



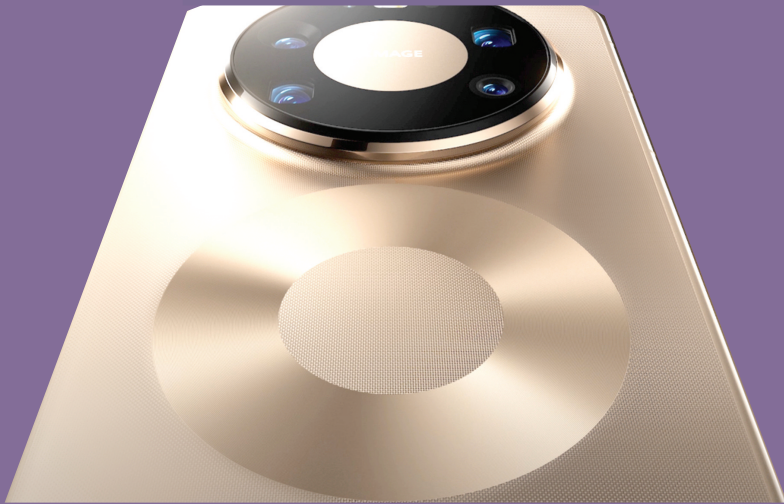
HUAWEI Mate 80.

# 华为上新 带来首发科技

## Mate 80系列正式发布,起售价4699元

综合上海证券报、证券时报

11月25日,华为在线上举行全场景新品发布会,正式发布了华为Mate 80系列手机。此次上新,华为带来四大首发黑科技:超透亮灵珑屏、户外探索模式、无网应急通信和第二代红枫影像。价格方面,华为Mate 80售价4699元起,华为Mate 80 Pro售价5999元起,华为Mate 80 Pro Max售价7999元起,华为Mate 80 RS非凡大师售价11999元起,11月28日正式开售。



HUAWEI Mate 80 Pro Max. 组图/华为官网

### 首发无网应急通信

“华为Mate80系列采用了中轴对称的双环设计。首先,它的样子与数字‘8’相似,在中国是代表吉利的数字。另外,它横过来则是‘无限大’的符号,代表突破自我、探索无限。同时,它还将无线充电线圈巧妙地隐藏在圆环中,也是设计上的巧思。”华为常务董事、产品投资委员会主任、终端BG董事长余承东介绍称。

余承东表示,华为Mate 80系列不断探索材质与工艺的边界,在Mate 80 Pro Max上首次实现全金属设计的技术突破,搭配行业首发的全金属架构增强天线,解决了全金属材质与信号传输兼容难题,既赋予机身精致可靠的质感,更展现出华为在美学设计与制造工艺

### 从值机到买菜,一句指令就能搞定

余承东在会上表示,自2019年发布首代折叠屏旗舰以来,华为为七年发布了十余款折叠屏手机,构建了覆盖全形态的折叠产品矩阵,市场累计发货量超千万台。

据介绍,华为Mate X7搭载全新一代玄武水滴铰链,从架构设计到核心材料实现全方位迭代升级,其中核心支撑部件采用超强火箭钢,强度高达2350MPa。华为Mate X7标准版售价12999元起,典藏版售价14999元起,手写笔套装售价17599元,将于12月5日正式发售。该机首次商用A2A (Agent to Agent)智能体协作,从“值机”到“买菜”甚至“理财”,只需一句指令,它就能搞定。

此外,华为WATCH ULTIMATE DESIGN非凡大师紫金款正式发售,搭载HarmonyOS 6系统,支持北斗卫星语音消息、

上的创新突破。

与此同时,华为Mate 80还首发700MHz无网应急通信。余承东表示,该功能为业界首发700MHz无网通信,可在地震、洪水或是野外失联等断网风险下搭建生命通道,打通用户与救援队最后一公里的沟通链路。700MHz应急频段救援信号,可以穿透3层楼的深度,覆盖超过13公里的通信距离。

