



后厨有算法 经营有数据 服务有温度——

食：智改焕新餐饮业态

■本报记者 李 静

算法调配比，数据管经营。如今在不少连锁餐饮企业的运转体系里，AI(人工智能)早已不再是摆在展厅里的概念展品，而是深度扎进灶台后厨、门店运营、供应链调度、客户服务各个环节的“新帮手”。过去，很多餐饮决策，大多依靠管理者的经验“掌勺”；现在，海量的数据正在成为调控店铺经营节奏、优化出品效率、降低损耗成本的一把新“大勺”。

伴随着行业存量竞争加剧，粗放式扩张的红利逐步消退，各家连锁餐饮企业纷纷“拿起”智能化工具，用数据校准生产、调度、库存与营销。不过热潮之下，AI落地并非一路坦途。餐饮场景高度非标、中小门店转型成本大、技术认知参差不齐等问题，仍是摆在产业面前的一道考题。

餐饮门店换上“数字引擎”

正午饭点，街边餐饮门店里，食客的欢声笑语、餐盘碰撞的脆响与店员忙碌的应答交织在一起。在这份热腾腾的烟火气背后，看不见的数据流转，正在后厨、收银台和调度后台之间高效运转。

在必胜客的厨房里，伴随着此起彼伏的出单提示音，AI视觉摄像头不停扫描着流水线上流转的每一张披萨，自动核对配料品类、烘烤色泽与出炉温度。等候取餐的消费者，掏出手机就能够实时追踪自己餐品的制作进度。

“点开手机就能看到披萨正在进烤箱，不用一直焦虑地等叫号，心里踏实不少。”正在取餐的王女士对《证券日报》记者说。

相隔不远的肯德基门店，后台依靠AI体系完成多项运营动作：智能补货系统依据销量动态生成备货清单；智能排班中台按照客流规律自动排布一周人力；一款名为“D睿”的系统同步跟踪外卖骑手状态，适时调整出餐节奏，保障出品口感。这套AI运营体系，正在百胜中国旗下的必胜客和肯德基等超1.9万家门店中平稳运行。

再将视线转向连锁餐饮企业小菜园总部的数字化指挥中心，该中心内，一面巨型可视化大屏格外醒目。屏幕上，全国各家门店的营收、客流、出餐效率、菜品损耗、线上口碑评分等指标正以分钟级滚动变化。依托AI算法，系统实时测算供需关系，动态给出每家门店堂食外卖产能调配、每日备料的优化建议。

小菜园首席信息官高恒对《证券日报》记者称：“AI让管理从过去的‘人治’转向‘数治’，问题可以更早暴露，也方便快速找到解决方案。目前，小菜园还把AI抓取分析后的口碑数据，纳入门店店长绩效考核体系，形成运营的动态闭环。”

依托AI工具，众多连锁餐企前厅履约效率明显提升。徐记海鲜打通车厘子与包间的数据通道，顾客可线上提前锁定包间；胡大饭馆依托AI风控系统阻击黄牛恶意取号，维护排队秩序；苏南勤记借助智能系统实现前厅后厨



图片素材来源：视觉中国

联动调度，提升翻台效率；徐升记火锅将AI嵌入集团33个岗位，辅助完成营销制作、巡店梳理、人岗匹配等工作，提高内部协同效率。

食品安全管控，是海底捞投入AI能力的重点场景。遍布全国门店的智能巡检终端，不间断扫描后厨操作规范、食材储存温度、环境卫生状况，承接大量重复性的人工检查工作。“我们希望用数字化把成熟的管理经验沉淀下来，以减少对个人经验的依赖。”海底捞相关负责人对《证券日报》记者表示。

不同于侧重门店运营的改造思路，九毛九集团选择从顶层架构着手推进智能化。“智能化不是简单买一套工具，而是重塑整套经营逻辑。”九毛九集团相关负责人对《证券日报》记者表示。基于这一理念，九毛九集团搭建起六大数字化中台，覆盖运营、营销、库存等板块，还通过打造AI原生餐厅试点，探索全新运营模式。

