

演出市场火热激发暑期消费活力

■本报记者 梁傲男

进入暑期,演出市场持续升温。以北京为例,近日,薛之谦、张远分别在国家体育场(鸟巢)、国家体育馆开唱;黄丽玲、汪苏泷等多位歌手的演唱会也在紧锣密鼓筹备中,多个场馆排期满满,演出市场一派火热。

记者注意到,在前述演唱会结束时,鸟巢出口处有不少海底捞门店工作人员高举店牌、发放传单。歌迷凭门票或电子订单即可乘坐免费大巴,到达附近的海底捞门店就餐。多家门店还提供行李寄存等配套服务。从散场到就餐,一条标准化的服务链条已然形成。

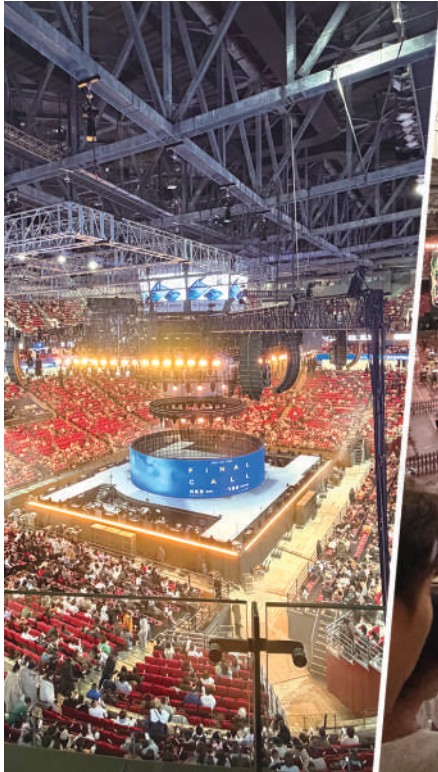
“演唱会散场那个多小时,比平时一天都忙。”鸟巢周边一家餐饮店老板告诉《证券日报》记者,很多歌迷看完演唱会意犹未尽,三五成群地来店里边吃边聊。

事实上,随着演出供给持续丰富,演唱会已逐步成为撬动城市消费的重要杠杆。一场大型演唱会,往往能在短时间内为举办地带来数以万计的跨城客流。

中国旅游研究院院长戴斌认为,演唱会已成为重要的消费流量入口,“票根经济”通过延伸消费链条,推动文旅商体深度融合,让游客从“看完就走”转向“留下来、住下来、多消费”,有效延长了游客停留时间、提升了人均消费额。

中国演出行业协会数据显示,大型演出对其他消费的平均带动系数为1:6.85,2025年全国5000人以上大型营业性演出直接带动票房收入之外的交通、住宿、餐饮、旅游、购物消费超过2200亿元。

在此背景下,各地已纷纷出台专项扶持政策。



北京演唱会市场火热



梁傲男/摄

例如,北京市文化和旅游局近日发布北京市推动演艺高质量发展支持办法(2026年度大型营业性演出类项目第一批次)申报公告,支持在京举办演唱会、音乐节等大型营业性演出活动。

对主办单位在京举办的大型演唱会、音乐节等大型营业性演出活动,单个项目全年累计售票总人数达到2万人次,分梯次予以资金支持。

往前追溯,北京市文化和旅游局于2025年公布《北京市推动演艺高质量发展支持办法》,推出10条重要举措,从大型营业性演出活动、演艺新空间、精品演出、演艺企业4个方向支持演艺市场主体创新发展,吸引更多优质演艺资源

汇聚北京,扩大“演艺+”消费,持续推动北京“演艺之都”建设迈上新台阶。

浙江省文化广电和旅游厅印发的《2026年度浙江省大型营业性演出类项目第一批次》申报公告,支持在杭州举办演唱会、音乐节等大型营业性演出活动。对于将浙江作为全国唯一一站,在浙首演和巡演首站落地浙江的国内外一流演唱会项目,根据累计售票总人数的不同、售票收入规模的不同以及省外观众占比不同予以阶梯式奖励,最高奖补金额达100万元。