华为Mate80系列还全系支持3D人脸识别。据介绍,华为Mate 80系列全系标配3D ToF技术,实现金融级的支付安全,目前已支持150多个主流应用,可直接进行3D人脸登录或支付。该系列手机还可用于华为账号一键登录关联3D人脸验证,兼顾便捷与安全。

eSIM独立通信、星闪™连接、手势操控车门、150米潜水等,售价24999元。

华为Mate 80系列手机首发搭载鸿蒙6操作系统。余承东披露,截至目前,搭载鸿蒙5及鸿蒙6的终端设备数已突破2700万。

余承东表示,鸿蒙设备日均新增10万个,终端规模保持强劲增长。与此同时,鸿蒙生态已有30万个应用和元服务,头部应用正在全面适配,中长尾应用正在加速覆盖。

余承东称,鸿蒙用户规模稳步攀升,显示出用户对鸿蒙操作系统从“可用”迈向“好用”的高度认可。随着生态持续完善,鸿蒙已与安卓、iOS形成全球移动操作系统“三足鼎立”格局,既为用户提供“第三种选择”,也为千行百业的数字化注入了坚实的底层动能。

### 华为手机出货量登国内市场榜首

近年来,凭借手机端Pura系列和Mate系列以及折叠屏的绝对优势,华为在手机市场份额方面快速“收复失地”。市场研究机构IDC发布的最新报告显示,2025年第二季度,中国智能手机市场出货量为6886万台,同比下降4.1%。在这一背景下,华为以1250万台的出货量时隔多年重返国内市场榜首,市场份额达18.1%。紧随其后的是VIVO,出货1190万台,市场份额17.3%;OPPO出货1070万台,市场份额15.5%;小米出货1040万台,市场份额15.2%;苹果则以960万台排名第五,市场份额13.9%。在华为终端业务发力和智

能汽车业务等诸多业务发力之下,华为上半年营业收入继续保持增长,不过,由于研发大手笔投入和公允价值收益变动影响,净利润出现下滑。8月底,华为发布2025年半年报显示,今年上半年营收4270.39亿元,同比增长3.94%,净利润371.95亿元,同比下降32%。其中,研发投入969.50亿元,同比增长9.04%,占营收22.7%。业内人士认为,面对全球市场的波动与挑战,华为在2025年上半年依然实现了营收的微增,但其净利润出现下滑,这背后是该公司在研发上的巨额投入和对未来竞争力的坚定布局。

### 郴州明确楼盘封顶才能卖

本报长沙讯 近日,郴州市住房和城乡建设局印发《关于市中心城区商品房销售管理有关事项的通知》,明确自2025年12月1日起,郴州市中心城区房地产开发企业申请商品房预售许可,需满足以下条件:项目主体建筑工程全部封顶,已完成风险评估且预售评估无风险。同时,鼓励现房销售。

郴州规定,对未取得《商品房预售许可证》擅自销售商品房的违规行为,一经发现查证属实,将严肃依法依规查处;同时对该违规预售项目所有商品房暂停网签一个月,并暂停受理该项目商品房预售申请两个月。

今年6月,郴州发布《关于促进郴州市房地产平稳健康高质量发展的若干措施》,指出将积极推进现房销售,开展现房销售试点,探索现房销售支持政策,可在土地出让环节提出现房销售条件,逐步减少期房销售。严格期房预售资金监管。

值得关注的是,郴州是继衡阳之后,湖南又一地市明确楼盘封顶才能卖,并鼓励现房销售。8月27日,衡阳市住建局发布《2025年关于市中心城区商品房销售管理有关事项的通知》,明确自9月1日起,衡阳市城区房地产开发企业申请商品房预售许可,需同时满足以下三大硬性条件:项目主体建筑工程全部封顶,未拖欠农民工工资,已完成风险评估且预售评估无风险。

记者牛蕊

### 比脸还大的衣服吊牌为何爆火

据央视 买衣服还是买吊牌?最近,不少消费者收到货,最吸引目光的不是款式,而是衣服上比脸还要大的吊牌,不仅大,吊牌上还密密麻麻地写满了警告:“试穿请保留,拆除不退不换”。为什么会这样?背后原因也有无奈,商家们反映,因为经常有一些消费者,利用平台“七天无理由退货”规则,免费“蹭穿”新衣服。

