

商业航天产业规模化提速

■本报记者 李万晨曦

2月4日,北京天兵科技有限公司(以下简称“天兵科技”)官微宣布,其酒泉卫星测发技术厂房于近日通过预验收评审。作为国内商业航天首个卫星测发技术厂房,其标志着天兵科技“一箭36星”规模化发射全流程实现闭环,我国卫星互联网组网任务全线推进。

“该厂房是商业航天发射保障环节的专用新型基础设施,标志着我国商业航天在专用测发基础设施建设领域,成功迈出了从‘技术验证’向‘工程化应用’转型的关键一步,为行业探索规模化运营模式提供了参考。”北京智帆海岸营销顾问有限责任公司首席顾问梁振鹏在接受《证券日报》记者采访时表示,“当前我国商业航天正处于规模化发展关键跃升期,以天兵科技为代表的企业在发射基建与运载能力方面持续突破,叠加技术、资本、政策多重利好,行业有望迎来真正的爆发期。”

政策、技术、资本共振

据天兵科技介绍,酒泉卫星测发技术厂房与天兵科技即将首飞的天龙三号火箭及其“一箭36星”群发能力密切相关。该厂房将与已完成箭地合练的75米级发射支持设备协同,构建起我国商业航天领域规模最大、功能最完备的商业发射基础设施集群,未来可将单箭发射效率提升100%,组网成本降低30%以上,保障每年60次以上的高频发射能力。

“我国商业航天已完成技术验证与基础设施建设,行业正处于从技术验证、单点突破,迈向规模化、商业化、全链路闭环的关键

跨越阶段。”北京艾文智略投资管理有限公司首席投资官曹轍在接受《证券日报》记者采访时表示。

事实上,2025年以来我国商业航天发射频次已呈现密集态势。国家航天局数据显示,2025年全年完成发射50次,其中,商业运载火箭发射25次;海南商业航天发射场投入使用并实施9次发射,建成以来累计完成10次发射;其他商业卫星发射16次。全年入轨商业卫星311颗,占我国全年入轨卫星总数的84%。

政策层面持续为产业规模化发展保驾护航。今年1月份,北京市经济和信息化局发布的《北京市关于促进商业卫星遥感数据资源开发利用的若干措施(2026-2030年)》,提出“加强遥感数据资源基础能力建设”“加强遥感数据资源共性支撑能力建设”等具体措施。据上海市人民政府官网近日发布的消息,上海正全力打造全国商业航天产业高地,力争到2027年产业规模达到1000亿元左右。

2024年、2025年商业航天连续两年被写入《政府工作报告》。2025年11月份国家航天局印发的《国家航天局推进商业航天高质量发展安全发展行动计划(2025—2027年)》明确提出,到2027年,商业航天产业生态高效协同,科研生产安全有序,产业规模显著壮大。

技术突破为商业航天规模化落地注入核心动力。例如,在可重复使用运载火箭技术方面,朱雀三号重复使用运载火箭完成首飞,实现二子级成功入轨,开展一子级再入返回等核心技术验证。

资本市场的持续升温,则为商业航天规模化发展注入强劲动能。根据《中国商业航天产业发展报告(2025)》,2025年商业航天行业融资总额达186亿元,同比增

国家航天局数据显示

2025年全年完成发射50次

其中,商业运载火箭发射25次

海南商业航天发射场投入使用

并实施9次发射,建成以来累计

完成10次发射;其他商业

卫星发射16次

长32%。证监会官网显示,北京星河动力航天科技股份有限公司、天兵科技等商业航天企业已更新IPO辅导进展。

盘古智库(北京)信息咨询有限公司高级研究员余丰慧在接受《证券日报》记者采访时表示,我国商业航天正进入需求侧牵引、供给侧支撑双向发力的关键阶段。产业从专用场景加速向卫星通信等大众消费市场渗透,以技术迭代与模式创新拓宽应用边界、降低使用门槛,为规模化应用筑牢基础。

