

# 电商龙头竞速即时零售赛道

■本报记者 梁傲男

2月5日晚间,美团发布公告称,将通过全资子公司以初始7.17亿美元收购叮咚买菜全部已发行股份。此次收购将使叮咚买菜成为美团的间接全资附属公司,其财务业绩将并入美团的财务报表。

对于此次收购,叮咚买菜方面向《证券日报》记者表示,一切信息以公告为准,目前公司业务及团队均正常、稳定运行。

业内分析称,若本次交易顺利落地,国内即时零售赛道格局或将迎来重构。整合小象超市与叮咚买菜的资源之后,美团有望进一步强化其在即时零售领域的整体竞争力。同时,电商行业正进入以即时零售为核心战场的“巨头对抗”阶段,商品力、供应链能力与末端配送网络等,将成为决定市场竞争胜负的关键因素。

## 以合并加固“护城河”

叮咚买菜成立于2017年,深耕江浙沪市场,以前置仓模式提供蔬菜、水果、肉禽蛋、水产等生鲜商品,主打“最快29分钟送达”服务,契合了当代消费者对便捷、新鲜生鲜产品的需求。

财报显示,2025年第三季度,叮咚买菜实现收入66.6亿元,GMV(商品交易总额)72.7亿元,连续七个季度实现规模同比增长;利润方面,叮咚买菜在Non-GAAP(非美国公认会计准则)标准下实现净利润1亿元,净利率为1.5%,实现了连续十二个季度Non-GAAP标准下的盈利。

叮咚买菜深耕的华东区域,是生鲜消费的黄金销售市场,其即时零售渗透率也高于全国平均水平。

美团方面表示,叮咚买菜为国内领先生鲜电商,截至2025年9月份,运营超1000个前置仓,月活用户超700万,具备高自采率、强供应链与高复购率。收购完成后,叮咚买菜将并入美团财务报表,强化美团在食杂零售领域的

商品、技术与运营协同。

2月5日,叮咚买菜创始人梁昌霖在全员信中表示:“双方合并之后,叮咚买菜的三大核心竞争力——极致的商品力、超预期的服务力,以及通过供应链系统打造的极致效率——不会因合并而消失,反而会在更大的平台上发挥更大的价值。”他同时承诺:“叮咚买菜的业务和团队会保持稳定。”

百联咨询创始人、零售电商行业专家庄帅对《证券日报》记者表示,在业务协同上,二者模式高度契合,均为自营前置仓模式,在组织结构与业务流程上相近,融合难度较低。收购将直接强化小象超市的业务布局,尤其是在叮咚买菜优势区域江浙沪,可快速提升美团的市场占有率。

庄帅认为,叮咚买菜已实现连续多季度盈利,并围绕自有品牌深化、供应链精细化运营等方面,不断优化自身运营流程。收购叮咚买菜为美团带来的不仅是市场份额和前置仓网络,更是一套经过验证的盈利模型与差异化商品力。

## 各方动作频频

在线上流量红利逐渐触顶的背景下,各大电商平台正积极寻求新的增长路径。它们不再局限于传统电商玩法,而是加码即时零售,试图通过“近场”消费场景撬动“远场”交易,构建更为完善的消费生态。2025年以来,随着“外卖大战”升级,行业竞争持续升温。其中,高频、刚需的生鲜品类成为其布局的核心战场。

例如,阿里巴巴旗下新零售平台盒马,聚焦盒马鲜生和盒马NB(邻里业务)两大核心业态,形成“鲜生快速复制成熟模式+NB辐射社区毛细血管”的互补组合,业务形态从最高峰时的12种缩减至2种。

另外,阿里巴巴面向投资者的最新交流信息显示,淘宝闪购在最新季度取得关键进展。据了解,2025年四季度,淘宝闪购增长势头继续强劲、非餐即时零售进展快速,同时比竞争对手亏损收



