

光模块需求增加 头部公司业绩劲增

■本报记者 李万晨曦

据 Choice 金融终端数据统计,截至 10 月 27 日,A 股 CPO(共封装光学)概念板块中已有 12 家上市公司披露 2025 年三季报,其中,河南仕佳光子科技股份有限公司(以下简称“仕佳光子”)、江苏永鼎股份有限公司(以下简称“永鼎股份”)等 9 家光模块企业前三季度归母净利润实现增长。

智参智库特聘专家袁博在接受《证券日报》记者采访时表示,随着光模块行业景气度提升,行业整体需求持续回暖,光模块高端产品的出货量快速增长。这一趋势已传导至企业端,推动多家光模块上市公司业绩向好。

行业景气度提升

具体来看,头部光模块上市公司 2025 年前三季度业绩保持稳健增长。例如,上海剑桥科技股份有限公司(以下简称“剑桥科技”)前三季度归母净利润约为 2.59 亿元,同比增长 70.88%。华工科技产业股份有限公司(以下简称“华工科技”)前三季度归母净利润为 13.21 亿元,同比增长 40.92%。武汉光迅科技股份有限公司前三季度归母净利润为 7.19 亿元,同比增长 54.95%。

多家上市公司前三季度净利润增长超 100%。例如,仕佳光子前三季度归母净利润为 3.0 亿元,同比增长 727.74%。永鼎股份前三季度归母净利润为 3.29 亿元,同比增长 474.30%。珠海光库科技股份有限公司前三季度归母净利润为 1.15 亿元,同比增长 106.61%。

对于业绩增长的原因,多家上市公司在财报中提到,主要受益于 AI 算力需求上升、光模块产品出货量增加等因素。

“光模块行业景气度的提升,是 AI 算力需求爆发、数据中心建设扩张、海外巨头采购量增加、政策持续赋能等多重因素共同作用的结果。”萨摩耶云科技集团首席经济学家郑磊在接受《证券日报》记者采访时表示,当前, AI 大厂商业化落地进程加快,这不仅带动数据中心建设需求激增,更形成“资本开支扩张、商业化落地、业绩兑现”



的正向循环,为光模块企业业绩增长注入强劲动力。

多家券商近期表示,看好光模块市场需求的成长潜力。兴业证券研报称,海外大客户近期上修 2026 年 1.6T 光模块采购计划,从 1000 万上修到 1500 万只,再到近期的 2000 万只,主要系 GB300 与后续 Rubin 平台加速部署, AI 训练与推理网络带宽需求快速增长, 1.6T 产品进入量产放量期。

政策层面持续释放利好,进一步助推光模块行业景气度提升。近日,工业和信息化部等七部门印发的《深入推动服务型制造创新发展实施方案(2025—2028 年)》提出,加强新型信息基础设施建设,深化“5G+ 工业互联网”融合创新和规模化应用,按需布局算力基础设施,加速算力与行业融合应用。

中国城市专家智库委员会常务副秘书长林先平在接受《证券日报》记者采访时表示,利好政策的推出,表明国家算力战略已从规模扩张的第一阶段,迈向与实体经济深度融合的第二阶段,作为算力网络中的核心器件,光模块将成为算力革命的重要

受益者。

上市公司布局忙

“随着光模块行业景气度上升,需求端将持续扩容,对光模块技术端与产能端形成双重倒逼,推动全产业链加速升级。”北京科方得科技发展有限公司研究负责人张新原在接受《证券日报》记者采访时表示。

在此背景下,头部光模块企业正以技术创新与产能布局为核心,积极抢占市场先机。

在技术创新方面,成都新易盛通信技术股份有限公司在近期披露的投资者关系活动记录表中表示,公司已经完成了满足 IEEE 标准要求的全系列 1.6T 产品的开发,支持 CMIS5.0 及以上版本,可满足不同客户的应用需求; 3.2T 是下一代产品迭代方向,公司已启动预研。

仕佳光子近期在接受机构调研时表示,公司开发出的 800G/1.6T 光模块用 MT-FA 产品已实现批量出货,开发出的应用于硅光自动化封装耐高温 FAU 器件产品,实现小批量出货。

