



华测导航做对了什么？

本报记者 张文湘

作为全国第一个运营的“北斗导航”园区，中国北斗技术创新西虹桥基地坐落在上海青浦。该园区集聚了800多家相关领域企业，上海华测导航技术股份有限公司(以下简称“华测导航”)就坐落于此。

在当地科技创新战略推动下，华测导航近年来实现业绩快速增长，目前已成为国内上市企业中营收规模最大的GNSS(全球导航卫星系统)终端系统集成厂商。

从初创企业到行业领先，华测导航做对了什么？如今，卫星导航定位企业如何把握人工智能(AI)技术发展的红利？怎样深挖价值创造护城河？近日，带着这些问题，《证券日报》记者走进华测导航，深入了解公司的经营基本盘、战略部署，以及在市值管理方面做了哪些努力。



图为华测导航总部

公司供图

国内外市场共同发力

公开资料显示，华测导航是国内高精度卫星导航定位产业的领先企业之一，自2003年成立以来，始终聚焦高精度导航定位相关的核心技术及其产品与解决方案的研发、制造、集成和产业化应用。

在华测导航的展厅，工作人员将记者带到了一台高约一米的机台前，在机台控制面板上输入指令后，机台上的方向盘即可进行小幅度的来回转动，全程无需人为操控。据该工作人员介绍：“这是公司自主研发的农机自动驾驶产品，通过高精度导航定位技术和智能控制技术的融合，可实现用户解放双手，降低劳动强度，提高土地利用率，实现增产增收，目前已销往海外70多个国家。”

据上述工作人员透露，华测导航凭借在资源与公共事业、建筑与基建、地理空间信息、机器人与自动驾驶四大板块的深厚技术积累，构建了多元化的业务结构。2023年，公司实现营业收入26.78亿元，上述四大板块的收入占比分别为42.10%、36.06%、15.87%、5.97%，“除上述业务外，公司也在持续探索和深耕高精度定位技术所应用的有持续增长潜力的朝阳行业，目前在低空经济、自动驾驶等前沿领域均有前瞻性布局。”

西南证券发布研报称，2020年至2023年，华测导航年度总营收同比增长率分别为23.05%、35.02%、17.50%、19.77%，期间营收增速高于多数国内可比公司。此外，华测导航营收规模也位于行业前列，公司近日发布的业绩快报显示，2024年实现营收32.16亿

元，同比增长20.07%。华测导航业绩稳健增长，得益于国内外市场共同发力。近年来，公司国内市场业务基本盘逐步夯实，通过积极拓展产品和解决方案的行业应用，实现了业务的多元化增长。与此同时，随着全球市场对高精度定位的需求日益增长，尤其在测绘、精准农业、三维智能等领域，海外市场发展潜力持续显现。公司凭借领先的技术水平，在海外市场取得了显著成果。

资料显示，2017年，华测导航国外市场业务收入仅为1亿元，占营业收入比重为14.79%。而到2023年，公司国外市场业务收入提升至7.19亿元，占营业收入比重也提升至26.85%。“领先的技术水平，为公司产品在海外市场的拓展奠定了坚实的基础。同时，公司坚定走国际化的道路，战略方向清晰，未来将持续制定并实施有效的海外市场开拓策略。”华测导航副总经理杨云对记者如是说。

盈利水平高位运行

营收稳健增长的同时，华测导航的盈利水平也始终保持高位。

东方财富Choice数据显示，2019年至2023年间，华测导航整体业务毛利率分别为56.04%、54.28%、54.64%、56.64%、57.77%，净利率分别为12.4%、14.06%、15.22%、16.12%、16.57%，毛利率、净利率在国内可比公司中均处于“第一梯队”。

西南证券认为，华测导航毛利率与净利率均处于可比公司最优水平，主要系公司深耕垂类高精度导航产品解决方案，可以为客户提供高附加价值的产品和服务，实现了较高的售价和毛利率水

平。同时，得益于公司优秀的费用控制能力，保持了净利率的稳定增长。

据杨云介绍，华测导航一直学习践行华为的IPD(集成产品开发)管理模式，通过跨部门协作和流程优化，提高产品开发效率和市场竞争能力。同时，公司进行精细化的成本管理，追求核心元器件自主可控，并持续优化经营管理体系，提升管理效率，降低运营成本。

