理性 ·个性 ·公信力

国内统一连续出版物号：CN37-0004
邮发代号：23-134　每周一、三、五出版
2026年11月2日　星期一
第4200期　本期8版
大众报业集团(大众日报社)主管主办

经济导报

ECONOMIC HERALD

经济导报微信　山东财经网



小米汽车前10月交付31.9万辆，年销55万辆目标能实现吗？



11月1日，小米汽车宣布，2026年10月全系交付量超过5万辆，已连续三个月实现阶梯式增长。其中，8月超3万辆、9月超4万辆、10月超5万辆。官方数据显示，今年前10个月，小米汽车累计交付已超过31.9万辆。以全年55万辆目标计算，小米汽车仍需交付超20万辆。

终止5亿元旧项目，龙蟠科技拟在菏泽投资9.42亿元扩产



10月31日，江苏龙蟠科技集团股份有限公司（603906.SH，简称“龙蟠科技”）披露公告，拟调整磷酸铁业务布局：一方面，终止此前计划投资约5亿元建设的8万吨磷酸铁前驱体项目；另一方面，拟在山东省菏泽市鄄城县化工产业园投资建设年产15万吨电池级磷酸铁生产线，项目总投资约9.42亿元。

单季净利重回百亿　海外与高端扛起增长大旗

比亚迪三季报“换挡”

种种迹象显示，这家全球新能源汽车销量冠军正在经历一场从“国内规模驱动”向“海外与高端双轮驱动”的深刻切换。单季百亿利润的回归，或许正是这场切换初见成效的信号

◆导报记者　刘勇　济南报道

近日，比亚迪（002594.SZ）公布了2026年三季报。财报显示，公司第三季度实现营业收入2214.88亿元，同比增长13.59%；归母净利润100.20亿元，同比增长28.08%。

在经历上半年利润承压与国内销量波动后，比亚迪单季净利润重新站上百亿元台阶，这一数字占其前三季度累计净利润的44.8%。

而海外市场的爆发式增长与高端品牌的放量，正成为这家新能源巨头抵御国内存量竞争的关键屏障。

海外和高端化成核心引擎

值得注意的是，财报显示，前三季度，比亚迪营业总收入为5663.04亿元，同比仅微增0.01%；归母净利润223.45亿元，同比下滑4.24%。

而从产销量上看，比亚迪的增长逻辑切换已十分清晰。9月单月，比亚迪新能源汽车销量达46.36万辆，其中海外销量高达17.99万辆，同比激增153.9%，占当月总销量的比重逼近四成。乘用车及皮卡海外销量前三季度累计达到133.78万辆，同比增长91.9%；而同期国内销量为179.4万辆，同比下降30%。

比亚迪在三季报相关披露中亦确认，海外业务是拉动业绩增长的重要引擎，公司业务已覆盖全球120多个国家和地区。

在花旗此前发布的研报中，对比亚迪出口前景维持乐观预期，预计10月出口销量将环比回升4%至18.8万辆。

不过，伴随出海而来的是，今年前三季度比亚迪的财务费用高达73.68亿元，而去年同期还是净赚近30亿元的汇兑收益。比亚迪的解释很直白：全是汇率波动带来的汇兑损失。

如果说海外销量撑起了规模，高端品牌的放量则直接托举了比亚迪的利润质量。前三季度，方程豹、腾势及仰望三大高端品牌合计销量达41万辆，同比增长75%，占集团总销量的比重超过13%。

在主流价格带竞争趋于白热化的行业背景下，高端车型占比的提升，对于公司第三季度净利率回升至4.52%起到了实质性支撑作用。这一结构性变化的意义在于，比亚迪正在试图摆脱单纯依靠规模效应摊薄成本的路径依赖。

此外，比亚迪前三季度购建长期资产现金支出约873.79亿元，去年同期约1149.33亿元，短期借款直接砍掉一半，研发费用也从去年同期的437.48亿元回落到362.77亿元。

随着资本开支强度回落，前三季度经营活动产生的现金流量净额为544.70亿元。这意味着比亚迪已经判断：国内靠砸产能抢地盘的阶段结束了，接下来拼的是谁手里的余粮更多。

