

■凝聚多元投资合力 提高上市公司综合价值(三)

以产业新特征为锚 重塑上市公司产业投资价值

□ 杨成长 龚 芳 方思元

金融投资价值、产业投资价值及多元社会投资价值共同构筑了上市公司综合价值内涵。对于其中希望获得产业资本青睐的上市公司而言,产业投资价值是最核心、最应关注的价值维度。

长期以来,产业投资价值主要依托于产业发展趋势,“风口”在哪里,哪个产业的投资价值就被动提升。上市公司尤其是传统产业上市公司往往难以主动把握和提升自身产业价值。而当前随着我国数字经济快速发展和新一轮科技革命的纵深推进,传统的产业关系正在被深刻重塑,新技术、新模式、新业态层出不穷,催生出一系列全新的产业组织形式与生态协同逻辑。

在新发展环境下,上市公司的产业价值,不再仅仅取决于其是否身处风口产业,而是更多地取决于其能否主动识别并重新定义自身的产业角色与战略定位。换言之,每一家上市公司都拥有重新定义自身“产业身份”的机会。上市公司要敏锐把握当前战略机遇期,转变固有的产业认知和布局思维,从新的产业组织视角重新审视自身的战略定位,全面重塑企业在未来产业格局中的核心能力与价值贡献。

一、全面理解上市公司的产业投资价值

产业投资价值是衡量企业在产业链生态中的协同能力、技术潜力与长期发展前景等方面的综合价值,是产业投资人评估和决策的核心依据。与金融投资侧重于企业财务表现和盈利能力等短期回报不同,产业投资不仅评估企业当下的盈利能力,更聚焦企业是否具备可持续发展演进的技术路线、是否能够嵌入产业生态、是否拥有重构产业链条或赋能系统效率的能力,具有明显的战略导向和长期性特征。与其他社会投资关注企业 ESG 表现、社会影响力等维度不同,产业投资更加强调实物流出能力、工艺水平等,更关注企业在产业链中的功能性角色和系统性价值。

(一)大量优秀传统产业上市公司未获合理产业投资估值

近年来,随着产业结构优化调整和科技驱动发展深入推进,上市公司在并购重组、引入战略投资者、新兴产业布局等方面持续活跃,产业投资价值已成为引导资本流向、提升市场认可度、推动高质量发展的关键维度。然而,长期以来产业投资人在产业价值评估过程中普遍存在“贴标签”式的分类倾向。比如,战略性新兴产业、高新技术产业通常被视为高端、先进生产力的代表,而化工、煤炭、纺织、食品等行业则被简单归类为传统产业,并贴上低成长、低估值的标签。这种静态化、符号化的产业认知模式,使大量优秀的传统行业上市公司陷入认知困囿和估值偏差。部分上市公司在自己的领域持续深耕创新,将一根丝、一支笔、一颗螺丝、一块布做到极致,但却因难以贴上新兴产业标签,而未能获得产业投资人的足够重视与合理估值。

(二)产业格局的深刻变革,使产业投资价值的评价逻辑发生动态演变

当前产业投资价值的评价要放在更为动态和多元的产业格局中加以考量。在科技创新加速演进、数字经济深度融入产业发展的新趋势下,产业格局正发生深刻变革。

首先,数字经济带来了产业格局的根本性变革。随着数据要素广泛渗透、跨界融合不断深化,原有的行业边界日益模糊,所有产业都有机会融入“核心技术企业—转化平台—应用场景”三段式数字经济生态,为各类上市公司主动嵌入、协同创新和实现价值跃升创造了广阔空间。

其次,需求驱动的逻辑发生深刻变化。一方面,汽车、消费电子、机器人等终端产品的需求地位显著提升,终端产品对消费者的吸引力和影响力显著增强;另一方面,新消费需求愈发多元,企业通过供给创新还能不断创造并引领新的市场需求,为上市公司突破产品边界、拓展新市场、提升产业投资价值带来了更多可能性。

再其次,流量成为产业发展的关键驱动力。信息化时代,流量不仅代表着市场注意力和用户资源,更是产业链接、价值转化的重要入口。对于具备流量聚集和枢纽作用的上市公司而言,流量所带来的网络效应与数据资产增值潜力将显著拓展商业空间,为提升产业投资价值创造更多机遇。

