

利润增速大幅提升 创新势能持续蓄积

——透视上市公司半年报

■ 新华社记者 刘羽佳

A股上市公司半年“成绩单”近日出炉。截至8月31日,沪、深、北三家证券交易所超5500家上市公司披露2026年半年度报告。从这份中期答卷来看,我国上市公司经营质效稳步提升,科技创新不断突破,出口持续增长,折射出资本市场的韧性与活力。

——经营业绩稳健增长,海外业务稳步提升。

根据中国上市公司协会发布的数据,上半年,全市场上市公司实现营业收入37.76万亿元,同比增长7.6%,增速保持平稳;实现净利润3.58万亿元,同比增长19.5%,增速较上年全年提升16.7个百分点。全市场四分之三公司实现盈利,六成公司营收正增长,四成公司净利润正增长,超2000家公司营收、净利润双增。

其中,沪市公司整体业绩增速创2022年以来新高,科创板公司营收增速近40%,净利润增长4.4倍;深市逾七成公司盈利,156家公司盈利超10亿元,创业板公司营收、净利润分别增长22.3%、32.7%;北交所公司营收规模迈上新台阶,突破1380亿元,盈利能力不断增强,28家公司净利润翻倍。

上半年,海外业务成为上市公司重要增长引擎,整体呈现规模稳、活力新的变化特征。根据中上协数据,3196家

上市公司披露境外收入,合计实现境外营收6.06万亿元,同比增长22.9%,其中553家公司境外营收占比超过一半。

——研发投入保持高位,创新势能持续蓄积。

科技类上市公司紧抓全球科技与产业深刻变革的时代机遇,积极锻造新质生产力,发展成效不断显现。

中上协数据显示,上半年,全市场研发投入8473亿元,同比增长3%,整体研发强度2.24%,与上年基本持平。三大成长板块公司加码技术攻坚,科创板研发强度连续多年超10%,创业板、北交所研发强度超4%。

其中,科创板公司研发投入合计1044亿元,同比增长14.6%,研发强度中位数达12.6%,继续保持高位;创业板公司研发投入同比增长11.69%,289家公司研发强度超10%,103家公司研发强度超20%。

新一代信息技术产业、生物产业发挥创新“头雁”效应,研发规模均超600亿元,研发强度分别高于整体4.3个百分点、4.5个百分点。全市场127家公司研发投入超十亿元,923家公司研发强度站上10%关口,科技企业创新成果转化效率显著提升。

——中期分红常态化,回购增持稳预期。

从半年报看,上市公司中期分红力

度逐年提升,常态化、可持续股东回报机制逐渐成形。

中上协数据显示,截至8月31日,872家上市公司公布2026年一季度、半年度现金分红方案,全市场现金分红总额达7403亿元,整体股利支付率28.7%。57家公司上市以来首次分红,5家公司年内多次分红。

与此同时,多家上市公司推出回购、增持计划,以“真金白银”巩固投资者信心。

截至8月31日,剔除停止实施回购的情况,1051家上市公司公布2026年回购预案,拟回购金额超2200亿元,其中自有资金回购金额占比39%。273家上市公司公布2026年增持计划。

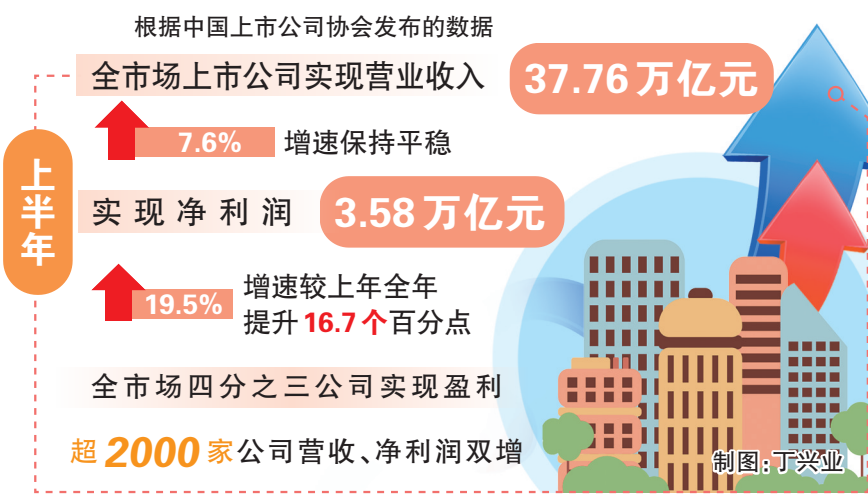
新华社北京9月2日电

上市公司半年“成绩单”出炉 利润增速大幅提升

截至8月31日

同比增长

沪、深、北三家证券交易所超5500家上市公司披露2026年半年度报告



亚洲最大宽体机维修机库 在上海投入运营

这是9月2日拍摄的亚洲最大宽体机维修机库。

记者从中国东航获悉,亚洲最大宽体机维修机库9月2日在上海投入运营。该机库大厅可以同时容纳9架宽体机和2架窄体机开展整机维修作业。

■ 新华社记者 丁 摄

国家医保局规范基层病种同病同付

新华社北京9月2日电(记者 彭韵佳)国家医保局9月2日发布文件,明确规范基层病种同病同付,统筹地区要合理确定基层病种范围和支付标准,实行统筹地区内不同等级医疗机构基层病种同病同付。