“在政策、技术与资本等多重驱动下,我国商业航天产业规模持续扩容,应用场景不断向纵深拓展。”北京科方得科技发展有限公司研究负责人张新原在接受《证券日报》记者采访时表示,“随

着低轨星座组网提速,火箭可回收技术迭代与空天地网络贯通,商业航天规模化发展的步伐将进一步加快。”

上市企业加码布局

商业航天产业规模化加速推进,为产业链上下游企业带来广阔发展机遇。在此背景下,卫星制造、火箭配套、核心元器件等领域上市公司纷纷主动布局,通过技术创新与产能扩张,抢抓市场机遇。

江苏卓胜微电子股份有限公司相关负责人表示,目前,公司已具备提供卫星终端产品、应用以及解决方案等能力,成为智能终端接入星网等商业航天网络的关键供应商之一,并已有适用NTN标

准的射频前端芯片等产品。

贵州航天电器股份有限公司相关负责人表示,2025年公司来自商业航天领域的订单有较快增长,订单量占公司当年订单总额的2%左右。

浙江众合科技股份有限公司相关负责人表示,目前公司在低轨卫星、商业航天领域的布局主要包含软件及硬件产品,其中MBSE建模仿真软件产品主要助力用户快速研发卫星产品,赋能卫星星座建设,目前已经产生销售收入。

国研新经济研究院创始院长朱克力在接受《证券日报》记者采访时表示,商业航天产业链上市企业应聚焦核心技术攻坚,加速卫星与火箭标准化、模块化、量产化创新;强化产业链协同,拓展卫星通信、遥感应用、地面终端等商业化场景,以技术优势与规模化订单支撑业绩兑现,抢占行业增长红利。

多家上市公司回应太空光伏相关业务布局

■本报记者 丁 蓉

近日,资本市场对“太空光伏”这一概念的关注度显著提升,相关个股表现活跃。2月5日,晶科能源股份有限公司(以下简称“晶科能源”)、双良节能系统股份有限公司(以下简称“双良节能”)、国晟安科技股份有限公司(以下简称“国晟科技”)、青岛高测科技股份有限公司(以下简称“高测股份”)纷纷发布公告,澄清业务情况并提示投资风险。

厦门大学中国能源政策研究院院长林伯强在接受《证券日报》记者采访时表示:“太空光伏早期是在航天器或卫星上搭载光伏组件,将太阳能转化为电能后供应给航天器或卫星。展望未来,要通过

太空光伏技术收集太阳能为太空数据中心供能甚至传回地面使用,这些图景的实现,需要在关键技术、降低成本等方面有大量突破。”

具体来看,晶科能源2月5日发布的股票交易异常波动公告显示,该公司在2月2日至4日连续3个交易日收盘价格涨幅偏离值累计达到30%。市场传闻,马斯克团队近期走访了中国多家光伏企业,该公司与马斯克考察团有接触。经核实,截至目前,晶科能源未与相关团队开展任何合作,亦未签署任何框架性协议或正式协议,没有在手订单。

晶科能源方面表示:“目前‘太空光伏’尚处于技术初步探索阶段,产业化进程受技术发展、行业政策、市场环境等多方面因素影

响,未来技术应用与产业化落地仍需要一定的时间周期。截至目前,公司主营业务仍聚焦于地面光伏领域,公司未有涉及‘太空光伏’的订单收入,未对公司经营业绩造成影响。”

国晟科技发布股票交易异常波动公告称,公司目前不涉及太空光伏相关业务,未与相关团队开展合作,未签署任何框架性协议或正式协议,未产生相关订单和形成相关收入,未对公司经营业绩造成影响。高测股份在公告中提醒广大投资者,应充分认识股票市场的

