



募集资金120亿元

绿电+铝深加工

锚定“绿电+铝深加工” 11个风电、6个光伏项目同步上马 宏桥控股抛出120亿再融资计划

◆导报记者 孙罗南 济南报道

7月31日晚间，山东宏桥铝业控股股份有限公司（002379.SZ，下称“宏桥控股”）披露2026年度向特定对象发行股票预案，公司拟向不超过35名特定投资者发行A股股票，募集资金总额不超过120亿元，重点投向风电、光伏、铝深加工以及补充流动资金等项目。此次定增有一个值得关注的背景。截至2026年3月31日，宏桥控股控股股东魏桥铝电及一致行动人山东宏桥合计持有公司88.99%股份，社会公众股比例相对较低。

>>详见2版

制图/小犇

造车五年交出“第二份答卷”

小米汽车逆势入局增程赛道

小米澎湃手握长续航、大空间和安全性的差异化筹码，却也面临智驾能力待验证、细分市场降温、竞品环伺的多重考验

◆导报记者 刘勇 济南报道

7月30日晚，北京，小米集团董事长雷军站在聚光灯下，身后大屏幕上“昆仑技术架构”的字样格外醒目。这是小米跨界造车以来的第二场技术发布会，也是小米汽车正式进入增程式混合动力赛道。

当晚，小米汽车新系列

“SKYNOMAD 小米澎湃”两款新车同步开启预售：大七座旗舰增程SUV澎湃N90 Max预售价29.99万元，大五座四驱增程SUV澎湃N70 Max预售价25.99万元。

雷军称，这是小米造车五年来的“第二份答卷”。

然而，这份答卷的考场并不平静。

销量承压，转道增程

发布会现场，雷军披露了一个关键数据：小米SU7和YU7两款纯电车型累计交付已超70万辆。

但值得注意的是，2026年上半年，小米汽车累计交付仅约18万辆。对比年初定下的全年55万辆交付目标，完成率仅为33%。

在经营指标方面，一季报显示，受行业成本压力以及车型迭代影响，小米汽车创新业务盈利能力短期承压。小米智能电动汽车及AI创新业务一季度毛利率为20.1%，同比回落3.1个百分点，环比回落2.6个百分点，该部分业务一季度经营亏损高达31亿元。

2025年已经实现扭亏为盈的小米造车业务出现大额亏损，打破了市场此前对小米造车“稳步盈利，高速增长”的认知。销量和利润的双重压力之下，从纯电走向“纯电+增程”双线布局，成为小米汽车的现实选择。

公开信息显示，澎湃系列瞄

准的是30万元级大空间增程SUV市场，正面竞品直指理想L8、问界M8等新势力旗舰。

从参数对比来看，澎湃N90 Max打出了几张“王牌”。尺寸上，N90 Max车长5285毫米、轴距3080毫米，优于理想L8，但轴距略逊于问界M8。续航上，“大电池增程”方案是澎湃最突出的差异化优势。澎湃全系最大电池容量为76kWh，最长CLTC纯电续航里程505km。

与目前市面上在售的其他大型/中大型增程SUV相比，这样的配置和数据在同级竞品中已不占优势。以零跑D19为例，该车增程版本配备的电池最大容量达到80.3kWh，CLTC纯电续航里程可达500km，售价却仅为21.98万元—26.98万元。

在动力和智能驾驶方面，澎湃同样面临挑战。从动力参数来看，即将发布的N90/N70均搭载1.5T增程器，最大功率为112kW，

驱动电机峰值功率为310kW，系统峰值功率上低于理想L8的420kW和问界M8的392kW。

智驾方面，理想已实现城区NOA全量推送，华为ADS 3.0主打“无图智驾”。澎湃系列全系

逆势入局，胜算几何？

目前，增程赛道的竞争格局已然清晰，理想汽车深耕多年，问界背靠华为技术赋能。小米澎湃手握长续航、大空间和安全性的差异化筹码，却也面临智驾能力待验证、细分市场降温、竞品环伺的多重考验。

此外，一个不容忽视的现实是增程赛道正在降温。

中国汽车流通协会数据显示，2026年上半年，国内增程式乘用车批发销量50.4万辆，同比下降13.1%，是新能源三大技术路线中唯一一批零销量双降的细分市场。

6月单月表现更为严峻，批发销量仅9.4万辆，同比跌幅扩大至25.2%，创下近五年来最大单月跌幅。市场份额持续收缩，增程车在新能源批发中的占比已从2025年的约10%降至6.4%。

增程赛道遇冷的背后，是多重因素的叠加。首先，充电基础设施跨越式发展，截至2026年5月底，全国充电基础设施总量达2249.7万个，同比增长44.9%；其次，纯电汽车产品力全面跃升，

