

赛力斯挂牌港交所 成年内全球规模最大车企IPO

■本报记者 冯雨瑶

11月5日,赛力斯集团股份有限公司(以下简称“赛力斯”)正式以“9927”为股票代码在港交所主板挂牌,成为行业内又一家实现“A+H”两地上市的新能源车企。此次募资净额140.16亿港元,是迄今为止规模最大的中国车企IPO,也是今年以来全球规模最大的车企IPO。

随着上市钟声的敲响,赛力斯迎来了发展史上的一个重要的里程碑。“站在新起点,赛力斯将顺势而为,开拓一条属于中国高端汽车的新赛道。”上市仪式上,赛力斯集团董事长(创始人)张兴海如是表示。

赛力斯此次赴港IPO,顺应了龙头企业赴港上市的趋势。上市后,赛力斯成为继蔚来汽车科技有限公司、比亚迪股份有限公司、奇瑞汽车股份有限公司(以下简称“奇瑞汽车”)等车企后,又一家登陆港股的汽车企业。

如何看待赛力斯赴港上市?一位投资者对《证券日报》记者表示:“赛力斯赴港上市,为市场带来

了更多想象的空间。”

聚焦全球化、高端化

根据全球发售安排,赛力斯此次计划发行1.002亿股H股。其中,香港公开发售1002万股,国际发售约9018万股(可予重新分配及调整)。从发行价格看,本次H股发行的最终价格为每股131.50港元(不包括1%经纪佣金、0.0027%证监会交易征费、0.00565%联交所交易费及0.00015%会财局交易征费)。

市场对赛力斯的赴港上市反应热烈。自10月27日启动港股招股以来,赛力斯迅速引爆市场热情,认购热度持续高涨。赛力斯香港招股公开发售超额认购133倍,融资认购超1700亿港元。

值得关注的是,22家基石投资者为赛力斯的上市背书,基石投资者涵盖施罗德、韩国Mirae、中邮理财、林园基金、重庆渝富等多家知名投资机构。

从1986年重庆巴县起家的一家弹簧厂,到如今赴港上市,赛力斯的成长史是我国制造业转型升级

的缩影。

崛起的转折点源于2016年。这一年,赛力斯前瞻性地布局新能源赛道。2021年,赛力斯与华为技术有限公司跨界合作发布问界品牌,一跃成为新能源汽车市场的一匹“黑马”。

截至目前,问界系列已形成包括问界M9、问界M8、问界M7和问界M5四款车型的产品矩阵,累计交付超过80万辆。随着问界系列产品的热销,赛力斯的规模效应与盈利潜力得以加速释放。2024年,公司净利润首次实现扭亏为盈。

最新数据显示,赛力斯前三季度实现营业收入1105.34亿元,归属于上市公司股东的净利润为53.12亿元,同比增长31.56%。今年10月份,该公司新能源汽车销量为51456辆,同比增长42.89%,创历史新高。

张兴海表示:“赛力斯聚焦全球化、高端化的发展路线,充分发挥香港这一国际金融枢纽以及高端人才优势,赋能中国智造的高质量发展。”

持续探索“人工智能+”

造车属于资本密集型产业,是

一场“马拉松”赛。这场持久赛不仅考验车企的技术研发实力,更考验资本耐力。

随着赛力斯的加入,港股汽车市场也迎来了全新的竞争格局。这里不仅汇集了一批已上市车企,还有望迎来新一批的“入局者”。据记者了解,今年以来,岚图汽车科技股份有限公司、重庆千里科技股份有限公司等多家新能源汽车企业已披露了赴港上市计划。

业内人士认为,在赴港上市热潮的表象之下,是中国新能源汽车产业内在逻辑的根本性转变。车企竞相寻求资本加持,不仅为“活下去”,更是为了在全球化布局与核心技术攻坚中,赢得新一轮竞赛的主动权。

深度科技研究院院长张孝荣对记者表示,相比其他海外市场的地缘政治不确定性,港股提供了一个更稳定、更熟悉的融资环境,是汽车企业寻求安全与效率平衡下的优选。

此次赴港上市,赛力斯拟将募集资金的70%用于研发投入,约20%将用于多元化新营销渠道投

入、海外销售及充电网络服务,其余10%用作营运资金。

研发为先的战略导向十分明确的同时,赛力斯也在寻求海外市场机遇。目前,赛力斯已在欧洲、中东、非洲的多个国家进行业务布局。在欧洲方面,已扩展到挪威、德国、英国、瑞士等市场,但海外市场的本地化生产、渠道建设与品牌推广均需巨额资金支持。