在业内人士看来，得益于延续海外市场开拓战略，华测导航的利润空间有望进一步拓宽，在此基础上，公司将有更多余力加大研发投入，形成价值创造的良性循环。

事实上，为确保产品技术领先，华测导航始终保持较高的研发投入，2020年至2023年，公司研发费用分别为2.09亿元、3.33亿元、4.03亿元、4.62亿元，占营收比例分别为14.84%、17.49%、18.02%、17.25%。

九方智投控股有限公司投资顾问宋诚在接受《证券日报》记者采访时表示，导航定位系统的核心应用方向离不开数字经济与数字产业的深化推进，未来会在车联网、无人机系统等智慧城市领域以及工业物流等智能制造等领域也将成为相关企业重点开拓和发展的方向。

稳健的经营业绩、技术创新造就的产品优势、海内外市场多点开花提升市场份额以及盈利能力处于行业“第一梯队”的基本面，让华测导航的市值保持了稳定的上涨趋势。从2017年3月份上市至今，公司股价累计涨幅已超过十倍。

市值管理制度落地

一直以来，华测导航始终高度重

视市值管理工作。尤其在新“国九条”等政策推出后，公司对投资者关系维护更为关注，积极推动市值管理制度的落地。2024年12月23日，公司正式发布市值管理制度，市值管理成为了公司战略管理的重要内容。

据杨云介绍，在市值管理方面，华测导航秉持价值创造、价值实现及价值经营的理念，追求长期有效增长。与此同时，华测导航积极推进投资者关系管理等关键领域的工作，持续提升公司信息透明度、企业责任感及长期价值，促进公司市值合理反映价值。公司通过多渠道积极开展投资者关系活动，如业绩说明会、特定对象调研、定期报告发布后的公开投资者接待日、电话会议及互动易回复等，快速传达公司动态。数据显示，2024年，累计有169家机构对华测导航进行了调研，体现了市场对公司的高度关注。

另据了解，华测导航正积极筹备并将适时发布ESG(环境、社会和公司治理)报告，展示公司在环境、社会及公司治理方面的成效，以便投资者能够从更多角度更深入地了解公司的发展现状。

对于行业投资并购，华测导航则秉持着审慎的态度。据杨云透露，未来，公司将持续进行行业趋势洞察，结合公司的长期发展战略，审慎考虑产业链相关的投资并购机会，以进一步增强公司的市场竞争力，实现可持续发展，为股东创造价值。

“华测导航发展的第一要务是实现业绩稳健增长，在此基础上积极拥抱新技术，寻找新的增长点，并积极做好投资者关系管理工作，以巩固和提升公司的价值。”杨云说。

有机硅市场供需格局生变 行业积蓄“上攻”动能

本报记者 王 僖

在周期底部震荡许久的有机硅行业，似乎正在积蓄“上攻”的动能。

业内普遍认为，从有机硅产业链偏上游产品DMC(二甲硅烷)的价格上涨，到各单体厂家的减产操作，再到近日部分生产企业密集上调出厂价格，有机硅行业的修复已初见“曙光”，后续将迎来旺季行情。

中关村物联网产业联盟副秘书长袁帅对《证券日报》记者表示，当前，有机硅行业正在经历积极变化，企业上调产品出厂价格反映出市场供需情况正在发生扭转。未来，随着市场整合的推进和行业技术创新的加速，有机硅行业有望逐步走出困境。

头部企业纷纷调价

据山东卓创资讯股份有限公司(以下简称“卓创资讯”)消息，2月24日，浙江新安化工集团股份有限公司、鲁西化工集团股份有限公司、云南能源投资股份有限公司等有机硅行业头部企业纷纷宣布上调各自DMC出厂价，上调幅度在200元/吨到500元/吨不等。

