

直击第二十三届广州国际汽车展览会：

自主品牌站C位 产业链加速融合



第二十三届广州国际汽车展览会现场

■本报记者 张晓玉

“人流量完全超出我们的预期,销售顾问已经全员上阵,但还是有点应接不暇。”11月21日至11月30日,第二十三届广州国际汽车展览会(以下简称“广州车展”)在中国进出口商品交易会展馆举办,有合资品牌展台负责人对《证券日报》记者感叹道。

据了解,本届展会以“新科技·新生活”为核心主题,总规模达22万平方米,现场汇聚1085辆展车,其中全球首发新车93辆,新能源展车629辆。身处现场,记者感受到巨大的观展热情,展馆入口处排起长龙,各大品牌展台都围满了观众。行业竞争格局得以显现,自主品牌强势占据C位,外资品牌加速推进本土化战略,产业链上下游加速协同融合。

电动化智能化是关键词

根据中国汽车工业协会发布的数据,2025年1月份至10月份,我国新能源汽车累计销量已达1294.3万辆,同比增长32.7%。其中,新能源乘用车国内累计销量达到1028万辆,同比增长24%,市场渗透率突破52.9%。

中国企业联合会特约研究员胡麒牧在接受《证券日报》记者采访时表

示,我国汽车市场已经迈过电动化普及的临界点,进入规模化、市场化发展的“加速冲刺期”。新能源汽车不再仅仅是政策驱动下的替代选择,而已成为消费者主流购车意向所在。电动化不再是可选项而是必选项,驱动着产品研发、供应链布局、商业模式乃至整个产业生态的深刻重构。

这种变化,在本届车展上得到了充分体现。多家主流车企集中展示电动化、智能化领域的技术成果与创新解决方案。

自主品牌方面,广汽集团全面展示“番禺行动”成果;吉利银河推出V900,进军高端MPV市场;长城汽车携哈弗、坦克、长城炮等六大品牌超30款车型参展,重点展出坦克300极地版、欧拉5等限定车型及Hi4-Z/Hi4-T技术体系。

值得关注的是,长城汽车首席技术官吴会肖在此次车展上正式发布长城VLA辅助驾驶大模型。“技术发展日新月异,行业正处在关键转折点,辅助驾驶的进化本质是认知能力的不断升级。”吴会肖对记者表示,该技术将为用户带来更智能、更安全的驾驶体验。

面对自主品牌的强势突围,外资品牌迅速调整战略,以深度本土化布局展开反攻。福特智趣烈马基

于本土化架构打造,搭载NVIDIA高端芯片与激光雷达,精准匹配中国市场对智能驾驶的需求;别克至境世家引入Momenta技术加持的城市NOA功能,将本土化智能体验推向新高度。

此外,多家超豪华品牌缺席本届广州车展,折射出市场的激烈竞争。

胡麒牧表示,2026年将是中国汽车产业大浪淘沙的关键年。随着车企竞争进入深水区,技术创新、本土化适配和用户体验将成为决胜关键。

产业链协同创新

本届车展不仅是整车企业同台竞技的舞台,更是汽车全产业链协同发展的展示窗口。

在产业链配套展区,无锡江松科技股份有限公司带来的立体车库解决方案引发关注。该公司技术总监刘成龙对记者介绍,立体车库采用垂直升降存储方式,核心亮点在于其精准的防火设计——每个车库单元间均配备独立防火墙,可在新能源车突发起火时有效隔离风险,避免火势蔓延至其他车辆。更值得一提的是,配套的自动充电机器人能够实现“停充联动”,车辆停放后自动插入充电枪,充满电后自动拔枪,全程无需人工干预,为新能源

源汽车的日常使用提供了更便捷、安全的解决方案。

小鹏汽车选择以汽车产业技术为基础,切入人形机器人赛道,其展示的仿生机器人凭借独特的运动控制技术吸睛无数。据工作人员介绍,该机器人实现了类似“猫步”的灵活运动姿态;在技术架构上,采用紧耦合集成方案,将汽车三电系统、感知系统、规划系统等复杂模块融入机器人体系,并搭载端到端AI大模型,具备持续自主学习与能力强化的特性。目前,该机器人已在广州工厂投入实训,承担装配与巡检任务,未来还计划走进品牌门店与展厅,承担产品介绍、展示等服务职能。

