

中兴商业：

# 释放发展新动能 打造零售新标杆

中兴商业相关负责人日前在接受中国证券报记者采访时表示，面对零售行业发展新趋势，公司将抓住政策和市场机遇，充分发挥自身优势，深入推动经营管理变革，丰富产品和服务供给，进一步提升运营效率，在首店经济等领域继续深入探索实践，加快形成竞争新优势，释放发展新动能，将公司打造成零售行业新标杆，持续提升经营业绩。

● 本报记者 宋维东



沈阳中兴商业大厦

公司供图

## 供给端持续发力

当前，正值暑期旅游高峰，沈阳各大商圈人流如织。位于太原街商圈的中兴商业人气持续攀升。

这家成立于1987年的商业企业，总建筑面积达24万平方米，是东北地区集商品销售、休闲健身、餐饮娱乐为一体的现代化、多功能、一站式服务的大型商业综合体。中兴商业在2019年4月混改后，辽宁方大集团依法依规成为公司第一大股东，公司进入了发展新阶段。

中兴商业在30多年的发展中积累了宝贵的客户资源，品牌效应和市场口碑始终保持较高水准。近年来，公司在首店经济、赛道经济、“文博商旅”融合等方面积极探索实践，取得了重要成果，市场认可度进一步提升。

其中，作为全国首家设立于商业综合体內的恐龙专题博物馆，沈阳·中兴恐龙博物馆的落成运营开创了“文博商旅”融合新模式，已成为辽沈地区观光旅游、亲子研学的新地标，有效推动“流量”向“留量”转化。为培育全新经济增长点，中兴商业前瞻性谋划区域首店布局，男装品牌迪柯尼全国首家生态环保旗舰店、壁克峰东北首店、安踏作品集辽宁首店等一大批优质品牌首店，抢占运动户外、国际美妆、男装品类风口，更好地满足了顾客多元化购物需求。今年以来，中兴商业还成功引进“朱炳仁·铜”等多家辽宁首店、完美影城等沈阳首店及小乔回转寿司等知名餐饮品牌，拓展了品类布局，差异化竞争优势愈加显著，首店经济聚客引流、

拉动消费的作用充分展现。

“公司将持续关注头部品牌、导流品牌、新兴品牌，进一步挖掘首店经济潜力，优化品牌组合。”中兴商业上述负责人说。

首店经济的蓬勃发展，正是中兴商业持续丰富产品与服务供给的缩影。近年来，中兴商业按照“三引三来”（吸引年轻人来玩，吸引全家人来逛，吸引全省人来买）营销策划思路，举办了包括新年心潮音乐会、非遗技艺展、元宵灯谜会、篮球对抗赛、围棋段位赛、明星见面会、亲子运动会、“中兴城市告白计划”、健康知识讲座和义诊等一系列特色活动，以文兴商、以节造市，推动商业与文化、餐饮、艺术、体育等领域深度融合，多维度创新，满足全客层多元化兴趣需求，强化消费者沉浸式互动体验，进一步塑造“你+我家，中兴大厦”的家庭型消费文化，以特色化的产品与服务供给站稳市场。

## 数字化转型拓新局

“中兴商业大力推行线上线下全渠道融合发展，打造新模式、培育新业态，做强新商业。”中兴商业上述负责人说，“公司传统百货业通过线上服务、线下体验模式不断整合市场资源，更好地迎合了主流消费群体，焕发了新活力，以特有优势拓展新市场。”

其中，公司以“双微一抖”为核心，大力实施新渠道开发与建设，积极开展线上运维培训、线上品牌专题促销及推广等，加大直播人力和资源投入力度，实现全渠道融合。线上渠道打破了顾客消费的空间限制和时间限制，成为中兴商业线下实体商场的有力补充。线上线下双轮驱动的模式，有力拓

宽了企业“护城河”。

“公司将通过构建‘线上全域流量引流、线下互动场景体验’的社交新生态，结合社群营销与大数据分析精准触达消费者。”该负责人说。

今年以来，中兴商业持续深化数字化建设，不断提升数字化运营能力，全面升级相关业务系统及硬件基础设施，增强系统安全性和稳定性，赋能传统零售业务转型升级。以支付端升级为例，为优化品牌店铺端与消费者的支付交互体验，中兴商业推出品牌店铺移动收款设备微信主扫功能升级方案。品牌店铺无需进行硬件调试或系统配置，即可通过微信主扫功能生成集成多支付渠道的聚合收款二维码，实现消费者“一码通用”的便捷支付体验，有效节约了顾客时间成本。

“随着物联网平台投入使用，高科技远程监测功能进一步释放，对提升运营效率、优化客户体验、降低运营成本具有重要作用，深刻影响着公司整体运营状况。”该负责人说。

## 全面提升服务质效

面对零售行业新机遇与新挑战，中兴商业进一步强化全员责任意识、危机意识和市场意识，进一步以“四关理念”（关切品牌、关心导购、关爱顾客、关注同行）为服务抓手，整合资源，按照“三引三来”营销策划思路，持续提升服务品质，为消费者带来更好体验。