供应链端的智能化，给快餐品牌带来直观的成本改善。早在2020年，老乡鸡便启动中央厨房的数字化升级，把食材销量预判、生产排产和物流调度等关键环节。老乡鸡供应链负责人董小磊对《证券日报》记者表示，持续的数据运算有效减少了需求波动带来的浪费。如今，老乡鸡已经做到蔬菜产品零库存运转，冷藏食材周转周期仅3天，配送准时率稳定保持在99.5%。

面向海量餐饮主体，平台技术普惠成为行业智能化升级的重要推力。依托自研LongCat大模型，美团推出“智能掌柜”，为商户快速提供经营诊断、风险预警、口碑运维、智能营销等服务。美团副总裁、美团到店餐饮事业部总经理魏巍表示：“我们坚持不炒概念重效率，AI主攻经营效率，而菜品和服务的温度仍然要靠人来创造。”目前该产品已覆盖约130万餐饮商家。

“餐饮AI的核心价值，是把依靠个人经验的经营，变成可量化可迭代的标准化经营。”晶捷品牌咨询创始人陈晶晶对《证券日报》记者表示。

君智咨询合伙人陈方超对《证券日报》记者表示，在存量竞争环境之下，依托AI做好精细化运营，正在成为连锁品牌拉开发展差距的重要抓手。

转型征途遭遇“升级壁垒”

记者走访发现，当前餐饮行业的AI应用呈现明显的两极分化格局：头部品牌做到了全链路深度落地，大量中小餐饮门店还停留在浅层试用阶段，诸多现实短板正制约着AI技术的大规模普及。

市面上很多通用大模型，很难适配餐饮经营场景波动大、非标性强的特点。一家餐饮SaaS(软件运营服务)服务商负责人对《证券日报》记者坦言：“通用模型偏向标准化场景，直接输出的方案往往需要门店二次调整，落地还有不小障碍。”

中国商业联合会专家委员会专家、北京商业经济学会常务副会长赖阳对《证券日报》记者表示：“企业对生成式AI要做到积极跟进、审慎使用，重大经营决策不能完全交由AI独立完成。”在他看来，模型幻觉和运行不稳定，是现阶段无法忽视的风险点。

数字化基础薄弱，是很多小店智能化转型路上的第一道门槛。赖阳补充称，中小餐饮门店不必硬造一套完整的技术体系，利用平台轻量化工具会更加务实。

餐饮业微薄的利润空间，也让不少经营者对AI投入保持谨慎。百联咨询创始人庄帅对记者分析：“头部餐饮企业可以靠规模摊薄成本，但中小商家看不清回报，大多选择观望。”

认知层面存在的误区同样不容忽视。九德定位咨询创始人徐雄俊对《证券日报》记者表示：“一部分商家夸大AI的作用，也有一部分人不屑于智能化，盲目上马却疏于运营最终只会造成闲置。”

不少受访经营者还谈到，AI擅长处理标准化事务，但消费者的个性化口味需求、服务过程中的情感温度，依旧离不开人的参与。

多重问题叠加之下，行业呈现出鲜明的特征：标准化场景高效落地、复杂非标场景适配不足；头部企业深度赋能增效，中小门店浅层试水；技术热度高涨、实质渗透不足。

产业新风把稳“智变航向”

受访企业与行业专家普遍认为，餐饮AI并不是用来替代人工的颠覆式工具，而是实现人机协同、提质增效的升级手段。行业需要摒弃概念炒作，走出一条分层落地、垂直迭代、轻量普及的理性发展道路。

智能化转型不必追求一步到位。陈晶晶建议：“大企业深耕自有中台，小店优先选用轻量化SaaS产品，循序渐进开展数字化转型。”

想要更好适配餐饮行业特性，算法还需要持续开展垂直化打磨。前述餐饮SaaS服务商负责人表示，行业正在针对性训练垂直模型，以此缩小AI生成方案和门店真实经营需求之间的差距。降低中小商家的转型成本，是扩大AI普惠覆盖面。的关键。庄帅称：“模块化、按需选用的产品模式，可以有效减轻小店的资金压力。”