卓创资讯监测数据显示，截至2月26日，国内DMC市场价格收于13900元/吨，较2月初累计上涨9.88%。

据了解，过去五年间，中国有机硅单体产能持续增长，特别是2024年，全年产能同比增长了24.08%，成为近五年产能扩张的“巅峰之年”。

在产能快速扩张的过程中，供应增速逐渐超越需求增速。卓创资讯数据显示，过去五年，中国有机硅单体总供应量复合增长率为15.68%，总需求复合增长率为13.79%。如此一来，有机硅单体逐渐步入产能过剩阶段，供需失衡矛盾不断深化，造成企业间竞争激烈，这也使得DMC产品价格自2021年10月份达到高点后开始回落，成为近几年有机硅价格周期底部震荡徘徊的主要原因。

卓创资讯分析师张莹莹向《证券日报》记者表示，在经历了近两年的亏损后，国内有机硅行业单体厂在2025年向上修复利润的意愿较强，挺价意愿一旦坚定。同时，从供应端来看，2025年国内有机硅单体新增产能增速明显放缓，

叠加单体厂轮流减产，预计2月份至3月份，检修产能涉及行业总产能的比例在20%左右，有机硅单体月度产量将缩减约2万吨。

“随着3月份传统需求旺季的到来，内需和外贸需求有望释放，叠加产业链各环节库存的消耗，需求端或向上形成正向反馈，从而有利于稳固并延长本轮有机硅市场向好行情。”张莹莹说。

中国投资协会上市公司投资专业委员会副会长支培元在接受《证券日报》记者采访时表示，接下来，旺季的市场需求增长还会增强市场参与者对行业未来发展的信心，促使有机硅企业加大生产和投资力度，推动行业上下游产业链协同发展，从而助力行业整体走出低谷，实现进一步的复苏和发展。

高端需求持续增长

采访中，多位上市公司人士和行业分析人士表示，此轮有机硅行业从周期底部“抬头”，还意味着需求端的新变化，特别是一些新兴领域正给行业带来新的发展机遇。

张莹莹认为，从需求侧来看，当前有机硅行业既面临基础通用产品供过于求的局面，也存在高性能产品供应不足的结构失衡局面，而高端需求在持续增长，新的应用领域也在不断出现，为行业打开了新的增长空间。

根据此前发布的业绩预告，已经在2024年度实现了业绩向上修复的山东东岳有机硅材料股份有限公司，正在向新产品特别是高端应用产品等方面持续发力。公司相关工作人员向《证券日报》记者表示，有机硅材料作为国家战略性新兴产业的重要组成部分，有着巨大的发展潜力，除传统行业对有机硅材料的需求将持续增长外，光伏、新能源等节能环保产业、超高压和特高压电网建设、智能穿戴材料、3D打印及5G通信和人形机器人等新兴产业的发展均为有机硅提供了新的需求增长点。

在张莹莹看来，上述新兴领域的快速发展，将推动液体胶、新能源用胶、硅油、电子胶、硅树脂等有机硅下游产品的产能扩张。“袁帅认为，新兴领域的需求增长虽是行业机遇，但也需要注意到，新兴领域对有机硅材料的技术要求更高，产业链企业需要加大研发投入，提升产品性能和质量，以满足市场需求。”

A股公司赴港上市持续升温 先导智能已递交申请

本报记者 李亚男

无锡先导智能装备股份有限公司(以下简称“先导智能”)筹划发行H股事项有了新进展。

2月25日晚间，先导智能发布公告称，公司于2025年2月25日向香港联合交易所有限公司(以下简称“香港联交所”)递交了公开发行H股股票并在香港联交所网站刊登了本次发行上市申请材料。

针对赴港上市事项，2月26日，《证券日报》记者以投资者身份致电先导智能，公司相关工作人员表示：“近期，A股公司赴港上市案例增多，公司也是考虑到政策支持选择赴港上市。若公司成功实现‘A+H’两地上市，公司的国际影响力和知名度都能获得有效提升。”

先导智能专业从事高端非标智能装备的研发设计、生产和销售，业务涵盖锂电池智能装备、光伏智能装备、3C智能装备、智能物流系统、汽车智能产线、氢能装备、激光精密加工装备等领域。