图①淘宝闪购骑手正在送货

图②美团骑手在Apple授权专营店取货

图③淘宝闪购新人大额红包宣传图

图④叮咚买菜前置仓

梁傲男/摄  
企业供图

窄速度更快。阿里巴巴对于淘宝闪购2026年的投入战略也明朗化:闪购首要目标是份额增长,会坚定地加大投入。

进入2026年,阿里巴巴旗下千问App与高德、飞猪、淘宝闪购等多个消费场景深度融合,消费者无需用手即可点外卖。通过将AI产品与消费类业务相结合,阿里巴巴成功将竞争从线上流量、线下履约的二维较量,提升至全链路效率、生态协同、用户价值创造的高维度竞争层面。

京东同样加码对即时零售的布局。继宣布入局外卖行业之后,2025年3月份,京东买菜更名为京东七鲜,采用“店仓一体”模式,主营生鲜、熟食、日用等品类,目前已在全国多个城市开设线下门店。同年11月份,京东推出京东外卖App,不仅提供外卖服务,还集“外卖+即时零售+点评+酒

旅+购物”等本地生活服务于一体,致力于打造一站式本地生活平台。

美团在2025年持续推进业务聚焦,相继关停了美团优选和美团电商,并将资源集中投入到“小象超市”和“快乐猴”两大新兴业务板块。在此基础上,收购叮咚买菜成为其战略布局的关键举措。通过强化生鲜品类的供应链和运营能力,美团旨在打造覆盖商品供给与即时履约的一体化生态体系。

业界分析称,若此次美团对叮咚买菜的收购顺利完成,将为本已白热化的巨头之争再投下一颗砝码。即时零售行业的竞争,由此进入一个以整合与效率为核心的新阶段。

中国电子商务专家服务中心副主任郭涛向《证券日报》记者表示:“美团通过并购优质资产,直

接巩固了其在生鲜即时零售赛道的核心优势。预计阿里巴巴将更深入地挖掘电商生态的协同价值,凭借流量和技术实现突围;而京东则会进一步依托其自营和供应链的传统优势,聚焦品质细分赛道。中小玩家的生存空间将进一步被压缩。”

“随着头部企业通过并购等方式强化自身优势,以往依赖烧钱补贴的粗放式竞争模式有望加速退潮。”中国数实融合50人论坛智库专家洪勇表示,即时零售赛道正迈向巨头竞争的新阶段,行业的竞争焦点将全面转向商品力、服务质量和运营效率的精细化提升。

庄帅也认为:“未来,即时零售的竞争将是深度与特色的较量。各平台都必须打造难以被复制的核心优势,才能在接下来的整合深耕期,确立最终的市场定位。”

# 农机产业高端化转型提速

■本报记者 王 僖

2月6日,农业农村部发布关于落实《中共中央国务院关于锚定农业农村现代化扎实推进乡村全面振兴的意见》的实施意见(以下简称“实施意见”),提出加快实施农机装备高质量发展行动。

实施意见提出,高质量实施农机研发专项,深入开展农机研发制造推广应用一体化试点,加强农机研发制造推广应用先导区建设,加快高端智能、丘陵山区适用农机装备及关键零部件研发应用,大力发展新能源农机。开展农机创新产品县域规模化应用试点。

以前不久安徽省启动的农机研发制造推广应用一体化试点为例,该项目为“智能全光谱粮食分选装备”项目,旨在推动分选装备从自动化向智能化跨越,提升分选精度与效率,助力粮食加工产业向高效、绿色、智能转型。

该项目牵头单位合肥美亚光电技术股份有限公司负责人告诉《证券日报》记者:“这个项目的重点是将全光谱智能识别和大模型自主学习等‘硬核’技术应用到粮食分选设备上。我们专门组建了团队,联合高校科研人员和一线工程技术人员,目标是打通从技术研发到批量制造、再到实际应用的整个链条,真正让好技术快速落地、用得上、推得开。”