标配了小米HAD高阶智驾、激光雷达及700TOPS算力的英伟达Thor芯片，硬件基础扎实，这为后续的软件迭代和功能落地提供了保障，但澎湃的智驾能力尚待市场验证。

800V高压平台已下放到十几万元车型，主流纯电汽车续航普遍突破600公里。

此外，2026年起，新能源汽车购置税由全免改为减半征收，进一步削弱了增程车型的政策优势，也是消费者决策的重要考量因素。当“可油可电”的差异化优势被大幅稀释，增程车型的核心卖点逐渐失效。

在细分市场下行周期逆势入局，小米的“大电池增程”策略能否突围仍是未知数。资深汽车行业分析师梅松林在接受采访时表示，雷军希望小米能够复制问界的成功，提升造车业务的销量和利润。他认为，覆盖更多新能源技术路线是部分车企的成功经验，如比亚迪的插混车型就占到其销量的“半壁江山”。但是，国内新能源汽车竞争越来越激烈，增程式混合动力车型已现颓势，新入局增程式混合动力领域，小米汽车能否成功还是未知数。

小米澎湃前景如何，市场将给出答案。

中石油昆仑资本 拟转让山东未来机器人部分股权



近日，上海联合产权交易所披露产权转让项目信息显示，中国石油集团昆仑资本有限公司（简称“中石油昆仑资本”）拟挂牌转让山东未来机器人股份有限公司（简称“山东未来机器人”）0.6349%股权，对应股份数量23.4372万股，转让底价为2000万元，项目披露周期为2026年7月30日至8月27日。

这家公司连续巨亏面临退市风险 管理层仍拿几百万年薪



7月31日，北京证监局出具《关于对北京天宜上佳高新材料股份有限公司、吴佩芳、杨锐璘、侯玉勃采取责令改正措施的决定》。据悉，2025年公司实现营业收入6.83亿元，同比下降10.48%；归母净利润亏损22.35亿元，连续两年大额亏损。值得注意的是，在公司连续巨额亏损、面临退市风险的情况下，公司的管理层2025年仍拿着几百万的年薪。



经导财评

告别“利率陷阱” 让贷款成本“晒在阳光下”

◆导报记者 刘勇

8月1日，由国家金融监督管理总局、中国人民银行联合发布的《个人贷款业务明示综合融资成本规定》正式施行。从这一天起，银行、消费金融公司、汽车金融公司、小额贷款公司等放贷机构，在发放个人贷款时，都必须向借款人展示一份“综合融资成本明示表”。贷款利率多少、分期费用多少、担保费谁收、逾期罚息怎么算，一笔一笔列清楚，最后统一折算为“年化综合融资成本”。

新规看似只是多了一道流程，实则是对个人信贷市场长期存在的“信息不对称”顽疾的一次精准“手术”。它标志着个人信贷告别了“雾里看花”的粗放时代，正式迈入“阳光透明”的规范发展新阶段。个贷息费“阳光化”的时代，由此正式开启。

长期以来，个人贷款市场“名义利率引流、隐性费用抬价”乱象屡禁不止。一些机构以“日息万三”“月费率0.8%”“借一万一年还197元”等模糊话术作为营销噱头，将利息、担保费、服务费、信息费等拆分收取，甚至游离于贷款合同之外。贷款人往往只盯着宣传册上诱人的低息数字，还款时才发现实际成本远超预期，掉入“利率陷阱”。这种信息错位引发了大量金融消费纠纷，数据显示，2025年1月至2026年7月底，“贷款隐形收

费”“贷款收费不透明”等相关投诉近5万条。信息不对称之下，贷款人如同“开盲盒”一般，极易落入“低息引流、高费收割”的陷阱。

新规以“一表明示、全量披露、年化换算”为核心，将所有息费项目统一折算为年化综合融资成本，并在明示表上清晰列明收取主体、标准和方式。借款人只需对照明示表，便能算清真实成本，彻底打破了过去靠信息差套利的灰色空间。

透明化的成本披露，不仅是对消费者权益的兜底保护，更是对信贷行业竞争秩序及逻辑的重塑。过去，部分机构依赖“低息引流+高费收割”的粗放模式，将精力放在营销话术和流量变现上，而非提升风控能力与服务品质。新规落地后，高综合成本产品无法再靠话术掩盖真实费率，市场竞争的标尺从“谁的广告更诱人”转向“谁的成本更透明、服务更优质”。这倒逼金融机构摒弃粗放式价格战，转向以精细化定价和差异化服务为核心的竞争模式。而且清晰的定价环境有助于积累市场信任，让具备自主风控、低成本资金能力的专业机构脱颖而出，推动行业从“跑马圈地”转向“深耕细作”。

当“明白纸”成为行业标配，当真实成本成为竞争标尺，个人信贷才能真正回归服务实体、惠及民生的本源。这不仅是金融消费者权益保护的制度升级，更是个人信贷市场迈向规范、公平、可持续发展的关键一步。

责任编辑：杨学萍 视觉总监：小犇