

兰剑智能斩获1.38亿元智能仓储大单

■本报记者 王 僊

11月2日晚,兰剑智能科技股份有限公司(以下简称“兰剑智能”)发布公告称,公司与九号(珠海)科技有限公司签订成品立体库建设合同,合同金额为1.38亿元(含税),预计将对公司2026年度业绩产生积极影响。

兰剑智能能够在激烈的市场竞争中斩获大额订单,离不开公司在智慧物流装备领域持续的研发投入与技术积累。在近日举办的CeMAT ASIA 2025亚洲物流展(以下简称“亚洲物流展”)上,兰剑智能所展示的“三位一体”全流程智慧物流系统与具身智能机器人等前沿技术,便成为行业关注的焦点。

着力布局智慧物流

在亚洲物流展上,近400平方米的展区内,兰剑智能实景演示了覆盖“托盘级、料箱级、单品级”全品类物料的智慧物流系统。其中,料箱物流机器人如“蜘蛛”一般在货架“丛林”中灵活穿梭,前沿的具身智能机器人替代人工对物流件进行精准拆零拣选,生动展现了该公司在高柔性、高密度和绿色化仓储物流方面的技术实力。

兰剑智能高级副总裁沈长鹏博士在接受《证券日报》记者采访时表示,公司推出的“蜘蛛侠”料箱穿梭机器人系统、托盘四向车密集系统等解决方案采用“上存下拣”模式,“蜘蛛侠”料箱穿梭机器人将提升机集成于车体,托盘四向车密集库则将提升机内嵌于货架,显著提升了空间利用率

和部署效率,特别适合老旧厂房及不规则空间的改造需求。

尤为值得关注的是,兰剑智能将具身智能机器人深度融入物流拣选环节。从精准执行拆零拣选的轮式双臂机器人,到展示复杂作业潜力的双足人形机器人,一系列实景演示拓展了智慧仓储的未来想象空间。

今年8月底,兰剑智能与山东大学共同成立“物流具身智能机器人研究院”,推进具身智能在物流细分场景中的研发与产业化落地。沈长鹏透露,他们推进的双足人形机器人工业应用的场景有望在2026年进入实际应用阶段。

中关村物联网产业联盟副秘书长袁帅对《证券日报》记者表示,兰剑智能布局具身智能机器人是“顺应行业趋势、提升竞争力的明智之举”,其在提升分拣效率、降低长期人力成本方面具备显著优势。随着技术的不断进步与成本的逐步降低,具身智能机器人有望在更多物流场景中得到普及,成为智慧物流发展的重要驱动力。

东兴证券最新研报认为,具身智能机器人有望实现从“预设逻辑”到“自主决策”、从“单体智能”到“群体智能”的根本转变。AI技术普及将进一步推动物流行业向技术密集型转型,兰剑智能有望凭借其技术迭代速度与规模化落地能力扩大市场份额。

业绩稳健增长

在技术持续突破的同时,兰剑智能的业绩也实现稳健增长。兰剑智能2025年三季报显示,该公司



前三季度实现营业收入11.31亿元,同比增长35.68%;归属于上市公司股东的净利润9374.97万元,同比增长47.54%。

为把握市场机遇,兰剑智能正积极扩充产能。该公司位于山东省临邑县的“机器人制造中心建设项目”已开工建设,作为300亩“超级未来工厂”的第四期工程,该项目将聚焦于智能物流机器人及具身智能机器人的生产制造,为后续规模增长提供支撑。

沈长鹏表示,在当前市场环境下,智能物流已从“可选项”转变为

企业高质量发展的“必选项”。“特别是在新能源、跨境电商等领域需求快速增长,传统制造业也加速智能化转型的背景下,市场对柔性化、低碳化智能仓储系统的需求正在急剧释放。”

袁帅表示,“人工智能+”国家战略正推动物流行业向智能化、自动化、数字化深度转型。“具备强大技术研发能力与数据积累的企业将脱颖而出,不仅在国内市场占据主导,也有望在中国制造‘出海’浪潮中赢得更广阔空间。”