电商商家沈女士告诉记者:“以前我们都是用这种小吊牌,但是这种吊牌只要一藏,就藏起来了。她穿出去也不觉得难看,丢脸。所以我们现在应对的措施就是用很大的吊牌,A4纸那么大,那看你怎么穿出去了。”她介绍,这些品牌还有一个特点,就是“硬”。它们的材料普遍是硬纸壳、硬塑料,厚度跟身份证差不多,就算侥幸能被藏到衣服里,穿的时候也会把人硌得生疼。于是,社交平台上,一些“蹭穿”者们,又开始针对这些巨型吊牌,研究出可以完美拆卸、完美装回的攻略。吊牌生产商们也紧急跟着改进,比如丝带式吊牌、一次性锁扣甚至还有密码锁等。

沈女士说:“我们每一件都是采用了这个大吊牌、小吊牌,还有一个防拆扣,全部三个都有。如果退回来的时候没有的话,我们可以直接拒收。”

巨型吊牌的火爆,还衍生出了产业链。一位来自四川的吊牌生产商透露,她最早接触这门生意,是两年前,一位商户找她定制巨型吊牌。问及原因,就是经常遭遇“蹭穿”后的恶意退货。而换上巨型吊牌后,确实退货率有所下降。慢慢地,这成了女装商户间争相传递的“好消息”。今年“双十一”前三个月,找这位生产商咨询的商家就有上千个,巨型吊牌的订单量高达七八十万套。

### A股超4300股上涨

据上海证券报 11月25日,A股三大指数集体收涨,截至收盘,上证指数涨0.87%,深证成指涨1.53%,创业板指涨1.77%。沪深北两市全天成交18262亿元,较前一日放量858亿元。全市场超4300只个股上涨,其中95只个股涨停。

抗流感概念股大幅拉升,金迪克20%涨停,海南海药、特一药业等涨停。多股盘中呈直线拉升态势,北大医药直线拉升,2分钟内涨停;广济药业直线拉升,3分钟内涨停。

AI算力硬件强势反攻,CPO、PCB、光芯片等概念领涨市场。其中,CPO概念涨幅居首,德科立、长光华芯以20%幅度涨停封板,瑞斯康达、永鼎股份、长飞光纤、川科科技等多股涨停。PCB概念持续活跃,沪电股份、泰永长征等涨停封板。

开源证券研报表示,展望2026年,AI“虹吸效应”显著,全球AI或继续共振。看好“光、液冷、国产算力”三大核心主线,同时推荐重视AI应用、运营商、卫星互联网和6G等板块。

### 多品牌金饰价涨至1315元每克

据上海证券报 11月25日,多家黄金珠宝品牌公布的境内足金饰品价格升至1315元/克左右。具体而言,当日,老庙黄金上海区域足金饰品、周生生境内足金首饰价格为1315元/克,周大福足金(饰品、工艺品类)、谢瑞麟足金饰品、潮宏基足金(首饰摆件)境内价格为1312元/克,六福珠宝足金足金境内价格为1310元/克。

同花顺数据显示,截至北京时间11月25日10点48分,伦敦现货黄金报价4152.76美元/盎司,日涨幅为0.2%左右;上海黄金交易所现货黄金(Au99.99)报价944.98元/克,日涨幅约2%。

**湖南金州律师事务所** 本报常年法律顾问  
(全国优秀律师事务所 司法部文明律师事务所)

**文泽圣 律师团队**

地址:湖南省长沙市岳麓区潇湘南路一段208号柏宇广场北楼8-10层  
法律咨询热线:0731-88577148 18707326187  
法律咨询QQ: 5563365

**湖南金州律师事务所团队首席律师 文泽圣**

人们嘴上挂着的法律,其真实含义是财富。

# 幸运咖撑起蜜雪冰城增长新故事

全球门店突破10000家,幸运咖成为中国第三个万店规模咖啡品牌

本报记者李轩子 长沙报道

幸运咖成为第三家门店数量破万的咖啡品牌。11月24日,幸运咖宣布,其全球门店数量正式突破10000家。

在此之前,2023年6月,瑞幸咖啡在中国市场

的门店数量达到10000家,成为中国首家突破万店的连锁咖啡品牌;2024年10月22日,库迪咖啡宣布,在首店开业两周年之际,其全球门店数量突破万家。

至此,咖啡市场万店规模三足鼎立格局形成。

### 以“高质平价”打开咖啡新市场

时间线拉回2024年,据幸运咖当时披露,截至10月31日幸运咖全国门店数量才突破4000家。从4000家到破万,仅用了一年左右的时间,为什么幸运咖可以成为第三家数量破万的咖啡品牌?