同程研究院相关人士向《证券日报》记者表示,演唱会、体育赛事与暑期的叠加效应,正在重塑城市文旅消

费格局。以往暑期旅游以观光为主,如今“跟着演出去旅行”“为一场赛赴一座城”已成为新的消费引擎,其能在短期内汇聚大量人流,有效拉动交通、住宿、餐饮、景区等全链条消费。

“Z世代(指1995年至2009年出生的一代人)正引领‘为体验付费、为情绪买单’的消费新潮流,演唱会以其独特的社交与体验价值成为这一趋势的最佳载体,能够将瞬时流量转化为城市综合消费的长尾效应。”南开大学金融学教授田利辉向《证券日报》记者分析,各地正是看到了这一趋势,才纷纷以政策红利撬动更多顶级演出落地,推动文旅商体深度融合。

小金属赛道多家上市公司上半年业绩预增

■本报记者 丁 蓉

近日,小金属赛道上市公司广东翔鹭钨业股份有限公司(以下简称“翔鹭钨业”)、洛阳栾川钼业集团股份有限公司(以下简称“洛阳钼业”)、深圳市中金岭南有色金属股份有限公司(以下简称“中金岭南”)、盛和资源控股股份有限公司(以下简称“盛和资源”)披露了2026年半年度业绩预告,均实现业绩预增。

苏商银行特约研究员付一夫在接受《证券日报》记者采访时表示:“随着人工智能、新能源、航空航天、深海装备等产业快速发展,小金属作为‘工业维生素’,产业活力不断释放,叠加供需格局持续优化,赛道上市公司业绩同比增长。”

具体来看,7月11日,翔鹭钨业发布

2026年半年度业绩预告。该公司预计上半年归属于上市公司股东的净利润为4.50亿元—6.50亿元,同比增长2347.83%—3435.76%。谈及业绩增长的主要原因,翔鹭钨业方面表示,公司作为国内主要钨制品及钨材制造商,产品销量平稳,主营产品受益于钨价上涨带来营收增长,原材料价格上涨到下游产品的传导较为顺畅,为业绩增长提供重要支撑。

从钨价走势看,今年上半年其冲高后回落。Wind数据显示,钨精矿从2025年12月31日的45.45万元/吨一路上涨,到2026年3月20日触及102.30万元/吨高位,之后出现回落,6月30日报48.50万元/吨。

上海钢联电子商务股份有限公司

钨分析师田思诺在接受《证券日报》记者采访时表示:“3月中下旬钨价开始回落,但新兴领域高纯钨需求仍供不应求,钨行业企业业绩逐步拉开差距。”

7月10日,洛阳钼业披露,预计上半年实现归属于上市公司股东的净利润为155.00亿元—165.00亿元,同比增长78.76%—90.29%。根据公告,该公司主营铜产品量价同比双升,钼钨产品价格显著走高,叠加巴西金矿业务并表,实现业绩提升。

今年上半年钼价格强势上涨。Wind数据显示,钼精矿从2025年12月31日的3770元/吨度一路上涨,2026年6月30日报5180元/吨度。上海钢联电子商务股份有限公司钼分析师魏捷在接受《证券日报》记者采访时表示:“2026年

以来,钼价整体呈现出‘阶梯型’上涨、高位震荡’的强势运行态势,目前价格正处于近3年的历史高位水平。”

此外,中金岭南披露,预计上半年实现归属于上市公司股东的净利润为10.50亿元—12.00亿元,同比增长87.89%—114.73%。公告显示,上半年该公司主要产品金属价格同比上升。

盛和资源披露,预计上半年实现归属于上市公司所有者的净利润为8.00亿元—9.30亿元,同比增长112.25%—146.75%。盛和资源方面表示,受稀土产业政策和下游需求等因素影响,稀土主要产品市场需求整体向好,产品价格同比涨幅较大。公司紧抓市场机遇,优化产销结构,加强管理赋能及成本管控,驱动业绩大幅增长。

壹叁食品董事长仝安保:

