

■从半年报看产业新活力■

上半年实现净利润454亿元 贵州茅台仍是基金“心头好”

◎记者 时娜

8月12日晚，贵州茅台发布2025年半年报。公司上半年实现营业总收入910.94亿元，同比增长9.16%；实现归母净利润454.03亿元，同比增长8.89%。其中，茅台国际化取得显著进展，海外营收为28.93亿元，同比增长31.29%。

贵州茅台在半年报中表示，白酒行业正处于宏观经济周期与产业调整周期的双重叠加时期，未来发展虽面临不少挑战与压力，但有利因素强于不利因素，公司总体发展态势依然向好。

中国酒业独立评论人肖竹青对上海证券报记者表示，上半年，贵州茅台在复杂经济环境下，财务数据稳健增长，国际化进程显著提速，系列酒成为第二增长极，充分体现了茅台“以稳应变”的战略定力。面对消费代际更迭与宏观经济波动，茅台通过场景转型、客群转型、服务转型，并借助数字化手段提升渠道效率，实现了精准渠道适配、文化价值赋能和服务升级，把握住了消费升级的核心客群需求。从长期看，公司有望继续聚焦高端化、国际化、年轻化三大方向，聚焦“双轮驱动”和“双碳”战略，打开新的增长空间。

聚焦“三个转型”保持稳健发展

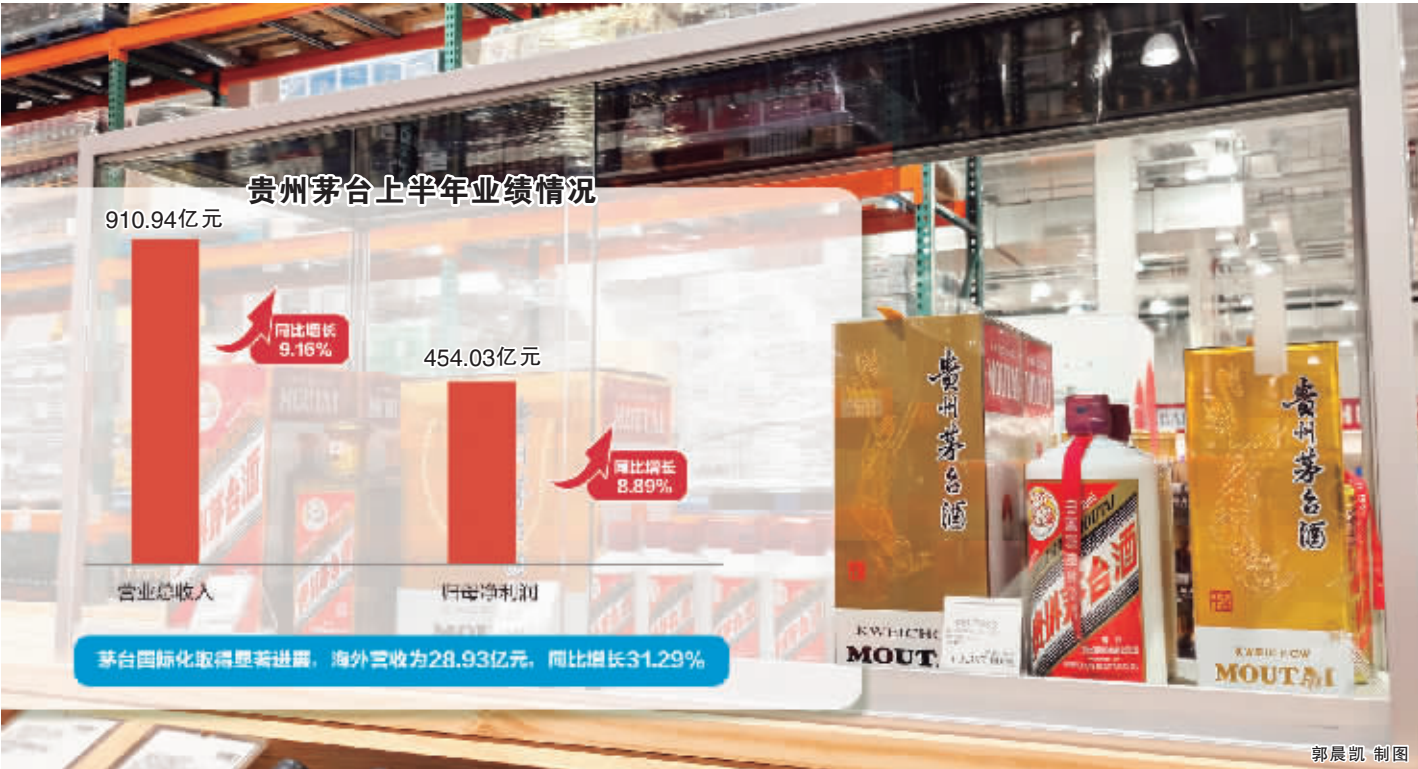
上半年，贵州茅台聚焦主业，发展质量进一步提升，不仅保持充沛的现金流，营业总收入、利润总额、归属于上市公司股东的净利润三大核心财务指标增速均在9%左右。

