

聚焦·人工智能

A股人工智能上市公司赚钱能力渐显

■本报记者 田鹏

随着AI技术不断成熟和应用场景持续拓展,人工智能产业正加速迈入价值兑现的关键阶段。透过多家相关上市公司2025年半年报可以发现,“技术落地创收”“降本增效减亏”“业务转型盈利”正成为行业趋势,“赚钱”能力成为企业关注焦点。

据Wind资讯统计,2025年上半年,A股102家“人工智能+”领域上市公司中,有83家净利润为正,合计达1788.52亿元,盈利公司数量及规模同比分别增长3.75%和34.74%。

受访专家表示,当前,人工智能行业发展重心正转向可持续商业价值的实现与规模化落地,并沿着“垂直深耕—消费扩展—生态构建”的路径稳步推进。短期来看,人工智能企业主要在垂直行业中寻求应用突破,同时,定制化服务需求显著增长,相关企业或通过收取定制开发费、运维服务费及业务效果分成获得收入;中期阶段,多模态大模型和技术融合将推动消费级应用爆发,如依据计算资源消耗、模型调用次数和数据存储量等维度灵活计费,形成稳定持续的收入来源;长期发展中,通用人工智能有望在交通、能源、工业制造等关键领域展露广泛商业价值,如AI将驱动虚拟经济、数字孪生城市等新产业生态的形成,盈利模式进一步扩展至虚拟资产交易、场景内广告、数据服务以及大型智慧城市建设项目运营等多个维度。

盈利态势持续向好

从上半年人工智能上市公司业绩表现来看,增长成为主旋律。上述102家“人工智能+”领域上市公司中,超六成企业(共64家)实现净利润同比提升,直观反映出人工智能行业盈利态势持续向好,产业发展基本面愈发稳固。进一步拆解业绩表现可见,

既有企业凭借核心业务的爆发式发展,实现净利润规模翻倍增长;也有此前处于亏损区间的企业,通过业务调整与策略优化实现亏损幅度收窄,逐步向营收与利润的正向循环靠拢,行业整体韧性与发展活力进一步增强。

数据显示,上述64家企业中,有13家实现净利润同比翻番。其中,拓维信息股份有限公司(以下简称“拓维信息”)以2262.83%的增幅位列榜首。拓维信息半年报显示,报告期内,在人工智能领域,公司加大人工智能计算设备的研发力度,不断基于训推一体化、边缘平台构建、模型应用算法优化等提升计算产品性能,丰富产品矩阵,打造了多款具备差异化优势的边缘侧智能硬件产品。

此外,除了行业头部企业盈利改善,尾部企业也呈现“扭亏向好”的局面。在2024年上半年处于亏损状态的22家企业中,2025年上半年有10家实现亏损幅度收窄,有9家企业实现净利润“转负为正”。

人工智能上市公司在2025年上半年能够取得亮眼业绩,与其清晰的战略布局和技术突破密不可分。“受益于人工智能相关算力投资的持续增长,公司持续优化产品结构,高速率光模块产品的占比持续提升,公司2025年上半年销售收入和净利润同比保持大幅增长。”成都新易盛通信技术股份有限公司相关负责人对《证券日报》记者表示,公司致力于围绕主业实施垂直整合,力争抓住良好的市场契机,聚集优势资源持续提升高速率光模块市场占有率,加速硅光、相干光模块等行业前沿领域研究及商用,进一步巩固提升公司在光通信行业领域中的核心竞争优势。

产业迈向高质量发展

在人工智能产业从技术探索向商业落地的关键转型期,A股相

关上市公司盈利态势持续向好绝非偶然,而是整个产业加速迈向以技术变革为核心的“赚钱”新阶段的生动缩影。

此前人工智能行业因技术研发投入高、商业化路径不清晰,多数企业长期处于“重投入、轻产出”状态,资本的持续注入成为维持运营的关键。但随着AI技术在算力、算法、多模态应用等领域的突破,以及金融、制造、医疗等垂直场景的深度渗透,技术与商业的结合点逐渐清晰,盈利模式从“概念驱动”转向“价值驱动”。

