

存储芯片“热浪滚滚”

600倍预增

净利润同比预增超62204.03%、扣非预增27844.32%以上，江波龙此次披露的半年度业绩大幅超出市场预期。

业绩爆发背后，企业自身的业务布局与产业上升的长周期缺一不可。北京一家存储器研究院相关人士此前告诉北京商报记者，这一轮周期由AI对存储器，特别是DRAM的新增需求带来，不同于过去库存一去库存造成的自然涨落周期，这种因新增需求形成的周期应该会持续更长时间。而对于国内企业的盈利能力建设和扩产而言，此轮行情亦是重大利好。“利润大增可直接提升企业研发投入总量，又为未来通过技术创新实现更健康的增长奠定基础。”

江波龙在公告中解释称，从外部环境看，下游市场需求增长叠加全球存储晶圆产能扩张有限，推动全球半导体存储产业进入高景气通道，构成了公司业绩增长的基础。与此同时，公司与多家全球主流存储晶圆原厂顺利续签晶圆供应协议，锁定核心原材料供给，为业务规模扩张和长期发展提供了资源保障。

内部能力方面，技术自研与端侧AI布局成为江波龙向上通道的支点。公司以自研SPU主控芯片、HLC自研软件架构等技术为核心，依托自有高端封测产能，适配端侧AI存储的多元需求。其中，公司与AMD完成联合技术调优，通过SSD存储智能体与HLC技术架构，实现端侧AI产品DRAM使用量下降约40%，在降低客户成本的同时强化了自身产品竞争力。

苏商银行特约研究员高政扬向北京商报

盘中涨幅一度冲高至14.38%，最终报收681.8元，全天上涨10.32%——7月6日，A股存储芯片龙头江波龙再度迎来飘红行情。本次股价大涨的直接催化剂，是公司此前发布的一份半年度业绩预告。公告显示，2026年1至6月，江波龙预计实现归母净利润92亿—110亿元，同比增长62204.03%至74393.95%；扣非净利润90亿—105亿元，同比增长27844.32%至32501.71%；营业收入预计220亿—250亿元，较上年同期实现翻倍增长。

行业层面，存储芯片价格依然处在上涨周期。据TrendForce集邦咨询数据，2026年二季度一般型DRAM合约价格环比上涨58%—63%，NANDFlash合约价格环比上涨70%—75%。从个股股价狂飙到全行业业绩爆发，由AI需求引爆的存储景气周期持续升温，“存储热”成为2026年半导体赛道当之无愧的关键词。

记者分析称，展望后市，国产存储企业凭借技术持续追赶、产能有序扩张及产业相关政策的有力扶持，有望在全球存储芯片市场中争取更大份额。TrendForce集邦咨询预估，三季度整体DRAM格局将持续极度紧缺，但因消费级应用需求下修及高基期作用，合约价涨幅收敛，预计将季增13%—18%。

北京商报记者就相关问题咨询江波龙，截至发稿未能得到回复。

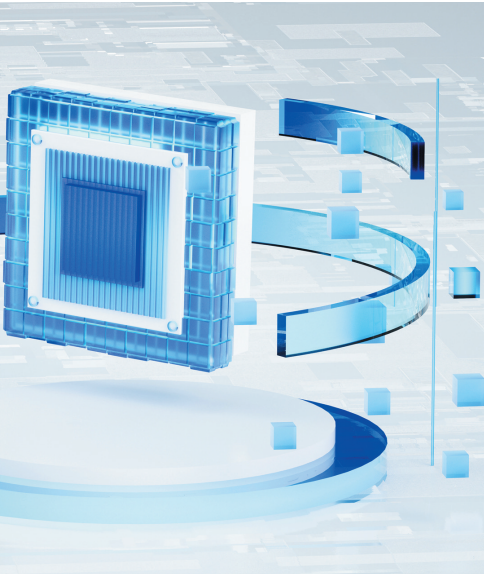
红利全链扩散

存储行业的高景气正沿着产业链持续扩散，多家国内存储厂商同步受益于需求爆发与价格上行，在经营业绩改善的同时提速资本化。

存储板块另一代表性企业德明利亦在近期投资者交流中表示，一季度业绩的快速增长，除行业景气度加持外，也得益于公司前期在企业级、嵌入式以及国产化方向上的前瞻性布局。目前公司在手订单充足，在行业供需偏紧的背景下，预期后续能够保持良好的业绩水平。

