

# 2026年央企重组“第一枪”打响 中国石化与中国航油两大集团实施重组

记者 王子霖

据1月8日国务院国资委官网消息，经报国务院批准，中国石化化工集团有限公司（简称“中国石化集团”）与中国航空油料集团有限公司（简称“中国航油集团”）实施重组。本次“强强联合”，有望助力降低航空燃料供应成本，增强我国航空燃料产业竞争力，促进航空业绿色低碳转型。

## 两大石油央企集团“强强联合”

事实上，2025年11月，本次重组已被中国航油集团旗下在新加坡交易所上市的中国航油（新加坡）股份有限公司的一则公告“剧透”。不过，彼时的公告并未披露另一家重组方，只提到中国航油集团将与另一家企业集团进行重组。

“中国石化集团与中国航油集团的重组符合近年来国企改革聚焦主责主业、通过整合提升核心竞争力的整体方向，其目的在于优化国有资本布局，避免同质化竞争。”中国企业改革与发展研究会研究员周丽莎表示，处于航空燃料产业链下游关键环节的中国航油集团，拥有覆盖全国运输机场及航空客户的销售网络，这确保了其航油产品的稳定销售。通过重组实现“炼油—分销”一体化，有助于增强我国航油供应链的稳定性与议价能力。

中国航油集团是亚洲最大的集航空油品采购、运输、储存、检测、销售、加注于一体的航空运输服务保障企业，主营业务涉及航油、石油、物流、国际和通航五大板块，为国内258个运输机场和454个通用机场提供供油保障，并为全球585家航空客户提供服务。

中国石化集团是上下游、产供销、内外贸一体化的特大型能源化工集团公司，注册资本3265亿元，是中国最大的成品油和石化产品供应商，世界第一大炼油公司、第二大化工公司，加油站总数位居世界第二。

一位民航领域分析人士认为，本次重组有望给航油带来成本下降空间。当前航油流通中，“炼厂—中国航油集团—机场”的跨企业环节，涉及多次仓储、运输及交易成本，占终端价格的15%至20%。重组后通过全国航油管道统筹规划、区域炼厂产能与机场需求精准匹配，可砍掉中间冗余成本。

从供应链角度出发，重组后，中国石化集团的炼化产能将与航油集团的分销网络形成“内部闭环”，无需跨企业协调采购、运输，极端天气、地缘政治等外部冲击下的保供能力大幅增强。对航司而言，无需频繁调整用油计划，可减少因供应波动导致的航线调度成本，提升运行效率。

## 央企并购重组将成2026年看点

2026年，中央企业的重组整合仍将是“重头戏”。近日召开的中央企业负责人会议提出，中央企业2026年要大力推进战略性、专业化重组整合和高质量并购，平衡收益和风险，积极获取核心要素、培育竞争优势、抢占发展先机。

国务院国资委研究中心副研究员袁



雪分析认为，下一步，国资央企将加强在建筑、新能源、环保等关键领域的专业化整合。同时，将坚持内涵式发展与高质量并购兼顾，妥善运用并购手段获取关键技术、市场渠道与战略性资源。

对于央企并购重组接下来的方向，周丽莎认为：首先，要通过并购整合抢占前沿阵地，补足新一代信息技术、人工智能、生物医药、量子科技等战略性新兴产业的布局缺口；其次，要聚焦产业链的“卡脖子”环节，如集成电路、工业母机、工业软件等，通过重组实现关键突破；再其次，通过重组强化民生与应急保障能力，优化在粮食、油气、电力、医疗等领域的布局；最后，对于钢铁、煤炭等传统行业，目标则是通过兼并重组提升集中度与现代化水平，实现转型升级。

中国企业研究院首席研究员李锦预计：“十四五”时期的并购重组步伐有望提速，重点在国家战略安全、核心技术、矿产资源、应急及社会公益事业等领域发力，尤其是填补公益领域空白；部分央企将通过并购重组继续“做减法”，旨在提升国有资本配置运营效率，放大国有经济功能。

