

科创板首份2025年一季报出炉 开局良好释放积极信号

■本报记者 毛艺融

科创板上市公司2025年一季度业绩情况释放积极信号。截至4月10日,科创板已有1家上市公司披露2025年第一季度业绩报告。另有14家公司披露业绩预告消息,其中9家业绩预增,5家扭亏为盈。从行业角度看,半导体等新一代信息技术公司居多,还包括新材料、医药等企业。

业绩延续增长态势

电力检验检测公司西安高压电器研究院股份有限公司(以下简称“西高院”)是2025年科创板首家披露一季报的上市公司,为板块带来业绩“开门红”。公司2025年第一季度实现营业收入2.07亿元,同比增长12.1%;归母净利润6297.4万元,同比增长12.1%;扣非净利润

5832.56万元,同比增长34.6%。

“主要得益于公司传统电力设备领域新产品研发的持续开展,以及新能源检测业务量的稳定增长趋势。此外,公司于2024年9月份完成收购河南省高压电器研究所有限公司55%的股权并纳入公司合并报表范围也对利润产生了积极贡献。”西高院称。

业绩预喜的公司中,A股市场芯片测试探针第一股苏州和林微纳科技股份有限公司预计一季度在营收同比增加112%的基础上,实现扭亏为盈。公司主要受益于客户高毛利产品销售占比的提升,以及销售规模扩大带来的成本优势。

同时,特钢材料公司张家港广大特材股份有限公司(以下简称“广大特材”)预计一季度实现营业收入11.2亿元,同比增加25.56%;预计归母净利润7500万元,同比增

长1504.79%。

“主要得益于公司下游所属行业需求整体向好,公司产销两旺;同时公司募投项目效益显现,风电齿轮箱零部件项目产能逐步释放,销售收入大幅度增加,有效降低单位固定成本,实现盈利。”广大特材表示。

此外,还有江苏诺泰澳赛诺生物制药股份有限公司、成都圣诺生物科技股份有限公司实现销售收入大幅增长。两家企业均表示,业绩增长得益于2025年一季度多肽原料药销售收入实现较大增长。

保持强劲研发动力

在科技创新与产业升级的双轮驱动下,科创板企业在2025年第一季度仍保持强劲研发动力,秉持务实经营策略。

近日,高端医疗设备“链主”企

业上海联影医疗科技股份有限公司披露2025年取得的境内外医疗器械注册证情况,涵盖血管造影、磁共振成像等领域的7项成果。截至2025年第一季度末,公司产品注册覆盖超80个国家和地区,获批上市数量超过140款,并已在全球超85个国家和地区实现销售。

在政策大力推动RISC-V产业生态发展的背景下,苏州国芯科技股份有限公司主动披露其在RISC-V架构研发和产业化应用上取得的重要进展,公司基于RISC-V架构多核CPU研发的超高性能云安全芯片新产品内部测试成功,充分展现研发实力。

此外,电子特气龙头企业中船(邯郸)派瑞特种气体股份有限公司披露了2025年一季度新签订单情况,实现产销两旺。2025年一季度,公司三氟甲磺酸系列产品新签订单金额同比增长142.42%,其中

有机硅行业新增客户数量涨幅达30%。

科创板公司还通过回购与增持计划,进一步夯实投资价值。数据显示,截至4月10日13时,年内科创板累计新增披露回购计划33份,拟回购金额上限32.15亿元;新增披露增持计划9份,拟增持金额上限6.96亿元。科创板在途回购计划合计103份,金额上限106.37亿元,在途增持计划合计15份,金额上限18.75亿元。

同时,集成电路、新能源领域科创板公司“掌门人”主动增持公司股份,继浙江艾罗网络能源技术股份有限公司实控人拟以2000万元至3000万元增持公司股份后,南京晶升装备股份有限公司实控人于4月10日晚宣布以1000万元到2000万元增持公司股份,实现公司“关键少数”与企业价值的长期绑定。

