

吉利汽车2025年总销量突破300万辆

吉利汽车在销量增长的同时,也呈现出经营效率改善的特征

■本报记者 刘 钊

3月18日晚间,吉利汽车控股有限公司(以下简称“吉利汽车”)发布2025年全年业绩。公告显示,公司2025年全年实现总销量302.5万辆,同比增长39%,首次突破300万辆;总收入为3452亿元,同比增长25%;核心归母净利润为144.1亿元,同比增长36%;新能源汽车销量168.8万辆,同比增长90%,年度新能源渗透率首次过半。与此同时,燃油车销量133.7万辆,同比增长4%。

“2025年,吉利汽车开启了高质量发展元年,相信接下来每次业绩发布都会开创营收和利润的新高。”吉利汽车行政总裁及执行董事桂生悦说。

2025年,吉利汽车在销量增

长的同时,也呈现出经营效率改善的特征。对头部车企而言,这种变化意味着竞争重点已不只是能否推出爆款,而是能否把多品牌、多平台、多技术路线整合成一个更高效的体系。尤其是在新能源渗透率不断提升、行业竞争日益激烈的背景下,体系能力正成为决定企业能否持续向上的关键变量。

桂生悦表示,这两年吉利新能源有两个特点:一是增长速度快;二是发展较为均衡,不仅覆盖大众化市场,也延伸到豪华和中高端市场,并在MPV、SUV等多个细分领域同步推进。

从吉利汽车2025年的业务结构看,这一判断得到印证。银河品牌全年销量123.6万辆,同比增长150%;领克品牌销量35万辆,同比

增长23%,其中新能源车销量22.8万辆;极氪品牌销量22.4万辆,在高端豪华市场继续上探。与此同时,中国星燃油车销量121.4万辆,继续保持中国自主品牌燃油车销量领先地位。新能源车快速放量与燃油车基本盘保持韧性同时存在,使吉利汽车在转型中并未形成单一路径依赖。

在能源路线方面,吉利汽车仍坚持燃油、混动、增程、纯电、甲醇并行的技术布局。这种多元路径未必是市场上最激进的打法,却在当前竞争环境中提供了更强的抗波动能力,也为企业穿越周期留出了空间。

在谈到下一阶段时,吉利汽车集团CEO、吉利汽车执行董事淦家阅把重点放在智能化、产品高端化和全球化三条主线上。按照淦家

阅的说法,未来智能化不仅涉及座舱和辅助驾驶,还要通过一个更完整的AI能力体系,调动车辆的智驾域、座舱域、底盘域和动力域,提高整车协同性。放在行业层面看,这意味着智能汽车竞争正在从单点功能竞争,转向整车智能系统能力竞争。

在产品端,淦家阅将高端化视作吉利汽车下一阶段的重要抓手。他提到,极氪8X预售开启后市场反馈较强,极氪、领克、银河和中国星之间的品牌分工也在进一步明确。对吉利汽车而言,高端化不只是单车售价提升,更关系到品牌价值、利润结构和技术认知的同步抬升。

全球化则是吉利汽车另一条清晰的增长主线。淦家阅表示,2025年吉利汽车出口42万辆,其中

新能源出口12.4万辆,同比增长240%;2026年出口目标为64万辆,内部挑战目标为75万辆。按照其表述,未来吉利汽车“出海”将从贸易型出口逐步转向研、产、供、销全链路本地化布局,并继续借助与雷诺、宝腾等合作伙伴的资源推进全球化。

“吉利汽车2025年的增长并非只是销量自然放大带来的结果,而是整合协同、产品布局优化、智能化推进和全球化提速共同作用的结果。”黄河科技学院客座教授张翔对《证券日报》记者表示。新能源竞争上半场比的是先发和速度,进入下半场之后,比拼的则是体系能力、技术沉淀、安全底线、全球经营和价值兑现能力。谁能把规模真正转化为价值,才可能在下一轮竞争中占据主动。

泡泡玛特官宣LABUBU真人动画电影计划

■本报记者 李豪悦

3月19日,北京泡泡玛特文化创意有限公司(以下简称“泡泡玛特”)与索尼影业共同宣布,双方将围绕泡泡玛特旗下核心IP形象THE MONSTERS(LABUBU)开发一部真人动画电影。

据了解,影片计划采用真人实景与CGI相结合的形式,由曾执导《帕丁顿熊》系列及《旺卡》的导演保罗·金出任导演及制片人;参与过《火星救援》的迈克尔·谢弗以及代表索尼影业监制的布里特妮·莫里斯也将加入制作团队;保罗·金还将与史蒂文·莱文森共同担任编剧。

