

金徽股份：以“绿色”为笔绘矿业新画卷

■本报记者 刘 欢

步入甘肃省陇南市徽县柳林镇的郭家沟，苍翠群山环抱间，一座现代化矿山跃然眼前，这便是金徽矿业股份有限公司(以下简称“金徽股份”)所属的郭家沟铅锌矿区。这里不仅是矿区，更是“国家AAAA级旅游景区”。与传统矿山尘土漫天、机器轰鸣的景象截然不同，金徽股份真正实现了“开矿不见矿，只听鸟鸣不闻机声”。

过去五年间，金徽股份紧紧围绕“夯实资源、资本赋能、科技创新、绿色发展”四大核心使命，以改革为驱动，将“十四五”规划中“绿色矿山”的愿景一步步转化为可触可感的现实。

近日，中国上市公司协会联合《证券日报》等媒体启动“我在‘十四五’这五年 上市公司在行动”主题活动，金徽股份的绿色实践受到广泛关注。从郭家沟的战略原点出发，到资本市场的纵横捭阖，再到西成铅锌矿带的谋篇布局，金徽股份以“绿色”为笔，以“创新”为墨，在矿山的脉络上描绘出一幅资源开发与生态文明相得益彰的壮美画卷，为中国矿业的高质量发展提供了一个鲜活而深刻的样本。

资本赋能打开成长空间

在金徽股份科技指挥中心的5D影厅内，一场沉浸式观影让记者全面了解了公司的智能化采矿流程。该体系依托井下安全避险六大系统、尾矿库在线监测等先进设施，实现了对安全生产的无死角管控。

在智能调度中心，巨大的电子屏幕上清晰地呈现出地下数百米深处高效、现代化的开采作业图景。这种静谧与高效并存的场景，正是金徽股份资本赋能战略的生动体现。

“2022年2月22日，公司在上交所主板上市。这不仅是我公司发展史上的重要里程碑，更是开启新征程的关键引擎。”金徽股份相关负责人在接受《证券日报》记者采访时表示，资本的引擎一旦启动，便为企业的战略布局注入了前所未有的强大动能。

上市募集的资金，如同精准投放的“燃料”，驱动金徽股份开启资源整合与产能扩张的加速跑。

视野转向正在紧张建设中的金徽股份江洛矿区，现场施工车辆有序穿梭，工人们在现代化厂房的框架间忙碌。据上述负责人介绍：“我们的目标，是将江洛矿区打造成继郭家沟之后的第二个国家级绿色矿山标杆，预计建成后年采选铅锌矿石量将达到数百万吨。”

这一系列动作的背后，是金徽股份极具前瞻性的资源战略布局。“十四五”期间，公司充分利用资本平台优势，通过战略性收购、积极参与矿权竞拍等方式，持续夯实资源储备。

上市之初，金徽股份拥有2宗采矿权、2宗探矿权。发展至今，公司已拥有4宗采矿权、6宗探矿权，形成了以郭家沟为核心，辐射整个西成铅锌矿带的资源储备体系。这不仅显著提升了公司铅、锌、银等主矿产的资源保障能力，延长了矿山服务年限，更为公司实现“一个矿区由一个主体统一勘查、统一开发”的集约化、规模化开发模式奠定了坚实基础，彻底告别了过去“小、散、乱”矿权带来的资源浪费和生态治理难题。

数据显示，金徽股份近年综合生产能力已达178万吨。此外，自上市



图①②金徽股份选矿车间

图③金徽股份智能调度中心

图④金徽股份全景图

公司供图

以来，公司已累计向股东派发现金分红超过14.34亿元，切实让投资者共享企业发展的丰硕成果。

科技创新驱动绿色转型

如果说资本是宏观布局的推手，那么科技创新就是微观层面驱动每一个环节向“绿”而行的核心引擎。

在郭家沟矿井，金徽股份采用直接将矿石放在井下破碎的采矿方式，再配套安装雾化除尘降噪装备，来减少地面粉尘和噪声污染。同时，公司还采用充填采矿法，选矿产生的废石和尾砂经处理后精准回填至采空区，像“打补丁”一样最大限度地减少对地表生态的影响和土地占用。

