

上半年A股上市公司研发投入超8100亿元

■本报记者 冯雨瑶 丁 蓉

A股上市公司2025年半年报披露收官。中国上市公司协会数据显示,上半年,上市公司加快培育创新动能,全市场研发投入超8100亿元。

福建华策品牌定位咨询创始人詹军豪在接受《证券日报》记者采访时表示,研发投入对上市公司发展至关重要,是推动创新和技术进步的主要动力,能助力企业开发新产品、改进现有产品,从而提升竞争力。

半导体等行业研发强度居前

据中国上市公司协会数据,今年上半年,全市场上市公司研发投入同比增长3.27%,增速较去年同期提升近2个百分点。整体研发强度为2.33%,同比小幅提升。

苏商银行特约研究员武泽伟对《证券日报》记者表示:“全市场上市公司的研发投入连续增长。政策层面,国家创新驱动发展战略的深入实施,为企业研发提供了政策支持和税收优惠。资本市场层面,市场对科技企业的估值也进一步激励企业加大创新投入。展望未来,随着科技创新在国家发展战略中的地位进一步提升,A股上市公司的研发支出强度有望继续保持上升态势。”

中国上市公司协会数据显示,创业板、科创板、北交所研发强度分别为4.89%、11.78%、4.63%,科技属性进一步凸显。战略性新兴产业、高技术制造业发挥创新示范效应,研发强度分别高于整体3.29个百分点和4.44个百分点。

Wind数据显示,按照申万行业划分,软件开发、生物制品、半导体、化学制药、医疗器械等行业研发强度居前,均超过10%。

众和昆伦(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:“这些行业的共性是技术壁垒高,



从研发到专利再到市场份额的转化路径清晰,企业积极以技术‘护城河’来应对全球竞争。同时,资本市场给予的高估值,减轻了企业短期利润压力,形成正循环。”

6家公司研发投入超百亿元

整体来看,上半年研发投入超100亿元的A股公司共有6家,分别为比亚迪股份有限公司(以下简称“比亚迪”)、中国建筑股份有限公司、中兴通讯股份有限公司、中国移动有限公司、上海汽车集团股份有限公司和宁德时代新能源科技股份有限公司(以下简称“宁德时代”)。

以比亚迪为例,2025年上半年,公司研发投入为308.8亿元,同比增长53.05%,远超同期净利润增速。公司称,上半年坚守“技术为王、创新为本”

的发展理念,成功在电池、电子及新能源汽车等多个领域持续创新,不仅打破了海外品牌长期垄断,更推动全球汽车市场格局重塑。

“这反映企业将研发视为‘生存刚需’。”南开大学金融学教授田利辉对《证券日报》记者表示,“尤其是在新能源汽车、半导体等关键领域,谁掌握核心技术,谁就拥有定价权。”

宁德时代在锂电池领域深耕多年,今年上半年,公司研发投入为100.95亿元,同比增长17.84%。目前,公司已在全球设立六大研发中心、十三大电池生产制造基地。宁德时代正以创新为引擎,持续引领产业变革。

“技术创新是企业市场竞争中保持领先地位的关键。”武泽伟表示,随着产业升级加速,企业需要通过研发创新掌握核心技术,从而获得产品定价权和市场主导权。“在高科技和

先进制造等领域,技术突破往往意味着更高的利润空间和更强的行业话语权。”

记者梳理公告发现,上半年多家上市公司的研发投入出现大幅增长,尤其是一些传统行业上市公司的创新意识明显增强。例如,焦作万方铝业股份有限公司目前形成了较稳定的“煤—电—铝—铝加工”一体化产业布局。半年报显示,上半年公司研发投入为323万元,同比增长869.97%。公司方面表示,在管理层的带领下,公司大力提高创新意识和创新能力,为自身高质量发展提供强大内生力。

展望未来,武泽伟表示,在新一轮科技革命和产业变革的背景下,人工智能、新能源、生物医药等前沿领域的技术竞争将愈发激烈,这将驱动企业持续增加研发投入。

从“走出去”到“走进来”

海外业务扩张驱动上市公司业绩增长

■本报记者 李雯珊
见习记者 张美娜

在政策支持、技术创新及全球化战略的推动下,上市公司“出海”步伐加快。《证券日报》记者梳理上市公司中期“成绩单”发现,海外业务成为上市公司业绩增长的重要推动力。Wind数据统计显示,上半年,共有3019家A股上市公司披露了上半年境外业务收入,合计金额为4.90万亿元。