国务院近日印发的《关于深入实施“人工智能+”行动的意见》提出,到2027年,率先实现人工智能与六大重点领域广泛深度融合,新一代智能终端、智能体等应

上市公司可四步骤接住“人工智能+”红利

■肖伟

国务院日前出台的《关于深入实施“人工智能+”行动的意见》,为各行业发展注入强劲新动能。对作为市场主体“优等生”的上市公司而言,推动“人工智能+”行动落地不是选择题,而是必答题。而答题的关键不在于“快”,而在于“准”。

笔者认为,上市公司落实“人工智能+”行动需抓好四大关键步骤:理清自身定位、明确阶段目标、构建协同模式、筑牢风险防线。走好这四步,人工智能才能助力上市公司穿越经济周期,成为支撑其稳健发展、赢得投资者充分信任的核心力量。

首先,找准定位,拒绝跟风式布局。上市公司深耕“人工智能+”,最忌盲目跟风与同质化复制,必须先清晰界定自身“能力圈”,选定合理的主攻方向。要明确自身在产业链中的角色,精准梳理所处行业的痛点、难点与共

性,将人工智能技术与自身核心优势深度融合,形成兼具特色与实效的解决方案。唯有如此,方能在能力边界内打造新的竞争力。

其次,量化目标,告别口号式规划。上市公司落实“人工智能+”行动,需摒弃空泛口号与模糊规划,用可衡量的量化指标锚定短、中、长期考核目标,核心是“穿透概念看实效”。与其用“打造AI生态”“布局智能未来”这类抽象表述,不妨以“产品成本降低多少”“某环节效率提升多少”“目标市场份额增长多少”等硬指标说话,让投资者直观感受到人工智能是公司业绩增长的新引擎。

再次,协同发力,打破单打独斗困局。“人工智能+”行动落地绝非单个企业能闭门造车,上市公司需善用“借船”与“造船”思维,构建灵活高效的业务协同体系,核心是让技术真正融入生产实践。对于技术储备少、起步晚的

在此背景下,相关企业表示,将紧扣产业转型脉搏与政策导向,以“技术突破夯实根基、场景深耕释放价值、生态协同抢占先机”为核心策略,在“赚钱”新阶段实现可持续发展。

例如,立讯精密相关负责人对《证券日报》记者表示,公司将更灵活配合客户市场需求提供全球化制造服务,通过智能制造升级与底层能力创新双轮驱动,全面提升全产业链成本管控效能,同时加速更多元化业务的战略拓展。

北京物资学院副院长张闯对《证券日报》记者表示,人工智能产业投入大、周期长、技术风险高,地方政府要摒弃短期功利思维,坚持长期主义,致力于培育创新生态,扶持企业稳健发展。

上市公司,可“借船出海”,直接引入成熟技术解决具体问题;有一定技术积累的上市公司,则可“造船出海”,联合上游设备商、下游客户搭建“模型+算法+数据”共享平台。这种协同不仅能降低研发成本,更能让成熟方案快速落地到实际场景中。

最后,严守合规,筑牢风险防控底线。人工智能带来机遇的同时,也潜藏数据安全、技术伦理等风险,上市公司须将合规与风险防控贯穿推进“人工智能+”行动全程。在收集用户数据和生产决策数据时,需严格遵循国家法律法规,坚决避免因数据滥用、隐私泄露、算法歧视引发合规风险。在合规框架内稳步推进计划,确保每一步投入都与自身风险承受能力相匹配,最终为投资者创造稳健、长远且可信赖的经济回报。

南开大学金融学教授田利辉对《证券日报》记者表示,当前上市公司在手机移动端发展呈现“双核驱动、生态融合”特征。个人手机银行以客户规模与体验升级为核心,企业手机银行聚焦专业化服务。事实上,上市银行个人手机银行与企业手机银行发展的差异在于目标与路径。个人端追求“广度与普惠”,重用用户规模与活跃度,强调便捷性与场景覆盖,企业端聚焦“深度与专业”,两者共同形成“大众服务+企业赋能”的互补生态。