风险,切勿盲目追逐市场热点,强化风险意识。

太空光伏并不是简单地“把地面光伏板搬上太空”。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:“地面光伏与太空光伏在技术、成本、应用环境上差异显著,并非简单的升级关系。太空光伏不受昼夜更替、天气变化和大气层影响,可近乎全天候获取太阳能,发电效率远高于地面光伏,但其技术复杂度极高,涉及空间运输、在轨组装、无线能量传输等跨领域技术,成本也更高。”

交银国际证券有限公司发布的研报显示,区别于地面光伏仅以转换效率、成本为核心,太空光伏电池选型需以各轨道极端环境适配性为底层前提,同时结合低轨大

型星座规模化组网的需求,平衡光电效率、结构可靠性与制造成本,选型指标与太空轨道威胁高度绑定。而太空各轨道的独特环境威胁,更是直接决定了光伏电池的性能设计底线与工艺改良方向。

华鑫证券有限责任公司研报表示,太空光伏需求的核心驱动力来自商业航天发展与人工智能算力需求。无论是当前的低轨卫星,还是未来可能的太空数据中心建设,光伏均是不可或缺的供电方案。

林伯强表示:“太空光伏技术的发展仍处于初期阶段,要实现大规模应用,保守估计至少需要10年。”

中国银河证券股份有限公司研报显示,随着商业航天发射成本下降与电池技术突破,太空光伏有望在未来10年至15年逐步商业化。

国轩高科拟定增募资不超过50亿元用于动力电池项目等

■本报记者 徐一鸣

2月5日晚间,国轩高科股份有限公司(以下简称“国轩高科”)发布公告称,公司拟向特定对象发行股票募集资金总额不超过50亿元,用于“年产20GWh动力电池项目”等三个项目及补充流动资金。

此外,本次发行数量不超过发行前公司总股本15%(即2.72亿

股),定价不低于定价基准日前20个交易日均价的80%,发行对象不超过35名。

上海大学悉尼工商学院讲师王雨婷对《证券日报》记者表示,本次定增是国轩高科在全球新能源汽车与储能市场高增周期下的关键动作,既锁定产能规模化扩张,也有利于巩固自身发展地位。

据了解,本次定增是国轩高科

出于行业政策、市场需求等方面的考量做出的决定。

在行业政策层面,我国支持新能源汽车、动力电池及储能行业发展的政策相继出台,这既为行业发展提供了政策保障,也对电池企业的技术实力、产能规模提出了更高要求,本次定增募资除了契合国家发展导向以外,也是该公司践行绿色发展理念的具体体现。

从市场层面来看,SNE Research数据显示,2025年上半年全球动力电池装机量504.4GWh,同比增长37.3%。其中,中国市场装机量299.6GWh,同比增长47.30%。此外,全球储能电池出货量为258GWh,同比增长106%。

可以看到,国轩高科本次扩产将匹配汽车等核心战略客户的长单需求,同时覆盖工商业储能、电

网储能等增量场景,实现动力与储能业务双线协同。

前海开源基金首席经济学家杨德龙对《证券日报》记者表示,本次定增彰显了公司对长期发展的信心,也为投资者提供了分享行业红利的契机。后续需重点关注定增审批进度、项目建设节奏及产能利用情况,这或成为公司业绩增长与估值修复的核心变量。

“与此同时,百度通过真金白银回馈股东,有助于提升估值锚定,稳定股价。更重要的是,派息与50亿美元回购形成组合拳,体现百度从‘高增长叙事’转向‘高质量回报’战略,凸显其作为成熟科技企业责任担当与长期价值兑现能力。”张毅进一步表示。

百度宣布上限50亿美元股份回购计划

■本报记者 袁传玺

2月5日,百度集团股份有限公司(以下简称“百度”)发布公告称,董事会已授权一项新股份回购计划,可回购不超过50亿美元的公司股份,有效期至2028年12月31日。董事会将定期审查回购计划并可适当调整其条款及规模。

