

上市公司硬核成果集中亮相2026世界制造业大会

■本报记者 徐一鸣

9月20日至9月23日,2026世界制造业大会在安徽省合肥市滨湖国际会展中心举办。本届大会以“智造世界·创造美好”为主题,7万平方米的展览空间汇聚了900余家参展企业,万余件前沿技术产品同台展出。

作为安徽省重要的对外开放产业平台,世界制造业大会自2018年首次落地合肥,截至今年已成功举办九届。多年来,大会持续发挥产业磁吸效应,推动一大批重大产业项目签约落地,吸引高端创新要素加速集聚。据了解,本届大会已完成签约项目790个,总投资额3634亿元,搭建起联通全球制造业创新资源与国内产业市场的双向对接桥梁。

本届大会侧重完整产业生态的全景呈现,量子科技、人工智能、新能源、半导体等多条前沿赛道的创新成果集中亮相,多家上市公司携自研产品登场,以实物展品、技术路演、沉浸式场景体验等多元形式,直观展现我国先进制造业的最新进展。

在存储芯片赛道,长鑫科技集团股份有限公司对外宣布,第五代DRAM(动态随机存取存储器)技术平台已实现规模量产,该技术平台的产品可适配AI(人工智能)服务器、高端消费电子等多类应用场景。

人工智能产业发展,既依赖云端大模型持续迭代,也需要从训练算力到端侧推理的全栈技术体系支撑。科大讯飞股份有限公司(以下简称“科大讯飞”)集中展示国产算力平台飞星一号、星火X2.5大模型以及端侧认知大模型AI推理芯片“玲珑”等系列产品,完整呈现从云端算力基座、通用大模型到端侧AI芯片的技术演进路径。

科大讯飞相关负责人向《证



图①2026世界制造业大会展厅
图②国盾量子小型化量子卫星地面接收站
图③国轩高科固态电池

徐一鸣/摄

券日报》记者表示,算力平台飞星一号是公司联合华为开展协同攻关的成果,通过算子优化、分布式策略调整与系统性工程调优,整体训练性能对标国外先进集群,有效破解了国产化基础软硬件适配大模型过程中的难题,为产业创新落地与生态培育提供了可靠的国产算力保障。

在量子科技领域,科大国盾量子技术股份有限公司(以下简称“国盾量子”)展出了小型化量子卫星地面接收站等产品,为广域量子保密通信网络建设提供轻量化解决方案。

国盾量子相关负责人对《证

券日报》记者表示,算力平台飞星一号是公司联合华为开展协同攻关的成果,通过算子优化、分布式策略调整与系统性工程调优,整体训练性能对标国外先进集群,有效破解了国产化基础软硬件适配大模型过程中的难题,为产业创新落地与生态培育提供了可靠的国产算力保障。

在量子科技领域,科大国盾量子技术股份有限公司(以下简称“国盾量子”)展出了小型化量子卫星地面接收站等产品,为广域量子保密通信网络建设提供轻量化解决方案。

料粉体、特种漆包线,可用于算力基础设施、半导体、光伏、新能源汽车等领域,释放出传统矿山冶炼企业向高端新材料赛道延伸的积极信号。

铜陵有色金属集团党委书记、董事长丁士启对《证券日报》记者表示,公司将坚持数字化转型方向,推动科技创新与产业创新深度融合,前瞻布局算力金属前沿赛道,加快培育新质生产力,持续改造升级传统产业,不断夯实核心竞争力,助力现代化产业体系建设。

新能源赛道同样亮点纷呈,国轩高科股份有限公司发布面向低空飞行器定制的混合固液大圆柱电芯新品。该电芯新品依托大

圆柱结构,发挥定向泄压、全极耳的结构优势,兼具高安全、高功率特性,叠加混合固液体系进一步提升电芯本征安全性。

据记者了解,该电芯新品单体能能量密度可达330Wh/kg,支持8C脉冲放电、5C持续放电,10分钟即可完成10%至80%电池荷电状态(SOC)快充,同时具备无热蔓延的高安全性,精准匹配低空经济领域高能量密度、高功率、高安全、高快充的“三高一快”性能需求。

可以看到,随着创新动能持续释放,一批前沿技术成果正加速转化落地,为我国制造业高质量发

深化“节令+日销”双轮驱动战略

五芳斋持续优化产品结构

■本报记者 吴奕萱

9月21日下午,浙江五芳斋实业股份有限公司(以下简称“五芳斋”)召开2026年半年度业绩说明会。公司管理层全面介绍上半年经营成果,详解公司战略调整方向与未来发展布局,并对投资者重点关注的问题进行回应。