记者查阅公告了解到，2024年2月份，先导智能筹划境外发行全球存托凭证(GDR)，并在瑞士证券交易所上市。公司计划募集资金不超过10亿元，用于德国和无锡的研发及制造项目。不过，今年1月份，先导智能宣布终止上述计划，转而谋求赴港上市。

从披露的申请资料来看，先导智能此次赴港上市是为满足公司在新能源智能装备领域的全球化发展需要，深入推进公司全球化战略布局，打造国际化资本运作平台，进一步提升公司的全球品牌知名度及综合竞争力，巩固

行业地位。

不过，企业在H股发行过程中可能会面临估值差异的挑战。珠海黑崎资本投资管理合伙企业(有限合伙)的首席战略官陈兴文在接受《证券日报》记者采访时表示：“由于港股市场的估值逻辑与A股市场存在差异，港股市场对新能源企业的估值相对较低，可能会导致企业在港股市场的融资规模受到限制。因此，企业需要充分考虑两地市场的估值差异，制定合理的发行策略，以平衡两地投资者的利益。”

Wind数据显示，2025年以来，有17家A股上市公司发布了筹划发行H股股票或最新进展公告。记者注意到，近期筹划赴港上市的A股上市公司多为各细分领域头部企业。2025年以来，除先导智能外，宁德时代新能源科技股份有限公司、晶澳太阳能科技股份有限公司(以下简称“晶澳科技”)等多家光伏、锂电产业链头部企业均披露了赴港上市相关公告。

A股新能源企业赴港上市的背后，深化全球化战略或为主要推动因素。

2月12日，中伟新材料股份有限公司发布公告称，公司拟在境外发行股份(H股)并在香港联交所上市，以打造国际化资本运作平台，助力全球产业布局持续升级。

2月22日，晶澳科技发布公告称，计划发行境外上市外资股(H股)股票并申请在香港联交所主板挂牌上市，以进一步推动公司全球化发展战略，加快市场、供应链、研发三位一体的全球化建设，打造国际化资本运作平台，提升国际品牌形象，提高公司资本实力和综合竞争力。

白酒新国标启动征求意见 引导行业回归品质竞争

本报记者 张 敏
见习记者 梁傲男

日前，全国白酒标准化技术委员会发布了关于征求《白酒质量通则》国家标准(征求意见稿)意见(以下简称《白酒质量通则》)的通知，引发业内高度关注。

记者了解到，此次修订首次建立了面向消费者的白酒品质表达标准化语言，让消费者能更加直观地了解和识别中国白酒的特性，丰富和完善标准技术内容，创新产品标准的表达形式，推动白酒产业的标准化、国家化、规范化发展。

多位业内人士表示，《白酒质量通则》旨在从我国白酒标准体系的顶层设计出发，创新白酒品质表达方式，建立我国白酒的统一形象。对内，它以“消费者语言”重构品质认知，推动行业良性竞争；对外，它试图以统一标准打破文化隔阂，推动白酒国际化。然而，能否进一步打开国际市场，仍需行业在标准落地、文化适配、渠道深耕上持续发力。

建立品质标准化语言体系

《白酒质量通则》由中国轻工业联合会提出，全国白酒标准化技术委员会归口，起草单位共有50多家，包括生产企业、科研机构、行业协会、检测机构等单位，生产企业覆盖白酒的12类香型。

《白酒质量通则》中提及，我国是世界上最早利用蒸馏技术生产蒸馏酒的国家，白酒是我国特有的传统蒸馏酒，具有悠久的历史，是中国传统文化的重要载体，其独特的微生物制曲、发酵、

蒸馏等生产工艺，形成了不同白酒的典型风格。传统固态法白酒以十二大香型为典型代表。不同香型的白酒，从原料酿酒生态、糖化发酵剂、生产工艺等方面各具特点，产品风格各异。

随着全球经济一体化进程的不断深入以及我国综合国力的持续提升，白酒作为我国传统文化的代表和符号之一，白酒国际化成为文化输出的重要组成部分。目前我国白酒尚未建立统一的形象，国际社会对中国白酒的认识仍然不清，造成白酒国际化进程缓慢。