业内人士认为,对上市公司而言,未来需紧扣全球产业趋势,以跨境协同强优势、以风险防控稳根基,方能将“出海”机遇转化为长期业绩增长优势。

积极拓展海外业务

具体来看,上半年境外业务收入超过1000亿元的上市公司有中国石油天然气集团有限公司、比亚迪股份有限公司(以下简称“比亚迪”)、美的集团股份有限公司、立讯精密工业股份有限公司;此外,超过800亿元的公司有中海运控控股股份有限公司、洛阳栾川钼业集团股份有限公司;超过500

亿元的公司有海尔智家股份有限公司、中国银行、中国海洋石油集团有限公司、中国交通建设集团有限公司、宁德时代新能源科技股份有限公司(以下简称“宁德时代”)等。

拓展海外业务,成为部分上市公司业绩增长的重要引擎,其中,汽车、工程机械、家用电器等多个行业的上市公司均在公告中提及,公司在海外市场表现亮眼。例如,广东万和新电气股份有限公司(以下简称“万和电气”)上半年实现出口销售营业收入17.29亿元,同比增长26.52%,毛利率则提升1.84个百分点。万和电气相关负责人对《证券日报》记者表示,海外市场已成为公司强劲的第二增长曲线。

比亚迪半年报显示,上半年,公司在海外累计销售新能源汽车46.43万辆,同比增长128.25%。

海信视像科技股份有限公司(以下简称“海信”)半年报显示,2025年上半年,公司海外市场业务辐射增至60余个国家及地区,海外收入同比增长43%。市场调研数据显示,2025年上半年,海信在全球百吋及以上电视市场的出货量份额高达47.7%,激光电视全球出货

量占有率70.0%,均居全球第一。

广西柳工机械股份有限公司半年报显示,公司海外业务持续增长,上半年收入达85.23亿元,同比增长10.52%,占公司整体收入的比重为46.88%。其中,各营销区域营收结构均衡,整体业务稳健增长,新兴市场增长动能强劲,南亚、中东、中亚、印尼及非洲等重点区域增速位居前列,最高达80%以上。

“出海”模式不断升级

近年来,上市公司“出海”战略向纵深推进,从“走出去”到“走进来”,“出海”模式不断升级。

“本地化是海外市场拓展的关键策略。”中关村物联网产业联盟副秘书长袁帅向《证券日报》记者表示,上市公司通过组建本地化团队,积极融入当地市场,满足当地需求,为海外客户提供更具针对性的产品和服务,深耕本地化建设,才能在当地市场具备更强的竞争力。

整体来看,上市公司正积极探索,从以往单一的产品“出海”模式,逐步拓

展至产能“出海”、技术“出海”、资本“出海”并行的多元路径,力求在多个维度实现全面“走出去”。

产能“出海”方面,近期多家上市公司披露了在海外投资建厂的相关进展。例如,轮胎龙头企业赛轮集团股份有限公司8月中旬宣布拟投资2.91亿美元在埃及投资建设“年产360万条子午线轮胎项目”;比亚迪在8月下旬宣布将在马来西亚建设一座全散件组装(CKD)工厂,预计明年启动生产。

技术“出海”方面,以江苏恒瑞医药股份有限公司(以下简称“恒瑞医药”)为例,其今年与德国默克集团再合作,核心是口服GaRHR受体拮抗剂SHR7280的商业化授权。按照协议,恒瑞医药将获1500万欧元首付款,还可收取里程碑付款及许可区域年度净销售额两位数百分比的提成,并拥有该产品全球合作拓展的优先谈判权。

资本“出海”方面,近期,EDA(电子设计自动化)龙头企业杭州广立微电子股份有限公司以4000万欧元的股权对价,完成对比利时硅光芯片设计自动化(PDA)软件企业LUCEDA100%股权的收购。

“多元化+全球化”支撑家电三巨头业绩显韧性

■本报记者 贾 丽

在复杂多变的全球经贸环境中,我国家电行业展现出强大的韧性与活力。家电三巨头的业绩表现,成为观察行业发展的风向标。

数据显示,上半年,美的集团股份有限公司(以下简称“美的集团”)实现营收2523亿元,归母净利润260亿元,分别同比增长15.7%、25%;海尔智家股份有限公司(以下简称“海尔智家”)实现营收1564.94亿元,归母净利润为120.33亿元,分别同比增长10.22%、15.59%,均创下历史新高。珠海格力电器股份有限公司(以下简称“格力电器”)上半年营收同比下降2.46%至973.25亿元,但归母净利润达144.12亿元,同比增长1.95%。

