

云南能投：“追风逐绿”步履不停

■本报记者 李如是

在高山之巅，云南能源投资股份有限公司(以下简称“云南能投”)建设的近500座风电机组连点成片，一架架“大风车”随风缓缓转动，源源不断地提供着环保新能源。

近年来，云南能投“追风逐绿”步履未歇，一组硬核数据展示出公司的跨越式发展：“十四五”期间，云南能投的新能源装机容量从37万千瓦增长至225.725万千瓦，增幅达510.07%；累计发电量115亿度，节约标煤379.5万吨，减少二氧化碳排放1138.5万吨。

10月28日，该公司350MW压缩空气储能示范项目正式开工，将为绿色电力打造“储能罐”，加速向“风光储”一体化方向发展。

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，记者走进云南能投，探访公司发展背后的故事。

新能源项目接续落地

2021年起，随着云南省一系列新能源政策陆续出台，云南能投紧抓新能源发展的关键期，开发建设步入快车道。

通泉、永宁、金钟……一座座风电场在逾1800米海拔的高原山地铺开。“十四五”期间，云南能投明确将新能源项目的投资、开发、建设和运营管理作为发展重心，在新能源领域的投资超百亿元，装机规模超过225万千瓦，增长超5倍。公司归母净利润由2021年的2.52亿元增长至2024年的6.75亿元。

云南能投党委书记、董事长周满富对《证券日报》记者表示：“这样的发展‘速度’背后，是国家政策对绿色能源发展的支持，是当地政府对项目建设的支持，以及控股股东云南省能源投资集团有限公司的战略部署，才有了企业今天的规模。而从新能源行业前景来看，我公司的建设速度也是由社会需求所决定的。在全球绿色低碳发展趋势下，绿色能源对出口型产业也将有非常大的支撑作用。”

往回回溯，风电场建设过程颇为不易。彼时，针对山区低风速、地形复杂的特点，云南能投选用适应性强的大容量低风速风机机型，在严格执行“避让生态红线、修复施工痕迹、循环利用资源”三重标准的情况下，有效保障了复杂地形条件下的稳定发电能力。

在高山之巅，《证券日报》记者看到一架架高度超百米的“大风车”连点成片。云南能投马龙云能投新能源开发有限公司厂长张旭辉指着“大风车”对记者介绍说：“风机塔筒高度可达120米，风机叶片长度是92米。这些6.25兆瓦的风力发电机组，是当时最大的陆上风机。通俗地说，就是一台风机一个小时可发电6200度，整个通泉风电场一个小时可发电30万度。”

这么高大的风电机组是如何在高原山地完成吊装的？对此，周满富向记者透露了风电场快速建



图①云南能投通泉风电场负责人与记者交流
图③云南能投风电场

图②云南能投公司总部
图⑤云南能投石林光伏项目

图④云南能投新能源远程集控中心

刘笑辰/摄
公司供图

设的“独门秘籍”，他表示，公司拥有一支从“云南省第一批新能源开发”就沉淀下来的专业团队。147人的团队，扛起了从项目投资、建设到运营的全链条工作，人均创利、全员劳动生产率稳居云南省前列。地形复杂，云南能投管理人员就全员上阵，用脚步实地测量。作为上市公司，云南能投以严格的内控管理为标准，在质量、成本、工期控制上样样领先，多个风电项目实现提前完工。

在清晰、一致的共同目标引领下，云南能投这支新能源建设团队形成一股强大的凝聚力。团队中1人荣获省部级“五一劳动奖章”、2人荣获县市级“五一劳动奖章”。在项目建设与植被恢复过程中，这支团队还探索出生态效益与经济效益双赢路径，为高原山区开创“清洁能源反哺乡村建设、绿色产业赋能乡村振兴”的可持续发展路径，形成“绿电+文旅”乡村振兴新模式。

云南能投工作人员骄傲地对《证券日报》记者表示：“当地政府在公司诸葛南山风电项目的基础上，打造出一个3A级风电景区，现已成为网红打卡点。”周边村庄借势发展休闲农业，该景点年吸引游客超10万人次，带动周边农家乐、民宿增收30%。

下一步，云南能投计划百万千瓦风电基地——永宁风电项目。该基地投产后，每年可输送清洁能源超32亿千瓦时，相当于节约标准煤100万吨以上，减少二氧化碳排放超260万吨，有力支撑“双碳”目标。

