公司零距离·新经济 新动能

天津港：智慧零碳码头迈向新一程

本报记者 桂小笋

在天津港（集团）有限公司（以下简称“天津港集团”）旗下天津港第二集装箱码头有限公司（以下简称“二集司”）的码头上，一艘14万吨的货轮正缓缓驶来，准备进入泊位卸货。岸桥吊具起落，一辆辆人工智能运输机器人（ART）往返于船边和堆场，抓取、起吊、落下，现场操作人员寥寥无几。二集司工作人员告诉《证券日报》记者，这艘船次日就可以离开泊位。

能实现这一切的，正是二集司打造的全球首个“智慧零碳”码头。自投运以来，这座码头以3个20万吨级泊位、250万标准箱的年设计吞吐能力，支撑起全球最大集装箱船舶的全天候靠泊；92台ART常态化编组作业，生产及辅助设备全部电动化，风电、光伏年发电量约6000万千瓦时，运营全过程实现零碳排放。

眼下，这座码头即将走进天津港股份有限公司（以下简称“天津港”）的合并报表。



图为二集司“智慧零碳”码头 桂小笋/摄

补上业务“拼图”

天津港拥有集装箱、矿石、煤炭、原油及制品、钢材、焦炭、滚装汽车、粮食、化肥、大型设备等各类泊位，港口功能齐全。公司主营业务包括装卸、销售、物流和港口综合配套服务等。

2025年3月份，交通运输部、天津市人民政府联合发布的《天津港总体规划（2024-2035年）》提出，天津港定位为国际枢纽港和沿海主要港口，是京津冀协同发展、建设世界级港口群的重要支撑，是深入融入共建“一带一路”实现高水平对外开放的重要支点，是促进陆海深度融合、支撑国内国际双循环的重要平台，是现代化的国际航运枢纽，是建设天津北方国际航运核心区、实现天津市“一基地三区”城市发展定位的重要载体。

天津港在今年迎来了自己上市30周年的节点。同时，公司也将补上两块业务“拼图”。

今年6月份，天津港发布公告称，拟向天津港集团发行股份购买二集司、天津港汇盛码头有限公司（以下简称“汇盛码头”）股权。根据天津港发布的公告，本次交易完成后，天津港集团将盈利能力较强的港口优质资产注入公司，有助于增强公司的盈利能力，进一步提高上市公司资产质量，增强公司核心竞争力及可持续发展能力。

天津港此前已受托管理上述两项资产，本次收购将推动解决同业竞争的问题，进一步提升上市公司独立性。

“站在天津港上市30周年的节点，公司将稳步推进重组审批落地，锚定世界一流智慧绿色港口目标，统筹资产整合、智慧升级、投资者回报，高质量发展港口主业，服务京津冀协同发展与对外开放大局。”天津港董事长刘庆顺告诉记者。

推进绿色转型

资产的质地，为这次并购带来了最实在的底气。

二集司拥有3个20万吨级大型集装箱泊位，2026年上半年毛利率达59.05%；汇盛码头手握多个10万吨级至15万吨级深水泊位，还预留650米扩建岸线，将充分受益于风电装备出口、有色矿进口需求增长。

二集司的工作人员告诉记者，公司还计划优化自动配载等算法，探索设备自主学习，让码头与陆侧运输衔接得更顺畅。此外，绿色转型同步推进。码头现场的风机、光伏为作业供能，清洁运输和新能源设备广泛应用，在运营过程中，这些投入逐渐变成了效率和成本上的优势。

如果说二集司是“样板间”，天津港未来要做的，就是把样板间里的经验搬进更多作业场景。

天津港管理层告诉记者，当前，港口发展重心已由过去的规模扩张转向以智慧绿色为核心的高质量发展，天津港积极推进岸桥、场桥、门机远控及无人化改造，集装箱大型设备自动化改造比例持续提升，大力开展散货自动化技术攻关，全栈自主可控的集装箱码头管控系统（JTOS）成功上线。