受益于电网建设加速 平高电气去年营收净利双增长

■本报记者 肖艳青

4月10日晚间,河南平高电气股份有限公司(以下简称“平高电气”)披露2024年度报告,报告期内,公司实现营业收入124.02亿元,同比增长11.96%;归属于上市公司股东的净利润10.23亿元,同比增长25.43%。

对于营收增长的原因,年报显示,报告期内,公司加大市场开拓力度,可执行项目陆续履约交付。

上海与梅管理咨询合伙企业合伙人沈萌对《证券日报》记者表示,电力工程投资是目前经济增长的主要抓手之一,不仅带动产业链发展,同时提升改善电力系统运行的可靠性和安全性,未来仍是重点投资领域。

平高电气是我国开关行业领军企业,也是我国高压、超高压、特高压开关及电站成套设备研发、制造基地,公司具备“交直流、全系列、全电压等级的开关系列产品自主研发、试验和制造、运维服务”能力。

开关设备需求与电力行业发电装机及电源、电网建设密切相关。国家能源局数据显示,2024年,全国主要发电企业电源工程完成投资11687亿元,同比增长12.1%;电网工程完成投资6083亿元,同比增长15.3%。

年报显示,2024年,平高电气高压板块实现营收76.98亿元,配网板块实现营收32.42亿元,这两项业务营收和毛利率均实现同比增长。同时,公司坚持研发创新,2024年公司研发费用为5.5亿元,同比增长5.06%。数据显示,2021年至2023年公司研发费用分别为3.1亿元、3.92亿元和5.24亿元,呈增长之势。

对于研发投入变动的原因,平高电气有关人士表示,公司贯彻高压、配网板块高质量发展战略,加大“卡脖子”技术攻关力度,加快新产品布局,持续提升新型电力系统建设技术创新及新型装备支撑能力,满足输变电等重大工程项目建设需要,以科技创新推动产业高质量发展。

盘古智库(北京)信息咨询有限公司高级研究员余丰慧在接受《证券日报》记者采访时表示:“平高电气作为开关行业的领军企业,在市场中具有较强的竞争力。面对未来电网建设的需求,尤其是特高压、智能电网等新兴领域的发展机遇,平高电气凭借其在技术研发和产品创新方面的优势,有望进一步扩大市场份额,提高品牌影响力。同时,其全面的产品线也使得公司在应对市场需求变化时更加灵活,能够快速响应并满足客户的多样化需求。”

此外,今年一季度平高电气经营业绩延续增长态势。平高电气同日披露的2025年第一季度报告显示,报告期内公司实现营收25.1亿元,同比增长22.82%;归属于上市公司股东的净利润3.58亿元,同比增长55.94%。

安踏集团拟以2.9亿美元收购狼爪 多品牌战略再升级

■本报记者 张敏
见习记者 梁傲男

4月10日晚间,安踏体育用品有限公司(以下简称“安踏集团”)发布公告称,将全资收购起源于德国的世界领先户外服饰、鞋履及装备专业品牌Jack Wolfskin(以下简称“狼爪”),基础对价为现金2.9亿美元。在满足其他惯常交割条件后,本次收购预计将于2025年第二季度末或第三季度初完成。

安踏集团董事局主席丁世忠表示:“全球运动消费市场正呈现出细分与多元化的趋势,消费者对运动场景、细分功能有更多差异化的需求。我们很期待狼爪品牌能够加入安踏集团多品牌矩阵,强化集团在户外运动赛道的纵深布局。此次收购也将是安踏集团全球化的新里程碑,多品牌战略为应

对全球化的不确定性提供了坚实的发展基础。”

强化户外运动领域竞争力

据记者了解,狼爪自2007年进入中国,在热衷于户外生活方式的消费群体中具有较高人气,其产品线涵盖徒步、自行车、滑雪以及露营等场景。截至2025年1月份,狼爪在全球拥有495家专卖店,其中226家分布在欧洲,269家位于亚洲,以及全球超过4000家零售店。