潍柴雷沃智慧农业科技股份有限公司(以下简称“潍柴雷沃”)近年来集结优势力量,开展协同攻关,成功攻克了动力换挡、CVT无级变速、山地丘陵拖拉机等一系列核心技术,同时还接连突破大型智能联合收割机、北斗导航自动驾驶作业系统等核心装备技术。“这些技术的突破使我们的产品实现了从单机智能到集群智能、从装备赋能到数据驱动的革新与升级。”潍柴雷沃研发部门一位负责人对记者表示。

科技部国家科技专家库专家周迪表示,2026年农机政策核心导向是注重前端创新,推动农机产业从规模扩张向质量提升转变,以装备升级助力农业新质生产力发展。

此次实施意见进一步明确要“加力”实施农机购置与应用补贴“优机优补”“有进有出”政策,扎实推进老旧农机报废更新。

记者注意到,自2025年底以来,全国多个省份已陆续发布了第一批“优机优补”与“补贴退出”相关政策,例如,安徽省、湖南省着力建立明确的淘汰时间表,山东省以单机最高25万元的力度着力解决高端智能拖拉机短板问题,浙江省专注于特色产业创新……各地政策均紧扣同一核心:通过大幅提高先进机具补贴比例(部分达40%),严格执行落后产品退补退出机制,强力引导资金、技术和市场向高性能、智能化、绿色化的农机装备聚集。

周迪表示,政策的调整升级或进一步加速农机行业洗牌,低端落后产能逐步出清,中小企业生存压力加剧,具备技术储备的龙头企业市场集中度进一步提升,资源也将向高端、细分赛道集聚,形成“头部引领、细分突破”的格局。

中关村物联网产业联盟副秘书长袁帅则认为,新政带来的机遇不仅体现在产品销量的增长,更在于商业模式与服务生态的重构。企业需要从单纯的“产品提供商”转型为“农业生产综合解决方案服务商”。同时,企业还可以探索“农机+大数据+农业服务”的融合模式,将产品优势转化为生态优势。

# 三孚股份拟斥资1.54亿元 布局半导体相关高端材料

■本报记者 张晓玉

2月6日晚间,唐山三孚硅业股份有限公司(以下简称“三孚股份”)发布公告称,拟通过全资子公司投资新建200吨/年SOD(可旋涂介电材料)及配套溶剂项目,项目总投资额达1.54亿元。

公告显示,该项目将在河北唐山南堡经济开发区建设,分两期实施。项目一期投资1.25亿元,一期产能为40吨/年,预计2026年3月2日开工,并于2027年一季度末建设完成并进入试生产阶段;二期预计投资额2882万元,将在一期建设完成后根据市场情况择机启动,全部建成后形成200吨/年的SOD产能规模。

据了解,SOD是半导体领域的关键高端材料,主要应用于存储芯片及先进制程逻辑芯片的薄膜生长环节。其凭借绝佳的流动性、局部平坦性、膜均匀性,以及良好的热稳定性和优秀的抗电迁移能力,同时兼具高效率、低成本等优势,成为先进芯片制造过程中不可或缺的材料之一。

添翼数字经济智库高级研究员吴婉莹对《证券日报》记者表示,此次投资是三孚股份向高端半导体材料领域的关键延伸。该公司利用核心技术优势延伸产业链,产品将直接用于存储芯片等先进制造领域,这不仅有助于丰富公司产品线,更是实现供应链自主可控的重要实践。

公开资料显示,三孚股份已在电子级硅材料领域深耕多年,其电子级二氯二氢硅产品已覆盖国内存储芯片、逻辑芯片、硅基前驱体等领域,并实现向部分国内龙头存储厂商、逻辑芯片Fab厂商的批量稳定供应。