据披露,邮储银行手机银行已完成鸿蒙全面适配,推出“免安装、即点即用”的账户查询、转账汇款等高频服务;中国银行正式发布企业手机银行鸿蒙版,新增外汇专区服务,支持个人金融数字化转型,推动个人账户开户、变更、销户流程优化;建设银行释放鸿蒙移动App和小程序框架,支持个人手机银行、建行生活等11个建行App鸿蒙适配;平安银行持续升级国产系统“鸿蒙”版本App功能,不断迭代面向老年客群的适老化版本和面向外籍人士的多语言版本,重点强化电诈提醒、信息保护等,优化线上使用体验。

升级后的手机银行使用更加便利,且有助于提升银行经营能力。比如,农业银行发布掌上银行10.1版,升级平台功能,截至今年6月末,农业银行掌上银行月活跃客户数(MAU)为2.63亿户,较2024年末增加1237万户;中国银行个人手机银行月活客户数达9759万户;邮储银行手机银行月活客户数突破8100万户;交通银行个人手机银行月活客户数为4912.28万户,同比增幅8.63%;兴业银行手机银行月活客户数同比增长8.40%。

“当前上市银行在手机移动端呈现出现规模扩张与价值深化并重的趋势,适配鸿蒙系统成标配,数字化转型从工具升级迈向生态竞争。”田利辉表示,这背后有三重因素:一是政策引导;二是用户需求升级;三是技术红利,鸿蒙系统提升流畅度与生态兼容性,助力银行构建差异化壁垒。

整体来看,上市银行手机银行的升级换代存在一个共同特征,即聚焦客户需求,强调生态化发展并把服务做“精”,让用户体验更轻简。例如,浦发银行推出极简开户、线上测额等便捷服务,以平台服务强化引导账户开立和信贷产品激活;细化客群分层分类,针对引入期、活跃期、浅眠期等不同阶段的客群定制相配套的产品包、服务包和权益包,推动用户持续增长和流量转化。光大银行深入构建智能化、生态化线上客户经营矩阵,手机银行强化财富管理功能服务建设,推进基金、私募、贷款、信用卡等频道改版升级。

“下一步,银行仍需构建可持续的用户体验管理体系,全面提升手机银行客户体验。”易观千帆金融行业咨询专家王细梅告诉《证券日报》记者,建议银行布局以AI手机为调度中心的全终端智能化体系,支持用户泛在化连接及银行跨终端经营。同时提升大模型与中台能力,通过多模态技术与原子化服务支持用户自主编排个性化金融方案,并基于动态界面渲染实现“千人千面”的服务体验,以此打造用户自驱、前后端协同的智慧金融新范式。

整体来看,上市银行手机银行的升级换代存在一个共同特征,即聚焦客户需求,强调生态化发展并把服务做“精”,让用户体验更轻简。例如,浦发银行推出极简开户、线上测额等便捷服务,以平台服务强化引导账户开立和信贷产品激活;细化客群分层分类,针对引入期、活跃期、浅眠期等不同阶段的客群定制相配套的产品包、服务包和权益包,推动用户持续增长和流量转化。光大银行深入构建智能化、生态化线上客户经营矩阵,手机银行强化财富管理功能服务建设,推进基金、私募、贷款、信用卡等频道改版升级。

“下一步,银行仍需构建可持续的用户体验管理体系,全面提升手机银行客户体验。”易观千帆金融行业咨询专家王细梅告诉《证券日报》记者,建议银行布局以AI手机为调度中心的全终端智能化体系,支持用户泛在化连接及银行跨终端经营。同时提升大模型与中台能力,通过多模态技术与原子化服务支持用户自主编排个性化金融方案,并基于动态界面渲染实现“千人千面”的服务体验,以此打造用户自驱、前后端协同的智慧金融新范式。

