

半导体、新能源等领域重大合同和订单密集落地——

# 江苏上市公司韧性足潜力大

上半年,江苏资本市场在“稳中求进、以进促稳”的主基调下,交出一份亮眼的成绩单。据Wind数据不完全统计,今年仅前6个月,江苏上市公司披露的重大合同、订单达123份,总金额数百亿元,涵盖新能源、高端装备、半导体、智能电网等多个领域。在全球需求放缓的背景下,江苏上市公司稳扎稳打、锐意进取,把合同金额转化为营收增量,把在手订单转化为发展动能,为全省经济高质量发展注入强劲动力。

## 半导体与高端制造“稳”中加速

作为江苏制造业的“璀璨明珠”,半导体与高端制造领域上半年迎来爆发式增长。圣晖集成控股子公司泰国 Acter 与某科技有限公司签订 22.8 亿泰铢(约 4.77 亿元人民币)工程总承包合同,成为其海外业务的重要里程碑。与此同时,公司在手订单余额为 21.17 亿元,同比增长 11.89%。其中,IC 半导体行业在手订单余额达 12.03 亿元,显示出其在洁净机电工程领域的绝对优势。

不久前,苏州国芯科技开发的汽车安全气囊点火驱动芯片 CCL1600B 成功中标某整车厂商项目,中标金额 4600 万元,实现国产 48V 芯片在汽车电子领域的重大突破。公司负责人表示,此次中标体现了客户对国芯科技研发能力、产品质量的充分认可,未来将加大在车规级芯片领域的投入。

罗博特科作为高端装备制造领域

的“排头兵”,上半年也屡获大单。公司全资子公司 ficonTEC Service GmbH 和 ficonTEC Automation GmbH 与美国某头部半导体公司及其子公司签订了日常经营合同,金额约为 1710 万欧元(约 1.42 亿元人民币),占公司 2024 年度经审计营业收入的比例超过 12.82%。罗博特科表示,合同的签署有助于公司提升在光电子封测设备前沿领域的技术水平,巩固领先优势,提升核心竞争力。

项目体量屡创新高的背后,是“江苏智造”的厚积薄发。江苏财经职业技术学院副教授唐淑芬说,江苏上市企业通过“技术+服务”双轮驱动,正实现从“跟跑”向“并跑”到“领跑”的跨越。

## 新能源与环保产业“进”中提质

重大合同牵动发展全局,企业出海订单则直接映射产业能级跃迁。翻阅一系列订单,江苏上市公司在新能源领域的国际合作成为亮丽风景线。上半年,龙蟠科技连续出击,1 月与美国 Blue Oval 达成锂电材料供货协议,5 月紧握手能新能源大单,6 月又将马来西亚 Eve Energy 项目纳入版图,短短数月密集落子亚洲、美洲市场。

另一家新能源企业林洋能源同样表现不俗。今年以来,该公司以“5+2”开发模式聚焦欧洲、中东、亚太、非洲及新兴市场的突破,先后在波兰华沙、沙特吉达、印尼雅加达等地设立区

域总部。同时,上半年该公司与瑞典上市能源集团 Suntrade 签署战略合作协议,后者拟在 2025—2026 年间采购 300MWh 储能系统,用于瑞典、芬兰等北欧地区项目。公司还与意大利 SVAM 公司达成 560MWh 储能项目合作开发框架协议,深度布局欧洲光伏储能市场。

近期,林洋能源子公司林洋电力服务与中国水利电力对外有限公司组成的联合体中标毛里求斯电网侧储能项目,中标金额合计约 1.79 亿元。林洋能源高级副总裁方壮志表示,该项目标志着林洋能源海外储能业务从“试点示范”迈向“规模化交付”,为全球能源转型提供新的中国方案。

环保领域同样亮点频出。中电环保上半年斩获多个大工业水处理项目,累计金额逾 3 亿元,其中,独山子石化二期项目合同金额达 6848 万元,技术路线采用“预处理+膜处理”创新工艺,巩固公司在大工业水处理领域的市场地位。东珠生态则以 35 亿元获得老挝土地整理 EPC 项目,实现“出海”首秀,公司海外订单创下新高。