产能布局上, 10 月 26 日,中际旭创股份有限公司在投资者互动平台上表

示,公司 1.6T 产品正在持续起量。汇绿生态科技集团股份有限公司的孙公司湖北钧恒科技有限公司与鄂州临空工业园开发有限公司及鄂州市临空经济区口岸和招商服务中心签订《光电子产业园房屋租赁合同》,旨在支持该孙公司年产 150 万只光模块生产基地的建设运营。

华工科技在近日披露的投资者关系活动记录表中提到,公司 800G LPO 光模块 10 月份已经在海外工厂开始交付,预计今年四季度继续上量,同时产品型号也在增加。1.6T 光模块产品正在为明年的上量做准备。海外市场客户明年整体需求量增加,预计达到 4000 万只到 5000 万只。预计 11 月份起,国内市场 800G 单多模产品开始形成新客户订单,明年上半年将批量交付。

科技部国家科技专家库专家周迪在接受《证券日报》记者采访时表示,光模块行业当前需求增长的确切性、政策的持续赋能以及企业在技术与产能上的主动突破,共同推动光模块行业进入高质量发展阶段。技术领先、客户优质、产能全球化的光模块企业,将依托核心竞争优势维持强劲盈利能力,并深度受益于全球数据中心建设与升级的行业浪潮。

力永磁科技股份有限公司表现最为亮眼,前三季度净利润同比增长 161.81%。

总体来看,多数有色金属行业上市公司业绩向好,主要受益于部分矿产品种价格上涨。年内黄金最高涨幅超过 60%,白银最高涨幅超过 80%,而黑钨精矿价格也从上半年的 15 万元/吨飙升到近期 28 万元/吨左右水平,涨幅超过 85%。

深圳市前海排排网基金销售有限公司研究总监刘有华对《证券日报》记者表示,中长期来看,贵金属仍具备上涨动力,而基本金属方面,供给偏紧格局短期内难以扭转,铜、铝等品种价格或保持高位运行。不过需求端复苏力度仍存在不确定性,若实际需求不及预期,可能对价格进一步上涨形成一定制约。

短剧。

“微短剧早已成为了平台‘兵家必争之地’。”一位微短剧制作方负责人向《证券日报》记者表示,微短剧对于提升用户月活和拉新效果显著,这也让微短剧成为下一阶段的重要布局内容。

同时,腾讯视频专门成立了 AI 影视表达工作室和智能制作部门,希望未来可以用 AI 辅助艺术家创作,寻找影视内容创作的新可能。目前,《聊斋》《剑来》《三体》等项目都有 AI 技术的参与。

“通过技术应用,一方面实现了内容生产的降本增效,另一方面拓展了艺术创作的想象边界。”孙志怀说。

王娟表示,未来,在科技与艺术双驱动的战略指导下,腾讯视频将持续深耕精品创作土壤,与合作伙伴携手共创共赢,推出更多能在人心里落地扎根、静静回响的好故事,不断助力电视剧高质量发展。

家电巨头拥抱体育赛事 提升品牌影响力

■本报记者 贾 丽

四川省城市足球联赛(以下简称“川超”)正在火热举行,赛场之外,一场关于品牌影响力与市场渗透的“暗战”也同步上演。

作为“川超”官方赞助商,四川长虹电器股份有限公司(以下简称“长虹”)的体育营销版图持续扩张。从赞助国际冰雪赛事到支持本土“川超”联赛,长虹正通过国际化与本土化双线并行的策略,加速体育营销布局。

区域赛事热度高涨

门票开售即“秒光”,每场比赛都涌入上万名观众……继“苏超”之后,近段时间“川超”的火热,使其成为观察中国消费新趋势的微观窗口。这场赛事已然超越运动本身,其中也少不了各大赞助品牌的助燃。

北京关键之道体育咨询有限公司创始人张庆表示,区域赛事的火爆,折射出中国消费市场的深层变革。以“川超”为代表的体育赛事,正以“赛事+文旅”的深度融合模式,为当地经济注入强劲动能。

