

高管访谈

# 小城“橡塑”如何打出“制胜球”？

——专访给力体育总经理张炜

■本报记者 张晓玉

在鹤壁浚县先进制造业开发区，河南给力体育用品有限公司（以下简称“给力体育”）的生产车间内，机器轰鸣作响，自动化设备高速运转，一支支匹克球拍、一个个标准化匹克球有序下线，等待发往全国乃至全球市场。

近年来，被称为“网球、羽毛球和乒乓球混血儿”的匹克球正以惊人的速度从北美席卷至国内。而在这一波浪潮中，位于河南鹤壁的给力体育，凭借深厚的橡塑制造底蕴，成为了赛道上一匹不容忽视的黑马。

近日，给力体育总经理张炜接受了《证券日报》记者专访，讲述公司如何从零起步，在短短几年内将产品销往海外，深入分享企业切入匹克球赛道的核心竞争力、转型突破之路及未来产业布局。

## 果断切入匹克球赛道

给力体育入局匹克球赛道，并非偶然跟风，而是基于市场趋势与自身能力的双重判断，是一场“谋定而后动”的战略选择。

“我们进入这个赛道，是基于一个比较明确的判断。”张炜回忆，彼时，匹克球在北美的参与人数呈指数级增长，但其产业链主要集中在美国本土及部分东南亚国家。

这项运动兼具“门槛低、上手快、全年适配”的核心优势，无需专业运动基础，几分钟即可上手，既能满足青少年运动健身需求，也适配中老年休闲娱乐，天然具备大众普及的基因。“我们当时就判断，匹克球有机会变成大众运动项目。”张炜补充道。

更为关键的是“能力匹配”。给力体育起家于橡塑材料及制品制造，在材料配方、成型工艺、生产制造等领域积累了深厚的技术功底和成熟的生产经验。而匹克球产品（球拍、球、场地设施等）的核

心材料体系，与企业长期深耕的橡塑材料高度契合。

“从市场趋势来看，这是值得全力投入的黄金赛道；从自身能力来看，我们能快速实现技术转化、产品落地。”张炜表示，正是基于这样的双重判断，给力体育果断切入匹克球赛道，开启转型发展新征程。

## 鹤壁产业配套完善

然而，给力体育的转型之路并非一帆风顺。

“以前做橡塑制品，更多是按订单生产；现在做体育用品，要考虑用户体验、品牌、渠道。另外，体育产品在质量标准、环保要求、认证体系上也更严格，前期我们在良品率和客户信任上确实经历了一个爬坡过程。”张炜坦言。

但好在鹤壁当地的产业生态为给力体育的转型提供了坚实支撑。“鹤壁本地的橡塑产业基础，对我们帮助非常大。比如原材料供应、模具加工、注塑配套，这些基本在本地就能完成，效率很高，成本也可控。这种产业集聚在全国不多见。”张炜如是说。

继经历了转型阵痛期后，给力体育明确了“从产品制造向品牌运营升级”的核心战略。张炜表示：“下一步，我们会把重点从‘把产品做出来、卖出去’逐步转向‘把品牌做起来’，包括在海外渠道、电商平台以及赛事合作上，都会持续投入。”

谈及公司能快速实现海外订单的原因，张炜总结了三点：“一是制造基础，我们在材料、工艺这些底层能力上是有积累的；二是供应链，我们在本地基本可以把原材料到成品这一套跑通，反应速度比较快；三是灵活性，我们可以做小批量、多规格，这一点在海外市场很受欢迎。”

面对制造业转型升级的大潮，给力体育已在布局未来。张炜介绍，目前企业在两个维度同步发



图①客户参观匹克球拍生产线

图②工人正在调试匹克球智能生产线

图③工人正在给热压匹克球拍装模

图④给力体育厂区之一

公司供图

展提供了非常好的展示窗口。

张炜介绍，为匹配快速增长的订单需求，企业一方面加大设备投入，新增自动化生产线、智能检测设备，扩充产能规模；另一方面持续优化生产流程，推进精益生产，提升生产效率与产品一致性。目前公司的产能基本可以满足现有订单需求，但整体还是在持续扩张中。

赛事不仅带动了订单增长，更成为给力体育展示品牌形象、提升行业影响力的重要窗口。张炜表示，未来企业将持续深度参与各类匹克球赛事，不仅是赞助支持，更将在赛事定制产品、现场体验服务、青少年赛事培训等方面深度布局，实现赛事与产品、品牌的深度绑定。

