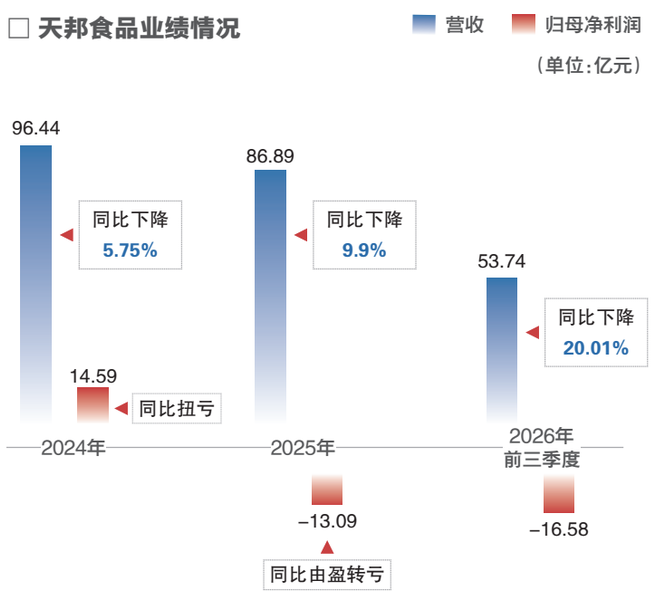
编辑 赵天舒 美编 李烝 责校 杨志强 电话:64101673 syzx10@126.com

天邦食品重整迎转折

一纸重整协议落地，让天邦食品的预重整进程迎来关键转折。11月9日，天邦食品公告披露了预重整最新进展，公司确定通威集团为重整产业投资人，并签订《重整投资协议》。目前猪价仍处在探底周期，这笔农业领域的延伸投资布局，能否为通威集团兑现真实回报，仍待时间检验。





一再延期

11月9日晚间，天邦食品公告与通威集团签署《重整投资协议》，后者作为上市公司的预重整投资人，以0.98元/股受让14.7亿股，出资14.41亿元，重整完成后持股27.8%，通威集团将成为上市公司的控股股东，股份锁定五年。这笔投资款将在重整计划获得法院批准之后，用于支付破产费用、共益债务以及清偿各项破产债权。

公告显示，通威集团同时布局绿色农业与光伏新能源两大赛道，核心经营主体为上市公司通威股份。其中，绿色农业板块核心经营饲料业务，通威集团拥有40余年农牧产业积淀。

通过本次重整投资，通威集团将进行业务协同、提供资金等，为天邦食品提供多方面的支持赋能，改善持续经营能力，最大程度保护债权人、股东、职工等多方利益。

天邦食品的预重整进程始于约两年半前。2024年3月，公司董事会以“无法清偿到期债务，且明显缺乏清偿能力，但具有重整价值”为由，主动向法院申请重整及预重整。

同年8月，宁波中院裁定对天邦食品启动预重整，初始期间为6个月。此后公司的预重整分别在2025年2月、5月、11月及2026年4月多次延期，至2026年11月9日届满。11月9日，宁波中院决定再次延长预重整期间至2027年5月9日。而这已是天邦食品预重整的第五次延期，法院给出的理由为，公司已与产业投资人签署《重整投资协议》，确实存在仍需时间履行审批程序的情况，为实现财产价值最大化和保护债权人权益，准许延期。

奥优国际董事长张玥认为，通威集团作为重整产业投资人入主天邦食品，最大价值是带来产业资源、资金和供应链协同，对天邦食品改善流动性、稳定生产经营形成重要支撑。双方过往就饲料、生物板块已有多次合作，产业层面具备协同基础，这也是本次重整的一大看点。在重整落地之后，后续经营改善还需要持续观察。债务梳理、组织优化、生猪养殖板块降本增效，是接下来重点关注的方向。

“抄底”猪周期

同时，天邦食品的业绩也出现波动。财务数据显示，公司2024年实现营收约96.44亿元，同比下降5.75%；归母净利润约14.59亿元，同比扭亏。2025年营收约86.89亿元，同比下降9.9%；归母净利润约-13.09亿元，同比由盈转亏。

受生猪销售价格大幅下跌影响，2026年前三季度公司营收约为53.74亿元，同比下降20.01%；归母净利润约为-16.58亿元。公司称，前三季度育肥猪全成本已降至12.63元/公斤，同比下降0.79元/公斤，但商品肥猪均价仅10.17元/公斤，同比下降4.22元/公斤，降幅29.33%，生猪养殖业务亏损较大；食品业务亏损1402.19万元，同比减亏5865.54万元。