隐忧与考验并存

尽管单季利润数据亮眼，但比亚迪并非没有近忧。

从前三季度整体销量来看，313.16万辆的成绩较去年同期的326.01万辆仍下滑了3.94%。国内市场的承压态势尚未完全逆转，尽管9月国内销量环比回升，且已连续数月环比改善，但同比两位数的下滑幅度表明，价格战与竞品分流对比亚迪基本盘的冲击依然存在。

此外，插电式混合动力车型的累计销量下滑较为明显。前三季度，比亚迪插混车型累计销售144.86万辆，同比下降10.19%，纯电动车型则保持了1.50%的微增。

在增程式与插混赛道愈发拥挤的当下，如何稳住基本盘，并让高端品牌在放量的同时维持健康的渠道库存，将是比亚迪四季度乃至明年一季度的关键看点。

值得关注的是，与百亿净利润同步披露的，还有一份减值计提公告。公告显示，公司前三季度合计计提信用及资产减值损失36.54亿元，这一数字将直接减少同期税前利润36.54亿元。前三季度，比亚迪计提存货跌价准备27.94亿元，占减值总额的76.5%。

公司解释称，期末存货按成本与可变现净值孰低计量，对因陈旧过时、销售价格低于成本等原因导致成本不可收回的部分计提跌价准备。这一科目的高企，与国内车市价格战延续、部分车型终端售价承压的现实相互印证。

应收款项方面，公司计提减值准备合计9.44亿元，其中应收账款计提9.68亿元，长期应收款转回0.25亿元，其他应收款计提0.03亿元。计提依据为预期信用损失模型，综合考虑客户类型、历史违约经验及前瞻性信息。此外，合同资产转回减值准备0.84亿元，对整体影响有限。

种种迹象显示，这家全球新能源汽车销量冠军正在经历一场从“国内规模驱动”向“海外与高端双轮驱动”的深刻切换。单季百亿利润的回归，或许正是这场切换初见成效的信号。

经导财评

供暖这盘民生棋如何抢在降温前落子

◆大众新闻记者　方垒

进入11月，天气转冷，人们对暖气的期待也热了起来。屋里暖不暖，直接关系着千家万户过冬的幸福感。山东已把先手棋下在降温前，10月27日，省住房城乡建设厅召开全省保障群众温暖过冬视频会议，对今冬明春供热保障工作作出全面部署。时近采暖季，这次会议既是动员令，也是施工图：供热工作一头连着群众冷暖，一头彰显城市温度，是重要的民生保障工程，必须把风险挑战想在前面、防在源头。

从最新部署看，近年来山东的供热保障呈现出几个清晰的转向：

一是从“有没有热”转向“热得好不好”。抓好热源、管网、智慧供热、供热扩面重点任务，推动热源多元化、管网体系化、调控智慧化、供热全覆盖，意味着供热不能只盯着主城核心区，更要向老旧小区、边角顶底等“末梢”发力。这些地方往往是建筑保温差、末端循环弱、群众体感最差的环节，也最能检验工作的精细度。

二是从“按时供暖”转向“按需供暖”。规范信息公开、畅通诉求渠道，用好“访民问暖”“供暖管家”等服务模式，背后是供给逻辑向服务逻辑的转变：不是到了日子点了火就算交差，而是谁家不热、哪层偏冷、哪个小区反复投诉，都能被看见、被响应、被解决。

三是从单兵作战转向协同作战。热源供应牵动发改、能源、电力等多个部门，安全运行涉及有限空间作业、第三方施工、供暖巡检等高风险点位，任何一个环节掉链子，都可能把民生小事拖成公共安全事件。只有压实责任、联动顺畅、预警灵敏、值守到位，才能把安全温暖过冬从要求变成结果。

一分部署，九分落实。对相关部门和供热企业而言，责任不能停在表态上，要落成三张清单：问题清单，赶在入冬前把老旧小区、管网末端、安全隐患逐项排查销号；责任清单，把任务明确到热源企业、管网单位、换热站、街道社区和抢修班组，件件有人抓、环环有人管；应急清单，针对极寒天气、设备故障、气源电源波动等情形反复演练，确保关键时刻拉得出、顶得上、修得快。

寒冬未至，考题已来。供暖不是一季的“限时任务”，而是常年的“民心工程”；不是把火点着就万事大吉，而是让热流稳定抵达每一个需要它的角落。把风险想在前面，把服务送到家里，用实打实的工作提升群众的温暖指数、幸福指数，这盘民生棋才能赢得漂亮。

责任编辑：杨学萍　视觉总监：小犇