

线缆上市公司上半年业绩分化

■本报记者 李立平

今年上半年,线缆上市公司业绩分化明显。同花顺数据显示,截至8月27日,按申万宏源行业分类,线缆板块共有32家上市公司披露半年报,其中,13家公司业绩出现不同程度下滑,19家公司实现归属于母公司股东的净利润同比增长。

总体来看,积极布局AI算力、储能、特种电缆等新兴赛道的企业,业绩普遍增长;而主营传统电力、建筑线缆的企业,则普遍增收不增利。整体来看,转型已成为线缆企业的现实选择。

部分前瞻布局新兴赛道的线缆企业正进入业绩兑现期。

以远东智慧能源股份有限公司(以下简称“远东股份”)为例,2026年上半年,公司实现营业收入129.92亿元,同比增长0.12%,创同期新高;归母净利润2.05亿元,同比增长43.13%,扣非归母净利润1.99亿元,同比增长73.35%。公司上半年营收基本持平而净利润大幅增长,背后是业务结构的深刻变革。

具体来看,上半年,该公司智能电网/电能业务实现营收106.73亿元,净利润1.83亿元;AI全光互联营业收入同比增长286.70%,净利润同比增长472.31%;智能电池储能/算力AI业务板块实现营收15.09

亿元,同比增长107.18%。在铜箔领域,该公司超薄、高抗拉、高延伸等新产品营业收入同比增长680.09%,产品结构持续优化。

“我公司紧抓数字能源与算电协同发展机遇,坚定推进‘ALL IN 电能+算力+AI’核心战略落地,实现三大业务协同发展。公司精准布局算力传输,算力散热、智能储能、新能源新材料等高端赛道,技术研发与市场落地成效显著,新兴业务高速增长,产业转型升级提速,经营质量持续提升。”远东股份相关负责人向《证券日报》记者表示。

相较之下,也有多家线缆企业上半年净利润出现明显下滑。对于业绩下滑的原因,多家上市公司在公告中提到铜、铝等原材料价格高位运行与行业竞争加剧的影响。

例如,某线缆上市公司表示,2026年上半年国内铝价居高不下,因原材料采购成本大幅超出合同约定价基准,该公司2025年中标的部分低价锁价订单在2026年二季度集中交付时出现阶段性“成本倒挂”。另有上市公司称,线缆行业竞争加剧与铜价高企,是上半年公司毛利率及净利润下降的主要原因。

针对上半年线缆行业出现的业绩分化,北方民族大学经济学院



图片素材来源:视觉中国

截至8月27日

线缆行业共有32家上市公司披露半年报

其中,13家公司业绩出现不同程度下滑,19家公司实现归属于母公司股东的净利润同比增长

教授张晓凤在接受《证券日报》记者采访时表示,其背后存在三层逻辑。

“第一层是赛道选择决定利润弹性,AI算力、储能、特种电缆等新兴赛道是高增长、高毛利市场。第二层是成本传导能力决定盈利质量,铜等原材料价格高位运行是行业面临的共性挑战,拥有定价权和客户黏性的头部企业可将成本向

下游传导,而中小企业在‘价格战’中只能被动承受毛利率下滑。第三层是战略布局的前瞻性决定长期竞争力。”张晓凤表示。

宁夏嘉丰基金管理有限公司总经理卢柯青向《证券日报》记者表示,数据中心建设拉动液冷散热、高速互联线缆以及储能配套线缆需求增长,这些需求正成为传统线缆企业新的业绩增长极。此外,

铜、铝等原材料价格走势仍有不确定,倘若其价格持续高位,缺乏成本传导能力的企业未来业绩将继续承压。

面向未来,卢柯青认为,行业洗牌将加速。在成本与竞争的双重挤压下,缺乏核心竞争力和战略前瞻性的中小企业将加速出清,而积极拥抱新兴赛道的头部企业则有望持续扩大市场份额。