分业务看，上半年茅台酒基酒产量约为4.37万吨，实现销售收入755.90亿元；系列酒基酒产量约为2.96万吨，实现销售收入137.63亿元；通过“i茅台”数字营销平台实现酒类不含税收入107.60亿元。各项数据均保持平稳增长。

业界分析认为，平稳的增长源于贵州茅台核心产品体系的持续健康发展以及市场策略的有效执行。

2025年以来，贵州茅台持续推进客群转型、场景转型和服务转型。以2025年5月20日举行的“茅友嘉年华”活动为例，茅台选择“音乐+文化”的跨界模式，将大型音乐节与非遗文化互动融合在一起，不仅被各界认为是白酒吸引年轻消费者的有益探索，更是将品牌融入多元生活场景的有益尝试。

作为贵州茅台的核心产品，53度飞天茅台酒终端零售价格整体保持平稳。据湖北、贵州等地的经销商反馈，近几个月茅台



酒的市场成交价格一直比较稳定，经销商的动销情况良好，茅台酒依然是各地高端市场的首选品牌。

半年报显示，贵州茅台的系列酒营收占比提升至13.88%，同比增长18.3%。茅台1935、汉酱等核心产品通过优化升级，精准切入中高端市场，动销回暖，毛利率达79.87%。据接近贵州茅台的分析人士称，贵州茅台计划通过渠道下沉和场景创新，进一步释放系列酒市场潜力。

在平稳增长的同时，贵州茅台仍保持着充沛的现金流。半年报显示，截至2025年6月30日，公司现金及现金等价物余额达1428.85亿元。充沛的现金流为贵州茅台应对市场变化、把握发展机遇以及持续回报股东提供坚实的财务保障，更成为支撑其未来持续健康发展的重要优势。

仍是基金“心头好”

从整体业绩看，贵州茅台核心业务板块保持稳定，生产、销售及研发等关键环节均按计划推进。半年报显示，上半年贵州茅台已派发346.71亿元的现金红利，并完成52.02亿元的股份回购。

稳健的基本面叠加大方的分红，让贵州茅台继续成为基金的重仓对象。在广发证券

发布的食品饮料2025年基金二季报持仓分析中，贵州茅台依然位居基金重仓股前十。半年报显示，上半年，中国工商银行—上证50交易型开放式指数证券投资基金等4只基金增持了贵州茅台。

基于稳健的基本面，多家券商在研报中维持对贵州茅台的“买入”或“增持”评级。

西部证券认为，茅台依然具备长期配置价值，其独特的社交属性与时间价值，使其具备长期跑赢居民财富增速的潜力。在底线情景测算下，通过产能扩张与出厂价提升，贵州茅台未来十年整体业绩仍有望保持稳健增长。

