

中国移动上半年实现营收5438亿元 拟大手笔分红

■本报记者 李乔宇

8月7日晚间,中国移动有限公司(以下简称“中国移动”)披露2025年半年度报告。公告显示,今年上半年,中国移动实现营业收入5438亿元,主营业务收入为4670亿元,同比增长0.7%,其中数字化转型收入达到1569亿元,同比增长6.6%,占主营业务收入的比重达到33.6%,同比提升1.9个百分点;实现归属于母公司股东的净利润842亿元,同比增长5.0%;经营活动现金流入净额为838亿元,自由现金流为255亿元。

同日,中国移动还披露了2025年中期利润分配方案。合计将派发中期股息594.32亿港元,拟宣派的中期股息以2025年6月30日汇率折算合计541.99亿元。

中国移动董事长杨杰在当日盘后举行的2025年度中期业绩说明会上表示,努力实现全年收入稳健增长。未来,中国移动将更加注重转变发展方式,以创新驱动动能转换,同时更加注重转型升级,以及锻造高品质的产品。

移动云收入达561亿元

从细分业务来看,今年上半年,中国移动个人市场收入为2447亿元,移动客户达到1.05亿户,净增56万户。其中,5G网络客户达到5.99亿户,净增4691万户,渗透率59.6%;移动ARPU(每用户平均收入)保持行业领先,为49.5元。其中,银发客群健康养老收入显著增长,同比增54.2%。

同期,中国移动实现家庭市场收入为750亿元,同比增长7.4%;家庭宽带客户达到2.84亿户,净增623万户;家庭客户综合ARPU为44.4元,同比增长2.3%。

上半年,中国移动实现政企

今年上半年

中国移动实现营业收入5438亿元,主营业务
收入为4670亿元,同比增长0.7%,

其中数字化转型收入达到1569亿元,
同比增长6.6%,占主营业务
收入比达到33.6%,同比
提升1.9个百分点



市场收入1182亿元,同比增长5.6%,政企客户数达到3484万家,净增225万家。其中,中国移动移动云收入为561亿元,同比增长11.3%;5G专网收入快速增长,达到61亿元,同比增长57.8%。

今年上半年,中国移动累计服务智能网联汽车超6900万辆,建成首个车路云一体化试点;商客套餐数达到3695万套,净增1011万套;低空经济加速卡位,中移凌云平台全行业中标占比达到38%。

上半年,中国移动实现新兴市场收入为291亿元,同比增长9.3%。其中,国际业务收入达140亿元,同比增长18.4%;数字内容收入为149亿元,咪咕视频AI智

能观赛累计使用超1.98亿人次。

中国移动执行董事兼首席执行官何飏在当日盘后的业绩说明会上表示,今年上半年,中国移动全业务结构性增收成效显著,通信连接业务焕新升级,巩固第一曲线;数智信息化业务做强做优做大,壮大第二曲线。下半年中国移动将加快转型步伐,强化创新突破,努力实现收入稳健增长,利润良好增长,努力实现AI直接收入快速增长,AI智能助理灵犀智能体活跃客户达到7000万户。

创新成果不断涌现

今年上半年,中国移动新型

信息基础设施不断完善。上半年,中国移动5G网络投资共计258亿元,累计开通5G基站超259.9万个,净增18.7万个,全球率先实现核心网100%云化融合。同期,RedCap(Reduced Capability,即5G轻量化)超73.2万站。截至2025年6月底,中国移动千兆覆盖住户达到5亿户。

上半年,中国移动创新成果不断涌现,在关键核心技术攻关方面,建成全球首个6G小规模试验网;牵头5G-A、6G国际标准立项数量居全球运营商前列。在前沿布局方面,今年上半年,中国移动在低空智联网领域,构建“通感管导”低空智

联网技术体系,部署5G-A 4.9GHz通感一体基站满足低空物流、低空安防等业务需求;在人工智能领域,推出VLA(视觉一语言一动作)具身智能大模型,完成万亿参数级大模型先导试验;在量子领域,原创提出通量一体技术,量子计算云平台总规模超1200量子比特,业界领先。

展望未来,中国移动将进一步提升整合能力、集成能力和运营能力三大转型能力;全面落实“人工智能+”行动,加快释放AI+规模效应,培育转型发展新动能,高水平建设世界一流信息服务科技创新公司。

海外业务成本上升

上纬新材上半年增收不增利

■本报记者 金婉霞

8月7日晚间,上纬新材料科技股份有限公司(以下简称“上纬新材”)披露2025年半年报。报告显示,公司上半年实现营业收入78.38亿元,同比增长12.50%;归属于上市公司股东的净利润为2990.04万元,同比下降32.91%;基本每股收益为0.07元,同比减少36.36%。