中央企业的战略性、专业化重组整合一直是国有经济布局优化和结构调整的重要抓手。“十四五”时期，6组10家企业实现战略性重组，新组建设立9家中央企业，一系列专业化整合扎实开展，有效提高了国有资本的配置和运行效率。2023年11月，中国电子科技集团有限公司与中国华录集团有限公司实施重组；2022年12月，中国宝武钢铁集团有限公司与中国中钢集团有限公司实施重组；2021年6月，中国普天信息产业集团有限公司整体并入中国电子科技集团有限公司。

## 兔宝宝“腾笼换鸟”优化资产结构

记者 黎灵希

1月8日晚，兔宝宝公告称，公司全资子公司兔宝宝投资以4亿元人民币（若无标明，单位下同）向大自然家居（中国）有限公司（简称“大自然中国”）实际控制人余学彬出售持有的大自然中国19.7946%的股份，以前述大自然中国股权转让事项为前提，兔宝宝投资将在大自然中国通过内部重组将特定资产注入特定合资公司后，以3.05亿元为对价收购特定合资公司的特定股权。

据公告，特定资产主要包括大自然中国下属3家全资子公司广西柏景、泰州木业及泰州家居（合称“特定股权出售方”）列入评估范围的建筑物类固定资产和无形资产，包括工业厂房及附属用房、土地使用权等。截至评估基准日2025年11月30日，上述资产评估价值（不含税）约为3.059亿元。

各特定股权出售方将与兔宝宝投资共同设立3家特定合资公司。其中，各特定股权出售方将通过资产出资的方式，将三处特定资产分别注入各特定合资公司，持有各特定合资公司95%的股权（即“特定股权”）。兔宝宝投资将在大自然中国通过内部重组将特定资产注入特定合资公司后，以3.05亿元为对价收购特定合资公司的特定股权。

兔宝宝表示，根据协议约定，兔宝宝投资受让特定合资公司95%股权后，将大自然中国19.7946%股权交割给余学彬，

兔宝宝投资不再持有大自然中国股权，特定合资公司将纳入公司合并报表范围内。本次交易不会对兔宝宝财务状况和经营成果产生重大影响。

简言之，就是兔宝宝通过“一卖一买”的交易方式，将所持有的大自然中国股权置换成土地、厂房等固定资产，未来还可以享有相关租赁损益。根据公告，余学彬承诺特定股权出售方不迟于2029年12月31日前与兔宝宝投资完成特定股权的交易。

据悉，兔宝宝于2018年出资收购大自然控股约2.7亿股股票，交易整体投资总额约为3.63亿元。2021年10月，大自然控股在港交所私有化退市，将兔宝宝所持约2.7亿股股票予以回购注销，回购价格参照私有化价格1.70港元/股，总对价约为4.59亿港元等值人民币。

同时，兔宝宝投资以大自然控股回购总对价约为4.59亿港元等值人民币对大自然中国进行增资，获取其19.5967%的股权。持股期间，大自然中国实施了增资、定向减资等事项。截至目前，兔宝宝投资持有大自然中国股权比例为19.7946%，投资总额约为3.71亿元。

对于此次出售股权资产及收购特定股权交易，兔宝宝称，这是根据公司战略规划及未来发展需要而做出的决策，有利于公司优化资产结构，聚焦自身核心业务，增强公司核心竞争力。

资料显示，兔宝宝为国内高端环保家具板材产销规模最大的企业之一，公司目前有装饰材料和定制家居两大业务。

董事长专访

## 盐津铺子张学武：坚守长期主义 迎接中国风味零食新未来

记者 夏子航

“面向未来，我们将坚守长期主义，聚焦‘中国风味零食’‘健康高蛋白零食’‘健康甜味零食’三大战略板块，努力打造一个世界级的休闲零食品牌。”近日，盐津铺子董事长张学武向上海证券报记者表示。

