

市值超4000亿港元 泡泡玛特开启“全球狂奔”

■本报记者 李豪悦

8月20日,泡泡玛特国际集团有限公司(以下简称“泡泡玛特”)股价突破300港元/股,市值突破4000亿港元。截至当日收盘,泡泡玛特股价报收316港元/股,市值4243.7亿港元。

二级市场的反应与泡泡玛特交出的上半年成绩单密切相关。泡泡玛特财报显示,上半年,公司实现营业收入138.8亿元,同比增长204.4%,经调整净利润47.1亿元,同比增长362.8%。营收和经调整净利润均超2024年全年。同时,泡泡玛特首次披露了中国、亚太(指中国以外的其他亚洲及大洋洲国家和地区)、美洲、欧洲及其他地区四大区域业绩均实现高速增长,美洲市场增速更是超十倍,国际化战略迎来爆发。

当前,泡泡玛特已然成为一家全球企业,未来如何稳定并继续超越当前的成绩,成为外界关注的焦点。在8月20日举行的业绩说明会上,泡泡玛特管理层就IP均衡发展、全球市场布局重心以及产业链投入等重要内容进行说明。泡泡玛特董事长兼CEO王宁表示,2025年底,泡泡玛特的全年营收不会低于300亿元。

不会过度消耗IP

今年第二季度,LABUBU的破圈让泡泡玛特多次冲上热搜,引发现象级讨论。外界预测,LABUBU或将以碾压级的表现实现公司业绩的超高占比。

但公司管理层表示,包含LABUBU在内的IP——THE MONSTERS上半年营收为48.1亿元,占比其实不到35%,并不像外界想象的高到夸张。虽然THE MONSTERS上半年营收增速高达668%,但是其他IP也同样实现高速增长。例如,MOLLY实现73.5%的同比增长;SKULLPANDA、CRYBABY、DIMOO均实现超过100%的同比增长;原创IP小野同比增长近200%;2024年推出的星星人也成为旗下成长速度最快的新锐IP之一。

财报显示,泡泡玛特的THE MONSTERS、MOLLY、SKULLPANDA、CRYBABY、DIMOO等5个IP上半年销售额均突破了10亿元。与此同时,有13个IP收入过亿元。



王宁表示:“泡泡玛特是一个开放包容的IP平台,LABUBU的销售占比现在非常健康。THE MONSTERS这个家族有很多成员,有LABUBU,还有ZIMOMO、MOKOKO,它们组成了LABUBU宇宙,我们追求更多元的IP,也会给到所有IP成长资源,实现均衡的IP发展。”

上海夏至良时咨询管理有限公司高级研究员、大消费行业分析师杨怀玉对《证券日报》记者表示,LABUBU已经成为一个世界级大IP,其背后拥有的巨大商业价值可以源源不断地开发新的产品,可挖掘的方向也有很多。

王宁认为,公司并不担心LABUBU的未来热度。“当你发现一座金矿的时候,它的价值其实才刚刚开始。今年不管是对外合作还是LABUBU产品本身的开发,我们都相对克制,没有过度消耗这个IP。第二季度是泡泡玛特品牌势能非常强劲的阶段,但公司也没有非常激进的开店,上半年国内门店没有太多增加,预计今年国内门店净增长

不超过10家。”

全球化布局提速

上半年,全球四大区域的业绩让泡泡玛特全球企业的地位得到稳固。公司管理层透露,海外开店速度将会快于国内。

泡泡玛特联席首席运营官文德一表示,目前,泡泡玛特海外门店共有140家,预计年底海外会有超过200家门店。未来泡泡玛特将聚焦中东、南亚、中南美及俄罗斯等国家和地区,为公司打开更多增长空间。同时,将继续在法国巴黎、澳大利亚悉尼、意大利米兰、美国纽约等核心城市推进旗舰店及旅游零售门店的布局,打造具有高影响力的标杆门店。比如,计划在卡塔尔多哈机场开出中东市场第一家门店。

与此同时,泡泡玛特首席运营官司徒表示,就海外市场而言,针对美国市场的资源投入会加重。“第一,美国市场非常大,购买力旺盛。第二,美国消费者对整个IP设计、周边衍生

品的需求很旺盛。第三,美国零售市场非常成熟,无论是购物中心体系还是零售人才等都比较强。”

此外,针对泡泡玛特产能问题,管理层也就供应链现状进行了说明。据介绍,当前,泡泡玛特一个月的产能已经达到了过去一年的水平。

泡泡玛特供应链中心总裁袁俊杰表示,泡泡玛特毛绒品类成为爆款,得益于产业链的精益制造和双向协同,毛绒品类产能同比提升10倍,8月份产能突破3000万只。得益于3A供应链,泡泡玛特通过开发新材料、新工艺,从而制定标准持续提升质量管理水平。