记者注意到,江苏上市公司正通过技术迭代抢占绿色经济制高点。维尔利与山鹰纸业合作的沼气提纯项目,预计 10 年运营期收入超 4.7 亿元,成为生物质能源领域的标杆案例。中天科技中标 24.99 亿元海洋能源项目,其 500kV 交直流海缆技术达到国际领先水平,为海上风电“送出”难题提供江苏路径。

## 传统产业升级“破”中突围

面对新一轮科技革命和产业变革加速演进,江苏传统产业通过智能化改造与数字化转型实现“破局”。

智能电网是江苏传统优势产业,上半年,我省企业在相关领域持续领跑。通光线缆近期在国家电网等项目中屡获青睐,中标金额累计超 6 亿元,其全资子公司在特高压、配网材料招标中表现尤为突出。公司相关负责人表示,近年来,公司积极对原有产线进行智能化改造,大幅提高了生产效率,获评“江苏省先进级智能工厂”。据不完全统计,今年上半年,江苏智能电网企业中标国家电网等单位各类项目金额超百亿元,同比增长约 10%。

江苏是建筑大省,在工程建设领域,江苏上市公司同样表现活跃。太极实业的子公司十一科技以 23.85 亿元中标合肥高新区电子信息标准化厂房项目,创下该公司年内单笔最大订单纪录。此外,亚翔集成新加坡分公司中标 VSMC FACILITY SYSTEM 项目,中标金额约 31.63 亿元人民币,进一步提升了其在海外工程建设的竞争力。

值得一提的是,部分传统企业通过“升级”“跨界”开辟新增长极。远航精密通过竞得 6 万余平方米工业用地,建设“年产 2500 吨精密镍带材料项目、研发中心项目”,提升产品竞争力。秀强股份则与珠海可口可乐合作建设分布式光伏发电站,通过“光伏+制造”模式实现降本增效,预计年均可发电 149.4 万千瓦时。

据《新华日报》

## “苏超”赛程过半 保级大战渐入白热化

**据交汇点** 2025 年江苏省城市足球联赛第七轮赛事于 7 月 19 日至 20 日激情上演,6 场对决高潮迭起:南通 2:1 战胜盐城、泰州 1:0 战胜宿迁、苏州 4:0 战胜镇江、常州 0:2 负于徐州、扬州 1:5 负于南京、无锡 1:2 负于淮安。随着赛程深入,根据前八名方可进入淘汰赛的赛事规则,保级大战也渐入白热化,宿迁、无锡等队将为留在“苏超”展开激烈争夺。

7 月 20 日,常州奥体中心迎来特殊观众——81 岁的“神奇教练”米卢蒂诺维奇。这位曾带领中国男足闯入世界杯的功勋教头,饶有兴致地观赛了常州与徐州之战。”足球的本质是快乐。”赛前接受采访时,米卢表示,常州球员们展现的拼搏精神,完美诠释了享受比赛、精诚团结的足球哲学,这正是创造奇迹的基石。尽管常州队此次比赛以 0:2 告负,但全场 40253 名观众山呼海啸般的助威声,诠释了何为“败亦英雄”:面对观众“进一球”的期待,球队奋力拼到最后一秒。

本轮联赛的赛场,除了上演激烈对抗之外,更化身为流动的文化博览会。20 日晚扬州主场迎战南京时,随着“一条大河北浪宽”的旋律响起,国家级非遗柳林横山老腰鼓与江都武堡莲湘花鼓的完美融合,让看台顿时化作欢乐的海洋。此前的比赛中,昆山赛区“江南四大才