一位服装行业分析师对《证券日报》记者表示,狼爪的加入,不仅能为安踏集团品牌矩阵增添一块专注于大众户外领域及中高端市场的高价值拼图,也能让安踏集团在户外赛道达成全品类、更细分化的全面布局。

近年来,全球户外运动处于高速发展的快车道,而中国市场更是推动全球户外赛道的强劲引擎。2024年,安踏集团旗下全球户外运动集团亚玛芬体育营收同比增长18%,其中以始祖鸟品牌为主的功能性服饰业务营收同比增长36%。同时,安踏集团旗下以迪桑特和可隆体育为代表的所有其他品牌营收同比增长超50%。

在业内人士看来,安踏集团拥有的规模化供应链与数字化能力,将成为狼爪降本增效的引擎。安踏集团在中国及东南亚的成熟供应链网络,可帮助狼爪更好地管控生产成本,同时利用智慧仓储系统优化其全球库存周转效率。结合狼爪拥有的德国工程设计团队的丰富经验,这种“欧洲技术+亚洲制造”的协同模式,将为该品牌在全球包括中国纵深发展提供更多的

增长可能。

持续践行多品牌战略

事实上,自2009年拿下意大利品牌FILA在大中华区的商标使用权和经营权起,安踏集团便以“单聚多、多品牌、全渠道”战略打破行业边界。目前旗下品牌已覆盖大众运动(安踏主品牌)、时尚运动(FILA)、专业户外(迪桑特、可隆体育)、高端运动(亚玛芬旗下始祖鸟、Salomon)等多个赛道。

在十几年的多品牌运营实践积累中,安踏集团已经构建起多品牌协同管理能力、多品牌零售运营能力、全球化运营与资源整合能力等核心能力。安踏集团相关人士对记者表示,新品牌加入安踏旗下,能在一套成熟、可复制的管理机制下,快速完成市场定位、战略

重构、品牌焕新、零售赋能、商品价值提升等一系列系统工作,充分发挥集团在产品研发、零售能力、线上线下渠道、生产物流等多方面优势,走上高速发展的道路。

“安踏集团作为中国体育用品企业,一直希望通过收购国际品牌,提升自身价值、实现品牌形象跃升。狼爪作为知名户外品牌,可以为安踏集团在户外领域带来更多市场机会和份额,巩固此前一系列收购在户外市场形成的基础。”上海与梅管理咨询合伙企业合伙人沈萌对《证券日报》记者表示。

有券商分析师对记者表示,除了主品牌动态外,安踏集团其他品牌均为户外赛道的强竞争力和影响力品牌,在户外话题及热度保持上占态势的背景下,相关品牌2025年有望延续高增长态势。

澳优2024年营收利润韧性双增长 国际业务大幅增长68.2%



澳优全球总部大楼

4月10日,澳优乳业股份有限公司(股份代号:1717.HK,以下简称“澳优”或“公司”)对外发布2024年度业绩公告。公告显示:2024年,澳优实现营业收入约74.02亿元,同比增长0.3%;归属于母公司权益持有人应占利润约2.36亿元,同比增长35.3%,实现营收利润韧性双增长。澳优国际业务驶入快车道,同比大幅增长68.2%,成为驱动业绩增长的新引擎。

2024年,面对世界经济增长动能及国内有效需求不足的内外经济形势,澳优稳步推进“奶粉+营养品”全家营养战略,通过强科创、拓市场、提效能、固根基等多维举措,在婴配市场整体收窄的背景下,守住了市场份额,实现营收逆势上扬、利润大幅增长,以韧性生长穿越行业周期。

稳步推进“全家营养”战略 “领头羊”地位持续夯实

自成立以来,澳优以“成为全球最受信赖的配方奶粉和营养健康公司”的愿景为引领,致力于成为消费者的营养首选和陪伴一生的选择,构建了覆盖婴配奶粉、保健食品、特医食品、个性化营养品及服务的“全家营养”产品矩阵,满足消费者全生命周期、精准营养健康服务需求。

