

■ 财报聚焦

# 打出市值管理“组合拳” 上市公司扎堆释放利好消息

4月7日晚，包括剑桥科技、富春染织在内的多家上市公司在发布年报的同时，披露大额分红计划。Wind数据显示，截至4月7日19时，A股共有926家上市公司公告，拟2024年进行现金分红，现金分红成为利润分配主流方式。同时，上市公司密集披露回购及重要股东增持计划，近期呈现扎堆态势。4月7日晚，包括德必集团、英科再生在内的多家上市公司发布回购公告。此外，不少行业头部公司公告，重要股东拟大手笔增持。

● 本报记者 董添



视觉中国图片

## 现金分红成主流

剑桥科技于4月7日晚间对外披露2024年年报，报告期内，公司共实现营业收入36.52亿元，同比增长18.31%；实现归属于上市公司股东的净利润约为1.67亿元，同比增长75.42%；公司拟向全体股东每10股派发现金红利2.2元（含税）。从每股股利看，上述发布2024年度分红计划的926家上市公司中，2024年度每股股利有望超过0.1元（含税）的上市公司有680家，超过0.5元（含税）的有160家，超过1元（含税）的有54家。贵州茅台、宁德时代、比亚迪、爱美客等19家上市公司每股股利达到或超过2元（含税）。

头部企业分红力度尤为突出。贵州茅台每股拟分红比例暂列首位。公司日前发布的2024年年报显示，2024年，公司共实现营业收入1708.99亿元，同比增长15.71%；实现归属于上市公司股东的净利润862.28亿元，同比增长15.38%。公司拟每10股派发现金红利276.24元（含税）。一些A股上市公司发布2024年度大额分红的同时，还提前对2025年中期分红做了规划和安排。宁德时代表示，公司在2025年度进行中期分红时，分红金额不得超过当期归属于上市公司股东净利润的15%。此前，宁德时代发布的2024年年报显示，2024年实现营业收入3620.13亿元，同比下降9.70%；归属于上市公司股东的净利润为507.45亿元，同比增长15.01%。公司2024年度现金分红及特别

现金分红合计总额为199.76亿元，公司计划向全体股东每10股派发现金分红45.53元（含税）。

除现金分红外，不少上市公司还进行股份送转。Wind数据显示，截至目前，A股共有61家上市公司2024年度拟进行转增股份。每10股转增1股以上的有60家，每10股转增3股以上的有46家，每10股转增4股以上的有33家。

从个股角度看，不少涉及转增的上市公司，拟同时大手笔分红。道通科技2024年年报显示，公司拟向全体股东每10股派发现金红利5元（含税），公司拟以资本公积向全体股东每10股转增4.9股，不送红股。

## 回购和增持数量较多

从上市公司回购、重要股东增持角度看，近期，上市公司披露回购、重要股东增持的数量再现扎堆。

4月7日晚，包括德必集团、英科再生在内的多家上市公司发布回购公告。

英科再生4月7日晚间公告称，公司拟使用自有资金及股票回购专项贷款以集中竞价交易方式回购公司已发行的部分人民币普通股（A股）股份，回购金额不低于4000万元（含），不超过8000万元（含）。回购股份将在未来适宜时机用于员工持股计划、股权激励。回购股份资金来源为自有资金及股票回购专项贷款。

德必集团4月7日晚间公告称，计划使用自有或自筹资金以集中竞价交易方式回

购公司发行的部分人民币普通股（A股）股票，回购价格不超过15元/股（含），资金总额不低于3000万元（含），不超过6000万元（含）。回购股份将用于维护公司价值及股东权益。

不少行业头部公司公告，重要股东拟大手笔增持。

海尔智家4月7日晚间公告称，公司董事会、高级管理人员计划以自有资金通过集合竞价的方式，在上海证券交易所交易系统（含港股通）和香港联合交易所有限公司交易系统允许的方式增持公司股份（包括A股及/或H股），预计累计增持金额不低于2085万元，不高于4170万元。

值得一提的是，海尔智家还于4月7日晚间披露关于首次实施以集中竞价交易方式回购A股股份的公告。公告显示，4月7日，公司通过上海证券交易所交易系统以集中竞价交易方式首次回购A股股份61万股，占公司总股本的比例为0.007%，回购成交最高价为23.95元/股，最低价为23.6元/股，已支付的资金总额约为1447.95万元（不含交易费用）。