子”跨次元助阵,盐城奥体中心的淮剧杂技,无不彰显着“体育+文旅”的创新融合。足球不再仅是竞技载体,而成为城市人文的展示窗口。

7 月 19 日晚,南通如皋体育中心迎来一场本赛季最具战略价值的对决,志在冲冠的“领头羊”南通队迎战防守之王盐城队。赛前,南通五连胜积 15 分领跑积分榜,盐城保持连续 4 轮零封对手纪录,积 13 分位居第二,随着联赛赛程过半,这既是一场当下积分榜前两名的“天王山之战”,更被业界和观众视为提前上演的“苏超”决赛预演。开赛哨响便火花四溅,南通队凭借两粒进球保持领先优势。面对 2:0 的劣势,盐城队在第 83 分钟破门得分扳回一城,终究未能扭转败局,2:1 的比分保持到终场。

同日上演的泰州与宿迁之战,因特殊的“城市生日”背景更添温情。当天是这两座城市同时获批复成立地级市的日子,可以说是“兄弟”城市共同庆生。本轮比赛对于泰州队和宿迁队来说,可谓是“关键之战”——赛前的“苏超”积分榜上,泰州排名前八,宿迁以第九名紧随其后,此次“3 分”争夺战决定谁能站稳前八,暂时保持进入淘汰赛的资格。经过 90 分钟的鏖战,最终泰州队以 1:0 战胜宿迁队。这也是泰州在“苏超”赛场上继第六轮 2:0 战胜镇江队后的又一次胜利。

## “乐·上海”下半年增设文化消费券 消费券再发 5 亿元

**据上观新闻** 20 日下午,上海市府新闻办举行新闻通气会宣布,下半年上海继续安排 5 亿元财政资金,用于发放餐饮、旅游、电影、文化、体育消费券。

据悉,2025“乐·上海”服务消费券下半年发放有三方面调整优化。

一是扩大消费券覆盖面。下半年增设文化消费券,旅游消费券将新增“乡村民宿券”,体育券将发放“健身”“观赛”两类消费券。二是优化部分领域消费券发放模式。下半年旅游消费券发放模式从“摇号”改为“抢券”,优化资金配比。三是进一步加强跨领域联动。各消费券主管部门将推动以市场化方式对接餐饮、旅游、电影、体育、文化领域企业,实现跨领域联动,放大联动溢出效应。

下半年第一批餐饮消费券发放消费者报名时间为 7 月 26 日至 7 月 28 日,8 月 1 日开始核销。具体发放安排将以各主管部门公告为准。

各类消费券中,餐饮消费券面值最高为满 1000 元减 400 元;文化消费券覆盖各演艺形式的主流票价区间,面值最高为满 1000 元减 400

元;旅游消费券新增的“乡村民宿券”专用于上海乡村民宿消费场景,面值为满 500 元减 150 元,游览类保留较高的满 150 元减 75 元和满 100 元减 50 元两档;体育消费券中的观赛类消费券面值最高为满 2000 元减 800 元。

餐饮与旅游券通过银联云闪付、支付宝、微信支付等三家平台发放,电影券通过淘票票、猫眼及其他平台主体发放,体育健身券通过“来沪动 | 健身地图”平台发放。体育观赛券、文化券将由主管部门通过公开遴选方式确定发券平台,遴选结果将另行对外公布。

餐饮消费券继续采用“摇号”模式,面向位置信息定位在上海的消费者发放。旅游消费券由“摇号”改为“抢券”模式,面向境外来沪游客及本市居民。电影消费券采用“抢券”模式,面向位置信息定位在上海的消费者发放。体育消费券采用“抢券”模式,其中,健身类消费券面向在上海的消费者发放,观赛类消费券面向全国消费者发放。文化消费券采用“抢券”模式,面向全国消费者发放。

## 铭记历史 缅怀先烈

## 振兴正当时 ——苏浙皖交界处一线见闻

80 多年前,苏浙皖地区连綿的丘陵间,新四军战士们一次次抵御日军侵略,将奋勇抗敌、血战到底的革命精神深深镌刻在这片土地上。近日,记者在苏浙皖交界处走访调研时看到,如今的革命老区,既回响着新四军壮烈的历史长歌,也在新时代孕育着高质量发展的澎湃动能。在历史与现实的交汇处,续写砥砺前行、向新发展的动人故事。