“在港股上市,意味着公司能够更好地共享全球资源,服务好全球用户。”张兴海直言,此次在港股上市也为赛力斯相关方搭建了一个全球的平台及生态体系。

值得关注的是,不局限于汽车业务,着眼更长远的发展,赛力斯还在积极寻求第二增长曲线。

“当前,人工智能与各行各业深度融合,对产品形态、生产方式、管理模式、商业逻辑等带来系统性的变革,具身智能、机器人、飞行汽车等,将成为这场技术革命的重要载体,公司将深度探索这一赛道。”张兴海表示,未来,赛力斯将持续探索“人工智能+”赛道,加速向技术科技型企业转型。

京东联合广汽、宁德时代推出的“国民好车”进入量产阶段

■本报记者 梁傲男

11月5日上午,京东集团股份有限公司(以下简称“京东”)、广州汽车集团股份有限公司(以下简称“广汽集团”)、宁德时代新能源科技股份有限公司(以下简称“宁德时代”)联合推出的“国民好车”埃安UT super1号车在广汽埃安长沙智能制造工厂正式下线,标志着该车型进入量产阶段。

仪式现场,广汽埃安工厂间人士对《证券日报》记者表示,为保证第1批客户按时交付,工厂流水线已满负荷运营生产。

记者了解到,埃安UT super搭载宁德时代巧克力电池,官方公布续航里程超500公里,支持99秒极

速换电。作为首次搭载华为云车机的车型,其依托华为云端算力集群,具备“无限功能、无限算力、无限存储、无限更新”的智能体验;同时配备倒车哨兵功能与540度全景影像,可实现倒车遇障碍自动刹停等功能。

作为首款大规模投放10万元级主流市场的巧克力换电私家车,埃安UT super首次让消费者通过电池租用模式轻松使用宁德时代品质电池,真正实现“换电自由”。在电池健康管理方面,每次换电即相当于一次全面检测,配合覆盖电池全生命周期的云端监测与维护体系,为用户配备“终身电池管家”。

换电网络建设也同步提速。11月5日,宁德时代第777座巧克力

换电站在长沙正式上线。根据规划,宁德时代今年将在全国45个城市建成1000座换电站,2026年,在近120个城市累计建成超2500座,远期目标达3万座。

宁德时代换电业务首席技术官张凯对包括《证券日报》记者在内的媒体表示:“我们的换电业务将分两个阶段推进,首先是服务To B这一具有明确需求的成熟市场,随后拓展至To C市场。To C市场是快速获取消费者反馈、建立品牌认知的关键过程。”

“在制造、销售与售后三大核心环节,京东通过深度整合用户洞察、生态资源与服务网络,系统化推进这款新车从用户需求到产品服务落地。”京东方面对《证券日

报》记者表示,在制造端,京东虽然不直接造车,但依托覆盖超7亿用户的消费洞察,和几十万份“国民好车”专项问卷调研,精准捕捉消费者对价格、空间、安全与续航等方面的集中诉求。

在售后续,京东强大的线下服务网络构成了有力支撑。由超3000家京东养车门店及超4万家合作门店组成的服务体系,不仅是对现有汽车售后市场的强大补充,也为车主提供了便捷、可靠的服务保障。

广汽集团董事长冯兴亚表示,广汽集团与京东、宁德时代合作的产品,是以用户为核心的车型,根据京东用户对产品的需求,整合了广汽集团的整车制造和品质保障能力,融合了宁德时代的电池技术

和换电生态,三方共同目标是保障新车的安全性、电池储能以及配套服务均实现突破。

京东调研数据显示,83%的用户期待价格低于10万元,94%重视大空间与座椅舒适性,99%将安全视为首要考量,96%关注续航与补能效率,这些洞察被传导至产品研发、制造环节。务研究中心特约研究员刘俊斌对《证券日报》记者表示:“新能源与新智慧汽车是我国制造业在全球范围内的一次重大突破,市场前景极为广阔,同时也是未来智慧生活至关重要的场景入口。

互联网企业争相入局,一方面源于其自身的技术与用户洞察优势,另一方面也是为了争夺像手机一样关键的下一代生活场景入口。”

从伊利股份三季报解码亚洲乳业龙头的进化之道

近期,乳业龙头内蒙古伊利实业集团股份有限公司(以下简称“伊利股份”)披露的2025年第三季度报告如约而至。

整体来看,伊利股份的三季报成绩单颇为亮眼。今年前三季度,伊利股份实现营业收入905.64亿元,同比增长1.71%;同期该公司实现归属于上市公司股东的净利润104.26亿元;归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润(以下简称“扣非归母净利润”)首次突破百亿元大关,达101.03亿元,同比增幅高达18.73%。