增收不增利的背后,是上纬新材海外业务成本上升、汇兑损失扩大等因素共同对利润形成拖累。从单季度来看,上纬新材今年一季度交出亮眼“成绩单”:实现营业收入36.90亿元,同比增长10.65%;归母净利润为2300万元,同比增长22.26%;经营活动现金流净额为1.03亿元,同比大增884.53%。但进入第二季度,其盈利表现急转直下:公司实现营业收入41.48亿元,环比增长12.41%,但净利润仅为690万元,环比大幅下滑70%。

公司在半年报中披露,第二季度期间,海外美元应收账款产生汇兑损失768万元;同时,海外销售运费及佣金支出增加约1100万元。上述因素叠加,对净利润形成明显压制。

从业务层面来看,风电叶片材料依然是上纬新材的营收主力,贡献占比超过60%。上半年,上纬新材与金风科技、中材叶片联合开发的国内首套220米级可回收风电叶片机组落地吉林通化,标志着公司可回收树脂指技术实现产业化突破。同时,上纬新材在循环经济材料领域持续深化布局、在新能源与低空经济等新兴领域取得阶段性进展。

上纬新材表示,公司开发的多款新型复合材料已广泛应用于光伏、电池、氢能、汽车等场景,涵盖汽车板簧、碳纤维外观件、燃料电池双极板等产品。

众和昆仑(北京)资产管理有限公司董事长柏文喜对《证券日报》记者表示,全球风电装机量在2024年至2030年的复合增速预计达8.8%,2030年新增装机将达194GW,风电叶片材料作为核心耗材,长期需求有保障。上纬新材在风电叶片灌注树脂、可回收树脂指等领域有先发优势,同时,欧盟等市场对可回收材料要求趋严,公司布局的“可回收热固树脂”可能成为未来突破口。

除业绩外,上纬新材近期在二级市场的股价表现引发广泛关注。7月8日,公司公告称,智元机器人拟收购公司63.62%股份,交易完成后,公司控股股东将变更为智元机器人及其管理团队控制的主体,实际控制人将变更为邓泰华,其核心团队包括稚晖君等。受此消息影响,7月9日至8月5日,上纬新材股价从7.78元/股上涨至110.48元/股,涨幅高达1320.05%。

不过,公司多次发布风险提示公告称,公司基本面未发生重大变化。上纬新材称,截至目前,公司主营业务未发生变化,生产经营正常,市场环境亦无重大调整,公司股价短期内大幅上涨,已严重脱离当前基本面,提示投资者注意交易风险。

8月5日晚间,上交所发布通报称,近期上纬新材股价波动明显,部分投资者存在扰乱市场正常交易秩序、误导交易决策的异常行为,已对相关账户实施自律监管,并提醒投资者审慎交易。

工信部信息通信经济专家委员会委员盘和林对《证券日报》记者表示,短期翻十倍的股票一般与其业绩、业务毫无关系,只是游资炒作的结果。

大疆跨界入局扫地机器人市场 技术复用或重构行业格局

■本报记者 陈 红

当前,扫地机器人市场已进入“贴身肉搏”的白热化竞争阶段。科沃斯机器人股份有限公司(以下简称“科沃斯”)、北京石头世纪科技股份有限公司(以下简称“石头科技”)等头部企业围绕技术迭代、渠道渗透与成本控制展开全方位较量。

在此背景下,日前,无人机巨头深圳市大疆创新科技有限公司(以下简称“大疆”)携DJI ROMO系列强势跨界,以4699元至7399元的中高端定价切入市场。业内人士认为,凭借在三维空间积累的感知与控制技术,大疆跨界进入扫地机器人市场,其技术复用优势与资本运作能力将为行业注入新变量,推动市场格局加速重构。

市场竞争加剧

近年来,在机器视觉、物联网及AI等技术驱动下,智能扫地机器人功能加速迭代。全能基站技术整合自清洁、集尘等复合功能,越

障性能提升;AI导航与机械臂技术突破推动行业向智能化、一体化、多元化演进。

根据IDC(国际数据公司)报告,2025年一季度,全球智能扫地机器人出货509.6万台,同比增长11.9%;头部五家厂商占比63.4%,同比提升3.5个百分点;头部五家厂商占比63.4%,同比提升3.5个百分点;头部五家厂商占比63.4%,同比提升3.5个百分点。