理顺人与AI的分工定位，才能释放最大价值。赖阳表示：“生成式AI一个很重要的价值，就是降低打造个性化消费体验的成本。”企业可借助AI挖掘顾客诉求，以此提升用户黏性，减少对高价流量投放的依赖。

“用AI去做标准化的工作，把人的精力释放到产品创新和个性化服务上。”陈方超表示。

赖阳进一步提到，未来，餐饮门店即使不主动布局AI，也需要适应智能工具带来的消费入口变化。

随着算法持续迭代、落地成本稳步下行，行业认知回归理性，餐饮AI将褪去网红式的流量噱头，深度嵌入产业经营肌理。业内人士表示，未来餐饮行业的竞争，将告别粗放式的规模内卷，全面迈入数字化、精细化的高质量竞争新阶段。人机协同、数据驱动将会成为餐饮行业常态化的经营模式。

中国石油前三季度业绩创历史同期最好水平

■本报记者 向炎涛

10月28日晚间，中国石油天然气股份有限公司(以下简称“中国石油”)发布2026年三季报。按中国企业会计准则，该公司前三季度实现营业收入23210.64亿元，同比增长7.0%；归属于母公司股东的净利润1557.73亿元，同比增长21.9%，经营业绩再创历史同期最好水平。

今年前三季度，面对复杂的外部形势和能源化工市场变化，中国石油持续优化生产经营策略。

油气和新能源业务方面，该公司坚持高效勘探，效益开发，努力加大国内勘探开发力度，推进油气增储上产，持续优化海外业务资产结构，强化新能源与油气业务融合发展。第三季度，公司油气当量产量456.2百万桶，环比增长1.3%。前三季度，其油气和新能源业务实现经营利润1520.23亿元，同比增长19.7%。

炼化化工和新材料业务方面，中

国石油坚持“减油增化”“减油增特”，不断优化产品结构，有效满足市场需求；同时持续推进炼化转型升级，积极发展精细化工和高端新材料、生物制造业务。前三季度，该公司炼油化工和新材料业务实现经营利润231.32亿元，同比增长42.4%。

销售业务方面，中国石油积极应对新能源替代加速、成品油需求减少等市场变化，深入开展精细化市场营销，分产品、分市场、分客户开展差异化营销，努力提升市场份额；大力发展车用LNG(液化天然气)加注、充换电和非油业务，不断增强新业务创效能力；抓住市场机遇开展国际贸易，实现贸易运营增效。前三季度，该公司销售业务实现经营利润145.00亿元，同比增长24.7%。

中国石油还发挥产业链供应链协同效应，天然气销售量效双升。前三季度，该公司销售天然气2313.02亿立方米，同比增长3.0%。天然气销售业务实现经营利润332.93亿元，同比增长6.4%。

锂电产业链公司盈利整体提升

■本报记者 舒娅疆

近日，多家A股锂电产业链公司相继披露2026年三季报。其中，锂矿、锂盐企业受益于锂价上涨，呈现业绩集体提升态势；锂电池企业的业绩则有所分化，龙头企业优势进一步凸显。前三季度，锂电产业链公司围绕上游资源布局、下游应用场景细分等方面持续取得新突破。

具体来看，截至10月28日记者发稿，A股锂电行业(申万三级行业)中已有5家公司披露三季报，其中主营业务大多集中在锂矿、锂盐领域，受益于前三季度锂价同比抬升等利好因素的影响，这些公司业绩集体向好。其中，江西赣锋锂业集团股份有限公司(以下简称“赣锋锂业”)、天齐锂业股份有限公司、永兴特种材料科技股份有限公司、融捷股份有限公司实现归属于上市公司股东的净利润同比增幅分别达19540.5%、3013.86%、159.26%和925.78%，盛新锂能集团股份有限公司同比则顺利扭亏为盈。

降低中小商家的转型成本，是扩大AI普惠覆盖面。的关键。庄帅称：“模块化、按需选用的产品模式，可以有效减轻小店的资金压力。”