国际化进程显著提速

数据显示，上半年，贵州茅台海外营收为28.93亿元，同比增长31.29%。业内人士认为，茅台全球化进程取得显著进展，这成为公司对冲国内市场周期波动的有效手段。

近年来，贵州茅台先后赴欧洲、北美、东亚、大洋洲等地的30多个国家和地区，深入开展市场调研和品牌推广交流，深入了解当地消费习惯与喜好，并着力发展与国际渠道商的命运共同体，让产品更好地触达全球消费者。

同时，贵州茅台还创新营销模式，与全球消费者建立深层链接。近年来，贵州茅台频繁

亮相国际主流政商会议，如APEC峰会、达沃斯论坛、世界华商大会等，打造“茅台之夜”“茅台文化节”等国际品牌IP，让全球更多消费者体验来自茅台的东方酿造智慧。

肖竹青表示，贵州茅台国际市场渠道建设和属地市场核心消费人群圈层互动取得重大突破，成为贵州茅台上半年业绩增长的重要推动力。国际化是茅台从“中国名酒”迈向“世界名酒”的必由之路，茅台正推进“三步走”战略，即从产品“出口”到品牌“出海”，最终实现企业“国际化”的价值创造能力。这个过程不仅是销售市场的拓展，更是文化输出和品牌升维的过程。

业内人士认为，当前，全球烈酒市场规模仍在持续扩容中，茅台出海大有可为。Statista数据显示，全球烈酒市场规模预计2025年将达到6031亿美元，中国作为世界三大烈酒生产国之一，白酒出口的潜力巨大。而茅台作为中国高端白酒的代表，过去两年，出口额占行业出口额超七成。

贵州茅台表示，接下来将坚持“酒文化的极致”的定位，持续巩固自身优势，以更高标准满足消费者对高品质产品的需求。同时，公司将坚持强化服务能力不动摇，持续做优服务，给消费者提供“满满的情绪价值”，以赢得更多消费者的青睐。

协会倡议抵制恶性竞争 “反内卷”之风吹到锂行业

◎李子健 记者 霍星羽

8月12日，中国有色金属工业协会锂业分会向锂产业链相关企业发出倡议，呼吁以实际行动抵制“内卷式”恶性竞争，共同营造公平公正、平稳有序的市场环境。

受访人士表示，“反内卷”之风方兴未艾，政策端正朝抬价格、抬预期、改变供需平衡表的方向演进。这场“反内卷”行动或以有关部门组织召开座谈会、协会指导号召企业执行、头部企业率先控产提价、中小企业跟随的节奏落地。一系列举措有望推动锂行业更加健康有序发展。

协会发声：防止“内卷式”恶性竞争

8月12日上午，中国有色金属工业协会锂业分会发文表示，为强化行业自律，防止“内卷式”恶性竞争，保障产业链供应链安全，促进锂行业健康有序发展，锂业分会向锂产业链相关企业发出倡议。

锂业分会倡议，加强上下游协同，维护产业安全。秉持产业命运共同体发展理念，坚持市场公平竞争原则，坚决抵制无序竞争、垄断市场、虚假宣传等行为。积极研判市场发展趋势，合理布局新建产能。提升产业链上下游战略合作层次与协同发展水平，增强信息透明度减少沟通壁垒。通过签订长期合作协议等方式稳定市场供应，推动布局优化与产业链协同，保障产业链供应链循环畅通，维护行业良性发展环境。

锂业分会还倡议，加大研发投入，推动创新发展。以增品种、强品质、创品牌为抓手，深化产学研用合作，增强行业交流，加大研发投入，改进生产工艺，避免同质化竞争，通过技术创新、管理创新、模式创新为行业发展注入新动能。

同时，协会提倡践行绿色生产，推动可持续发展。锂业分会还倡议，相关企业遵守统计制度，强化自律意识；参与标准制定，提升国际竞争力等。

“让我们携手共进，积极践行上述倡议，以实际行动抵制‘内卷式’恶性竞争，共同营造公平公正、平稳有序的市场环境，推动我国锂产业迈向高端化、智能化、可持续的高质量发展新阶段。”锂业分会表示。