构建全方位、立体化竞争壁垒

■本报记者 桂小笋

近年来,农副食品加工行业竞争持续加剧。在此背景下,壹叁食品(山东)股份有限公司(以下简称“壹叁食品”)走出了一条差异化发展路径——该企业立足山东产业与市场优势,扎根新疆核心原料产地,以东西联动的独特双向布局打破供应链瓶颈,以全产业链质控与品牌创新构筑核心竞争力。

近日,壹叁食品董事长仝安保接受《证券日报》记者专访,深度解读企业供应链布局逻辑、产品品牌升级思路以及长期发展战略,揭秘企业在行业竞争中稳健突围的核心密码。

搭建双向闭环供应链体系

壹叁食品采取“扎根山东、深耕新疆”的发展模式。仝安保表示,这是企业结合主要产品的产业特性,综合成本、品质、产能三大核心要素系统测算后的最优方案,成功搭建起双向闭环的特色供应链体系。

以壹叁食品的主要产品之一红花籽油为例,从成本管控角度来看,红花籽出油率偏低的特性,决定了其产销链路对物流成本高度敏感。若将新疆采收的红花籽长途运输至山东压榨,后续产生的红花籽油仍需运回新疆完成二次利用,往返运输会产生巨额物流费用,直接推高产品终端售价,既加重企

业运营负担,也增加消费者的购买成本。为破解这一难题,壹叁食品将原料种植、原油压榨环节全程落地新疆,从源头规避无效物流损耗。

同时,品质坚守是企业布局新疆的初心。“新疆独有的强光照气候与稀缺陈质土壤,是培育高品质药用红花的天然沃土。依托这一得天独厚的地域优势,企业打造标准化种植基地,派驻专属品控专员驻场监管,实现选种、种植、采收、压榨全流程闭环管控,从源头锁定原料品质,杜绝质量隐患。”仝安保介绍。

此外,壹叁食品充分借力山东制造业产业优势补齐短板。山东高端包装印刷产业链成熟、工艺精良,为成品精细化加工提供有力支撑。该公司将成品灌装环节落地淄博,在当地完成全流程作业,既规避了跨区域灌装带来的高额物流成本,也解决了长途运输导致的外包装破损、产品损耗率高等问题。依托新疆守原料本源、做原油压榨,依托山东做精细加工、拓全国市场,东西双向互补的闭环模式,实现了品质、成本、效率的三重最优。

深耕红花深加工领域

当前行业普遍存在“地标品牌强、商业品牌弱”的发展困境。针对这一行业痛点,仝安保告诉记者,公司探索“借地标打底,以品牌破局”的发展模式,实现地域优势与企业品牌的双向赋能。

“我公司主要依托新疆天然产地优势夯实产品口碑,同时依托专业产业资源搭建专属商业品牌,建立高于行业标准的企业内控体系,彻底摆脱依赖地域红利的粗放发展模式。同时,我们在做强自有品牌、扩大市场规模的同时,反向带动新疆红花种植、加工产业升级,实现品牌价值与产业价值协同增长。”仝安保说。

伴随大众健康消费理念全面升级,低脂、天然、无添加、功能性成为食品消费趋势。顺应市场变革,壹叁食品立足全产业链推进产品健康化升级,落地一系列精细化改造举措。在原料端,坚持生态种植模式,全程杜绝使用农药化肥,保障原料天然纯净;在生产端,采用传统物理压榨工艺,全程零添加保留食材本味;同时联动专业科研机构持续优化工艺,不断提升红花籽油亚油酸核心营养含量,并依托淄博灌装基地先进保鲜工艺,最大程度锁住产品营养与口感,全面强化产品食补价值。

在产品创新层面,仝安保介绍:“我们聚焦消费细分场景,实现全方位精细化升级,实现从‘单一产品供给’到‘场景化解决方案’的升级。”