技术推陈出新

资源开发有限，但技术进步是无限的。在项目建设过程中，针对红河州区域复杂的高原山地

地形，公司团队创新应用微观选址优化技术，依托大数据分析先进算法精准确定风机点位，显著提升了风能捕获能力。而在风电场运营过程中，相关技术也在不断推陈出新。

周满富表示，新能源业务要发展，离不开数据的支撑。在新能源规模快速增长的背景下，公司投资建设了新能源远程集中控制中心(以下简称“集控中心”)，现已通过电网的验收，正式投运。

集控中心作为云南能投所辖下，云南能投这支新能源建设团队形成一股强大的凝聚力。团队中1人荣获省部级“五一劳动奖章”、2人荣获县市级“五一劳动奖章”。

在项目建设与植被恢复过程中，这支团队还探索出生态效益与经济效益双赢路径，为高原山区开创“清洁能源反哺乡村建设、绿色产业赋能乡村振兴”的可持续发展路径，形成“绿电+文旅”乡村振兴新模式。

“与之相对应的是，每台风机都有4个视频监控系统，分别在风机的塔筒外面和塔筒里面，以及组缆层和风机的机舱里面，实现了360度无死角的监控。此外，我们还与当地的森林消防系统实现了联动，如果发现火灾，将在第一时间预警并进行联动处置。”张旭辉进一步解释说。

值得一提的是，在集控中心平台专门设有一个板块进行风电场发电量预测。张旭辉表示：“其实，在每个风电场的‘小’集控中心里都设有单独的预测风速模

型。这个风速模型是通过当地的气象预报、云层流向做出大数据分析，实现7天内发电量的预测，汇总后上报给电网公司，电网公司结合所有新能源电厂情况，对发电电进行分配，最终实现供电的平衡。”

“下一步，我们要把这个平台充分应用起来，不仅要完成日常的电网调度，还要进一步提升这个平台对风功率预测的准确性。同时，对历年发电数据进行分析，找出规律，提升公司市场化交易的水平和质量。”周满富表示，在“新能源+AI”方面，集控中心进一步引入AI分析，也是为下一步发展打下基础。

“风光储”一体化发展

云南能投的新能源布局不止于“追风逐绿”，更在光伏领域快速扩展。今年4月30日，云南能投竹园5万千瓦光伏项目实现全容量并网，轿子光伏项目、披嘎打厂管光伏项目也陆续投建，未来将成为公司新能源装机量进一步提升的重要驱动力。

整体来看，云南能投新能源与盐业两大主业，以及新兴业务储能之间织就了一张“共生共荣”的循环网——既实现风光装机规模的跨越式扩张，又以绿电滋养传统盐业，再借废弃盐穴打造储能基地，最终构建起“风光储”一体化的绿色发展闭环。

云南能投昆明盐矿产品交付中心主任徐绍东对《证券日报》记

者表示：“2025年，普洱盐业分公司成为全国盐行业第一家零碳工厂，从顶层设计到资源投入，以创新驱动为核心，构建覆盖产品生态设计、温室气体减排实施、碳抵消机制等八大维度的全链条减碳体系。通过自主减排与碳信用抵消相结合，以绿色电力替代传统能源，实现了生产全周期‘近零排放’。”

“而退役盐穴又可以改造为公司的储能设施，实现了盐穴资源的再利用，提高了资源利用效率。”周满富表示。

10月28日，云南能投350MW压缩空气储能示范项目正式开工，项目总投资18.72亿元，计划利用昆明盐矿退役盐穴作为储气库。

“该项目是西南地区首个高海拔山地盐穴压缩空气储能项目，可实现每天储能8小时，释能时长达5小时。也就是说，项目建成投产一次所存储的电量，大概可以满足一个中小城市连续用电5个小时。对构建新型电力系统有非常好的支撑和调节作用，同时还能促进电网消纳更多的风电、光伏等新能源。”周满富解释说。

事实上，除压缩空气储能领域，该公司还布局了风储一体机、钠离子电池等新兴前沿业务，致力于新能源赛道的开拓与引领。

未来，当更多“大风车”在高山扎根，当绿色能源的网络覆盖更多产业、惠及更多人民，云南能投这份以奋斗铸就的绿色答卷，终将成为实现“双碳”目标的重要力量。

中国电影第三季度净利润同比增1463.17%

■本报记者 贺王娟

10月28日，中国电影产业集团股份有限公司(以下简称“中国电影”)披露2025年三季度报。前三季度，中国电影实现营业收入29.28亿元，同比下滑2.90%；归属于上市公司股东的净利润6636万元，同比下滑69.22%。其中，第三季度中国电影实现营业收入12.12亿元，同比增长35.61%；归属于上市公司股东的净利润1.77亿元，同比增长1463.17%。

