



探寻产业发展“新引擎”

智改数转网联 制造业向“新”求“质”

■本报记者 李勇

制造业是立国之本、强国之基。当前，新一轮科技革命与产业变革加速演进。“十五五”规划纲要明确提出，“促进制造业‘智改数转网联’，实施智能制造工程和工业互联网创新发展工程，一体推进网络、标识、平台、数据、安全体系建设和规模化应用。”

智改数转网联，系“智能化改造、数字化转型、网络化联接”的统称。从一条条智能产线的微观改造，到一座座工厂的系统重构，再到一个个行业的生态重塑，数字化、网络化、智能化已成为提升先进制造能力的重要抓手。以AI（人工智能）、工业互联网为代表的新一代信息技术正加速融入制造业的毛细血管，一场从车间到产业链的智能变局正在中国大地上加速演进。

老产线“长出”智能新场景

传统制造语境中，许多复杂工艺的推进高度依赖“老师傅”的经验。但在今天的中国制造版图上，几十年积累的工业数据与隐性经验正被不断盘活，化作驱动先进制造的“存量资产”。

在东北制药集团股份有限公司（以下简称“东北制药”）102分厂的生产线上，一排排清澈澄明的注射液安瓿瓶被依次送进一间“暗室”，搭载视觉AI技术的智能灯检机瞬时为每瓶药品留下72张照片，毫秒间完成单支检测，并自动剔除不合格品。

这一“火眼金睛”的核心，不只是硬件设备升级带来的改变，更是依托企业数十年积累的“瑕疵样本库”。

“技术人员把海量药液图像数据与质检专业知识录入人工智能模型，通过反复迭代训练，让机器具备超越人工的识别能力。该设备还可以在持续运行中自主学习，越用越智能，质检稳定性不断提升。”东北制药102分厂副厂长高铁民向《证券日报》记者表示。

在这家拥有80余年历史的民族制药企业，数据正让过去易疲劳、有波动的“人眼”，变成不知疲倦且持续进化的“AI眼”。

同样的“数据掘金”，也在大连豪森智能制造股份有限公司（以下简称“豪森智能”）上演。该公司开发的集多维技术与功能于一身的“工艺智能规划平台”，将其过去20多年做智能产线积累的工艺经验，转化成可复用、可决策的软件系统和数据资产。

“平台融合了大模型、知识库、RAG（检索增强生成）、智能体等技术，形成知识问答、装配顺序生成、工位划分等能力，并沉淀项目文档、三维模型及经验为企业工艺知识库，支持检索历史方案、工艺参

数与节拍数据，提升经验复用效率。实现工艺知识可计算、可推理、可复用，自动输出多组候选方案，为技术评审提供量化依据，从而推动工艺规划由经验驱动转向数据驱动。”豪森智能科技办主任李佳萍说。

从传统的“经验驱动”，到如今的“数据驱动”，中国制造生产函数的质变，也让过往冰冷的产线变为智能新场景，其带来的不仅是效率的跃升，更是成本结构的重塑与产品质量的跨越。

东北制药通过在研发创新、生产智造、质量合规、供应链优化等六大维度布局AI应用，生产效能稳步改善，单位产品综合能耗、生产运营成本、产品不良品率大幅下降，成效显著。

“智改数转网联的本质不是设备和软件的堆砌，而是生产管理模式和业务流程的系统性重构。”苏商银行特约研究员武泽伟在接受《证券日报》记者采访时表示，“区别于传统技改，‘智改数转网联’不再只聚焦硬件产能升级，核心价值在于打通生产全流程的数据链路，实现生产要素的动态调配。长期来看，这一模式推动制造业从依靠要素投入的增长方式转向效率驱动。它夯实了产业供给韧性，帮助企业沉淀可复用的工艺知识，支撑产品迭代，也是制造业迈向高端化的必经路径。”

