

向高端化、智能化、绿色化方向迈进

中国造船业持续领航全球

■本报记者 张文湘 贺玉娟

7月27日,南京海关发布消息称,今年上半年,江苏省出口各类船舶718.6亿元,同比增长12.5%。其中,以清洁能源为动力、以低碳技术为核心的“江苏造”绿色船舶正成为最亮眼的增长极,带动江苏船舶制造业向着高端化、智能化、绿色化的方向加速跃升。

江苏造船产业的亮眼表现,是国内船舶工业蓬勃发展的缩影。工业和信息化部最新数据显示,2026年上半年,我国造船三大指标全面增长,新接订单全球市场占比超八成;绿色船舶订单占比尤为突出,持续夯实我国造船业全球竞争优势。

产业链企业业绩向好

工业和信息化部数据显示,今年上半年,我国造船完工量为3650万载重吨,同比增长51.2%;手持订单量达到36325万载重吨,同比增长54.9%;新接订单量达到12106万载重吨,同比增长173.1%,规模超过历史全年订单峰值。

从产业链公司的业绩表现,也可窥得行业的高景气度。截至7月28日记者发稿,已有多家A股船舶行业上市公司发布半年度业绩预增公告,利润增幅显著。

例如,7月7日晚间,松发股份发布业绩预增公告称,2026年上半年,公司预计实现归母净利润约36亿元,同比增加456.33%左右;实现扣非净利润约35亿元,同比增长2922.83%左右。松发股份在公告中表示,业绩增长的主要原因是全球造船市场延续高景气周期,环保法规趋严和老龄船替换推动新造船市场量价齐升,公司新签订单规模及船型多元化程度持续攀升,高附加值油轮及集装箱船占比稳步提高。

工业和信息化部数据显示

2026年上半年

我国造船完工量为3650万载重吨,同比增长51.2%

手持订单量达到36325万载重吨,同比增长54.9%

新接订单量达到12106万载重吨,同比增长173.1%

规模超过历史全年订单峰值



图片素材来源:视觉中国

7月14日,中国船舶发布业绩预告公告称,公司预计2026年上半年归母净利润在92亿元至110亿元之间,同比增长212.29%至273.39%。中国船舶在公告中表示,业绩增长的主要原因是公司手持订单充足。同时,公司手持订单结构进一步优化,交付的民船建造产品数量、中高端船型占比、单船平均价格同比增加,直接推动经营业绩同比提升。

除亮眼的财务数据外,目前多家主流船企订单排期均排至2030年前后,为未来业绩提供了确定性。

对于船舶行业本轮高景气周期,陕西巨丰投资资讯有限责任公司高级投资顾问朱华雷在接受《证券日报》记者采访时表示,其背后是多重因素共振。“一是老旧船舶集中进入替换周期,二是国际海事组织减排政策强力推动绿

色船舶替代,三是地缘政治等因素拉长了海运运距,从而提升了运力需求。在全球造船产能扩张相对受限的背景下,我国凭借完整的产业链优势承接了大量订单,行业正进入高质量发展的黄金期。”

加码绿色船舶制造

工业和信息化部数据显示,2026年上半年,我国新接绿色船舶订单占国际市场份额超过68%,继续保持全球领先优势。

我国绿色船舶产业持续领先的底气何在?对此,拍船网首席分析师王琪俊在接受《证券日报》记者采访时给出了深入剖析:“中国发展绿色船舶具备显著优势。一是拥有全球最完整的船舶工业产业链,以及广阔的内河航运市场,这为电动、甲醇等船舶技术提

供了不可比拟的丰富应用、迭代场景。二是在动力电池、甲醇、合成氨等上游关联产业上,我国具备强大的产能与成本优势。三是近年来我国正向造船强国加速跃迁,以绿色船舶为核心抓手,在高端动力系统、智能控制系统等关键环节取得突破,核心配套国产化率大幅提升。”

安永大中华区ESG可持续发展主管合伙人李善则认为,依托完善的港航基建与领先的核心技术,我国具备绿色船舶产业发展的突出优势。

“首先,国内主要枢纽港已实现新能源燃料常态化加注,重点泊位岸电覆盖率突破90%,港口绿色集卡普及率稳步提升,构建起船舶与港口一体化绿色运输链条,为绿色船舶规模化推广夯实基础。”李善向《证券日报》记者分析,“其次,我国船用绿色动力技

术成果丰硕,机电控系统节能优势突出,船用低碳前沿技术不断取得新突破。船舶碳捕集、风帆助航、甲醇及氨燃料船舶等多项技术相继落地应用,实现全产业链创新突围。一系列技术成果持续赋能外贸航运,显著提升物流运行效能,助力我国引领全球航运绿色转型浪潮。”