在选矿车间内，原矿经过破碎、磨矿后，进入浮选环节。这里应用的“电位调控”浮选工艺和高效环保药剂方案，是金徽股份的核心技术之一。选矿车间工作人员向记者表示：“通过这项创新工艺，公司的铅、锌、银选矿综合回收率指标可以稳定在较高水平，明显优于行业平均水平。这意味着，我们以每吨矿石中获得了更多的有价值元素，直接减少了资源浪费和尾矿产生量。”

同时，为减少资源消耗和对环境的影响，金徽股份的矿区厂房依山阶梯布置，能够实现矿浆自流，尾矿库和生活区下游建成污水处理设施，实现水资源循环利用率达96%以上。通过不懈努力，公司探索出了一条“矿区变景区、产业生态化”的发展之路。

这背后是金徽股份持续且坚定的研发投入。公司与国内多所知名院校建立产学研基地和技术研发中心，在勘探、开采、选矿、安全环保和生态修复等领域开展了60余项研发项目，累计获得授权专利20余项。

2024年10月份，自然资源部发布的全国首批15个生产矿山生态修复典型案例中，金徽股份郭家沟铅锌矿作为甘肃省唯一入选案例，为矿山生态环境恢复和治理探索出一条新途径。这座“中国绿色第一矿”，已被打造为“国家AAAA级旅游景区”，成为甘肃工业旅游标杆项目，被评为“国家工业旅游示范基地”。

ESG治理夯实价值根基

企业的可持续发展，最终要回答“为谁发展”“如何共享”的根本性问题。金徽股份将ESG(环境、社会 and 治理)理念深度融入企业发展的血脉，将其视为公司实现长期价值创造与可持续发展的基石。这种理念，首先体现在对“人”的关怀上。

在徽县县城，由金徽股份实控人李明出投资建设的爱员工公寓群已成为当地一道亮丽的风景线。2000多套精装修公寓，让员工可以“拎包入住”，并可享受物业服务等数十项福利待遇。配套的高标准幼儿园，解决了员工子女教育的后顾之忧。这种“安居”才能“乐业”的模式，让“以人为本”的企业文化从口号变为现实。

同时，通过金徽正能量公益基金

会，金徽股份持续投入到乡村振兴支持工作中，帮助周边村社改善道路、饮水等基础设施，并放宽条件优先录用当地居民，累计提供上千个就业岗位，有效带动了地方经济发展。

这些ESG实践也为金徽股份赢得了广泛的声誉。上述相关负责人表示：“金徽股份已连续三年发布《环境、社会及治理(ESG)报告》，主动接受社会监督，并先后荣获Wind ESG评级A级、“新华信用金兰杯”ESG实践优秀案例，并跻身‘中国上市公司ESG百强’行列”。

ESG治理正从一种软性约束，转化为金徽股份硬竞争力的重要组成部分，重塑现代矿业企业的价值逻辑。

站在“十四五”收官与新征程开启的历史交汇点，回望金徽股份五年来的发展路径可以看到，公司以资本为翼，拓展发展空间；以科技为核，驱动绿色转型；以责任为魂，夯实价值根基。这条路径清晰地表明，高质量发展不是一道简单的选择题，而是一套需要系统性作答的综合题。