值得一提的是,THE MONSTERS

的创作者龙家升将以执行制片人的身份深度参与,确保从平面形象到大银幕的转化过程中IP的灵魂得以保留。

泡泡玛特2025年半年报显示,包括LABUBU在内的THE MONSTERS系列在报告期内实现营收48.1亿元,同比增长668.0%,在公司总营收中的占比达到34.7%。泡泡玛特创始人王宁透露,2025年,LABUBU单一形象全年的销量超过1亿只。

LABUBU一系列商业化的成功,再次印证了爆款IP拥有持续的掘金能力。王宁在2025年中期业绩说明会上表示,公司正在积极探索乐园、数字娱乐等新业务,以IP为核心的集团化仍是公司未来发展

展的核心。

乐园方面,2024年,泡泡玛特城市乐园在北京朝阳公园正式开门迎客,成为IP沉浸式体验的重要尝试。

2025年上半年,城市乐园的客流量和收入均超过了2024年全年;数字娱乐方面,泡泡玛特此次与索尼影业合作开发LABUBU真人电影,是其迄今为大规模最大、国际化程度最高的一次内容布局;此外,泡泡玛特与动画公司合作推出的《MOLLY的怪兽大学》系列动画短片上线,被视为其内容化探索的预热。

“从乐园到动画,再到真人电影,泡泡玛特正沿着一条已被验证的路径前行,即通过零售积累用户情感,再通过内容放大IP价值,最终

形成更长的产业链条。”上海夏至良时咨询管理有限公司高级研究员杨怀玉向《证券日报》记者表示。

科尔尼管理咨询公司发布的报告表示,中国IP衍生品市场预计到2028年将增长至约7500亿元。

越来越多国内企业关注到IP这座富矿。在电影市场,2026年2月份,北京光线传媒股份有限公司董事长王长田发布内部信称,公司战略将从“一切为了电影”转向“一切为了IP”。他透露,目前公司有数十部动画电影正在以未来二三十年为周期进行开发。

在短剧和漫剧市场迎来行业爆发后,上游IP公司的核心业务收入与衍生品收入也出现增长。例如,阅文集团因手握大量影视IP资

源,2025年在线业务收入达40.5亿元,IP衍生品业务2025年整体GMV突破11亿元,相比2024年的5亿元增长超一倍,创历史新高。

“中国IP市场由来已久,只是过去主要被海外IP占据。近年来,已有越来越多本土IP开始走进大众视野。”在电影市场,泡泡玛特股份有限公司CEO张毅向《证券日报》记者表示,在“悦己经济”驱动下,IP正在成为连接情绪价值的核心载体。

中金公司发布的研报表示,中国潮玩行业正迎来从制造到本到内容升维的新时代。IP经济与潮玩赛道景气度较高,头部平台加码布局,全域融合与产业链价值重构加速。

和顺石油拟5.4亿元跨界控股奎芯科技

■本报记者 何文英

3月19日,湖南和顺石油股份有限公司(以下简称“和顺石油”)发布公告称,公司全资子公司和芯微(上海)电子有限公司(以下简称“和芯微”)将以5.4亿元现金,通过股权收购及增资方式拿下上海奎芯集成电路设计有限公司(以下简称“奎芯科技”)控制权,正式跨界切入半导体IP(知识产权)这一高景气赛道,为公司培育新的业绩增长点。

公告显示,本次交易经和顺石油第四届董事会第八次会议审议通过,关联董事回避表决,议案尚需提交公司2026年第一次临时股东大会审议。根据交易方案,和芯

微拟通过增资及受让股权的方式合计持有奎芯科技35.1105%股权,并通过受托行使MS2 Technology Limited和XCI Holding Limited分别持有的奎芯科技10.0892%和5.9108%(合计16.00%)股权对应的表决权。本次交易完成后,和芯微将成为奎芯科技第一大股东,合计控制奎芯科技51.11%的表决权。

交易完成后,奎芯科技将纳入和顺石油合并报表范围,成为其控股子公司。和顺石油将掌控奎芯科技经营、人事、财务等核心事项的决策权,其中公司委派董事将占据奎芯科技董事会席位的三分之二,财务总监也将由和顺石油推荐人员担任,确保对标的公司的有效管控。

奎芯科技成立于2021年8月份,注册资本240.96万美元,主营高速接口IP的研发与授权,提供Chiplet解决方案和高速互联产品,并配套一站式芯片定制服务,所处的半导体IP行业是集成电路产业链上游“轻资产、高壁垒、高毛利”的核心环节。经市场法评估,奎芯科技股东全部权益价值为13.55亿元。

财务数据显示,奎芯科技已实现扭亏为盈,2024年及2025年,公司营业收入分别为1.59亿元和2.12亿元,净利润分别为-1848.88万元和2064.05万元,扣非后净利润分别为-2984.14万元和1486.4万元。其核心产品竞争力突出,接口IP产品适配台积电、三星等国内外晶圆