据尼尔森IQ数据显示,2024年中国婴幼儿配方奶粉行业销售额下降,婴配市场仍处于调整周期。公告期内,澳优自有品牌奶粉业务板块实现整体收入约58.06亿元。其中,羊奶粉业务实现收入约36.99亿元,同比增长12.7%。值得一提的是,经尼尔森IQ及弗若斯特沙利文认证:佳贝艾特(Kabrita)已连续六年(2018年-2023年)在中国进口婴幼儿羊奶粉市场份额超六成。

公告数据显示,牛奶粉业务实现收入约21.07亿元。经艾媒咨询认证,海普诺凯荣登2024年婴幼儿全面营养奶粉全国销量榜首,不仅展现了海普诺凯在全面营养领域的优势,也凸显了新生代妈妈对海普诺凯百年精研技术的高度认可。2024年,为维护品牌价值和市场秩序,公司在牛奶粉业务板块主动强化渠道体系管控,对销售表现产生了一定压力,但从长远来看,有助于确保品牌长远可持续发展。

营养品业务板块,澳优快速调整锦旗生物核心业务,与核心客户深度合作,通过联动开发定制化产品,推动业务稳定向好,于报告期内实现收入约3.05亿元,同比增长7.1%。其中,NC品牌实现收入约1.76亿元,同比增长29%。值得注意的是,凭借差异化优势,NC舒鼻益生菌系列产品在线上线下双渠道表现亮眼。经欧睿国际独立调研认证,NC舒鼻益生

菌持续领跑细分赛道。

加速拓展全球市场 国际业务成新增长极

2024年,澳优全面加速全球市场拓展步伐,国际业务实现跨越式发展。分区域看,2024年羊奶粉中国业务实现收入约30.53亿元,同比增长5.3%;羊奶粉国际业务实现收入约6.47亿元,同比大幅增长68.2%,并保持高速增长趋势,在公司自有品牌配方羊奶粉业务总收入占比进一步提升至17.5%。

公告显示,中东地区作为澳优核心海外市场,在2024年持续展现稳健的增长势头,进一步巩固了其战略地位。这主要得益于沙特阿拉伯消费者对羊奶的认知度提升,以及对高品质羊奶粉的需求不断增强,澳优凭借长期备受市场认可的羊奶产品,通过专业化的市场推广,成功开拓新消费群体,推动销量有效提升。与此同时,澳优发挥全球供应链优势,推出羊奶酪等本土化衍生新品,进一步丰富该地区的产品组合,满足多元化的消费需求,构筑差异化竞争壁垒。

独联体作为澳优深耕多年的另一个重要市场,2024年展现出强劲的市场增长韧性,公司业务在该区域同样取得高两位数增长。这一成绩的取得,得益于该区域消费者对羊奶产品较高的接受度与偏好,以及通过引入儿童零食、营养谷物等非婴配产品,澳优成功开辟家庭消费新场景,有效满足了当地消费者多样化需求,为该区域持续增长注入新活力。

2024年,佳贝艾特婴配羊奶粉1段登陆美国市场,首年即实现里程碑式突破。借鉴在中国及其他海外市场的成功经验,通过“线上精准推广+线下拓展渠道”的双轨策略,佳贝艾特羊奶粉迅速抢占亚马逊平台品类销冠。随着越来越多的医疗专业人士及专业机构对羊奶价值的进一步认可,北美有望成为继中东后的又一战略增长极。

科技引领高质量发展 全球科研转化硕果累累

澳优以“科技引领,共享全球”为理念,将

科技创新视为引领企业高质量发展第一动力,2024年进一步实施创新发展战略,不仅积极推动科技平台及体系的建设,而且全力促进科技创新到更优营养的转化,激活企业内生发展动力,以科技引领公司高质量发展。

在创新平台方面,澳优全球研发中心斑马鱼模式生物实验室完成建设并投入运行,澳优生命营养基础科研共享中心“体外-细胞-模式生物-哺乳动物-人体临床”的“五位一体”综合评价体系得到进一步完善;行业首创的“澳优研发创新全生命周期管理平台”上线,有效提升研发效率,树立行业标杆。