对于兰剑智能而言,海外市场

已成为推动其业绩快速增长的重要助力。今年上半年,兰剑智能海外收入达5628.13万元,同比激增164.1%。

今年7月份,兰剑智能与国际权威认证机构SGS公司(通标标准技术服务有限公司)达成战略合作,SGS将全力协助公司完成其智能物流机器人,从关键元器件、单机产品到整体系统解决方案的欧盟、北美、澳大利亚等国际主流市场的强制性认证,进一步提升产品安全性和稳定性,这也有望加速公司全球业务布局取得新突破。

建科智能：以“技术攻坚”为核心驱动力

■本报记者 桂小笋

近日,建科智能装备制造(天津)股份有限公司(以下简称“建科智能”)正式对外推出智能全自动钢筋桁架焊接机器人。

建科智能副总经理、董事会秘书林琳在接受《证券日报》记者采访时介绍:“我公司将‘技术攻坚’作为核心驱动力,目标实现‘从单机智能到集群协同’的代际突破,精准响应行业对高质量、高效率的新需求。”

据了解,建科智能正围绕技术研发突破、绿色全生命周期管理及全球战略升级三大核心方向,通过从“单机智能到集群协同”的技术跨越、“全链条低碳”的模式创新及“全球价值落地”的战略升级,持续巩固行业领先地位,打造多维度增长曲线。

面对行业发展及政策对科技创

新与产业创新深度融合的要求,林琳表示,建科智能将“技术攻坚”作为核心驱动力,构建以AI、大数据与装备集成为支柱的“技术攻坚三角”体系。

在具体攻关方向上,“机器人组合集群”技术落地成为关键抓手。针对基建、装配式建筑等场景的高效施工痛点,建科智能将重点突破大型智能化钢筋加工机器人组合集群核心技术,通过自主研发的智能体平台,实现集群内设备的动态调度与数据互联互通。例如,智能钢筋调直机器人、智能钢筋网焊接机器人集群等设备将通过物联网实时共享生产数据参数,由AI算法自动匹配施工进度调整产能,此举预计将显著提升客户钢筋加工综合效率,同时降低不良品率,为行业智能化施工树立新标杆。

AI与大数据的场景化渗透则进

一步强化了“设备智慧大脑”能力。建科智能计划基于工业大模型,一方面通过RAG技术与专业知识库优化智能体决策,实现从“设备运维预警”到“工艺参数优化”的全流程智能辅助;另一方面升级5G智能检测系统,打通设备运行、施工质量与项目管理数据,形成“生产、检测、反馈”不同环节间的数据闭环,为客户提供“定制化生产方案+全周期数据服务”的组合价值,推动行业从“设备供给”向“数据驱动服务”转型。

研发体系的矩阵化支撑为技术突破保驾护航。依托“技术研发中心+创新中心+实验室”的架构,建科智能将持续布局先进装备迭代研发,并借助国内重大项目平台加速成果转化,确保在智能化钢筋加工机器人装备领域的全球技术领跑地位。

绿色低碳作为经济和科技发展

的重要底色,已深度融入建科智能发展战略。林琳表示:“我公司将绿色目标拆解为‘研发、生产、交付、服务’全链条行动,核心是实现‘产品全生命周期碳排放下降’。”

依托当前产品覆盖100多个国家和地区、外销占比持续提升的基础,建科智能未来的全球战略将实现从“广度覆盖”到“深度扎根”的转型,构建“双市场+双产品”的新增长曲线,推动“中国智造”赋能全球基建。

在采访中,记者了解到,区域定制化市场突破成为建科智能全球化的核心策略。

林琳向记者介绍了“全球市场二分法”,针对“一带一路”新兴市场,研发模块化快速施工经济型装备,并组建本地化服务团队,快速响应新兴市场的基建需求;面向欧美等发达国家市场,重点推广智能

减碳定制型装备,通过产品技术升级打入高端基建供应链,实现从“产品输出”到“技术认可”的跨越。

“装备销售”向“服务输出”的延伸则打造了第二增长极。建科智能计划推出“钢筋加工智能工厂整体解决方案”,依托自主研发的BIM信息管理平台与机器人组合集群,为海外客户提供“厂房设计、设备部署、数据运维”一体化服务,实现从单一设备销售到全链条服务的转型,开辟新的业绩增长空间。