最后,产业之间的转化充满可能性。在新质生产力发展趋势下,传统产业和新兴产业、未来产业之间的界限不再分明,传统产业通过先进技术的改造升级,能够不断衍生出高端新兴产业

- 产业投资价值是衡量企业在产业链生态中的协同能力、技术潜力与长期发展前景等方面的综合价值,是产业投资人评估和决策的核心依据。产业投资不仅评估企业当下的盈利能力,更强调企业技术积累、创新能力,关注企业在产业链中的功能性角色和系统性价值,具有明显的战略导向和长期性特征
- 随着我国数字经济快速发展和新一轮科技革命的纵深推进,传统的产业关系正在被深刻重塑。在新发展环境下,上市公司的产业价值,不再仅仅取决于其是否身处风口产业,而是更多地取决于其能否主动识别并重新定义自身的产业角色与战略定位
- 上市公司尤其是传统产业上市公司,要主动把握产业格局深度演变带来的四大机遇,打破固有路径依赖,重构企业新的核心竞争力:一是紧抓数字经济机遇,在新型产业结构中提升产业投资价值;二是把握新需求特征,在新型供需关系中提升产业投资价值;三是发挥网络枢纽优势,在流量价值转化中提升产业投资价值;四是把握产业时代特征,在传统产业与新兴产业轮动中提升产业投资价值

业形态,而新兴产业如果缺乏持续的科技引领和带动也可能成为“新传统产业”,这种可转化的产业关系为上市公司跨界升级与持续创新提供了丰富路径。

上市公司,尤其是传统产业上市公司,要主动把握产业格局深度演变带来的四大机遇,以前瞻性视角和系统化思维,打破固有路径依赖,在产业跃迁和价值重构中持续塑造企业新的核心竞争力和可持续发展优势。

二、紧抓数字经济机遇,在新型产业结构中提升产业投资价值

随着新一代信息技术加速突破应用,当前数字经济已成为全球经济增长的新引擎。数据、算法、算力等要素驱动产业的持续创新与深度融合,重塑了产业的组织方式和竞争格局。

(一)数字经济产业生态具有极强的包容性,不是少数企业的专利

数字经济不是少数“数字企业”的专属标签,而是一场跨越行业、打破边界的系统性产业变革。当前数字经济在实践中,逐步形成了以“核心技术企业、转化平台、应用场景”为主的三段式组织结构,核心技术企业专注于关键数字技术的掌控与创新,转化平台企业承担技术转化、产品集成的桥梁作用,而应用场景企业则负责将数字技术嵌入实际产业场景,实现商业价值落地。

数字经济的“三段式”产业生态具有极强的全局性和包容性。“核心技术企业”和“转化平台企业”大多属于数字经济核心产业,而“应用场景”环节理论上可以覆盖农业、工业、服务业等所有行业领域。比如,制造、交通、物流、建筑、零售等行业企业,就涉及大量场景、流程、客户和数据,是数字经济真正落地与价值实现的关键入口。长期以来,这些行业的上市公司多被简单归类为传统产业,在产业属性上难以获得资本市场的关注与合理估值,而随着数字经济新生态的建立,传统产业企业拥有了嵌入数字经济的现实路径与空间。

(二)传统领域中上市公司要主动在“三段式”新业态中找准并强化自身定位

当前核心技术企业和平台型企业大多已归类为新兴产业范畴,受到产业投资人的广泛关注,大量传统产业上市公司要用好自身扎根实体经济、贴近实际需求的丰富场景资源,主动在“应用场景”这一关键环节中明确自身定位,深度嵌入数字生态,重构产业身份,拓展价值边界。例如,传统制造业领域上市公司可以积极打造智慧场景,围绕生产、物流、仓储、销售、服务等业务环节,推进智能制造、智慧物流、智能园区、数字工厂等应用场景建设,将传统业务流程转化为可视化、可预测、可优化的数字空间。住宿餐饮、批发零售等服务业要积极推进智慧门店、数字化供应链、智能化营销等数字应用场景落地,提升客户体验与运营效率。教育、医疗领域的服务业要加快智能教学、远程诊疗、健康管理、数据驱动个性化服务等数字化升级,实现资源优化配置和服务模式创新。