中国企业联合会特约研究员胡麒牧表示,随着国内半导体产业快速发展,对高端材料的需求日益增长。SOD作为半导体制造的关键材料,其国产化替代具有广阔的市场前景。近年来,国家出台了一系列支持半导体产业发展的政策,为半导体材料企业提供了良好的发展环境。三孚股份此次投资,正是抓住了这一市场机遇。

胡麒牧表示,当前半导体材料国产化趋势明显,SOD的市场需求将随着先进制程的发展而持续增长。不过,SOD材料的研发和生产涉及复杂的化学合成和纯化工艺,技术壁垒较高。国内企业要实现突破,需要持续投入研发,加强人才队伍建设。三孚股份的优势在于其已有的硅材料产业基础,关键是如何将传统优势延伸到高端电子材料领域。

三孚股份表示,本项目建成后,SOD产品以公司电子级二氯二氢硅为原料,下游用于半导体领域的存储芯片及先进制程的逻辑芯片,是公司产业链的进一步延伸,使公司产品品类进一步丰富,有利于增强综合实力,符合公司总体战略和发展规划。

# 空调行业面临成本大考

■本报记者 贾 丽

今年以来,空调行业涨价声不断。

奥克斯电气有限公司(以下简称“奥克斯电气”)近日发布《关于2026年价格调整的通知》称,因2025年初以来主要原材料价格大幅上涨(其中铜价涨40%,铝价涨20%,制冷剂涨80%),公司采购成本激增,经营承压。为保障产品品质与稳定供应,自2026年3月1日起,AUX中央空调全系产品价格上调6%—10%,2月28日前开单订单仍按原价执行。对此,奥克斯电气相关负责人对《证券日报》记者表示,此次涨价品类主要涉及中央空调,主要受原材料价格波动影响。

这并非个例。事实上,今年以

来,已有TCL、美的、科龙等多个品牌发布了不同形式的空调涨价消息。

例如,科龙品牌家用空调全系涨价5%—10%;TCL根据产品型号及配置差异,家用及中央空调涨价4%—10%;美的实行阶梯式涨价;夏宝、美博也已先行调整了产品价格;除中央空调外,奥克斯品牌家用空调也将调价,较之前涨幅3%—8%。

铜、铝作为换热器、压缩机、管路系统的关键材料,其价格大幅攀升直接影响产品成本。而制冷剂受环保政策升级、产能调整及上游原料影响,价格涨幅明显。“这些基础材料的成本合计可占空调总成本的30%—40%,其价格波动对行业影响巨大。”家电行业观察人士、森科技创始人

胡洪森表示。

头部品牌涨价的连锁反应已经显现。张剑锋表示:“此轮原材料涨价具有周期性及结构性叠加的特点。一方面是经济复苏预期、供应链局部紧张带来的周期性波动;另一方面,各地对高能耗产业的调控以及制冷剂环保标准切换,都加剧了相关化工原料的结构性供应紧张。空调行业作为材料密集型产业,受到的影响比较明显。此次多家企业几乎同步宣布提价计划,是一种行业集体预警信号,表明成本压力已突破普遍的心理和财务承受底线,并将影响原材料采购等情况。”

“企业将面临多重考验,一边是灼热的成本压力,另一边是激烈的市场竞争与消费升级的挑战。这也将有力推动中国家电行业告

别粗放的规模增长旧模式,加速迈向以核心技术、运营效率和品牌价值为核心的高质量发展新阶段。”中国家用电器商业协会秘书长张剑锋在接受《证券日报》记者采访时表示。

实际上,从家电行业长期发展来看,简单的涨价并非万能之策。在消费市场增长趋缓、需求相对饱和的背景下,价格上涨可能抑制部分需求,尤其是对价格敏感的大众市场。这意味着行业正面临一场严峻的“压力测试”:如何让市场和消费者接受上涨的价格?

