卫星星座组网加快推进

太空算力产业链上市公司面临发展良机

本报记者 李万晨曦

11月9日，在2026太空云产业生态大会上，由中国科学院空天信息创新研究院与国内科创企业联合研发的全栈国产化太空算力网“星云星座计划”正式发布。

北京科方得科技发展有限公司研究负责人张新原向《证券日报》记者表示，“星云星座计划”作为全栈国产化太空算力网工程，串联星载核心芯片、卫星平台制造、星间激光链路等关键环节。随着我国卫星星座组网提速、产业链配套持续完善，太空算力产业链公司有望迎来订单增量。

太空算力网加快组建

太空算力网加速推进，缘于地面算力扩容面临现实瓶颈。

燕基空间智能民生研究中心常务副主任苑佳露向记者表示，国内地面智算集群持续扩容，土地、电力、散热、传输时延等约束凸显，难以支撑全域实时感知、广域应急通信等场景。太空算力网将卫星打造为分布式在轨数据中心，通过“天数天算、就地出结果”，补齐地面算力在远洋、极地、灾害应急、跨境感知等场景的短板。

中国信息通信研究院发布的《太空算力发展前瞻研究报告（2026年）》显示，目前我国商业测运控行业已初具规模，地面站网布局覆盖国内多个省市及海外关键节点，大口径天线、核心测控终端等关键装备基本实现核心技术自主可控。

低轨卫星互联网加速组网，为太空算力筑牢网络底座。依托星间激光链路，互联星座可实现多星协同调度分布式在轨算力。当前，越来越多低轨遥感卫星加装星载计算载荷，在轨算力集群进入实质性搭建阶段。

中关村物联网产业联盟副秘书长袁帅认为，星间激光链路、星敏感器、星上操作系统是分布式太空算力协同运行的重要支撑，国内企业持续攻坚星载核心硬件，元器件供应链日趋成熟，为卫星加装算力载荷、建设专用算力星座筑牢硬件底座。

同时，多地积极推进卫星星座布局。7月份，上海“星枢计划”首发星座正式发布，为上海重点布局的太空算力产业标杆项目；10月30日，北京太空算力创新中心发布天地一体化太空算力云平台。

中国电子商务专家服务中心副主任郭涛认为，太空算力并非取代地面算力，而是形成天地互补的算力体系，核心是“以计算换带宽”，依托在轨就地处理遥感数据，减少数据回传带宽消耗。赛道可面向防灾监测、海洋运维、低空监管按需提供服务，按频次、精度收费。不过目前多数星座仍处在工程验证阶段，规模化商业化有待组网落地。

从市场空间来看，赛道长期增长潜力可观。赛迪顾问预测，全球太空算力市场规模将从2020年约3亿美元升至2030年约160亿美元。



图片素材来源：视觉中国

上市公司加码技术研发

广阔市场空间下，星载芯片、激光通信终端、在轨智算设备等上游配套环节有望率先受益，上市公司纷纷加码核心技术研发，抢抓太空算力产业化红利，业务覆盖芯片、星载配套、在轨智算整机等多个环节。

核心器件研发方面，浙江铖昌科技股份有限公司在星载射频芯片领域具备先发优势。该公司近日在深交所互动易平台称，公司研发团队通过创新技术及新工艺研发的新一代T/R芯片，在集成度提升、功耗优化与成本控制方面实现突破，进一步强化了相控阵雷达、卫星通信等领域的核心技术壁垒，并通过持续性能迭代与谱系延伸保持技术领先性。基于公司在星载领域的先发技术及批量供应优势，目前已实现多系列卫星项目常态化批量交付。

激光通信、星载结构配套领域，湖南航天环宇通信科技股份有限公司今年上半年主要完成了星载激光终端零部件、一体化阵面、缝隙阵天线、导航增强天线等产品；同时，公司完成了低轨卫星互联网地面测控与馈电天线、车载卫通天线、某紧缩场反射面、机动型集装箱测控数传天线等产品的研制。