另外,动力电池巨头宁德时代展出最新电池技术解决方案,其与广汽集团、京东联手打造的埃安UT super车型在此次车展上成为焦点。

黄河科技学院客座教授张翔对《证券日报》记者表示,目前,智能座舱、智能驾驶、电池等核心供应链企业已从“配套商”升级为“共创者”。随着汽车产业进入深度转型期,未来的竞争已不再是单一产品的比拼,而是科技生态的全面较量。产业链上下游的协同创新、核心技术的自主可控、场景需求的精准满足,将成为车企构建核心竞争力关键。

白卡纸价格触底反弹 行业有望迎盈利修复

■本报记者 王 倩

近期,国内多家知名浆纸业密集发布产品调价通知,涉及白卡纸、铜版卡、食品卡、再生牛卡纸、高强瓦楞纸等多个纸种,调价幅度在50元/吨至200元/吨区间,执行时间主要集中在2025年11月下旬至12月1日。

值得关注的是,在经历了长达五年的低迷后,白卡纸行业开始触底反弹。卓创资讯数据显示,截至11月21日,白卡纸市场价格为4214元/吨,较10月底上涨2.48%,较8月中下旬年内低点3930元/吨上涨7.23%。

“11月份以来,白卡纸市场涨价气氛浓厚,纸价持续上涨。头部白卡纸生产企业在10月底就提前发布11月份价格上涨200元/吨的通知,为市场进行预热,贸易商的跟涨也较为积极。”山东卓创资讯股份有限公司(以下简称“卓创资讯”)分析师孔祥芬对《证券日报》记者表示。

整体来看,新一轮价格上涨不仅由纸厂主动拉涨驱动,更得益于成本支撑、库存下降、新增产能投放延后以及包装纸行业整体回暖等多重因素的共同推动。

从成本端来看,进口木浆市场可外售货源有限,国产浆及外盘价格同步上行,预计后续仍有涨价空间。在此背景下,纸厂为改善盈利,继续推动价格上涨。

另外,在近期行业“反内卷”的自律调整中,供给端正迎来积极变化。行业信息显示,原计划于10月份投产的120万吨白卡纸新增产能有所推

迟,目前仅有少量B级产品释放,正式出纸时间尚未明确。孔祥芬表示,新产能投放节奏的放缓,也减轻了市场对供应过剩的担忧,进一步巩固了纸厂的拉涨信心,同时叠加9月份以来企业库存的持续下降,为纸价拉涨提供了保障。

华安证券研报数据显示,2025年以来,中国白卡纸行业供需缺口由1月份的308.97千吨下降至9月份的255.68千吨,呈现出明显的收窄态势。同时,白卡纸库存在长时间处于高位后也迎来下降,去库存效果显现。

卓创资讯数据显示,11月21日白卡纸毛利率为-5.02%,即便是拥有自产浆线的纸厂,目前也只能维持微利状态。因此,企业有强烈的改善利润诉求。伴随此轮头部纸企宣布上调白卡纸价格,行业或将迎来期盼已久的盈利修复。

政策端和需求端的向上共振,让白卡纸企业看到了盈利修复的希望。进入第四季度行业旺季后,特别是11月份以来,国内包装用纸市场价格整体实现上涨,这与元旦、春节前订单开始释放、市场需求整体出现好转预期直接相关,加之各纸种价格持续拉涨的刺激,下游补货进度加速。

华安证券发布的研报认为,白卡纸行业集中度较高,头部企业定价权较高,过去由于行业产能扩张、供需失衡等因素,头部企业短期可能面临盈利较低甚至亏损的局面,但通过扩大规模,企业可以摊薄固定成本,提升生产效率,从而改善盈利能力,且在未来市场回暖时可以获得更大的收益。

重点30城一二手房成交数据释放“止跌回稳”信号

■本报记者 陈 潇

在年内多轮稳楼市政策作用下,重点30城楼市成交整体出现止跌企稳迹象。

上海克而瑞信息技术有限公司(以下简称“克而瑞”)发布的最新数据显示,重点30城一二手房成交总量在今年前10个月保持在2.74亿平方米的水平,与去年同期基本持平,市场底部特征逐步显现。

从各城市表现看,克而瑞监测数据显示,今年前10个月,深圳一二手房成交面积上涨12%;北京、上海和广州前10个月一二手房成交同比增幅分别为7%、6%和2%。

不少二线城市也较具韧性。克而瑞数据显示,合肥前10个月一二手房累计成交面积同比增长18%,增幅排在30城首位;成都前10个月一二手房成交面积为2630万平方米,同比增长11%。重庆、西安、武汉、杭州等核心二线城市成交量也均突破1000万