同病同付是指医保基金与医院结算时,同一病种在不同等级的医疗机构执行相同的医保支付标准,以此调动基层医疗机构积极性。

新发布的《按病组(DRG)付费3.0

版分组方案》和《按病种分值(DIP)付费3.0版分组方案》明确了第一批基层病种。其中,DRG基层病组31个,覆盖高血压、糖尿病、呼吸系统感染等27个内科病组和阑尾切除术、腹股沟疝手术、肛周手术、骨科固定装置去除术等技术成熟的一、二级手术;DIP基层病种127个,包括97个保守治疗组和30个手术操作病种,覆盖呼吸、消化、循环、泌尿、骨骼肌肉等多个系统的常见疾病。

此外,国家医保局还明确提高按病

种付费精细化管理水平,稳步提升医保基金结算清算效率。如优化特例单议机制提高审核效率,发挥特例单议对医疗机构使用新药耗新技术、收治疑难复杂重症的支持性作用;规范病种结余留用管理机制,进一步细化完善按病种付费结余留用及合理超支的范围和比例等规定。

“经过三年试点和三年专项行动,按病种付费基本实现符合条件的统筹地区和医疗机构全覆盖。”国家医保局医药服

务管理司司长黄心宇说,从改革效果来看,2025年全国职工医保、居民医保次均住院费用分别较2024年下降4.73%和0.94%,22个省份的住院总费用呈现“药耗占比下降、医疗服务费用占比上升”的结构性变化。

据悉,原则上实施按病种付费的地区和医疗机构要在2026年12月31日前完成3.0版分组的切换工作,2027年3月底前落地应用。

国家文物局明确 考古出土(出水)文物移交时间

新华社北京9月2日电(记者 徐壮)记者2日从国家文物局获悉,国家文物局近日印发《考古出土(出水)文物移交管理办法(试行)》。办法明确,考古发掘单位应当在考古发掘报告提交后6个月内,将考古出土(出水)文物移交给由省级文物行政部门、国家文物局指定的收藏单位。不具备出版考古发掘报告条件的,考古发掘单位应在提交考古结项工作报告或发表考古简报后6个月内移交。

根据办法,考古出土(出水)文物,是指在中华人民共和国境内地下、内水、领海和其他管辖海域进行考古活动中获得,具有历史、艺术和科学价值的实物资料。考古出土(出水)文物移交,是指考古发掘单位将考古出土(出水)文物移交至国有博物馆、图书馆或者其他国有收藏文物的单位。

办法要求,收藏单位在接收考古出土(出水)文物后一年内,必须完成文物建账、建档、定级工作,做好保管、保护、研究与展示利用,并在相关工作中保障考古发掘单位的知识产权。

办法自发布之日起试行两年。



整治AI应用乱象

■ 新华社发 朱慧卿 作

“一县一特”赋能全域振兴

——“聊·胜一筹!”品牌激活乡村产业新动能

■ 史守侠 潘东昊 侯金焕

针对农产品品牌分散、业态单一、市场竞争力不足等问题,国兴聊胜一筹品牌运营管理有限公司立足“一县一特”因地制宜培育县域子品牌,搭建“公用品牌引领、县域特色支撑、全链融合发展”的农业品牌体系,让本土特色产品抱团出圈,将资源优势转化为富民兴村实效,为全市乡村振兴赋能聚力。

优化布局聚合力

长久以来,聊城特色农产品品类丰富、品质优良,但受品牌分散、标准不一、宣传薄弱等因素制约,多数县域特产深陷“优质不优价、好酒怕巷子深”的困境,小农分散经营模式难以适应现代化市场竞争格局,本土农业产业始终难以形成集群合力。

立足产业痛点与乡村振兴需求,“聊·胜一筹!”公用品牌锚定“一县一策、一县一特”核心战略,跳出单一产品打造的传统思维,立足各县市区资源优势、产业基础与地域特色,科学布局全域特色产业版图。精准整合培育莘县蔬菜、冠县鸭梨、东昌府魏氏熏鸡、茌平圆铃大枣、东阿黑毛驴、阳谷朝天椒、临清运河黑牛、高唐蜂蜜、开发区正信调味品、高新区许营焖子、度假区禽畜养殖十一大县域特色产业子品牌,搭建起层级清晰、特色鲜明、优势互补的母子品牌发展矩阵。