### 在红色旧址追忆烽火岁月

根据虚拟键盘提示,游客便能弹出慷慨激昂的《新四军军歌》;点击屏幕上的“新四军知识问答”,这支抗日铁军的一个个小故事便生动呈现……在位于浙江省湖州市长兴县的新四军苏浙军区纪念馆里,观众在观看展板、实物之余,还能通过互动装置重回 80 多年前新四军浴血奋战的峥嵘岁月。

1943 年秋,新四军十六旅从苏南南下浙皖交界的广德、长兴等地,开辟了郎(溪)广(德)长(兴)抗日根据地。1945 年 1 月,中央军委命令成立苏浙军区。如今,130 余件文物藏品、35 件军事武器、240 余幅珍贵照片陈列在新四军苏浙军区纪念馆内,讲述着新四军艰苦抗日的历史故事。

### 在革命老区触摸产业脉动

在安徽省广德市新杭镇,青山绿水间,郑大芳烈士墓肃然矗立。1944 年 3 月 29 日,在“杭村大捷”中,郑大芳作为新四军十六旅四十八团三营教导员率领部队冲锋,在追歼逃敌时牺牲,年仅 23 岁。

如今,郑大芳烈士牺牲的地方早已褪去硝烟,成为长三角一体化发展的热土。

在位于广德经济开发区的广德

亚太汽车智能制动系统有限公司全自动化生产车间内,智能监控平台实时监控生产进度,300 余个机械臂正 24 小时不间断作业。“去年,公司共生产超千万个刹车盘,已广泛应用于吉利、红旗等车企的新能源汽车产品。”广德亚太总经理吴新中说。

产业发展如火如荼,英烈的精神也始终滋养着这片沃土。10 余年间,由郑大芳烈士家人设立的“郑大芳烈士奖学金”资助学子约 450 人,让烈士的精神在一代代年轻人心中扎根……

### 在红色热土谱写文旅新篇

位于苏浙皖三省交界处的江苏溧阳,是苏南抗日根据地的指挥中心。抗日战争时期,新四军江南指挥部就设在溧阳的水西村。昔日,革命先烈在此奋战,一道道指令从这里发出;如今,这里凭借天目湖、南山竹海等景点吸引游客慕名而来。

串起丰富文旅资源的是一条公路——全长 365 公里的溧阳 1 号公路对外通达周边 7 个县市,对内串联全市主要景点、312 个自然村、220 多个乡村旅游点,把整个溧阳变成了一个“大景区”。2024 年,溧阳接待游客超 3000 万人次,实现旅游总收入近 350 亿元。

青山绿水间,掩映其中的红色元素格外抢眼。1 号公路不仅串联起新四军江南指挥部纪念馆、塘马战斗烈士陵园等红色景点,还布局了沙河精神纪念馆等一批爱国主义教育基地。据溧阳市文体广电和旅游局相关负责人介绍,未来,当地将持续挖掘红色文化资源,推出多条经典红色体验线路,让红色资源为文旅产业增色添彩。

据新华社电

## 一些商场以萌宠引流推动营业额增长,上海正制定国内首个专门管理规范——

# “它经济”成为商业体发力新“支点”

对于住在苏河湾万象天地附近的居民来说,清晨、傍晚带着家里的“毛孩子”到商场里溜达一圈几乎已成日常。在这里,消费者可以带着宠物一起吃饭、购物或参加各类宠物社群活动。

今年上海宠物时装周期间发布的《2025 年宠物时尚趋势白皮书》显示,去年中国宠物数量首次超过 4 岁以下婴孩,中国宠物市场规模已突破 7000 亿元,预计 2028 年将达 1.15 万亿元。

