

中国石化2025年实现归母净利润318.09亿元

■本报记者 向炎涛

3月22日，中国石化化工股份有限公司（以下简称“中国石化”）发布2025年度报告。报告显示，按照中国企业会计准则，公司全年实现营业收入2.78万亿元，实现归属于母公司股东的净利润318.09亿元。同时，公司预计2025年全年派发现金股利每股0.2元（含税），与回购金额合并计算后，年度利润分配比例达81%。此外，董事会审议并通过新一轮股份回购授权议案。

2025年，中国石化优化调整炼化业务，以低成本应对市场变化。炼油方面，该公司有序推进炼油结构调整项目，增产航煤、润滑油脂等适销产品，2025年化工轻油产量同比增长8.4%，全年加工原油2.5亿吨，生产成品油1.49亿吨，其中航煤同比增长7.3%。化工方面，优化原料、装置及产品结构，PX产量再创历史新高，POE等化工新材料加快发展。全年乙烯产量1528万吨，化工产品销量为8712万吨，同比增长3.6%。

成品油销售方面，中国石化正全力打造“油气氢电服”综合能源服务商。该公司加快加气和充换电网络布局，积极推进氢能交通发展，2025年车用LNG销量同比增长74%，充换电量同比增长182%，氢气加注量同比大幅增长，LNG加注与加氢业务保持全国领先。全年成品油总销量2.29亿吨。

中国石化董事长侯启军表示，中国石化正在实施创新驱动、转型升级、资源保障、市场开拓、成本领先、开放合作六大战略，加快构建以能源

资源为基础，炼化化工为两翼，成品油天然气化工品三大销售为牵引链条，新能源新材料新业态新赛道为增长极的“一基两翼三链四新”产业新格局，持续完善科学规范高效的现代企业治理体系，全力建设世界领先现代化能源与化工公司。

盘古智库（北京）信息咨询有限公司高级研究员余丰慧在接受《证券日报》记者采访时表示，作为国内最大的石油和化工产品生产商之一，中国石化将直接受益于油价上涨带来的销售收入增加。需

要注意的是，油价上升同样会带来成本的增加，特别是在炼油和化工板块。但中国石化具有较强的上下游一体化优势，以及在成本控制和优化方面的丰富经验，2026年的业绩表现值得期待。

余丰慧进一步表示，随着全球经济逐步向绿色低碳转型，传统能源企业面临巨大挑战的同时也迎来了新的发展机遇。中国石化通过加大对新材料和高端化工的投资力度，不仅可以降低对传统石油业务的依赖，还能提升产品附加值。

从“技术自立”到“价值突围”
中国机床迈向高端智造

■本报记者 殷高峰 刘 欢

西安国际会展中心内，机器的轰鸣声此起彼伏……一位退休多年的老工程师在北京精雕科技集团有限公司展台前久久驻足。他盯着正在展出的一款五轴机床感叹：“以前，这种精度的机床我们连靠近看的机会都没有。现在国产的摆在眼前，随便看随便问。”

这台型号为JDGR400T的五轴高速加工中心，是国内首台通过“机床装备制造业成熟度8级”认证的国产五轴高速机床。而这位老工程师的感慨，正是中国机床行业几十年发展的生动注脚。

3月16日至19日，第三届CMES华机展 | 西安国际机床展在西安国际会展中心举行。4万平方米的展厅内，700余家展商携王牌设备现场开机演示，全方位展示机床上下游产业链的创新成果。

从早期的“技术自立”，到如今以“价值突围”，国产机床正加速迈向高端智造的新阶段。

行业景气度持续攀升

展厅内人头攒动，专业观众穿梭在各展台前，仔细观摩机床演示、咨询产品细节。展会组织方数据显示，本届展会总到场专业观众人数较上届增长超38.95%。这份热情背后，是2026年开年以来国内机床企业订单的显著增长，行业景气度的持续攀升。

“随着人形机器人核心零部件加工对微米级精度机床需求增加，叠加新能源汽车、商业航天扩产带来的设备更新需求，机床行业正迎来需求重构的关键节点。”万联证券投资顾问屈放在展会现场对《证券日报》记者表示。

在纽威数控装备（苏州）股份有限公司（以下简称“纽威数控”）展台，该公司西北区销售经理贺超向《证券日报》记者透露，公司目前订单饱和，整体订单已排到数月之后。

比订单数量更值得关注的是订单的“质量”。“我们在意的是价值——包括产品价值、技术服务以及给客户带来的衍生服务。”贺超表示。

这种转变正成为中国机床行业的集体写照。从“技术自立”到“价值突围”，国产机床正在完成一场深刻的身份转换。中国机床工具工业协会数据显示，2025年机床工具行业实现营业收入10571亿元，同比增长1.6%；利润总额421亿元，同比增长58.6%，利润率提升至4.0%。