平方米,且均实现同比正增长,成为支撑二线城市市场止跌回稳的主力。

中指研究院监测数据显示,今年1月份至10月份,重点30城新房以及二手房成交总套数累计同比增长0.6%,其中新房成交同比下降7.2%,二手房成交同比增长5.4%。

“从核心数据看,住房需求规模总体保持稳定,说明居民仍有较强的购房意愿。今年多城二手房活跃度提升,显示出稳楼市政策的成效以及市场较强的韧性。”上海易居研究院研究总监严跃进对《证券日报》记者表示。

展望未来,中指研究院相关负责人表示,行业短期仍面临一定压力,预计2026年房地产政策仍将聚焦“止跌回稳”目标,着力清理住房消费领域不合理限制性措施,货币化安置城中村改造等政策有望继续加快落地;同时,各地“好房子”建设标准、规范计容规则等政策有望加快完善,通过高品质住房供应放量,激发改善性住房需求释放。

工业富联发布澄清公告：并未下调第四季度利润目标

■本报记者 刘晓一

近日,关于AI服务器龙头富士康工业互联网股份有限公司(以下简称“工业富联”)的一则传闻在 market 发酵,引发广泛关注。该传闻称,工业富联AI服务器机柜出货量 and 单柜利润面临下降,同时公司已下调第四季度业绩目标。或受此消息影响,11月24日,工业富联股价下跌7.8%。

针对市场传闻,工业富联于11月24日在投资者互动平台及晚间发布的澄清公告中接连发声,明确否认相关不实言论。公告显示,公司第四季度整体

经营,包括英伟达GB200、GB300等核心产品出货均按既定计划推进,客户需求持续畅旺,生产及出货一切正常,且未收到主要客户关于调整业务模式、下修份额或价格的要求。

同时,公司强调并未下调第四季度利润目标,不存在应披露未披露的信息,与客户合作开发的下一代产品也正按计划顺利推进。

“无需过度解读市场传闻,公司将继续拓展与客户的多元合作,实现稳健交付,提升利润质量,做到一季比一季好。”工业富联相关人士向《证券日报》记者表示。

“嗅觉经济”崛起 企业竞逐香氛赛道

■本报记者 郭霁霞

近年来,中国香氛市场持续火热。以香水产品为例,艾媒咨询发布的《2024—2025年中国香水行业研究及消费者洞察报告》显示,2023年中国香水市场规模已达到207亿元,同比增长22.5%,预计到2029年有望达到515亿元。

中国科协新质生产力委员会秘书长吴高斌对《证券日报》记者表示,“嗅觉经济”是新消费的重要表现。中国香氛市场的崛起不仅能推动国内香氛产业链的完善与升级,还能满足消费者的个性化需求,有助于激发消费潜力,促进消费市场繁荣。

在市场红利的驱动下,各类企业纷纷加速布局香氛赛道,其中不乏上市公司的身影。例如,今年上半年,毛戈平化妆品股份有限公司(以下简称“毛戈平”)相继推出“国韵凝香”和“闻道东

方”两大香水系列,正式进军香氛市场。公司半年报显示,报告期内,毛戈平香氛产品销量超3.5万件,贡献营业收入1141.3万元,产品毛利率达77.6%。

另一家美妆上市公司上海上美化妆品股份有限公司(以下简称“上美股份”)也在紧锣密鼓布局。据了解,上美股份旗下品牌“韩束”将推出“红运”香氛系列,该系列涵盖香氛、蜡烛、香水、香膏、香薰等多个品类,相关产品有望于今年年底上市。

跨界玩家也纷纷入场。11月3日,国产箱包品牌Songmont山下有松与中国调香师Yili合作推出“沉山”香氛系列,正式跨界布局这一赛道。11月20日,中国羊绒时装品牌ERDOS鄂尔多斯也宣布与香氛品牌闻献DOCUMENTS合作,推出“羊绒序章 SILENT COMFORT”全新家居香品。

“企业集体入局的背后,是香氛产

品的独特商业价值。”中国社区商业工作委员会专家委员王春娟对《证券日报》记者表示,香氛兼具高附加值、强品牌黏性及文化传递属性,企业布局该赛道不仅能拓宽盈利渠道,更能通过场景化消费深化品牌认知、提升用户忠诚度,最终形成差异化竞争优势。

在市场扩容过程中,本土香氛品牌已形成独特竞争力。从早期的气味图书馆、野兽派,到近年崛起的观夏To Summer(以下简称“观夏”)、闻献DOCUMENTS,本土品牌以“东方美学”为核心叙事,构建起差异化竞争优势。

在夯实国内市场的同时,本土香氛品牌的全球化步伐也在持续提速。今年9月份,观夏开设首家中国香港门店,并将其作为全球化战略的重要落子。同月,本土香氛品牌Melt Season于日本东京成田国际机场开设新店,有望借助国际枢纽的高客流量,进一步提升品牌的海外知名度。