对于本轮周期的属性与持续性，德明利判断，在AI需求爆发、行业供给资源向高附加值领域集中等多重因素影响下，行业迎来长期且广阔的发展空间。

据披露，公司已建立多元化存储晶圆采购渠道和完善的供应链管理体系，与多家存储原厂保持长期稳定合作，上游原材料供应稳定，可充分满足订单交付与业务规模扩张。产品端，公司2026年发布SATA/PCIe双模企



业级SSD主控H3361，通过芯片层协议兼容实现高效词元(Token)数据处理；目前企业级存储产品已成功进入多家国内头部互联网厂商及服务器品牌供应链并实现规模销售。

佰维存储同样受益于行业上行周期，当前盈利能力处于较高水平。公司在投资者关系活动记录表中提到，后续毛利率水平和盈利能力需要持续关注价格的传导和成本的变动。从市场预期看，受益于AI应用及Token调用的需求爆发，后续产品价格仍有一定上升空间。

厂商集结资本市场

在业绩增长的同时，佰维存储也在加快资本化布局步伐。公司6月中旬披露，其港股

IPO相关工作目前正在有序推进中。

如若顺利落地，存储大厂A+H上市阵营将再添一员——1月13日，存储芯片厂商兆易创新已先一步在港交所挂牌上市；江波龙5月29日发布公告称，公司正在进行申请境外上市股份(H股)并在香港联交所主板挂牌上市的相关工作，当日已向香港联交所重新递交了本次发行并上市的申请，并同日于港交所网站刊登了相关材料。

视角扩大，存储大厂冲刺上市并非行业孤立事件。随着产业在技术突破与需求爆发中兑现盈利，一批核心厂商正集中启动上市进程，国内存储板块的资本市场版图加速成形。

新上市方面，国产DRAM巨头长鑫科技的科创板IPO已进入发行前的最后阶段。6月12日，证监会正式同意长鑫科技科创板首次公开发行股票注册。作为科创板“预先审阅”制度首单试点企业，长鑫科技从申报受理到注册生效历时不到半年(165天)，根据招股书，长鑫科技2026年上半年预计实现营收1100亿—1200亿元，同比增长612.53%至677.31%；归母净利润预计为500亿—570亿元，同比大涨2244.03%至2544.19%。

国产3D NAND闪存厂商长江存储也已正式启动上市进程。5月19日，长江存储控股股份有限公司在湖北证监局完成IPO辅导备案，标志着其上市工作进入实质推进阶段。

万得存储器概念指数显示，板块近3个月累计涨幅达73%，近6个月累计上涨67.21%，近一年累计收益率达到201.6%，赛道的高景气在指数层面得到了集中体现。

北京商报记者 陶凤 王天逸

减持快手加仓可灵 腾讯的AI盘算

减持母公司，加注AI子公司，腾讯对快手的投资策略正在发生一次结构性的调整。7月6日晚间，快手发布公告称，腾讯出售约2.73亿股公司B类股份，持股比例将从15.68%下降至9.37%。而就在7月2日，腾讯关联公司以跟投方身份出现在快手AI子公司可灵的融资名单里，快手可灵AI落地近30亿美元融资，投后估值有望达到180亿美元。

跟投与减持，腾讯的意图十分清晰，将放在网络直播的筹码分一部分给更有热度的AI视频赛道。眼下AI视频赛道正进入抢注期，Google的Veo2、Runway、Pika在海外混战，国内字节、阿里、MiniMax悉数入局，腾讯自研的混元视频尚未形成绝对优势。减持快手是退出成熟的财务投资，跟投可灵则是在视频AI的牌桌上确保自己不被甩出局。

从21%到9%

7月6日盘后，快手通过公告披露了腾讯减持股份详情，根据公告，腾讯当日通过场外大宗交易方式向若干卖方出售合计约2.73亿股快手B类股份。出售事项完成后，腾讯对快手的持股比例将由约15.68%下降至9.37%，不再是快手的主要股东。

以快手当日收盘价46港元估算，本次减持涉及市值约125亿港元。

快手方面表示，预期出售事项不会对集团营运产生任何重大不利影响，腾讯亦表态：“对快手长远发展有信心，双方会继续维持共赢关系。”