金徽股份的实践，为正处于转型升级十字路口的中国矿业提供了极具价值的启示：绿色与发展可以并行不悖，经济效益与生态效益也能够实现双赢。

面向未来，金徽股份锚定的目标是成为“资源保障有力、科技引领卓越、生态环境友好、社会和谐共享”的全球一流矿业企业。这幅始于陇南群山的绿色画卷，正向更远处铺陈开来。



智能穿戴市场火热 产业链公司把握机遇积极创新

■本报记者 丁 蓉

国家市场监督管理总局近日发布的统计数据显示，今年前三季度，我国登记使用商品条码的智能穿戴相关产品总量达18.1万种，涉及企业0.6万家，较2020年9月底，智能穿戴产品品种数量增长91.4%，年均增长13.9%，市场呈现稳步快速增长态势。

具体来看，智能手表品种数已达2.9万种，年均增长46.8%；智能眼镜0.2万种，年均增长23.5%；智能耳机12.2万种，年均增长14.0%；智能手环2.8万种，年均增长1.2%。智能手表和智能眼镜产品的品种数增速显著高于智能穿戴行业平均水平。

盘古智库(北京)信息咨询有限公司高级研究员余丰慧向《证券日报》记者表示：“人工智能技术的持续快速发展，为消费电子行业注入了新的发展动力，并推动智能穿戴产品领域创新持续

活跃。未来有望催生出更丰富的新型智能穿戴产品形态及使用场景。”

从地区来看，截至2025年9月份，使用商品条码的智能穿戴产品品种总量排名前五的省市分别为：广东省(15.84万种)、北京市(0.65万种)、浙江省(0.32万种)、上海市(0.31万种)、福建省(0.28万种)。

“广东智能穿戴产业的活跃，得益于其深厚且完整的产业链基础。区域内集聚了芯片、光学显示、传感器、电池等关键环节的上下游企业，形成了高效的协同制造网络。这种集群优势使企业能够快速响应市场需求，在短时间内完成产品从设计到量产的转化。”苏商银行特约研究员武泽伟在接受《证券日报》记者采访时表示。

《证券日报》记者在深圳华强北市场调研时看到，品类丰富的智能穿戴产品成为该市场的亮点之一，吸引了全球各地的采购商。“华强北市场不仅智能

穿戴产品的配件和整品类齐全，还形成了从研发设计到制造营销的完整链路。全球各地客户带着需求来华强北，都能得到快速响应，甚至可以实现当日设计、次日量产、一周‘出海’。”华强北市场内的经销商刘志向《证券日报》记者表示。

在智能穿戴产业链上下游的各个环节，A股上市公司各展所长，积极创新，牢牢把握住市场机遇。例如，歌尔股份有限公司在声学、光学、微电子、精密制造等领域均具有较强的创新优势，公司生产的微型扬声器、扬声器模组、无线充电器件、天线、光学器件等产品，广泛应用于智能无线耳机、智能眼镜及其他智能可穿戴产品之中。

广东领益智造股份有限公司在智能眼镜等智能穿戴产业领域深耕多年，公司专注于核心组件和技术，可为客户提供结构件、功能件、充电产品及整机组装等服务。

深圳市豪鹏科技股份有限公司专注于高能密度电池技术的研发与产品制造，公司在智能穿戴领域已形成完善布局，产品覆盖智能眼镜等多类终端，并与众多头部品牌客户建立了深度战略合作。

中国国际科技促进会企业人才工作委员会委员汪张明在接受《证券日报》记者采访时表示：“智能穿戴既是下一代人机交互的关键入口，也是关键载体，市场潜力巨大。”

北京智帆海岸营销顾问有限责任公司首席顾问梁振鹏向《证券日报》记者表示：“中国智能穿戴产业已在智能手环、健康监测等领域展现出领跑态势，这得益于国内企业积极的技术创新和市场营销能力的提升。未来，企业可从核心技术研发、深化跨行业融合、提升数据安全与隐私保护、拓展国际市场等方面继续努力，以把握智能穿戴产业的新机遇。”