这份成绩背后,是伊利股份三十余年深耕乳业的战略定力,是从产品输出到生态构建的格局跃升。在人口结构调整、消费需求多元化、市场竞争白热化的行业环境中,伊利股份不仅守住了行业龙头的基本盘,更以多点突破的增长曲线、立体渗透的消费场景,为中国乳业的高质量发展写下了生动注脚。

营收增长彰显龙头地位 大手笔分红尽显稳健底色

观察伊利股份前三季度的业绩表现,核心亮点在于“规模稳中有进、盈利大幅提升”的高质量发展态势。在营收实现正向增长的同时,扣非归母净利润增速远超营收增速。在其背后,体现出伊利股份产品结构优化、运营效率提升的双重驱动。

从核心财务指标来看,今年前三季度伊利股份905.64亿元的营收规模持续巩固行业龙头地位。在大宗原料价格波动、消费需求分化的环境下,1.71%的营收同比增速体现了伊利股份强大的市场抗压能力。

扣非归母净利润首次突破百亿元大关,并实现同比18.73%的高增长,标志着伊利股份已从“规模扩张”迈向“高质量发展”,盈利能力迈上新台阶。这种盈利增速高于营收增速的表现,既源于高毛利产品占比提升,也得益于精细化运营带来的成本优化。

在业绩增长的支撑下,伊利股份近期发布中期分红预案,拟派发现金红利总额为30.36亿元,经营成果及时回馈广大投资者,共享企业成长红利。自上市以来,伊利高度重视股东回报,已累计实施25次分红,分红总额高达585.66亿元,连续6年分红比率超过70%,累计分红额度稳居中国乳企前列。

稳定且高比例的分红政策,不仅体现了伊

利股份现金流的充沛与经营的稳健,更构建了企业与投资者之间的信任纽带,为长期价值投资奠定了坚实基础。

从“单点突破”迈向“多点开花” 历史积淀激活新动能

如果说稳健的业绩是伊利股份的“基本盘”,那么多点开花的新增长曲线,则是其从行业领跑者迈向全球巨头的核心动力。

前三季度,伊利股份基石业务液体乳稳居行业榜首,规模优势持续扩大。其中,安慕希零售额连续多年稳居常温酸奶头部地位。此外,在低温奶品类,金典4.0鲜牛奶也以“顶配鲜活营养”品质持续赢得市场,带动低温白奶品类营收及市场份额双增长。

冷饮业务,伊利股份深耕商超、景区、社区、家批等核心渠道,同时开拓会员店等新兴增长点,市占率持续攀升。今年前三季度,伊利股份冷饮业务实现营业收入94.28亿元,同比增长13%,连续三十年稳居行业领先地位。

不同于依赖单一品类的传统乳企,伊利股份的全品类布局不断进阶,在液体乳、冷饮等业务稳居行业前列的同时,也在关键战略品类上持续实现突破。

依托伊利股份在母乳研究领域的持续积累与渠道体系的持续进化,伊利股份对奶粉板块的战略布局进入持续收获期,第二增长曲线表现强劲。继上半年婴幼儿奶粉历史性夺得领先的中国市场份额,拿下奶粉全品类“大满贯”后,伊利股份奶粉业务越战越勇,市场份额持续扩大。前三季度,伊利股份奶粉及奶制品营收242.61亿元,再创历史新高,同比增长13.74%,奶粉整体销量稳居中国市场前列,行业领先优势持续扩大。

目前,伊利股份在母乳研究上的优势,仍在进一步强化,并加速科研成果转化。基于23年母乳研究积累,伊利金领冠以过硬的产品力和口碑,持续获得消费者的认可与信赖,推动婴幼儿奶粉业务取得里程碑式的突破。依托在HMO、乳铁蛋白、OPO等核心领域的系统性突破,金领冠10月份完成珍护铂萃、珍护两大核心单品的配方焕新,并推出珍护淳萃、珍护源初等新品,全面升级品牌高端矩阵,进一步巩固在婴幼儿奶粉市场的领先地位。

伊利股份成人奶粉业务亦保持双位数增

长,市场份额持续领先。其中,得益于营销进化、产品进化、推广进化,伊利股份2025年欣活品牌份额在成人奶粉品牌中保持前列。

同时,伊利股份全球化版图加快拓展。继金领冠、Creemo登陆中国香港与沙特市场,金典品牌于2025年9月份登陆新加坡,以“有机、健康”的高品质形象迅速获得消费者青睐。今年前三季度,伊利股份海外业务表现亮眼,冷饮与婴幼儿羊奶粉等核心品类实现高位增长,成为公司全球业务扩张的重要引擎。

