

“分红”变成“分体验” A股公司创新实物回馈方式

■本报记者 吴文婧

随着上市公司回馈投资者热情升温,除了现金分红,多家公司还积极以实物回馈股东。东方财富Choice数据显示,截至10月23日,已有超30家上市公司通过赠送核心产品、折扣券、文旅权益等形式与投资者进行互动,回报股东。

《证券日报》记者了解到,包括深圳市倍轻松科技股份有限公司(以下简称“倍轻松”)、天域生物科技股份有限公司(以下简称“天域生物”)、浙江五芳斋实业股份有限公司(以下简称“五芳斋”)、四川长虹电器股份有限公司(以下简称“四川长虹”)等在内的多家上市公司开展

了实物回馈股东活动,以期建立长效、多样的股东回报机制。

天域生物发布的公告显示,为了让股东更好地了解和体验公司产品,提高对公司内在价值的理解和认识,本公司在9月29日开启回馈活动,活动持续进行至10月17日,并为股东提供临江仙红曲酒、红曲丹参三七软胶囊、佳成红曲茶等产品作为奖品。智能便携按摩器研发、制造企业倍轻松在公告中表示,9月23日至10月11日期间,公司将头皮按摩梳Scalp5、腰部按摩器Y3、颈部按摩器N5mini等核心产品以抽奖形式赠送给股东,以此感谢股东对本公司的支持。

同样以公司产品回报投资者的

还有五芳斋,该公司立足自身产品体系,向股东赠送粽子礼盒,并向股东征集对公司发展和产品的意见或建议。五芳斋公告显示,以实物回馈股东,便于股东更加了解本公司和产品,有效提高产品认知度和影响力,从而推动产品生产精益求精,更好地服务消费者。

眺远咨询董事长兼CEO高承远对《证券日报》记者表示:“上市公司以产品回馈股东是有效营销策略。股东作为天然的品牌传播者,会因自身使用体验或社交分享,实现低成本、高效率的品牌曝光。与此同时,实物回馈更能让股东切实感受到公司关怀,增强归属感与忠诚度。通过股东口碑传

播吸引新客户,也能够有效拓宽市场渠道,提升产品竞争力,助力业务持续增长。”

不同于上述公司以赠送核心产品作为回报股东的方式,也有多家企业通过发放折扣券、提供专属权益等措施积极回馈投资者。例如,四川长虹为投资者提供了电视、冰箱、空调、洗衣机等家电产品优惠购福利,部分产品优惠最低至五折;博纳影业集团股份有限公司则根据股东持股数量提供电子观影券礼包,持股500股至10000股的投资者可获6张券,持股10000股以上可获9张券。

在上市公司纷纷创新与投资者交流方式的同时,资本市场互动平台建设也不断完善。今年9月下旬,

由浙江核新同花顺网络信息股份有限公司主办的第二届“上市公司股东节”正式启动,通过实物回馈、线上对话和线下访等形式提升投资者关系管理,活动吸引了近百家上市公司参与,覆盖金融、科技、制造等不同领域,奖品涵盖潮流科技、生活家居、食品保健等多个品类。

鹿客岛科技创始人兼CEO卢克林对《证券日报》记者表示,与以往现金分红和股份回购等方式相比,上市公司创新以实物回馈股东,把“分红”变成“分体验”,充分创造与股东二次接触的机会,为市场提供了新的思路和模式。这种模式有序推动资本市场在投资者服务领域不断探索和进步,为资本市场注入新活力。

■本报记者 贾丽

10月23日,机构Counterpoint Research发布数据显示,2025年上半年,全球智能手机出货量同比增长2%,而外包设计订单同比增长7%。同时,原始设计制造商(以下简称“ODM”)设计的智能手机出货量占全球总出货量的43%,创下2019年以来同期最高纪录。

这组数据意味着,智能手机厂商面对激烈的市场竞争与成本压力,积极应对智能手机硬件的持续迭代升级,同时通过加大ODM外包力度,加强研发投入以及升级制造设施,扩大智能汽车关联业务、智能穿戴、机器人等多元化业务。

行业并购为产业格局添变数

在手机产业链中,ODM企业占据重要位置。与传统代工生产企业相比,ODM企业承担部分或全部的产品设计,在价值链上占据产品设计和生产制造两个环节。

纵观全球ODM市场,上海龙旗科技股份有限公司(以下简称“龙旗科技”)、华勤技术股份有限公司(以下简称“华勤技术”)、立讯精密工业股份有限公司(以下简称“立讯精密”)、闻泰科技股份有限公司(以下简称“闻泰科技”)、深圳天珑移动技术股份有限公司(以下简称“天珑移动”)等主流企业,大多在智能时代通过频繁的行业并购实现自身与产业的跃迁。