ST沈化:加速向高端化、差异化转型

■本报记者 李 勇

沈阳化工股份有限公司(以下简称“ST沈化”)于8月27日下午召开2026年半年度网上业绩说明会,公司董事会秘书张羽超在与投资者交流时表示,创新与高质量发展是未来企业持续成长的核心动力。近年公司推进降本增效,同时布局高端产品研发,已启动功能型特种树脂、环保型新材料攻关项目。公司将加速向高端化、差异化转型,着力

提升产品附加值。

据ST沈化半年报,上半年公司实现营业收入31.28亿元,同比增长21.75%;实现归属于上市公司股东的净利润7780.76万元,同比增长24.66%;实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润7516.61万元,同比增长37.58%。

营收利润双双增长背后,公司经营活动现金流净额却同比明显下滑,应收账款规模大幅抬升。半年报显示,报告期内,ST沈化经营活动

产生的现金流量净额为1.78亿元,同比下降31.84%;应收账款由年初的1.64亿元增至3.20亿元。

在此次业绩说明会上,针对《证券日报》记者提出的经营现金流与营收增速背离等问题,公司管理层未予回应。

半年报显示,ST沈化上半年海外市场表现亮眼,实现境外收入5.24亿元,同比大增78.71%。张羽超表示,公司近年来积极布局海外市场,借助国际展会等方式提升海外响应

能力与客户满意度。未来,公司将继续深化“走出去”战略,重点拓展“一带一路”共建国家及新兴市场,加强与当地企业的技术合作与供应链协同,推动海外业务提质增效。

“公司目前的研发方向主要聚焦于三大领域:一是功能型特种产品的研发,包括功能型特种树脂以及高端特种聚醚的工艺优化与新产品开发,以满足下游高端应用需求;二是环保型新材料,树脂脂方面将重点突破低温塑化技术,完成共聚均聚双

路线工业化验证,聚醚多元醇方面将重点推进MS胶用高分子聚醚,UV光固化聚醚,差异化高回弹、慢回弹等产品,响应国家‘双碳’战略;三是现有产品的品质提升与成本优化,通过技术革新实现降本增效与绿色生产的平衡。”说明会上,ST沈化董事、总经理陈立国表示,未来公司将持续加大研发投入,攻坚关键核心技术,推动产品向高端化、差异化、绿色化升级,以优质产品和服务回应市场及投资者期待。

立霸股份:立足主业深挖业务增量 力争打破营收瓶颈

■本报记者 李亚男

8月27日下午,江苏立霸实业股份有限公司(以下简称“立霸股份”)召开2026年半年度业绩说明会,公司管理层针对投资者关心的主业盈利水平、经营现金流同比大幅下滑等问题进行回应。

立霸股份主营业务为家电用复合材料的研发、生产和销售。公司主要产品分为覆膜板和有机涂层板两大类,主要应用于冰箱、洗衣机、空调、洗碗机、热水器等,另有少量家电相关原材料由贸易子公司开展销售。

上半年,立霸股份实现营业收入8.18亿元,同比增长0.02%;实现归属于上市公司股东的净利润

9867.56万元,同比增长29.07%;实现归属于上市公司股东的扣非净利润9760.18万元,同比增长32.34%。

半年报显示,公司扣非净利润大幅增长,主要得益于上半年3292.5万元利息收入,上年同期利息收入仅207.15万元。

上述增厚净利润的利息收入是否可持续?该公司董事长周昊在回复《证券日报》记者提问时表示:“本期利息收入主要来源于公司闲置资金管理理财及存款,受市场利率、资金规模影响,存在一定的波动性,持续性存在不确定性。”

对于剔除利息收入影响后的主营业务利润实际增速,周昊坦言,剔除该利息收入影响后,主营业务利润实际增速低于账面净利润增速。

受下游需求波动制约,主业经营利润增长有限,利息收益成为本期利润的主要增量,公司后续将持续夯实主业。

周昊同时表示,为抬升主业盈利,公司将加大高端功能复合材料研发,提升高附加值产品占比;推进产线优化与精益生产,严控生产损耗;优化原材料采购策略对冲价格波动;深耕头部客户,拓展海外市场,筑牢主业盈利根基。