在近期发布的2025年限制性股票激励计划（草案）中，盐津铺子“写”下了颇为远大的业绩目标：2026年净利润不低于8.5亿元；2026年至2027年净利润合计不低于18.5亿元；2026年至2028年净利润合计不低于31亿元。

身处休闲食品行业，盐津铺子的增长底气来自哪里？在业内人士看来，盐津铺子一直在坚持做“难而正确的事”——深耕源头供应链，遵循“慢即是快”的哲学；以长期的重资产投入，构筑休闲食品制造与研发的护城河；打造“好产品”，用“好产品”去打造、提升品牌；以全渠道与全球化的稳健布局，追求可持续增长。

## 聚焦休闲零食三大战略板块

在张学武看来，盐津铺子的未来建立在休闲食品三大战略板块之上。其中，以魔芋零食、豆制品零食为代表的中国风味零食板块大有可为，有望率先发力。

“魔芋作为一种健康的全球性超级食材，将成为中国风味零食的最佳载体。以魔芋为核心的中国风味零食，有望像乐事的薯片一样，成长为一个全球性品类，这是盐津铺子未来增长的第一曲线。同样基于植物蛋白的豆腐零食，将成为继麻薯素毛肚之后，推动风味零食品类增长的第二大引擎。”张学武表示。

实际上，盐津铺子已在中国风味零食板块打造出战略子品牌——“大魔王”。据介绍，“大魔王”品牌自2023年10月创立以来，短短两年内实现了跨越式增长：2024年，“大魔王”系列含税销售额突破10亿元，成为盐津铺子首个10亿级大单品。其中，“大魔王”麻薯素毛肚上市16个月便实现单月销售额破亿元（含税），创下行业纪录。

张学武介绍说，在健康高蛋白零食板块，盐津铺子已经孵化“蛋皇”鹌鹑蛋等品牌及产品。他预计，溏心蛋、无抗蛋这类高品质单品，将成为走向全球的普及型单品。同时，公司将持续整合全球鲑鱼等优质资源，进一步拓展健康休闲零食。

在健康甜味零食板块，盐津铺子将聚焦果干、烘焙、果冻等产品，持续推动健康化升级。

## 构建四大核心能力

张学武表示，盐津铺子所有的战略都源于“做好产品”这一根本使命。为此，盐津铺子长期聚焦于构建四大核心能力。

这些年来，盐津铺子持续深耕源头供应链。在产业链上游，公司依托盐津控股，深入印尼魔芋、东南亚芒果干等全球优质原料产地，通过自建与合作保障源头供应链安全与稳定。

“休闲食品产业的根基之一在于供应链，有了强大的供应链优势，休闲食品企业才有未来。而在深耕源头供应链上，坚守‘慢即是快’的长期主义尤为重要。”张学武说。

2024年3月，盐津铺子推出“蛋皇”品牌，如今已被视为其第二大战略子品牌，这背后同样离不开源头供应链。在江西修水，盐津铺子打造了行业规模最大、智能化程度最高的国家级现代化无抗蛋鹌鹑养殖基地。每颗鹌鹑蛋从养殖场到加工厂只需45分钟，从生产到制成零食出厂，过程不超过12小时。

同时，盐津铺子持续打造智能制造标杆，大力建设超级工厂，实现从原料到生产的全程数字化与智能化，生产标准比肩休闲食品国际巨头。

此外，盐津铺子坚持创新驱动，持续保持高研发投入，通过风味、工艺的极致创新，将传统食材转化为爆款产品。

“不要以为，休闲食品产业不需要智能制造与技术创新，相反，休闲食品产业正是依赖智能工厂与创新驱动，才能打造出‘高性价比’的产品，进而赢得渠道与消费者信任。”张学武认为。