## 参与人群将持续拓展

近年来，随着全国匹克球锦标赛等赛事的密集举办，行业热度持续攀升，也为给力体育带来了显著的发展红利。

张炜透露，像2025年全国匹克球锦标赛这样的赛事，会对行业发展产生非常直接的带动效应。一方面，它让更多人知道匹克球，为订单增长提供支撑；另一方面，为

张炜表示：“此外，我们也在思考，未来不仅是企业发展，更希望能带动整个产业往上走。比如把制造、赛事、培训这些资源结合起来，逐步形成一个更完整的匹克球产业生态。”

在张炜看来，未来3年到5年，匹克球在国内会进入一个加速阶段。一是参与人群持续拓展；二是场地和赛事逐步完善；三是产品会从现在比较基础的阶段，向更专业、更细分发展。同时，他也预见到行业竞争的升级：“行业竞争会从‘有没有产品’，转向‘产品好不好、品牌强不强’。”

从鹤壁出发，这家拥有“橡塑基因”的企业，正试图在方兴未艾的匹克球赛道上，打出一记漂亮的“制胜球”。在这条赛道上，中国制造的故事，才刚刚开始。

记者观察

# 《给阿嬷的情书》低投入为何赢得高票房

■李豪悦

在这个5月份，《给阿嬷的情书》凭借口碑破圈，成为了今年名副其实的黑马电影。这部低成本电影从5月10日开始，连续半个多月稳定在每日“吸金榜”榜首。截至5月25日，本月电影总票房23.34亿元，《给阿嬷的情书》票房占比高达45.7%，堪称以一己之力拉动当月票房大盘。同时，9.2分的豆瓣评分让其成为近十年豆瓣评分最高的国产剧情片。

春节档后，市场陆续上映多部影片，却只有一部突破10亿元票房。为什么《给阿嬷的情书》能脱颖而出？归根结底，是《给阿嬷的情书》的内容足够打动人心，情感足够真挚。它没有依赖资源投入或任何流量公式，而是用最朴素的叙事，让观众在银幕前感受到共鸣。

在过往，一个影视产品的预期回报，行业普遍会从资本投入、演职人员的知名度、宣发效果等维度进行预测和评价。因此，影视公司习惯将资金、资源和时间集中投资在头部项目。但这些被影视公司寄予了“爆款”期望的头部作品，并不是都能为公司带来丰厚回报。例如，博纳影业董事长于冬曾表示，《蛟龙行动》这部影片集中了公司的全部资金，导致公司其他中小影片都停了下来。结果《蛟龙行动》在2025年春节档失利，给公司经营造成重创。

反观《给阿嬷的情书》，其投资成本只有几十万元，没有行业高知名度演职人员，也没有大范围宣发。《给阿嬷的情书》就是凭借这种在行业看来胜算极低的投入方式，赢得了口碑与票房。

不止如此，这种“赌爆款”思维的真正危害在于，它会创作陷入恶性循环：叙事模板化、创作过度追求堆砌爆款元素。制作方倾向于套用过往的成功公式，导致市场上批量出现同质化、模板化的电影。在这种背景下，《给阿嬷的情书》用最朴实的故事精准击中了观众因审美疲劳而积累的情感空白，再次向市场证明了好内容才是一部电影成功的关键。

好票房是水到渠成而不是孤注一掷。无论是二十年前上映的小人物电影《疯狂的石头》还是曾经引起现象级关注的《我不是药神》，这些电影在不同时代都用相对较低的成本，凭借优秀的内容拿下远超预期的票房。

在今天，《给阿嬷的情书》的出现再次强调了“电影回归内容本身”不啻是一个空洞的口号。好作品需要创作者静下心来，从真实的生命经验中“打捞”故事。当投资方尊重观众的审美和情感感知，观众自然会用脚投票。

健康的行业生态需要产业链共同努力，这个市场也需要制作出更多类似《给阿嬷的情书》这样的电影。只有当资本愿意为“真诚”而非“阵容”买单，中国电影才能走出低谷期。

## 三孚新科：多措并举提升业绩

■本报记者 桂小笋

5月25日，广州三孚新材料科技股份有限公司（以下简称“三孚新科”）召开2025年年度暨2026年第一季度业绩暨现金分红说明会（以下简称“业绩说明会”）。三孚新科董事长、总经理上官文龙等公司管理层出席会议，围绕AI产业布局、业绩扭亏规划及新兴业务进展等核心问题，与投资者深入交流。

