

上市公司业绩说明会向专业化平台升级转型

■本报记者 李乔宇

随着资本市场信息沟通机制的不断完善,上市公司业绩说明会加速突破传统模式局限,向聚焦深度交流的专业化平台升级转型。如今,越来越多上市公司主动挖掘这一沟通渠道的核心价值,通过高管集体亮相传递发展信心,以多元形式拓宽互动边界,以协同联动深化价值传递,推动业绩说明会成为企业与投资者的重要连接纽带,为资本市场高质量发展注入强劲动能,逐步构建双方“双向奔赴”的良性沟通新生态。

根据中上协数据,上市公司年报业绩说明会召开比例连续三年稳定在90%以上,“关键少数”参与度持续提升,出席率达99.0%。根据各大平台上半年路演活动数据,本年度业绩说明会呈现出参与热度高、互动质量提升、数字化覆盖广的新特色。

在参与规模上,上证路演中心活动季共支持举办业绩说明会1768场,沪市企业覆盖比例为85.36%,继续保持较高水平;全景路演平台投资者参与人数突破2.1万,价值在线平台路演活动吸引超2.5万投资者及2778家机构;东方财富平台召开业绩说明会的场次数明显提升,增长18%;路演中,平台吸引了1.6万机构投资者参与上市公司业绩说明会。

在互动质量上,企业高管参与积极性增强,全景路演平台数据显示,上市公司回复率超过80%的企业数量明显增多,价值在线平台“视频+文字”形式使用率提升6%,强化了沟通体验。在活动形式方面,东方财富平台数据显示,以行业、产业链及辖区为核心要素召开的集体业绩会数量提升了近一倍,与投资者的沟通和互动效率提升;“路演中”平台观察到,上市公司业绩说明会正呈现显著的“短视频化”趋势,企业将核心内容剪辑成1至3分钟的精华片段,在短视频平台进行二次分发,体现了业绩说明会正转向主动的用户洞察与价值沟通。

从被动应对到主动赋能

高管的高出席率已成为业绩说明会的新常态,高管团队主动走到台前,与投资者直面沟通,更积极地参与投资者关系活动,更主动地进行价值传播。400余家上市公司在单独召开年报业绩说明会的同时,也参加了交易所或辖区组织开展的集体业绩说明会及业绩说明会主题周活动,提升与市场沟通的深度、广度和诚意。

上市公司管理层愈发深刻认识到业绩说明会的重要意义,主动打破沟通壁垒,将其打造为与小投资者“零距离交流”的重要窗口。在三大运营商2024年报业绩说明会上,多位高管集体亮相,不仅对公司业绩以及阶段表现进行复盘,还积极回应投资者关切。

中国旅游集团中免股份有限公

上市公司年报业绩说明会召开比例连续三年稳定在90%以上,“关键少数”参与度持续提升,出席率达99.0%

本年度业绩说明会呈现出参与热度高、互动质量提升、数字化覆盖广的新特色

崔建岐/制图

司董事长及核心管理层悉数出席年报业绩说明会,主动回应了市场关于“境外消费回流趋势”与“国内免税市场竞争格局”的核心关切,系统性阐述了公司将如何利用人工智能技术与大模型技术,重构个性化的下一代智慧零售体系。

宁德时代新能源科技股份有限公司高管集体出席业绩说明会,主动回应市场关于储能、超充与国际化的关切,有效展示了其技术战略定力及公司的长期竞争力。

越来越多的上市公司用实际行动将公司的业绩说明会从财报的“复读机”,转变为上市公司展示战略定力、回应市场关切、传递长期价值的核心战场。

前海开源基金首席经济学家杨德龙告诉《证券日报》记者,上市公司举办业绩说明会,有利于上市公司管理层与投资者直接沟通,给予投资者更加明确的引导。

从形式单一到多元创新

上市公司业绩说明会的形式变革,已突破传统“线下会议室+固定流程+单向播报”的“标准模式”,演进为“线上化主导、多元化呈现、场景化互动”的多样化沟通形态。中上协数据显示,超99%的上市公司通过线上方式召开2024年报业绩说明会,涵盖线上与线下同步进行、实时直播、预先录制视频播放、电话会议以及文字形式的在线交流等,极大丰富了业绩说明会的呈现手段和互动方式,其中596家上市公司采用了线上直播的方式来进

行业绩说明,多家公司进一步通过多个平台进行回放,确保了信息的广泛传播和投资者的便捷获取,提升了业绩说明会的参与便利度。

业绩说明会“线上化”使投资者可随时回溯关键信息,避免传统线下会议“记忆偏差”问题。部分公司还通过多语言字幕、实时翻译功能服务境外投资者,或依据业务与受众需求多元布局,主动召开英语及粤语业绩说明会,打破地域局限,量身打造国际化与区域化的沟通体系。