“整体来看,在以旧换新政策支持

实施以及企业业务拓展之下,三大家电巨头保持了良好势头,在环境波动中展现出强韧性。”中国家用电器商业协会秘书长张剑锋在接受《证券日报》记者采访时表示。

多元支柱的坚实根基与海外版图的持续扩张成为家电三巨头今年上半年的业绩亮点,通过几年的多元化布局,其新业务占比普遍提升。

上半年,美的集团智能家居业务收入同比增长13.31%至1672亿元,占营业收入比例为66.58%;美的集团新能源与工业解决方案合计收入645亿元,同比增长近21%,占公司当期总收入的25.7%。

格力电器通过多元业务拓展,上半年实现工业制品及绿色能源收入95.91亿元,智能装备收入3.14亿元,分别同比增长17.13%、20.9%,合计占比约

10.17%。

海尔智家上半年装备部品及渠道综合服务收入187.2亿元,同比增长近35%,约占当期总收入的12%。

“美的集团通过资本并购快速切入新能源、医疗等高壁垒领域,海尔智家依托工业互联网平台延伸至装备服务,格力电器则聚焦绿色能源与高端制造,这种差异化布局避免了同质化竞争,家电之外的业务支柱已经逐步成型。”中国电子视像行业协会秘书长董敏向《证券日报》记者表示。

相较于国内市场激烈的存量之争,家电三巨头均在海外市场收获颇丰。上半年,美的集团实现海外业务收入1071.93亿元,海尔智家海外市场收入为790.79亿元,格力电器海外业务收入为163.35亿元,分别同比增长17.70%、11.70%、10.19%。

上市车企上半年业绩分化 新能源汽车成“胜负手”

■本报记者 刘 钊

Wind数据显示,截至目前,申银万国汽车行业分类的310家上市公司2025年半年报已全部披露完毕。上半年,上市车企合计实现营业收入2.05万亿元,同比增长7.93%;实现归母净利润860.63亿元,同比增长3.02%,在“两新”政策及电动化、智能化技术加速落地的推动下,行业整体延续稳健增长态势。新能源汽车成为最大亮点,其产销、出口均实现突破性增长,自主品牌市场份额进一步扩大。

中国欧洲经济技术合作协会智能网联汽车分会秘书长林示对《证券日报》记者表示,汽车产业转型的深度与广度将进一步拉大企业差距。掌握核心技术、完成全球化布局、实现盈利稳定的头部车企,将在“汽车强国”建设中占据主导地位;而未能跟上转型节奏的企业,可能面临被淘汰的风险。

头部车企优势明显

今年上半年,我国汽车行业营收格局呈现“头部集中、梯队分明”特征,而盈利表现则因企业技术投入强度、新能源转型进度及细分市场布局差异,出现显著分化,这种分化不仅是规模差距,更是转型速度与赛道选择的差距。

从营收规模看,“千亿元阵营”持续扩容且头部优势固化。比亚迪以3712.81亿元营收稳居行业第一,同比增长23.30%。上汽集团以2918.99亿元营收紧随其后,同比增长3.35%。潍柴动力以1131.52亿元营收跻身“千亿元俱乐部”。此外,长城汽车、华域汽车、长安汽车等30家企业营收突破百亿元,构成行业“中坚梯队”。

营收增速层面,“新能源转型先行者”表现突出。北汽蓝谷上半年营收同比激增153.21%,其在半年报中披露,新能源车销量同比翻倍是营收增长的直接原因;此外,福特科技、威帝股份等企业营收增速也超100%,这得益于智能驾驶传感器、车载电子等细分领域的技术突破,使其快速抢占新兴市场份。

盈利表现则凸显“转型阵痛与机遇并存”。比亚迪上半年以155.11亿元归母净利润蝉联“行业盈利王”,同比增长18.01%。此外,长城汽车、上汽集团、潍柴动力盈利规模突破50亿元。值得注意的是,在264家上市车企实现盈利的同时,广汽集团、北汽蓝谷、江淮汽车等老牌车企仍陷亏损。广汽集团半年报显示,其传统燃油车销量同比下滑15%,而新能源车研发与产能建设投入超50亿元,“旧业务收缩、新业务未盈利”的过渡期,导致净利润处于亏损区间;北汽蓝谷虽营收高增,但新能源车型的营销推广与电池采购成本较高,尚未实现

盈利转正。

值得关注的是,汽车零部件企业成为业绩“黑马”。南方精工上半年实现归母净利润2.29亿元,而去年同期为亏损70万元,公司财报显示,公司在新能源汽车传动系统、智能驾驶毫米波雷达部件领域的技术突破,使得订单量同比增长超300%。此外,航天科技、菱电电控、正裕工业等多家汽车零部件企业归母净利润同比翻番,印证了汽车电动化、智能化带动零部件赛道高成长的逻辑。