今年以来,立讯精密对闻泰科技相关资产进行了收购。3月20日,立讯精密公告称,本公司及立讯精密全资子公司立讯通讯(上海)有限公司将收购闻泰科技关于消费电子系统集成业务的相关子公司股权、业务资产包。10月12日,立讯精密再度发布公告称,截至当日,本公司收购闻泰科技部分子公司股权及资产的交易项下,香港闻泰、印尼闻泰已依据相关协议于2025年9月16日完成股权实质性交割,并纳入公司合并财务报表范围。

受访业内人士表示,目前,全球智能手机ODM行业正处于新一轮格局重塑期。华勤技术和龙旗科技仍维持双强地位。在立讯精密整合闻泰科技ODM业务带来的市场波动中,其他各大厂商承接了部分转移订单。天珑移动今年稳步增长,上半年成功跻身第三。立讯精密虽承接了闻泰科技的大部分ODM客户资源,并积极拓展新客户,但ODM客户的整合与提振尚需时间,目前暂列第四。未来,类似并购事件或持续出现,为行业格局带来更多不确定性。

国泰海通科技资深分析师李轩对《证券日报》记者表示,ODM厂商通过并购可以进一步整合优势资源,扩大全球消费电子市场版图。从手机产业链ODM订单量增长的趋势可以看出,行业正加速从“规模制造”向“价值创造”转型。

加快多元业务部署

当前,智能手机厂商正面临严峻的竞争与成本压力,推动ODM厂商加速业务多元化。多家ODM正在积极开拓行业定制产品、LED、AIoT等新业务领域。

同时,5G技术普及、折叠屏形态创新等趋势,对ODM厂商的技术集成能力和设计能力提出了更高要求,单纯依靠成本竞争的模式已难以适应市场变化。面对智能手机硬件的持续迭代升级,ODM厂商正不断加强研发投入并升级制造设施。

北京达睿管理咨询有限公司创始人马继华对《证券日报》记者表示,一方面,ODM企业需要跟进智能手机的技术演进,保持主营业务竞争力;另一方面,也需要为未来布局,将研发资源投向增长潜力更大的新领域。

在巩固智能手机主业的同时,ODM企业还正积极扩大智能汽车关联业务、智能穿戴、机器人等新型业务。

智能汽车领域成为ODM企业跨界的热门选择,车联网、智能座舱等业务与智能手机ODM业务有一定技术协同性。立讯精密财报显示,汽车业务成为本公司上半年最亮眼的增长极,目前本公司已进入多家主流车企供应链。龙旗科技与智元创新(上海)科技有限公司共同发力国内工业具身智能机器人业务。

“这些布局思路体现了ODM企业的核心战略,将电子制造能力平移至更高增长赛道。整体来看,智能手机ODM业务虽然利润空间逐渐收窄,但仍是企业稳定的现金流支柱;而新业务虽前景广阔,却需要长期持续投入且回报周期长。”马继华表示。

业内预计,为缓解经营压力,手机厂商将继续加大外包比例,未来几年ODM智能手机出货量仍具备增长空间。

咨询机构纳弗斯分析师李怀斌在接受《证券日报》记者采访时表示,未来三年将是ODM行业转型升级的关键窗口期。头部厂商在维持智能手机业务优势的同时,能否在汽车电子、AIoT、机器人等新领域建立第二增长曲线,将决定下一轮产业竞争的格局。ODM厂商的角色也要加速从单纯的设计制造商,逐步向技术合作伙伴转变,在产业链中承担更多价值环节。

天润乳业：以乳业“芯片”密码解锁新疆味道

■本报记者 殷高峰

天山南北,牛奶飘香。作为新疆乳业的佼佼者,“十四五”期间,新疆天润乳业股份有限公司(以下简称“天润乳业”)依托北纬45度黄金奶源带资源,通过科技创新,持续提升公司竞争力。

近日,中国上市公司协会联合《证券日报》等媒体开展“我在‘十四五’这五年 上市公司在行动”主题宣传活动,走进天润乳业,探索更多关于牛奶生产背后的创新故事。

“‘十四五’期间,天润乳业以‘专注乳业,做中国乳业的专家’为初心和使命,将‘加快实现中国奶业全面振兴’作为发展愿景,在高质量发展的征程中勇毅前行。”天润乳业党委书记、董事长刘让对《证券日报》记者表示,从奶源基地到市场终端,从产品创新到品牌升级,“十四五”期间,天润乳业以科技创新引领新质生产力发展,为公司高质量发展提供动力支撑,在建设一流乳企的道路上迈出坚实步伐。

筑牢企业“生命线”