厂5nm至55nm工艺制程,广泛应用于数据中心、人工智能、汽车电子及消费电子领域,目前已服务超60家客户,是国内少数能提供完整Chiplet解决方案的企业之一。

为保障交易安全,本次交易设置了明确的业绩承诺及补偿条款。交易对方承诺,2026年至2028年三个会计年度,奎芯科技各年度经审计的合并口径收入分别不低于4.5亿元、6亿元、7.5亿元,其中IP和高速互联产品合并口径收入分别不低于2.1亿元、2.35亿元、2.625亿元,且各年度合并口径归属于母公司股东的净利润均为正。若未达成业绩承诺,交易对方将以现金方式向和芯微进行补偿,并承

担连带责任。

和顺石油董秘马文婧对《证券日报》记者表示,本次收购是公司基于战略规划的重要布局,旨在打破原有业务边界,推动公司从传统石油零售向高科技领域转型,培育新的盈利增长点。

福州公孙策公关咨询有限公司合伙人詹军豪在接受《证券日报》记者采访时表示,和顺石油此次跨界收购,是传统企业拥抱高科技产业的有益尝试,既借助奎芯科技的技术优势切入高成长赛道,也为奎芯科技的持续发展提供资金支持,实现双方优势互补,有望为和顺石油带来长期投资回报,推动公司高质量发展。

石药控股正式入主*ST景峰

■本报记者 张晓玉

3月19日,湖南景峰医药股份有限公司(以下简称“*ST景峰”)发布公告称,公司执行重整计划转增的8.8亿股股票已从公司破产企业财产处置专用账户分别过户至全体重整投资人证券账户。石药控股集团有限公司(以下简称“石药控股”)以26%持股成为*ST景峰第一大股东,上市公司控制权正式易主。

股权交割落地

公告显示,*ST景峰以原有总股本约8.8亿股为基数,按每10股转增10股的比例实施资本公积金转增股本,共计转增约8.8亿股。转增完成后,*ST景峰总股本增至约17.6亿股。转增的8.8亿股股票不向原股东进行分配,全部由重整投资人支付现金对价受让,相应资金用于根据重整计划的规定支付破产费用、清偿各类债务、补充公司流动资金等用途。

根据公告,此次过户完成后,石药控股持有*ST景峰4.57亿股股票(占公司总股本的26.00%),成为*ST景峰第一大股东。由此,*ST景峰控股股东由叶湘武变更为石药控股,上市公司实际控制人由叶湘武变更为蔡东晨。

此外,此次过户完成后,叶湘武及其一致行动人持股比例因被动稀释变更为6.52%,仍为*ST景峰持股5%以上股东;中国长城资产管理股份有限公司持股数量因被动稀释和投资认购变更为1.34亿股,持股比例为7.6%,仍为*ST景峰持股5%以上股东。

中国企业联合会特约研究员胡麒牧在接受《证券日报》记者采访时表示,*ST景峰本次重整采用“资本公积转增+产业投资人承接”模式,未损害原股东合法权益,同时实现债务出清与资源导入。与传统财务投资人主导的重整不同,石药控股作为产业龙头入主,核心价值在于研发、生产、销售全链条赋能,而非短期套利,这对*ST景峰重整后的可持续经营能力提供了支撑。

已提出“摘星”申请

随着股票过户完成,*ST景峰重整计划已执行完毕。*ST景峰已向深交所申请撤销因被法院裁定受理重整而触及的退市风险警示(即“摘星”)。不过,由于*ST景峰2022年至2024年连续三年扣非净利润为负,并且大信会计师事务所对其2024年度财务报告出具了带有持续经营相关重大不确定性段落的无保留意见的审计报告,故*ST景峰仍存在被实施其他风险警示的情形。

根据财报,2025年前三季度,*ST景峰实现收入2.72亿元,归母净利润-4456万元。

公开数据显示,石药控股是一家集创新药物研发、生产和销售为一体的国家级创新型企业,现有资产总额839亿元,药品生产基地超过10个,销售过亿元的单品超过60个。依托纳米制剂药物、mRNA、ADC等八大技术平台,聚焦肿瘤、精神神经、心血管、免疫和呼吸、代谢及抗感染六大领域,石药控股在研创新药项目有200余个,其中大分子90余个、小分子60余个、新型制剂50余个。

石药控股预计,截至2028年年底,将有50余款新药或新适应症申报上市;现取得海外临床批件30余个,16个新产品或新适应症获得美国FDA快速通道或孤儿药资格认定,15个产品获ANDA批件;目前,石药控股海外授权项目合同总金额超350亿美元。