## 回购增持贷款超过800亿元

回购增持贷款方面，Wind数据显示，截至4月7日晚，A股回购增持贷款总金额已达到837.42亿元。

2024年10月，中国人民银行、国家金融监管总局、中国证监会发布《关于设立股票回购增持再贷款有关事宜的通知》。通知显示，再贷款首期额度3000亿元，年利率

1.75%，期限1年，可视情况展期。

按照目前A股获回购增持贷款总金额看，上市公司已获回购增持贷款额度约占首期额度的27.91%。

从个股看，牧原股份、海康威视、格力电器、中远海能、东方盛虹、中国建筑、温氏股份、平煤股份、中国石化、歌尔股份、北方稀土等公司或重要股东获回购增持贷款金额居前。

获得回购贷款后，不少公司发布了十亿级别的回购方案。三一重工4月3日晚间对外披露关于以集中竞价交易方式回购公司股份方案的公告，公告显示，基于对公司未来持续稳定发展的信心和对公司价值的认可，结合公司经营情况及财务状况等因素，公司拟回购公司部分股份，以推进公司股份与内在价值相匹配。回购的股份用于员工持股计划。回购资金总额不低于10亿元，不超过20亿元。本次回购股份的价格上限为29.1元/股。本次回购资金来源于符合监管部门要求的新增银行借款或其他资金来源。截至本公告日，公司已取得工商银行湖南省分行出具的《承诺函》，承诺为公司回购股份提供专项贷款支持，贷款金额不超过6.3亿元，贷款用途为回购公司股票，贷款期限为3年。

一些公司重要股东获得增持贷款后，迅速发布了大额增持计划。

亨通股份4月2日晚间公告称，公司控股股东亨通集团拟以自有资金和专项贷款增持公司股份，增持金额不低于1.5亿元且不超过3亿元。增持方式为通过上海证券交易所交易系统以集中竞价方式进行。

## 助力业绩增长 A股公司频频推出激励计划

● 本报记者 康曦

面对激烈的市场竞争，A股公司主动作为，推出激励计划，将公司利益和核心团队利益高度绑定，助推公司战略目标落地。据中国证券报记者不完全统计，2025年以来，截至目前，超过90家A股公司披露了激励计划（草案）。科方得智库研究负责人张新原表示，随着科技和互联网的发展，许多行业正在经历快速的变化和转型，这为A股公司提供了巨大的发展机遇。为了抓住这些机遇，A股公司需要激发员工的积极性和创造力，而激励计划就是一种有效的手段。通过这种方式，公司可以激励员工更加努力工作，提高工作效率，进而提高公司的核心竞争力。

## 大部分选择限制性股票激励计划

在已披露的激励计划（草案）中，大部分A股公司选择的激励工具是限制性股票，也有部分公司选择股票期权或者股票增值权，或者同时采用两种激励工具。

昆仑万维是中国领先的人工智能科技公司，目前业务已经覆盖AGI与AIGC、信息分发、元宇宙、社交娱乐及游戏等多个领域，成功构建了搜索、广告、虚拟道具付费、会员订阅等多种商业化变现方式。公司4月4日推出2025年限制性股票激励计划（草案），拟向激励对象授予的限制性股票数量为6757.45万股，授予价格为18.79元/股。

天铁科技4月2日披露2025年限制性股票激励计划（草案），拟向117名激励对象授予1.32亿股限制性股票，占当前公司股本总额的11.31%，限制性股票的授予价格为2.3元/股。

吉贝尔是一家专业从事药物研发、生产的高新技术企业，当前正致力于治疗抑郁症、肿瘤、胃病等创新型药物的研发。吉贝尔3月29日推出2025年限制性股票激励计划（草案），拟授予808.78万股限制性股票，其中，首次授予648.78万股，授予价格为12.14元/股，首次授予的激励对象总人数为559人。

聚石化学主营业务为化工原料、化工新材料的研发、生产和销售。公司4月1日推出2025年股票期权激励计划（草案），拟向激励对象授予不超过600万份的股票期权，约占当前公司股本总额的4.95%。其中，首次授予不超过480万份，激励对象总人数为25人。股票期权行权价格为14.95元/份。

开普云构建了完整的“AI算力+智能体+智慧应用”的战略，实现在前沿人工智能领域的业务突破。为了吸引和留住优秀人才，公司3月28日推出2025年股票期权激励计划（草案），拟向激励对象授予的股票期权数量为150万份，其中，首次授予120万份，激励对象总人数为120人。行权价格为57.84元/份。

还有部分公司选择同时使用限制性股票与股票期权两种激励工具。兆新股份深耕精细化工行业近30年，又进入新能源光伏发电行业。3月25日，公司推出2025年限制性股票与股票期权激励计划（草案），拟向激励对象授予权益合计不超过1.56亿份，其中，首次授予1.25亿份，激励对象不超过88人。在该激励计划中，拟授予的限制性股票数量为3909.7万股，首次授予3127.76万股，限制性股票的授予价格为1.81元/股；拟授予的股票期权数量为1.17亿份，首次授予9383.27万份，股票期权的行权价格为2.06元/份。