天津港管理层此前在和投资者的交流中提及，公司坚定实施“拓集、优散、延链、强物流、重协同、数字化”的经营策略，通过精细化管理提升生产效能，以创新驱动拓展市场版图，凭借多维协同深化服务内涵，在服务国家战略和转型升级中谋求新的突破，不断形成新的竞争优势。

加强估值管理

由于此次交易受到市场的关注度较高，近期，天津港举办投资者走进上市公司活动，邀请机构和个人投资者走进二集司，现场感受智慧码头的魅力。

对于公司如何运用更多工具管理市值的提问，天津港管理层表示，公司将持续做实经营业绩，推动估值回归合理区间，同时将认真研究市场投资者建议。

同时，公司已经制定《三年估值提升计划》和《“提质增效重回报”行动方案》。公司积极响应现金分红政策导向，严格按照监管要求构建利润分配机制。通过在《公司章程》等制度中明确现金分红优先原则，建立了科学透明的决策体系，保障利润分配政策的连续性与稳定性，又统筹兼顾公司可持续发展需求与全体股东长远利益。公司自1996年上市以来始终坚持回馈投资者，已累计完成现金分红27次，分红金额达到54.36亿元。

天津港管理层向投资者介绍，从本次交易的备考审阅报告来看，资产注入后分红具备更好的基础；公司将审慎研究分红相关安排，后续如有相关计划，将及时履行信息披露义务。

天津港站在上市30周年的新起点上，将把“智慧绿色”从目标写进了资产、效率和回报三本账里。渤海湾的这艘14万吨货轮明天就将离泊，而这座港口的新航程，才刚刚开启。

美团第三季度实现收入1156亿元

本报记者 梁傲男

11月27日晚间，美团发布第三季度业绩报告。第三季度，美团实现收入1156亿元，同比增长21.6%，经调整净利润同比扭亏为盈。经营层面，随着外卖行业竞争环境趋于理性，叠加三季度暑期消费旺季效应，美团各项业务经营质量进一步提升，核心本地商业和新业务均保持增长。

“我们将不断推动产品与服务创新，坚定扩大生态与科技投入，持续为行业各方创造长期价值，帮大家吃得更好，生活更好。”美团CEO王兴表示。

新业务维持高增长

财报显示，第三季度美团核心本地商业保持稳健增长，新业务板块延续高增长态势。

分业务来看，外卖行业平均客单价同比明显回升。美团到店、酒店及旅游业务保持高质量增长。在此带动下，第三季度，核心本地商业板块实现收入783亿元，同比增长16.8%，经营利润同比由负转正。

在业务增长的同时，美团继续加大针对商户的支持力度，推动行业生态健康发展。目前，街坊小店占美团餐饮商户八成以上。今年以来，截至三季度末，美团已通过提供资金、经营物资、设备更新、AI工具和门店装修等方式，为22万家餐饮实体小店提供经营支持，助力小店、老店实现长效经营。

新业务板块维持高增长，经营效率持续改善。第三季度，新业务板块收入373亿元，同比增长32.9%，亏损环比收窄至13亿元，其中食杂零售和国际化业务表现突出。

分领域看，食杂零售方面，美团继续深化“线上+线下”零售渠道布局，小象超市在营城市数达85个，GTV（总交易额）增速领先行业。

国际化方面，在中国香港和中东沙特阿拉伯，美团旗下国际外卖品牌Keeta已先后实现盈利；在巴西，Keeta以圣保罗为运营重心拓展业务，总覆盖城市数已达32座，验证了其运营模式在海外市场具备较强的可复制性。

战略品牌专家、晶捷品牌咨询创始人陈晶晶对《证券日报》记者表示，对美团而言，竞争重心正在从配送效率转向商品运营、内容运营和品牌合作等综合能力。与此同时，本地供给体系的重要性进一步凸显，商品、内容与即时履约之间的协同能力，有望成为其下一阶段增长的重要驱动力。

加强AI能力建设

第三季度，美团继续加强AI（人工智能）能力建设，季度研发投入77亿元，同比增长11.3%。

在模型层面，11月份，美团发布新一代自研大模型LongCat-2.5并正式开源。LongCat-2.5延续“国模国芯”研发路线，不仅原生支持多模态，模型整体能力也比肩当前国际成熟闭源模型和头部开源模型。

