

探馆全国春季糖酒会：头部酒企淡出，行业“冷暖”交织

证券时报记者 唐强

三月成都，春光明媚。作为酒类行业“风向标”与“晴雨表”，第114届全国（春季）糖酒商品交易会（下称“糖酒会”）3月26日在成都开幕。本该是行业一年一度的盛宴，但今年却有着不同于春日暖阳

的“冷静”氛围。

本届糖酒会呈现出与往届截然不同的格局：核心酒店展区人流稀疏，头部酒企淡出，经销商谨慎观望；主会场依旧人头攒动，主打食品饮料的展区热度不减。不少大型酒企选择淡出酒店展，侧面印证白酒行业正经历近十年来的深度调整。

1 酒店展区“遇冷”

全国糖酒会一年两届，分春、秋两季举行。春季糖酒会每年固定在成都举办，这是中国食品酒类行业历史悠久、规模宏大、影响深远的展览会。

按照传统，在正式展会之前，成都各大酒店将率先举行各类展览交易，被称为糖酒会的“酒店展”；酒店展结束之后，才会正式进入规模盛大的会场展览环节。

在白酒圈有一个说法，中国酒业的“风向标”是成都全国春季糖酒会，而春季糖酒会的“风向标”就是酒店展，酒店展的“风向标”就是锦江宾馆外的十字路口：糖酒会期间这条路口的人流量大小，可以看出中国酒业的冷暖。

往年糖酒会酒店展期间，锦江宾馆、大成宾馆、岷山饭店等核心展区都会被堵得水泄不通，酒店房间提前数月就被预订

一空，沿途及地铁内铺天盖地都是各类酒企广告。

今年没有了以往的热闹喧嚣。证券时报记者从成都城北的西藏饭店、新华宾馆一路探访到核心的锦江宾馆，再到城南的环球中心，酒店展人流量的确明显下降。主打食品饮料的西藏饭店依然热度不减，参观人员需要排队分批进入，而锦江宾馆、岷山饭店等酒类产品聚集地虽也算是“游人如织”，但不及以往人挤人的“盛况”。展位价格上也有所反映，糖酒会锦江宾馆20来平方米展位费曾经可达到上百万元，如今优惠降价幅度可能达到30%。

一位在锦江宾馆布展的酒企工作人员告诉记者，目测今年酒店展人流减少了30%，以前糖酒会真能够招到商、带来订单，现在仅有少量有合作意向客户。

2 头部酒企淡出

十余年来，望江宾馆都是茅台集团固定的酒店展区，今年情况发生了变化。茅台仅参与成都糖酒会主会场展览，不再设立酒店展区。近年来，贵州茅台贪腐案件频发，十余名高管被查。

证券时报记者走访望江宾馆时看到，这里早已没有茅台的展位和宣传标语，与往年穿梭涌动的人群形成极大反差，宾馆园区车道空空荡荡，偶有车辆驶入。

除此之外，五粮液、泸州老窖、舍得酒业、洋河股份等头部酒企均未专门设置酒店展区，而是在各自大本营“另起炉灶”，仅有古井贡酒等少数酒企保持了原有参展规模。

例如，糖酒会期间，泸州老窖把“窖主节”从成都带回泸州本地，与泸州老窖·国窖1573第十九届封藏大典、经销商大会、酿酒技能大赛、非遗之夜等一系列活动同期举办。舍得酒业今年在射洪沱牌舍得文化旅游区举办了第五届老酒节暨春酿封藏大典。

证券时报记者了解到，成本预算是相关酒企缺席酒店展的原因之一，但并非首要因素。名酒企业经销商渠道、重要客户群体相对比较稳定，酒店展难以为其锦上添花。实际上，封藏大典、“窖主节”、老酒节这类系列活动筹备、协同更加复杂，投入成本也更高，但能让酒企精准直达经销商、消费者，给客户更全面、沉浸式的体验。

作为全国规模最大的食品酒类专业展会，糖酒会的主会场依旧人头攒动。

证券时报记者了解到，本届糖酒会以“一城双馆”形式举办，中国西部国际博览城聚焦食品板块，世纪城新国际会展中心聚焦酒类及饮品。本届春季糖酒会展览总面积32.5万平方米，汇聚来自全球40多个国家和地区的超6600家参展企业；共设12大展区和26个特色品类专区，并首次设立绿色农业、食品包装及供应链两大展区，以及自有品牌及产业服务、创新食品等9个特色专区。

三大运营商算力收入提升 全面转向以Token服务为经营主线

证券时报记者 刘灿邦

近日，三大电信运营商2025年年报陆续出炉。总的来看，运营商主要业绩指标高位运行，但就总量而言，增长乏力的状况并没有显著改善，算力服务、创新业务、国际业务等结构性收入增长仍是主要亮点。

2025年，三大运营商基础资源投入重点继续向算力方向倾斜。记者注意到，根据公布的资本开支计划，算力相关投入仍是运营商今年的重点方向。当然，智算基础设施的落脚点还要围绕如何变现。从三家运营商的表态来看，Token（词元）经营将逐渐成为为主线。