这不是腾讯第一次减持快手。根据公开信息，腾讯最早于2017年3月领投快手D轮融资，投资3.5亿美元，此后数年多轮加码。快手IPO前，腾讯持有快手21.57%的股权，持股比例最高。2023年4月曾减持约5115万股，持股比例从20.46%降至19.02%；2024年又经历多轮小幅减持。几年时间，腾讯从快手最大的机构股东，逐步退到一个普通投资者的位置。

回溯这段资本合作的起点，文渊智库创始人王超向北京商报记者表示，“2017至2018年，面对短视频平台的强势崛起，腾讯

对快手进行了经典的‘防御型投资’。这与腾讯投资京东、美团等项目的逻辑一致，核心目的是在对手的赛道中‘钉一颗钉子’。主要是为了遏制对手扩张，而非单纯看中快手自身的商业模式”。

披露减持事宜的公告中，快手同时提到公司的股票回购进展：已根据2024年5月22日公布的160亿港元的股份购回计划，以合共83.5亿港元购回共约1.75亿股B类股份，快手会循序落实该计划下剩余获授权购回额度，进一步提升股东价值。截至7月7日收盘，快手股价收于40.46港元，总市值1751亿港元。

投资瘦身史

这也不是腾讯第一次对已上市的投资标的减持。

2021年12月，腾讯在港交所发布公告称，以实物分派京东股份的方式宣派中期股息，并将所持有约4.6亿股京东股权发放给股东。京东也在对间发布公告予以确认。本次派息后，腾讯对京东的持股比例将由17%降至2.3%，不再为第一大股东，腾讯总裁刘炽平将卸任京东董事。

2022年11月，腾讯宣布将派发所持有约9.58亿股美团B类普通股(价值约1500亿港元)的特别中期股息，同时刘炽平卸任美团董事。这两次分派均被市场解读为反垄断压力下的资产剥离，腾讯主动收缩非核心财务投资版图更是题中之义。

如今，快手也走上了同样的轨道。从京东、美团再到快手，腾讯正在系统性退出对成熟期互联网平台的长期财务投资。

“更为关键的是，此举旨在优化资产结构，将成熟期资产变现，为AI战略腾挪资金。当前腾讯正大幅增加在算力、大模型等AI基础设施上的资本开支，减持快手回笼的资金，可以直接转化为支持AI发展的‘活水’，确保其在下一代技术竞争中的核心投入”，王超告诉北京商报记者。

另一项资本操作也值得注意。7月2日，腾讯关联公司出现在可灵AI的融资名单里。根据快手当天公告，旗下视频生成大模型可灵

AI落地近30亿美元融资，投后估值有望达到180亿美元。此次融资，可灵AI创下全球视频大模型公司最大额融资纪录，标志着其独立商业化发展进程正式开启。本轮融资由CPE源峰、国方创投、BlueFive、腾讯、中关村科学城基金(联合国科投资)、中信证券联合领投，以及数十家一线机构共同参与。

又一次生态卡位

减持快手与跟投可灵AI，看似矛盾，其实也是腾讯在不同时期对热度赛道的押注。

2026年被视为AI视频生成从“技术演示”走向“商业变现”的关键年份。在这片座次未定的红海中，快手可灵不定期披露的业绩数据，是观察行业商业化的窗口。2026年一季度，可灵AI产生的收入超过6.5亿元，同比增长超过300%。2026年3月，可灵AI的ARR(年化收入运行率)近5亿美元。同期，可灵全球用户规模突破6000万，累计生成超6亿个视频，为超过3万家企业客户和开发者提供API服务。

天使投资人、资深人工智能专家郭涛向北京商报记者表示，快手可灵区别于字节跳动旗下即梦AI依托抖音、剪映等走大众路线，主打专业影视、广告等B端与P端场景，用户付费意愿更强。

不过他也提醒，视频生成大模型算力消耗极大，未来行业有可能陷入“价格战”泥潭，因为AI视频生成赛道竞争激烈，随着技术发展和更多玩家进入，若产品同质化，企业可能会通过降价来争夺市场份额，但可灵如果能凭借技术和场景优势保持差异化，有望降低“价格战”风险。

王超认为，“投资可灵AI虽有阻击的考量，但核心仍是腾讯资本配置全面转向AI。腾讯优先在既有生态中寻找优质AI资产，可灵正是其中的亮点。相较于持有成熟平台，直接绑定可灵这一具体AI资产，在战略协同与财务回报上都是更优的选择”。