张剑锋认为,企业应加快技术突围,通过提升产品能效、开发更环保低碳的替代材料、优化系统设计以减少材料依赖或采用新型替代材料,来创造差异化

价值;开展效率革命,利用工业互联网、智能制造优化生产流程,降低损耗、压缩运营成本,从内部挖掘利润空间;加速品牌升级,推动产品结构向高端化、场景化、智能化调整,提升品牌溢价能力。

中国电子视像行业协会秘书长董敏表示:“此次家电行业的成本飙升,实际上是一次强制性的‘挤水分’和‘促升级’过程,将迫使所有企业脱离拼价格的舒适区,真正思考如何创造可持续的价值。能够存活并胜出的企业,必然是那些在核心技术上有所储备、在供应链管理上更具韧性、在品牌塑造上更清晰的高质量发展企业。”

董敏认为:“此轮调整后,市场集中度有望进一步提升,行业生态将更加健康。”

# 海尔去年全球收入达4268亿元

■本报记者 刘 剑

2月6日,在海尔集团公司(以下简称“海尔”)举行的2025年工作总总结表彰大会暨第八届职工代表大会第七次会议上,公司披露了去年的经营业绩。2025年,海尔全球收入达4268亿元,同比增长6.3%;全球利润总额322亿元,同比增长6.7%,延续了稳健且高质量的增长态势。

面对新一轮产业变革与全球竞争格局重塑,海尔董事局主席、首席执行官周云杰表示,2026年海尔将围绕“生态协同、用户链接、全球纵深”三大主线,打赢三场关键战役,全面构建AI原生组织,进一步提升生态竞争力与创新效率。

2025年是海尔AI应用元年,公

司坚持“天上大模型、空中智能体、地面AI终端”的三级体系。在产品及服务方面,公司率先发布“AI之眼”,打造智慧家庭生活解决方案,引领行业从“替人家务”迈向“无人家务”;在产业端,卡奥斯天智大模型助力企业数字化转型;在管理层面,公司围绕主业务场景,部署数百个业务智能体提质增效,在创客端推出智能办公助手,提升协同效能。

值得关注的是,海尔将“三大赛道”细分为“六大产业生态”,以生态协同的方式对冲单一产业周期波动,并为资本运作提供更清晰的产业锚点。其中,在数字经济产业生态方面,卡奥斯连续7年位居国家级“双跨平台”榜首,并在工业互联网垂域大模型、机理模型与专家算法等方面形成体系化积累;在

机器人产业生态方面,新时达发布行业首个工规级具身智能机器人,海尔同时围绕“无人家务”丰富家庭机器人矩阵;新能源产业生态则围绕储能、储能、智控器布局,并通过融资获得资本市场认可;汽车产业生态通过战略入股汽车之家,补齐汽车产业生态关键环节。

面向2026年,周云杰提出三大主线与关键战役的组合策略:在生态协同上,实现从“并列舰队”到“有机生命体”;在用户链接上,实现从“交易用户”到“终身合伙人”;在全球纵深方面,实现从“全球覆盖”到“本土深耕”。

海尔相关负责人表示对《证券日报》记者表示,在执行层面,海尔将“AI原生组织”作为贯穿产品、流程与管理的底座工程,计划在产品服

务、流程运营、组织人才、决策创新四个层面集中发力。更具“硬约束”的信号来自研发投入安排:海尔提出未来5年研发投入累计不少于1000亿元,重点投向人工智能、芯片、物联网安全等基础技术领域,以筑牢AI原生的技术根基。组织治理与新赛道“第二曲线”的制度化管理。海尔提出推行“生态型治理”“生态小微”等机制,并启动第二曲线引爆计划,对大健康、机器人、新能源等新赛道,设立专项发展基金,鼓励模式创新和技术突破。

资本市场方面,截至目前,海尔集团旗下已拥有海尔智家、雷神科技、海尔生物、盈康生命、上海莱士、新时达、汽车之家、众森控股等8家上市公司,覆盖智慧家庭、大健