更为关键的是,相关领域上市公司要积极主动重塑数字化价值叙事体系,在投资者关系管理、产业布局规划、资本合作洽谈等环节,将企业数字化应用场景、创新案例、运营成果、行业解决方案等融入投资者沟通与品牌传播,讲好“数字经济应用场景”故事,提升企业在产业投资者和资本市场的认可度。

三、把握新需求特征,在新型供需关系中提升产业投资价值

近年来,传统“需求引领供给”的单向线

性逻辑正在加速向“需求引领供给”与“供给创造需求”并重的动态逻辑演进,产业边界不再仅仅由技术能力或行业属性决定,而是取决于企业能否主动对接终端需求、满足不断演化的新兴需求、并有效引领消费趋势。上市公司,尤其是传统产业上市公司,要敏锐把握新需求特征,跳出行业标签与传统供需逻辑的束缚,重塑产品和服务定义,打造新的价值增长曲线。

(一)上市公司应主动对接终端需求,拓宽成长空间

在消费升级、终端产品需求快速迭代的背景下,以新能源汽车、智能手机、人形机器人、电子消费终端等为代表的产业,均呈现出以终端产品需求为牵引、终端链主企业带动产业链上下游协同创新发展的“终端驱动型”产业链模式。终端产品聚合了最广泛的用户需求、最前沿的技术应用和最强的品牌黏性,近年来市场需求快速扩张,产业体量持续增长,在产业生态中的地位日益凸显。

在这一背景下,对于汽车零部件、电子元器件、材料制造、电池、工业自动化装备等配套类上市公司而言,能否嵌入终端驱动型产业链,将直接决定其价值创造水平与成长空间。相关领域上市公司要积极顺应终端驱动逻辑,主动靠近终端、服务终端、绑定终端,真正嵌入终端型产业叙事体系,提升自身产品技术水平,赢得市场与产业资本的双重认可。

具体来看,一方面,上市公司要主动加强与整机企业或终端品牌方的合作,深入研究链主企业的产品架构、技术标准、采购逻辑,围绕核心部件、关键材料等高价值节点找准连接点和合作点。另一方面,上市公司要提升快速响应与协同创新能力,打造柔性制造和智能运维体系,快速响应终端市场变化,实现研发、生产、交付与服务的高度协同。此外,上市公司还要聚焦核心技术和产品差异化,在关键材料、核心零部件等领域持续创新,形成不可替代的技术壁垒和专业优势,提升在终端产业链中的地位。

(二)多元新需求正成为重塑产业生态的重要驱动力,上市公司要紧跟需求演化趋势,在积极满足需求的同时主动创造需求

近年来,随着我国社会物质生活水平不断提升,社会需求正从基础生存需求转向追求生活品质、情感价值和个性认同,呈现出丰富化、多样化、个性化趋势,且消费者愿意为高质量、个性化、情绪价值和精神归属感支付溢价。与此同时,越来越多的上市公司敏锐地捕捉到了这一消费心理的微妙变化。它们不再局限于传统的产品思维,通过与 IP 文化、社交媒体深度融合,主动创造新的消费需求。例如,泡泡玛特通过 IP 设计、社交营销和场景体验,成功打造了“LABUBU”系列潮流手办。这一产品不仅是一个玩具,更是一种以情绪共鸣和个性表达为核心的新需求的代表,引发了年轻消费者的追捧。传统产业上市公司应洞察经济形态和多元新需求的演变趋势,一方面,要以消费者为中心,精准识别并积极回应个性化、情绪化和价值型需求;另一方面,要主动创造新消费场景、新消费体验与新消费模式,以创新的供给引领和激发更多潜在需求,开辟新的增长点。

在服装、食品、家具、茶饮等传统消费品制造领域,上市公司可以围绕消费者的个性表达、情绪共鸣与价值认同,跳出传统规模化、标准化的思维模式,通过产品再设计、场景再定义和品牌再塑造,打造差异化、精准化、个性化、定制化的产品体系和服务体系。