“中兴商业围绕‘中兴服务 天天进步’的服务理念，将‘好感化’服务融入经

营、贯穿日常，在2024年开展‘十大服务专家’评选基础上，今年围绕‘后勤服务一线、商场服务品牌、员工服务顾客、服务创造未来’的总要求，依托‘服务专家’典型示范作用，推进导购员队伍向‘服务顾问’整体晋升。”中兴商业上述负责人表示，公司全体导购员要在经营业绩、服务品质、会员维护等方面努力提升能力与水平，推动全员服务意识与服务品质提质升级、服务全链路不断优化，构建精细化服务的全新生态。

与此同时，公司积极推动会员运维体系变革，通过丰富“金领结”权益、强化社群运营模式，不断提升会员尊崇感，实现精准社群营销与体验升级，进一步提升消费者黏性。

今年上半年，中兴商业实体业态会员消费人数同比增加1.6%，会员消费金额同比上升8.3%，会员纳新人数同比增长6.3%。各年龄层、各卡种会员消费金额均同比上升，存量会员的“含金量”不断提高，此外，中兴商业上半年高频推出10档促销活动，活动销售额占总销售额的65%，经营业绩与场景创新获双重突破。

“凭借高密度、高情绪价值的营销活动，中兴商业有效吸引客流回归实体业态，再通过‘好感化’服务、完善会员运维体系提升顾客情绪价值、增强消费者尊崇感。”该负责人表示，此举有助于将“到店客流”转化为实际消费，以节点聚客、以内容留客、以服务稳客，形成“流量—转化—复购”的经营闭环，进一步增强实体零售业务的发展韧性，实现经济效益与社会效益双丰收。

## 慷慨回馈投资者

## 上市公司中期大额分红频现

● 本报记者 董添

近日，A股半年报陆续披露，不少上市公司在披露半年报的同时，对外发布了中期分红方案。Wind数据显示，截至8月8日19时，A股共有178家上市公司对外发布2025年半年报，48家拟现金分红。其中，中国移动、宁德时代、东方雨虹、藏格矿业、东鹏饮料等公司拟分红金额居前。

## 大额分红频现

中国移动8月7日晚间披露2025年中期利润分配方案。为更好回馈股东、共享发展成果，公司充分考虑盈利能力、现金流状况及未来发展需要，决定2025年中期派息每股2.75港元；拟派发的中期股息以2025年6月30日汇率折算约合541.99亿元。中国移动表示，2025年全年以现金方式分配的利润占当年股东应占利润的比例将较2024年进一步提升，持续为股东创造更大价值。

中国移动2025年半年报显示，上半年，公司实现营业收入5438亿元，其中主营业务收入为4670亿元，同比增长0.7%；归属于母公司股东的净利润为842亿元，同比增长5%。

再以宁德时代为例，2025年上半年公司共实现营业收入约1788.86亿元，同比增长7.27%；实现归属于上市公司股东的净利润约为304.85亿元，同比增长33.33%。

据宁德时代披露的2025年中期分红方案公告，公司拟以归属于上市公司股东的净利润的15%即45.73亿元作为分配额实施现金分红，以可参与分配的股本45.37亿股为基数，向全体股东每10股派发现金红利10.07元。

# 48家

Wind数据显示，截至8月8日19时，A股共有178家上市公司对外发布2025年半年报，48家拟现金分红。其中，中国移动、宁德时代、东方雨虹、藏格矿业、东鹏饮料等公司拟分红金额居前。

## 向市场传递信心

从上市公司公告看，多数上市公司表示，中期分红可以向市场传递信心。

东方雨虹在最新披露的投资者关系记录表中提到，中期分红旨在使投资者及时分享公司的经营成果，缩短回报周期，这不仅体现了公司对投资者利益的重视，也向市场传递出公司对自身经营业绩的信心，使投资者更加关注公司的成长空间、持续盈利能力和稳定现金流。本次半年度现金分红不会影响公司正常的营运资金需求。

据东方雨虹2025年半年报，公司2025年上半年共实现营业收入约135.69亿元，同比下降10.84%；实现归属于上市公司股东的净利润约5.64亿元，同比下降40.16%。公司拟向全体股东每10股派发现金红利9.25元（含税），共计派发现金红利约22.1亿元（含税）。

## 积极实施利润分配

一些上市公司发布中期利润分配方案后，很快就发布了权益分派实施公告。

苏交科8月5日晚间披露2025年半年度权益分派实施公告。公告显示，本次权益分派股权登记日为8月11日，除权除息日为8月12日。公司2025年半年度权益分派方案为：以公司现有总股本为基数，向全体股东每10股派0.2元现金。