2026年上半年,国内消费市场分化明显,福利礼赠需求收缩。在此背景下,五芳斋主动收缩低效板块、聚焦高增长赛道,通过维护价盘稳定、优化库存结构,推动企业经营从“规模导向”向“质量导向”过渡,整体业绩呈现“减收增利”特征。公司上半年实现营业收入14.74亿元,较上年同期略有下降;归属于上市公司股东的净利润2.00亿元,同比增长2.85%。

在此次业绩说明会上,五芳斋董事会秘书于莹茜在回答《证券日报》记者提问时表示:“战略性主动调控虽对公司当期利润形成一定压力,但夯实了渠道健康根基,为企业下半年经营质量回升奠定了基

础。”从产品端来看,粽子依旧是五芳斋的基本盘。上半年五芳斋锁鲜粽、代工粽、出口粽销售均实现增长,同时,公司聚焦健康化、高端化消费趋势,升级低GI轻养、传世臻等系列产

品,相关产品销售占比不断提升。该公司总经理马建忠表示:“后续公司将持续推动产品结构从节令集中型向日常高频消费型延伸,以锁鲜粽、速冻粽等粽子日销品类平滑节令波动,持续深化‘节令+日销’双轮驱动战略。”

上半年,五芳斋非粽品类呈现差异化增长态势,餐食系列实现收入8471.79万元,同比增长19.58%;月饼系列实现收入256.53万元,同比增长261.87%;蛋制品、糕点及其他品类收入基本持平,产品矩阵多点开花。

在渠道端,今年上半年五芳斋主动调整经销商合作策略,聚焦优质伙伴,优化渠道结构。于莹茜表示:“上半年公司持续深化与山姆、盒马、胖东来、开市客等精品商超的合作,通过差异化产品和专属定制策略,实现逆势高增长。其中,山姆渠道销售额破亿元,千万元级销售单品数量持续扩容;盒马渠道以‘高端礼盒+话题产品’组合实现销量增长。”

截至2026年6月30日,五芳斋有经销商558家。上半年该公司搭建了覆盖全品类的价格监控体系,端午期间坚持维护价盘稳定、不做低价甩货,强化渠道信心与长期合作预期,连锁门店渠道实现收入2.11亿元,同比增长9.37%;直营店新开21家;商超渠道收入同比增长21.56%。

另外,五芳斋深入优化供应链体系,在保障旺季交付的同时,持续推进成本优化与数字化建设。尤其是在成本管控方面,公司通过采购策略优化、制造环节精细化运营及物流资源整合,有效控制全链路综合成本。今年上半年,五芳斋综合毛利率为44.64%,同比增加3.62个百分点;销售费用同比下降0.87%。

业内相关机构人士在接受记者采访时表示:“短期来看,五芳斋粽子核心基本盘稳固,高端化、礼盒化的产品升级,能够有效对冲礼赠市场需求下行压力。中长期来看,随着‘节令+日销’双轮驱动战略持续落地见效,该公司非粽品类增长潜力将持续释放,有望成为企业第二增长曲线。依托全渠道精细化运营、多元化产品矩阵扩容,五芳斋将加速从传统节令食品厂商向综合休闲食品厂商转型。”

七一二加强多元化市场布局

■本报记者 桂小笋

9月21日,天津七一二通信广播股份有限公司(以下简称“七一二”)举办2026年半年度业绩说明会,公司管理层就上半年经营业绩、人才建设、技术研发、市场布局及未来发展规划等核心议题进行解读,清晰传递公司稳健经营、创新突围的发展态势。

七一二半年报显示,公司营业收入较上年同期增长20.57%,主要原因是专用无线通信终端产品交付量较去年同期呈上升趋势。同时,为保障核心能力建设、保持行业地位,公司持续进行一定规模的战略性研发投入。综上,公司当期营收增幅尚不足以覆盖综合成本费用,导致经营业绩仍出现亏损。

公司通过稳步布局,实现了传统领域装备占有率稳中有升,不断扩大用户数量,同时通过竞标拓展了散射通信、单兵通信、无人通信及大数据应用等领域,另外经过近年来深厚的技术积累,公司系统承接能力得到大幅提升,在多领域实现了多种系统产品的新客户开拓,拓展了客户边界和产品边界。

业务版图的持续扩容,主要依托于公司长期坚持的技术自主研发与迭代创新。

七一二董事会秘书、副总经理马海永在回答《证券日报》记者提问时表示,公司始终致力于军用无线通信技术自主研发与创新,紧跟行业发展趋势,全面加强研发技术路线规划和新一代通信装备技术体制攻关,力求技术的先进性,不断塑造新的竞争优势。在民用无线通信领域,公司持续发挥技术研发优势,根据民用专网通信技术演进和用户需

