

上市公司奋进“十五五”

从规模领跑到价值领跑

# 海阳科技发力尼龙新材料和帘子布市场

一面是可观的市场前景，尼龙6与轮胎骨架材料帘子布的全球市场规模预计还将持续增长；另一面是日趋激烈的竞争生态，尼龙6切片环节新增产能不断、销售价格持续走低——对登陆上交所主板即将满半年的海阳科技来说，如何在“红海”之中找“蓝海”，是当下关注的焦点。

“对‘差异化、高水平、大规模’战略的坚持帮助我们取得过去的成绩，也蕴藏着公司未来转型突破的势能。”海阳科技董事长陆信才近日接受中国证券报记者专访时表示，“十五五”时期，公司将继续坚持这一战略，持续走好智能化、绿色化发展道路，向科创型新材料企业加速转型。

●本报记者 孟培嘉



海阳科技智能化浸胶生产线

公司供图

## 搭建完整产业链条

“全国目前还在大规模生产尼龙6帘子布的企业中，我们是历史非常悠久的一家。”陆信才介绍，海阳科技发源于20世纪70年代泰州地区一家合成纤维厂，此后经过并入人企集团、市场化改制等一系列历程，目前是国内从事尼龙6系列产品研发、生产和销售的主要企业之一。

从尼龙6到轮胎骨架材料，海阳科技构

建起了从切片到产业用纤维，再到帘子布的完整产业链。

尼龙6切片具有高流动性、易脱模、高可纺性、染色均匀等优点，主要应用于纤维、工程塑料及薄膜行业等，具体场景包括工业和民用纤维、汽车零部件、电子电器结构件、食品及医药包装等领域；产业用纤维主要用于轮胎帘子布、传送带、运输带、渔网、缆绳等。

帘子布产品中，尼龙6帘子布凭借抗冲击性能优势，主要用于卡车轮胎、农用轮胎等斜交胎领域；涤纶帘子布则主要用于乘用车半钢子午胎市场，用其制作的轮胎滚动阻力小、寿命长、散热性好。

“完整的产业链条既帮助我们在各个生产阶段实现了资源共享、灵活调配，也满足了下游客户的多样性需求。”陆信才说，

公司目前已经培育了稳定的客户群，涵盖了巴斯夫、恩驰力、晓星集团、中策橡胶、玲珑轮胎、森麒麟等一批国内外优质企业。

厂房拔地而起、设备陆续安装……当前，海阳科技正加码建设年产8万吨高性能智能化涤纶帘子布项目，施工现场一派繁忙景象。随着相关产能的落地，公司盈利能力将显著提升。

## 三大战略持续发力

行业竞争激烈导致毛利率走低、原料价格波动导致收入下滑……尽管海阳科技短期业绩承压，但陆信才对公司未来发展信心满满。“这源于我们对差异化、高水平、大规模战略的坚守。”他表示。

——以差异化打开高毛利产品空间。“捕捞金枪鱼用的网围材料具备很高的技术难度，我们用了两年时间攻克下来，顺利承接国际市场的真空期，目前产品销量稳定、利润表现良好。”陆信才说，通过提升差异化产品种类，公司盈利能力将大大改善，“类似这样的产品，我们已有十七项取得省级新产品认证，多个已经或准备量产。像我们研发的高品质有色原位聚合聚酰胺6切

片获得中国纺织工业联合会科技进步奖一等奖，大规模量产受到市场广泛欢迎。”

为了支撑差异化产品的开发，海阳科技设立研究院，建立了从人才聚集到装备配套的研发体系。公司在源头端广泛与知名院校教授、院士团队进行合作，选取具备产业化可能、经济潜力强的项目进行试验。依托公司齐全的研发装备与工艺积累，相关项目从小试、中试到小规模生产的过程变得稳健平顺。

——用高水平研发、高水平生产实现高质量产品。“产品性能好、质量可靠，不仅研发水平要高，生产水平也要跟上。”陆信才告诉记者，帘子布行业此前一直存在

用工多、能耗高、劳动强度大、烟气处理难等问题，因此公司在几年前就开始推行智能化与绿色化生产。

“我们是行业中比较早进行智能化转型尝试的企业之一。”陆信才回忆道，公司的智能化改造并非一帆风顺，“选择什么样的硬件、配套什么样的软件、在生产的哪个环节进行替换，这都考验我们对生产工艺的理解是否到位。”