有业内人士分析称，该倡议的核心是破除

“内卷式”恶性竞争，推动锂行业从粗放扩张转向高质量发展。其本质是通过行业自律实现三重平衡——供需平衡、产业链平衡、发展模式平衡。具体而言，即遏制产能无序扩张，避免价格战；强化上下游协同，保障供应链安全；从卷价格转向卷技术、卷绿色、卷标准。

锂业同质化竞争激烈

有锂业专家认为，当前锂行业正经历“供给侧改革2.0”阶段：政策端反内卷，供给端出清、需求端升级，三重驱动下，行业发布倡议恰逢其时。若执行到位，将推动锂价回归合理区间，预计碳酸锂价格将稳定在10万元/吨以上，劣质产能加速淘汰，最终逐渐形成“绿色锂业—高端技术—国际标准”的新三角竞争力，支撑中国锂电全球化布局。

国信期货首席分析师顾冯达在接受上海证券报记者采访时表示，新能源是本轮“反内卷”的“样板间”。政策面正朝着抬价格、抬预期，强力影响供需平衡表的方向演进。

为何“反内卷”之风吹到锂行业？在顾冯达看来，近年来锂业同质化竞争极为激烈，尤其是在中上游出现了中低品位的云母矿、陶瓷土矿锂资源的过度开发。

有市场分析人士分析，不仅是中上游，甚至全产业链都陷入“越卷越弱，越弱越卷”的恶性循环。2024年及2025年上半年，国内不少低品位、高成本的产能处于亏损生产、牺牲环保、恶性竞争状态，通过“硬扛”来支撑企业运营、争夺市场份额。

宁德时代宜春柞下窝矿区采矿端停产是“反内卷”政策的强烈信号。宁德时代8月11日在互动平台表示，公司在宜春项目采矿许可证8月9日到期后已暂停开采作业，正按相关规定尽快办理采矿证延续申请。

顾冯达认为，在这种情况下，未来一两个月看涨碳酸锂期货价格，不过进入第四季度后，碳酸锂价格或冲高回落。

8月12日，碳酸锂期货主力合约（LC2511）跳空高开，早盘强势上冲9.81%，最高达88840元/吨，创年内价格新高；截至下午收盘，合约价格涨2%。A股市场，江特电机股价涨停，天齐锂业收涨2.15%，赣锋锂

业、融捷股份分别下跌2.62%、3.86%。

加强行业自律

业内人士表示，锂业“反内卷”或正以这种形式展开：有关部门组织协会开座谈会；协会发文号召，规范企业健康运行；头部企业抱团，协会指导其联合起来控产提价，带动中小企业良性运行。

如何避免行业自律沦为“空谈”？有专家建议，构建有效的监督机制：数据监管，建立锂业大数据平台，实时监控产能、库存、价格，

对异常数据企业启动审计；奖惩联动，对违规企业作出限制融资、限制矿产开采权等惩罚。

天赐材料相关人士表示，除了行业自律之外，相关部门可能更需要注重保护技术领先的企业，通过完善知识产权保护相关法规，来防止部分公司通过窃取商业秘密等不正当手段进行快速扩产，从而避免由此引发的产能过剩问题。

赣锋锂业相关人士表示，行业自律十分重要，可通过各类激励措施，号召企业从价格竞争向创新化竞争过渡，研发高端产品与先进工艺，并培育制定行业标准的能力。

隔膜行业“反内卷”达成五项共识 业内人士：超预期！

◎李子健 记者 霍星羽

中国塑料加工工业协会电池薄膜专业委员会8月12日消息，近日，锂电池干法隔膜骨干生产企业负责人闭门座谈会在深圳召开。星源材质、恩捷股份、沧州明珠等8家隔膜企业参会。