展望未来,朱华雷认为,绿色船舶产业正站在持续高速扩容的起点上。“在IMO(国际海事组织)减排新规和碳约束的倒逼下,新旧船替换、双燃料新船订单放量、配套加注设施同步落地,将共同推动行业保持高速增长。从技术路线上看,LNG(液化天然气)是短期成熟的过渡方案,而甲醇路线综合优势最为突出,其常温储运、改装与加注门槛低,且能合规适配中长期减排要求,目前集装箱船等主流船型的订单已快速攀升。”

上半年全国电动汽车充电基础设施同比增长43.2%

充电网络日趋完善 有效缓解新能源汽车里程焦虑

■本报记者 杜雨萌

7月28日,国家能源局发布2026年上半年全国电动汽车充电设施数据。据国家充电设施监测服务平台数据统计,截至2026年6月底,我国电动汽车充电基础设施(枪)总数达2305.7万个,同比增长43.2%。其中,公共充电设施(枪)500.9万个,同比增长22.3%,额定总功率达2.47亿千瓦,单枪平均功率约为49.35千瓦;私人充电设施(枪)1804.8万个,同比增长50.4%,私人充电设施装机容量达1.55亿千瓦安。

国家能源局有关负责人进一步介绍,今年上半年,大功率充电设施建设取得显著成效。截至2026年6月底,全国已建成大功率

充电枪超过18万个,布局合理、技术先进的大功率充电基础设施体系加速构建。

大功率充电设施的加速布局,在缩短电动汽车充电等待时间的同时,也为新能源汽车消费持续走强扫清了关键障碍。

结合中国汽车工业协会发布的最新数据,今年上半年,我国新能源汽车产销分别完成743.8万辆和744.6万辆,同比分别增长6.7%和7.3%,双双突破700万辆大关。此外,纯电动汽车销量占比也升至67%左右。

在国家发展改革委国家信息中心经济预测部政策仿真实验室主任、研究员肖宏伟看来,电动汽车充电网络日趋完善,不仅有效

缓解了消费者的里程焦虑,而且充电基础设施与新能源汽车消费形成的良性循环,也成为撬动汽车消费升级的重要杠杆。另外,从投资端看,充电设施建设涉及设备制造、土建安装、电网改造、运营维护等多个环节,产业链条长、辐射带动力强。上半年,我国新增电动汽车充电基础设施(枪)近300万个,特别是大功率充电设施的加速布局以及县乡充电网络的持续加密,既直接拉动了上下游产业需求,也为中长期经济增长积蓄了后劲。

“电动汽车充电设施建设不仅拉动前端投资,还会带动后端运营服务、停车服务、商业配套等消费场景拓展,进一步激活文旅、商贸等消费需求。”厦门大学中国能源

经济研究中心教授孙传旺在接受《证券日报》记者采访时表示。

电动汽车充电网络的日趋完善,还体现在县乡充电网络布局的持续加强上。国家能源局数据显示,截至2026年6月底,县域充电设施覆盖率提升至98.61%。县乡充电网络加快织密,乡镇区域充电服务保障能力稳步增强。

值得一提的是,今年6月底,工业和信息化部、商务部会同国家发展改革委、农业农村部、国家能源局在新疆塔城、海南澄迈同时启动了2026年新能源汽车下乡活动。针对乡村地区消费者换购新能源汽车,给予申领以旧换新补贴不受补贴资格数量限制等特别支持。

“新能源汽车下乡活动自2020

年启动以来,相关车型累计销量已突破2300万辆,县乡市场已成为拉动汽车消费的重要增长极。但要让更多县域消费者从‘想买’变为‘敢买’,充电便利性是绕不开的前提。”肖宏伟对记者表示,如今,县域充电设施覆盖率达提升至98.61%。“买车”与“充电”的衔接难题基本破解。当“买得起”与“用得上”形成闭环,县域消费者的购车决策门槛将被实质性降低。

孙传旺认为,新能源汽车与充电设施的协同下沉,一方面有利于释放县乡大宗消费潜力,进一步激活县域消费市场和投资需求;另一方面,有利于推动乡村振兴和新型城镇化,减少农村地区交通领域碳排放,助力“双碳”目标和能源结构转型。

暑期消费“火力全开” 多地加码惠民举措

■本报记者 寇佳丽

近日,多地围绕消暑避暑、研学旅行、非遗美食、演艺经济、消费品以旧换新等热点需求,增加优质供给、加码惠民举措。

7月23日,北京市商务局发布《关于新增2026年消费品以旧换新补贴产品的公告》,在已有基础上进一步扩大该市消费品以旧换新政策实施范围;7月24日至10月11日,苏州市文化广电和旅游局联合同程旅行,面向全国消费者启动“姑苏繁华 盛夏绽放”苏州文旅消费券发放活动;7月24日,成都市再添消费新场景,泡泡玛特西南首家旗舰店正式开业……

中央财经大学副教授刘春生在接受《证券日报》记者采访时表示,地方相关部门深入落实扩大内需战略部署,推动政策支持、经营主体创新供给、消费者热情参与同频共振,多方合力绘就暑期消费新图景。