《证券日报》记者注意到,上半年,公司经营活动产生的现金流量净额为5551.05万元,同比下降64.15%。公司在半年报中提及,这主要因报告期内应付票据到期银行还款增加。

该公司董事会秘书顾春兰在回

复《证券日报》记者提问时表示:“现金流下滑主要是前期采购原材料开具的银行承兑汇票于本期集中到期兑付,属于经营性票据周期性支付,并非新增债务压力,公司票据全部按期兑付,无逾期。针对现金流压力,公司将优化票据开具节奏,合理安排付款周期;强化应收账款回款管理,严控备货规模,降低存货资金占用;统筹资金调度,提升资金使用效率。”

数据显示,2021年至2025年,立霸股份营业收入分别为15.87亿元、14.16亿元、15.24亿元、17.10亿元、16.88亿元,营业收入增长缓慢。2026年上半年,公司营业收入仅增长0.02%。

今年4月份,立霸股份完成了董事会换届。提及新管理层未来是否

有突破营业收入天花板的规划,周昊表示,新管理层将立足主业深挖业务增量,审慎探索新业务,结合行业周期与自身资源稳步拓展,力争打破营收瓶颈,推动企业高质量发展。

值得注意的是,公司股东近期出现变动。7月份,上海君和致晟私募基金合伙企业(有限合伙)受让盐城东方投资开发集团有限公司(以下简称“盐城东方”)所持公司14%股份,成为公司第二大股东;盐城东方持股比例降至8.08%。

周昊向记者表示:“公司新的二股东在半导体领域布局广泛,现阶段与上市公司业务协同效应尚不显著。公司将结合自身主业发展规划,谨慎评估双方潜在的合作机会。目前暂无明确半导体业务调整计划。”

中金黄金中期净利润同比增超61%

■本报记者 贺王娟

8月27日晚间,中金黄金股份有限公司(以下简称“中金黄金”)披露2026年半年度报告,上半年,公司实现营业收入429.82亿元,同比增长22.57%;归属于上市公司股东的净利润43.57亿元,同比增长61.67%;归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润43.16亿元,同比增长45.67%;加权平均净资产收益率达13.40%,同比提升4.04个百分点,盈利能力和价值创造水平进一步提升。

产量方面,上半年,中金黄金生产矿产金9.14吨、矿山铜3.84万吨,与上年同期相比分别增长0.07%、0.74%;生产冶炼金16.39吨、电解铜19.94万吨,与上年同期相比分别下降15.16%、2.22%。销量方面,中金黄金矿产金销量8.51吨、冶炼金销量16.17吨,与上年同期相比分别下降了4.05%、10.65%;矿山铜销量3.74万吨、电解铜销量19.71万吨,与上年同期相比分别下降6.52%、增长3.43%。

尽管销量有所下滑,但受益于上半年的高位金价与铜价,中金黄金上半年仍实现了亮眼的业绩表现。

中金黄金方面相关人士对《证券日报》记者表示,“2026年上半年,公司稳住生产经营基本盘,深化精益经营,严控成本,提升运营效率,增强效益与现金创造能力。公司‘成本管理深化年’专项行动,通过优化掘进设计、选矿工艺、充填改造、用电管控和主辅材集采招标等举措,累计实现降本增效1.67亿元。科技创新和组织效能同步提升,公司投入科研经费1.33亿元,新设战略管理、投资管理、市场营销3个业务部门,进一步增强创新活力和管理效能。”

与此同时,上述公司人士表示,中金黄金坚守“资源生命线”核心发展战略,持续强化资源保障、创新驱动和项目支撑,不断夯实长远发展根基。上半年,中金黄金投入地质探矿资金约1.40亿元,加强空白区及深部的工程控制,在就矿找矿、探边摸底、空白区找矿工作成效显著,累计完成增储金属量14.38吨;同时竞拍取得2宗矿业权,新增面积9.55平方公里。重点项目建设同步提速,纱岭金矿选矿厂已完成带水试车、尾矿库基本建成,中金黄金资源续接能力和未来产能增长潜力得到进一步增强。