在模型能力之上，美团加快推动AI向商家经营场景落地。在商家侧，美团基于自研大模型推出AI经营工作台“妙手”（CatPaw），将通用AI能力与美团长期积累的行业经验和经营数据深度融合，帮助商家诊断经营痛点、辅助决策并自动化执行任务。

在用户侧，美团AI管家“小团”的理解和执行能力进一步提升，越来越多用户在日常场景中习惯通过“小团”解决各类消费需求。

在线上AI应用加速落地的同时，美团还持续打造物理世界的AI底座和行动能力，推动行业升级。今年以来，美团“无人机外卖”加速“出海”。目前，美团无人机全球累计完成超110万笔订单，技术在真实场景中接受检验、持续迭代。

中国电子商务专家服务中心副主任郭涛在接受《证券日报》记者采访时表示，美团把大模型作为底座能力，把AI智能体和自动化执行嵌入高频交易与物理履约场景。在外卖侧优化预测、调度、定价和客服；在到店侧辅助商家诊断经营、决策执行；在配送侧以无人机等物理AI形成软硬一体差异化，优先服务内部业务提效。

“我们会继续积极推进AI与真实业务场景的深度融合，用科技推动零售业务高质量增长，为行业发展贡献更多力量。”美团CFO陈少晖表示。

八方股份：订单及生产逐渐恢复正常

本报记者 陈 红

11月27日，八方电气（苏州）股份有限公司（以下简称“八方股份”）召开2026年三季度业绩说明会。公司董事长兼总经理王清华、独立董事张为公、董事会秘书周琴、财务总监吴蔚蔚就海外市场去库存与订单回暖、汇率应对、现金流与库存管理、行业竞争环境及新品类拓展等市场关切问题，对《证券日报》记者及线上投资者一一作出回应。

公告显示，2026年前三季度，八方股份实现营业收入13.21亿元，同比增长27.67%；归属于上市公司股东的净利润1.58亿元，同比增长136.67%。其中，第三季度单季实现营业收入4.60亿元，同比增长17.57%；归属于上市公司股东的净利润5103.92万元，同比增长47.06%。

业绩增长主要源于海外终端市场去库存进入尾声，订单及生产逐渐恢复正常，八方股份积极开拓新市场、新客户，销量有所增加。

吴蔚蔚对《证券日报》记者表示：“目前各主要市场的库存已基本恢复正常水平，终端消费需求成为拉动行业增长的重要因素。”

需求修复之外，外销结算中的汇率因素同样影响业绩表现。公告显示，2026年前三季度公司外币财务报表折算差额为-751.23万元，上年同期为458.07万元。针对这一情况，张为公对《证券日报》记者表示：“公司外销收入占e-bike（电踏车）业务收入约30%，结算方式以美元为主，跨境人民币次之；公司会积极与客户进行商务谈判，持续跟进扩大跨境人民币的结算范围，以应对汇率波动对业绩的影响。”

规模扩张过程中，财务质量也受到关注。对于公司今年前三季度经营活动现金流量净额同比下降近八成、应收账款与存货规模上升的情况，周琴对《证券日报》记者表示：“公司大部分应收账款均通过政策性信用保险机构投保，公司根据授予的信用额度，针对不同客户信用状况制定不同的信用政策并严格执行；2026年前三季度公司库存水平有所增长，除电芯、PCB板（印制电路板）、磁材等有部分备货外，其他存货规模与营收规模基本匹配。”

谈及公司所处电踏车行业的发展前景与竞争态势，王清华对《证券日报》记者表示：“行业仍具备发展潜力与韧性，近年来市场发生一些变化，中国品牌崛起，以其成熟的供应链配套及灵活的反应速度将对总体市场格局产生影响，未来行业竞争将进一步加剧。”

“公司完整的产品品类、制造效率、可靠性、创新能力与品牌影响力具备全球竞争力，后续将进一步把研发、交付与服务深度嵌入当地市场，实现在系统层面参与产品定义，与客户形成更紧密的合作关系。”王清华说。

