

黄酒迎“低度微醺”窗口期 古越龙山以“慢就是快”蓄力长期价值

近期,黄酒板块在二级市场表现活跃,市场关注度明显升温。政策层面,六部门印发《关于推动历史经典产业高质量发展的意见》,酿造被纳入历史经典产业扶持框架;产业层面,白酒类大经销商调整产品结构,逐渐布局黄酒,也让黄酒行业出现新的想象空间。古越龙山董秘张磊光在接受记者专访时表示,黄酒正迎来低度、微醺、健康化的消费窗口,公司自去年启动全面改革,核心是高端化与年轻化,不追求短期放量,而是先夯实基本面。

● 本报记者 罗京

改革聚焦高端化与年轻化

张磊光表示,黄酒传统旺季一般集中在第四季度和第一季度,从中秋节开始逐步进入消费旺季。但今年行业出现的新变化更值得关注。“不少酒类大经销商正在调整自身产品结构,逐步布局黄酒业务,机构投资者对黄酒的关注度也在持续提升。”

记者注意到,9月8日,古越龙山与广东粤强酒业有限公司、重庆市农业生产资料(集团)有限公司联合发布定制黄酒新品“琥珀光”,以“品牌+渠道”深度联动

筑牢长期竞争壁垒

值得注意的是,黄酒年份酒有明确的标准约束。以古越龙山国酿白玉40年、国酿30年、青花醉20年为例,标注年份需以勾调原酒的加权平均酒龄计算,其中达到标注年份的坛存原酒占比不低于50%,其余调配原酒按各年份与用量的加权平均后,酒龄同样需达到标注年份要求。

“基于黄酒国标对于年份的要求,黄酒企业做高端化有两大硬性条件:一是现有高年份老酒储备量,二是面向未来的非遗手工酿造产能。”张磊光表示,目

改革红利渐次释放

从半年报看,古越龙山短期业绩仍有压力。上半年公司实现营业收入7.87亿元,同比下降11.89%;归属于上市公司股东的净利润9155.64万元,同比增长1.38%;扣非后净利润5268.60万元,同比下降34.94%;经营活动产生的现金流量净额为-3.10亿元。同期,研发费用3267.06万元,同比增长87.15%,销售费用也有所增加。



古越龙山总厂智能化酿造基地

公司供图

开拓全国市场。此前,古越龙山已与北京糖业烟酒集团有限公司达成战略合作,在西南市场签约越来盛酒业有限公司等多家头部酒商,一批手握核心渠道资源的白酒经销商密集布局黄酒。

在张磊光看来,背后是消费习惯的深刻转变:低度、微醺、健康化成为主流趋势,覆盖年轻群体与中老年群体。黄酒温润,更契合中国人体质,且拥有数千年文化底蕴,与中医养生深度绑定。顺应这一趋势,古越龙山自去年启动由内而外

的全面改革,核心推进高端化、年轻化两大战略。

高端化方面,公司对国酿系列实施配额制控量保价,按经销商原有销售规模的70%进行配额分配;青花醉系列线上非自营渠道全面停售,各平台仅保留自营旗舰店,防范串货乱价。

张磊光透露,自今年6月起国酿已从拔塞式瓶盖切换为旋盖设计,新瓶盖可内置二维码实现产品溯源;青花醉样品完成测试,也将在近期完成瓶盖升级。公

司并不追求快速放量,而是优先稳固市场秩序,待新老产品替换完成后,再实现有序、可持续的放量增长。

数据印证了高端化进展。上半年,古越龙山青花醉系列同比增长35.17%,其中青花醉20年增长53.03%;国酿、青花醉等高端系列同比增长9.81%。与此同时,公司推进销售体系市场化承包制改革,从华南向山东、陕西、东北复制;集中资源放大核心产品;包材优化方面,仅2025年就节约成本逾1000万元。