整体来看,上市银行手机银行的升级换代存在一个共同特征,即聚焦客户需求,强调生态化发展并把服务做“精”,让用户体验更轻简。例如,浦发银行推出极简开户、线上测额等便捷服务,以平台服务强化引导账户开立和信贷产品激活;细化客群分层分类,针对引入期、活跃期、浅眠期等不同阶段的客群定制相配套的产品包、服务包和权益包,推动用户持续增长和流量转化。光大银行深入构建智能化、生态化线上客户经营矩阵,手机银行强化财富管理功能服务建设,推进基金、私募、贷款、信用卡等频道改版升级。

“下一步,银行仍需构建可持续的用户体验管理体系,全面提升手机银行客户体验。”易观千帆金融行业咨询专家王细梅告诉《证券日报》记者,建议银行布局以AI手机为调度中心的全终端智能化体系,支持用户泛在化连接及银行跨终端经营。同时提升大模型与中台能力,通过多模态技术与原子化服务支持用户自主编排个性化金融方案,并基于动态界面渲染实现“千人千面”的服务体验,以此打造用户自驱、前后端协同的智慧金融新范式。

整体来看,上市银行手机银行的升级换代存在一个共同特征,即聚焦客户需求,强调生态化发展并把服务做“精”,让用户体验更轻简。例如,浦发银行推出极简开户、线上测额等便捷服务,以平台服务强化引导账户开立和信贷产品激活;细化客群分层分类,针对引入期、活跃期、浅眠期等不同阶段的客群定制相配套的产品包、服务包和权益包,推动用户持续增长和流量转化。光大银行深入构建智能化、生态化线上客户经营矩阵,手机银行强化财富管理功能服务建设,推进基金、私募、贷款、信用卡等频道改版升级。

整体来看,上市银行手机银行的升级换代存在一个共同特征,即聚焦客户需求,强调生态化发展并把服务做“精”,让用户体验更轻简。例如,浦发银行推出极简开户、线上测额等便捷服务,以平台服务强化引导账户开立和信贷产品激活;细化客群分层分类,针对引入期、活跃期、浅眠期等不同阶段的客群定制相配套的产品包、服务包和权益包,推动用户持续增长和流量转化。光大银行深入构建智能化、生态化线上客户经营矩阵,手机银行强化财富管理功能服务建设,推进基金、私募、贷款、信用卡等频道改版升级。

上市银行竞逐移动端 加速迭代提升服务质效

■本报记者 李冰熊 撰

手机银行作为重要数字化展示窗口及获客入口,已不再是简单的金融工具,背后比拼的是银行综合服务能力。

综合42家A股上市银行2025年半年报来看,今年上半年,上市银行在手机银行这一重要的获客端、服务端、生态端,持续创新、丰富业务应用场景,强化数字化风控体系升级,进而增强客户黏性。其中,工商银行、农业银行、建设银行等国有大行的手机银行个人客户数居前,展示出强大的平台服务和客户运营实力。

抢占移动端获客入口

具体来看,截至今年6月末,工商银行手机银行个人客户数增至6亿户,保持行业领先;农业银行个人掌银注册客户数为5.86亿户,较上年末增加0.25亿户;光大银行手机银行注册用户为6790.61万户,同比增长6.21%;兴业银行手机银行有效客户数为6641.19万户,较2024年末增长5.77%。

在全国性股份制银行中,截至今年6月末,平安口袋银行App注册用户数为1.78亿户,较2024年末增长2%;浦发银行手机银行签约客户数突破9000万户;光大银行手机银行注册用户为6790.61万户,同比增长6.21%;兴业银行手机银行有效客户数为6641.19万户,较2024年末增长5.77%。

值得一提的是,上市银行个人手机银行与企业手机银行表现出不同的发展态势。其中,个人手机银行加速迭代,通过数字化转型高效赋能业务发展,数字化经营成效显著;企业手机银行则持续提升支付结算、跨境金融、外汇业务等综合服务能力。

工商银行半年报显示,该行推动企业手机银行向“金融专家+经营管家”综合化服务平台转型。截至6月末,该行企业网银和企业手机银行客户数为1787万户,月均活跃客户759万户,客户规模和活跃度同业第一。农业银行企业掌银注册客户数为970万户,较2024年末增加96万户。中国银行大力推广境内企业手机银行多版本服务体系,上线鸿蒙版,充实跨境金融等特色专区功能,新增外汇专区服务,客户活跃度稳步提升。民生银行发布企业手机银行6.0版,优化移动端工作台、消息中心、结算等服务,推出同屏服务,显著提升对公线上平台的专业化、智能化水平。

