

合计营业收入超53万亿元，近八成企业实现盈利——

上市公司“三季报”释放积极信号

本报记者 王俊岭

截至10月底，上市公司前三季度业绩报告基本披露完毕。

中国上市公司协会发布的数据显示，今年前三季度，A股上市公司合计实现营业收入53.46万亿元，净利润4.7万亿元，全市场共4183家上市公司实现盈利，盈利面近八成。第三季度上市公司营收、净利润同比增长3.82%、11.45%，环比增长2.40%、14.12%，增速较上半年显著提升，逐季向好态势继续巩固。其中，新能源汽车、固态电池、超硬材料、影视院线、快递物流等多个行业表现突出。透过这份成绩单会发现，中国上市公司业绩持续改善，科创引领作用凸显，产业结构焕新升级，高质量发展迈出坚实步伐。

一年多次分红渐成常态

今年以来，中国经济发展顶住压力，取得了难能可贵的发展成绩。这在上市公司“三季报”中有明显体现。

一方面，随着宏观政策发力显效，上市公司三季度业绩展现良好势头。

据上海证券交易所相关负责人介绍，2025年前三季度，沪市上市公司合计实现营业收入37.58万亿元，同比微增；实现净利润3.79万亿元，同比增长4.5%；扣非后净利润3.65万亿元，同比增长5.5%。特别是上市公司中的民营企业，一至三季度净利润增速分别为0.4%、12.3%、17.2%，呈现增速逐季走高的良好态势。在业绩稳定增长下，一年多分红渐成常态。沪市今年以来累计501家次公司推出中报、三季报分红方案，现金分红总额超6000亿元，同比增长3.3%。

另一方面，科技驱动日益明显，许多上市公司持续加大关键领域研发力度。

记者从深圳证券交易所了解到，2025年前三季度，深市公司研发费用合计5180.11亿元，同比增长6.20%，研发强度为3.29%，较上年同期稳中有升。其中，63家公司研发费用超过10亿元，比亚迪、中兴通讯、宁德时代等11家公司研发支出超过50亿元。“2025年第三季度，创业板公司研发费用为516.61亿元，第二季度和第一季度分别为498.68亿元、451.22亿元。2025年以来研发投入环比持续增长，为企业创新注入强劲动力。”深圳证券交易所相关负责人说，前三季度，创业板超七成公司实现盈利，超五成公司利润增长。

许多上市公司在各自领域释放出了积极信号。道明光学携全系列反光材料亮相第138届广交会，产品凭借优异的耐用性与功能性获得海外采购商认可，多家海外重点企业现场敲定后续考察行程；球冠电缆报告期内新品拓展步伐加快，完成澳标33kV 1C1200电缆、铝合金电缆系列、10/35kV 海洋工程电缆试制等研发工作，为更好抢抓市场奠定了基础；国盾量子实现全球首款四通道超低噪声半导体单光子探测器量产，关键指标刷新世界纪录……

“从三季报的整体表现来看，中国上市公司交出了一份‘底盘稳、结构优、动能强’的成绩单。上市公司整体盈利水平保持稳健，经



▲位于安徽省马鞍山市郑蒲港新区的中联重科智能制造产业园
王文生摄（人民视觉）



▲近日，在福建省福州市举行的2025世界航海装备大会上，与会人员在宁德时代展区观看“闽江会客厅”电动游船模型。
新华社记者 林善传摄



▲位于河南省郑州市郑州航空港区比亚迪总装工厂的新能源汽车“宋Pro”生产线。
新华社记者 李嘉南摄

质量持续改善，现金流结构趋于健康，展现出较强的业绩韧性和抗波动能力。客观讲，这种稳定性不仅来自企业对成本、库存、效率的精细化管理，也来自企业在组织模式、供应链韧性、产品结构上的持续优化。”中央财经大学中国宏观经济研究院副院长俞剑对本报记者说。

研发创新推动业绩增长

许多分析人士在研读三季报后发现，研

发创新正在成为中国上市公司业绩增长的重要力量。

——转型升级提高产品附加值。

前三季度，山东钢铁股份有限公司归母净利润同比增幅超100%，经营性现金流累计流入增幅高达107.45%。这一成绩，在相当程度上得益于产品附加值的提高。比如，浮式液化天然气(FLNG)装置是目前造价高昂、附加值较大的高端海工装备之一。山钢凭借其耐低温外标型钢产品的优异性能和定制服务，获得了NGUYA海上浮式液化天然气项目所需近万吨高端牌号耐低温外标型钢的独家供