目前，海阳科技已建成“互联网+智能制造”帘子布捻织生产线与智能化浸胶生产线，将原有尼龙6纺丝生产线创新改造为智能化生产线，实现了帘子布全流程智能制造，并将拓展至其他产线。同时，生产过程

中的资源消耗与排放量也得到有效降低。

——大规模生产是保证利润的关键。“规模效应在工业生产中普遍成立。在做到差异化、高水平的基础上，我们还需要提高生产规模。”与此同时，陆信才强调，海阳科技对规模追求的前提是要有成本优势以及确定的市场前景。

“如切片产品，我们不具备原材料一体化优势，所以对常规产品规模的扩张很谨慎，走的是差异化产品规模化道路；而帘子布市场虽然竞争也很激烈，但以新能源车为主的乘用车领域快速发展带动其未来较长一段时间仍将保持增长态势，而我们又有技术成本优势，因此果断投资扩产。”陆信才表示。

## 持续追求价值提升

从集体所有制小厂到行业龙头，从1998年临危受命、接手濒临破产的南化集团泰州化纤公司，到带领企业完成市场化改革、股份制改造并成功上市，海阳科技近30年来高速增长的背后，凝聚着陆信才长期秉持的经营与管理理念。

——从规模追求到价值追求，努力靠近“产业微笑曲线”的两端。“我们公司的愿景是行业领跑、基业长青，这个领跑不仅在于规模，更在于技术、盈利能力。”陆信才说，2019年尼龙6市场行情欣欣向荣、公司产能规模稳居行业前列，企业上下充满扩产动力，相关谈判已进入实质性阶段，“但管理层在反复审慎思考后决定叫停，事

实证明我们的决策是正确的。”

他认为，企业价值应体现在产品的独特性以及能给客户带来的价值上。例如广泛运用尼龙材料的服装领域，如果在原材料环节公司的产品能够不断推陈出新且兼具独特功能，则更有可能在生产中贴近终端市场，获取更多环节的利润。

——审时度势制定务实策略，推动企业稳健前行。1998年接手时要解决的是扭亏脱困与生产管理上的“跑冒滴漏”，之后要考虑的是低成本扩张与产品线拓展，然后才是转型升级……在海阳科技发展的不同阶段，陆信才总是给企业定下最符合当前状态的发展基调。

“解决了生存问题，我们开始考虑扩张。那个时候很多同行都去采购进口机器，但高昂的费用和维护成本对我们来说并不划算。”陆信才说，当时公司大量收集二手国产机器，虽然单机效率远不如进口机器，但依靠数量堆积实现了产能的快速爬升，“市场高速增长的时候，先完成低成本扩张才有未来；市场遇冷时，设备价值低处理也更灵活。”

而到了转型发展期，对“质”的追求就要超过“量”。“我们有相当一批产品出口海外，这也是为什么我们很早就开始关注绿色化生产，哪怕投入较高成本也要解决相关问题的原因。”

——将创新凝聚为公司文化，在各个环节持续精进提升。“我常和公司同事说追求完美，而不是追求第一，因为第一只是一个顶峰，而完美是无止境的。”陆信才表示，创新可以分成两类，一类是颠覆性的变化，一类是微小的改进，两者对公司来说都很重要。

从前者看，海阳科技一方面寻求外部研发力量进行合作，另一方面在自有团队下搭建出多个研发中心，目前已经组织起较为完善的研发体系；从后者看，公司始终推行创新改进文化，连续多年开展改进攻关计划制定，并为此投入了大量资金对成果进行奖励。

# 中国铁塔启动“擎天”AI平台 加快打造科技型创新型企业

●本报记者 刘丽帆

11月21日，中国铁塔董事长张志勇在中国铁塔2025年科技创新大会上表示，“十四五”期间公司增加值较期初增长32%达到717亿元，资产负债率始终保持良好水平，国有资产保值增值成效显著，企业价值再上新台阶。面向“十五五”，张志勇表示，目标是到2030年，中国铁塔科技综合实力和创新整体效能大幅提高，在国家创新体系中的战略地位与贡献度显著提升，具有核心竞争力的科技型、创新型企业特征更加彰显。