求,迭代开发相关产品。2026年下半年,公司在确保现有业务稳健经营的基础上,加强多元化市场布局,积极拓展出口、低空经济、训练仿真、装备维修等新领域和新客户,实现公司可持续发展。

技术创新与市场拓展的双向发力,离不开完善的人才体系作为核心支撑,公司也持续通过人才培育机制优化,为企业长效发展赋能。

七一二董事长庞辉在回复《证券日报》记者提问时介绍,公司以“专业技术+管理”双通道模式培养优秀人才,建立科学有效的中长期激励体系,不断优化完善培训体系及薪酬激励政策,吸引大批科技领军人才、高端管理人才、智能制造和营销的新型人才,为公司持续发展提供了人才保障。关于股权激励安排,公司如有相关计划,将按照相关法律法规及《公司章程》的规定,履行决策程序并及时予以公告。

立足下半年发展目标,结合人才、技术、市场多重优势,公司进一步明确整体经营战略,稳步推进企业高质量可持续发展。庞辉对《证券日报》记者表示,公司将坚定围绕“守正创新、开源节流、量入为出”的经营思路,统筹科研攻关、批产交付、市场开拓与风险防控。

折叠屏手机密集上新 拉动柔性电路板市场需求

■本报记者 丁 莹

随着华为、苹果、小米等头部手机品牌密集推出折叠屏新品,作为折叠屏核心部件的柔性电路板,正迎来量价齐升的黄金发展期。产业链上市公司加速技术迭代与产能布局,抢占高端柔性电路板市场份额。

陕西巨丰投资资讯有限责任公司高级投资顾问杨昌龙在接受《证券日报》记者采访时表示:“不同于直板机型,折叠屏机型对柔性电路板的用量、线路精度、材料等级都提出更高要求,直接推动柔性电路板价值空间提升。”

行业迎发展机遇

相较于普通刚性电路板,柔性

电路板可以在反复折叠状态下稳定传输信号,在手机内部,柔性电路板广泛应用于显示、触控、摄像头与通信等模组。折叠屏手机的发展,改变了柔性电路板的行业用量与单机价值空间。

“用量方面,一台直板手机中,柔性电路板用量大约为10片至15片,而折叠屏手机因为铰链跨接、双主板、双电池的复杂架构,柔性电路板用量大幅增加,一台用量可达50片以上。”杨昌龙表示。

“价值的提升则更为显著,折叠屏所用柔性电路板的价值是普通直板手机的3倍至6倍。苹果入局后,带动行业竞争逻辑从降本转向规格升级,成为产业

成长的重要驱动力。”广州眺远营销咨询管理有限公司总监高承飞在接受《证券日报》记者采

访时表示。

苏商银行特约研究员付一夫对《证券日报》记者表示,在柔性电路板领域,我国一批企业是折叠屏供应链的重要参与者,这些企业正迎来新的发展机遇。

龙头企业加快扩产

市场红利之下,产业链各环节龙头企业正加快产能与市场布局。

在柔性电路板制造环节,全球印制电路板龙头鹏鼎控股(深圳)股份有限公司(以下简称“鹏鼎控股”)在柔性电路板产品上积累了深厚的技术优势与产能优势。今年上半年,该公司依托这一优势,继续深耕客户需求、积极参与客户新产品与新技术的开发,为客户提

供稳定优质的产品与服务,保障了相关业务盈利能力与毛利率的稳定提升。

当前,鹏鼎控股正加大柔性电路板产能建设力度。该公司深圳第三园区智慧制造基地于今年7月动工,其中包含柔性电路板项目,未来该项目产品将面向折叠终端、AI(人工智能)手机、AI眼镜、可穿戴设备以及其他新型智能硬件。该公司相关负责人近日在互动易平台表示,深圳第三园区柔性电路板智造基地等项目是公司作出的战略性投入,该项目将分期投入,扩产节奏将会根据市场需求状况而定。

在上游柔性电路板设备环节,今年5月正式登陆北交所的珠海锐翔智能科技股份有限公司(以下简称“锐翔智能”)深耕柔性电

路板智能制造装备领域,此次上市募集资金将重点投向三大项目,其中包括智能制造基地建设。锐翔智能方面表示,智能制造基地建设项目的具体内容为新建智能工厂、增设备套产线及调试设备,将提升公司对精密冲切、贴装组装等核心工艺制程设备的生产制造能力,优化产品性能。该募投项目结合行业趋势及客户需求日益精细化、柔性化的特点,生产的产品将在精细化程度和适应柔性化生产方面实现提升。

付一夫表示:“折叠屏手机产业的发展,带动柔性电路板规格升级,为我国厂商提供了从规模优势向技术优势跃迁的窗口,高端软板订单正加速向具备深厚工艺积累的头部大厂集中。”