作为蜜雪冰城集团旗下的现磨咖啡品牌,幸运咖创立于2017年,主打“高质平价”策略,核心产品价格集中在6至8元。

虽然幸运咖与瑞幸同年诞生,甚至早于后来者库迪,并延续蜜雪冰城此前的定位,深耕下沉市场,但到2023年,随着咖啡行业价格战愈演愈烈,原本以平价为核心竞争力的幸运咖暂时失去优势,门店增长速度明显放缓。转机出现在2025年初,幸运咖定下了年内万店目标,并进一步突破一二线城市。幸运咖已验证在一线城市是盈利的,也在持续打磨门店模型。在一线城市的门

店面积集中在20至30平方米大小,进一步降低加盟商经营成本。

这一策略也帮助幸运咖在2025年实现门店数的翻倍以上增长。11月24日,幸运咖宣布,其全球门店数量正式突破10000家。截至目前,幸运咖的门店已覆盖全国超300座城市,包括一线、二三线城市及广大下沉市场。

“一线市场是幸运咖今年重要的增量市场之一。今年以来,幸运咖在下沉市场稳步开拓同时,加速布局北上广深、长三角、珠三角等高能势区域。”11月25日,幸运咖方面向记者表示。

后续,对于幸运咖门店拓展是否会维持这一高增速?幸运咖方面回应称,“万店是幸运咖的新起点。未来,幸运咖将聚焦消费者对品质与平价的双重需求,加大产品研发投入,提升供应链效率,上新速度与品控标准。”

### 万店狂奔背后,咖啡市场排位赛升级

幸运咖能快速达成万店规模,既得益于产品与运营能力的持续提升,也离不开蜜雪集团在供应链端的支持。幸运咖兼具原料直采、自有烘焙基地、自建物流体系的品牌,共享集团五大生产基地与29个仓储中心。

值得一提的是,幸运咖更是蜜雪冰城想要讲述的新增长故事。

今年8月,蜜雪集团发布中期业绩公告,其上半年收入为148.7亿元,同比增长39.3%;净利润为27.18亿元,同比增长44.1%。尽管整体业绩表现亮眼,但随着茶饮行业步入存量竞争阶段,蜜雪冰城单靠门店扩张驱动的增长动能正在减弱。在此背景下,幸运咖成为集团寻求第二增长曲线的关键布局。

在产业分析师张书乐看来,借助雪王的平价魔法,先进入二三线城市,再进击一线和海外的打法,在覆盖度和产能上井喷式爆发,让其价格能够在极大销量中实现薄利多销,这让其在今年席卷全国的

9.9元咖啡大战中,依然能打。同时,结合中国消费者的口味需求创新咖啡品类,并快速试错,不断拓宽咖啡和其他饮品的结合点,将咖啡从所谓白领必备变成了年轻人的心头好,极大地开拓出了咖啡在中国的增量市场。

然而,国内连锁咖啡市场的竞争也日趋激烈。除瑞幸、库迪和幸运咖之外,肯悦咖啡、挪亚咖啡、Manner Coffee等连锁品牌持续布局,古茗、沪上阿姨等新茶饮巨头也纷纷跨界试水咖啡赛道。

随着幸运咖跻身“万店俱乐部”,咖啡市场的新一轮排位赛已悄然开启。张书乐指出,目前对于幸运咖而言,国内的咖啡行业还有些高不成低不就,高如星巴克所谓“第三空间”概念被打破,低如9.9元咖啡大战深度内卷,幸运咖走雪王模式快速井喷,但还不足以改变咖啡在国人心中依然是饮料备选的窘境,此处需要更深度和中国味道结合,寻找技术上的护城河,才能颠覆行业。