中国电影在三季报中表示，由于第三季度公司有主投主控影片上映，因此第三季度的营业收入及净利润与上年同期相比均实现了增长。此外，前三季度业绩下滑主要系期内中国电影部

分主投电影票房不及预期，导致毛利降低，净利润较上年同期有所下降。

具体来看，2025年前三季度，中国电影主导或参与出品并投放市场的电影共30部，累计实现票房122.51亿元，占同期全国国产影片票房总额的32.79%。

在发行和放映板块，2025年前三季度，中国电影主导或参与发行国产影片共336部，累计票房278.61亿元，占同期国产影片票房总额的82.66%；发行进口影片共117部，累计票房28.37亿元，占同期进口影片票房总额的69.52%。前三季度，中国电影旗下控股参股院线和控股影院合计实现票房112.64亿元，观影人次达2.69亿。

此外，中国电影主出品的电影

《南京照相馆》票房超过30亿元，成为2025年暑期档票房冠军；2025国庆档，该公司主出品的电影《志愿军：浴血和平》夺得档期票房冠军。

猫眼专业版数据显示，截至记者发稿，2025年国内电影票房榜前十的影片分别为：《哪吒之魔童闹海》《唐探1900》《南京照相馆》《731》《流浪山小妖怪》《捕风捉影》《封神第二部：战火西岐》《熊出没·重启未来》《长安的荔枝》《射雕英雄传：侠之大者》，上述10部影片中，有5部为春节档上映的影片，4部为暑期档上映的影片。

数据显示，2025年前三季度，全国电影总票房为419.52亿元，同比增长21.12%。记者根据猫眼数据统计，上述票房榜前十的影片总

票房达304.02亿元，占前三季度全国电影总票房的比重达72.5%。

事实上，今年被寄予厚望的国庆档整体票房表现较为平淡，猫眼娱乐市场分析师赖力对《证券日报》记者表示，今年国庆档新片供给丰富、类型多元，但由于缺乏爆款头部影片的带动，吸引力稍显不足，市场表现相对黯淡。档期内无单片单日票房破亿元，也无影片票房破5亿元，两部IP续作成今年国庆档新片票房主力。《志愿军：浴血和平》以超4.5亿元的票房成绩领跑整个档期；《731》则凭借题材和热度，档期内表现坚挺，位居整个国庆档票房亚军；《刺杀小说家2》位居档期票房第三，但近3亿元的票房较其前作仍有较大差距。

进入四季度，市场将目光放

在即将上映的进口影片上，如定档11月26日的迪士尼经典IP续集《疯狂动物城2》、定档12月19日的《阿凡达3：火与烬》等，都备受市场关注。

目前，电影票房向头部影片集中的态势越来越明显。中国电影相关人士曾表示：“公司将以‘精品+多元’为原则，提高项目质量，增加多题材多类型覆盖，丰富中小成本影片供给。此外，公司将新设进口发行分公司，专项开发进口影片市场，加强版权投资、定制开发、IP全产业链运营、衍生品推广、版权保护等全维度业务布局，大力提升进口影片盈利能力；丰富市场供给，进一步探索分线发行、预约放映等新模式，提升放映市场的经营效率。”

八马茶业正式登陆港交所 加速全球化布局

■本报记者 梁傲男

10月28日，八马茶业股份有限公司(以下简称“八马茶业”)正式在港交所主板挂牌上市。

根据八马茶业此前发布的全球发售公告来看，公司本次计划全球发售900万股H股，其中90%为国际发售，10%为公开发售，无超额配股权，招股区间为每股45港元至50港元，最高募资总额为4.5亿港元。

最终，八马茶业以发行价的上限50港元/股定价发行，公开发售部分获超额认购2680.04倍，刷新了港股茶企新股最高认购纪录，彰显了资本市场对高端中国茶行业品牌化、标准化转型的认可。在港上市首日，八马茶业股价收盘报93.35港元/股，较发行价上涨86.7%，总市值达79.35亿港元。

福建华策品牌定位咨询创始人詹军豪在接受《证券日报》记者采访时表示，作为高端茶行业龙头，八马茶业上市不仅获得了强有力的资本背书，更通过股权优化，引入了新希望、安路等战略投资者，构建了跨行业的资源协同网络。上市后，公司治理结构将进一步优化。同时，资本市场赋能将加速其品牌升级与渠道整合进程，巩固并提升其行业地位。