百度表示,凭借庞大的现金储备及稳健的财务管理能力,公司通过积极主动的股东回报举措,为股东创造及持续提升长期价值。该全

新计划将以严谨及透明的方式定期执行,并以超越短期股价波动的战略重点作为指导。回购可在遵守适用法规及视乎市况的情况下通过公开市场交易以现行市价或通过其他法律允许的方式不时作出。

有行业分析师对《证券日报》记者表示,百度此次回购不仅可优化资本结构,还向市场传递了对AI业务长期价值的信心。同时,大手笔回购有助于稳定股价,增强投资者信心,也为文心大模型等高投入业务提供坚实的财务背书,彰显其

从“技术投入期”迈向“价值兑现期”的战略目标。

此外,为进一步提升股东回报,百度董事会已批准公司的普通股首次采纳股息政策,而该股息政策可能包括股息的定期及/或特别分派。百度董事会预计在2026年宣布首次发放股息。任何未来股息的宣派、时间及金额将由百度董事会根据公司的财务表现、资金需求、当前市况及董事会认为相关的其他考虑因素而酌情厘定。

百度表示,未来的股息分派将

由可持续的资金来源支持,主要来自经营利润及可能由出售非核心资产的所得款项及其他投资回报作出补充。董事会拟创建一个清晰、平衡的政策框架,能够使股东回报与公司的持续策略性增长一致。

广州艾媒数聚信息咨询服务股份有限公司CEO张毅在接受《证券日报》记者采访时表示,过去十余年,百度持续将利润再投入搜索、移动生态及AI等前沿领域,处于典型成长型企业的资本积累阶段。如今百度启动派息,表明其核心业务已

具备稳定且可预期的现金流能力,尤其是AI云与大模型商业化初见成效,此举可向市场传递“盈利可持续、财务健康”的积极信号,增强投资者信心。

“最后,渠道力是推陈出新的保障,再好的产品,没有畅通的渠道也难以转化为业绩。农牧企业发力全渠道布局,线上通过直播带货、电商专场扩大覆盖面,助力农产品销售;线下在商超、社区设置年货专区,完善流通网络。例如,唐人神、金健米业等企业通过线上线下联动,实现了销量与口碑双提升。

农牧上市公司抢抓春节消费契机

■本报记者 肖 伟

近日,长沙红星农副产品大市场人流如织、车水马龙。2月5日,《证券日报》记者在此看到,多家农牧业上市公司凭借创新产品与精准营销,成为年货市场主力军,以品质与创新抢抓春节消费契机。

唐人神集团股份有限公司(以下简称“唐人神”)作为深耕农牧业四十余年的龙头企业,围绕春节消费需求打出“传统升级+新品创新”组合拳,“唐小厨”食养产品同步上市。公司依托茶陵香乡猪养殖基地,秉持“好原料、好配方、好技术、烹饪方便”的理念,构建了唐小厨“食美味、营养好”的核心价值;同时升级工艺推出低盐健康版腊味,打造多品类年货礼盒,并推出多类新型产品,精准契合年轻消费者需求。线上线下联动发力,在商超、社区门店等设置年货专区,通过直播带货、社区团购等模式,打通产品流通“最后一公里”。

“我公司依托全产业链优势把控品质,精准贴合消费趋势,当前年货季销售态势良好。”唐人神董秘孙双胜向《证券日报》记者表示。

湖南湘佳牧业股份有限公司(以下简称“湘佳股份”)以“鲜”为核心,精心打造“鲜禽+菜品”产品矩阵。该公司依托自建养殖基地,推出高端散养禽蛋产品,主打春节滋补需求;同时加速推进智能工厂投产,实现菜品自动化、标准化生产。

“智能工厂大幅提升了产能与品质,未来我们将持续深耕冰鲜主业,打造双增长引擎。”湘佳股份董秘何业春向《证券日报》记者表示。

道道全粮油股份有限公司(以下简称“道道全”)以“健康+高端”为核心定位,通过“新品+传统”组合策略抢占食用油市场。公司重点推广采用物理冷榨工艺的东方山茶油高端新品,搭配精致礼盒,成为春节送礼热门选择;同时推出组合销售策略,以高性价比激活家庭消费市场,线上电商专场与直播带货同步发力、双向赋能。