出口数据同样印证了这一趋势。海关总署数据显示：2025年高端机床出口金额同比增长21.5%。高附加值数控机床正加速走向海外。

在西安巨浪精密机械有限公司展台，该公司销售负责人张华楠指着一款设备向《证券日报》记者介绍：“这台设备可实现少人、多工序复合加工，效率达到传统方式的3倍到5倍，广泛应用于机器人、AI液冷接头、无人机精密零部件加工。”

近年来，五轴数控机床发展势头强劲，市场规模持续扩容。观研报告网数据显示，五轴数控机床国产化率从2020年的18%大幅跃升至2024年的55%，逐步迈入深度替代阶段。

展会现场，多款国产五轴机床展现出强劲竞争力。纽威数控展台上多款设备吸引了众多观众驻足。记者了解到，该公司的五轴加工中心、五轴转台等核心零部件均为其自主研发。而巨冈精工（广东）股份有限公司现场展出的五轴卧式摆头加工中心CP系列，则直接对标欧洲知名品牌。

展馆之外，中国通用技术（集团）控股有限责任公司（以下简称“通用技术集团”）发布了高速五轴并联板铣加工中心，材料去除效率达7000cm³/min。

更值得关注的是，科德数控股份有限公司近期与上海飞机制造有限公司签署协议，双方共同建立卓越创新中心，依托自主可控的高端五轴机床，面向商飞飞机典型零件加工工艺、国产装备中试验证等领域开展合作。这标志着国产五轴机床正进入民用航空这一最难啃的“硬骨头”领域。

构建产业链共赢生态

我国高端机床发展虽成绩斐然，但挑战犹存。在展会现场，多位受访人士表示，行业要实现真正的突破，不能只靠个别企业单打独斗，而是需要整条产业链形成合力。

“机床行业现在有两个‘卡脖子’问题。”梁智星坦言：“第一个是数控系统，核心还是掌握在日本、德国这些国家手里；第二个是一些关键的核心零部件，比如高精度导轨、丝杠。”

“从技术水平看，国产五轴及复合加工机床已经可以满足绝大多数客户99%的需求。但市场接受度还需要慢慢提升。有些客户对国产机床还持怀疑态度。”贺超表示，近年来，国产中高端机床的市场占比已经在提升，“但行业的进一步发展不仅需要组成数控，也需要中国所有机床制造企业共同努力，同时还需要广大客户给我们提出好的建议和意见”。

正是在这样的背景下，通用技术集团于3月18日在北京召开的“聚链兴业 共谋高远”机床产业生态合作伙伴大会，为中国高端机床的协同发展写下注脚。会上，通用技术集团“十五五”的四大核心计划同步落地：“春山计划”聚焦关键核心技术突破；“天工计划”以匠心产品赋能千行百业；“暖春计划”做机床装备全生命周期贴身管家；“扬帆计划”布局欧洲研发中心，推动国际产业联动。

此外，通用技术集团还提出“双百”伙伴行动——未来将携手100家核心经销商、100家战略供应商，从传统的“买卖交易”转向“价值共创”。

“我们不再是简单的供需关系，而是并肩作战的战友。”通用技术集团总工程师、通用技术集团机床有限公司董事长周舟在现场表示，“只有产业链上下游心往一处想、劲往一处使，才能推动中国机床产业真正实现从大到强的跨越。”

卖得好不如赚得多
财报揭示新势力车企竞争逻辑生变

■本报记者 刘 钊

在新能源汽车行业由高速增长转向高质量发展的背景下，新势力车企之间的竞争逻辑正在发生深刻变化。

从蔚来汽车、蔚来汽车、小鹏汽车、理想汽车四家港股上市的新势力车企陆续披露的2025年年报看，单纯依靠交付量增长抢占市场的阶段正在过去，盈利能力、体系效率、技术转化和持续投入能力，正成为企业发展的关键变量。

齐头并进各有侧重

从交付量来看，2025年，零跑汽车以59.66万辆位居四家车企之首；小鹏汽车交付42.94万辆，同比增长125.9%，是四家中增速最快的一家；理想汽车交付40.63万辆，仍处在高位区间；蔚来汽车则在三品牌协同带动下交付32.60万辆，同比增长46.9%。从交付量层面看，新势力车企整体规模仍在扩容，零跑汽车和小鹏汽车凭借更强的产品放量能力，成为本轮规模增长的主要受益者。