从单点突破迈向链式协同

串珠成链，握指成拳。随着“智改数转网联”的纵深推进，制造业不再局限于具体场景的单点改造，而是依托工业互联网平台，以数据链贯通产业链，推动产业模式从车间、单厂的“单打独斗”，逐步迈向产业链的深度协同。

作为大型农牧食品企业，禾丰食品股份有限公司（以下简称“禾丰股份”）拥有200余家下属子公司，产品覆盖国内的30个省、自治区及直辖市，并在尼泊尔、印度尼西亚、菲律宾等国家设有工厂。该公司借助ERP（企业资源计划）系统，实现了集团200余家子公司业务与财务的一体化融合，完成了饲料、肉禽、生猪等主营业务领域的数字化基础覆盖，实现从产品研发、原料采购、产品生产到物流仓储的智能协同。同时，该公司还在厂内物流、质量管理、产品销售与客户关系管理、饲料贸易等业务领域自主研发了小禾到货、小禾提货、小禾质检、小禾订货、小禾有料等一系列数字化产品，通过数字化IT（信息技术）能力赋能具体业务场景。

如果说禾丰股份解决的是集团内部“多子合一盘棋”的协同，那么对于高度定制化的电磁线行业而言，协同的难点更多在上下游企业之间。电磁线被称为电力变



图①豪森智能数字化智能工厂体验中心

图②宏远股份视觉缺陷检测设备

图③宏远股份数字化车间智慧大屏

图④东北制药102分厂智能灯检系统

李勇/摄

压器的“心脏”，高电压等级变压器用电磁线尤其高度定制化，不同批次在尺寸规格、性能指标上差异明显。上下游企业配合是否紧密，直接关系到定制化交付效率、质量稳定性，也影响下游变压器生产进度和整个产业链的协同效率。

如今，在沈阳宏远电磁线股份有限公司（以下简称“宏远股份”）的数字化车间，曾经的“哑巴”设备也学会了用数据“说话”。从最前端的电解铜熔炼到最后的电磁线成品，控制中心的数字孪生大屏可实时同步各生产环节的运行状态和生产数据。

宏远股份董事会秘书何润介绍，车间的数字化系统还可向链主企业和合作客户开放权限，对方远程便能实时查看相关批次订单的生产设备运行状态、加工进度和质量信息，使上下游协同合作更加紧密，客户能够及时掌握订单进展，双方配合更高效，生产组织也更顺畅。

与禾丰股份侧重集团内部一体化协同、宏远股份向上下游开放数字车间权限不同，豪森智能作为智能制造解决方案提供商，其以自主研发的Haosmart工业互联网平台为核心，不仅打通了研发、生产、供应链、质量的全链路数据，还为众多下游企业提供了全流程的数字化转型解决方案，助力全产业链生产效能的提升。

“从‘制造’到‘智造’，标杆企业的价值不仅在于自身效率的提

升，更在于为产业链提供了可复制、可推广的转型范式。”深圳市优品投资顾问有限公司李鹏岩向《证券日报》记者表示，“单点智能化改造难以释放全链条价值，只有依托工业互联网平台以数据链贯通产业链，才能把企业间的利益竞争转化为链式协同。”

挺起先进制造的“硬脊梁”

中国制造业的高质量发展，是一场产业体系的全面跃迁。从豪森智能依托工业互联网平台向外输出数字化转型方案，到宏远股份向上下游客户开放数字车间权限，尽管一批龙头企业已经跑出“智改数转网联”的实践样本，转型示范效应持续显现，但放眼全国，大量中小企业在智改数转网联中仍面临“不愿转、不会转、不敢转”的痛点。要破解这一难题，既要靠链主企业的示范引领，也离不开政策层面的精准施策与有效托底。

为进一步打通中小企业转型堵点，政策着力点正从“给方向”转向“给工具、给场景、给资金”。在场景端，工业和信息化部等八部门印发的《“人工智能+制造”专项行动实施意见》明确“深入实施中小企业数字化赋能专项行动，支持中小企业开展数字化、智能化改造，加快中小企业人工智能应用复制推广”。在资金端，财政部、工业和信息化部联合开展的中小企业数字化转型城市试点，以“企业出一