深圳市排排网基金销售有限公司研究员张鹏远表示,黄金中长期定价逻辑仍在,黄金作为非主权信用资产的战略价值正在被重新评估。光大证券则认为,2026年铜市场供需偏紧格局仍将延续,继续看好铜价上行。

南网数字上半年营收同比增长42.37%

■本报记者 王镜茹

8月27日晚间,南方电网数字电网研究院股份有限公司(以下简称“南网数字”)披露2026年半年度报告。报告显示,南网数字上半年实现营业收入22.18亿元,同比增长42.37%;归属于上市公司股东的净利润2.02亿元,同比增长1453.65%;扣除非经常性损益后的净利润1.98亿元,同比增长2735.30%。公司表示,营收增长主要来自下游客户投资进度加快。

公告显示,报告期内,公司准确把握行业政策导向与产业发展趋势,紧抓“六网”协同、“三型”建设战略机遇,持续深耕电力行业数字化智能化核心赛道,加大研发与产品创新,迭代多场景整体解决方案,参与重点标杆项目建设,稳步提升核心技术能力、市场服务能力与行业影响力。

分业务看,数字基础设施业务是公司收入增长的重要动力。报告期内,该业务实现营业收入8.14亿元,同比增长110.62%,毛利率为34.66%,同比提升3.78个百分点;企业数字化应用实现营业收入6.26亿元,同比增长52.77%,毛利率为30.99%,同比下降0.35个百分点;电网数字化业务实现营业收入7.77亿元,同比增长2.95%,毛利率为37.52%,同比提升2.39个百分点。

从客户结构看,公司电力行业客户的营业收入为20.31亿元,同比增长50.57%,约占公司营业收入的91.57%;非电力行业客户收入为1.87亿元,同比下降10.56%。分地区看,华南地区实现营业收入16.51亿元,同比增长46.00%,为公司最主要的收入来源;西南地区实现营业收入4.27亿元,同比增长33.88%。

南网数字持续构建面向新型电力系统的“AI+电鸿+通感算控+智能传感”软硬件结合整体解决方案。报告期内,电鸿系列产品在南方电网各领域应用超14万套,公司链接产业伙伴超过600家。公司研发上线5款电力专业多模态大模型,支撑10余个业务场景落地,模型月调用量达到百万次;公司人工智能平台支撑电网智能体建设突破3.1万个,平台组件累计调用量突破150亿次。

股东回报方面,公司拟以截至2026年6月30日的总股本31.7965亿股为基数,向全体股东每10股派发现金红利0.30元(含税),拟派发现金红利9538.95万元(含税),占2026年上半年合并口径归母净利润的47.12%。

深度科技研究院院长张孝荣对《证券日报》记者表示:“在能源数字化投资持续提速、人工智能加快融入电网业务的背景下,南网数字依托技术积累和丰富的应用场景,正逐步将创新能力转化为经营成果。随着项目交付能力增强、外部市场持续拓展,公司成长空间有望进一步打开。”

■本报记者 李豪悦

8月26日,美图公司(以下简称“美图”)召开2026年中期业绩会。财报显示,公司上半年实现总收入22.1亿元,同比增长22.1%;经调整归母净利润6.5亿元,同比增长39.5%,盈利能力持续提升。截至6月末,美图月活跃用户约2.82亿,付费订阅用户突破1844万。

增长之外,更值得市场关注的是,在AI应用赛道竞争白热化的背景下,美图正在探索如何提升自身的敏捷性和创新效率,不再依靠美图秀秀、美颜相机等成熟产品吃存量红利,而是尝试用一套类似创业公司的组织打法挖掘垂直赛道的新机会。