以技术突破抢占市场

新能源汽车成为推动产业转型的“核心引擎”。中国汽车工业协会发布的数据显示,上半年新能源汽车产销分别达696.8万辆和693.7万辆,同比分别增长41.4%和40.3%,新能源汽车新车销量占比达44.3%,较去年同期提升5.2个百分点;中国汽车流通协会乘联分会发布的数据显示,上半年新能源乘用车零售渗透率高达50.2%,连续四个月突破50%。

技术突破是新能源汽车竞争力提升的核心支撑。头部车企加速核心技术落地,构建差异化壁垒:长城汽车在半年报中披露,公司已形成Hi4混动技术家族,通过“超长续航+高效能管理”,突破城市与越野场景边界。比亚迪持续迭代刀片电池与DM-i 5.0混动系统,公司上半年研发投入超120亿元,技术优势进一步巩固。这些技术创新不仅提升产品竞争力,更推动行业从“电动化”向“电动化+智能化”融合转型。

中国车企的全球化布局则进入生态“出海”新阶段,其中,新能源汽车成为海外突破的“尖刀产品”。据中国汽车工业协会数据,上半年中国汽车出口308.3万辆,同比增长10.4%,其中新能源汽车出口106万辆,同比激增75.2%。头部车企的全球化布局不再局限于“产品出口”,而是构建“本地化研发、本地化生产、本地化服务”体系:长城汽车半年报显示,公司已形成“10+3+N”全球化生产布局;比亚迪在德国慕尼黑设立研发中心,聚焦欧洲市场车型研发;上汽集团则通过与海外经销商深度合作,构建覆盖170个国家和地区的销售网络。

不过,汽车行业在新能源与全球化推进中仍面临挑战。黄河科技学院客座教授张翔对《证券日报》记者表示,下半年,新能源汽车免购置税优惠政策面临退坡,部分地区已暂停汽车置换补贴,这可能对下半年新能源汽车需求产生抑制。此外,行业“价格战”从燃油车蔓延至新能源领域,部分企业为抢占市场份额,采取“以价换量”策略,导致新能源汽车平均售价同比下降,挤压利润空间。

百强房企前8个月销售额超2.3万亿元

■本报记者 陈 湛

8月31日,中指研究院发布《2025年1-8月中国房地产企业销售业绩排行榜》。数据显示,前8个月,TOP100房企(以全口径销售额排名)/销售额(全口径销售额,下同)为23270.5亿元,同比下降13.3%。降幅与前7个月基本持平。

中指研究院企业研究总监刘水向《证券日报》记者表示,8月份京沪相继出台“认房不认贷”、下调首付比例等楼市组合拳,政策力度和时点均符合市场预期。随着“金九”到来,房企推盘节奏与优化力度预计均将提升,市场或实现温和复苏。

销售榜单显示,今年前8个月,保利发展控股集团股份有限公司(以下简称“保利发展”)以1812亿元的销售额位居榜首;绿城中国紧随其后,销售额为1563亿元;中海企业发展集团有限公司(以下简称“中海地产”)排名第三,销售额为1503亿元。华润置地有限公司、招商局蛇口工业区控股股份有限公司(以下简称“招商蛇口”)分列第四位、第五位,销售额分别为1425亿元、1240.5亿元。前五家房企销售额均突破千亿元。

从规模来看,前8个月,销售额超1000亿元的房企有5家,销售额均值为1508.7亿元。销售额在500亿元至1000亿元的有6家,销售额均值

750.3亿元。销售额超百亿元的房企有53家。

从销售面积看,保利发展以893.4万平方米位列第一;绿城中国、万科企业股份有限公司分别以733.0万平方米、699.2万平方米排名第二、第三位。整体来看,TOPI0房企(以全口径销售额排名)销售面积占比较高,市场集中度依旧显著。

“通过比较部分热点城市热销项目,高质价比的‘好房子’仍能赢得市场。部分热销项目位于城市核心地段,拥有较为完善的配套资源,从而提升了项目价值。”刘水表示。

从土地市场来看,前8个月,TOPI00企业(以拿地金额排名)拿地总额达6056亿元,同比增长28.0%,增幅较前7个月有所收窄。

不少房企选择在区域市场重点深耕,例如,招商蛇口在北京、上海、南京、成都等四个城市拿地金额均进入前十;建发房地产集团有限公司在杭州、北京、苏州和成都四个城市拿地金额进入前十;滨江集团在杭州位列拿地金额第一。

“整体来看,8月份销售呈现‘止跌回稳’态势,同时,头部房企在土地市场保持积极布局。未来,在‘深耕核心城市+好房子’策略下,新增货值或将成为支撑房企未来销售的重要保障。”上海易居房地产研究院副院长严跃进在接受《证券日报》记者采访时表示。