南开大学金融学教授田利辉对《证券日报》记者表示,当前上市银行在手机移动端发展呈现“双核驱动、生态融合”特征。个人手机银行以客户规模与体验升级为核心,企业手机银行聚焦专业化服务。事实上,上市银行个人手机银行与企业手机银行发展的差异在于目标与路径。个人端追求“广度与普惠”,重用用户规模与活跃度,强调便捷性与场景覆盖,企业端聚焦“深度与专业”,两者共同形成“大众服务+企业赋能”的互补生态。

构建一站式服务生态

另据记者观察,在42家A股上市银行2025年半年报中,多家银行均提到手机银行迭代升级以及鸿蒙系统适配情况进展。综合来看,上市银行正深化人工智能应用,探索各类手机银行应用场景,打造手机银行服务生态,全面提升客户线上服务质效。

据披露,邮储银行手机银行已完成鸿蒙全面适配,推出“免安装、即点即用”的账户查询、转账汇款等高频服务;中国银行正式发布企业手机银行鸿蒙版,新增外汇专区服务,支持个人金融数字化转型,推动个人账户开户、变更、销户流程优化;建设银行释放鸿蒙移动App和小程序框架,支持个人手机银行、建行生活等11个建行App鸿蒙适配;平安银行持续升级国产系统“鸿蒙”版本App功能,不断迭代面向老年客群的适老化版本和面向外籍人士的多语言版本,重点强化电诈提醒、信息保护等,优化线上使用体验。

升级后的手机银行使用更加便利,且有助于提升银行经营能力。比如,农业银行发布掌上银行10.1版,升级平台功能,截至今年6月末,农业银行掌上银行月活跃客户数(MAU)为2.63亿户,较2024年末增加1237万户;中国银行个人手机银行月活客户数达9759万户;邮储银行手机银行月活客户数突破8100万户;交通银行个人手机银行月活客户数为4912.28万户,同比增幅8.63%;兴业银行手机银行月活客户数同比增长8.40%。

“当前上市银行在手机移动端呈现出现规模扩张与价值深化并重的趋势,适配鸿蒙系统成标配,数字化转型从工具升级迈向生态竞争。”田利辉表示,这背后有三重因素:一是政策引导;二是用户需求升级;三是技术红利,鸿蒙系统提升流畅度与生态兼容性,助力银行构建差异化壁垒。

整体来看,上市银行手机银行的升级换代存在一个共同特征,即聚焦客户需求,强调生态化发展并把服务做“精”,让用户体验更轻简。例如,浦发银行推出极简开户、线上测额等便捷服务,以平台服务强化引导账户开立和信贷产品激活;细化客群分层分类,针对引入期、活跃期、浅眠期等不同阶段的客群定制相配套的产品包、服务包和权益包,推动用户持续增长和流量转化。光大银行深入构建智能化、生态化线上客户经营矩阵,手机银行强化财富管理功能服务建设,推进基金、私募、贷款、信用卡等频道改版升级。

“下一步,银行仍需构建可持续的用户体验管理体系,全面提升手机银行客户体验。”易观千帆金融行业咨询专家王细梅告诉《证券日报》记者,建议银行布局以AI手机为调度中心的全终端智能化体系,支持用户泛在化连接及银行跨终端经营。同时提升大模型与中台能力,通过多模态技术与原子化服务支持用户自主编排个性化金融方案,并基于动态界面渲染实现“千人千面”的服务体验,以此打造用户自驱、前后端协同的智慧金融新范式。