福耀玻璃换帅

曹德旺辞任公司董事长其子曹晖接棒

■本报记者 李 婕

10月16日晚间，福耀玻璃工业集团股份有限公司(以下简称“福耀玻璃”)发布公告称，为推动公司治理结构战略性优化与可持续发展的需要，曹德旺向公司提交了辞去董事长职务的报告。公司第十一届董事局第十次会议审议通过选举曹晖为公司第十一届董事局董事长，同时担任公司法定代表人及董事局战略发展委员会主任。根据公开资料，曹晖是曹德旺之子。

对此，《证券日报》记者第一时间联系福耀玻璃品牌相关负责人拟进一步采访，该负责人表示，以公告消息为准。

公开信息显示，作为该公司的创始人和掌舵者，曹德旺为福耀玻璃的发展作出了不可替代的贡献，引领公司从无到有、从小到大，最终发展成为全球汽车玻璃行业的领导者。曹德旺已被委任为公司终身荣誉董事长，将继续以董事及战略发展委员会委员等身份参与公司决策。

公告显示，曹德旺辞任后仍保留公司董事职务，并兼任部分子公司的董事、董事长及法定代表人，其负责的工作将按流程完成交接，

此次变动不会对公司经营产生不利影响。

值得一提的是，10月16日，福耀玻璃发布了2025年第三季度报告，公司第三季度单季实现营收118.55亿元，同比增长18.86%，实现归母净利润22.59亿元，同比增长14.09%。今年前三季度公司实现营收333.02亿元，同比增长17.62%，实现归母净利润70.64亿元，同比增长28.93%，延续了稳健增长态势。

万联证券顾问屈放向《证券日报》记者表示，福耀玻璃最新披露的第三季度业绩数据，为该公司董事长交接提供了稳定基础。新任董事长曹晖此前担任公司副董事长，长期参与企业经营管理，曹晖的接任将保障公司战略的延续性。同时，曹德旺以终身荣誉董事长身份留下的治理架构，既促使管理层年轻化，又保留了战略决策经验的传承。

屈放进一步表示，当前汽车行业正处于电动化、智能化转型关键期，汽车玻璃作为核心零部件迎来技术升级机遇。福耀玻璃此次优化治理结构，正是为了更好地适配行业变革需求，随着新管理层到位，该公司全球化布局与技术研究的连贯性将成为稳定发展的关键。

云迹科技在港交所上市

■本报记者 李豪悦

10月16日，北京云迹科技股份有限公司(以下简称“云迹科技”)正式在港交所主板挂牌上市。公告显示，本次IPO，公司在公开发售阶段获5657.2倍超额认购，IPO前后均获得众多优质机构投资者的高度认可。

今年以来，人形机器人相关概念股持续走高。关于机器人赛道未来的突破点，赛智产业研究院院长赵刚在接受《证券日报》记者采访时表示，一是智能水平提升，嵌入多模态大模型的人形机器人的认知能力将显著提升，功能也将大幅拓展，产品会更加实用；二是核心部件国产化进程加快，随着谐波减速器、执行器等核心部件逐步国产化，人形机器人单机成本将大幅下降；三是应用场景成熟，柔性抓取、多机协同、情感交互、环境泛化等应用技术实现突破，产品易用性将大幅提升。

在应用场景方面，云迹科技已实现多方面突破。资料显示，公司主营业务为机器人本体与功能模块的销售以及AI数字化订阅服务两大赛道。同时，酒店场景是公司收入来源的一大支柱。市场调研机构弗若斯

特沙利文数据表示，云迹科技在酒店场景中市场占有率13.9%，高于第二名至第五名的总和。

东方证券发布研报称，酒店机器人的常见用途有配送与清洁，当前以跨层送物与夜间需求为主。2024年，全球酒店服务机器人市场规模约14.2亿美元，预计2033年将达到70.4亿美元。中国市场预期2028年可达36亿元人民币。