年轻化方面,公司坚持“无高低”产品战略。“无高低”自2024年8月推出至今销量突破500万瓶,江浙沪以外市场销售占比超过60%,35岁以下新锐白领占比超30%,46岁以上群体占比约30%。老中青三代人分布均匀,不仅实现了区域破圈,也实现了人群破圈。“与其他年轻化产品不同的是,“无高低”的酒体和口感与公司中高端黄酒之间的跨度小,消费者可以自然过渡到中高端产品,降低重新培育口感的难度,也为公司未来中高端化的放量,奠定了前期基础。”张磊光说。

此外,公司依托古越龙山总厂智能化酿造基地、沈永和酒厂非遗手工酿造示范基地、女儿红绍兴东路酒核心基地、国遇鉴湖酒坊、国家级黄酒工程技术研究中心、中央酒库陈化基地和中国黄酒博物馆文化传播基地等七大基地,形成传统与现代并存、生产与文化融合的产业生态。黄酒产业园一期生产区域已全面建成投用,公司先后获评黄酒行业首家“浙江省智能工厂”、行业唯一“浙江省先进级智能工厂”,并入选浙江省未来工厂试点。

光看来,年轻化不是简单追逐热点,而是让年轻消费者接触、认知高品质黄酒,并形成从亲民产品向中高端产品自然升级的路径。

尽管业绩短期承压,但积极因素正在积累。上半年公司新增经销商102家,线上销售收入1.54亿元,同比增长10.17%;公司完成最新一期回购约2.01亿元,回购股份占总股本2.18%;实施现金分红8024.73

万元,占净利润的36.10%,分红金额较2024年度提高12.50%。江浙沪以外市场销售收入占比超过40%,全国化布局持续推进。

“公司坚持先夯实自身基本面,随着基本面不断向好,资本市场会更新对古越龙山以及黄酒行业发展前景的认知。”张磊光表示,改革红利将逐渐释放,公司更看重长期、可持续的价值增长。

面对这一格局,李杰判断:“尽管从短期来看,天然铀价格会受到供给需求、金融机构的持货或抛售、市场情绪等多方因素影响。但从长期来看,它更多受限于供需关系。目前中国核电在加速发展,全球核电也在复苏,长期来看供需缺口是存在的。”

展望“十五五”,中广核矿业的棋局正在徐徐铺开。李杰透露,三大方向已然明确:确保在手权益矿山的稳产增产,稳步推进扎矿产能爬坡,“严格落实节点目标与质量标准,推动产能按期释放”;在公司条件允许时增加权益产量,为集团供应更多天然铀;同时积极开拓新市场,“在绿地开发或权益并购方面有更大的举措”。公司也将积极跟踪全球优质铀资源机会,合理利用资本市场工具,完善项目储备与资源梯队。

世纪恒通:以具身智能场景为锚 发力AI数据服务赛道

● 本报记者 吴科任

“公司将具身智能数据采集与标注确立为AI数据服务的重要战略方向,这是基于自身数据能力与产业发展趋势深度耦合作出的战略性选择。”近日,世纪恒通总经理杨兴荣接受中国证券报记者采访时表示,依托规模化专业标注团队的产能优势以及全模态数据采集处理能力,公司重点攻坚具身智能机器人所需的多传感器融合数据、动态轨迹追踪数据等核心训练素材。

作为贵州本土成长起来的数据服务企业,叠加贵州作为全国首个国家级大数据综合试验区和全国八大算力枢纽节点之一的区位优势,世纪恒通又将如何落地数据与算力资源协同发展蓝图?

构建AI数据服务第二增长曲线

近两年,世纪恒通从技术底座、产品矩阵和落地场景三个维度,加力向AI数据服务拓展,由此构建第二增长曲线。

顺应AI产业对高质量训练数据的需求,世纪恒通推动AI数据服务实现技术范式升级,摆脱传统数据标注对人力规模的单一依赖,落地“AI预标注+人工精细化修正+多级质量审核”人机协同作业模式,具备全模态数据处理能力,实现效率与质量双向提升。