在这场体育盛宴中,作为“川超”官方赞助商,长虹将其品牌势能、AI 家电与赛事绑定。 10 月 27 日,长虹相关负责人对《证券日报》记者表示:“‘川超’这样一个充满激情与活力的场景,正是展示 AI 家电如何改善生活的舞台。这一布局,也是长虹加速 AI 转型的体现。”

事实上,长虹的转型早已悄然开启。2023 年,生成式 AI 技术爆发,长虹在电视产品中接入大模型,推出具备 AI 对话、口语陪练等功能的“大屏终端”。2024 年初,其自主研发的“长虹云帆” AI 平台成为四川省首个通过国家网信办备案的大模型。今年,长虹将大熊猫 AI 家电全场景搬到国内外多个展台。

“家电行业的竞争,正在从参数竞赛转向场景适配能力的较量。”中国家用电器商业协会常务副秘书长张剑锋表示,“长虹的 AI 布局,本质上是‘卖产品’到‘提

供生活化解决方案’的转变。”

家电企业借势营销

纵观近年来体育营销路径,长虹“双线布局”特征愈发清晰。一方面,长虹通过此次赞助“川超”等,进一步强化国内本土深耕。另一方面,公司持续拓展全球高端赛事合作,先后与国际雪联自由式滑雪世界杯及德国滑雪协会(DSV)合作,将品牌影响力延伸至海外冰雪运动场景。

上述长虹负责人称,长虹全球体育赛事的合作范围正在进一步扩大,在国内本土市场与海外高端领域双线并行布局体育营销。

“国际赛事提升品牌高度,本土赛事夯实情感厚度。”张庆说,“‘川超’这样的区域性赛事具备强大的在地连接能力,是品牌与用户建立情感纽带的优质场景。”

此外,张庆表示,家电企业锚定国际高端赛事,可以提升品牌全球形象与高端科技感;深耕区域本土赛事,直接触达终端消费市场,则可以强化品牌的情感认同与亲和力。

长虹的举措并非孤例。近年来,体育营销已成为家电行业头部企业的“标配”。例如,格力多次赞助“苏超”,海尔智家成为多个顶级网球赛事的官方合作伙伴,美的集团成为巴塞罗那足球俱乐部新的主要合作伙伴。

张剑锋认为,这场体育营销“抢滩战”的背后,是家电市场从增量竞争转向存量竞争的现实。当“价格战”与功能同质化难以构筑持久壁垒,品牌价值与用户情感联结便成为破局的关键。体育赛事所蕴含的激情、活力、健康与追求卓越的精神,恰好为家电品牌提供了绝佳的价值传递载体。同时,家电企业也在借助具有知名度的国际赛事,增强品牌影响力,从而加快自主品牌输出和深耕当地市场,以扩大全球市场份额。

中国科学院工业经济研究所研究员李钢表示:“当消费者为体育赛事欢呼时,他们也在寻求超越赛事本身的归属感与参与感。中国品牌的转型之路正在持续提速。”

量子科技加速走向商业化

我国量子科技市场规模预计到2029年将增至97.58亿美元

■本报记者 徐一鳴

近日,安徽省量子信息工程技术研究中心发布消息称,我国实现了全球首款四通道超低噪声半导体单光子探测器的量产落地(以下简称“单光子探测器”),标志着我国单光子探测技术进入领跑阶段。

中关村物联网产业联盟副秘书长袁帅在接受《证券日报》记者采访时表示,未来,我国量子科技或将通过三种路径贡献新的经济增长点。一是量子设备制造促进产业规模扩张;二是赋能医药、金融等产业升级;三是催生量子 AI、量子物联网等新业态。

政策红利不断释放,推动产业加速发展。今年 1 月份,工业和信息化部发布《关于组织开展 2025 年未来产业创新任务揭榜挂帅工作的通知》,围绕量子计算、量子通信、量子精密测量三大方向,拟部署 17 项揭榜任务,加强产业共性关键技术攻关,研制核心器件与设备,提升产业公共服务能力,推动量子技术在医疗、交通、能源、金融等领域应用落地。