新的沟通形式不断涌现。上证路演中心在年报季策划的“高管开放麦”短视频节目,借鉴采用“脱口秀”表达形式。上市公司董事长、总经理、财务总监、董事会秘书等核心高管在相对轻松、精炼的时间内分享公司最核心的经营亮点、最自豪的创新成果、最深刻的行业洞察和最具人文关怀的企业文化故事。比如,有硬科技企业以产品展厅为舞台,详解近期重大发展变化;有“出海”公司聚焦全球领先技术和产品创新能力;有新兴企业回应上市后“成绩单”逆袭之路等,节目贴合年轻一代投资者的观看习惯,上半年创下4000万次累计播放量。

从独角戏到系统化协同

上市公司业绩说明会正从过去董秘单打独斗的独角戏,升级为高管团队与外聘专家协同联动的系统化工程。中上协数据显示,在今年举办的年报业绩说明会上,共计56家上市公司管理团队集体亮相业绩说明会,打破董秘唱独角戏的信息局限。通过战略层、经营

层、业务层相关高管团队的协同亮相,投资者能够多维度地理解企业价值。同时,有超过300家上市公司的审计委员会主任出席年报业绩说明会,向资本市场传递公司对财务透明与治理结构的充分信心。

近20%的上市公司邀请了分析师、行研专家等外聘专业人士出席,为投资者提供了独立第三方专业视角,构建了更立体、更具洞察力的市场图景。如宝钢股份、恒瑞医药、长江电力、海康威视、三一重工、中兴通讯等公司通过邀请行业资深专家、技术研究员、分析师参与业绩说明会,从行业绿色转型、在研产品临床前景及市场潜力、可持续发展等视角与投资者开展对话交流,为投资者更好地评估公司长期投资价值提供了参考。

从被动应对到主动赋能,从形式单一到多元创新,从独角戏到系统化协同,上市公司业绩说明会的全面升级,不仅重塑了资本市场的信息沟通格局,更搭建起企业价值与市场认知之间的坚实桥梁。它让投资者得以穿透财报数据,真切触摸企业的战略定力与发展潜力;也让上市公司在直面市场关切的过程中,进一步明晰发展方向、凝聚投资信心。

“我国上市公司业绩说明会已从‘走过场’升级为‘价值传递主战场’。”南开大学金融发展研究院院长田利辉告诉《证券日报》记者,上市公司从“交作业”到“亮实力”,主动将业绩说明会打造为价值传递平台。“短视频化”“视频+文字”等创新,表明企业正从“形式主义”转向“用户洞察”,以更贴近投资者的方式实现价值共鸣。

已披露三季报显示 26家A股食品饮料公司 前三季度营收净利双增长

■本报记者 梁傲男

截至10月30日记者发稿,A股已有113家食品饮料行业上市公司披露2025年三季报。根据Wind数据统计,上述113家公司今年前三季度实现营收总额6308.45亿元,同比增长1.99%;归属于上市公司股东的净利润合计1376.76亿元,同比微降0.26%。

其中,有26家食品饮料上市公司今年前三季度实现营收、净利润同比双增长。例如,福建万辰生物科技集团股份有限公司前三季度实现营业收入365.62亿元,同比增长77.37%;净利润为8.55亿元,同比增长917.04%。

前三季度,有41家公司实现营收同比增长,有15家公司营收超百亿元。其中,贵州茅台酒股份有限公司实现营收1284.54亿元,同比增长6.36%;净利润为646.27亿元,同比增长6.25%。

从净利润指标来看,有45家公司实现净利润同比增长,其中7家公司净利润实现翻倍增长。

例如,春雪食品集团股份有限公司前三季度净利润同比增长1320.44%。公司在财报中表示,业绩增长的原因,一是产品出口同比增幅较大,导致营业收入、毛利率同比增加;二是鸡苗采购价格、饲料原料(豆粕、玉米)采购价格同比下降,导致毛鸡养殖成本下降5%。

此外,在上述113家公司中,有20家前三季度发生亏损,亏损幅度在0.02亿元至1.80亿元之间。

经营活动现金流量净额作为企业健康状况的重要指标,也呈现向好趋势。113家食品饮料上市公司前三季度经营活动产生的现金流量净额合计达1100.58亿元,其中84家公司经营活动产生的现金流为正。

国家统计局数据显示,餐饮收入在前三季度出现了明显的波动,9月份的餐饮收入增速由8月

份的2.1%降至0.9%,为过去两年的最低增速水平。

美团核心本地商业CEO王莆中表示,2025年的餐饮堂食客单价非常接近2015年,行业正式进入性价比时代,对于餐饮行业从业者来说,这也是一个凭真本事吃饭的时代。消费者对于超级性价比的追求,正在重塑餐饮业。从业者必须比过去加倍努力、创新和有更多的耐心,更加重视整个市场环境的变化和消费者的体验。