新品商业化价值接连跑通

大模型浪潮下,不少企业把资源倾斜于基础大模型训练,美图则锚定AI应用层,围绕创作者实际生产痛点打磨产品。业绩会上公布的

数据显示,Picchi、MVLAND两款AI原生产品ARR(年度经常性收入)均突破50万美元,其中Picchi全年ARR有望冲击100万美元,新品商业化价值快速跑通。

记者了解到,不同于面向普通大众的修图工具,Picchi瞄准Coser、KOL、职业模特,这部分群体把个人形象当作生产资料,批量精修、复刻修图风格功能直击职业创作者的生产诉求;MVLAND则面向音乐人、品牌营销场景,降低MV内容生产门槛,推动MV从专业产出转变为普惠营销工具。财报数据显示,MVLAND付费用户月消费约220元,为公司综合ARPPU(每付费用户平均收入)的13倍,凸显垂直生产力产品的付费潜力。

值得一提的是,开拍、Vmake Labs、MVLAND多款表现突出的产品均属于AI视频生产力产品。对此,美图管理层在业绩会上向《证券日报》记者表示,公司并非刻意押注视频赛道,产品集中爆发,是顺应创作者IP运营、社交媒体内

容变现的真实需求自然演化而来。

美图首席产品官兼影像产品事业群总裁陈剑毅在业绩会上表示:“当个人形象本身成为生产资料,用户对影像产品的需求和付费意愿都会发生变化。”

这批生产力产品也带动商业模式延伸。上半年美图生产力产品落地Agent Teams,不再局限传统固定订阅档位,AI算力点消费在一季度、二季度连续实现环比超46%的增长,半年累计增幅约113%。打破订阅收入天花板,支持用户按照实际工作量付费。

美图创始人、董事长兼首席执行官吴欣鸿在今年美国影像节上提出:“2026年我们想再往前走一步,直接为用户交付成果。”

一位业内分析师向《证券日报》记者表示,多款产品相继跑出正向商业反馈,代表美图已经具备连续找到PMF(即一款产品真正击中用户真实需求、用户愿意持续使用、付费买单)的底层能力,而非单一

产品偶然走红。美图设计室、开拍、Picchi、MVLAND,均已在细分市场验证付费需求。

小团队快速试错

美图借鉴创业企业运行逻辑,适配AI行业快速迭代节奏。

吴欣鸿在业绩会上称,美图看好AI应用层机遇,一方面深耕现有产品与垂直场景,另一方面依托高效创新机制发掘、验证新增方向。

为挖掘高潜力的AI影像新产品,美图内部设立AI创新工作室。公司采用小团队模式,给予初始预算,快速将产品推向市场验证用户需求;无增长潜力的项目及时关停,得到市场验证后再加大研发、营销投入。公司还发起“美图产品挑战赛”,累计收到109款产品投稿,后续将对优质项目开展战略投资或深度合作。

吴欣鸿认为,布局新垂直领域,资金不再是核心,关键在于发掘并扶持优质项目团队。

MVLAND正是这套机制下的成果,其由小规模团队开发,上线数月即完成商业化验证。这套创业式创新,并非不计成本盲目烧钱。美图首席财务官兼公司秘书颜劲良表示:“对于早期机会,我们会尽量采用小团队、相对有限的初始投入,快速把产品推向市场,验证用户需求 and 商业模式。”

为贴合审美需求、优化用户体验,美图持续投入垂直模型训练及应用层优化。财报显示,上半年美图研发费用4.7亿元,同比增长4.8%;剔除去年通用大模型训练基数影响,研发投入同比增长11.1%,资源重点投向垂直模型与应用层优化。此外,美图自研模型价值进一步提升,据业绩会上披露的数据,2026上半年美图超过96%生成成果来自自研模型。

“未来,美图会继续抓住AI应用的发展窗口,在兼顾增长质量和经营效率的同时,推动公司持续增长,为股东创造长期价值。”吴欣鸿说。