三孚新科主要从事表面工程技术的研究及新型环保表面工程专用化学品与专用设备的研发、生产和销售，是国内少数可为PCB（印制电路板）、新能源等领域客户提供专用化学品及专用设备整体解决方案的表面工程技术服务提供商。公司在高端PCB制造领域持续深化技术布局，多项工艺技术在AI、智能汽车、智能手机等专用HDI（高密度互连板）、多层板等高端PCB领域持续突破，已在下游主流客户产线中成熟应用。

业绩说明会召开伊始，公司管理层在介绍情况时，表达了对AI等产业的重视。

上官文龙在回答《证券日报》记者提问时介绍，面对AI相关产业带来的机遇，公司已从多个方面着手布局。“公司高阶PCB化学品及配套专用设备下游覆盖AI服务器、智能汽车、智能手机等领域的专用HDI、多层板等高端PCB领域。具体产品布局包括两个方面：公司PCB电子化学品产品覆盖水平沉铜、垂直沉铜、脉冲镀铜、填孔镀铜、高纵横比直流镀铜、mSAP工艺、封装基板载板电镀、玻璃基板电镀等；公司在高端电子制造电镀设备领域的产品包括PCB孔金属化水平镀三合一设备、VCP电镀铜设备、载板电镀设备、玻璃基板电镀设备、高频高速电子铜箔电镀及后处理设备。”

从业绩方面来看，2025年，三孚新科净利润亏损，因此，如何扭亏是业绩说明会中投资者关注的重要事项。

三孚新科董事、董事会秘书刘华民在回答《证券日报》记者提问时表示，公司会从多个角度着手提升业绩。化学品方面，公司将持续深耕传统产品进行持续迭代优化，重点提升在AI算力、高附加值、外资产主导领域的产品性能，加快新产品验证与样板客户建设，加大市场推广力度，切实提升市场份额与盈利能力；设备方面，公司将积极推进在手订单验收并拓展新客户，同时以复合铜箔、HVLP铜箔等为代表的新兴业务作为重要增长引擎，集中资源配合核心客户做好产品研发、验证与产能建设；同时，公司将持续推进降本增效，以改善财务状况。公司2026年第一季度已实现扭亏为盈，当前设备在手订单充足。

此外，在此前和投资者互动时，三孚新科提及，公司3D复合铜箔产品已送样至多家头部电池厂商，目前有小批量订单。对于3D复合铜箔的订单提升情况，上官文龙解释，这取决于下游的认证进度和量产规划，公司会积极配合下游验证，做好供货准备。

# 亚普股份产品多元化布局提速

■本报记者 张敏  
见习记者 李亚男

5月25日下午，亚普汽车零部件股份有限公司（以下简称“亚普股份”）召开2025年年度暨2026年第一季度业绩说明会，公司董事长、总经理赵政，董事会秘书朱磊，财务负责人李鹏勇等多位高管齐亮相，为投资者详细解读公司2025年及2026年第一季度的经营成果。

2025年，亚普股份实现营业收入91.33亿元，同比增长13.09%；实现归属于上市公司股东的净利润5.28亿元，同比增长5.62%。2026年一季度，公司实现营业收入21.96亿元，同比增长11.23%；实现归属于上市公司股东的净利润1.62亿元，同比增长25.39%。

赵政在回复《证券日报》记者提

问时表示，公司2025年业绩增长的核心驱动因素主要包括海外市场快速增长、新业务拓展，以及持续深入推进降本增效所实现的经营韧性增强。2026年一季度净利润增长则主要得益于公司较为完善的全球化布局，以及新并购上海赢双电机科技股份有限公司（以下简称“赢双科技”）带来的利润贡献。

亚普股份成立于1988年，2018年在上交所挂牌上市。公司专注于汽车储能系统和新能源核心部件研发、制造、销售和服务，储能系统涵盖燃油系统（含混动汽车高压燃油系统）、电池包壳体、燃料电池储氢系统等，主要为汽车及其他储能领域提供油、气、电等能量介质的存储载体。新能源核心部件主要包括热管理集成模块和旋转变压器等。

