泥相关负责人向《证券日报》记者表示,截至目前,公司两类业务成效显著,建材业务继续保持毛利率等指标行业领先,并为股东带来持续丰厚回报;投资业务严控风险、专深聚焦的同时还产生了较好的财务回报,其中,晶合集成单个项目上市减持已获1.66亿元净收益。

## 长城汽车在澳大利亚发布Hi4技术矩阵

■本报记者 张晓玉

近日,长城汽车股份有限公司(以下简称“长城汽车”)在澳大利亚举办“GWM TECH DAY”全球技术体验活动,发布Hi4技术矩阵(包括Hi4、Hi4-Z和专为越野打造的Hi4-T平台),展示全动力、全景技术布局,并正式发布新能源越野分级体系。

澳大利亚汽车市场素以法规严苛、用户需求多样化著称,其独特的户外用车文化对车辆性能、可靠性提出极高要求,长期以来备受全球主流汽车品牌视为“试金场”。

长城汽车CTO吴会肖对记者表示:“长城汽车深耕澳大利亚市场17年,始终坚持‘在澳大利亚,为澳大利亚’,实现了销售网络的本地化,更完成了从研发、测试、服务到品牌生态的全面落地。在Hi4、Hi4-T等

技术平台的加持下,我们期待以长期主义与本土适应性赢得全球用户对中国品牌深度认同。”

数据显示,2025年1月份至9月份,长城汽车在澳大利亚市场累计销量达39343台,同比增长23.7%,市场占有率达4.3%,在全品牌中排名第七,中国品牌中稳居第一。公司旗下坦克(TANK)、炮(POER)、哈弗(HAVAL)、欧拉(ORA)四大品类产品在城市通勤、户外越野、家庭出行等不同场景下均实现热销,形成“全场景、多品类”出海格局。

据吴会肖介绍,目前,长城汽车在澳市场已拥有超过20万用户,构建了以坦克俱乐部等社群为核心的品牌生态圈,实现了“产品即圈层”的深度用户连接。在品牌影响力建设方面,长城汽车通过冠名WSL世界冲浪联盟、AFL澳式足球联盟和IRONMAN等本地赛事,将品牌深度绑定澳大利亚户外文化

场景。本次活动核心是长城汽车首次在海外完整展示其Hi4技术家族,包括Hi4、Hi4-Z和专为越野打造的Hi4-T平台。这些技术不仅覆盖城市通勤,也延伸至极限越野场景。其中,坦克500 Hi4-T完成澳大利亚实车首发试驾。

此外,长城汽车在活动中还发布了“新能源越野分级体系”,从用户场景、动力组合、通过性等维度建立评价标准,试图扭转传统越野认知,推动用户从“能否越野”转向“如何科学越野”。

中国数实融合50人论坛副秘书长胡麒鑫在接受《证券日报》记者采访时表示,从长城汽车这一举措可以看出,中国车企不再局限于技术本身的输出,更体现出中国品牌开始参与甚至主导细分领域标准制定的野心。

长城汽车是最早进入澳大利

亚并实现直营的中国车企,2013年设立全资子公司,是中国车企中较早推行直营模式,全面掌控销售、售后与网络建设的品牌。

为适应澳大利亚特殊环境,长城汽车构建了覆盖法规、温度、海拔、路况、燃油品质和驾驶习惯六大维度的本地化验证体系;同时,邀请本地用户参与车辆悬架、转向及智能驾驶系统的测试与反馈,确保产品更贴合当地需求。据介绍,从2025年11月份起,更多经澳大利亚专属调校的车型将陆续推向市场。

这一理念也体现在售后服务体系中:长城汽车提供全系7年质保,建立“1个中心库+多区域库”的配件供应链,目标是实现90%配件24小时内送达。2026年,长城汽车还将投入300万澳元扩建售后培训中心,以提升服务响应速度与专业水平。

胡麒鑫表示,长城汽车在澳大利亚的实践,标志着中国汽车“出海”模式正在发生结构性转变:其一,从“以价换量”到“技术溢价”。

长城汽车旗下产品在澳市场均位于主流乃至中高端区间,其依托Hi4、Hi4-T等混动技术,与传统燃油强优势品牌正面竞争,展现出技术自信带来的品牌上行空间。其二,从“单向出口”到“生态扎根”。长城汽车不仅卖车,更通过冠名体育比赛等本土文化IP,深度融入当地主流消费语境,完成从“产品在场”到“品牌在感”乃至“用户在心”的渐进转变。其三,从“规模导向”到“体系能力”。长城汽车在澳建立直营子公司、本地调校团队和售后培训体系,显示出其长期运营市场的决心。这种“深度本地化”模式,尽管前期投入大、周期长,但更有利于品牌价值持续积累和用户信任建立。