但如果把交付量与收入放在一起看，上述座次则有所变化。理想汽车2025年收入为1123.13亿元，仍是四家车企中体量最大的一家；蔚来汽车收入为874.88亿元；小鹏汽车收入为767.20亿元；零跑汽车收入为647.32亿元。也就是说，零跑汽车虽然交付量领先，但收入规模仍低于其余三家；理想汽车交付量并非最高，却依旧保持最高收入。这背后反映的并不只是单车均价差异，而是不同品牌在价格区间、用户结构和产品定位上的差别。新势力车企之间已不是简单地比谁卖得多，而是在比谁能在不同细分市场上形成更稳定的收入。

从管理层表述来看，四家车企对增长的理解也已出现明显分化。

理想汽车董事长兼CEO李想将2025年定义为战略调整期，重点之一是修正直营体系管理方式，推出门店合伙人计划，把门店重新变成经营单元，核心是提升销服效率并稳住中高端市场基本盘。李想表示，2026年理想汽车要采取“3+2策略”，即推进销售体系管理、L系列换代成功、纯电车型稳定上量，同时让智能化投入和海外开拓形成辅助支撑。



从蔚来汽车、蔚来汽车、小鹏汽车、理想汽车四家港股上市的新势力车企陆续披露的2025年年报看，单纯依靠交付量增长抢占市场的阶段正在过去，盈利能力、体系效率、技术转化和持续投入能力，正成为企业发展的关键变量

相比之下，小鹏汽车董事长兼CEO何小鹏更强调产品扩容和技术商业化同步推进，小鹏汽车将推出面向全球市场的4款全新车型，并进一步扩大海外销量和海外收入占比。蔚来汽车创始人、董事长兼CEO李斌则把增长重点放在多品牌协同和新车型投放上，提出继续投入十二全栈核心技术，推出新车型并优化销售服务网络。零跑汽车则继续沿着更多务实的产品线扩张路径推进，A、B、C、D四大系列铺开，既要守住主流价格带，也在向更高端产品段延伸。

聚焦纯电和海外两条线，分化将会更加明显。理想汽车正在修复纯电产品爬坡中的问题，李想透露理想i6、理想i8已共同夯实纯电产品基础，下半年还将推出理想i9，意在加强其在纯电市场的纵深。小鹏汽车则在一车双能、第二代VLA和海外渠道建设上同时发力，目标是全年海外销量同比翻倍，海外收入占比提升至20%以上。蔚来汽车继续强化多品牌和补能网络优势，试图以产品矩阵和换电体系维持中高端市场差异化。零跑汽车则在出口和本地化生产

上推进更快，2025年出口量达到6.71万辆，并计划推进西班牙CKD项目落地。可以说，四家车企都在扩张，但增长的抓手已各有不同。

寻找“第二增长曲线”

相比交付量，毛利率和利润更能反映企业经营质量。

2025年，小鹏汽车全年毛利率为18.9%，在四家车企中居首；理想汽车为18.7%，仍保持较高水平，但较上年有所回落；零跑汽车为14.5%，改善幅度较大；蔚来汽车为13.6%，虽然相对偏低，但修复趋势明显。从季度表现看，第四季度，小鹏汽车整车毛利率达到21.3%，蔚来汽车整车毛利率达到18.1%，都体现出经营质量较前期明显改善。与之相比，理想汽车的压力主要在于高基数下的收入和毛利率回调，零跑汽车则在规模扩大的同时稳住了毛利率。利润端的分层更加清晰。2025年，理想汽车净利润为11.24亿元，仍保持全年盈利，但同比降幅较大；零跑汽车实现净利润5.38亿元，首次实现全年盈利；小鹏汽

车虽然全年仍处于修复过程中，但第四季度已实现净利润3.8亿元，首次迈过单季度盈利门槛；蔚来汽车全年仍处于净亏损状态，不过第四季度已实现经营调整经营利润12.513亿元，经营拐点较为明确。

这一轮盈利分化，也与企业的现金储备和研发节奏直接相关。截至2025年末，理想汽车现金储备高达1012亿元，明显高于其他三家；小鹏汽车在手现金为476.6亿元；蔚来汽车现金储备为459亿元；零跑汽车在手现金为378.8亿元。资金安全垫意味着四家车企都有继续投入研发的能力，但投入方向正在出现区别。理想汽车2025年研发投入113亿元，理想汽车CFO李铁表示，2026年研发费用仍将保持在120亿元左右，其中AI相关投入约占一半，重点是为其自身智能能力打底。小鹏汽车2025年研发投入94.9亿元，其中AI投入45亿元，2026年计划把物理AI相关投入提升到70亿元。蔚来汽车CFO曲玉对《证券日报》记者表示，2026年蔚来汽车将保持20亿元至25亿元的季度研发投入，并力争实现Non-GAAP全年盈利。零跑汽车则继