据介绍，参会企业达成五项共识：一是价格自律。将价格稳定在成本线以上，以利企业的生存。二是科学释放产能。结合市场供需动态，科学调控生产节奏，参考供需比60%的合理区间。三是暂停扩产。由于供需较大失衡，未来两年以消化现有产能为主，暂缓新扩产计划，集中优化存量。四是加强产业链合作。加强产业链交流，成本信息共享，共同维护产业链的健康生态，实现互利共赢、可持续发展的长远目标。五是社会监督。希望产业链相关协会和社会监督，承诺在合理售价下，保证生产供给符合标准要求产品。

此次会议被视为响应国家“反内卷”等政策的具体实践，标志着行业向协同创新、高质量发展迈出重要一步。星源材质董秘李昇告诉记者，公司向来反对打“价格战”，该次会议达成的共识超预期，公司积极响应国家号召，坚决促进行业健康发展。

从“行业繁荣”到“野蛮生长”，锂电产业链经历了行业阵痛。高工产业研究院报告显示，2024年，中国锂电材料企业整体业绩承压，四大主材营收均出现下滑。其中，正极材料下滑超40%，电解液、负极、隔膜分别同比下滑20%、4.5%和11.7%。38家锂电材料上市公司中，半数企业陷入亏损，正极、电解液企业整体利润为负，负极、隔膜凭借技术壁垒相对抗跌，但盈利也大幅下滑。

有业内人士表示，基于利润出让的非理性竞争，可能会带来销量短期不足。但企业如果缺乏利润，技术研发投入不足，产能很快就会变得落后。落后产能为了取得订单，又进一步降价，从而陷入恶性循环，危及行业正常生态。

“若锂电隔膜行业企业能贯彻相关倡议，遵循提升质量要求与避免低价倾销原则，行业将能回归良性竞争。不仅企业能逐步恢复盈利能力，还能进一步投入新产品开发和安全性提升等方面。”李昇认为。

高工锂电相关人士表示，“反内卷”让行业重新回到可持续、健康的增长，这具有更重要的意义。以锂电为代表的技术含量高、绿色化产业，将会成为中国经济新一轮增长的主要动能。企业真正的创新不是牺牲利润，而是技术投入，只有这样，企业才能真正分享到发展红利。

华为与汽车央企 智能化合作全面升级

◎记者 俞立严

中国传统汽车产业和智能化产业跨界合作进入新阶段。新成立的汽车央企中国长安汽车集团有限公司（简称“中国长安汽车”）董事长朱华荣日前专程前往深圳华为总部拜访了华为公司创始人兼CEO任正非，并围绕产业竞争态势、未来竞争格局等交流互学。

8月11日，中国汽车工业协会（简称“中汽协”）发布央企东风汽车7月销售数据，其中东风汽车参股的赛力斯和华为合作的问界品牌贡献了东风新能源车近一半的销量。东风汽车有关负责人对上海证券报记者表示，东风与华为将进入深入合作阶段，要实现从研发到市场的全链条协作。

业内专家分析，与新能源化经历较长过程不同，汽车智能化甫一落地便进入快速发展期。随着智能化开启普及加速新阶段，东风、长安等汽车央企与智能领域巨头华为的合作也在全面升级，这种跨界新合作模式既有利于汽车央企应对挑战，实现转型发展，也将给华为以及国内智能化产业链其他企业带来新的机遇。

新长安锚定智能化战略 将与华为联合共创产品

8月11日晚，上市公司长安汽车公告称，公司及间接控股股东中国长安汽车部分董事、高级管理人员计划自2025年8月12日起6个月内，通过深交所交易系统集中竞价交易的方式增持公司A股股份，合计增持金额不低于570万元。

7月29日，中国长安汽车在重庆挂牌成立，成为继中国一汽、东风汽车之后的国内第三家汽车央企。公告介绍，此次朱华荣等现任全体董事、高级管理人员对长安汽车的增持，主要是基于对公司长期投资价值 and 未来持续发展前景的充分认可，同时为增强投资者信心，以实际行动保护广大投资者利益。