在张学武看来，在深耕源头供应链基础上，依靠智能制造与研发创新，休闲食品企业将做出“好产品”，逐步打造出“好品牌”。

张学武认为，品牌打造能力正是盐津铺子的第四大核心能力。盐津铺子已用实践证明了其拥有品牌打造能力，从“31度鲜”到“大魔王”与“蛋皇”。“我们坚信，盐津铺子团队能够高效地将好产品转化为具有强大心智地位的品牌。”张学武说。

## 打造休闲零食“大生态”

眼下，盐津铺子明确以乐事、亿滋等国际巨头为对标，坚信全球品牌的强大势能。在海外市场，盐津铺子以自有品牌“Mowon”打通当地主流渠道，并依据区域口味进行产品本土化，产品已销往25个国家和地区，与泰国7-11、新加坡思家客、美国99大华超市等主流渠道合作，加速拓展全球本土化运营。

在国内市场，盐津铺子提出与经销商共建“共同体”，通过品牌、产品、政策、服务四大维度进行赋能，并呼吁经销商伙伴提升选品、终端运营与成本管控三大能力，共同进化成为区域市场综合服务商。

值得注意的是，盐津铺子正通过品牌联名、IP跨界等方式大力打造休闲零食“大生态”，创新迎接新消费。

2025年10月，盐津铺子与六必居举行战略合作签约仪式，达成为期十年的深度合作。双方将围绕以麻薯素毛肚为主的魔芋产品共同研发与推广，持续丰富麻薯素系列产品线，进一步巩固市场领先地位。

近期，盐津铺子与农心的联名新品——全新“辛辣豆腐”产品正式上市发布，进一步展现了产品创新与跨界整合能力。

## 我国成为全球第一航空人口大国 民航业上市公司以多元化服务“护航”

记者 陈梦娜

“航空总人口超5亿，我国成为全球第一航空人口大国。”“十四五”期间，全国民航固定资产投资再创新高，五年间累计完成固定资产投资6300亿元。”这是日前召开的2026年全国民航工作会议上发布的成绩单。这一喜人的数据，得益于我国民航业运输规模稳步拓展、基础设施建设加速推进，也离不开全方位扩大内需、促进消费举措的共同支撑。

业内人士认为，未来，随着“十五五”期间航空机场重大工程推进，航线网络持续完善，“航空+”业态深度融合，5亿航空人口的市场红利将充分释放，为行业发展注入持久动力。在此过程中，一批民航业上市公司也在紧锣密鼓地开拓更为丰富航线，提供个性化服务，多元化赋能全球第一航空人口大国。

## 力争2026年旅客运输量达8.1亿人次

航空人口规模的增长，离不开民航业基本面的持续改善。2025年我国民航业交出亮眼成绩单：完成运输总周转量1640.8亿吨公里、旅客运输量7.7亿人次，同比分别增长10.5%、5.5%。其中，国际航班恢复至2019年90%以上，国际旅客运输量同比增长21.6%。

业内人士分析认为，2025年民航客运市场的稳健增长，主要得益于国际市场的快速回暖以及淡季市场客座率的提升。展望2026年，民航业明确发展目标：力争完成运输总周转量1750亿吨公里、旅客运输量8.1亿人次。“受宏观经济发展和扩大内需政策的推

动，旅客的出行需求呈现刚性增长的态势。”上述业内人士说。

客运市场的回暖还体现在客座率的提升上。2025年，民航业客座率达到了85.1%，同比提高1.8个百分点。

华创证券研究所联席所长、基础设施及能源材料研究中心负责人吴一凡对上海证券报记者表示，民航业客座率已攀升至历史高位，通过旅客量、机队的增速来测算供需差情况，当前供需基本盘已优于2019年和2024年。“2026年，预计客座率将在高位基础上进一步攀升。高客座率下的高价格弹性或一触即发。”吴一凡判断。