点、服务商让一点、政府补一点”为原则，将财政奖补嵌入企业实际改造支出，直接回应“不愿转”的成本顾虑。在平台侧，《推动工业互联网平台高质量发展行动方案（2026—2028年）》提出，引导平台面向中小企业转型需求，培育一批低成本、易部署、通用性强的标准化产品，打造“小快轻准”数字化解决方案资源池。

在一系列政策组合拳的推动下，链主企业的示范效应正不断转化为中小企业可承接、可负担、可复用的转型路径与实操方案。以新一代智能制造为主攻方向，人工智能、数字技术加速向制造业各个环节渗透，智能工厂建设提速，“智改数转网联”的各类实践加快从示范“盆景”走向产业“风景”。

国家统计局新闻发言人王冠华在近日举行的国新办新闻发布会上透露，目前，我国已累计建成5.6万余家基础级、9000余家先进级、500余家卓越级智能工厂，规模以上制造业人工智能技术重点场景应用普及率超过1/3。

当数据取代经验成为生产的新语言，当人机协同取代简单重复成为新常态，中国制造正在数字化浪潮中完成一次深刻的能级跃升。从一条条智能产线的微小进阶，到千千万万座工厂的全面铺开，这股由新质生产力激发的澎湃动能，正挺起中国先进制造业的“硬脊梁”。

铝企前三季度业绩整体表现亮眼

■本报记者 张文湘 见习记者 占健宇

万得数据显示，截至10月30日记者发稿，申万铝行业30家A股上市公司2026年三季度报已全部披露完毕。前三季度，30家公司营业收入均实现同比增长，其中，18家公司归母净利润同比正增长，另有3家公司同比实现扭亏为盈。

具体来看，怡球金属资源再生（中国）股份有限公司、宁波富邦高新材料股份有限公司、云南铝业股份有限公司、河南中孚实业股份有限公司、江苏鼎胜新能源材料股份有限公司、河南神火煤电股份有限公司和永杰新材料股份有限公司等7家公司前三季度归母净利润同比增长幅度均超100%。

此外，江苏丽岛新材料股份有限公司、汕头万顺新材集团股份有限公司和福建省闽发铝业股份有限公司前三季度同比实现扭亏为盈，归母净利润分别为4099.90万元、7088.37万元和268.06万元。

从已披露的三季度业绩看，铝产业链盈利驱动因素呈现明显分化：电解铝及再生铝环节多受益于铝价中枢上移、原材料成本回落及海外供给扰动带来的价格支撑；加工材企业多以加工费模式为主，行业盈利表现分化，实现改善的企业主要依靠产品结构优化和产能释放。

在此背景下，铝价走势同样受到市场关注。2026年前三季度，铝价维持高位震荡。年内沪铝主力合约价格整体上涨，1月30日盘中曾触及26185元/吨的年内高点，7月至今价格大致在22000元/吨至25000元/吨区间高位震荡。进入10月后，铝价有所回落。截至10月30日收盘，沪铝主力合约报23395元/吨。

卓创资讯电解铝分析师刘云艳向《证券日报》记者表示，今年前三季度，铝价呈现高位宽幅震荡态势，价格重心较去年同期明显上移。供需方面，国内电解铝产能运行保持稳定，但铝锭供应受到铝水比例提升等因素影响，现货市场可流通货源相对有限。同时，前三季度国内铝锭社会库存先增后降，4月下旬一度达到约140万吨，至9月底降至约60万吨，库存持续去化对铝价形成支撑。

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，前三季度，电解铝产能上限约束叠加海外供给扰动，为铝价提供支撑。与此同时，新能源、电网等领域需求持续增长，对冲了房地产需求疲软的影响。