此外据记者梳理,长三角地区依托合肥“量子大道”与上海张江科学城,构建“超导量子计算+云服务”生态;粤港澳大湾区以深圳华为技术有限公司量子云平台为核心,推动“量子+AI”融合应用。这种区域协同发展的模式,既保证了基础研究的厚度,又激发了产业应用的活力。

区域投资资金则为产业链公司发展注入能量。近日,量子精密测量仪器研发生产商国仪量子技术(合肥)股份有限公司(以下简称“国仪量子”)完成 1.31 亿元战略融资,投资方为合肥市共创接力创业投资基金(合肥兴泰资本管理有限公司)。据了解,1.31 亿元资金将重点用于量子计算相关设备、磁共振专用设备及实验分析仪器的研发与设计能力升级。值得一提的是,国仪

量子已于近日完成 IPO 辅导验收。

目前来看,量子科技产业链公司已多个领域形成突破,构建起各具特色的竞争优势。以量子通信领域为例,近日,中国电信股份有限公司(以下简称“中国电信”)量子研究院团队在光通信领域取得重要进展,成功实现了超过 80 公里的经典光信号与量子密钥分发光纤传输现网实验,传输速率超过 10Tb/s。这标志着我国在量子通信领域的技术实力进一步提升。

南开大学金融学教授田利辉对《证券日报》记者表示,我国量子科技正走出一条政策引导与市场驱动相结合的发展道路。在这场科技革命中,政策的“定盘星”作用与企业的创新力优势形成了强大合力。

量子科技的商业化应用已在金融、医疗等领域取得实质性进展,印证了产业落地的可行性。

基于自研的 1000 量子比特相干光子计算机真机,北京玻色量子科技有限公司将为招商银行股份有限公司的“天秤 AI”量子计算项目提供国际顶尖的量子组合优化算法方案,以及持续稳定的、“任务式”的量子真机算力服务,进而解决诸如投资组合优化、风险控制建模等传统计算难题难以高效解决的复杂计算难题。

华夏银行股份有限公司牵头打造的“量子金融云平台”融合超导、光子等多技术路线,开发出量子神经网络、量子近似优化等多种核心算法,已在智能风控等金融场景落地应用。

此外,本源量子计算科技(合肥)股份有限公司与无锡药明康德新药开发股份有限公司合作开发的量子分子对接平台,将阿尔茨海默药物筛选周期从 5 年压缩至 8 个月,成本降低 60%。

中国报告大厅网数据显示,我国量子科技市场规模预计到 2029 年将增至 97.58 亿美元。2024 年至 2029 年复合年增长率预估为 37.45%。

有色金属上市公司业绩与股价齐升

■本报记者 贺王娟

受产品量价齐升影响,A 股多只矿业股及金属材料股在前三季度实现净利润大涨;同时,A 股有色金属板块也受到资金的青睐,以南方中证万有色金属 ETF(512400)为例,截至 10 月 27 日收盘,该 ETF 年内涨幅超过 80%。

从个股来看,多只有色金属个股年内(截至 10 月 27 日)涨幅超 100%,如洛阳栾川钼业集团股份有限公司年内涨幅达 170.16%、紫金矿业集团股份有限公司(以下简称“紫金矿业”)年内涨幅达 112.04%、宁波金田铜业(集团)股份有限公司年内涨幅达 105.35%、安徽楚江科技新材料股份有限公司年内涨幅达 103.97%。

同花顺数据显示,截至 10 月 27 日记

者发稿,A 股已有 48 只有色金属上市公司披露了三季报,多家企业业绩向好。

具体来看,有 4 家黄金上市公司均实现了营收与净利润双增。其中,业绩增幅最为亮眼的是赤峰吉隆黄金矿业股份有限公司,该公司前三季度实现归属母公司股东的净利润同比增长 86.21%,达 20.58 亿元。对于前三季度业绩大增,多家黄金矿业上市公司表示,产量整体保持平稳,充分受益于黄金价格较大幅度上涨,此外伴生矿产银价上涨及银铅锌销量增加也助推了上市公司业绩的增长。