## 航司发力新航线开拓

2025年，中印定期客运营航班实现复航，全球最长单程航线“上海—奥克兰—布宜诺斯艾利斯”正式启航，“支支串飞”航线越织越密，我国民航航线拓展成果显著。

上市航司作为主力军将继续精准发力国内外市场，通过加密航线、开辟新通道等举措，持续提升航空出行的便利性，进一步激活出行需求。

春秋航空相关负责人对上海证券报记者表示，2026年，春秋航空计划新开、恢复以及加密上海至乌兰巴托、吉隆坡、槟城、亚庇、普吉岛和新加坡等航线，国内航线则包括宁波至琼海、上海至大理等地。

记者从吉祥航空获悉，吉祥航空已在2026年春运期间重点加密哈尔滨、长白山、西双版纳、三亚等热门目的地航班。国际市场方面，公司将于1月15日开通上海直飞马来

西亚斗湖（仙本那）航线，并加密上海至泰国普吉航班。

航线拓展与运力优化推动行业经营效益改善。2025年，我国民航业实现盈利65亿元，经营效益进一步向好。

多家上市航司核心运营数据位居行业前列。飞常准大数据显示：2025年，中国东航投入执飞航班量和运力投入排名第一；专注于支线航空运输的华夏航空航班和运力同比增幅均达到14%以上；春秋航空飞机利用率达到8.62小时/天，位列第一。

成本端的积极变化也为航司发展赋能。上述业内人士表示，国际油价存在长期下降趋势，叠加人民币潜在升值空间，将有助于航空公司降低运营成本，采取的经营策略和营销产品也将更加灵活。

随着我国民航业的全面复苏，近期多家航司公布购置新飞机计划。据记者不完全统计，中国国航、春秋航空、吉祥航空、华夏航空陆续宣布拟购置空客A320系列飞机，合计118架，目录价格合计超181亿美元，计划于2028年起分批交付。

## “航空+”服务全方位扩内需促消费

航空公司不断挖掘“航空+”新赛道，“航空+消费”“航空+文旅”“航空+研学”等多元融合业态持续丰富。

日前，中国东航推出“东航带您游尔滨”主题活动，在飞往哈尔滨的航班上打造冰雪主题空中客厅，为旅客提供特色机上配餐与景区门票抽奖等权益，以“航空+文旅”融合模式增强出行吸引力。

中国东航相关负责人表示，2026年，中国东航计划在全球范围内投放总价值超过1亿元的航空消费券，以实际行动促进交通出行与旅游消费的联动增长。此外，中国东航还将加大力度推广“东航China PASS”及“东航Shanghai PASS”等创新产品，广泛联动商业、旅游、文化、体育、健康等领域的合作伙伴，整合优质资源与权益，精准触达旅客。

一组数据反映出国内长线文旅需求的升级，以及民航业“向长相聚”的结构性调整。数据显示，2025年民航国内航线平均航距达1262公里，且800公里以下航线航班占比逐年走低。“以区域性、小众化旅游为特征的下沉市场，正成为推动民航市场整体增长的新蓝海。”航班管家相关负责人表示。

聚焦下沉市场与支线文旅资源，华夏航空走出特色发展之路。依托C909客机型适配支线运行的优势，华夏航空深度挖掘浙江舟山千岛湖旅游资源，推出“空中观景台+普陀山”等特色航旅组合，有效带动当地文旅产业增收。华夏航空累计为舟山输送进港旅客超6.5万人次，为当地带来旅游收入超500万元。

从需求端看，航空或为扩内需方向优选领域。吴一凡表示，随着旅客出差出行意愿指数重回扩张区间，国际地区的长距离航线需求增幅高于国内，拉动整体航空周转需求，航空业需求出现结构性好转。

“或受益于服务消费拉动，构建目的地吸引力、运输品质提升以及扩大消费群体等多项举措，均有望对航空出行带来一定拉动作用。”吴一凡说。