从单一品类的突破到多业务协同增长,从国内市场的深耕到全球版图的拓展,伊利股份的增长逻辑正从“单点突破”迈向“多点开花”。这种多点支撑的增长格局,不仅让伊利股份在行业竞争中占据主动,更使其在宏观经济波动与行业周期变化中,具备了更强的韧性与发展潜力。

由线性布局迈向多维生态 场景深度构筑立体增长极

伊利股份产品创新始终围绕场景需求展

开,精准匹配多元消费诉求,它既是行业领跑者,更是行业边界的重新定义者。面对“快变、多元、细分”的消费需求,伊利股份以更敏锐的市场洞察力、更高频的创新节奏与更前瞻的产业布局,不断推出爆款新品,重新定义品类新方向 and 行业新高度。

近年来,伊利股份持续探索“医疗+营养”的新模式,将健康服务延伸至社区、药店、母婴等新场景;同时与哈利·波特、迪士尼等全球知名IP合作,以及与海底捞、山姆等高价值渠道共创,快速渗透餐饮、酒店、旅游、即时零售等多元消费场景。从“卖产品”到“提供健康生活解决方案”,伊利正在以全生命周期、全场景的创新路径深度拓展用户价值。

立足消费者真实需求,伊利股份以“搭子营销”走进消费者日常生活:安慕希成为职场人、健身族的“能量搭子”,QQ星化身孩子的“成长搭子”,泡面芝士条成为泡面“新搭子”……伊利股份让产品不止于健康美味,更成为人们生活中的陪伴与温度。

今年前三季度,伊利股份持续拓展“百搭伊利”的边界,在更多场景中以共创与陪伴激

嘉元科技与宁德时代签订合作框架协议

■本报记者 王镜苑

11月5日,广东嘉元科技股份有限公司(以下简称“嘉元科技”)发布公告称,已与宁德时代新能源科技股份有限公司(以下简称“宁德时代”)签订《合作框架协议》。

根据协议,双方将在现有业务合作基础上,进一步扩大合作深度与广度。合作将围绕新型电池用负极集流体材料展开,包括但不限于固态电池用铜箔的供应、研发与生产。

协议约定,嘉元科技将优先保障宁德时代的产品需求,并提供有竞争力的价格方案。

公告披露了嘉元科技2026年至2028年的预估产能,分别为15.7万吨、20.4万吨和26.5万吨。

嘉元科技相关负责人表示:“与宁德时代建立长期合作伙伴关系,有助于双方在技术研发、市场拓展、供应链优化等多个层面实现深度协同。通过资源共享与优势互补,能够进一步提升嘉元科技在业内的竞争力。”

值得一提的是,在市场需求带动下,嘉元科技近年来铜箔产品产销两旺。

今年上半年,嘉元科技实现铜箔产量约4.14万吨,同比增长72.46%;铜箔销量4.07万吨,同比增长63.01%。

尤其是在固态电池铜箔方面,嘉元科技不断实现技术突破。7月份,嘉元科技发布的投资者关系活动记录表显示,针对半/全固态电池,本公司已研发出高比表面拓界铜箔、双面电镀铜箔等产品,部分产品已实现批量及小批量供货。同时,相关用于固态电池的铜箔产品也已向多家企业送样测试并取得阶段性成果。2025年,嘉元科技固态电池铜箔出货量预计为100吨左右。此外,除批量供货与测试送样客户外,嘉元科技还与多家客户达成战略协议,共同开发下一代固态电池用铜箔产品。

中信证券研报认为,近期复合铜箔导入电池厂商的进程加快,行业龙头已开始向动力电池客户批量出货。随着下游客户新产品量产定型及各项测试逐步完成,复合铜箔厂商有望进入量产爬坡和放量阶段。

其他厂商亦在积极布局。九江德福科技股份有限公司相关负责人日前在互动平台表示,公司为半/全固态电池提供的负极集流体解决方案包括雾化铜箔、微孔铜箔、电镀铜箔等,均已实现批量供货,另有多款自主研发的多形态铜箔产品在送样验证中。

深度科技研究院院长张孝荣对《证券日报》记者表示:“固态电池作为下一代电池技术的重要发展方向,其对铜箔材料的性能要求远高于传统电池。嘉元科技与宁德时代深度合作,有望加速固态电池用铜箔的研发与产业化进程,推动行业技术升级。此外,嘉元科技作为宁德时代核心供应商,将充分受益于此一趋势,进一步提升市场份额和盈利能力。”