“未来,我公司将锚定‘技术引领、全球布局、可持续发展’三大战略方向,通过持续强化技术研发、优化产品矩阵、深化国际合作,进一步巩固国内行业龙头地位,加速拓展‘一带一路’沿线市场,推动中国智造技术深度赋能全球基建领域,真正实现‘中国智造,筑梦全球’的愿景。”林琳说。

“AI+国风”推动新型玩具出口订单大幅增长

■本报记者 贾 丽

在全球玩具市场格局深刻变革的当下,中国玩具产业凭借人工智能(AI)技术赋能与国潮文化创新,掀起一轮强劲的“出海”浪潮。《证券日报》记者了解到,以AI玩具、编程教育为代表的新型玩具出口订单大幅增长,部分企业订单已排产至明年一季度,成为外贸出口中的一抹亮色。

“今年海外客户‘追新’的趋势特别明显,尤其是融合AI功能的玩具,经常是产品一到港口就被经销商抢购一空。”广东启梦玩具实业有限公司总经理詹俊炎告诉《证券日报》记者,公司生产的AI智能宠物、编程机器人等产品,今年以来出口量同比增长超过200%。

这不是个别现象。在“玩具之都”广东汕头澄海,不少玩具企业的生产线正满负荷运转。我国是全球最大的玩具生产和出口国,有“玩具之都”之称的广东汕头澄海,在全球玩具市场占有率达到60%。澄海玩具协会会长黄逸贤向《证券日报》记者介绍,当地规模以上玩具企业今年AI类玩具的出口占比已从去年不足10%提升至目前30%左右,智能玩具正在重塑澄海玩具的出口结构。

AI玩具大受欢迎

“我们的订单已经排到了明年3月份,现在最发愁的是产能跟不上

需求。”广东伟力智能科技有限公司负责人告诉《证券日报》记者,公司今年推出的AI编程积木机器人系列在欧美市场大受欢迎,单月出口货柜量从年初20条增加到目前50条。

而AI大模型玩具在市场上也有了一席之地,并带火相关企业的产品。深圳市蓝朗创新科技有限公司负责人对《证券日报》记者表示,公司生产的宇航员AI大模型植入DeepSeek,可以自建智能体,在大模型火了之后,订单也出现暴涨。AI启智、陪伴教育类的玩具最受欢迎,今年AI玩具整体的订单量较去年同期增长超230%。

今年初以来,AI玩具的出彩表现一直在延续。《2025中国AI玩具产业发展报告》显示,2025年上半年,国内AI玩具市场销售额突破300亿元,同比增长65%。

据海关总署统计,今年前三季度,我国出口节日用品、玩偶、动物造型玩具超过500亿元,销往全球200多个国家和地区,其中许多都属于国货品牌。近年来,不少国货潮品成为全球爆款,受到海外消费者青睐,成为我国外贸出口新亮点。

面对激增的市场需求,玩具企业纷纷加大研发投入和产能扩张。

“我们不再满足于简单的来样加工,而是组建了自己的AI算法团队,针对不同年龄段儿童开发差异化的交互内容。”广州炫动科技有限公司董事长周宇表示,公司已将AI玩具生产线从2条扩充到5条,

研发人员占比从10%提升到20%。

日前,义乌国际商贸城的一位代理商表示,其代理的AI恐龙玩具“霸霸龙”,一天之内就卖出了超过五千单,订单源源不断地涌向东南亚。他透露,“AI恐龙系列产品在海外众筹平台上线一周就获得了超出预期的预售额,目前生产企业正在加紧量产。”

上市公司纵深布局

AI玩具的热潮也带动了整个产业链的发展,相关上市公司纷纷加大布局力度。

星辉互动娱乐股份有限公司相关负责人告诉《证券日报》记者,公司已将AI玩具作为战略发展方向,今年推出了多款融合AR技术和AI交互的玩具产品。

奥飞娱乐股份有限公司(以下简称“奥飞娱乐”)今年成立了专门的AI玩具事业部,并与多所高校建立联合实验室。奥飞娱乐董秘办人士透露,AI玩具的业务收入占比正在持续提升,市场需求也在增长,公司正在AI+IP应用端加速打造产品。