在持续升温的“它经济”驱动下,一批商业体正像苏河湾万象天地一样开启“宠物友好”探索。仲量联行统计数据显示,去年上海市购物中心新开门店业态面积占比中,宠物及其他服务的业态面积占总面积的比例达到 2.1%,较前年同期增长 0.6 个百分点。宠物友好商场以萌宠引流,切入新的消费赛道。

### 借力宠物经济

放眼全球,伴随宠物数量越来越多,人与宠物的关系愈发亲密,社会公共空间的“含宠量”也不断上升。

以美国为例,当地研究机构数据显示,美国约七成家庭饲养宠物,宠物经济规模近 1500 亿美元。需求推动下,约 68% 的非宠物专业零售店允许顾客携带宠物入内,包括一些高端百货商场。

国内的宠物市场虽然起步较晚,但近年来进入高速发展期。在上海,西郊百联、西岸梦中心、苏河湾万象天地等一批商场向宠物敞开大门。

《2025 年宠物时尚趋势白皮书》分析认为,中国养宠家庭渗透率达到 30% 以上,标志着行业已从“培育期”逐步迈入“全民化阶段”。

“养宠需求慢慢向高阶延伸,宠物消费正在升级。无论从商业端还是产业端来说,都是一片广阔的‘蓝海’。”白皮书共同发布方 POP 趋势网站的董事长陆平一说。

转型宠物友好商场的的第一步,就是引入宠物相关业态,吸引更多的养宠人士前来消费。苏河湾万象天地在商场东里辟出整层宠物主题专区,网罗洗护美容、宠物鲜食、日托寄养、宠物摄影等多元服务。西郊百联内入驻多家宠物友好概念门店,为养宠者提供涵盖宠物瑜伽体验、宠物游泳等遛宠休闲方式。

“但是宠物友好商场并不完全等同于宠物业态商场,‘宠物友好’通过为养宠人士提供相关服务,形成商场的磁吸力,并在此基础上满足他们的各类消费需求。”上海苏河湾万象天地总经理黄靖钦表示,养宠人群覆盖全年龄段,消费需求包含但不限于宠物。

### 打造适宠空间

从国内外宠物友好商场的成功经验来看,除了业态上进行有的放矢的调整之外,其实更注重的是对宠物的开放与包容。也就是说,既要在硬件上打造出适合宠物出入的空间,也要从软件上营造出欢迎携宠顾客的氛围。

记者观察发现,通常拥有开放空间的商场,更具改造潜力。西郊百联

曾是国内第一家开放式花园购物中心,2023 年重新开业后成为人宠共融的乐园。苏河湾万象天地也自带“基因彩票”,6 万平方米开放式商业空间与 4.2 万平方米城市绿地公园有机融合,形成四通八达的空间结构,可以说是天然适合宠物撒欢的场地。

即使“天赋异禀”,也离不开商场的“后天努力”——在设计建造的过程中,通过合理的规划,“击中”养宠人的真实需求。

记者在苏河湾万象天地内看到,商场规划了携宠专用路线,在每一部扶梯前,都有醒目的地贴提示主人抱起宠物或使用背包;超过 80% 的餐饮商户设立了外摆位,在一些商户,宠物可进入专属区域陪伴主人用餐,有些门店还提供宠物零食。

住在附近的赵先生就是被这种周到的环境“圈粉”,每晚都带自家金毛犬来散步:“哪里能休息、哪里能饮水一目了然,带大型犬坐专用电梯也不必慌张,省心又安心。”

在商场氛围上,苏河湾万象天地从开业伊始,就策划了一系列活动,为携宠客群创造独特的社交体验和情绪价值。2023 年启动宠爱天地 1.0 活动,号召宠物爱好者齐聚苏河湾;2024 年升级为宠爱天地 2.0,组建线上宠物友好社群。今年 3 月活动再度迭代,推出“尾巴摇摆季”主题活动,场内 30 多家品牌加入“绒化街区”企划,开展萌宠走秀、快闪展览、爱心领养等活动。活动期间,苏河湾万象天地客流较去年同期增长近 35%,营业额同比增长 10%。