## “通信塔”变“数字塔”

近年来，中国铁塔深度聚焦主责主业，实现了跨越式成长。张志勇表示，在支撑网络强国建设方面，公司累计建设基站项目超700万个，其中5G基站超300万座，为行业节约建设投资和运维成本超过4000亿元。网络运维能力持续提升，网络质量达到历史最好水平。在支撑数字中国建设方面，公司利用210万座基站遍布全国、站高望远的资源禀赋，落实数智物联网服务要求，通过“5G+AI+大数据”，已有25万座“通信塔”升级为“数字塔”，围绕“山水林田湖草沙”空间数智化治理，服务农业、环保、国土、水利、交通等十多个重点行业。

同时，公司在支撑绿色低碳转型方面也取得新进展，利用分布式电力设施和专业化运维能力，落实电动交通充换电和电力保障服务要求，深化共享发展理念，从绿



中国铁塔2025年科技创新大会现场

本报记者 刘丽帆 摄

术，实现多家运营商、多频段、多制式共享需求，降低了60%的建网成本。与北京邮电大学团队一起，突破室分+北斗技术难题，将北斗信号引入到室内、地下，实现了车位级室内外一体化定位导航。聚焦“通信机房”变“数据机房”，强化边缘计算创新，积极构建异网异构边缘算力网络，推进算力像自来水一样普惠泛在、随取随用。聚焦“节能降碳”，强化新能源创新，开展锂电池、钠离子电池、基站叠光、能源互联网研发，助力经济社会绿色转型。

## 五大路径锻造创新型企业

面向“十五五”，张志勇明确了公司进军第二个“千亿收入”与“百亿利润”的宏伟目标，到2030年，中国铁塔力争科技综合实力和创新整体效能大幅提高，在国家创

新体系中的战略地位与贡献度显著提升，具有核心竞争力的科技型、创新型企业特征更加彰显。

为实现这一愿景，中国铁塔将从五个方面进一步加快科技型创新型企业建设步伐：一是持续锻造强大的基础研究及技术攻关能力，推动高水平科技自立自强。二是持续锻造强大的行业影响力和引领力，增强科技话语权和主导力。聚焦6G、人工智能、低空经济、边缘算力网络、新能源等前沿领域，系统布局和培育高价值核心专利，加速专利技术成果的转化应用，全面提升知识产权的创造、保护和运用水平，持续增强公司核心竞争力。三是持续锻造强大的科技创新体系和管理能力，提升科技创新效能。四是持续锻造强大的技术创新成果转化能力，推动科技创新和产业创新融合发展。五是持续锻造高水平科技人才培养和集聚能力，打造高水平人才聚集地。

会上，中国铁塔正式启动“擎天人工智能应用开发平台”发布。“擎天”作为国内首批通过“引领级”大模型全栈开发应用能力评测的平台，构建起“数据集一大模型—智能体”三位一体的行业解决方案。依托铁塔实践，平台已落地700余项智能应用，从数字基建的资产管理、智能运维，到企业运营的财务稽核、合同审核与智慧研发，实现跨模态智慧赋能，全面加速企业智能化转型。

未来，“擎天”人工智能应用开发平台将持续拓展“AI+”新场景，以安全为基，以场景为翼，致力于成为数字化转型的核心智能枢纽。

直击2025广州车展：

## 从油电博弈到生态竞争 智能化进一步“破圈”

●龚梦泽 熊永红

11月21日，第二十三届广州国际汽车展览会（2025广州车展）在中国进出口商品交易会馆如期而至。作为年度车市收官的“风向标”，本届车展汇聚93辆全球首发新车，展车总数达1085辆，新能源车型占比高达58%，不仅体现了新能源车产品进入全面替代阶段的行业现实，更直观呈现出电动化竞争从续航比拼转向全场景体验优化、智能化竞争从单一功能迈向“芯片+软件+生态”系统对决的清晰趋势，为各家车企的年底收官之战吹响冲锋号角。

“自明年起，新能源车购置税将由免征调整为减半，政策变化刺激消费者在今年年底前集中购车，叠加年末车企冲量，新能源与出口双轮驱动的格局进一步强化。”

中国汽车流通协会乘用车市场信息联席分会（乘联分会）秘书长崔东树认为，智能网联技术升级和“反内卷”带来的市场秩序改善将支撑消费信心，预计四季度车市销量将实现小幅增长。