“乳品质量是奶业的‘生命线’。对于乳品企业来说,必须要筑牢从源头到终端产品的安全‘生命线’。”刘让如是说。

在新疆天润烽火台奶牛养殖有限公司(以下简称“天润烽火台”)牧场里,数千头荷斯坦奶牛正低头采食苜蓿、全株玉米青贮、精料、啤酒糟等科学配比的全混合日粮(TMR)营养餐——这是奶牛一天活力满满的开始。

这些被精心调配的营养餐里,离不开智能近红外饲料营养检测仪的助力,一分钟内完成营养成分分析,确保每一口饲料都精准契合奶牛的营养需求。

牧场里,每头奶牛都有专属编号,它们迈着舒适的步伐缓步走向挤奶转盘时,脚蹩上的计步器已将整夜活动数据自动上传至牧场管理系统。“奶牛步数骤减可能是疾病预警,步数骤增则可能是发情信号,数据感知比传统饲养员的经验判断更敏锐、精准。”天润烽火台技术中心主任陈伟民向《证券日报》记者解释说。

在犊牛舍,智能项圈实时监测每头小牛的活动量与采食情况,数据同步回传至管理平台,让小牛在生命初期就能享受到“科技化呵护”。这只是天润乳业以技术创新赋能奶业安全防线的一个缩影。

奶源被称为乳业的“芯片”。在天润乳业的北亭万头牧场里,智能化养殖系统正在高效运转,奶牛佩戴

的电子耳标实时传输健康数据,精准饲喂系统可根据需要科学配比饲料,粪污处理设备将牛粪转化为有机肥和垫料。

“我们按照现代化智能化的标准建设牧场,原料奶相关指标优于农垦联盟最新标准。”天润乳业乳业事业部副总经理魏勇对《证券日报》记者表示。

数据显示,截至2024年末,天润乳业共拥有26个牧场,牛只存栏6.48万头,生鲜乳自给率进一步提升。

“‘十四五’期间,公司乳业板块通过基因组检测,优化牛群结构,重点培育高产、高饲料转化效率的优质种群,持续推动从‘数量型’向‘质量型’转型。”魏勇称。

从牧场到生产车间,质量管控始终贯穿全程。午后的阳光透过玻璃幕墙,折射在巴氏杀菌机精密的仪表盘上——78℃的精准温度、10秒的严格时长,成为保障产品安全与营养的关键,既能有效灭活有害菌,又能在最大程度上留存乳铁蛋白、免疫球蛋白等活性成分。

“在生产环节,每一批次产品都要经过112道检测工序,从原奶收购到成品出厂,全程实现可溯源。我们建立了‘从田间到餐桌’的全链条管控体系,任何环节出现问题都能实现快速追溯。”天润乳业副总经理、乳业事业部总经理尤宏向《证券日报》记者介绍:“公司投资2000万元建设乳品检测中心,配备高端设备,能实现农兽药残留、重金属、微生物等指标的快速精准检测。”

创新丰富产品矩阵

在天润乳业的研发中心,益生菌研发团队正专注于新疆特色菌种的筛选与研究。“我们从新疆传统发酵食品中分离出127株优势菌株,其中3株已应用于奶啤产品,形成独特的‘新疆味道’。”天润乳业乳业事业部技术管理中心部长罗晓红向《证券日报》记者介绍说。

不久前,天润乳业凭借技术创新成果获得“中国乳制品工业协会技术发明奖”。近年来,天润乳业和中国农业大学、中国农业科学院、新疆农业大学、新疆生产建设兵团畜牧兽医工作总站、新疆农业科学院等高等院校所共同研发促进科研成果转化,近三年共承担兵师重点领域科技攻关和科技创新人才团队项目24个;取得发明专利12项,各类知识产权成果78项,获得兵师科技进步奖10余项。

目前,天润乳业拥有国家级博士后科研工作站、自治区级企业技术中心、兵团级创新技术中心等研



图①全混合日粮(TMR)饲喂

图③工作人员正在用电脑操控酸奶罐装系统进行全自动罐装

图②工作人员正在做酸奶罐装后的质量检查

图④天润乳业厂区

发平台。天润乳业参与制定的新疆牛初乳地方标准《生鲜牛初乳》(RHB601-2005)和《牛初乳粉》(RHB602-20052)已上升为国家行业标准,使其成为国内牛初乳领域的引导者。

依托持续的科技创新,天润乳业围绕“新疆特色、健康功能”定位,构建了“基础产品做精、特色产品做专、高端产品做优”的产品体系,推出了多款深受消费者喜爱的产品。

天润乳业总工程师刘朋龙对《证券日报》记者表示:“在乳制品市场不断演变下,挖掘细分市场,实现错位竞争成为乳业发展的新方向,而产品创新、新品类打造则将成为行业发展的重要驱动力。天润乳业凭借创新研发实力,通过差异化定位覆盖不同的消费场景,带动品牌发展。”