年报显示，亚普股份主营业务收入主要来源于汽车燃油箱产品销售，2025年，公司燃油箱产品实现营业收入84.12亿元，较上年同期增长11.88%。

2025年，亚普股份海外业务收入达38.54亿元，占总营业收入的42.2%。朱磊在回复《证券日报》记者提问时表示：“当前公司全球化布局深入，已在11个国家设有27个生产基地。公司2025年海外业务快速放量，具体表现为印度、捷克、墨西哥、巴西等海外子公司供货量均实现两位数增长，并荣获多项国际客户质量奖项。”

对于海外业务快速放量的原因，朱磊进一步表示：“增长的主要原因在于海外工厂通过智能化升级提升了效率，同时中国总部强化了管理输出，以及海外市场电动化

进程相对缓慢，为公司燃油及混动系统业务提供了良好环境。2026年第一季度，公司海外业务延续了良好的增长态势。”

《证券日报》记者注意到，随着国内外新能源汽车渗透率的不断提升，亚普股份面临着向新能源汽车关键零部件转型的现实需求。

朱磊告诉《证券日报》记者：“2025年，公司新能源业务拓展成效显著，在热管理集成模块、轻量化电池包壳体、燃料电池储氢系统等多个方向均获得重要项目定点，同时公司通过控股收购赢双科技，成功切入新能源汽车核心部件旋转变压器领域。2026年第一季度，新能源业务继续作为公司战略重心之一持续推进。”

“公司积极推动‘储能系统+新能源核心部件集成’的新发展格

# 众安保险护航2026世界田联钻石联赛伊利厦门站 总保额超20亿元助力田径盛宴

5月23日，2026世界田联钻石联赛伊利厦门站在厦门白鹭体育场激情开赛。作为全球顶级田径系列赛事之一，本站比赛吸引了来自世界各地的顶尖田径运动员，共同角逐14个项目的荣耀。众安保险作为厦门站合作伙伴及赛事官方唯一指定保险，为本次比赛提供了总保额超20亿元人民币的全面保障，护航这一国际田径盛事安全、有序举办。

众安保险相关负责人介绍，众安保险为本届钻石联赛伊利厦门

站超过2000名官方工作人员及主场地提供了意外险和公众责任险产品。为应对赛事期间可能出现的突发状况，众安保险专门开通了绿色通道，并派出专业理赔人员现场驻点，一旦发生意外伤害或责任事故，确保第一时间响应、快速理赔，以高效便捷的服务切实保障赛事各方参与者的权益。

据了解，众安保险在运动保障领域深耕多年，在马拉松等路跑赛事方面积累了丰富的保障经验与良好的市场口碑。近年来，众安

已累计支持了包括马拉松、骑行、健身、滑雪、匹克球等在内的200余场国内外知名大众赛事，为超过270万名参赛选手和工作人员提供保险保障。

此次携手2026世界田联钻石联赛伊利厦门站，是众安保险首次将赛事保障范围系统性拓展至田径项目，实现了从路跑到田径赛场的全面覆盖，这也意味着众安保险已具备承接国际性大型专业体育赛事运营保障与风险管理的综合能力。从大众赛事到专业田径赛场，

众安逐步拓展运动保障范围，并同时将专业保险服务带入更广泛的体育场景。在大众赛事中，众安保险不仅为赛事提供保险理赔，更在现场为运动人群带来康复拉伸、健康咨询、交通接驳等各类贴心服务，让用户在赛前、赛中到赛后，运动全旅程中感受到安心相伴。

在本次钻石联赛中，众安保险也充分考虑广大田径爱好者的观赛热情，在众安主题展台通过有趣的互动游戏和活动，向现场观众免费提供精心设计的应援物料，一起为

优秀的中国田径运动员呐喊助威。

“我们希望通过‘保险+服务’的创新模式，打破并重建用户对运动保险的认识。”上述负责人表示，今年以来，众安保险在运动方面逐渐从路跑向田径、健身、球类、自行车、滑雪等更多细分领域拓展，针对专业运动员、体育爱好者及青少年群体的差异化需求，提供更加精准、便捷的保险产品与服务，助力体育强国和健康中国建设，守护好每一次拼搏与热爱。

(CIS)