在餐饮、住宿、零售等传统服务业领域,上市公司要积极创造复合型、沉浸式消费场景,满足并引领新的情绪和价值需求。例如,在宠物经济快速发展的趋势下,餐饮企业可以突破原有逻辑,打造宠物米其林餐厅,提供宠物定制化餐食与陪伴式服务;健身房可以跨界打造宠物健身专区,满足主人与宠物共同锻炼、增进互动的

情感需求;酒店业可以设置宠物友好型客房与专属服务,满足宠物主人的情感陪伴需求和安心出行需求。

四、发挥网络枢纽优势,在流量价值转化中提升产业投资价值

在信息化时代,人流、物流、资金流、信息流、能源流等正以前所未有的速度在产业体系中流动和重组。流量已不再只是简单的技术指标,而是企业与市场之间连接深度的核心体现,它既是需求的入口,也是价值的起点。谁掌握了流量,谁就掌握了用户,谁就有能力形成以流量带动发展的网络枢纽效应和规模倍数效应,推动产业生态从线性分工向网络化协同转变,催生新的增长极和发展机遇。

(一)传统领域上市公司要抓住机遇,向数字化价值高地跃迁

过去,部分能源、交通、电信、公用事业、金融、物流等传统行业的上市公司虽然具备产业网络枢纽地位,拥有庞大的基础设施、网络触达能力和资源集散能力,但是由于缺乏系统化的流量运营思维与数据价值挖掘路径,往往未能将客户基础转化成流量优势和持续的增值能力,错失了新经济赋能产业升级的红利。

当前,随着信息化进程加快以及流量运营理念的普及,相关领域的上市公司迎来了提升产业投资价值的新机遇。谁能够率先用好网络枢纽,系统整合人流、物流、资金流、信息流、能源流等多元要素,谁就有望在产业升级和资源整合中赢得主动权,实现从传统枢纽向数字化价值高地转型跃升。

(二)网络节点型上市公司要将流量资源转化为核心竞争力,提高产业投资价值

网络枢纽类上市公司要积极用好流量枢纽和网络节点优势,全面提升流量的价值转化能力。上市公司要精准挖掘自身在流量与枢纽方面的禀赋特征,特别是一些已具备网络节点属性的企业,比如能源、交通、电信、公用事业、金融、物流领域的上市公司,要积极成网、强链,通过流量的集聚、流通与智能调配,持续释放流量的赋能价值。

例如,处在关键节点城市或交通枢纽的上市公司,要积极对接区域交通网、物流网,主动融入多式联运体系与供应链枢纽网络,借助基础设施流量形成的网络倍数效应,提高流量的转化效率。与能源网络相关的上市公司要加快融入能源网,积极参与分布式光伏、微电网、智能充电桩等能源节点建设,并通过智能调度、虚拟电厂等,实现能源生产、传输、消费的全链路数字化闭环。与电信网络相关的上市公司应加快布局以 5G、云计算、数据中心为核心的数字信息基础设施,提升数据传输与算力枢纽能力,形成信息流的规模效应与网络效应。

在此基础上,网络枢纽型上市公司还要积极开展流量的深度开发和增值利用,将流量资源转化为核心竞争力与产业投资价值。例如,围绕交通枢纽开展物流调度与货运撮合服务,围绕能源终端开发智慧用能与碳资产管理服务,围绕通信网络提供边缘算力、数据托管与分发服务等,不断拓展流量的商业应用场景,持续提升产业投资价值与核心竞争力。

五、把握产业时代特征,在传统与新兴轮动中提升产业投资价值

在新一轮科技革命和产业变革背景下,产业之间的边界日益模糊,传统产业、新兴产业与未来产业正呈现出融合演进、相互转化的发展态势,上市公司要在产业的轮动转换中不断提

升自身的产业投资价值。

(一)传统产业上市公司须打破思维定式,重新定义自我

在当前科技加速演进、消费需求快速迭代的大背景下,传统产业在数字化、智能化、绿色化改造中不断涌现出新业态、新模式,催生出具具有高附加值的新兴产业形态。比如,餐饮行业虽属典型的传统产业,但通过预制菜、智能厨房、即时配送等技术融合与服务创新,可以很好地满足年轻人“不做饭但要吃饭”的生活需求,同样具备向新兴产业跃升的可能。传统产业上市公司不能固守传统产业的刻板标签,要从产业相互转化、融合演进的角度重新认识自身价值与发展潜力,积极打破路径依赖和身份焦虑,立足自身资源禀赋与能力基础,主动识变、立变、求变,深挖主业与新兴产业、未来产业之间的协同潜力,积极探索“老树发新芽”的多元路径。