聚焦白酒行业来看,中国酒文化品牌研究院智库专家蔡学飞对《证券日报》记者表示:“随着国家一系列刺激消费政策持续落地,以及酒企主动推进去库存、价格调整等举措,中国酒行业正逐步进入筑底阶段。四季度作为传统消费旺季,在政策显效与市场自愈双重作用下,酒业有望夯实底部,为下一阶段的恢复增长奠定坚实基础。”

国泰海通研报显示,食品饮料行业以成长为主线,饮料龙头在大单品驱动下保持结构性景气,食品原料、保健品等公司业绩有望高增或提速。白酒行业反馈平淡,延续“低预期、弱现实”状态,三季报将是重要观察窗口,随着外部因素减弱及酒企策略调整,行业或步入实质去库周期,渠道信心有望回暖。

广东省食品安全保障促进会副会长朱丹蓬对《证券日报》记者表示,进入四季度后,餐饮行业将步入传统的节日消费旺季。年末的圣诞、元旦等节日将接踵而至,将持续推动线下堂食消费,食品饮料行业的业绩也有望随之提振。

在投资布局上,开源证券分析师建议聚焦两大主线:一是关注那些估值较低、具备安全边际,并拥有全国化布局能力的龙头企业;二是挖掘那些契合新消费业态的成长性企业,以长期把握政策红利与行业升级的共振机遇。

五粮液前三季度营收超609亿元 拟合计派发现金红利100.07亿元

■本报记者 梁傲男

10月30日晚间,宜宾五粮液股份有限公司(以下简称“五粮液”)披露2025年三季度业绩报告。前三季度,该公司实现营业收入609.45亿元,归属于上市公司股东的净利润215.11亿元。

同时,五粮液披露了《关于2025年中期利润分配预案的公告》,公司拟向全体股东每10股派发现金红利25.78元(含税),合计拟派发现金红利100.07亿元(含税)。

对于五粮液前三季度的业绩表现,中国酒文化品牌研究院智库专家蔡学飞对《证券日报》记者表示,面对市场压力,五粮液并非被动承压,而是主动优化渠道库存、稳定产品价格,并持续推动营销改革与产品矩阵创新,如发力宴席场景和推进终端直配,这些举措有助于巩固其市场份额和维护品牌长期价值。

白酒企业今年第三季度业绩普遍承压。从行业来看,国家统计局发布的数据显示,9月份,白酒(折65度,商品量)产量30.6万千升,同比下降15.0%;1月份至9月份,白酒(折65度,商品量)产量累计265.5万千升,同比下降9.9%。

上游产量收缩,中端市场动销放缓,白酒行业在2025年整体承压前行。

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,五粮液短期业绩波动属行业共性,但其凭借品牌力和渠道改革,抗风险能力显著强于中小酒企,长期增长逻辑未变。

在蔡学飞看来,当前白酒行业处于深度调整期,危机中也存有机会,五粮液等头部酒企可以通过主动优化渠道库存、强化价格管控,并积极推出低度新品拥抱年轻消费趋势,开辟悦己消费,拓展新场景,同时加速国际化布

局。行业正从过去的“规模扩张”向“品牌价值”和“消费者运营”深化转型。

面对白酒行业正在进行中的调整,五粮液又将做出怎样的战略举措?

据《证券日报》记者了解,为应对当前白酒行业周期性调整,五粮液以系统思维统筹推进产品、渠道与品牌等方面的转型与提升。2025年,五粮液按照“营销执行提升年”的总体定位,强化产品动销、渠道优化、服务能力,推动品牌价值和市场份额齐头并进。

在深化国内市场、夯实企业发展根基的同时,五粮液也在加大海外市场的拓展。2025年,五粮液继续启动“和美全球行”,从日本大阪出发,深入德国、塞舌尔、西班牙、韩国等国家,通过一系列举措,五粮液品牌美誉度和影响力持续提升。

白酒行业专家、武汉京魁科技有限公司董事长肖竹青对《证券日报》记者表示,五粮液在2013年、2020年等周期底部均通过刀刃向内的改革实现逆袭,本轮调整仍是其“蓄力换挡”的关键期。公司短期业绩波动不改长期价值,未来成长空间在于发力低度酒、发力国际化、发力文化IP,积极构建“新增长曲线”。

詹军豪表示,五粮液的挑战在于如何平衡控量保价与市场份额,以及如何加速年轻化、国际化转型。当前公司所展现出的战略定力与执行效率,已初步取得市场认可,整体表现符合行业与投资者对白酒龙头企业在调整期内稳健发展的预期。