另一方面，A股锂电池板块的公司业绩在前三季度有所分化，龙头企业继续保持增长态势，小部分公司业绩承压。在锂电池行业需求总体向上的背景下，竞争加剧正在推动市场红利进一步向具备规模、客户结构、成本与产品结构优势的头部企业集中。

截至10月28日记者发稿时，A股锂电池(申万三级行业)的32家公司中，已有26家公司披露三季报，其中，18家实现归属于上市公司股东的净利润同比增长、同比扭亏或同比减亏，8家公司的净利润出现同比下滑。

前三季度，龙头企业宁德时代新能源科技股份有限公司(以下简

称“宁德时代”)实现归属于上市公司股东的净利润高达645.3亿元，同比增长31.6%。深圳市德赛电池科技股份有限公司、惠州亿纬锂能股份有限公司等公司业绩也表现不俗。

“国内锂电池产业整体正处于规模持续扩容但增长结构分化的阶段。”上海自由士信息科技有限公司CEO陈榕榕向《证券日报》记者表示，前三季度，我国动力电池装车量稳步上行，动力和储能电池产销规模已经超越去年全年，产业体量继续做大。与此同时，行业已经告别普涨时代，头部企业依靠技术、成本、客户优势抢占份额，中小厂商生存压力持续加大。

2026年前三季度，在持续增强上游资源布局、强化产业链协同和技术创新方面，多家锂电产业链公司进展显著。

资料显示，赣锋锂业的阿根廷Cauchari-Olaroz盐湖项目的产能利用率持续提高，邦巴利锂矿项目正在建设中，预计2027年投产并开始产能爬坡；宁德时代在今年上半年新设时代资源集团(厦门)有限公司，作为新能源矿产领域的专业投资运营与管理平台，围绕锂、镍、磷等关键资源整合现有矿业资产并拓展海内外优质项目，持续强化产业链一体化竞争优势。

薪火私募投资基金总裁翟丹在接受《证券日报》记者采访时表示：“未来三年，锂电产业链发展或将呈现三大趋势：储能成为行业增长重要驱动力、固态电池逐步崛起、上游材料从‘普涨’走向‘结构性分化’。同时，技术路线分化加速，锂电企业还将迎来‘价值重分配’，具备深厚技术壁垒与较强议价能力的企业，竞争优势将持续巩固。”

激光企业拓展新能源与电子制造领域应用

■本报记者 王镜茹

从动力电池焊接到电子产品微孔加工，下游产品迭代带动激光加工需求增长。近期披露的三季报及投资者交流信息显示，激光器及激光加工设备企业持续推进光源研发、设备升级和工艺验证，拓展新能源与电子制造领域的应用。

10月27日，深圳市杰普特光电股份有限公司披露的2026年三季报显示，其前三季度实现营业收入约26.30亿元，同比增长74.28%。公司表示，光通信业务、动力电池及储能电池精密加工业务，以及激光器下游需求旺盛，共同推动营业收入等经营指标增长。

电子制造材料升级，则为超快激光设备提供了新的应用方向。英诺激光科技股份有限公司(以下简称“英诺激光”)近期披露的三季报显示，公司前三季度实现营业收入约4.13亿元，同比增长20.86%。

英诺激光10月份披露的投资者关系活动记录表显示，公司超快激光钻孔设备于2025年底在集成电路电路板领域取得首台订单，并于今年上半年完成验收。相关设备还可满足车载板及不同规格印制电路板的精密钻孔需求，公司正推进客户验证。

激光焊接企业也在围绕客户需求拓展业务。深圳市联赢激光股份有限公司在10月19日举行的2026年半年度业绩说明会上表示，消费电

子是公司业务的重要组成部分，相关客户主要为头部手机终端的钢壳电池生产商，该业务已持续数年，后续订单主要取决于下游客户需求。公司还披露，已布局液冷部件激光焊接，已向客户提供样机及设备，但相关产品收入占比仍较小。

深度科技研究院院长张孝荣对《证券日报》记者表示：“新能源与电子制造领域的产品迭代，对激光加工的要求已从完成切割、焊接或钻孔，进一步延伸至加工精度、损伤控制和连续生产稳定性。不同材料对激光能量的吸收特性不同，企业需要将光源参数、光学系统、运动控制及检测技术协同优化，围绕客户工艺形成适配方案。”