目前，八马茶业产品线覆盖乌龙茶、黑茶、红茶、绿茶、白茶、黄茶等全品类茶叶，并延伸至茶具、茶食、茶饮等非茶产品，形成了完整的产品生态矩阵。国茶实验室创始人罗军对《证券日报》分析称，八马茶业作为行业头部企业，展现出强劲的创新韧性，其成功上市将对整个茶行业产生信心提振效应。

根据八马茶业披露的募集资金用途显示，八马茶业拟将35%的资金用于扩建公司的生产基地及建造新生产基地，20%将用于提升公司的品牌价值及扩大公司的产品组合，15%将用于为公司拓展及优化线下网络提供资金，10%将用于提升公司业务运营的数字化水平，10%将用于收购或投资于中国茶行业的参与者，10%将用作营运资金及一般企业用途。

詹军豪表示，根据募集资金投向，八马茶业将聚焦产能扩张、数字化运营及品牌力提升。其已形成的全渠道布局与多元化品牌矩阵构成了核心竞争优势。加大研发投入有望持续提升产品标准化水平，破解茶行业“非标”痛点。“未来若能持续优化门店结构，提升终端消费体验，其高端中国茶市场份额将会进一步提升。”

弗若斯特沙利文的资料显示，2024年，中国茶叶出口量达到约40万吨，产生约14亿美元的收入。随着中国茶尤其是高端茶叶在国际市场影响力提升，出口规模预计将持续增长。

八马茶业在招股书中表示，将稳步拓展海外市场，计划拓展海外市场的线下渠道。海外茶市场发展潜力巨大，公司将优先选择东南亚及共建“一带一路”国家作为“出海”试点，并在未来适时进入欧美市场。

在詹军豪看来，中国香港资本市场作为国际金融枢纽，将显著提升八马茶业的全球品牌知名度。借助国际资本的力量和海外投资者的网络资源，公司可加速推进海外市场渠道本地化与产品定制化战略。未来若能通过资本运作整合海外优质茶企或建立合资公司，其全球化战略将更高效的落地，从而推动中国茶文化更广泛的输出。

宇通客车第三季度净利润同比增近八成

■本报记者 肖艳青

10月28日晚间，宇通客车股份有限公司(以下简称“宇通客车”)发布2025年三季报。前三季度，宇通客车实现营业收入263.66亿元，同比增长9.52%；归属于上市公司股东的净利润32.92亿元，同比增长35.38%。其中，宇通客车第三季度实现营业收入102.37亿元，同比增长32.27%；归属于上市公司股东的净利润13.57亿元，同比增长78.98%。

对于业绩大幅增长的原因，宇通客车在三季报中表示，主要缘于公司第三季度客车销量上升所致。

根据宇通客车披露的产销数据，今年前三季度，公司生产客车33874辆，同比增长6.1%；销售客车33556辆，同比增长7.05%。

黄河科技学院客座教授张翔对《证券日报》记者表示，2025年前三季度，我国大中型客车累计销售89202辆(含6米以上)，同比增长11.4%。其中，新能源客车销量高速增长，为前三季度客车销量增长奠定了基础。在国内市场方面，今年以旧换新政策拉动新能源汽车需求增长。

宇通客车始终将技术创新视为驱动行业进步的核心动力，公司持续加大研发投入，今年前三季度，公司研发费用为11.8亿元，同比有所增长。

在今年10月份的比利时车展上，宇通客车凭借在整车性能、安全、环保等方面的先进性获得七项大奖。公司还发布了行业领先的新能源“车电同寿”长寿命电池技术，让整车与电池的生命周期同步，进一步拓展国际市场。

近年来，海外市场已成为我国车企的重要业绩增量市场。根据中国客车统计信息网统计数据，今年前9个月我国客车累计出口55598辆，同比增长31.77%，其中，新能源客车累计出口12588辆，同比增长35.04%。在此背景下，宇通客车出口10742辆，同比增长18.17%，稳居行业第一。

方正证券研报分析认为，面对海外市场新能源公交政策红利与供给缺口，中国车企迎来战略机遇期。尤其是在欧洲等高端市场，宇通客车已完成从过往技术引进到技术输出的跨越，这一突破将推动出口由短期机遇转向可持续增长的新格局。

中国商业联合会副会长宋向清在接受《证券日报》记者采访时表示，宇通客车2025年前三季度业绩的大幅增长，是多重结构性优势叠加行业红利的结果。宇通客车的业绩增长并非短期脉冲式，而是在技术、成本、渠道等方面长期积累的必然结果。随着全球绿色交通转型加速，宇通客车有望进一步巩固其“全球新能源客车领导者”的地位。