广东高乐股份有限公司(以下简称“高乐股份”)通过并购方式加速布局AI玩具。高乐股份表示,正在深化“玩具+科技”双主线战略,通过IP资源整合与智能技术融合,推动业务结构升级。公司已与近百个国家和地区的数百家客户建立了业

务往来,有利于产品迅速销往全球各地。

此外,智能制造企业也在向玩具产业渗透。深圳市优必选科技股份有限公司推出了多款面向海外市场的AI教育机器人。公司相关负责人表示,今年海外销售额有望实现快速增长。

融入中国文化元素

值得注意的是,今年AI玩具“出海”的一个显著特点是国潮文化与智能科技的创新融合。

在澄海玩具产业带,一款融合中国武术元素的AI智能机甲在海外视频平台走红,单条测评视频播放量超过500万,直接带动该产品在北美市场脱销。

“我们将中国功夫的招式编程进AI芯片,孩子可以通过手势控制机甲做出不同的武术动作,同时在交互中学习简单的中文指令。”这款产品的设计者负责人告诉《证券日报》记者,文化差异不再是障碍,反而成为产品的独特卖点。

中国人工智能学会理事汪镠对《证券日报》记者表示,中国玩具企业正在从“制造”向“智造”转型,通过将中国传统文化元素与人工智能等新技术相结合,形成了独特的国际竞争力。

AI玩具的快速发展,离不开政策支持与技术突破的双重驱动。

2025年9月份,《广东省加快推

动人工智能赋能玩具产业行动方案(2025—2027年)》正式印发,其中明确提出,到2027年,全省规模以上玩具产业营业收入达1000亿元,AI玩具渗透率达30%以上,产业集群竞争力增强,形成汕头、东莞、深圳等高水平玩具产业集群,培育5家以上具有国际竞争力的AI玩具领军企业。

在技术层面,AI语音识别、计算机视觉、情感计算等技术的成熟,为智能玩具创新提供了可能。汪镠表示,中国在智能玩具领域具有产业链完整、市场响应快、制造能力强等优势,但在核心算法、芯片设计等方面仍有提升空间。

他认为,AI玩具出口的快速增长是中国制造业转型升级的缩影。从简单加工到智能创造,从贴牌生产到自主品牌,中国玩具的“出海”之路正是中国制造向中国智造转变的生动体现。企业需要密切关注各国在数据安全、人工智能应用等方面的法规变化,提前做好合规准备。

随着年终购物季的到来,AI玩具出口热潮还将持续。业内分析人士认为,越来越多的玩具企业开始布局明年新品,具身智能玩具、AI陪伴机器人等智能化的产品有望成为下一轮增长点。

在全球玩具产业智能化浪潮中,中国玩具企业凭借敏锐的市场嗅觉、快速的产品迭代能力和完整的产业链优势,抢占先机,让“中国智造”的玩具产品成为国际市场上的一张新名片。

温氏股份启动实施“出海”计划

■本报记者 丁 蓉

近日,温氏食品集团股份有限公司(以下简称“温氏股份”)召开上市十周年之投资者走进温氏股份交流会,温氏股份董事、总裁黎少松向包括《证券日报》记者在内的媒体记者以及投资者表示:“公司已经看到海外市场机遇,位于东南亚的越南将成为温氏股份业务‘出海’的首站和桥头堡。在鸡、猪两大主业中,公司将推动中华土鸡率先‘出海’。未来海外市场大有可为。”

除了温氏股份以外,牧原食品股份有限公司(以下简称“牧原股份”)、新希望六和股份有限公司(以下简称“新希望”)都已实施“出海”计划。

深圳市管理咨询行业协会出海服务业委员会主任郑磊在接受《证券日报》记者采访时表示:“对于头部养殖企业而言,‘出海’不仅关乎增量市场,更是跳出周期、输出商业模式、获得资本溢价的重要战略支点。”