收入天平转向

2025年，中国移动实现营业收入10502亿元，同比增长0.9%，净利润1371亿元，同比下降0.9%；中国电信2025年营业收入5239亿元，同比增长0.07%，净利

润为332亿元，同比增长0.5%；中国联通营业收入3922亿元，同比增长0.68%，净利润208.2亿元（港股公司口径），同比增长0.98%。

总体上看，三大运营商营收、利润指标继续保持高位，但均出现增长乏力情形，从年报来看，三大运营商经营亮点仍集中在收入结构性变化上。

中国移动披露的数据显示，2025年，公司数据中心收入同比增长8.7%，其中AIDC（人工智能数据中心）收入同比增长35.4%。得益于智算需求的迅猛增长，智算服务成为增长第一引擎，增速达279%，拉动云算服务收入同比增长13.9%。

中国电信2025年产业数字化业务收入达到1473亿元。战新业务继续保持较快增长，天翼云收入达到1207亿元，AIDC收入达到345亿元，安全收入达到166亿元，智能收入达到123亿元；视联网收入同比增长31.2%，量子收入同比增长65.4%，卫星业务收入同比增长30.7%。

中国联通2025年战略性新兴产业收入占比超过86%；算力业务收入占比超过15%，较上年提升1.1个百分点；人工智能



成都世纪城新国际会展中心聚焦酒类及饮品。唐强/摄

3 行业迈入调整新阶段

“名酒企业淡出酒店展具有风向标意义，‘过紧日子’成为酒业新常态，标志着告别白酒扩张时代。”中国酒业分析师肖竹青对证券时报记者表示，酒店展确实在结构性收缩，随着招商功能弱化，糖酒会不再是单纯交易平台，而是行业上下游沟通、学习、发布战略的主阵地。

在肖竹青看来，茅台、五粮液、泸州老窖等头部企业渠道建设已完成，代理商团队一般较为稳定，展会招商需求极小，更多是通过糖酒会展示品牌形象、品牌文化与新品。过去糖酒会是信息不对称时代的产物，很多企业靠糖酒会完成全国网络建设。如今主流厂家通过在本地建立营销办事处，依托本土业务员精准招商，传统招商模式发生了极大变化。

白酒行业进入缩量竞争时代。肖竹青认为，2025年白酒行业经历了近十年来最深度的调整期，当下的白酒行业正试图在存量博弈中，寻找新的生存法则。

3月22日，在泸州老窖2025—2026年度经销商大会上，董事长刘淼直言，当前白酒行业整体进入存量竞争时代，跑马圈地的高速扩张时代已然结束，低速发展甚至失速发展将成为新常态。可用“一多两少三变”概括当前局面，即供给多、消费场景少、消费人群少，消费代际、诉求、方式都在变化。

如何寻找增量？在泸州老窖看来，需要把数据“用”起来，用数据分析帮助市场推进，2026年计划新增终端网点不低于60万家；推动白酒低度“全国化”，设立公

司级低度推广品鉴专项，抢占低度白酒的市场先机；把餐饮渠道“深耕”下去，对餐饮场所进行分级分类，匹配相应产品，提升泸州老窖产品在餐饮终端的能见度和成交率；将年轻“进行”到底，将“深化年轻化战略实施”列为重点工作，要大力推动年轻化创新产品研发。

在传统白酒承压的同时，随着酒类客群迭代和消费需求变化，光瓶酒、新酒饮、养生酒等细分赛道却也展现出新的变化。

有媒体报道称，光瓶酒市场规模2024年已突破1500亿元大关，年复合增长率高达17%，2025年以来更保持强劲增长；新酒饮五年复合增长率高达37.8%，市场规模约1351亿元；我国养生酒在健康消费浪潮下持续扩容，规模突破500亿元，年增速达20%。

肖竹青表示，以五粮液、泸州老窖为代表的名酒企业，正在从传统“抢渠道、抢终端、抢地盘”的营销大战，升级为依托终端做C端的“抢人心”大战，中国酒业从“渠道大商驱动成长”升级为“核心消费人群指名购买率驱动增长”。

2026春季糖酒会的“冷”与“热”并存，“冷”的是以招商为核心的酒店展，“热”的是行业交流、趋势研判和信心传递功能。这标志着一个时代的结束，即靠压货、靠渠道、靠规模扩张的白酒时代正在悄然远去，取而代之的是精细化运营、存量博弈和高质量发展的新周期。

东土科技终止重大资产重组 双方达成战略合作协议

证券时报记者 叶玲玲

东土科技(300353)筹划数月的重大资产重组事项宣告终止。3月27日晚间，东土科技公告称，公司拟终止发行股份及支付现金方式购买北京高威科电气技术股份有限公司(下称“高威科”)100%股份事项。

对于终止原因，东土科技表示，本次交易涉及多个领域产品和解决方案融合，融合周期需半年以上，为充分体现并购价值，经与有关各方积极磋商、慎重沟通后，决定终止交易，待协同效果明确后再推进相关事宜。