在巩固现有市场的同时，八方股份也在培育新的增长极。“公司围绕GVT（齿轮变速传动）自动变速技术平台推出的变速产品，将变速单元内置于电机中，系统根据速度变化自动换挡，实现平顺丝滑变速，显著提升了消费者的骑行体验，经过数年的市场验证，其性能及可靠性获得了市场的高度认可，未来将成为公司业绩重要的增长点。”王清华对《证券日报》记者说。

此外，有投资者提问公司是否涉及机器人相关领域、无人机技术进展如何，王清华称：“公司目前不涉及机器人相关业务，无人机产品已有小批量出货。”

固德威：调排产拓渠道加快去库存

本报记者 陈 红 见习记者 毕凤杰

11月27日，固德威技术股份有限公司（以下简称“固德威”）举行2026年三季度业绩说明会，公司管理层围绕经营业绩、库存管理、储能业务发展及未来市场布局等话题与投资者展开交流。

固德威主要从事太阳能、储能等新能源电力电源设备的研发、生产和销售，主营产品包括光伏并网逆变器、储能逆变器、储能电池及户用系统等，并面向家庭、工商业用户及地面电站提供智慧能源管理整体解决方案。

三季报显示，2026年前三季度，固德威实现营业收入94.98亿元，同比增长53.34%；归属于上市公司股东的净利润4.31亿元，同比增长431.48%；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润4.25亿元，较上年同期扭亏为盈。其中，公司第三季度实现营业收入32.49亿元，同比增长54.07%；归属于上市公司股东的净利润1.45亿元，同比增长48.04%。

在经营现金流方面，2026年前三季度，公司经营活动产生的现金流量净额为7.74亿元，同比转正。公司在三季报中表示，经营现金流改善主要得益于销售规模扩大。

固德威董事会秘书王银超告诉《证券日报》记者，自研电池包配套使公司库存结构更加可控，在经营端体现为现金流转正及产供销协同，在交付端则体现为一体化产品交付速度加快、订单兑现能力增强。

与此同时，公司存货规模明显增加。截至2026年9月末，公司存货账面价值为53.23亿元，较2025年末增长121.71%。

固德威董事长兼总经理黄敏在回答《证券日报》记者提问时表示：“存货规模变化受市场需求、备货节奏与行业竞争等多重因素影响，公司也一直通过优化排产和拓展渠道等方式积极加快消化。”

对于投资者关注的毛利率变化情况，黄敏表示：“公司三季度毛利率略有下滑，主因是部分核心原材料涨价未完全传导叠加高价库存消化、出口退税调整等，后续毛利率有望止跌企稳并保持温和修复趋势。”

三季报显示，2026年前三季度，公司储能电池和储能逆变器销售额较上年同期大幅增加，户用系统销售额较上年同期大幅减少，上述因素综合带动公司营业收入增长。

展望第四季度储能市场，黄敏在业绩说明会上表示：“三季度海外需求受到欧洲假期、雨季等季节性因素扰动，进入四季度后，以上因素的影响会逐渐减弱，公司对未来储能业务总体保持乐观态度，将结合订单与市场需求灵活安排排产和交付。”

从业务布局来看，固德威主要布局户用储能、工商业储能及大型储能等业务。

“户储是渗透率持续提升的基本盘，而工商储以及大型储能等则是公司接力增长的新引擎。”王银超告诉《证券日报》记者，户用储能主要面向海外家庭用户和经销渠道，采用标准化产品销售模式；工商业储能则面向园区、商业楼宇等企业客户，需要结合负荷特性和电价机制制定定制化方案，采用项目制交付并延伸至运营服务。

对于工商业储能的中长期布局，黄敏向《证券日报》记者表示：“中长期来看，公司会优先聚焦峰谷价差机制清晰、负荷调节需求较强的工业园区、商业楼宇以及‘光储充’一体化等场景，并顺应电力市场化改革趋势，同步扩展虚拟电厂、需求响应等能源运营服务。”