### 新能源车竞速

车企寻求细分市场突破

根据最新数据，新能源车在国内总体乘用车市场的渗透率攀升至57.8%，从产品端看，新能源车型已覆盖从A0级到豪华超跑的全细分市场，续航焦虑通过技术创新得到有效缓解，自主、合资、新势力品牌纷纷聚焦细分市场，推动电动化竞争进入体验为王的新阶段。

合资品牌方面，大众品牌推出帕萨特ePro和全新探岳L插电式混合动力车型，同时ID.EVO、ID.ERA和ID.AURA三款概念车亮相车展，预示着大众“油电同进、油电同智”战略的进一步落地。大众汽车乘用车中国CEO齐泽凯表示，大众汽车将开启新一代智能网联汽车的交付，并以新能源车产品为核心，满足中国用户的出行需求。

作为传统豪华品牌劲旅，梅赛德斯-奔驰AMG-GTXX概念车中国首秀，核心车型焕新上市，阵容涵盖长轴距C级车、长轴距与标准轴距E级车、S级轿车，以及GLBSUV、长轴距GLCSUV与GLSSUV。宝马则以新一代车型强化豪华纯电车竞争力，超20款车型阵容齐聚，全新BMW M3旅行版、2026款BMW X5等拳头产品集体亮相；沃尔沃2026款XC90同步亮相，提供轻混与插混版本，升级的城市安全系统与辅助驾驶功能，延续品牌安全至上的基因。

相较于合资品牌的智能化追赶，自主品牌则凭借全产业链优势，在技术普惠与高端突破上双线发力。长安启源发布了全新Q05纯电SUV，让10万元内纯电SUV首次搭载激光雷达成为现实；阿维塔联合华为开创HiPlus模式，计划至2030年，联合推出17款车型，覆盖轿车、SUV、MPV等多类细分市场。

北京越野深耕硬派赛道，全球首发ELMTMax未来原型车，以无门设计和模块化系统打破传统越野车型边界，延续方盒子的经典基因；岚图汽车带来追光L与泰山SUV双旗舰，前者聚焦高端轿车市场，后者搭载华为乾景ADS4.0系统，37.99万元的起售价对标豪华SUV赛道。

除了整车企业，电池、智能解决方案等核心供应链企业正在从幕后走向台前，成为行业规则的重要参与者与制定者。中国证券记者在车展现场注意到，在汽车产业链及汽车文化展区，电机电控、充电桩、自动驾驶、智能座舱、生态互联、人工智能等新题材和供应链公司涌现，展商数量较去年大幅增长。

### 智能重构

从单点功能到生态闭环

记者观察到，相比往年车企聚焦单一智能功能的展示，本届广州车展的比拼重点已转向“芯片+软件+生态”的系统能力——通过全链路生态整合让汽车真正进化为智能移动空间，清晰印证了智能化竞争迈入系统对决的行业趋势。

以华为汽车生态为例，伴随着“五界”之后，“境”系列的先后发布，华为汽车业务正快速拼接“五界三境”版图。在本届车展上，以Tier1身份及Hi、HiPlus等模式合作的品牌及主机厂悉数参展，包括自主品牌中的长安阿维塔和深蓝，东风岚图和猛士，以及合资品牌中的一汽奥迪、东风日产、广汽丰田等，印证了生态协同的成效。

造车新势力则通过产品矩阵扩容与生态深化巩固优势。蔚来以月销5万辆为目标，携ET9地平线特别版、全新ES8等车型登场，其中全新ES8上市41天交付破万，创下40万元以上纯电车型交付最快破万纪录；零跑汽车坚持全域自研路线，首发纯电小型SUV A10车型；智己汽车聚焦底盘与续航核心技术落地，LS9正式开启全国用户交付；上汽名爵携MG4半固态安芯版重磅首发，为竞争白热化的10万元级纯电车市场注入强心剂。

事实上，作为每年国内的最后一场A级车展，广州车展身负承前启后的重任，既是对各企业全年发展态势的总结，也是各企业展示新成果、对新一年布局谋篇的关键舞台。

“尤其是借助广州车展的带货力和长尾效应，有望为车企的年末销量冲刺之战再添一把火。”德基先进制造与出行产业合伙人张帆对记者表示，本届广州车展作为“十四五”收官之年的行业压轴盛会，不仅是全球汽车技术交流的舞台，更是产业生态协同的缩影。各家车企的同台竞技，最终将推动行业向更高效、更智能、更贴近用户需求的方向发展，为明年的车市趋势定下基调。



2025广州车展现场

龚梦泽 摄