具体来看,不少地方多维度发力,兼顾服务消费、商品消费与消费环境建设,推动暑期消费持续升温。

服务消费是释放内需潜力、优化消费结构的重要抓手。暑期开启以来,多地以养老、托育、体育赛事、文艺演出、体验式出行等为着力点,推动服务供给向多层次、高品质、便捷化方向发展,从而更好地满足广大消费者的个性化需求,进一步释放服务消费潜能。

中国消费经济学会副理事长洪涛告诉《证券日报》记者,当前,商品消费不断提质升级,健康化、绿色化、智能化发展趋势愈加明显。暑期以来,多地积极开展宠物用品展销、非遗美食市集、智能家居购新补贴、汽车博览会等活动,以“线上引流、线下体验”的深度联动模式,为线上商城、线下商圈注入源源不断的活力,进一步筑牢商品市场物价稳、供需两旺的基础。

暑期以来,多地密集发布消费提示警示,以便于广大居民和游客玩得开心、吃得尽兴、住得舒心、买得满意。受访专家普遍认为,发布消费提示警示的核心价值在于通过增强信息对称性倒逼经营主体规范运营,营造良好消费环境,最终达到强化消费者权益保护的目标。

从繁华都市到特色小镇,从室内运动馆到露天音乐会,从老街的烟火早市到江边的夜游观光船……一系列围绕“夏日需求”的消费场景不断涌现,消费活力持续迸发。

中国商业经济学会副会长宋向清表示,暑期是扩大内需、提振消费的黄金窗口期,抓住这一窗口期对不断巩固和增强经济回升向好态势具有重要意义。在培育打造消费新业态、新模式、新场景的过程中,各地要进一步完善促进消费的制度机制,让惠民举措融入居民消费的更多方面,精准触达更多人,让政策红利转化为千家万户实实在在的获得感。同时,各地相关部门要因地制宜丰富高品质服务供给,多措并举激发服务消费新增量,更好地赋能经济社会高质量发展。

暑期档竞争激烈 多部影片宣布撤档

■本报记者 李豪悦

灯塔专业版数据 displays,截至7月28日,暑期档票房已突破60亿元。

自7月11日以来,暑期档大盘热度持续攀升,每日市场票房增长均超过1亿元,市场环境回暖明显。其中,《功夫女足》《八仙!》表现强劲,稳居暑期档当前票房前两位。值得一提的是,引进电影《蜘蛛侠:崭新之日》于7月29日上映,作为经典IP,该影片当前预售票房已突破1亿元,且仍在快速上升中。

值得注意的是,近期,多部影片接连传出撤档消息。

据记者不完全统计,已有《大圣崛起》《心犬相随》《不想失去你》《开个玩笑》《澎湖海战》《三国第一部:争洛阳》《群星闪耀时》等7部影片撤档。其中,《三国第一部:争洛阳》《群星闪耀时》在公映后因票房表现不佳撤档,其余影片尚未正式上映。

“暑期档竞争非常激烈。《功夫女足》《八仙!》的票房几乎撑起了7月份大盘,即将上映的《蜘蛛侠:崭新之日》海外口碑高涨,国内预售票房成绩也印证了中国粉丝的观影热情,该影片还将进一步分流票房市场主力消费群体。在此背景下,部分影片选择撤档更多是抱着‘避其锋芒,另择时机’的心态。”一位院线相关负责人向《证券日报》记者表示,“当前环境下,撤档其实是非常冒险的做法。过去撤档的电影重新上映后,鲜有取得好成绩的情况,如果内容不吸引人,即使选择竞争力相对较弱的档期,也很难在票房上有突破。”

记者梳理发现,在上述撤档影片中,除了《大圣崛起》和引进电影《心犬相随》,其余5部影片背后均有上市公司参与出品。

对于上市公司而言,“撤档”意味着避险。一位传媒领域的券商分析师向《证券日报》记者表示,若影片当期上映、票房不及预期,可变现净值低于账面价值,企业必须计提大额存货跌价损失,亏损金额计入当期年报净利润,放大全年业绩压力。“相较于暑期档的微弱票房增量,延后影片档期、暂缓计提减值,对稳定公司市值、修复机构投资者信心的正向作用更强。”

截至7月28日,在已发布2026年上半年业绩预告的A股影视公司中,除上海电影归母净利润在1500万元至1950万元,保持盈利状态外,多数公司上半年业绩均由盈转亏,最高亏损金额超过2亿元。

上海夏至良时咨询管理有限公司高级研究员杨怀玉认为,暑期档头部影片的虹吸效应引发撤档潮,上市公司下半年票房双线控损增收。在内容端,企业需暂缓上映影片,择定国庆、年末等宽松档期,争取院线排片;院线端,应关停低效影城、重谈租金,以压缩固定成本,拓展潮玩、赛事放映等非票房业务,以此对冲票房疲软。中长期应加大短剧、IP衍生品等业务稳定现金流,弱化单部影片对业绩的冲击,缓解二级市场估值压力。”