中长期来看,仝安保说,公司的核心定位是“全产业链红花健康食品企业”。

未来,壹叁食品将持续扩容新疆标准化种植基地,依托科研力量持续优化压榨工艺,不断丰富食补

类产品矩阵;依托山东研发与产业优势,持续细化消费场景,完善线上线下全域销售渠道,持续放大品牌影响力。

面对日趋激烈的行业竞争,仝安保认为,壹叁食品能够持续稳健发展,核心底气在于独一无二的全产业链竞争优势。

据仝安保介绍,壹叁食品上游有新疆17万亩自有标准化种植基地,实现原料自主可控,从源头锁定品质与产能;中游搭建新疆压榨、山东灌装的专属产销体系,精准管控生产与物流成本;下游建立严苛的内控品控体系,全程自主监管生产全流程。同时,该企业依托差异化产品布局、精细化产品矩阵与多元化销售渠道,构建起全方位、立体化的竞争壁垒,有效抵御行业同质化内卷。

在产品布局上,仝安保告诉记者,公司将聚焦三大核心增长板块,构建阶梯式增长体系。以高亚油酸食补型红花籽油为核心主力产品,稳固基本盘市场;以便携小瓶装轻食系列为破圈利器,瞄准年轻消费群体,依托线上渠道拓展全新市场;以高端礼盒与政企定制产品提升品牌溢价与整体利润。“我们将持续深耕红花深加工领域,研发膳食营养食品,打造企业第二增长曲线,通过多产品线协同发力,推动业绩持续稳步增长。”仝安保说。



中国卫星预计上半年同比扭亏

■本报记者 李乔宇

7月12日晚间,中国东方红卫星股份有限公司(以下简称“中国卫星”)披露公告,预计2026年半年度实现归属于母公司所有者的净利润为3050万元至3650万元,与上年同期相比,实现扭亏为盈;预计2026年半年度实现归属于母公司所有者的扣除非经常性损益后的净利润为2670万元至3200万元。

公告显示,2026年上半年,中国卫星全力推进重点卫星型号的科研生产管理,卫星研制业务半年度达到验收条件的合同履约进度节点较上年同期增加,收入利润相应增加,同时公司卫星应用业务保持平稳发展。

中国卫星2026年积极应对市场环境变化,进一步统筹宇航制造和卫星应用两个领域、国内国外两个市场,做好市场开拓和任务实

施,同时加强成本管控和精细化管理,确保科研生产任务圆满完成,经营管理提质增效。

公告显示,中国卫星正围绕通导遥一体化应用等方向,深入推进系统重构与能力重塑,加快业务转型发展。

中国卫星将加大力度加快推进重点项目落地和任务交付,聚焦行业用户需求,持续优化产品与服务,努力开辟宇航制造、卫星应用等领域新赛道,加快推动有关业务转型,同时持续加强成本管理和风险防控,以精细化管理应对行业环境变化带来的挑战,推动公司实现高质量发展。

中航证券发布的研报显示,随着低轨星座建设加速,地面终端渗透率提升和应用场景拓展,“十四五”期间,中国卫星有望依托全产业链布局的先发优势和交付能力,持续受益于商业航天的长期高景气发展。

环保行业上市公司中报业绩频预喜

■本报记者 徐一鸣

同花顺数据显示,截至7月12日记者发稿,已有黑龙江国中水务股份有限公司(以下简称“*ST国中”)、杭州大地海洋环保股份有限公司(以下简称“大地海洋”)、北京高能时代环境技术股份有限公司(以下简称“高能环境”)、浙富控股集团股份有限公司(以下简称“浙富控股”)、圣元环保股份有限公司(以下简称“圣元环保”)等多家环保行业上市公司披露2026年半年度业绩预告,均预喜。

中关村物联网产业联盟副秘书长袁帅在接受《证券日报》记者采访时表示,上述公司业务覆盖固废处理、水务运营、生态修复、再生资源等,业绩预喜反映出环保行业景气度稳步提升以及公司经营质效不断改善。

具体来看,浙富控股预计今年上半年归属于上市公司股东的净利润为12.50亿元—14.50亿元,同比增长120.78%—156.11%。

浙富控股表示,报告期内,公司依托危废处置及再生资源综合利用领域全产业链核心竞争优势,相关业务保持稳健运营。此外,公司各类资源化综合利用产品市场需求景气,产品销量实现稳步攀升,营业收入及盈利水平较上年同期均实现较大幅度增长。