此外，天邦食品的负债水平也引发关注。截至三季度末，公司资产负债率为91.84%；流动负债约为74.88亿元，货币资金仅约5824.7万元。

知名战略定位专家、福建华策品牌定位咨询创始人詹军豪表示，在猪价下行、行业深度亏损期，企业的经营突围重点在于发挥饲料端成本优势，精简低效产能、优化种猪体系，守住现金流底线，稳健穿越猪周期，等待行情回暖。

张玥认为，天邦食品若想改善经营情况，首要抓手就是依托供应链优势持续降本，优化饲料采购与供应链管理，压缩养殖端成本。其次是优化产能布局，调整低效产能，提升生猪板块生产效率，做好现金流管理，稳住企业持续经营。同时，通威集团入主后，天邦食品还可依托双方原有产业协同基础，探索更多业务联动，提升整体抗周期能力。

针对相关问题，北京商报记者向天邦食品发去了采访函，截至发稿未收到回复。

北京商报记者 郭秀娟 王悦彤

新车型取消小订 宝马调整销售节奏

宝马新世代车型的销售节奏迎来最新调整。11月9日，宝马中国宣布，新世代BMW i3将于11月27日广州车展正式上市，大订通道同步开启。值得注意的是，新车取消小订环节，用户可以直接锁单。与此同时，新世代BMW iX3定于11月25日正式开启试驾与用户交付，在销售模式上，双车均采用全国统一价模式。



宝马相关产品负责人向北京商报记者介绍称，新世代BMW i3在11月27日公布完整售价后，将于2027年一季度开启交付，消费者从下定到交付的周期大幅缩短，减少了用户等待时长。新车的大定订单还将设置犹豫期，具体时长以官方后续发布为准。上述负责人强调，新世代车型的实际生产节奏并未改动，仅调整了对外传播及上市发布节奏。

得益于销售流程简化，新世代BMW i3从大订到交付仅间隔一个多月。作为对比，新世代BMW iX3于今年8月成都车展官宣价格，起售价26.99万元，但直至11月25日才启动交付，用户最少需要等待三个多月。此前，新世代BMW iX3曾在北京等多个城市进行巡展，目前北京暂无展车；新世代BMW i3的展车则将在正式上市后陆续到店。

宝马对新产品销售模式做出调整，意在优化消费者购车体验。而面对中国市场的业绩压力，宝马也有望在新世代车型中寻求解法。2026年前三季度，宝马集团全球累计交付170.78万辆，同比下滑4.9%，其中，中国市场前三季度交付汽车37.64万辆，同比下降21.8%。

在此背景下，宝马在新世代车型上加大了针对中国市场的本地化适配力度。智能化层面，新车搭载中国本土企业Momenta提供的智驾方案。该合作跳出单纯硬件方案采购的逻辑，双方深度联合开发，并由宝马进行专属调校，实现智能辅助驾驶与宝马标志性驾控乐趣的融合。续航方面，新世代BMW i3实测极限续航达到1213公里，创造了BMW车型有史以来最长的单次纯电行驶里程纪录，也跻身中国市场量产纯电车型长途续航表现的第一梯队。

在本土化生产方面，2026年10月，新世代车型采用的第六代动力电池在沈阳动力总成工厂量产。目前，宝马沈阳生产基地累计投资超过1200亿元人民币，已形成研发、采购与生产制造协同的本土化体系。其中，沈阳动力总成工厂是宝马集团除欧洲以外，最大的动力总成生产基地，兼具燃油发动机与动力电池生产能力。

根据宝马集团最新战略规划，依托新世代技术架构的陆续应用，宝马将进一步扩大在华高销量重点车型的本土化生产，并计划到2030年，将专为中国客户偏好定制开发的国产车型比例提升至95%以上。

北方工业大学汽车产业创新研究中心主任纪雪洪指出，当前国内汽车市场新能源销量已经超越燃油车，如果新世代车型能够取得成功，将帮助宝马在新能源赛道积累用户口碑，同时在企业内部打造标杆车型，这对宝马意义重大。