扫地机器人行业集中度提升的同时,企业发展已出现显著差异。

从业绩表现来看,数据显示,2024年科沃斯实现营业收入165.42亿元,同比增长6.71%,归属于上市公司股东的净利润8.06亿元,同比增长31.7%。今年以来,公司通过高端产品线(X9、T80系列)与添可洗地机的差异化布局挖掘溢价,预计2025年上半年归属于母公司所有者的净利润同比增长57.64%至62.57%。

石头科技则凭全球化实现弯道超车。2024年,公司营业收入为119.45亿元,同比增长38.03%;境外收入为63.88亿元,同比增长51.06%。2025年一季度,公司以98.2万台的出货量稳居全球扫地机器人市场第一,市场份额达19.3%。其核心是将LDS(激光测距传感器)激光导航等技术迭代与海外渠道深耕结合,在新兴市场抢占先机。

2025年,小米科技有限责任公司推出的米家扫地机器人5 Pro,通过“AI(人工智能)三摄全景识别系统”等创新技术,满足了用户对智能清洁的多元需求,为行业向智能化、一体化发展提供了新方向,进一步加剧市场竞争。

中国城市专家智库委员会常务副秘书长林先平对《证券日报》记者表示:“头部企业的分化清晰显示,单纯依靠功能堆砌的‘内卷’模式已难以为继。在存量竞争阶段,研发投入强度决定技术壁垒高度,全球化布局深度拓展增长空间,供应链效率影响成本控制能力,这三大要素构成企业突围的核

心竞争力。”

企业需加码研发

《证券日报》记者注意到,大疆此番跨界并非简单的业务延伸,而是底层技术的跨场景迁移。公司将无人机领域积累的环境感知、导航算法、控制系统等底层技术,迁移至扫地机器人等领域,通过技术复用降低创新成本。

据悉,DJI ROMO系列搭载高性能双目鱼眼视觉传感器和3颗广视角固态激光雷达,构建“格物避障系统”。

林先平进一步分析称:“大疆在无人机领域的长期技术沉淀,为扫地机器人研发提供独特优势——降低新技术边际成本,且在环境感知、智能控制领域构建短期难复制的壁垒,直击行业同质化痛点,推动竞争逻辑从‘硬件堆砌’转向‘技术赋能’。”

在中关村物联网产业联盟副秘书长袁帅看来,大疆入局将行业竞争从单一产品比拼升级为“技术+资本”综合较量。现有头

部企业需加码研发,通过提高研发费用、强化专利与核心部件自研构建壁垒,短期内可能影响利润与估值。

中国电子商务专家服务中心副主任郭涛对《证券日报》记者表示:“大疆入局推动行业从‘价格战’向‘技术溢价’转型。未来,技术竞争将聚焦全屋建模精度、跨平台生态兼容性、清洁效率量化三大方向,预计三年内搭载机械臂实现主动整理的功能,融合AR(增强现实)交互的产品或成新爆点,推动行业智能化、个性化升级。短期来看,相关企业研发费用将上升;中期来看,技术壁垒高的企业毛利率有望改善;长期来看,跨场景技术复用与全球化布局能力将决定产品定义权。”

袁帅表示:“大疆能否将无人机领域的品牌溢价转化为扫地机器人市场的竞争力,现有头部企业能否快速补齐技术短板,将决定行业格局的重构速度。那些既能守住核心市场基本盘,又能抓住技术迭代机遇的企业,有望在行业价值重塑中占据领先地位。”

挖掘新增长点 中医药龙头加速布局产业基金

■本报记者 李 婷

8月7日,漳州片仔癀药业股份有限公司(以下简称“片仔癀”)发布公告称,全资子公司片仔癀投资拟作为有限合伙人以自有或自筹资金认缴出资人民币2亿元,占高鑫润信基金目标募集规模的比例为20%。

“公司基于大健康产业链上下游考虑,立足现有发展需求,积极寻找新增长点,增强产业协同效应,提升持续竞争能力,在确保主营业务发展的前提下,拟投资高鑫润信基金。”片仔癀董秘办相关人士对《证券日报》记者表示。

资料显示,高鑫润信基金主要

投资领域为医疗健康领域,包含药品、医疗器械、医疗健康上游供应链及零部件、食品保健品、消费医疗等大健康相关领域,医疗健康以外的其他领域投资占比不超过基金认缴出资规模的10%。

事实上,除了此次参与高鑫润信基金,片仔癀在产业投资领域动作频频。此前,公司就曾尝试通过投资并购来拓展业务版图。

中国医药健康发展促进专家委员会主任委员申勇对《证券日报》记者表示:“片仔癀的挑战主要包括对核心单品依赖较大、多元化发展成果不够显著、在渠道品牌建设方面依然存在区域不平衡等。通过布局产业基金,片仔癀既