在全新品牌体系下,市级公用品牌统一品质

标准、品牌公信力、推广资源与销售渠道,各县域子品牌坚守自身特色,深耕细分赛道、夯实产业根基,实现“资源共享不同质化、特色独立不碎片化”的良性发展格局。通过统一生产规范,统一质量溯源,统一品牌标识,统一市场推广,打破县域农产品“各自为战”的发展僵局,以大品牌势能托举小品牌成长,以小品牌特色丰富大品牌内涵,构建起上下联动、全域协同的农业品牌发展新生态。

一县一品结硕果

品牌赋能夯实基座,特色产业遍地开花。依托“聊·胜一筹!”公用品牌的全方位赋能,聊城各县市区立足自身优势,深耕特色赛道,推动传统种养产业迭代升级,特色乡土产业提质增效,一个个“小特产”成长为“大产业”。

作为国内知名瓜菜菌生产核心县域,莘县百万亩蔬菜种植板块集群发展,四季常青,构建起集种苗研发、绿色种植、冷链仓储、精深加工、全域销售于一体的完整产业链,优质蔬菜产品畅销

全国,稳稳守护百姓“菜篮子”,是聊城现代农业发展的标杆产业。冠县依托得天独厚的梨果资源,擦亮“中华第一梨园”金字招牌,在守护传统冠县鸭梨品质的基础上,迭代培育冠县酥梨等新品种,同时推动灵芝产业转型升级,实现产品价值从“论斤卖”到“论克卖”的跨越式提升,让传统林果、特色康养产业持续释放富民效益。

东昌府区深耕特色富民产业,工艺葫芦产业凭借精湛工艺与成熟产业链,占据全国75%以上的市场份额,年综合效益突破30亿元,小小葫芦成为赋能文旅融合、带动群众增收的“致富宝葫芦”;百年非遗魏氏熏鸡坚守传统工艺,深耕品质升级,借助品牌赋能拓宽市场渠道,让地道传统熟食走出聊城、享誉四方。在茌平圆铃大枣作为国家级地理标志产品,依托标准化种植与深加工升级,千年古树焕发全新生机;东阿黑毛驴筑牢阿胶产业优质原料根基,打通养殖、加工、文旅全链条,构筑特色康养产业集群。

与此同时,各县域特色产业多点开花、各放异彩。阳谷朝天椒打造特色调味品原料优势产

业,火红产业串联起农户增收链条;临清运河黑牛深耕高端肉牛赛道,填补鲁西高端畜牧产业空白;高唐蜂蜜依托生态养殖模式,联动锦鲤等特色水产养殖协同发展,构筑多元生态养殖体系;开发区正信调味品以龙头企业为牵引,打造标准化、品牌化调味产业集群;高新区许营焖子推动传统小吃标准化、产业化升级,让乡土特色美食走向大众市场;度假区聚焦生态养殖,打造规模化、规范化禽畜养殖集群,擦亮绿色畜牧产业名片。全域形成“一县有特色、一产有亮点、户户有增收”的振兴新格局。

延链提质增价值

品牌建设是手段,产业提质、富民兴村是核心。“聊·胜一筹!”始终以品牌为核心牵引,坚持以工业化思维赋能现代农业发展,跳出“重宣传、轻品质”的浅层建设模式,聚焦产业链延伸、价值链提升、供应链完善,推动全市特色农业产业从“产品输出”向“品牌输出”、从“规模扩张”向“质量跃升”全面转型。

在品质管控上,以公用品牌标准为统领,将标准化生产体系、质量溯源体系全面下沉至各县域特色产业,规范种养、加工、流通全流程,倒逼农业生产从传统小农模式向规模化、标准化、绿色化转型,从源头筑牢“聊·胜一筹!”品牌品质根基。在市场拓展上,整合电商平台、商超专柜、农博会展销、线上直播等多元渠道,为县域特色产品搭建全方位、立体化推广销售矩阵,让曾经局限于本土的特色好物走出鲁西、走向全国。

品牌赋能带来发展理念的深刻变革,在公用品牌的引领带动下,各类农业经营主体品牌意识、品质意识、市场意识全面提升,主动改良品种、升级工艺、规范生产、深耕细分市场。特色产业的蓬勃发展,持续激活乡村就业创业活力,吸引人才返乡、资源下沉、产业集聚,有效带动农户就近就业、稳定增收,让乡村振兴有产业支撑、有人才活力、有民生温度。

品牌引领聚合力,一县一特兴百业。如今,以“聊·胜一筹!”公用品牌为纽带,十余个县域特色产业集群联动发展、抱团进阶,既留住了乡土烟火气,守护了本土特色底蕴,又凝聚起现代农业发展的强大合力。未来,“聊·胜一筹!”公用品牌将持续深耕品牌强农战略,持续优化母子品牌发展体系,不断补链条、提品质、拓市场、塑优势,持续激活“一县一特”产业动能,让更多聊城优质农产品享誉全国,以品牌赋能乡村全面振兴,奋力书写现代农业高质量发展的聊城答卷。