整体来看,上市银行手机银行的升级换代存在一个共同特征,即聚焦客户需求,强调生态化发展并把服务做“精”,让用户体验更轻简。例如,浦发银行推出极简开户、线上测额等便捷服务,以平台服务强化引导账户开立和信贷产品激活;细化客群分层分类,针对引入期、活跃期、浅眠期等不同阶段的客群定制相配套的产品包、服务包和权益包,推动用户持续增长和流量转化。光大银行深入构建智能化、生态化线上客户经营矩阵,手机银行强化财富管理功能服务建设,推进基金、私募、贷款、信用卡等频道改版升级。

整体来看,上市银行手机银行的升级换代存在一个共同特征,即聚焦客户需求,强调生态化发展并把服务做“精”,让用户体验更轻简。例如,浦发银行推出极简开户、线上测额等便捷服务,以平台服务强化引导账户开立和信贷产品激活;细化客群分层分类,针对引入期、活跃期、浅眠期等不同阶段的客群定制相配套的产品包、服务包和权益包,推动用户持续增长和流量转化。光大银行深入构建智能化、生态化线上客户经营矩阵,手机银行强化财富管理功能服务建设,推进基金、私募、贷款、信用卡等频道改版升级。

星辰智能拿下千台级订单 人形机器人商业化提速

■本报记者 刘晓一

继上海智元新创技术有限公司(以下简称“智元”)、杭州宇树科技股份有限公司(以下简称“宇树”)、深圳市优必选科技有限公司(以下简称“优必选”)接连拿下大额订单之后,又一家机器人公司在商业化层面取得突破。

9月2日,星辰智能(深圳)有限公司(以下简称“星辰智能”)宣布与上海仙工智能科技股份有限公司(以下简称“仙工智能”)达成人形机器人千台级订单合作,计划在未来两年内分阶段部署上千台AI机器人,用于工业、制造、仓储、物流等场景。

核心技术协同

据记者了解,此次合作将以“核心部件+整机应用”的协同模式构建AI机器人平台。作为全球

领先的以控制器系统为核心的智能机器人公司,仙工智能将凭借其控制技术,提供工业级的可靠性保障和成本优势。同时,借助本次合作提供的真实工业环境规模化“实验场”,星辰智能也将实现“本体—数据—模型—应用”的平台正循环迭代,让技术与场景需求形成动态适配。

“公司是业内首个实现绳驱AI机器人量产的企业。”星辰智能相关人士向《证券日报》记者表示,与传统电机驱动关节不同,绳驱AI机器人独特的绳驱传动技术能模拟人类肌腱的丝滑用力方式,具备高动态响应、高灵巧操作、高交互安全等优势。这种技术突破让机器人能完成传统刚性机器人无法胜任的任务,如在工业场景中精准完成物料配送、装配搬运等复杂操作,为人形机器人的规模化落地奠定技术基础。

据了解,未来除了在工业、物

流等场景部署,星辰智能与仙工智能还将联合研发工业AI机器人产品,探索机器人控制、绳驱传动、AI与机器人软硬件协同等前沿技术。

订单交付“竞速”

国海证券研报显示,人形机器人被视为工业4.0核心载体,预计2030年中国市场规模将达50亿美元。

当下,人形机器人行业订单规模与合作深度持续突破,多家头部企业皆已锁定大额订单。

比如,优必选在工业领域动作频频,近期不仅中标宽亿(上海)汽车科技有限公司9051.15万元机器人设备采购项目,还与国际投资机构Infini Capital签署10亿美元战略合作伙伴关系协议,计划成

立中东合资公司,建设超级工厂与研发中心,进一步拓展全球市场。

天大机器人有限公司联合山东未来机器人技术有限公司等合作伙伴,签署全球首个具身智能人形机器人10000台订单,创下该领域有史以来数量最大的单笔订单纪录。智元与宇树也联合中标中国移动旗下公司“人形双足机器人代工服务采购项目”,总金额达1.24亿元,成为行业重要标杆案例。

交付层面,各企业也正进行产能爬坡与履约能力的“竞速”。在全球首个人形机器人半程马拉松赛上“走红”的松延动力(北京)科技有限公司表现尤为突出,7月份实现量产交付105台人形机器人,其中N2型号92台,E1型号13台,环比增长176%,创下成立以来最高交付纪录,而该公司启动量产