在轨智算整机方向已有企业拿到商业订单。北京雷科防务科技股份有限公司此前在公告中披露，公司构建了“星—地—应用”全链条的天地一体化解决方案服务能力，关键技术取得重要突破。同时，公司面向商业遥感、卫星通信、太空算力等前沿方向，自研标准化、通用化星上智算产品取得阶段性突破，成功斩获多项商业航天订单。

福州公孙策公关咨询有限公司合伙人詹军豪对《证券日报》记者表示，太空算力尚属前沿赛道，发展面临多重挑战。航天产品准入门槛高、在轨验证周期长，技术路线仍在迭代，随着赛道热度抬升，细分配套订单竞争将日趋激烈。相关上市公司需深耕核心技术、提升星载产品可靠性，积极参与在轨试验，聚焦遥感、应急、低空经济等刚需场景，依托项目合作落地技术，对冲行业竞争与技术迭代带来的不确定性。

车企力推高端车型“出海”

本报记者 李昱丞

越来越多的车企将高端车型推向海外。11月7日，比亚迪股份有限公司（以下简称“比亚迪”）旗下仰望品牌超豪华行政旗舰轿车鼎曜于阿联酋阿布扎比全球首发，包含行政版与山河鼎韵限量版，后者预估售价约为人民币200万元。小鹏集团也于近日宣布小鹏GX、小鹏G9L等车型在中东非地区11个国家同步启动销售与预售。其中，小鹏G9L在阿联酋的预售价为25.9万阿联酋迪拉姆起（折合人民币超45万元），海外定价相较国内市场有显著溢价，进入当地豪华车价格区间。

今年9月份，理想汽车全新L9车型正式在阿联酋迪拜首发上市，理想L9 Ultra中东版售价32.5万阿联酋迪拉姆（折合人民币约59.5万元）；顶配版本L9 Livis售价38.7万阿联酋迪拉姆（折合人民币约70.8万元）。吉利汽车控股有限公司加速布局海外发达市场，旗下极氪9X已进入德国、荷兰、比利时、瑞典、法国、挪威、丹麦等7个欧洲国家，官方售价折合人民币超百万元。

从行业整体来看，中国品牌的高端化“出海”正从个别试水变成集体动作，投放区域由此前价格敏感的东南亚、拉美市场，进一步拓展至中东、欧洲等购买力更强、对技术与服务要求更高的市场。这类市场豪华车占比较高，消费者更看重品牌与体验，一旦产品力被认可，往往具备更大的定价空间。

“高端车型溢价能力更强，能在盈利端帮助车企。”黄河科技学院客座教授张翔对《证券日报》记者表示，尤其是在限定进口汽车配额的市场中，同等销量下，高端车型有望带来更多利润。

努曼陀罗商业战略咨询创始人霍虹屹在接受《证券日报》记者采访时表示，中国车企不再满足于参与中低端市场竞争，而是开始直接进入传统豪华品牌的核心价格区间，争夺全球汽车产业的高附加值市场。

事实上，中国汽车正通过高端车型的海外投放，加速摆脱低价走量的旧路径，向全球价值链的中高端迈进，探索从“以量补价”向“以价补量”的转变。

多家车企在海外实现更高水平的毛利率。以比亚迪为例，万得数据显示，上半年，比亚迪在境外实现毛利393.59亿元，已超过境内毛利256.30亿元。

高端车型带来的不仅是单车利润的改善，更是品牌资产的长期积累。高端车型的“出海”，有助于强化中国新能源汽车“高端、高品质”的品牌形象，为后续更大规模的产品进入海外市场铺路。

张翔认为：“高端车型是车企开发能力的直接体现，高端车型‘出海’可以提升车企品牌价值。”

“高端车型承载的技术密度、软件能力和服务体验，是中国企业近年积累最深的部分，把这些能力放到海外，才有条件获得与之匹配的定价权。”中关村物联网产业联盟副秘书长袁帅对《证券日报》记者表示，高端车型相当于“移动的技术名片”，会带动零部件、软件、充换电服务与标准体系一同走出去，推动出口结构从整车贸易向产业能力输出演进，并改变国际市场对中国制造的定价预期，这种认知转变的价值往往大于当期销量。