中国酒业协会理事长宋书玉向《证券日报》记者表示，中国白酒在国际酒坛中拥有最真实的历史文化底蕴，酿造工艺最为复杂，香气和味道也最为丰富。在品质、文化以及酿造技艺的传承方面，中国白酒独树一帜。白酒“出海”不仅是产品的输出，更是中国文化的传播。中国白酒需要一个整体形象，从标准、概念到国际品质和文化的统一表达，要致力于丰富和完善白酒的国际认知。

在技术指标方面，《白酒质量通则》对白酒的生态环境、原料、制曲、发酵、蒸馏、贮存、勾调等全过程提出了明确要求。其中创新性地提出“自生产日期一年内”和“一年后”的差异化指标要求，以体现白酒“动态生命力”特征，契合消费者对白酒产品的认知。此外，《白酒质量通则》严格规定了酿酒生态环境，提出工厂应建在水源充足、水质优良的地区，并满足生态酿酒的要求，包括保护与建设适宜酿酒微生物生长、繁殖的生态环境。

“以前，白酒品质描述多从生产端出发，使用复杂术语，导致消费者认知模

糊。”白酒行业分析师、武汉京魁科技有限公司董事长肖竹青向《证券日报》记者表示，标准的颁布或将实现白酒行业品质表达逻辑的转变，通过打破信息不对称。消费者可通过横向与纵向对比，做出更理性的购买选择。这也将倒逼企业回归品质竞争，减少营销噱头，推动行业与消费者的理性化、透明化互动。

“国际化突围‘标准先行’”

2025年以来，在白酒行业面临市场需求疲软、库存高企及价格倒挂的背景下，酒企密集采取控货稳价措施，缓解供需矛盾，并通过产品结构优化寻求突破，国际化亦成为酒企的潜在发展路径。

2月18日，中国食品土畜进出口商会酒类进出口商分会发布的数据显示，2024年我国酒类出口总额19亿美元，同比增长6%；出口总量7.5亿升，同比增长5.1%。其中，白酒继续领跑，成为出口酒第一大类。其中，白酒在2024年出口酒总额中占比51%，全年出口额为9.7亿美元，同比增长20.4%；出口量1642万升，同比增长6.3%；均价为每升59.0美元，同比增长13.3%。

《2024中国白酒产业发展年度报告》显示，2025年是白酒产业进入到转型升级的关键一年，要以国际市场拓展新增量，发力国际蓝海市场，以迎来中国白酒真正意义上的国际年。

山东省个体私营企业协会酒业分会秘书长欧阳千里在接受《证券日报》记者采访时表示，白酒在国际化过程中面临诸多挑战，如高税率、消费习惯差异等。而《白酒质量通则》的发布，不仅

将对白酒相关知识进行科普和升级，还将以更简洁明了的语言来阐述白酒，使得翻译工作更为便捷，同时也让非中文母语的消费者能够更容易地理解和接受白酒。

中国酒文化品牌研究院智库专家蔡学飞认为，白酒尤其是烈酒类别的推广面临诸多限制条件。借鉴日本清酒和爱尔兰威士忌的推广经验，白酒要“出海”，标准制定必须先行。标准的建立可以增加国际社会对白酒的了解和互信，促进跨区域的认证与评估工作，这对中国白酒的国际化进程具有积极的正面意义，“从企业层面看，为了在国际化过程中保持自身特色，企业需要深入挖掘自身品牌的文化基因和产区的工艺特色，并结合国际主流的传播体系，通过餐酒搭配、东方文化展示等方式，加深国外消费者对白酒的理解和接受程度。”

此外，多家白酒企业在2025年的发展规划中，也将全球化作为重要战略之一，并明确提出各自的国际化愿景。

“国际化无疑是白酒行业发展的重要方向。整个白酒行业都已意识到国际化的重要性和必要性。”宋书玉表示，国际化不仅可以为白酒行业带来更广阔的市场，还能有效提升中国白酒的品牌形象和国际影响力。对于企业在国际化方面的探索，建议通过组织行业内的企业共同与国外伙伴交流，共同探讨和制定国际化策略，引领整个行业更稳健地走向国际。同时，也鼓励企业不断自我反思和学习，基于以往的国际化经验，不断修正和完善自身的国际化战略，以更灵活地适应国际市场需求和变化。