世纪恒通还自研多模态智能标注平台——搭载多智能体任务调度、AI预标注、全流程质量管控能力,实现从任务分发、数据流转到结果校验的全链路平台化管理,将数据生产从人工驱动迭代为模型辅助的标准化作业体系,具备单日百万级标注样本的交付能力。

杨兴荣介绍,世纪恒通搭建了“采集—清洗—标注—质检—训练”全链路闭环的AI数据要素产品体系,业务能力从基础内容审核、通用图像标注,拓展至自动驾驶、大模型训练、具身智能等高附加值赛道,实践由单点任务受托交付向全链条数据产品交付的跨越。

2025年,世纪恒通数据标注业务营收突破1亿元,在贵州省内数据标注行业处于第一梯队。

世纪恒通积极布局全模态AI数据服务场景,由数据标注、数据采集向产业链各环节延伸,覆盖自动驾驶、大模型、具身智能等核心领域,支持图像、视频、点云、语音、文本等多类型的采标一体化服务。特别是在具身智能领域,公司已落地第一视角的数据采集与标注交付工作,标志着公司AI数据服务能力已从传统图像标注正式迈入具身智能这一前沿赛道。同时,公司持续研发和完善自有数据标注平台,目前已具备项目管理、数据流转、权限管理及AI预标注等基础能力。

三阶段推进具身智能相关业务

市场对世纪恒通做大做强具身智能相关业务抱有较大期待。“公司总体规划三阶段推进这块业务,遵循‘标准化交付—规模化复制—价值链提升’的发展路径。”杨兴荣说。

第一阶段,世纪恒通将重点夯实标准化交付能力,核心目标是跑通重点项目交付流程,完善训练师培训认证、设备管理、数据安全、过程质检、项目验收等一整套标准规范,沉淀可复用的作业准则与场景模板,保障输出数据具备一致性、准确性、可追溯性。

第二阶段,公司着力实现规模化、多场景复制,待标准体系成熟后,依托全国服务网络、专业交付团队与弹性组织能力,把成型的培训包、设备包、场景包、质检体系复制至更多区域,拓展工业操作、生活服务真实业务场景,持续扩大具身智能数据供给的规模与场景丰富度。

第三阶段,向高质量数据集、算法支撑方向延伸,在稳定交付、完成数据沉淀的基础上,进一步探索EGO数据、仿真数据、真机交互数据的协同服务,面向特定垂直行业打造高质量数据集,并结合客户需求向数据治理、模型微调、训练评测支撑等上下游环节拓展,实现从单纯的数据加工服务商向数据价值与智能化能力提供商的升级。

世纪恒通已实现具身智能数据采集与标注业务落地交付,依托多传感器穿戴采集方案,在模拟作业场景下获取多模态训练素材,为机器人执行实操任务提供高质量训练素材。后续,公司将持续迭代数据服务能力,对接国内头部具身智能研发企业的定制化数据需求。

探索数据算力协同组合式服务

“我们认为数据与算力并非相互独立。”杨兴荣表示,高质量数据的清洗、预标注、特征处理、训练验证均离不开算力支撑;而算力能否有效转化为模型效果,又高度取决于数据质量与数据工程能力。

此前,世纪恒通联合打造的智能数据标注实训一体机,已经完成算力、AI预标注、本地化数据处理的融合实践;现有云产品服务底座,也为后续弹性算力调度与资源协同打下基础。

展望未来,世纪恒通将锚定AI数据全链路服务的核心定位,充分借助贵州全国一体化算力网络国家枢纽节点的产业与区位优势,优先联动云厂商、运营商、本地算力平台开展合作,以按需接入、弹性调度为主要模式,面向客户提供“训练数据生产+数据预处理+算力资源协同”的组合式服务;针对模型调用、推理资源、Token等创新合作模式,将结合客户需求、投入产出比以及合规要求审慎评估,坚持聚焦主责主业,不盲目推进重资产扩张。

“当前具身智能业务尚处在前期探索与能力建设阶段,行业技术路线、数据标准、客户需求以及商业模式仍处于快速迭代期,公司将坚持以真实订单与客户需求为牵引,循序渐进开展投入,优先打磨可验证、可复制、可持续的商业模式,并严格按照规则履行上市公司信息披露义务。”杨兴荣说。