迎峰度冬 煤炭板块迎旺季行情

本报记者 李 静

受新一轮强冷空气影响，全国多地气温大幅下跌，民用采暖与工业用煤需求同步走高，煤炭行业正式迎来迎峰度冬能源保供关键期。

11月10日，A股煤炭板块走强。截至收盘，山西安泰集团股份有限公司股价涨停，郑州煤电股份有限公司股价上涨5.29%，云南煤业能源股份有限公司股价上涨2.38%。

厦门大学中国能源政策研究院院长林伯强对《证券日报》记者表示，冷空气提前到来，进一步抬升市场对四季度煤炭需求的预期，叠加供给端持续收紧，煤炭行业有望迎来供需两旺的冬季旺季。

供需热度在销量数据上得到直观体现。11月9日，中国煤炭运销协会发布2026年10月下旬煤炭市场调度旬报。数据显示，10月下旬重点监测煤企完成煤炭销量8181万吨，日均销量744万吨，日均同比增加17万吨，增幅2.3%；10月全月累计销量达2.3亿吨，同比增长5.5%，下游采购热度持续升温。

需求端持续放量，保供生产同步提速。面对迎峰度冬的用煤高峰，国内煤炭产运销各环节提前部署，全力释放产能、畅通运输，保障全国供暖用电稳定。

近日，国家能源集团正式印发《国家能源集团2026—2027年供暖季能源保供工作方案》，部署今冬明春供暖季能源保供工作。此外，主产地也开足马力稳产增产。作为全国煤炭核心产区，山西、内蒙古两大基地全力保障煤炭外运供给。

同时，煤炭上市公司也在持续推进新项目建设，扩充长期产能储备。其中，淮北矿业控股股份有限公司（以下简称“淮北矿业”）正在全速推进年产800万吨陶忽图煤矿项目，目前矿井煤巷、岩巷、轨道巷等各类巷道掘进工作有序开展，首采工作面进入顺槽施工阶段。项目预计2026年底至2027年初进入联合试运转，经过2027年产能爬坡，2028年将实现全面达产。

旺季煤价坚挺，直接带动上市煤企业绩持续走高。2026年前三季度，27家煤炭上市公司合计实现营业收入9996.97亿元，同比增长8.6%；实现归母净利润1177.87亿元，同比增长25.5%。细分企业来看，多家龙头煤企利润实现大幅增长，山西潞安环保能源开发股份有限公司前三季度归母净利润26.99亿元，同比增长71.78%；陕西煤业股份有限公司前三季度实现归母净利润170.65亿元，同比增长34.23%；淮北矿业前三季度归母净利润21.46亿元，同比增长100.51%。

多家煤企在财报中表示，自产煤销量稳步增长叠加煤炭售价同比上行，是企业利润大幅修复的核心原因。

卓创资讯分析师赵丽对《证券日报》记者表示，第三季度国内煤价整体呈现盘整上升趋势，同时第三季度正值国内迎峰度夏旺季，用煤需求有支撑，带动煤炭销量增长。

机构普遍看好第四季度盈利表现。有券商分析师向《证券日报》记者表示，旺季煤价仍有充足上行空间，第四季度煤企业绩有望延续改善，行业盈利低点已经过去，整体向上趋势较为明确。

放眼更长周期，开源证券研报认为，当前电厂冬储已经进入高峰期，火电兜底用电需求将进一步支撑煤价。在能源安全底线不变、安监政策持续收紧的大背景下，2027年煤价中枢虽会小幅下移，但整体仍将维持高位运行，煤炭行业盈利韧性有望长期延续。

智谱拟回购上限为40亿港元的H股

本报记者 梁傲男

11月10日晚间，北京智谱华章科技股份有限公司（以下简称“智谱”）发布公告称，公司收到董事长刘德兵的股份回购提议后，拟根据公司股东于2026年6月22日举行的年度股东会上授予的回购H股的一般授权，在公开市场回购公司的H股。