从母体股东到AI子公司跟投方，快手之于腾讯的角色变了，但腾讯的意图更加清晰。

北京商报记者 魏蔚

补足产能 a2牛奶持续加码中国

在经历短暂供应链波动后，7月7日，a2牛奶公司披露的2025—2026财年数据显示，尽管中标婴幼儿配方奶粉(a2至初)在四季度受多重因素叠加影响出现阶段性供应紧张，但公司预计全年营收仍将实现12%的增长。2025年，a2牛奶公司斥资约2.82亿新西兰元从雅士利集团收购了位于新西兰的Pokeno工厂，该厂持有的两款新中标配方注册系列将在2026年四季度上市。业内分析人士指出，曾导致a2产品供应紧张的各项因素已得到实质性解决，渠道供应显著改善，库存正回归目标水平。

整体来看，a2牛奶公司主要经营指标表现强劲，较上一财年实现显著增长。

根据初步未经审计的财务数据，a2公司预计2026财年全年营收约19.7亿新西兰元，同比增长12%，符合此前“低至中双位数增长”的业绩指引。EBITDA利润率预计达到14%—14.5%，与今年4月发布的业绩指引保持一致。税后净利润(NPAT)预计较2025财年报告数据略有增长，基础NPAT预计实现进一步提升。现金转换率预计约为70%，主要得益于供应恢复、库存改善及终端销售持续回暖。

与此同时，a2牛奶公司表示，“之前通告的四季度诸多影响和造成中标至初婴幼儿配方阶段性供应紧张的因素都已经得到实质性解决，中文标签和英文标签产品供货均明显改善，渠道库存正稳步回归至目标水平”。

2025年8月，a2牛奶公司以2.82亿新西兰元(约12亿元人民币)全资收购雅士利集团位于新西兰Pokeno的奶粉工厂，这一举动在当时被外界视为“豪赌”。

Pokeno工厂并非普通代工厂。作为新西兰近20年来最新建设的婴配奶粉工厂，Pokeno工厂设计年产达数千万罐，采用全球领先的GEA喷粉塔和鲜奶一次成粉湿法工艺。Pokeno工厂的布局，是a2公司从生产端实质性加强供应链韧性、产能自主可控的关键举措，也是对中国市场的稳定、高品质产品供应的重要保障。

今年6月，a2公司确认Pokeno工厂的

两项中标婴配粉产品注册已获得中国国家市场监督管理总局批准。a2公司首席执行官David Bortolussi表示，“此次获批是公司中国增长战略与供应链转型的重要里程碑，将进一步巩固核心婴幼儿配方奶粉业务的市场竞争力和供应保障能力”。

发布财报的同时，a2牛奶公司再次重申对中国市场长期发展的坚定信心。随着新品获批，a2牛奶公司在中国市场的发展或进入新阶段。a2牛奶公司旗下三个中标配方产品系列，在两个一体化、现代化的婴配奶粉工厂的供应保障之下，将更好地满足快速增长中的中国宝妈对于高品质产品的需求。

2026年，中国婴配粉市场不仅是品牌大战，更是配方之战。据行业数据预测，2026年市场规模约为1897.3亿元，虽较历史峰值有所收缩，但结构发生根本性变化：婴幼儿配方食品新国标全面落地三年，不合规产品清退率达98%，行业集中度CR10突破85%，中小品牌加速退出，头部企业进入“技术护城河”竞争阶段。

在此背景下，飞鹤、伊利凭借渠道下沉与全生命周期布局稳居前二；惠氏、美赞臣则以乳铁蛋白、MFGM、HMO等前沿营养素构建高端壁垒；a2牛奶公司在内的外资企业，依托A2-β酪蛋白差异化定位站稳脚跟，并延伸至儿童粉、成人营养的全生命周期产品布局。

高级乳业分析师宋亮表示，“a2近年来加强了渠道的管理，同时确保了渠道的利润，有效激发了渠道推广积极性，实现了a2与本土渠道的充分融合。同时，a2持续不断地进行乳蛋白和相关配方的研究，通过在中国塑造专业品牌形象，取得了明显的成效。综合来看，a2牛奶公司在未来几年有望冲入中国市场第一梯队，前景非常可观”。

宋亮进一步表示，“未来几年，a2要不断加强供应链体系的建设，从完善儿童粉到成人营养，以至于全生命周期产品的供应链建设。同时，a2要加强国际供应链的建设，确保为中国市场提供更好的产品”。

北京商报记者 孔文雯