货地位。

据该公司总经理李洪建介绍，山钢坚持高端化产品引领，聚焦轴承钢、管线钢、汽车板、耐低温、高强耐磨钢等主要产品，着力提高创新能力和价值创造能力。前三季度，公司高端化产品比例较去年提升了5.4个百分点。

——精益求精打造“智能利器”。

9月26日，中铁高新工业股份有限公司下属企业与相关单位联合研制的世界最大直径竖井掘进机“启明号”(中铁1399号)在郑州成功下线。这款“智能利器”创新采用双臂结构，集成开挖、出渣等功能于一体，搭载多

项创新技术，可以大幅提升盾构工作井、通风井的施工效率与安全保障能力。

“我们加快推动‘工业+互联网+平台’集成发展体系建设，实施‘技术+需求’双轮驱动的科技研发创新策略，有效推进客户驱动型创新和成果导向型创新，培育未来竞争优势，打造新质生产力。”中铁工业董事长张威说。

——聚焦前沿抢抓“算力商机”。杭州顺网科技股份有限公司前三季度营业收入15.09亿元，同比增长8.04%；归母净利润为3.24亿元，同比增长52.59%。快速增长的业绩，得益于公司300多个节点机房、5万路可运营电竞级高品质算力的落地。

顺网科技董事长兼总经理华勇说，这300多个机房作为边缘算力节点已覆盖全国近200个重点城市，能让近80万终端就近获取算力，从物理层面实现低延迟服务。“公司融合智能管理调度、云边端协同、节点统一管理等先进技术，搭配错峰调度、场景化匹配策略，打造自主研发的CaaS(算力即服务)解决方案，实现算力高效利用与灵活分配。”华勇说。

从三季报来看，不少上市公司继续将研发投入保持在较高强度，推动本领域核心技术加速突破，实现关键产品迭代升级。“无论是新能源电池路线的升级优化，还是算力设备、功率半导体的新产品新服务落地，创新都为相关上市公司带来了实实在在的订单和业绩。可喜的是，越来越多企业都在努力将新技术新工艺真正转化为竞争优势、成本优势和长期增长动能。”俞剑说。

海外市场成为新增长点

随着产品和服务竞争力的提升，海外市场成为中国上市公司日益重要的新发力点与新增长点。

10月30日晚，中联重科股份有限公司在发布三季报的同时，还发布了一则“拟在港股市场发行不超过60亿元可转债”的公告。中联重科在公告中表示，募集资金将全部投入研发创新与海外体系建设，进一步支撑“相关多元”与“全球化”战略推进，提升全球竞争力。这一举动的背后，是海外业务对公司发展重要性日益凸显。据了解，中联重科今年前三季度境外收入达213.13亿元，占总营收57.36%，同比提升6.05个百分点，公司海外制造基地实现全品类产品覆盖，并持续加密拓展欧洲、非洲、拉美、东南亚等市场网点。新一轮募资后，其在海外的本地化供应链体系有望更加成熟。

济南恒誉环保科技股份有限公司董事长兼总经理牛斌说，目前恒誉环保的技术及成套装备已成功在德国、英国、丹麦、巴西等数十个国家和地区得到商业应用，充分验证了公司技术及成套装备在成熟度、可靠性、效益性和国际认可度等方面的优势。近期，海外客户新签订单及连续复购订单，充分验证了恒誉环保的技术实力、装备性能。牛斌预计，随着海外合同顺利履行，公司品牌影响力和市场地位有望进一步提高。

北交所上市公司同力股份前三季度实现了营收、净利润“双增”。在方正证券等多家机构看来，同力股份相关宽体车产品为更好进入海外高端市场打下了基础，增加了发展弹性。“公司在行业内自主研发出线控底盘，同时以可靠的整车品质和多个智驾公司联合推出无人驾驶矿卡。目前，公司在无人矿卡市场的占有率领先。”陕西同力重工股份有限公司董事长兼总经理樊斌说，公司将投入更多资源去开发非洲、中亚、南美等海外市场，也将积极与国内“走出去”企业携手共同拓展海外市场。

“目前，部分上市公司在东南亚、中东、拉美等地区的产能布局已经进入稳定运营阶段，本地化供应链和渠道体系日趋成熟，这有助于企业打造高质量发展的第二增长曲线，提高整体盈利的稳定性和抗风险能力。”俞剑说，展望未来，中国上市公司在新技术、新场景、新应用、新产业、新市场等方面都有望表现更加出色，为中国经济源源不断地注入正能量。

在地铁站，遇见早餐“小确幸”