根据公告，股份回购计划预计总金额上限为40亿港元，回购的H股总数不超过公司已发行股份总数的1%。

智谱方面对《证券日报》记者表示，公司将会考虑集团的财务状况、营运资金要求及业务发展需求，以维持充足的财务资源持续营运及增长。

“股份回购是上市公司进行市值管理的有效手段之一。公司经营基本面与股东回报形成正向共振，向市场传递长期发展信心，有利于稳定市场预期。”巨丰投顾高级投资顾问丁臻宇对《证券日报》记者表示。

从经营基本面看，今年上半年，智谱实现收入9.54亿元，同比增长近400%，超过2025年全年；毛利2.5亿元，同比增长163.7%；研发支出21.3亿元，同比增长33.6%。相较收入增速，收入构成的切换更值得关注。

上半年，智谱MaaS（模型即服务）开放平台及API（应用程序编程接口）业务收入达到8.25亿元，同比增长2736%，占公司上半年总收入的86.5%，较2025年末的26.3%显著提升。

MaaS业务盈利能力也在同步改善。上半年，智谱开放平台及API业务毛利率由上年同期的-0.4%升至24.6%；截至8月底，平台词元调用量较年初增长超过40倍，API平均售价提升约101%，呈现量价齐升。

今年9月份，智谱发布公告称，完成约50亿美元融资，包括约20亿美元股份配售及约30亿美元可转债发行。根据公告，智谱此次所得款项净额主要将用于下一代GLM模型、完全自训练体系及相关算力基础设施。

同月，智谱方面在面向分析师和投资人的电话交流会中表示，融资50亿美元后，公司坚定地扩大了算力布局。经历此次扩容后，智谱的算力初具规模，已经能支撑公司的业务高速增长和更大规模模型的持续研发。当前公司全业务口径ARR（年度经常性收入）已经达到18亿美元，年末ARR指引由24亿美元上调至30亿美元。

中国银河证券研报显示，智谱是国内独立大模型领军者，开放平台及API拉动营收高速增长。从战略定位看，智谱正由基础模型提供商进一步向AI基础设施平台升级，商业化路径逐渐清晰。智谱的核心竞争力体现在可持续的SOTA水平（指当前最先进的模型）、盈利能力的提升与商业化拓展三者之间的平衡。

万联证券投资顾问屈放对《证券日报》记者表示，智谱本次回购更多体现的是管理层维护股价和股东利益的态度，具体落实方案和实施细节还有待观察。作为大模型头部企业，公司未来股价表现主要取决于市场业绩和经营状况，商业化收入、成本控制、竞争格局和现金流等基本面因素仍是关键。因此，回购短期对股价的提振可能有限，中长期仍要看业务落地和经营业绩。

贵州茅台：

渠道协同 将是未来市场化运营重点

本报记者 冯雨瑶

11月10日，贵州茅台酒股份有限公司（以下简称“贵州茅台”）召开三季度业绩说明会，公司高管就市场关注的热点问题进行积极回应。

财报数据显示，今年前三季度，贵州茅台实现营业总收入1332.84亿元，同比增长1.82%；实现归属于上市公司股东的净利润644.67亿元。其中，第三季度营业总收入为410.06亿元，同比增长3%，归属于上市公司股东的净利润为199.51亿元，同比增长3.78%。

从渠道端看，前三季度直销渠道收入占比已升至56%，其中“i茅台”前三季度实现酒类不含税收入585.62亿元，同比增长361%。对此，有投资者提问，这种从“渠道推动”向“消费者拉动”的结构性转变，是否意味着贵州茅台已实质性收回了终端定价权？未来，在平衡直营与传统经销商利益方面有何长远规划？

贵州茅台董事王莉（代行总经理职责）表示，过往，公司改革更多聚焦供给侧，本轮改革则重在市场端，量价平衡、市场稳健成为考量、判断市场运营良性状况的重要依据。渠道协同将是未来市场化运营的重点，一是在保持渠道体系、商业模式稳定的基础上，进一步优化完善社会渠道商授权合作机制，从产品销售、市场推广、品牌宣传、服务体验等方面全面提升市场运营协同水平。二是“i茅台”持续聚焦消费者“公平、保真、便捷”的诉求，从当前的“抢购”模式逐步向满足消费者需求的日常售卖模式转变。三是自营门店持续拓展目标客群，面向社会开放销售，满足市场真实消费需求。