已有42年创业历史的温氏股份,2024年内鸡销售量突破12亿只,稳居亚洲第一;猪肉年销售量达3018.3万头,成为全国第二家突破3000万头销量的企业。在上市十周年之际,温氏股份宣布了“扬帆出海”的新目标。

温氏股份副总裁、董秘蒋荣金向《证券日报》记者表示:“公司已明确‘出海’计划,现已组织专项业务团队,根据时间表持续推进‘出海’计划的实施。”

据悉,温氏股份将先推动中华土鸡业务“出海”,待模式跑通,再推动肉猪业务“出海”。目前已有来自马来西亚、印度尼西亚的企业向温氏股份抛出合作的橄榄枝。

牧原股份也瞄准了东南亚市场。今年上半年,在越南非洲猪瘟较为严重的情况下,牧原股份通过轻资产模式,对合作企业进行技术服务、人员培训,帮助其提升生物安全水平,使得合作企业疫病防控效果明显提升。这表明牧原股份此前积累的经验能够在海外进行复制与落地。

近日,牧原股份在接受机构等投资者调研时表示:“公司希望充分把握海外市场的发展机遇,为业务开拓新的增长空间。公司已与BAF越南农业股份公司签署合作协议,双方将在越南建设并运营楼房养殖项目。与海外合作伙伴共同在当地落地项目会是公司未来几年海外资本开支的方向。”

苏商银行特约研究员付一夫在接受《证券日报》记者采访时表示:“养殖企业选择东南亚市场,一是因为东南亚地理位置邻近中国,物流和运输成本较低;二是东南亚国家气候适宜养殖业发展,饲料资源丰富;三是当地市场需求旺盛。”

事实上,我国养殖企业的海外布局早已启动。早在1999年,新希望就在越南建立了第一家海外饲料公司。截至2025年6月末,新希望已经在15个国家和地区经营着60多家分子公司。通过长期的海外经营,新希望把国内先进的配方采购能力复制到海外市场,同时在生产、销售等环节利用当地人提高效率,降低人力成本。

“我国头部养殖企业各展所长,把在国内已经验证的技术与成本优势复制到具有高增长潜力的海外市场,将有利于打开新的成长空间。”郑磊表示。

中通快递四大新中心投入运行

■本报记者 肖 伟

11月3日,中通快递股份有限公司(以下简称“中通快递”)在其官方微信公众号“中通之声”发布消息称,在今年“双11”旺季期间,中通快递旗下的北方总部(廊坊中心)、西南总部(简阳中心)、吉林长春转运中心、广西壮族自冶区桂林转运中心正式投入运营。这些集智能分拣、仓储配送、区域结算于一体的物流枢纽,正以智能化、高效化的物流服务,为地区的经济社会发展注入新活力。该公司统计数据表明,四大中心整体提升各地区快件时效2小时至6小时,其中廊坊中心在旺季日均处理包裹量可达1200万件。

中通快递工作人员向《证券日报》记者表示:“廊坊中心常态日均快件吞吐量可达500万件,旺季单日可实现1200万件规模日处理量,预计年处理快递量达35亿件,带动就业5000人。廊坊中心作为中通快递辐射北方区域的核心智慧供应链节点,将进一步提升京津冀区域旺季快递服务水平。此次‘双11’是检验廊坊中心工作效率的关键窗口期。”

今年“双11”提前启幕,10月23日,简阳中心进港业务量超过440万件,迎来“双11”的首波进港快递业务高峰。

长春转运中心于近日投入运行,日均快件处理量可达300万件,带动1800人就业,整体构建辐射东北地区的立体物流网络。广西壮族自治区桂林转运中心也于近日投入运行,日均进港处理能力可达110万票,同时还将承担广西壮族自治区及周边省份快递中转,西南地区与珠三角、长三角的物流连接功能,助力提升西南、华南区域时效与服务竞争力。

湖南大学经济与贸易学院副教授曹二保教授向《证券日报》记者表示:“中通快递在‘双11’到来时启用新中心,是推动其‘规模扩张+技术升级’战略的关键落子。这一举措不仅是中通快递应对短期物流高峰的应急方案,更是中通快递从‘单一规模领先’向‘全面质量领先’转型的重要标志。”