增长超300%。

在产品布局方面,工业富联管理层此前在业绩说明会上表示,当前,公司的GB200出货非常顺利,GB300也在第三季度实现量产,良率与测试效率持续上行。公司预计,单位成本的下降以及良率的提升,会对四季度毛利率形成正面支撑。随着规模爬坡与制造工艺的优化,公司对交付效率的持续性保持信心。

中国电子商务专家服务中心副主任郭涛在接受《证券日报》记者采访时表示,短期股价波动未改变工业富联基本面,投资者应理性看待市场传闻。

在行业需求持续扩容的同时,产业链公司围绕舞台设备、沉浸式体验、文化场景打造等加速布局。近期,多家上市公司中标文旅与演艺相关项目。

例如,11月20日,浙江大丰实业股份有限公司发布公告称,中标深圳“国际演艺中心建设工程舞台工艺设备工程I标段”,中标金额为1.65亿元。该项目包括舞台机械、灯光设备及音视频设备的采购与安装。

11月7日,安徽省招标投标信息网发布成交结果公告,正式确认上海风语筑文化科技股份有限公司为安徽省《科创中心规划建设展示馆》项目成交单位,成交金额372.9万元。作为深耕数字新媒体技术研发与沉浸式空间打造的企业,其核心技术与文旅场景展陈场景高度适配。

国务院办公厅印发的《关于进一步培育新增长点繁荣文化和旅游消费的若干措施》明确提出,支持在文

上市公司多维布局演出市场

■本报记者 郭霁霞
见习记者 王 楠

岁末演出热潮渐起。近期,浙江文旅、北京本地宝等公众号陆续发布岁末年初演出排期,演唱会、舞台剧等扎堆亮相。

今年以来,演出市场持续活跃。在近期举行的2025文旅融合·旅游演艺高质量发展大会上,中国演出行业协会会长刘克智披露,基于协会票务信息采集平台的监测数据及专项调研测算,2025年前三季度全国旅游演艺票房已突破130亿元,市场持续保持蓬勃发展趋势。

在行业需求持续扩容的同时,产业链公司围绕舞台设备、沉浸式体验、文化场景打造等加速布局。近期,多家上市公司中标文旅与演艺相关项目。

例如,11月20日,浙江大丰实业股份有限公司发布公告称,中标深圳“国际演艺中心建设工程舞台工艺设备工程I标段”,中标金额为1.65亿元。该项目包括舞台机械、灯光设备及音视频设备的采购与安装。

11月7日,安徽省招标投标信息网发布成交结果公告,正式确认上海风语筑文化科技股份有限公司为安徽省《科创中心规划建设展示馆》项目成交单位,成交金额372.9万元。作为深耕数字新媒体技术研发与沉浸式空间打造的企业,其核心技术与文旅场景展陈场景高度适配。

国务院办公厅印发的《关于进一步培育新增长点繁荣文化和旅游消费的若干措施》明确提出,支持在文

博场馆、景区、街区、邮轮、大巴等打造沉浸式体验空间,推出一批沉浸式文旅新产品新场景。支持各地打造超高清、沉浸式、互动式演艺新空间和数字展览新空间。

福建华策品牌定位咨询创始人詹军豪对《证券日报》记者表示,随着大型演唱会、沉浸式演出增多,行业对3D全息投影、智能灯光控制系统等高性能设备的需求明显提升。设备制造企业不仅面临更高的技术门槛,还要应对紧张的项目周期,确保设备稳定运行并提供全流程技术支持。

产业链的活跃并非局限于技术设备端,文旅综合体与城市更新类项目也成为提升客流与消费黏性的关键。

例如,今年9月份,龙湖集团控股有限公司旗下的龙湖智创生活,中标重庆朝天门资产运营项目,管理面积约5.5万平方米,含广场、商业空间及筑城使馆。其计划打造沉浸式演艺空间与实验剧场,搭配文化沙龙、非遗及创意餐饮等业态,以演艺场景提升项目可逛性与复游率。

浙江祥源文旅股份有限公司(以下简称“祥源文旅”)联合安徽省交通建设股份有限公司(以下简称“交建股份”)等组成联合体,于7月份中标峨边市越王谷文化旅游区项目,中标总额约15.33亿元。祥源文旅计划以1.56亿元入股项目公司,持股约22%,并负责后期文旅运营与演艺板块规划;交建股份则承担工程总承包建设。项目规划包含沉浸式演艺馆、主题街区夜游等多类“演艺+文旅”体验场景。