“天润乳业的爱克林系列酸奶以独特包装设计和充满想象力的风味尝试,成为都市白领新宠;方桶酸奶凭借1kg家庭装设计及新疆牧场奶源优势,在电商平台成为现象级单品;跨界产品天润奶啤更开创了新品类;2025年上新更受年轻人喜爱的天润奶啤百香果风味,成为消费者新宠。”刘朋龙向记者一一展示



天润乳业近年来的创新产品。

创新数字驱动模式

在数字经济浪潮下,天润乳业积极拥抱变革,探索出“产业数字化+数字产业化”双轮驱动模式。

在生产端,天润乳业建成乳业大数据中心,实现从牧场养殖、生产加工到物流销售的全流程数字化管控。单厂智能化改造后,生产效率提升50%以上,能耗降低25%;在销售端,依托AI算法、云资源等数字化衍生技术,优化供应链流转效率与资源配置,精准监测并把控奶源、生产、质量、销售、售后等环节。

不久前,天润乳业“数字化贯通的乳制品智能工厂”成功入选工业和信息化部“2025年度卓越级智能工厂项目”。*“数字化贯通的乳制品智能工厂”实现了全产业链数字化协同,构建了覆盖牧业、生产、质检、物流、销售的全产业链数据生态圈。”刘让介绍,工厂打造了智能运维平台、AR辅助维修系统、AI驱动人机协同作业系统、全流程质量追溯系统等21个生产作业系统,实现从奶源到终端产品的追溯与协同管理。

兆讯传媒推动“数字媒体+公益生态”融合创新

■本报记者 桂小笋

10月24日晚间,兆讯传媒广告股份有限公司(以下简称“兆讯传媒”)发布第三季度业绩报告,前三季度,兆讯传媒实现营业收入约4.4亿元,归属于上市公司股东的净利润为3344万元。

“兆讯传媒已搭建起‘高铁站网+城市商圈’双轮驱动的传播体系,为广泛传递社会价值提供了平台保障。依托高铁站与核心商圈这两类高流量线下场景,本公司构建了以‘双场景、广覆盖’为特色的公

益传播机制。”兆讯传媒董秘办工作人员告诉《证券日报》记者。

据悉,在高铁场景中,兆讯传媒已与全国18家铁路局集团建立合作,媒体网络覆盖30个省级行政区,数字屏幕数量及市场占有率持续领先,年覆盖旅客流量突破20亿人次,打造出贯穿全国干线枢纽的公益传播主动脉。在商圈场景方面,兆讯传媒重点布局多个一线与新一线城市的高端商业体,形成对高铁场景的有力补充,精准触达高消费人群。

除了传统渠道外,裸眼3D、AI等技术的应用如何与兆讯传媒的业务

更好结合,也是投资者关注的事项。

福州公孙策公关咨询有限公司合伙人詹军豪在接受《证券日报》记者采访时表示:“户外广告企业需紧跟技术趋势,硬件方面,在核心商圈、交通枢纽等重点区域部署高清互动屏、裸眼3D屏等新型设备,提升视觉冲击力;软件层面,引入大数据分析工具,实时追踪消费者行为数据,实现精准投放。同时,企业需建立技术快速响应机制,及时将新技术融入广告制作与投放流程,保持技术领先优势。”

梳理兆讯传媒的信息可知,该公

司将裸眼3D等视觉技术打造为传播亮点。例如,2025年春节期间,由兆讯传媒打造的裸眼3D公共艺术作品《猫猫虫》亮相北京王府井商圈,视频将国宝熊猫与剪纸、灯笼等非遗元素相融合,吸引了无数路人打卡拍照。

“未来,兆讯传媒将持续推动‘数字媒体+公益生态’的融合创新,积极引入5G通信、人工智能等前沿技术,提升公益内容的传播效率与互动体验。”上述兆讯传媒董秘办工作人员介绍,通过“公益传播+ESG实践”双轮驱动,兆讯传媒致力于实现品牌成长与社会贡献的良性循

环,不断拓宽社会价值创造的路径与层次,构筑全链路、多维度的社会责任传播体系,让企业责任行动在数字时代迸发新活力。

詹军豪建议,当前,技术发展迭代速度较快,企业要紧抓科技红利,利用AI实现动态创意生成,根据环境、用户特征实时调整广告内容;借助大模型进行用户行为预测与兴趣识别,优化投放策略。同时,企业还可通过AI实现跨屏互动,提升用户参与度,利用AI生成个性化广告素材,满足不同消费群体需求,提升广告效果。