按照计划，东土科技将于2026年3月31日召开关于终止筹划重大资产重组事项的投资者说明会，在信息披露允许的范围

内与投资者进行互动交流。收购事项虽然终止，但东土科技与高威科的合作仍将继续。同日晚间，公司公告双方达成战略合作协议，后续将共同开发工业自动化控制系统解决方案，共享客户资源和市场渠道，推进技术研发合作与成果转化。

根据协议，双方将面向半导体、物流、3C、锂电、纺织装备等市场，共同开发和推广基于人工智能的智能工厂解决方案，共同开发不少于10个重点客户，每个行业形成1—2个典型应用案例，夯实工业人工智能的实施基础。与此同时，双方将共同研发，完善可实现高精度运动控制的网络、驱动、控制系列产品，并实现批量供货。

值得一提的是，协议显示，东土科技将在2026年5月底前，以参股方式参与高威科的公司治理和运营协同，并促进业务合作，具体方案另行确定。双方将根据业务协同的进展情况，重新协商启动整体收购事宜。

资料显示，高威科成立于2001年，专业从事工业自动化、数字化综合服务和自动化控制系统核心产品研发、生产和销售，在工业自动化领域服务近5000家客户。而东土科技专注于工业网络和智能控制领域，在底层技术与行业应用场景等方面均与高威科具备协同性。

自2025年11月筹划重大资产重组以来，东土科技与高威科就已经开始了业务协同，并在3C、锂电、半导体装备、物流装备等领域推广公司智能控制器及相关软件，部分产品已在客户应用场景上机测试，初步验证了公司智能控制产品的解决方案先进性与客户价值。

在业务层面，东土科技近年来持续优化业务结构。其中2025年工业AI控制器业务收入同比增幅超100%；依托自主研发的鸿道工业AI操作系统、MaVIEW控制软件打造的全国产化工业控制解决方案，已在半导体制造、智能交通等关键领域实现规模化应用。

2025年，东土科技工业AI操作系统及相关软件服务收入、毛利率均保持上升态势，拉动公司盈利增长。根据业绩预告，公司预计2025年净利润为7000万元至1.05亿元，同比增长81.19%至171.78%。

领益智造2025年业绩创新高 拟最高4亿元回购股份

证券时报记者 康殷

3月27日晚，领益智造(002600)发布2025年年报，收入、利润创历史新高。公司全年营业收入514.29亿元，同比增长16.20%；归母净利润22.88亿元，同比增长30.34%。基本每股收益0.33元，同比增长32%。

分三大业务板块来看，AI终端业务方面，领益智造2025年实现收入约447.93亿元，同比增长9.84%。其中散热业务实现收入51.25亿元，同比增长24.78%；电池电源业务实现收入75.79亿元，同比增长16.90%；汽车及低空经济业务实现收入29.54亿元，同比增长39.56%，毛利率同比提升7.90个百分点。公司其他业务实现收入约36.81亿元，同比增长170.11%。

公司持续增加AI终端硬件高附加值产品相关的研发投入，提升市场份额。此外公司海外工厂收入大幅增长，盈利能力持续改善。

公司2025年度现金分红和股份回购总额为6.11亿元，占全年归母净利润26.72%。其中，股份回购累计约3.20亿元。领益智造同时发布回购股份公告，回购金额区间2亿元(含)—4亿元(含)，拟回购价格不超过21.10元/股(含本数)。

2026年1月，领益智造完成对北美算力行业头部客户的核心供应商(RVLAVI)立敏达(Readore)的控股交割，立敏达正式纳入公司合并报表范围，标志着领益智造全面进入北美头部算力客户服务器液冷的核心供应链，一举解锁“服务器液冷+电源”双核心业务能力，形成完整的服务器产业链业务闭环。

在全球人形机器人产业迈入商业化的关键阶段，机器人核心零部件、整机组装与场景落地等需求逐步释放。领益智造凭借20年精密制造经验及全工艺能力，以“三位一体”具身智能战略入局，目标成为“全球TOP3的具身智能硬件制造商”。

截至目前，领益智造已与多家北美及20多家国内头部具身智能企业达成合作及供应关系，2025年累计完成超5000套人形(具身)机器人硬件整机组装服务，覆盖整机、灵巧手、关节模组等全链条核心模块。

此外，2019年领益智造成立了热管理业务部门，提供从多种材质均热板(VC)到AI终端一体化热管理解决方案。公司大规模量产了不锈钢、复合材料、航空级钛材及3D双热源等多种材质及形态的产品，旨在大幅提升终端散热性能极限。

2025年，领益智造围绕“人一眼一折一服”的业务主线，依据在全球10个国家80个生产基地与交付中心的布局，形成国内外双循环、双领先格局。未来，领益智造将以2030年发展目标为指引，通过“内生+外延”双轮驱动的战略，不断夯实“端侧AI+算力基建+具身智能机器人”等多条增长曲线根基。