## 促进企业长期目标达成

在激励计划草案中，A股公司明确设置了业绩考核目标，希望通过激发内生动力，实现公司业绩的稳健增长或者扭亏为盈。

舍得酒业推出的《2025年限制性股票激励计划（草案）》中，分年度对公司2025年至2027年的业绩指标进行考核，以2024年的营业收入和归母净利润为基数，规定2025年至2027年营收增长率分别不低于20%、36%和55%，或2025年至2027年归母净利润增长率分别不低于164%、231%和309%。

白酒行业分析师蔡学飞表示，在当前白酒行业深度调整期，舍得酒业需要通过内部激励来凝聚发展共识、提振市场信心。该限制性股票激励计划的实施，将有效激励核心管理人才和业务骨干，强化管理层与股东的目标一致性，同时也为公司中长期增长预留弹性空间。

聚石化学的业绩考核目标为2025年至2026年归母净利润分别不低于5000万元、1.5亿元。公司称，净利润作为衡量企业盈利能力的重要指标，旨在反映企业经营状况和盈利能力，是企业成长性的最终体现。公司主营化工新材料，行业竞争较为激烈，产品价格受原材料波动和市场需求影响显著，2024年受行业竞争加剧等影响，市场需求疲软，公司整体毛利率下滑。公司此次激励计划设置净利润作为考核指标，能够准确反映公司的盈利能力和成长性，指标的设定充分考虑了公司当前经营状况及未来发展规划等综合因素。

兆新股份在激励计划中对首次授予的限制性股票设置了公司层面的业绩考核目标，2025年营业收入不低于4.5亿元且2025年毛利润不低于1.25亿元，或者2025年扣非净利润实现盈利；2026年营业收入不低于8亿元且2026年毛利润不低于2亿元，或者2026年扣非净利润不低于0.8亿元。

兆新股份表示，公司实施激励计划是为响应加强市值管理号召，通过实施激励计划，建立股东、公司与核心团队之间的利益共享与约束机制，为股东带来持续回报。公司员工看好公司未来发展，积极参与激励计划，有利于树立正面的公司形象，提振投资者对公司的信心，进而促进市值增长。

中国金融智库特邀研究员余丰慧表示，A股公司密集推出激励计划，主要是为了吸引和留住人才，尤其是在经济转型升级背景下，企业更加重视核心团队的稳定性。激励计划的实施能够有效增强员工的积极性和创造力，促进企业长期目标的达成以及提高企业的运营效率等。

# 露营经济“火出圈” 上市公司纷纷抢占万亿级赛道

● 本报记者 傅苏颖

春日升温，露营热潮席卷而来。京东、天猫等多个平台显示，3月以来，露营相关搜索量和销量同比或环比大增。资本市场闻风而动，近日，露营经济概念股大幅上扬。露营经济正成为各方角逐的新风口。

## 露营受青睐

在刚刚结束的清明假期，露营成为消费者喜爱的休闲之选，受到了广泛青睐。

iI Media Research（艾媒咨询）近日发布的报告显示，在2025年中国消费者清明节假期计划中，54.90%的消费者会选择外出看电影、吃饭等休闲活动，48.22%消费者会选择祭祖，36.80%的消费者会选择外出旅游，29.08%的消费者会选择春游踏青，26.41%的消费者会选择露营。这些数据反映了中国消费者在清明节期间的多元化选择与个性化需求。

清明假期，除了祭扫外，大量消费者将“上春山”“赏花游”“食青团”等加入自己的清明小长假“要做的事”清单，如“出门踏青”“约搭子跑步骑行”等均是消费者在小长假期间的热门选择。同时，在“春日消费”和“节日需求”叠加下，上山装备、赏花穿搭等产品也备受关注。京东消费观察显示，近一周清明节关联内容搜索量环比增长超110%，其中户外防晒衣销量环比增长240%，骑行穿戴装备销量环比增长67%，骑行服销量环比增长48%，城市自行车销量环比增长46%。同时，也有不少消费者选择“露营赏花，边感受春天的美丽，边体验露营的乐趣”，帐篷销量环比增长74%，露营桌椅销量环比增长70%，露营灯销量环比增长48%。

中国证券报记者从天猫获悉，春季到来，

天猫也迎来了最大的品牌上新时间，新品量同比翻倍增长，结合热门户外运动、新潮运动穿搭发布趋势新品百万款。同时，春季户外运动相关的装备，表现出巨大的消费潜力，成交额和成交量均有较大幅度增长。天猫平台数据统计显示，2025年3月至今，运动手表销量同比增长287%，运动夹克外套同比增长181%，运动裙同比增长169%，羽毛球同比增长149%，户外鞋靴同比增长144%，瑜伽同比增长136%，自行车整车同比增长131%，网球同比增长111%。其中，4月1日至清明假期，户外鞋靴和露营装备均同比双位数增长。