业内人士认为,随着白酒行业周期性调整逐步深化,五粮液有望凭借其前瞻性的战略布局与扎实的综合实力,在行业回暖进程中率先实现“业绩+估值”双重提升,进一步巩固其作为中国白酒龙头企业的引领地位,迈向高质量发展新阶段。

头部磷酸铁锂正极材料厂商加码高端产能

■本报记者 曹 琦 刘 欢

作为磷酸铁锂电池的核心上游材料,磷酸铁锂正极材料曾一度因产能扩张、价格下降,导致多数企业深陷亏损泥潭。如今,这一局面有了根本性的改善。

近期,多家头部磷酸铁锂正极材料厂商瞄准高端产能,掀起新一轮扩产,江西升华新材料有限公司(以下简称“江西升华”)、湖南裕能新能源电池材料股份有限公司(以下简称“湖南裕能”)、深圳市德方纳米科技股份有限公司(以下简称“德方纳米”)、山东丰元化学股份有限公司(以下简称“丰元股份”)等头部公司均密集披露了扩产计划。

这意味着,在“反内卷”号召下,磷酸铁锂正极材料行业迈入了以技术为核心的高质量发展新阶段。

头部厂商密集扩产

今年以来,市场对磷酸铁锂电池需求大增。数据显示,截至2025年9月份,磷酸铁锂电池累计装车量402.6GWh,同比增长62.7%。旺盛需求下,近期宁德时代、比亚迪等头部电池厂商掀起一波“锁单潮”,要求材料供应商保障供应、稳定质量。

数据显示,目前磷酸铁锂正极材料行业整体开工率已回升至76.6%,较7月初大幅提升约11个百分点;与此同时,工厂库存持续去化,较二季度高点

减少了6600吨。据国金证券测算,2026年磷酸铁锂行业开工率有望进一步提升,其中高端高压密产品供需结构整体偏紧。

这也成为推动磷酸铁锂正极材料厂商扩产的直接动力。

10月29日,富临精工股份有限公司(以下简称“富临精工”)发布公告称,公司子公司江西升华拟在德阳—阿坝生态经济产业园区内投资建设年产35万吨新型高压实密度磷酸铁锂项目,预计总投资金额40亿元。项目分两期推进,一期预计在12个月内建成投产。完成该项目建设后,富临精工旗下磷酸铁锂总产能将提升至65万吨。

8月份,江苏龙蟠科技集团股份有限公司拟定增募资不超过20亿元,用于山东菏泽和湖北襄阳共计19.5万吨高性能磷酸盐型正极材料项目。此外,公司位于印尼的二期9万吨磷酸铁锂项目已启动建设,预计年底完工。

此外,还有湖南裕能、丰元股份等多家

公司披露扩产计划。福建华策品牌定位咨询创始人詹军豪表示:“高性能磷酸盐型正极材料作为磷酸铁锂材料的升级产品,凭借较高的能量密度,在动力电池领域具备更强的市场竞争力,能够满足动力电池客户对能量密度等指标日益提升的需求。”

行业转向“价值战”

行业内一般将压实密度2.6g/cm³以

上的磷酸铁锂材料定义为高压实密度磷酸铁锂材料,高压实密度磷酸铁锂对技术要求较高,目前仅有几家头部企业可以实现批量出货。

江西升华是国内磷酸铁锂材料草酸亚铁技术路线的开创者,其全产品压实密度在2.6g/cm³附近,可适配宁德时代神行电池系列,该公司现有高压实密度磷酸铁锂产能30万吨。

“磷酸铁锂的理论容量上限不算高,未来的进步空间很大程度上依赖于在制造工艺上下功夫,通过不断提高压实密度来提升电池的体积容量。随着压实密度从2.4g/cm³向2.6g/cm³提升,电池能量密度也实现有效增长,带动产品价值攀升。”百川盈孚一名分析师告诉《证券日报》记者,“目前能做三代、四代磷酸铁锂的都是先进产能,先进产能当前供应紧张,而很多跟风建的工厂短期内没有能力改进成先进产能。”

这也意味着,磷酸铁锂正极材料行业结构性产能不足。一方面,磷酸铁锂正极材料产品升级,三代半甚至四代磷酸铁锂正极材料出货量大幅度增长,推动二磨二烧工艺大范围应用,部分产品性能好、客户资源好的头部企业产能利用率均已超过90%;另一方面,大多数磷酸铁锂材料企业由于产品升级节奏慢,产能利用率仍然偏低。

《证券日报》记者梳理发现,为应对需求的快速增长,头部企业正快速响应、全力扩产。湖南裕能在近日举办的投资者关系活动中表示:“今年第三季