纪雪洪进一步表示，宝马此次调整预售模式，核心目标之一就是压缩交付周期。交付周期拉长容易遭遇新品迭代冲击、流失客户，缩短下定到交付的时间，已经成为行业竞争的关键，也是保障销售表现的重要手段。“长远来看，宝马还需要持续加大在中国的研发投入，吸纳更多本土技术人才。同时，继续发挥品牌、安全与驾控优势，打造适配新能源场景的创新卖点，吸引年轻用户并完成品牌重塑。”

北京商报记者 蔺雨葳

广告

澳优五款新品首发首秀，深化“全家营养”布局

11月5日至10日，第九届中国国际进口博览会（以下简称“进博会”）在国家会展中心（上海）举行。澳优连续九年全勤参展，以“全球营养 呵护成长”为主题，携旗下佳贝艾特、海普诺凯、Nutrition Care、Oz Farm、Amalthea、CBM六大品牌共62款产品亮相，并借进博平台完成五款新品全球首发首秀，同时官宣与南昌大学食物过敏创新团队共建国际过敏营养与安全防控研发中心，持续深化全球营养市场布局。



澳优参展第九届进博会

五款新品首发首秀 覆盖全生命周期营养需求

本届进博会期间，澳优五款新品集中亮相，覆盖从婴幼儿到中老年人群的全生命周期营养需求。

在奶粉板块，全球羊奶第一品牌佳贝艾特一次性推出三款产品：新发布的铂御婴幼儿配方羊奶粉，HMO总含量达2.17g/100g，涵盖9种母乳低聚糖，处于行业领先水平，同时是首款添加澳优自研专利益生菌CP-9的婴幼儿配方奶粉；面向6岁及以上学生群体的高才升成长配方羊奶粉，为全球首款添加水解羊乳酪蛋白的学生奶粉，在高钙基础上搭配PS（磷脂酰丝氨酸）、CBP（初乳碱性蛋白）、赖氨酸等营养组合，同步支持脑部发育与骨骼成长；面向成年人群的营嘉高钙富硒羊奶粉，选用荷兰母婴级奶源，以高钙、高蛋白搭配氨糖，打造骨、关、肌三维养护方案。

营养品板块，来自澳洲的药房级专业品牌Nutrition Care（NC）金标养胃粉、养胃片完成首发首秀。其中，NC金标养胃粉依托品牌48年研发积淀，严格遵循澳大利亚TGA权威认证及管控标准，并已完成系统性人体临床研究，将肠胃养护从传统经验驱动升级为循证科学支撑，打通舒缓、修护、防护的完整作用链路；同步展出的NC养胃片则面向高频差旅商务人群，主打随行便携养护，与粉剂产品形成“居家精养、出行随行”的场景互补。值得一提的是，NC还作为澳大利亚代表性营养品牌，进驻本届进博会澳大利亚维多利亚州政府展厅，营养品质获得官方认可。

牵手顶尖科研力量 共建国际过敏营养与安全防控研发中心

展会期间，澳优与南昌大学食物过敏创新团队联合成立的“国际过敏营养与安全防控研发中心”正式官宣。该团队是国内食物过敏领域唯一入选科技部创新人才推进计划的“重点领域创新团队”，先后承担23项国家自然科学基金、我国首个“食物过敏”国家“863”计划及科技部国际合作项目，其研究成果填补了我国乳糜泻流行病学数据空白。

根据规划，研发中心将聚焦过敏人群核心诉求，围绕乳蛋白致敏因子鉴定、过敏快速检测、低敏原料开发、过敏营养干预等方向持续攻关，同步推进标准研制、临床研究与成果转化，为澳优全球低敏营养赛道布局提供深层技术支撑。

自2003年成立以来，澳优坚持国际化发展路线，在荷兰、澳大利亚等全球黄金奶源带布局全球供应链与全球研发体系，是国内较早践行全产业链全球化的乳企。目前，澳优在全球共建设有11座工厂，建立了以澳优全球研发中心、欧洲研发中心、澳洲研发中心等为核心的“1+6+N”全球研发体系，形成覆盖婴配奶粉、保健食品、特医食品、个性化营养品及服务的生命全阶段营养呵护体系，产品销往近60个国家和地区。

在澳优看来，进博会不仅是高水平对外开放的重要窗口、全球营养科技创新的交汇枢纽，也是产业伙伴协同共生的桥梁。从首届进博会至今，澳优的全球化能力不断在这一舞台上被检验、被放大、被加速——2025年，澳优旗下佳贝艾特海外销售额较2018年首届进博会时增长273%，全球化业务生态稳步成型。