此外,8 家铜矿及铜产业链上市公司均实现了净利润同比增长。其中,紫金矿业净利润同比增长 55.45%,达 378.64 亿元。

紫金矿业称,前三季度,该公司主

要会计数据和财务指标同比均实现大幅增长,主要得益于公司强化生产组织与运营管理,矿产品、铜产量分别同比增长 20%、5%;同时依托投资并购整合能力,通过技改扩产和运营优化,快速释放产能,并精准把握金属价格上涨窗口,尽产尽销,充分享受价格上涨红利。

10 家钨、钴、铅锌小金属上市公司中,除云南罗平锌电股份有限公司营收、净利润双双微降以及云南驰宏锌锗股份有限公司(以下简称“驰宏锌锗”)净利润同比下滑 10.18%外,其他 8 家上市公司均实现营收与净利润双增。其中,驰宏锌锗、盛屯矿业集团股份有限公司、厦门钨业股份有限公司、浙江华友钴业股份有限公司 4 家上市公司前三季度净利润超过 10 亿元。

在 6 家磁性材料上市公司中,江西金

(长剧)40 集上限,取消古装剧数量限制,缩短审查时限,试行边审边播机制等。

对此,腾讯在线视频联席总裁兼首席内容官王娟表示,上述举措在制作播出和审查环节做了大量的减法,为长剧打开了做加法的空间。审查效率提升会增加平台排播的确定性,平台排播布局也将多元化。加强内容题材和形式创新,让腾讯视频对很多精品剧集在类型化和系列化开发上有了更多尝试的动能。

王娟表示,腾讯视频希望与品牌客户携手共创更多厂牌项目,通过内容的持续输出和 IP 的长线运营,与品牌伙伴一同构建一个可预期、可规划、可持续的商业新生态。

上海夏至良时咨询管理有限公司高级研究员杨怀玉对《证券日报》记者表示,腾讯视频作为行业头部,与品牌试水共创项目,对于提升平台内容的商

业化收入具有很强的参考性。

今年以来,腾讯视频在剧集、综艺、动漫等领域的表现可圈可点。剧集方面,《折腰》《许我耀眼》等口碑佳作实现了从内容到话题的破圈传播;综艺方面,《一饭封神》《喜人奇妙夜 2》《地球超新鲜》等新老综艺热度持续高企;动漫方面,《龙族 2》《诡秘之主》等现象级 IP 彰显了国漫 IP 的全球影响力。

大会现场,腾讯视频共发布了六大板块、上百部精品剧集,涵盖严肃文学、现实主义、都市情感、刑侦悬疑、科幻探险、古装传奇等多元题材类型。

此外,王娟表示,除了横屏内容,腾讯视频也正着手布局精品竖屏内容,以此来满足用户轻量化、碎片化的内容需求,包括 IP 衍生竖屏节目、竖屏短剧、竖屏播客资讯和独立竖屏节目四个方向,针对竖屏短剧方面,平台还将积极尝试兼顾端内与微信渠道用户审美的竖屏

腾讯视频以AI技术赋能影视制作全链条

■本报记者 李豪悦

10 月 27 日,“2026 腾讯视频 V 视界大会”公布了腾讯视频未来在剧集、综艺、纪录片及动漫方面的新项目。腾讯公司副总裁、腾讯在线视频董事长孙忠怀在现场表示:“长视频单打独斗的时代已经过去了,当下的‘壁垒’是生态。未来长视频平台的竞争会更加理性,也更加开放。腾讯视频将做好两点,一方面坚持精品战略,继续在剧集、综艺、纪录片和动漫等领域持续投入优质的项目,丰富 IP 矩阵;另一方面坚持技术创新,特别是利用好 AI 等技术形式为内容创作者、用户和合作伙伴们提供服务。”

今年 8 月份,国家广播电视总局发布《视听内容丰富电视大屏内容 促进广播电视内容供给的若干举措》,旨在通过多项改革措施推动广播电视行业转型升级,主要包括取消电视剧