中广核矿业:新销售框架落地见效 扎矿投产打开增量空间

● 本报记者 罗京

在天然铀现货价格经历“破百”又回落的上半年,中广核矿业交出了一份营收逆势增长近两成的答卷。“上半年营业额20.25亿港元,同比上升19%;毛利同比上升52%。”近日中广核矿业首席财务官李杰在接受中国证券报记者专访时给出了这组核心数据。尽管受相关矿山销量下降影响,投资收益同比回落,公司上半年整体录得净亏损,但李杰明确表示,预期下半年完成全年包销计划后业绩将进一步兑现。“我们在复杂市场环境中保持了战略定力,生产运营总体平稳,新一轮销售框架协议落地见效,资源开发与贸易业务协同推进。”

战略构建资源基础

中广核矿业的第一次参股投资发生在2015年,公司收购北京中哈铀资源科技有限公司100%股权,间接持有哈萨克斯坦谢米兹拜伊铀公司(谢公司)49%股权,完成了向“资源型公司”发展的关键一步。

2019年,公司整合中广核国际铀产品销售有限公司,贸易板块步入规模化轨道。2021年,公司收购奥尔特雷克有限责任公司合伙企业49%股权,将权益包销量提升至1321tU(吨铀,tonne of uranium),较2020年增长73%。

回顾这段历程,李杰给出了清晰的概括:“我们的主营业务是为我们的股东——中广核集团旗下的核电站提供天然铀作为核燃料。商业模式主要分为两个板块:第一个是资源板块,通过参股矿山获得收益;第二个为销售板块,包括权益矿山的自产包销及国际销售公司从事的国际贸易业务。”

细看公司资源盘面,四座在产矿山全部处于优质铀成矿带,采用原地浸出法开采,成本基本处于全球铀矿生产成本的前10%分位。2026年第二季度,四座矿山合计生产天然铀667.8tU,季度计划完成率达103.3%。更值得关注的是,扎矿已完成第一阶段扩建并正式投产,计划明年达产,将成为未来两年权益增量的核心来源。

根据公司半年报,上半年,贸易板块方面,国际销售公司上半年销量1173吨,同比上升45%;销售价格72.6美元/磅,同比提升24%。受益于销量及价差改善,国际贸易毛利同比增加约1亿港元,成为上半年毛利增长的重要支撑。资源板块方面,旗下四座矿山上半年共计生产1249tU,矿山层面平均销售价格80.9美元/磅,同比提高16%;但销量711吨,同比下降37%,单位成本有所上升,主要受硫酸价格上涨、税费调整及摊销增加等因素影响。

多元手段对冲市场波动

“上半年参股矿山的包销交付有延迟安排,但年内完成交付后将进一步兑现业绩。”李杰表示,“我们通过精细化经营管理、矿山成本控制,以及对国际贸易业务的交付安排管理,确保全年业绩的实现。”

截至6月末,公司持有天然铀库存967tU,加权平均成本80.88美元/磅;已签约未交付销售合约2442tU,加权平均售价88.58美元/磅,远期利润空间已基本彰显。与此同时,公司持续优化财务结构,融资成本同比下降28%,平均带息负债规模由上年同期约4.1亿美元降至约3.1亿美元,资产负债率降至42.3%。

面对资源国政策变动带来的成本压力——哈萨克斯坦已出台矿产开采税,该国预提所得税率自2026年起由10%的优惠税率调整为累进税率——公司在运营层面也有应对之道。“在矿山运营方面,我们主要做好排产计划的精细化管理,包括原材料消耗、人工安排、资产折旧以及其他费用的合理支出,与矿山全周期的排产计划做好衔接。”李杰举例说。

谋篇“十五五”长远发展

值得注意的是,全球核电行业正迎来持续复苏。截至2026年8月30日,我国大陆地区在运及在建核电机组共120台,装机容量逾1.36亿千瓦,位居全球第一;美国则将2050