艾媒咨询发布的报告显示，随着技术的升级，露营消费呈现明显的“装备进阶”特征。过去简单的帐篷、睡袋组合，如今升级为模块化系统：天幕搭配投影仪组成露天影院，车载冰箱保障食材新鲜，甚至出现可监测PM2.5的智能帐篷。这种“精致露营”现象，反映都市人将野外体验升级为精致生活方式的需求——用技术装备消解野外的不确定性，在可控风险中享受逃离日常的快感。

## 多家上市公司积极布局

多家上市公司在互动易平台针对投资者关切作出回应。

北鼎股份表示，公司关注户外生活方式趋势，已推出多款适配户外场景的产品。现有产品线中，迷你卡式炉、不粘烤肉锅、便携养生壶、随行杯等产品凭借“好带好洗好出片”等特点，满足消费者对精致露营的需求。海外营销方面，公司主要通过和经销伙伴合作探索与消费者的多元化互动。

天晟新材表示，公司生产的高分子发泡材料具有轻质高强、隔音、隔热等性能，可以用于建筑领域。公司控股子公司常州天晟旅行装备有限公司主营产品为旅居车、营地车、

旅居挂车、活动房等，主要发展方向为露营房车、全智能新材料装配式建筑、露营装配轻量化解决方案和零部件供应商。

星华新材表示，公司在反光布的特殊性能提升与拓展、适应消费类应用场景的反光功能面料开发以及生产工艺关键环节优化等方面形成了深厚的技术积累，各类花式、炫彩及银色反光布等反光功能面料产品在户外运动、露营装备、家庭投影等领域的渗透率快速提升，推动了反光布整个产业向消费面料领域不断拓展。未来公司将持续关注人工智能和机器人等在内的新技术发展趋势以及在本行业内的运用。

多家上市公司加码研发扩展品类。探路者表示，公司相关创新型户外智能装备正处于系统化研发阶段，后续将视优化情况决定技术成果商业化落地的形式。未来公司将继续依托多年品牌沉淀和技术积累，加大产品开发力度，聚焦核心品类，坚持“户外+芯片”双主业发展战略，积极响应国家政策方针，为中国智造贡献力量。

三夫户外表示，公司以研发销售专业优质户外运动用品、运营X-BIONIC瑞士运动黑科技品牌、组织户外活动赛事团建、设计建设运营“松鼠部落亲子户外乐园+鹰极安全教育基地+三夫小勇士+Sanfo Hood野奢营地”亲子青少年综合素质教育项目为主营业务，通过各业务板块融合为消费者提供全方位产品和服务，鼓励和帮助人们走向户外，运动健康，并全力践行人与自然和谐相处的生活理念。

不少餐饮上市公司入局，纷纷推新满足市场需求。北京门头沟区委宣传部官方微信公号近日消息，4月1日，海底捞北京首家露营店门店，在门头沟区妙峰山镇栖溪山林正式开业。海底捞与栖溪山林跨界联手，既是对山区餐饮多样化服务的支撑，又是融合消费新场景打造

的一项重要尝试。“露营+火锅”这一创新模式，开业首日即吸引200余名消费者。

## 市场规模有望超万亿元

随着露营成为越来越多民众的日常户外休闲之选，露营行业市场空间将十分广阔。艾媒咨询调研数据显示，2024年中国露营经济核心市场规模达到2139.7亿元，预计2025年中国露营经济核心市场规模将上升至2483.2亿元，带动市场规模将达到14402.8亿元。

露营行业的快速发展，离不开政策的大力支持。中办、国办近日印发的《提振消费专项行动方案》提出，深化线上线下、商旅文体健多业态消费融合，创新多元化消费场景；推动将露营等服务消费条目纳入鼓励外商投资产业目录。商务部等八部门联合印发的《关于开展汽车流通消费改革试点工作的通知》提出，推动汽车改装、汽车租赁、汽车赛事、房车露营、传统经典车等规范有序发展。

智研咨询近期发布的报告显示，当前，我国户外用品行业参与者多，行业集中度低。但随着行业发展，市场将向优势品牌和企业集中，品牌也正从追求数量向注重质量、从粗放向集约运营转变，口碑经营愈发关键。在产品研发上，消费者对户外用品的需求日趋多样，个性化、高端化产品更受欢迎。厂商必须紧跟市场需求，提升研发设计能力，打造适配的个性化产品，这将直接影响企业的盈利水平。与此同时，新技术、新材料在行业内的应用越发广泛，不仅能提升产品品质，延长使用寿命，还能提高利润率。消费者对户外用品的环保健康要求不断提高，厂商通过采用新材料、新技术生产绿色产品，既能扩大消费群体，深耕现有市场，也将成为推动行业持续发展的重要路径。