2026年以来，贵州茅台经过市场化变革，非标茅台酒的销售模式相比之前有很大改变，主要通过直营体系和经销渠道“代售”投放。变革带来了积极的成效，但也有投资者表示，目前，非标茅台酒的批价表现比较疲软，经销渠道“代售”的积极性似乎也不太高，如果强行向经销渠道投放，又恐回到之前的高库存状态。

对此，王莉表示，目前，代售模式总体运行平稳，销售符合预期。代售模式依托线下社会渠道商门店，与“i茅台”基本形成“线上管效率与触达、线下管转化与服务”的协同机制，但运营仍处于探索之中，需要进一步改进完善。后续，公司将结合市场反馈，不断优化代售模式运营机制，强化与其他模式的协同，为消费者提供更优质的服务。

财报数据显示，截至三季度末，贵州茅台合同负债为20.84亿元，较上年末的80.07亿元大幅减少约74%。对于这一数据的显著收缩，贵州茅台财务总监、董事会秘书余思明表示，2026年，公司改变过往向渠道“压货”的传统市场运营模式，着力推动供给与市场需求动态匹配。随着公司市场化运营的深入推进，预收账款的规模大小，已不再是衡量市场供求态势的主要指标。

自2026年初开启市场化改革与转型工作以来，贵州茅台取得了一定的成效。但王莉认为，当前，白酒行业仍然处于深度调整之中，消费需求疲软，消费场景减少态势并没有根本性转变，贵州茅台酒、茅台酱香酒均面临来自市场的挑战和考验。

“茅台酱香酒产品力、品牌力、市场基础仍然有待提升，以动销为驱动的精细化市场运营水平还要提高。”王莉表示，公司将努力提升茅台酱香酒的市场运营能力，坚持以动销为驱动精准投放，配套好相应的市场政策，充分维护好难能可贵的渠道良性生态，以支撑茅台酱香酒的稳定健康发展。

皖能电力拟1元收购控股股东子公司51%股权

本报记者 徐一鸣

11月10日晚间，安徽省皖能股份有限公司（以下简称“皖能电力”）发布公告称，为提升新能源板块整体竞争力，推动新疆区域新能源项目开发落地，公司拟以现金1元收购皖能新疆能源投资有限公司（以下简称“新疆公司”）51%股权。本次交易前，公司控股股东安徽省能源集团有限公司（以下简称“集团公司”）持有新疆公司100%股权。本次交易完成后，公司持有新疆公司51%股权，集团公司持有49%股权。

公告显示，新疆公司注册资本为20亿元人民币，截至本公告披露日股东未实缴出资。本次收购完成后，皖能电力按51%的持股比例承继新疆公司实缴出资义务，对应出资额为10.20亿元；集团公司按49%持股比例继续履行相应实缴出资义务，对应出资额为9.80亿元，各方股东按持股比例以货币资金实缴，新疆公司注册资本仍为20亿元。

众和昆仑（北京）资产管理有限公司董事长柏文喜向《证券日报》记者表示，本次交易看点在于后续出资节奏和项目落地质量。对于皖能电力而言，这是其向综合能源服务商发展的又一次实践。

记者梳理发现，本次交易是控股股东履行避免同业竞争承诺的落地动作。在此之前，集团公司已经在新疆区域布局多个风光储备项目，依托皖能电力在新疆已投产的4台66万千瓦煤电机组，打造“火电调峰+新能源发电”的配套格局，长期来看存在和皖能电力新能源业务同业竞争的隐患，通过控股权移交，把新疆公司纳入皖能电力体系，从治理层面厘清业务边界，减少集团公司与上市公司之间潜在利益冲突。

眺远影响力研究院院长高承远对《证券日报》记者表示，本次交易有利于皖能电力培育新的利润增长点，通过优化盈利结构提升经营韧性与抗风险能力，提高该公司市场竞争力与长期投资价值。