广州艾媒数聚信息咨询股份有限公司CEO张毅对《证券日报》记者表示,泡泡玛特的“出海”验证了中国品牌有能力在全球被认可,同时也有着广阔的成长空间。海外市场的成功会反哺国内市场的发展,从而构成国内外一体化的商业布局,这种布局对于未来中国潮玩行业的发展具有强有力的推动作用。

友发集团“出海”打造第二增长曲线

■本报记者 桂小笋

8月20日,天津友发钢管集团股份有限公司(以下简称“友发集团”)举办业绩说明会,就产能布局、海外市场拓展、高附加值产品占比等投资者关注的事项进行说明。友发集团多位高管在业绩说明会上表示,公司的全国产能布局持续完善,多路径补短板扩品类,以助力业绩持续增长。

友发集团半年报显示,公司上半年业绩呈现销量、净利双增,营收短期调整的态势,核心盈利指标表现亮眼。今年上半年,友发集团销售各类钢管654.77万吨,同比增加4.18%;实现营业收入248.88亿元,同比减少5.81%;归属于上市公司股东的净利润2.87亿元,同比大幅增加160.36%,盈利端增长势头显著。

在此次业绩说明会上,友发集团董事会秘书郭锐向《证券日报》记者介绍,公司目前已形成全国性生产网络,拥有天津、唐山、邯郸等8个生产基地,截至6月30日,公司旗下14个钢管制造专业分、子公司,配备346条生产线,可生产近5000个产品规格,竞争优势突出。

围绕“三年行动”规划,友发集团正加速完善国内布局。一方面推进四川成都、河南鄆陵两大新基地建设;另一方面通过资本运作拓展区域市场,上半年已签约收购吉林华明管业有限公司70.96%股权并增资,将快速实现东北区域市场覆盖。此外,与河北海乾威钢管有限公司的合作,为高附加值品类拓展奠定基础。郭锐表示,公司还在洽谈多个焊接钢管主业相关的收购兼并、产能合作及新建项目,旨在

补齐产能短板、丰富高技术产品类型,始终以绿色、创新、高质量发展理念为指导,通过多元模式与合作伙伴实现共赢。

除了深耕国内市场,友发集团正积极推进“走出去”战略,布局海外第二增长曲线。

据郭锐透露,公司已设立全资子公司天津友发国际管业有限公司,着手搭建海外投资架构,这也是公司新十年战略规划的重要组成部分。

郭锐表示,如果海外产能成功落地,将大幅推动公司海外业务发展,进一步保障可持续发展。

友发集团董事、总经理陈广岭对《证券日报》记者表示,公司的核心竞争力涵盖品牌、规模、产品质量、技术装备、创新研发、营销渠道、全国区位优势及管理层持股机制八大维度。未来将继续按战略规划完善全国布局、加快海外拓展,发展高附加值产品,并推进终端营销革命,发展新质生产力。

友发集团董事长李茂津表示,尽管身处传统加工制造行业,但产品创新与技术升级是高质量发展的关键。公司上半年研发费用约6122.68万元,同比增长30.03%;截至6月30日,已拥有技术专利217项(其中发明专利40项),拥有6家高新技术企业、6个国家认可实验室。公司上半年开展各类创新项目1740项,新增实用新型专利20项,还在金属表面防腐处理等领域突破。目前正在开展热浸镀锌铝镁工艺实验。同时,通过成立友发水利管道应用研究院等三大终端研究院,以及深化产学研用合作,持续强化技术转化能力,为高端市场需求提供支撑。

牧原股份上半年净利润同比大增11.7倍

■本报记者 肖艳青

8月20日晚间,牧原食品股份有限公司(以下简称“牧原股份”)披露2025年半年度报告。今年上半年,牧原股份实现营业收入764.63亿元,同比增长34.46%;归属于上市公司股东的净利润为105.3亿元,同比增长1169.77%。

上海与梅管理咨询合伙企业合伙人沈萌在接受《证券日报》记者采访时表示,在上一轮猪周期影响下,部分低效低质产能被清除,对于具有成本领先优势的头部企业是巨大利好。头部企业不仅具有规模优势,也具有管理优势,市场机会将向头部企业继续倾斜。

今年上半年,牧原股份业绩大幅增长的主要原因,是报告期内公司生猪出栏量较去年同期上升导致收入上升,且生猪养殖成本较去年同期下降。

在销售方面,今年上半年,牧原股份共销售生猪4691万头。其中,商品猪3839.4万头,仔猪829.1万头,种猪22.5万头。在成本方面,2025年上半年,公司生产成本持续改善,生猪养殖成本逐月下降,6月份已低于12.1元/公斤。