上海钢联铝行业分析师黄玉瑶向《证券日报》记者表示，年内铝价上涨的核心驱动因素之一，是地缘冲突引发的供给收紧，海外产量下降使全球铝市场供需趋紧。三季度后，随着海外部分产能逐步复产，市场对供应改善的预期升温，铝价上涨节奏有所放缓。

除铝价走势外，行业企业自身的成本控制能力和业务布局也影响着业绩表现。杨昌龙认为，拥有低成本电力、一体化布局、绿电及深加工能力的铝企，盈利韧性相对更强。

展望四季度，黄玉瑶认为，铝行业业绩分化格局没有发生根本性变化，三季度加工端企业面临的经营压力加大。随着铝价上涨势头放缓，企业盈利表现将进一步受到成本控制、产品结构及下游需求变化等因素影响。

（上接A1版）

当源头创新成为行业共识，传承千年的传统医药也在探索全新的创新路径。西藏奇正藏药股份有限公司高级副总裁、董事会秘书冯平表示，在传统医药、民族医药的创新中，公司形成了“六位一体”的全链条协同创新机制，秉持“传承不离古，创新不离宗”，立足藏医经典名方与验方，借助现代技术推进新药研发与上市产品二次开发。

大会期间，《证券日报》社与中信建投证券联合发布《2026医药产业发展报告》，《证券日报》社副社长姜帆与中信建投证券研究发展部副总裁余梦珂共同启动报告发布仪式。报告以“差异化突围 全球化兑现”为主题，剖析医药行业不同细分赛道趋势变化，探讨本土研发优势如何转化为全球商业价值，为产业实践与投资决策提供参考。

余梦珂表示，从国际化和自身业绩层面看，中国创新药都已进入新的发展阶段。从技术方向看，ADC（抗体偶联药物）、双抗和小核酸，以及近期备受关注的mRNA（信使核糖核酸）等，都将是未来非常重要的技术领域。

以协同共建大健康产业新生态

2026大健康产业大会设置了两场圆桌论坛，邀请创新药、脑机接口、医药外包、健康服务、证券机构及创投领域嘉宾同台交锋。

第一场圆桌以“生命科技新纪元——技术爆发与产业重构”为主题，由弗若斯特沙利文&头豹研究院咨询分析师姚亿次主持。荣昌生物制药股份有限公司副总裁、荣昌生物上海研发中心总经理李栋，轻松健康集团执行副总裁马孝武，上海交通大学医学院二级教授、全国卫生产业企业管理协会精准医疗分会会长陈万涛，泽德曼医药科技股份有限公司首席财务官曲正琦，睿智医药科技股份有限公司首席科学官罗金才，明视脑机科技有限公司首席商务官陈文凯围绕技术路线选择、研发范式变革、产业链协同和临床价值转化等议题，展开深入交流。

第二场圆桌以“资本赋能创新医药——从估值到价值的突围”为主题，由中信证券股份有限公司医疗健康行业高级副总裁李楠主持。国投创业投资管理有限公司投资总监陈筑熙，北京诺诚健华医药科技股份有限公司企业传播执行总监陆春华，康辰药业股份有限公司董事、财务总监刘笑寒，元禾原点创业投资管理有限公司投资总监臧筱洁，沙砾生物医药股份有限公司首席财务官张竟，杭州中大君悦投资有限公司首席经理毛金刚围绕创新药估值逻辑、融资环境变化、并购整合机会，以及资本与产业的长期共生等议题进行分享。

A股休闲食品企业前三季度净利润合计43.90亿元

■本报记者 曹琦

截至10月30日晚间，A股22家休闲食品上市公司中已全部披露2026年三季度报。同花顺数据显示，这22家公司前三季度合计实现营收596.68亿元，净利润合计43.90亿元，其中13家营收同比正增长、10家净利润同比向好。

随着流量红利逐步消退，休闲食品行业正告别依靠爆款铺货跑马圈地的增量扩张模式，转入以细分需求为锚点的存量精耕阶段。

龙头公司业绩有所分化

从板块整体看，多家休闲食品龙头三季报业绩呈现分化格局。部分企业前三季度实现营收、净利润双增长，例如，洽洽食品前三季度营收同比增长19.11%，净利润同比大增130.97%；西麦食品前三季度营收同比增长21.7%，净利润同比增长71.56%；良品铺子前三季度