续强化全域自研，智驾投入和平台化降本，同时维持2026年50亿元净利润目标不变。

从下一阶段战略规划看，四家车企的共识是，单靠卖车已经不足以支撑估值和盈利预期，必须在技术、产品和全球化上形成第二增长曲线。理想汽车的重点是完成从智能电动车向具身智能企业的延伸，同时推动L系列换代和纯电矩阵补强。小鹏汽车则把物理AI、自动驾驶、Robotaxi、人形机器人与全球市场扩张并行推进，希望以技术标签带动规模和品牌上移。蔚来汽车仍将核心放在三品牌协同、全栈技术投入和换电网络商业化能力提升上，试图把长期投入转化为更稳定的经营结果。零跑汽车则延续高性价比和高效率制造路线，在继续扩张主流市场的同时，依托Stellantis渠道和海外本地化项目提升国际业务占比。

黄河科技学院客座教授张翔对《证券日报》记者表示，2026年，决定新势力车企排位的核心指标或将不再只看交付量，而是企业的盈利能力、研发转化效率以及全球化落地能力。

事实上，国内在游戏、电影、小说等领域并不缺少具有国际影响力的爆款IP。例如，游戏领域的《原神》已通过多次线下活动展现出玩家在跨区域消费上的优势；电影领域的《哪吒之魔童闹海》票房超过150亿元，衍生品规模超过1000亿元；小说领域的《盗墓笔记》《诡秘之主》等多个IP均已经完成向广播剧、动画、影视以及游戏等领域的转化，实现了IP的“一鱼多吃”。

林焕杰表示，本土主题公园的突破口是如何将IP从数字世界精准、深度地还原到线下实体空间。这是对IP从内容生产到线下运营全产业链能力的终极考验。

北京环球影城频繁联动中国IP

业内人士认为，中国IP已进入高价值授权市场，而我国并不缺少具有国际影响力的爆款IP

■本报记者 李豪悦

3月20日至5月31日，北京环球影城将与米哈游旗下游戏《原神》开展专区联动。据了解，此次联动是环球影城在北京开园至今，首次以沉浸式互动主题专区的形式呈现中国IP。下半年，北京环球影城还将以沉浸式互动主题专区的形式呈现《盗墓笔记》等多个中国IP。

2026年是北京环球影城开业五周年。纵观过去五年，北京环球影城与中国IP的联动是一条从浅层合作到深度绑定的清晰路径。

据记者不完全统计，北京环球影城已陆续和《王者荣耀》《京城81

号》《长安三万里》《原神》等中国IP展开相关合作。联名的形式从花草巡游到主题餐厅再到户外建造互动专区，联名规模和投入也在不断扩大。其中，北京环球影城与《原神》已有两次合作，第一次是在2025年。

谈及北京环球影城的《原神》主题专区形式，中国主题公园研究院院长林焕杰向《证券日报》记者表示：“它标志着中国IP正式进入高价值授权市场，解决了以往‘有声量、难变现’的困境。并且为国产IP的泛娱乐开发树立榜样，证明了中国IP完全可以进行深度实景娱乐转化，也拓宽了授权合作的思路。”

北京环球影城为何在中国运营五年后，才开始密集大规模引入中国IP？

林焕杰表示，目前，北京环球影城已充分了解中国游客的需求和市场竞争格局。前期与《王者荣耀》《京城81号》等项目的合作也是在逐步测试市场反应。从结果上看，引入中国IP有效弥补了北京环球影城现有国际IP阵容在“中国化”内容上的不足。此外，中国IP的粉丝群体能有效提升主题公园的重游率。

一边是北京环球影城这类主题公园巨头正积极与中国IP展开合作，另一边却是本土主题公园在现象级IP打造上的举步维艰。

目前，本土主题公园市场主要由几家上市公司主导。从相关上市公司业绩来看，2025年，多数主题公园仍面临客单价提升困难、新项目投入巨大导致折旧摊销增加、竞争加剧导致利润率下滑等问题。

一位业内分析师向《证券日报》记者表示，本土主题公园无法成为国际型主题公园的根源在于缺乏能够持续产生巨大商业价值的核心IP。国际巨头的护城河在于其拥有庞大的、经过数十年沉淀的IP矩阵，能够持续进行内容策展和迭代。本土主题公园更多依赖设备更新、地产配套或简单的形象授权，缺乏从内容源头到线下体验的