融达期货生猪研究员史香迎在接待《证券日报》记者采访时表示,今年上半年,猪价整体围绕14.5元/公斤震荡,牧原股份成本控制12.5元/公斤以内,毛利润率同比提升,利润可观。

平高电气上半年营收净利双增长

■本报记者 肖艳青

8月20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2025年半年度报告。上半年,公司实现营业收入56.96亿元,同比增长12.96%;归属于上市公司股东的净利润6.65亿元,同比增长24.59%。

对于营收的增长,平高电气表示,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。

对于报告期内利润的大幅增长,平高电气相关负责人对《证券日报》记者表示,一方面是重大重点项目履约加快交付;另一方面,公司一直通过成本对标、费用管控等措施进行降本增效,促使毛利率提升。

平高电气核心业务为高压、超高压、特高压交直流开关设备的研发、制造、销售和服务,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。

根据国家能源局数据,今年上半年,全国电源工程投资完成3635亿元,同比增长5.9%;全国电网工程投资完成2911亿元,同比增长14.6%。

盘古智库(北京)信息咨询有限公司高级研究员余丰慧表示,平高电气

2025年上半年,牧原股份屠宰生猪1141.48万头,同比增长110.87%。随着公司对销售渠道的不断开拓,上半年产能利用率达到78.72%。屠宰、肉食业务实现营业收入193.45亿元,较上年同期增长93.83%。

此外,牧原股份积极响应国家调减能繁母猪数量政策。截至2025年7月份,牧原股份能繁母猪存栏量从峰值的362.1万头减少至343万头,并计划年底进一步降至330万头,累计调减32万头。

同时,牧原股份积极布局海外市场,为公司长期发展寻找新的增长点。今年3月份,公司设立越南牧原有限公司,5月份,公司向香港联交所递交境外上市外资股(H股)发行并上市的申请,迈出国际化发展的重要一步。

长江证券研报认为,未来公司资本开支将逐步减少,国内新建产能亦将大幅放缓,取而代之的是进一步提升效率,深挖成本,降低负债,提升自由现金流,牧原股份国内业务将进入更加健康的高质量发展阶段;而海外市场,牧原股份有望续写新的未来十年的成长篇章。

在稳健盈利的时候,牧原股份高度重视投资者回报。公司拟每10股派发现金红利9.32元(含税),分红总额为50.02亿元(含税),占公司2025年半年度归属于上市公司股东的净利润的47.5%,创历年新高。

今年上半年业绩的增长,反映了公司在电力行业特别是特高压领域的市场竞争力提升。随着国家对清洁能源和电网建设投资的不断增加,尤其是特高压工程的持续推进,为公司提供了良好的发展环境。

报告期内,平高电气在电网及特高压领域中标金额同比大幅增长,市场占有率名列前茅。在国际市场拓展方面,公司开展重点国别调研,制定单机业务拓展规划。公司中标了沙特5台132千伏高压产品;420千伏GIS产品首次打入墨西哥市场。

业绩增长的背后是公司坚持研发创新。

报告期内,公司研发投入1.97亿元,同比增长53.55%。今年上半年,平高电气产品研发实现突破。在高压开关领域,世界首台550千伏旁路触发间隙装置,550千伏C4环保GIL成功投运。公司开发了800千伏交流GIL,550千伏无电晕灭弧断路器、C4混合气体145千伏环保GIS等核心装备。

平高电气注重投资者回报,拟每10股派发现金红利1.88元(含税),拟派发现金红利2.55亿元(含税),现金分红比例38.37%。

二季度百度AI新业务收入首次超100亿元

■本报记者 袁传玺

8月20日,百度集团股份有限公司(以下简称“百度”)发布2025年第二季度财报。第二季度,百度总营收达327亿元。归属百度核心净利润74亿元,同比增长35%。

“第二季度,智能云业务实现健康增长,这得益于我们不断加强的全栈AI能力和端到端AI产品及解决方案。”百度创始人李彦宏表示,报告期内,百度加速推进搜索的AI转型与萝卜快跑全球化进程,“百度始终聚焦于那些最具长期价值创造潜力的AI新领域,让我们的技术与创新产生最具意义和持久的影响。”

受AI驱动,涵盖智能云在内的AI新业务收入增长强劲,首次超过100亿

元,同比增长34%。据了解,百度智能云在第二季度增长显著,云业务营收同比增长27%。

据IDC报告,百度AI公有云市场份额已连续六年居国内第一。IDC认为,百度覆盖算力、模型、数据与应用的全栈AI基础设施,是令百度智能云在AI时代保持领先优势的关键所在。