能够实现产业链上下游延伸挖掘,同时有望在医院外市场、大健康、新药等领域开拓新项目,挖掘新增长点。”

近年来,中医药龙头企业加速布局产业基金,掀起一股热潮。除了片仔癀外,广州白云山医药集团股份有限公司(以下简称“白云山”)、云南白药集团股份有限公司等中医药龙头都在加速布局产业基金,拓展在大健康、创新药等领域的布局。

据Wind资讯统计,2024年以来,已有约40家的中医药上市公司参与设立或投资产业基金,投资金额累计达50亿元。这些产业基金的投资方向主要集中在中药创新

研发、大健康产业拓展、医药流通渠道优化等方面。

例如,7月下旬,白云山发布公告称,公司拟作为有限合伙人以自有资金出资14.985亿元参与设立广州广药基金二期股权投资合伙企业,占广药基金二期认缴出资总额的99.9%。

7月18日,江中药业股份有限公司宣布,拟参与设立华润医药产业投资基金二期,以自有资金认缴出资总额4000万元人民币,持有该基金4%的财份额。

白云山相关人士表示,该基金主要围绕公司的战略规划,通过子基金投资、项目直接投资等方式投向医药、医疗器械、医疗服

务等生物医药与健康领域,加快推进公司在生物医药健康领域产业布局,加大医药健康产业孵化和投资力度。

“龙头企业通过参股方式投资早期研发项目,通过科技战略赋能医药产业,有可能避免陷入传统业务增长瓶颈。此外,产业基金模式可以分散资金运用,分散风险,提升资金使用效率。”万联证券研究所医药行业分析师黄婧婧在接受《证券日报》记者采访时表示,由龙头企业主导的产业基金投资将加速中药产业整合,在政策、技术和资本共振下,优势资源加速整合,行业集中度将进一步提升。

广告业两大巨头强强联合

分众传媒拟83亿元

收购新潮传媒100%股权

■本报记者 李雯珊 见习记者 张美娜

8月7日,分众传媒信息技术股份有限公司(以下简称“分众传媒”)披露公告称,公司拟以发行股份及支付现金的方式购买张继学、重庆京东、百度在线等50个交易对方持有的成都新潮传媒集团股份有限公司(以下简称“新潮传媒”)100%的股权。对应交易价格为83亿元。本次交易完成后,新潮传媒将成为分众传媒全资子公司。本次交易不构成重大资产重组,构成关联交易,不构成重组上市。

分众传媒市场公关总经理阮璇对《证券日报》表示,本次并购将优化公司媒体资源覆盖的密度与结构,扩大线下品牌营销网络,增强广告主开发与服务竞争力;同时实现市场拓展和技术研发协同,提升综合服务能力与实力。交易完成后,分众传媒将通过市场开拓、技术共享发挥协同效应,提升双方在户外广告领域的影响力。

根据公告,本次交易后,分众传媒将进一步聚焦主业,总资产、营业收入等将进一步提升,持续经营能力进一步增强。从长期来看,随着上市公司与标的公司逐步实现整合,双方在产品品类、客户资源等方面的协同效应充分发挥,公司将进一步提高在户外广告领域的竞争力。

新潮传媒是一家专注于运营社区数字化媒体平台的企业,主要业务为户外广告的开发和运营,专注于运营社区数字化媒体平台,为广告主提供以智能屏为代表的户外数字媒体广告服务,以及户外平面媒体广告服务,资源点位与上市公司重合度较低。截至2024年9月30日,新潮传媒已在全国200多座城市布局约74万智能屏,覆盖超1.8亿城市居民。截至2024年7月31日,分众传媒覆盖国内约300个城市,超300万个媒体终端,覆盖超4亿中国城市主流人群。

分众传媒深耕行业多年,构建了国内最大的城市生活圈媒体网络,覆盖了城市主流消费人群的工作场景、生活场景、娱乐场景、消费场景。相较于分众传媒的全面性覆盖,新潮传媒则将目标锁定在中产社区,通过灵活动态的智能投放方式服务数量庞大的中小广告主,深耕下游长尾市场。

广州艾媒数据信息咨询有限公司CEO张毅对《证券日报》记者表示:“广告行业强者携手的发展趋势愈发显著,分众传媒对新潮传媒的并购,将助力分众传媒更集中地释放户外媒体的价值潜能,进一步理顺产业格局,带动行业迈向高质量、可持续的发展轨道,进而构建起广告领域共建、共生、共赢的全新生态。”