新集团成立后，长安管理层动作频频。8月9日晚，朱华荣发文透露自己带队在8月8日前往深圳华为总部拜访任正非，双方围绕产业竞争态势、未来竞争格局等交流学习。任正非就支持长安汽车、阿维塔品牌等提出针对性、指导性意见。“任总的视野、格局、睿智、激情，我等感触颇深，受益匪浅，令人敬佩。”朱华荣说。他介绍，长安汽车代表还与徐直军、余承东等华为高管进行了交流。

阿维塔科技成立于2018年，长安汽车和宁德时代分别为第一和第二大股东，华为此前作为合作伙伴，主要提供智能辅助驾驶算法、智能座舱等智能化部件。据最新统计，阿维塔7月销量同比增长178%，连续5个月销量破万辆。阿维塔科技总裁陈卓透露，公司与华为正在有序推动合作，第一款联合共创产品将在2026年推出。

业内专家分析，随着朱华荣一行拜访任正非，长安汽车和华为的合作有望进一步深化，以阿维塔为代表，预计双方将在智能驾驶技术融合、能源网络共建、海外市场协同拓展等方面进行资源深度整合。

“我们要打造具有全球竞争力的世界一流汽车集团。”朱华荣日前在介绍新长安的战略方向、发展目标与央企使命时说，新长安将锚定智能化、新能源、全球化等三大战略主线，力争2030年实现年销500万辆，冲进全球前十。

今年上半年，中国长安汽车整车销售稳健增长，销量突破135.5万辆，创近8年新高。不过，业内人士表示，虽然上述销量成绩在国内车企中已处于相对领先，但与长安2030年年销500万辆的新目标相比，仍有较大差距。中国长安汽车需要与华为强化合作，突破传统主机厂边界，构建具备用户黏性与场景融合能力的“生态力”，通过推进智能产业协同提升自身竞争力。

深度融合 东风新车将融入华为智能驾驶

8月11日，中汽协发布了7月新能源汽车销量前五企业集团排名数据，其中东风汽车位列第五，当月新能源车销量9.1万辆。据悉，作为东风汽车参股企业，赛力斯的销量被纳入东风汽车统一计算。华为鸿蒙智行最新数据显示，赛力斯和华为合作的问界系列7月交付突破4万辆，这意味着问界智能新能源车已经占到东风新能源车总销量的近一半份额。

除了赛力斯的问界，东风汽车正在全面强化和华为的合作。成立一个多月的东风奕派汽车科技公司日前召开战略发布会，宣布“未来之翼”战略规划，通过技术、产品、品牌、海外四大战略支柱，助力奕派科技快速发展。其中，和华为的合作将成为关键一环。

“东风在机械制造和数字化方面的专业能力，结合华为在智能驾驶和ICT领域的技术实力，已经在岚图 and 猛士等产品上取得了显著的成功。”东风奕派汽车科技公司总经理汪俊君对记者表示。

汪俊君透露，东风奕派与华为的合作将进入一个更深入的阶段。东风内部将新项目命名为“DH项目”，其中D代表东风，H则代表华为。“我们的团队与华为的团队深度融合，共同办公，真正实现了从研发到市场的全链条协作。”汪俊君说，东风汽车希望在保证车辆好开、安全、舒适的基础上，融入华为智能座舱和智能驾驶技术，持续提升用户体验的出行体验。

东风汽车旗下定位高端新能源汽车市场的岚图汽车，此前已经在多款新车型搭载了华为最新的智能驾驶技术。7月，岚图汽车单月交付同比增长102%，环比增长21%，实现六连涨。

东风汽车2025年新能源车销量目标是100万辆，东风奕派是东风乘用车新能源核心业务板块。业内人士专家表示，由于传统业务包袱较重，就整个东风汽车集团而言，目前仍然面临智能化和新能源转型的挑战。和华为团队的深入融合和智能技术合作对于现阶段东风汽车进一步转型有非常积极的意义。