在自动驾驶领域,百度旗下萝卜快跑第二季度全球出行服务次数超220万,同比增长148%;截至8月份,累计全球出行服务次数超1400万;萝卜快跑足迹覆盖全球16座城市。与Uber、Lyft的战略合作是萝卜快跑在近期的关键进展,标志着全球化“出海”进程进一步加速。

花旗银行认为,与Uber和Lyft的合作关系验证了百度在无人驾驶出租

车服务领域的全球认可度,对Apollo-Go进一步开拓具备商业化潜力的全新市场具有积极意义,彰显了百度在自动驾驶价值链中的核心能力。

广州艾媒数聚信息咨询股份有限公司CEO张毅对《证券日报》记者表示,百度第二季度最亮眼的是云与萝卜快跑双引擎的动能正在加速释放:云凭借全栈AI解决方案在B端市场拿下高粘性大单,成为稳健增长引擎;萝卜快跑则借拓展海外市场成为全球Robotaxi行业的焦点,在行业爆发前夕最先获益。

第二季度,百度搜索加速推进AI转型,从搜索框、搜索结果页到搜索生态实现全面革新。财报显示,传统的超链接搜索结果逐渐被结构化、智能化和多模态优先的AI回答所取代;7

月份,移动搜索结果页中AI生成内容的占比从4月份的35%迅速提升至64%。6月份,百度App月活用户达7.35亿,同比增长5%。

华泰证券发布研报认为,年初至今,DeepSeek带来的AI技术平权有望使得百度智能云继续受益于国内稳步增长的AI训练及推理需求以及私有化一体机的部署需求,从而兑现较快的智能云收入增长。

一位不愿具名的行业分析师对《证券日报》记者表示,从搜索的AI激进改版到自动驾驶的全球突围,百度用全栈布局证明,在AI时代技术深度决定商业高度。百度在守住搜索市场的同时,通过主动积极求变加速抢滩新兴AI市场,验证了其抵御行业周期的全能性。

动行业毛利率回升,从而有望形成良性发展格局。

一位不愿意透露姓名的业内人士对《证券日报》记者表示,快递行业更大的挑战在于如何构建一个可持续、可平衡的产业生态,实现商家、快递企业和消费者三方利益的合理分配。

此外,解筱文提到,快递行业智能化数字化应用正在显著提升运营效率,如自动化分拣减少人工误差、大数据优化配送路线降低物流成本。同时,数字化管理增强供应链透明度,提升客户体验。长期看,技术驱动将加速行业整合,中小物流企业面临转型压力,而具备技术实力的头部企业将主导市场,推动服务标准化与个性化并行发展。

快递行业加速从“价格战”走向“价值战”

■本报记者 张文湘 贺王娟

近日,多家快递上市公司披露7月份快递业务主要经营数据,整体来看,呈现“量增价跌”局面。

例如,7月份,申通快递股份有限公司快递服务业务收入同比增长9.95%,单票收入同比下降1.50%;圆通速递股份有限公司实现快递产品收入同比增长12.08%,单票收入同比下降7.20%;韵达控股集团股份有限公司实现快递服务业务收入同比增长3.75%,单票收入同比下降3.54%;顺丰控股股份有限公司速运物流业务、供应链及国际业务总收入同比增长9.95%,单票收入同比下降14.02%。

快递物流专家、贯铄企业管理(上

海)有限公司CEO赵小敏对《证券日报》记者表示,当前快递行业正全面迈入既要规模又要利润的新阶段,快递企业要摆脱“盈利困境”,需要主动进取,突破低端竞争,从“以价换量”转向“以质取胜”。

事实上,为避免“价格战”给企业发展带来恶性影响,国家邮政局近期采取多项举措,严厉打击“低于成本价”竞争的行为。快递行业企业纷纷响应,陆续上调单票价格,保障企业利润,将资源和精力投入到技术研发、服务升级、流程优化、品牌建设上。

根据申通快递在今年7月25日发布的投资者关系活动记录,公司管理层表示:“未来在业务上,申通快递将彻底摒弃‘以价换量’模式,推动上

市公司从规模扩张向品质升级的转型。”

中通快递创始人、董事长兼首席执行官赖梅松在8月20日举行的电话会议上表示:“快递行业要持续稳定健康发展,就一定要从‘价格战’走向‘价值战’,用服务品质赢得市场。我们相信,整个行业会理性地看待价格问题,‘价格战’只会伤害整个行业,我们对行业的稳定充满信心。”

中国物流学会特约研究员、中国交通运输协会快运物流分会副秘书长解筱文对《证券日报》记者表示,目前看,快递行业营收增长但毛利率承压、单票收入下跌,随着“反内卷”政策持续发力,预计一年至两年内,头部企业将加快转向服务与效率竞争,这将带