锚定“出海” 淘宝“双11”助商家挖掘海外增量

■本报记者 梁傲男

9月21日,淘宝发布今年“双11”海外新策略。平台将通过流量、物流与经营能力的全方位升级,助力商家以同一间店、同一批商品,同时经营国内与海外两大市场。

“在淘宝‘出海’,品牌不需要另起炉灶。”淘宝“出海”业务负责人叶天对《证券日报》记者表示,“我们已经跑通了‘一份投入、两盘生意’的模式。商家原有的淘宝、天猫店铺,通过一键签约就能直接把货卖到海外,不需要重新开店、重新装修、重新建运营团队。对于已经在其他渠道完成海外布局的品牌来说,这意味着可以用最低的成本,额外覆盖一批通过淘宝生态触达的海外消费者。”

提供一站式解决方案

今年“双11”,超过120万淘宝天猫商家参与“出海”。叶天表示,

淘宝将从流量、物流和经营三个方面入手,帮助商家挖掘海外市场的确定性增量。

流量方面,淘宝将“推好店”作为今年“双11”的重要策略,从品质、特色、价格力和服务四个维度识别好店,进一步放大服饰、美妆、家居、宠物等品类的特色供给优势。同时,淘宝将在首页增加海外流量入口,上线Discover(发现)频道、海外榜单和清单等,让更多特色商家和优质商品被海外消费者看见。

针对“推好店”是否会造成流量分配失衡的疑问,叶天对《证券日报》记者表示,“推好店”的核心是“好”,不是“大”。淘宝上有大量中小卖家,其中不乏特色店铺,这些店铺反而更容易在海外市场获得曝光,因为它们填补了当地市场的供给空白。

而在物流方面,淘宝进一步提升了中大件商品的跨境运输能力。家具、家装建材是中国具有国际竞争力的优势产业,但长期受制

于跨境运输成本和链路复杂度,通过跨境电商销售的门槛较高。为降低中小商家的“出海”门槛,淘宝在去年基础上对中大件物流进行专项升级。目前,中大件商品在新加坡、马来西亚、韩国等10个国家和地区均可实现跨境直邮。

经营层面,淘宝方面表示,商家参与“出海”最重要的动作有两个:完成海外签约、把货和服务做好。第一步,在千牛平台完成“一键出海”签约,把现有店铺接入海外链路,就可以参与到平台包邮和“双11”海外会场,让商品进入平台补贴和流量扶持池;第二步,按照“好店”标准把品质、特色、价格力、服务四项做扎实。

对于国内生意和海外生意是否会互相冲突的疑问,淘宝“出海”商家运营中心负责人依珊对《证券日报》记者表示,商家沿用同一盘货、同一个链接,不需要为海外单独备货,海外订单生成后,商家发货到国内中转仓即可,后续由平台物流完成跨境配送;定价层面,商

家保留独立定价权,可以自主定价,海外同步商品价格;运营层面,商家不需要额外搭建团队,平台提供物流、售后、推广、客服的一站式解决方案。

让海淘进入“好店时代”

淘宝“出海”业务始于2016年。在此之前数年,得益于商品丰富、高度个性化且具备价格优势,上淘宝“反向海淘”已成为一些海外华人圈的流行趋势,但因为物流、支付等跨境电商基础设施的局限,“反向海淘”不仅费时费力,在售后服务方面也存在极大的不确定性。

2016年,淘宝开始着手搭建跨境“出海”基础设施。到2021年,淘宝初步建成全球直邮站点、海外支付收银台,并联合菜鸟开通官方海淘集运等跨境基础设施,海外消费者不必再通过代购下单,淘宝开始主动提供海淘服务。

2025年,淘宝建成覆盖20个国

家和地区的直邮体系,在部分国家实现跨境包邮服务,同时开通多种外币支付、退换货等配套服务,上线英语、俄语、马来语、泰语等多种语言版本。淘宝方面称,这一年淘宝正式进入“简单海淘”时代。

2026年,全球跨境海淘已经成为一件十分普遍且方便的事。淘宝方面对《证券日报》记者表示,在基础需求得到满足的情况下,淘宝将充分挖掘和发挥自身供给优势,让海淘进入“好店时代”。

对于当前国际贸易环境和消费预期的不确定性,淘宝方面认为,应把“出海”从“重投入”变成“一项可持续经营的能力”。

从数据上看,截至目前,淘宝“出海”业务连续六年保持GMV同比双位数增长,今年已有超过15万商家GMV同比实现翻倍增长,超过120万商家将通过今年“双11”把货卖到全球。叶天说,这说明商家对“出海”的需求是真实且持续的,平台只要提供确定性支撑,增长就会发生。