作为生态修复与固废处置赛道头部公司,高能环境依托核心技术优势,深耕土壤修复、危废处理、环境综合治理等核心业务。该公司预计2026年上半年归属于上市公司股东的净利润为9亿元—11亿元,同比增长79.13%—118.94%。

圣元环保业务版图持续扩容,同时通过精细化运营管理、炉渣资源化综合利用等举措提质增效,经

营质量持续优化。该公司预计2026年上半年归属于上市公司股东的净利润为1.78亿元—2.07亿元,同比增长55%—80%。

大地海洋业绩实现扭亏为盈,该公司预计今年上半年归属于上市公司股东的净利润为2900万元至3500万元,上年同期为亏损状态。大地海洋聚焦危险废物资源化处置、环保技术服务等核心业务,报告期内,公司紧抓行业市场机遇,优化业务结构,拓展优质客户资源,项目交付效率与业务营收稳步改善,叠加内部降本增效举措落地,扭转此前经营亏损局面,经营韧性增强。

*ST国中预计报告期内归属于上市公司股东的净利润为600万元至800万元,扭亏为盈。业绩改善主要缘于两大因素:一是本期处置子公司股权取得可观投资收益,增厚企业利润;二是上年同期存在大额员工安置补偿费用,本期无同类大额支出,费用端压力缓解。

中研普华产业研究院预测,未来五年,环保行业市场规模将保持高速增长,主要得益于三重因素:一是“双碳”目标推动高耗能行业技术改造需求激增;二是“无废城市”“海绵城市”等国家级试点项目带动区域市场扩容;三是绿色金融的兴起为中小企业提供低成本融资渠道,加速技术成果转化。

前海开源基金首席经济学家、基金经理杨德龙对《证券日报》记者表示,随着国内环保政策持续落地,固废资源化、生态修复、循环经济等市场需求将会持续增长。环保领域上市公司依托自身赛道优势,有望通过项目扩容、技术升级、降本增效等多元举措实现业绩持续增长。

三友化工预计上半年净利润同比增长129%

■本报记者 张晓玉

7月12日晚间,唐山三友化工股份有限公司(以下简称“三友化工”)披露2026年半年度业绩预增公告。公告显示,公司预计2026年上半年实现归属于母公司所有者的净利润约1.68亿元,同比增幅达129%;预计2026年上半年实现归属于母公司所有者扣除非经常性损益的净利润约1.55亿元,同比增幅达236%。

华侨大学海上丝绸之路研究院教授胡麒牧向《证券日报》记者表示,这份成绩单折射出该公司“两碱一化”(纯碱、氯碱、化纤)体系较强的抗周期调节能力。

根据公告,2026年上半年三友化工各业务板块呈现明显的差异化行情。其中,化纤板块与有机硅板块成为业绩增长的核心引擎。受市场行情带动,这两类产品销售价格同比出现上涨,盈利能力得到显著改善。反观纯碱与氯碱板块,则受市场供需影响价格同比下滑,盈利能力较去年同期有所下降。

除了产品价格端的改善,成

本端的红利释放是本次业绩大增的另一大推手。公告显示,上半年大宗原材料如原盐、浆粕、电石及硅烷等受市场波动影响,价格呈现不同程度下滑,对公司利润形成了正向支撑。另外,三友化工常态化开展效益攻坚工作,通过开展节支降费措施,本期期间费用同比下降。

添翼数字经济智库高级研究员吴婉莹向《证券日报》记者表示:“公司主营业务的盈利能力实现了提升,整体经营态势强劲,主要受益于行业供需格局改善、产品价格上涨,以及公司自身的成本控制与产品结构优化取得了显著成效。”

胡麒牧表示:“三友化工上半年的表现,本质上是化工细分赛道周期错位的体现。2026年上半年,化纤受棉花价格联动及库存去化影响,景气度触底回升;有机硅在经历长期低迷后也迎来了阶段性修复。而纯碱、氯碱虽仍在磨底,但公司凭借完整的循环经济产业链,实现了上下游物料互供,在一定程度上平滑了单一产品降价的冲击。”