在配方注册方面,澳优荷兰和澳洲工厂全部取得配方注册证书,其中澳洲ADP工厂成为澳洲首个获批全系列婴配粉资质的企业。

在知识产权方面,截至公告发布,公司已累计申请专利529项、获授权专利290项;申请商标4505件、注册商标3601件;发表论文402篇。

在产品应用方面,公司以市场需求为导向,开展科技创新与技术攻关,不断满足消费者日益提升的营养健康需求。公告期内,佳贝艾特推出晶绽、晶萃悦白、悦启等4款羊奶粉婴配新品和贝贝高、营嘉疏糖等3款儿童及成人羊奶粉。海普诺凯发布欢致、缤致、赋睿等6款婴配新品及营养星球系列3款儿童奶粉,以“全面营养 百年精研”的品牌理念持续丰富产品体系,不断强化荷兰高端进口奶粉品牌的市场定位。锦旗生物全面承接副干酪乳酪杆菌K56、动物双歧杆菌乳亚种-BL-99等金标益生菌产业化生产和商业化推广,助力更多益生菌产品实现科学化、精准化、个性化发展;同时,营养品业务聚焦NC母品牌,布局了NC Kids、爱益森两大细分市场品牌,满足全年龄段消费群体的差异化需求,并于公告发布前一举推出G13成长胶囊、爱益森首护PRO等7大功能型产品,加速布局精准营养赛道。

公告期内,公司在婴配粉、益生菌等领域的多项成果荣获中国乳制品工业协会技术进步奖一等奖、中国食品科学技术学会技术发明奖一等奖、美狮杯包装创新及可持续发展大奖技术创新奖等诸多肯定与认可;海普诺凯荷致系列全面营养配方奶粉产品配方及技术获评“国际先进水平”,并入选“2024奶业重大科技

创新成果”;科创产品佳贝艾特悦护羊奶粉入围World Food Innovation Awards(世界食品创新奖)最佳婴幼儿产品,佳贝艾特悦护婴幼儿配方羊奶粉、佳贝艾特营嘉高钙成人羊奶粉荣获Quality Awards(蒙特奖)金奖。

提质增效管理升级 组织效能持续释放

2024年,澳优直面全球市场变化、科技变化、渠道变化、消费者变化,紧盯组织进化,从全球供应链建设、数智化系统升级、管理效能提升等多方面厚植发展根基,促进组织提质增效。

全球供应链建设方面,公告期内公司投资新建荷兰Pallas工厂,进一步加快公司新国标产品的生产效率,助力前线销售工作的推进。为构建坚实的羊奶粉产业链,澳优完成对荷兰羊奶酪公司Amalthea Group B.V.余下50%股份的收购,实现核心羊奶粉原料——羊乳清的自给自足;同时,澳优产品体系新增奶酪品类,国际市场核心产品组合更加丰富,进一步强化国际市场战略护城河。

数智化系统升级方面,公司通过落实多元化及战略采购模式、搭建MRO数字化采购协同平台等,实现存货周转率持续改善;通过业财系统集成、DMS2.0、供货平台等数智化深化项目,促进全球运营管理多平台系统联动、全面融合,运营效率大幅提升。

管理效能提升方面,公司重点加强高效组织&文化凝聚的深度融合,系统推进“澳优经营理念”落地,形成统一的管理语言和行为规范。公司坚守反舞弊和市场秩序红线,持续提升团队组织能力,加强人才梯队培养,打造有激情、有活力、超强战斗力的团队,全面提升组织绩效。

展望2025,澳优团队充满了信心,并表示公司将坚持战略发展方向不动摇,以消费者为中心,做大做强核心业务与品牌;发挥营养品全产业链优势,打造明星菌株;坚持全球化市场战略,加速国际市场拓展步伐;持续深化“澳优经营理念”落地,推动业务及组织进化;以更优的营养产品服务全球消费者,以更优的业绩回报股东、员工及社会各界,实现企业的长远健康发展。

(CIS)