除此之外，产业链上下游协同也是固德威未来业务布局的考量之一。王银超在回答投资者提问时表示，在中高功率储能产能扩张的背景下，公司未来会考虑与具备成熟项目开发及电力交易运营能力的企业开展深度产业协同。

渝三峡A新增长曲线显现

本报记者 冯雨瑶

传统涂料企业重庆三峡油漆股份有限公司（以下简称“渝三峡A”）对重庆蔚蓝时代节能技术有限公司（以下简称“蔚蓝时代”）的产业并购，正在交出阶段性答卷。

11月27日，渝三峡A相关负责人在接受《证券日报》记者采访时说，自纳入公司合并报表后，蔚蓝时代收入增长显著提速，多场景落地持续推进。与此同时，渝三峡A“涂料+新材料”双轮驱动的战略框架逐步落地，一条新的增长曲线已现雏形。

渝三峡A是1994年登陆深交所的老牌工业涂料企业，核心主业为工业重防腐涂料。在传统涂料行业竞争加剧、增长空间受限背景下，公司选择通过产业并购寻找转型突破口。蔚蓝时代成立于2022年12月份，主营辐射制冷涂料、反射型辐射制冷薄膜、透射型辐射制冷薄膜等产品的研发、生产与销售。2025年7月份，渝三峡A完成对蔚蓝时代的控股并购，持股51%，将其纳入合并报表，正式布局辐射制冷新材料赛道，开启从传统涂料向功能性新材料延伸的转型之路。

从成长曲线来看，并入上市公司体系后，蔚蓝时代的增长节奏明显加快。公开数据显示，蔚蓝时代2024年营收1591.18万元；2025年全年营收2757.80万元，同比增长73.32%；其中，蔚蓝时代并入渝三峡A报表的首个半年（2025年7月份至12月份），实现营收1676.64万元、净利润315.62万元。2026年上半年，蔚蓝时代实现营收达2244.28万元，已达其2025年全年收入的八成，增长动能持续释放。

“借助上市公司的渠道、供应链与产业资源，蔚蓝时代的应用版图持续拓宽，从早期的粮储赛道，逐步向汽车、储能、电力新能源等领域延伸。”上述负责人向记者介绍，粮储领域，相关产品覆盖省份持续扩容，新增江苏、湖北、江西、湖南、安徽、重庆、四川、黑龙江等地，累计覆盖省份达到15个；汽车领域，车用光学降温涂料已配套汽车零部件企业，降温皮革新材料通过知名车企全系列车规测试，天窗降温产品持续对接新能源车企供应链；储能及电力领域，企业针对湿热、沙漠等极端环境完成定制化产品开发，并在储能集装箱表面试点应用。

渠道端的布局也同步铺开。目前，蔚蓝时代已与重庆商社汽贸、广州工控达成合作，牵手头部车窗膜渠道商签订供货协议，部分产品依托经销商渠道进入中东市场，海内外市场同步拓展。

值得注意的是，现阶段蔚蓝时代营收体量在上市公司整体营收中占比仍然偏小，这条第二增长曲线尚处在培育期，对上市公司整体业绩的拉动弹性仍有待后续季度持续验证。但从经营指标看，标的并表后快速放量、当年实现盈利、多场景多点突破，已经验证了技术产业化的可行性。

“对于渝三峡A而言，这笔并购的意义不止新增一块营收。传统涂料业务本身具备配方、成膜、耐候等技术积累，与辐射制冷涂层、膜材形成技术协同，属于同材料体系下的跨界延伸。”上述负责人对记者表示，这笔并购也提供了一个样本：上市公司如何以产业资本嫁接前沿技术，把实验室成果转化为可规模化的产业。“这条路径能否走通，最终仍要由时间和经营数据作答。”

福州公孙策公关咨询有限公司合伙人詹军豪向《证券日报》记者表示，渝三峡A依托蔚蓝时代切入辐射制冷新材料赛道，可进一步丰富产品矩阵、打造新增长曲线；同时可盘活自身原有制造能力与客户资源，为新材料业务赋能。