此外，中宠股份8月7日晚间披露2025年半年度权益分派实施公告。公告显示，本次权益分派股权登记日为8月13日，除权除息日为8月14日。公司2025年半年度权益分派方案包括：以公司2025年半年度利润分配预案实施时股权登记日的总股本为基数，按照分配比例不变的原则，向全体股东每10股派发现金2元（含税），不送红股，不以公积金转增股本等。



视觉中国图片

360集团创始人周鸿祎：

# 打造安全智能体 推动安全与AI深度融合

● 本报记者 任明杰

在日前举行的第十三届互联网安全大会上，360集团（以下简称“360”）创始人周鸿祎在接受中国证券报记者专访时表示，安全是数字化的底座，AI是数字化的顶峰，公司将坚持安全+AI双主线发展，以安全与AI的深度融合推动安全行业变革。为此，公司推出了360安全大模型和360安全智能体。

对于智能体，周鸿祎认为，2025年既是智能体的安全元年，也是安全智能体的诞生之年，所以AI时代呼唤安全智能体。安全智能体基于安全大模型的大脑增加了手和脚的作用，复刻人类高级专家的能力，可以实现安全能力质的突破，打造新质的安全战斗力。

## 把AI和安全结合起来

“安全的大数据没有AI的能力是不可能分析出来的。”对于360为何进军人工智能赛道，周鸿祎如是表示。

他告诉记者，360也在运营搜索引擎360搜索，在多年的研发中对人工智能、自然语言处理的技术有了很多积累，最近也推出了AI搜索的产品，“我们希望把AI和安全结合起来，解决AI带来的新的安全挑战。按照我们的理解，安全是数字化的底座，AI是数字化的顶峰，我们继续坚持安全+AI双主线发展，用安全守护时代，用AI定义未来。”

近年来，大模型的出现成为AI发展的里程碑事件。但周鸿祎结合360的实际认为，

大模型在企业里的应用效果并不太好，“主要是两个问题，一是模型推理能力不足，有点像知识问答模型；二是模型不具备独立做事的能力，不太会用工具。今年DeepSeek带来的巨大创新解决了大模型推理能力不足的问题，但是第二个问题仍然没有得到解决。”

在此背景下，智能体应运而生。“智能体是大模型的一个进化，它最重要的是解决了两个问题：一是利用大模型的推理能力，能够自主理解任务目标，自主规划分解任务，能够把复杂的工作从头做到尾，这是和大模型本质的差别；二是国际上推出了MCP的工具标准，把各种API、各种工具像USB接口一样变成公共的标准，使得智能体能够使用各种工具，具备记忆能力。”周鸿祎对记者表示。

他坦言，360已经做了两年智能体业务，对于智能体的未来发展趋势也有了自己基本的判断：一是通用智能体难以实现，专业智能体更具生命力；二是智能体需要多个基座模型协作来提供智力支撑；三是专业智能体需要专业知识和数据的支持；四是需要专业工具为智能体介入业务做好准备；五是从单智能体向多智能体发展；六是智能体将推动人机交互范式的根本性转变。

## 打造多智能体蜂群

对于智能体，周鸿祎仿照自动驾驶技术给智能体划分了五个级别。其中，第三级是推理

型智能体，完全用大模型驱动，由大模型自主规划任务流程，大模型按照要求进行理解。第四级是多智能体蜂群，它能够调动多个智能体灵活组队，共同完成复杂任务，“我们的多智能体之所以叫‘360纳米蜂群’，就是因为它是类似于蜂群的有机组织，智能体有角色的分工，相互协作。”周鸿祎表示。

他告诉记者，360之所以提出“多智能体蜂群”的概念，是因为推理型智能体不能干更复杂的任务，无法支持更高价值的成果，“多智能体蜂群是在推理型智能体的基础上增加了协作机制，既有指挥和控制的机制，也有智能体之间的信息共享机制。如果缺乏这些必要的协作机制，多智能体依然是一盘散沙。”

记者了解到，360打造的蜂群式调度中心，通过蜂群式协作机制，实现了非常亮眼的性能指标，目前任务成功率达95.4%。周鸿祎举例说：“做视频是最考验智能体能力的，甚至比做安全智能体都要复杂。而我们可以通过多智能体之间的密切协作，用一句话完成10分钟的完整视频，而且是一次性生成的，不是多次生成再人工剪辑的。”

那么，如何让每个企业都能打造自己的推理型智能体和多智能体蜂群？周鸿祎给出的答案是360智能体工厂，“打造智能体需要8项基础设施，包括算力网络调度、基座大模型、存储能力、编排能力、智能体的运营环境等。但是对企业来说配资这些基础设施比较困难，所以360智能体工厂把这些基础设施做好了，直接在云上提供给大家就可以。”