“云迹科技的服务机器人已落地全球超3.4万家酒店、150+家庭院，以及工厂、公寓与写字楼等场景。”云迹科技相关负责人向记者表示，公司并非依赖酒店单一场景的收入，跨场景应用已成为公司的第二收入增长曲线。云迹科技通过全球首创的“1+N+AIoT”模块化架构，使UP机器人支持秒级功能切换。同时，公司自主研发的通用底盘可适配多种功能上仓，灵活覆盖各类服务场景。

有业内分析师表示，服务机器人行业已进入“价值兑现期”。随着AI大模型成本下降，服务机器人有望从“可选”走向“必选”。云迹科技也有望在服务机器人市场中实现新的突破。

市场分化 手机厂商发力区域化运营

■本报记者 贾 丽

2025年第三季度，全球智能手机市场维持增长态势。行业分析机构Counterpoint Research于10月16日发布的报告显示，根据市场监测的初步数据，2025年第三季度全球智能手机出货量同比增长4%。

“这一数字的背后，是成熟市场与增长市场、高端机型与经济型5G设备、库存调整与节庆需求之间多重力量的交织与博弈，预示着行业已步入一个机遇与挑战并存的全新‘分化复苏’周期。”中国通信工业协会副会长韩举科向《证券日报》记者表示。

报告显示，尽管北美和欧洲等成熟市场的智能手机出货量在第三季度出现下滑，但印度、中东非(MEA)及亚太部分地区的强劲表现推动了全球智能手机出货量的整体增长。

对此，Counterpoint Research高级分析师Shilpi Jain表示，发达国家市场对高端机型的需求依然旺盛，而在印度、亚太及中东非等增长型市场，经济型5G设备愈发受到青睐。

在分化的市场中，头部品牌的竞争策略与业绩表现也呈现出鲜明特征。第三季度，三星手机以19%的出货量份额继续稳坐全球智能手机的头把交椅。同时，公司报告期内实现智能手机出货量同比增长6%。Counterpoint Research研究分析师Kamal Singh表示，三星手机的出货量增长主要来自Galaxy A系列的强劲表现推动。在早期用户需求、运营商大力促销及消费者对折叠屏产品持续关注的作用下，公司新近发布的Galaxy Z Fold7在市场上表现突出。

周爱咨询合伙人杨思亮向《证券日报》记者表示，今年以来，三星“高

端树品牌、中端抢份额”的双轨策略成效显著，尤其是在抓住早期用户对折叠屏产品的关注上，展现了公司的技术前瞻性。

苹果手机第三季度全球出货量同比增长9%，为前五大品牌中增速最快。其在本国、中国、西欧及亚太其他部分地区的出货量均实现显著增长。全新发布的iPhone 17系列在全球多地预售量创下历史新高。

数据显示，在全球手机市场出货量份额方面，小米以14%的出货量份额位居第三位，出货量同比增长2%。其在东南亚、中东非及拉美市场的份额持续提升，尤其在中低价位段表现突出。Counterpoint Research分析师认为，小米这一成绩的取得，主要受益于运营商合作、促销活动及线上下渠道的同步强化。

OPPO与vivo分列第三季度全球市场出货量份额的第四位和第五位。其中，OPPO在东南亚及中东非市场以经济型5G机型实现增长；vivo则持续扩大其在中东非市场的布局。

纵观2025年第三季度全球智能手机市场表现，部分手机品牌“全球一盘棋”的战略逐渐转弱，深度区域化运营成发力重点。市场增长的多元化要求厂商必须放弃粗放的全域策略，转而进行更精细的区域洞察，在分化的市场中捕捉机遇。

杨思亮认为，手机厂商一方面必须持续在高端市场进行技术创新以维持品牌形象和利润，另一方面也要在增长市场推出具有竞争力的经济型5G设备，以抢占市场份额，扩大基本盘。同时，AI与折叠屏构成了手机厂商差异化竞争的双翼，深度融合的AI体验与引领形态创新的折叠屏，正成为手机品牌突破同质化竞争、打造第二增长曲线的核心抓手。