“组合策略既有效提升了新品渗透率,也进一步巩固了传统单品的市场份额,未来我们将持续推进产品结构升级。”道道全董秘邓凯向《证券日报》记者表示。

金健米业股份有限公司(以下简称“金健米业”)作为国有粮油龙头企业,推出全品类年货产品,全面覆盖米面油与健康食品领域。对于传统粮油品类,公司严格把控原料种植与生产加工各环节,确保产品安全优质;新品端则开发“药食同源”长寿面等健康产品,精准贴合中老年消费者需求。同时,该公司打造多价位年货大礼包,线上线下多渠道同步铺货,销量实现稳步增长。

“我们既要切实保障春节市场供应,也要积极引导健康消费趋势,未来将持续深化‘粮油+健康食品’发展战略。”金健米业董秘胡靖向《证券日报》记者表示。

“这些企业精准把握消费升级趋势,从产品研发、工艺升级到渠道创新全面发力,既守住了传统品类的核心优势,又精准贴合健康化、便捷化、高端化的消费需求,实现了传统与创新的有机融合。”湖南大学经济与贸易学院副院长曹二保教授在接受《证券日报》记者采访时表示,农牧业企业的创新实践,不仅提升了自身市场竞争力,拉动了节日消费增长,更为整个农牧业高质量发展提供了可借鉴的宝贵经验,彰显了我国农牧业的强劲活力与广阔发展潜力。

记者观察

农牧企业需以“三力”筑牢发展根基

■ 肖 伟

春节将至,长沙红星农副产品大市场的热闹景象彰显出农牧业的活力,笔者走访发现,多家农牧企业正紧抓春节消费风口,以多元布局抢占市场。

笔者认为,农牧业作为民生产业,相关企业需以技术力、产品力、渠道力这“三力”筑牢发展根基,不断推陈出新,推动行业高质量发展。

首先,技术力是推陈出新的根基,是落实今年中央一号文件“提升农业科技创新效能”要求的核心抓手,也是农牧企业创新的核心方向。比如,湘佳股份加速推进智能工厂建设,通过自动化生产线实现菜品全程智能化管控,践行了农业产业现代化要求;唐人神依托全产业链技术优势,升级腊味工艺,推出低盐健康产品,呼应了提升农产品质量安全的需求。唯有深耕技术研发,才能打破发展瓶颈,为创新提供坚实保障。

其次,产品力是推陈出新的核心,更是践行中央一号文件“推进农产品精深加工,培育农业精品品牌”的关键载体。消费升级背景下,消费者的需求从“吃饱”转向“吃好、吃健康”。比如,唐人神的加热即食湘味菜、道道全的高端山茶油、金健米业的“药食同源”健康面,均精准契合消费趋势,是推动农产品精深加工的生动实践。企业兼顾传统品类升级与礼盒化设计,实现传统与创新融合,让优质产品走进更多家庭。

最后,渠道力是推陈出新的保障,再好的产品,没有畅通的渠道也难以转化为业绩。农牧企业发力全渠道布局,线上通过直播带货、电商专场扩大覆盖面,助力农产品销售;线下在商超、社区设置年货专区,完善流通网络。例如,唐人神、金健米业等企业通过线上线下联动,实现了销量与口碑双提升。

技术力、产品力、渠道力相辅相成,是农牧企业落实中央一号文件、实现高质量发展的核心支撑,春节消费市场的竞争本质上是“三力”协同的比拼。当前消费升级持续推进,企业唯有强化技术研发、深耕产品创新、优化渠道布局,推动“三力”同频共振,才能抓住节日风口、实现长期发展,为农牧业高质量发展注入动力。