中国电子商务专家服务中心副主任郭涛对《证券日报》记者表示：“超快激光为玻璃、陶瓷及高频印制电路板等材料的微孔加工提供了技术路径，但规模化应用仍需兼顾加工稳定性与综合成本。技术方面，相关企业需控制热累积、微裂纹和边缘崩缺等加工损伤，并应对基材批次差异、光源功率波动及振镜温漂对加工一致性的影响，加强在线监测与闭环补偿，提升设备连续运行的可靠性。此外，下游客户不仅关注设备采购价格，还会综合评估耗材、校准、维护等支出。设备企业需通过提高良率、加工效率和设备利用率，降低单位合格产品加工成本，缩短投资回收周期，推动设备从验证走向批量应用。”

算力租赁板块三季报冷暖不一

■本报记者 李万晨曦

随着AI(人工智能)产业化纵深推进，算力需求持续高位运行。万得数据显示，截至10月28日，算力租赁板块53家上市公司中，已有25家披露2026年三季报，其中，4家企业前三季度同比增长，2家同比扭亏，7家归母净利润实现同比增长。

苏商银行特约研究员武泽伟对《证券日报》记者表示，算力租赁行业上市公司业绩出现显著分化的原因，一部分是企业营收高速增长，却受一次性收益扰动、资产折旧摊销拖累，利润短期承压；另一部分是企业凭借优质长单落地与商业模式迭代，前三季度业绩表现不俗。

业绩分化明显

从已披露的数据来看，今年前三季度，行业企业营收增速与利润兑现能力出现显著分层。曙光信息产业股份有限公司(以下简称“中科曙光”)、中冶美利云产业投资股份有限公司等企业前三季度归母净利润同比增长超50%；行

云科技股份有限公司(以下简称“行云科技”)、北京首都在线科技股份有限公司前三季度同比扭亏为盈。

手握长期算力订单的云科技业绩弹性最为突出。该公司2026年前三季度实现营业收入11.75亿元，同比增长1896.66%；归属于上市公司股东的净利润2.69亿元，而去年同期为亏损7232.3万元。该公司今年累计公告披露的算力及存储相关订单规模高达183.16亿元。

业绩承压的企业中，部分公司出现营收持续扩张、利润释放节奏滞后的阶段性特征。“订单质量、硬件供货保障、刚性成本等因素将左右盈利兑现节奏，也是板块业绩出现结构性分化的关键。”北京艾文智略投资管理有限公司首席投资官曹轍在接受《证券日报》记者采访时表示，拥有稳定上游供货渠道，可批量拿到高性能算力硬件的头部厂商，项目交付节奏可控，固定成本得以充分摊薄；缺少货源的中小厂商，由于算力资产空置抬升单位成本，盈利空间持续被挤压。

曹轍进一步分析称，过去两年，大量主体集中投建智算中心，固定资产规模快速膨胀；随着设备陆续进入折旧周

期，不少企业营收保持增长，但利润被刚性成本持续侵蚀，阶段性增收不增利成为多数中小厂商面临的经营难题。

在成本压力持续约束之下，行业竞争逻辑也在发生转变。燕基空间智能民生研究中心主任何永基在接受《证券日报》记者采访时表示，算力租赁行业正告别规模扩张的粗放期，进入精细化运营阶段。单纯依靠短期散单转租的红利持续收窄，盈利的关键落脚点是交付效率与全周期成本管控能力。

头部企业竞逐一体化算力服务

在业绩持续分化的背景下，单纯依靠锁定长单、压缩运营成本，仅能缓解盈利压力，难以突破硬件租赁业务的利润天花板。为此，已有头部企业开始跳出单一算力出租模式，向一体化算力服务商转型，依托软件平台、全链路服务提升自身竞争优势。

7月10日，中科曙光宣布中国首个全国产十万千卡AI超集群——曙光8000(登峰)正式落成，并同步接入国家超算互联网。在系统建设上，曙光8000(登