上市公司要从多个维度系统性地识别未来有潜力的发展方向。在政策导向方面,要紧密跟踪国家重大战略和产业政策,关注人工智能、绿色制造、数据要素流通等前沿领域,从国家战略和地方规划中挖掘先机,主动布局具备核心竞争力的产业链关键环节。

在市场需求层面,要积极追踪终端市场需求变化,围绕智慧出行、健康消费、养老照护、数字娱乐、智能家居等高景气度领域,探索产业链深度嵌入。

在技术演进方面,要结合自身主业优势,主动对接前沿科技与行业创新,发掘具备协同放大效应的技术交叉点或场景突破口。例如,传统材料企业可向高性能、智能化、绿色环保等功能性材料升级;食品企业可切入营养健康、特医食品、智慧供应链等消费品创新环节;家电企业可借助物联网、AI、大数据等数字技术,向智慧生活整体解决方案转型。要通过多维度、多层次的战略布局和协同创新,不断提升企业的产业适应性、创新活力和核心竞争力,从“跟跑者”转变为“价值引领者”。

(二)新兴领域上市公司不能满足“新兴”的身份,应持续保持创新发展动力

新兴产业虽然具有很强的科技引领带动作用,但新兴产业一旦形成规模化、标准化并进入成熟周期,也面临“传统化”的风险,陷入路径依赖和技术惰性,失去原有的创新力。比如,光伏产业在经历十余年的爆发式扩张后,部分环节已出现产能过剩与技术同质化问题,进入比拼价格、拼产能的内卷阶段,若不能在下一代技术、场景拓展、系统集成等方面实现突破,便可能沦为“新传统行业”。

新兴产业的科技创新能力是驱动产业持续增长与变革的核心动力。当前,我国部分新兴领域上市公司存在创新惰性倾向,部分企业在发展初期凭借产业风口迅速崛起,但是在后续发展中缺乏持续创新动力,对核心技术、产品研发和技术升级投入不足;部分新兴领域的企业存在急功近利、追求短期效益的倾向,热衷于通过蹭热点获取流量,却忽视了核心能力的积累,长期处于“跟跑者”的角色,难以实现真正的行业引领。

在激烈市场竞争与技术更替加快的背景下,新兴产业企业除了要有追求卓越的进取心,更要有坚守长远发展的定力。一方面,新兴领域的上市公司要持续关注技术前沿和产业变革趋势,积极布局未来产业,要加强前沿领域的原始创新和交叉创新,聚焦储能、储能、量子信息、生物制造、脑机接口、新型储能、低碳技术等具有变革潜力的新兴赛道,抢占产业制高点,打造全球竞争力。

另一方面,新兴领域上市公司要注重构建技术护城河,围绕关键技术领域进行长期投入,构建难以被复制和超越的核心优势。产业发展的规律表明,只有坚持长期主义、稳扎稳打,才能真正沉淀出独特的竞争力。以华为为例,其在芯片、自主操作系统、通信协议、5G 技术等关键领域始终坚持前瞻性战略布局和持续投入,面对国际形势剧变和多重外部挑战,依然保持技术自立和战略定力,不断提升核心竞争力,成为中国高科技产业自主创新和高质量发展的典范。因此,对新兴领域上市公司而言,“长坡厚雪”并非一句口号,它意味着在关键技术阵地筑起高墙,更意味着把长期投入写进企业的基因。

在新一轮科技革命的推动下,产业格局与企业价值体系正加速重构。上市公司要抓住这一战略窗口期,主动打破传统边界,突破思维定式,重塑自身在产业中的角色定位与核心能力,实现企业价值的持续跃升与高质量发展。

(杨成长系申万宏源研究首席经济学家,全国政协委员;龚芳系申万宏源研究政策研究室主任,首席研究员;方思元系申万宏源研究高级研究员)