李 婕 刘博宁

8元的包子、豆浆和茶叶蛋组合；14.5元的汉堡套餐……不少上班族发现，北京地铁部分站点里多了红色、黄色的自助早餐车。到站、扫码、取餐、转身出地铁，早高峰时段，也能“乘车赶路加用餐两不误”。

在北京地铁国贸站附近工作的王先生就是尝鲜一族。前一天睡觉前通过APP或小程序预约下单，次日一早在地铁出口取餐，“即取即走”，全程不到1分钟。“我早上赶时间，提前订好早餐，省去了现场排队选购的过程。从出站到公司大概10分钟，到了还是热乎的。”王先生说，这样的便民服务确实方便大家，非常趁手。

从麦当劳、肯德基到美团，越来越多企业正将顺路早餐融入上班族分秒必争的通勤节奏。

北京地铁联合美团推出了“食光”便民早餐服务。消费者提前下单支付后，到站即可领取早餐，既不耽误通勤也让早餐不将就。该服务自今年

7月上线以来，已布局国贸、金台夕照等30余座大客流车站及换乘站，累计覆盖超10万人次，订单总量近17万单，成为部分通勤乘客“固定早餐点”。

在此之前，肯德基与麦当劳的早餐车也已悄然进驻了北京部分地铁站厅，它们同样主打“即拿即走”的便捷体验，并与门店共享供应链，离消费者更近一步。

看起来并不起眼的地铁通勤早餐，是一门怎样的生意？

首先，看消费需求。对不少上班族来说，早餐最重要的是方便快捷。有调查显示，在早餐选择方面，近三成受访者选择外卖，近五成选择在早餐摊和便利店解决。但争分夺秒的通勤路上，沿途不一定有早餐店，加上排队等候的时间成本，让部分上班族选择受限。甚至有网友点评，“效率和金钱，是早餐最大的拦路虎”。

相关行业报告显示，中国早餐市

场规模约2万亿元，并保持稳定增

速。目前，这一市场由数以百万计的传统早餐摊贩、夫妻店占据主导，他们凭借其灵活性和成本优势深耕社区。而通勤场景下的早餐消费，还具有较大拓展空间。

再看商业潜力。通勤早餐拥有“即时、高频、客群精准”的特性，早高峰的地铁上更是如此。今年9月，中国城市轨道交通完成客运量26.9亿人次，进站量16亿人次。北京核心站点早高峰的人流量，比一些小型商场全天客流还多。如此集中的人流和需求，是不可多得的商业机会。

仍以美团食光机为例，与传统外卖的“逐单配送”不同，食光机采用集中供给模式。美团通过预订量和算法预测，提前向合作商家批量下单；商家当天现做并统一打包，再由骑手批量配送到各个站点。现场工作人员负责分拣、入柜和保温，消费者凭取餐码即时领取，售罄即止。

“对于商家来说，食光机模式能

通过前置集中用户需求，打造爆款单品，为广大商家带来更多订单。”美团相关业务负责人介绍，这种模式带来更多订单的原因主要有两点：首先，它有效整合区域内用户的相同就餐需求，商家只要选品得当，依靠少量餐品就可以获得预期的订单量；其次，它帮助商家集中供给，依托就餐偏好等数据，食光机根据区域内用户需求特点为商家提供选品建议，有效提升备餐效率。

如今，部分城市正围绕“地铁通勤早餐”做文章。例如，深圳地铁集团推出了自营餐饮品牌“深铁食研室”；成都轨道集团运营“早安熊猫”早餐工程；广州地铁在“地铁悠选”超市中提供便携早餐服务；苏州轨道交通集团还开设了全国首个地铁站内的社区食堂“广济南大食堂”，提供从苏式面点到自选餐品等多种早、午、晚餐选择，将地铁站的闲置空间转化为解决市民实际用餐需求的惠民场所。



近日，消费者在北京地铁西单站的一处“美团食光机”摊位前取餐。

刘博宁摄

早餐等商业服务的增加，也对地铁运营管理提出了更高要求。比如，早餐摊位的选址需精准规划，不能占用、遮挡消防及疏散通道；不能因排队或聚集引发拥堵；食品安全与卫生管理也需执行到位。

许多城市都在开展多样化的探

索，为消费者带来更多选择。正如一些消费者的评价：便捷多样的早餐服务，增加了上班族一天的“小确幸”。

如今，地铁这个通行空间，正慢慢转化为一座蕴藏巨大潜力的“移动商城”。其高密度客群与即时性需求所带来的消费潜力，刚刚开始释放。