营收同比增长7.12%，净利润同比增长113.68%。此外，青岛食品、煌上煌、广州酒家前三季度也实现营收、净利润同步增长。

上述行业企业大多踩中健康化消费主线，同时依靠供应链优化、产品结构升级实现盈利改善。洽洽食品依托葵花籽原料价格下行红利，叠加坚果等高毛利品类放量，并持续发力零食量贩、会员店等新兴渠道；西麦食品聚焦燕麦健康赛道，契合轻食代餐需求，产品结构持续优化；良品铺子通过品类精简、费用管控，实现从亏损向盈利修复的转变；煌上煌、广州酒家则依靠多元业务对冲单一品类的周期压力。

与之前形成对照的是，部分企业虽然营收端保持增长，但利润端却表现欠佳，“增收不增利”特征明显。

有业内人士向《证券日报》记者表示：“休闲食品行业的增长逻辑正在发生改变。过去很长一段

时期，行业增长高度依赖爆款打造与渠道铺货；只要推出一款标杆大单品、铺进更多终端，便能拉动营收快速上行。然而，随着市场供给持续扩容、货架产品日益丰富，流量红利逐步见顶，企业需要回答的核心问题变得更为具体：消费者为何愿意购买这款产品，又凭什么持续复购？”

从头部企业产品布局与新品方向看，健康化、风味创新、场景细分已成为产品迭代的主线。消费升级之下，零食的评价标尺早已不止口味，高蛋白、低糖、配料简洁等标签成为新品研发的核心切入点，营养属性正在重塑产品竞争力。

与此同时，产品创新还向更碎片化的消费场景延伸。办公室加餐、通勤便携、户外出行、居家追剧等场景，对包装规格、食用便捷度、风味形态提出差异化要求。适配细分场景的小包装、便携装、分享装产品持续落地，企业不再追求单一单品覆盖全部消费场景，转而用分层

产品、场景化供给挖掘存量增量。

主动调整渠道结构

此轮行业分化的关键变量，是渠道格局的深刻变革。传统商超增长承压，而零食量贩、会员店、即时零售、内容电商等新渠道快速崛起，渠道去中心化、细分化特征日益显著。以零食量贩为例，其凭借“高周转、低加价”的供应链模式，终端价格较传统商超渠道更低，成为休闲食品流通领域的重要增量。经过前期跑马圈地，量贩零食行业正进入“下半场”。

在此背景下，越来越多企业主动调整渠道结构。头部公司大力推进量贩连锁系统、会员店等新渠道拓展，同时通过自主制造推进产品品质化与差异化升级，以产品结构优化对冲渠道价格竞争，守住毛利率底线。

甘源食品的渠道调整颇具代表性。该公司经销渠道仍是基本盘，

同时深化高端会员店的定制合作；电商渠道定位转向新品孵化阵地和品牌窗口，不再单纯追求GMV（商品交易总额），聚焦战略单品精准投放，提升投入产出比。

“长期来看，休闲食品行业集中度将持续提升，板块内部分化加剧、马太效应凸显，对行业整体毛利率形成一定压制。零食量贩渠道凭借强势地位，或将进一步压低行业平均利润率。不过休闲食品的基本盘具备支撑力，产品承载情绪消费价值，随着经济稳步发展，赛道长期需求空间依然稳固。”广东省食品安全保障促进会副会长朱丹蓬向《证券日报》记者表示。

随着渠道扩张红利边际递减，休闲食品行业竞争的核心正从渠道扩张转向商品力、供应链效率与品牌溢价。休闲食品行业整体仍在持续扩容，但结构分化成为主旋律。行业“下半场”考验的，正是企业在存量市场中精耕细作、穿越周期的综合能力。