2022年至2024年,石药控股分别实现营业收入381.94亿元、383.7亿元和364.94亿元,分别实现净利润63.41亿元、61.63亿元和46.98亿元。

添翼数字经济智库高级研究员吴婉莹向《证券日报》记者表示,石药控股接手*ST景峰,是兼具战略协同价值与整合治理考验的举措。从战略上看,这有助于石药控股将*ST景峰在心血管、骨科等领域的产品线及常德当地原料药基地与自身产业资源整合,以打造“第二增长曲线”,同时还是石药控股通过资本市场平台整合完善业务版图的重要一步。不过,面对*ST景峰过往的亏损困境,石药控股不仅需要投入大量资金,更将长期面临资产盘活与经营重塑能力的考验。

东阿阿胶2025年年报深度解码:

以“研发重塑”破局传统困境 中药龙头的价值重估与新质生产力崛起

2025年,对于中国中医药行业而言,是传承与创新并进、挑战与机遇并存的一年。作为行业龙头企业,东阿阿胶在这一年交出了一份亮眼的答卷。

2025年,东阿阿胶实现营收67.00亿元,剔除会计重述影响,同比增长13.17%,归母净利润17.39亿元,同比增长11.67%,经营活动产生的现金流量净额22.89亿元,同比增长5.45%。然而,数字的增长仅仅是表象。透过2025年年报,我们看到的是一家百年老字号在“1238”战略主线指引下,特别是通过聚焦研发创新,完成了从“经验制药”到“科学循证”的深层次基因改造。在消费板块估值修复预期升温的关键节点,东阿阿胶凭借稳健的业绩基本面、前所未有的研发投入以及清晰的第二增长曲线,正迎来业绩与估值共振的“戴维斯双击”时刻。

中药企业从“营销驱动”转向“科技驱动”里程碑

长期以来,部分中药企业给人的印象是重营销、轻研发,依赖传统秘方而缺乏现代科学数据的支撑。然而,东阿阿胶2025年的年报彻底打破了这一刻板印象,标志着中药行业正在经历一场深刻的“研发革命”。

投入力度的空前提升,数据显示,2025年,东阿阿胶研发费用同比增长56.8%,达到2.72亿元。这一增速远超营收和利润增速,表明公司已将科技投入视为核心驱动力。2025年,东阿阿胶先后获批国家发展改革委企业技术中心、落地双院士工作站,并举办高规格的科技创新大会,汇聚三位中国工程院院士及百余位专家,这种高规格配置的研发

资源在中药行业内较为罕见。

循证医学的突破性进展,研发的核心价值在于解决“说不清、道不明”的痛点。近年来,东阿阿胶在循证医学上取得了里程碑式的成果。“复方阿胶浆治疗焦虑因性疲乏”的研究,接连斩获ASCO、SIO等国际顶级学术大奖,这意味着中药的疗效开始被国际主流医学界所接纳和赞赏。更重要的是,东阿阿胶首次从阿胶主要成分中鉴定出一种新的补血活性肽,并在国际期刊《Collagen and Leather》上发表,科学揭示了阿胶的补血机制。这一突破不仅为产品提供了坚实的科学背书,更为中医药的国际化扫清了理论障碍。

研发重要性的战略升级,东阿阿胶的实践证明,研发不仅是产品的护城河,更是品牌价值的放大器。在消费者日益理性、健康需求日益专业化的今天,唯有通过现代科技手段阐释传统智慧,才能让老字号焕发新生。研发创新已成为东阿阿胶构建新质生产力、实现高质量发展的核心引擎。

科技叙事下的“双轮驱动”新格局

在强大的研发体系支撑下,东阿阿胶成功构建了药品+健康消费品“双轮驱动”的业务增长模式。

药品端:依托循证医学成果,复方阿胶浆持续放量,尤其是在癌因性疲乏等临床领域的突破,为其打开了广阔的医疗市场空间。

消费品端:研发创新同样赋能健康消费品。公司推出的“小金条”阿胶速溶粉、男士健康系列(皇家围场1619、“壮本”肉苁蓉)等新品,均是基于对消费者需求的精准洞察和

工艺技术的创新突破。例如,通过酶解工艺优化提升产品吸收率,通过配方创新满足便捷养生需求。这些新品不仅丰富了产品矩阵,更成功吸引了年轻消费群体,实现了品牌的年轻化转型。

同时,这些创新更是东阿阿胶布局未来的直接体现,阿胶系列产品之外的第二增长曲线呼之欲出。

从“分红奶牛”到“价值管理者”的跃迁

2025年7月份,东阿阿胶完成自成立以来的首次股权激励,披露了《关于第一期限制性股票激励计划首次授予登记完成的公告》,首次授予激励对象172人,共授予95.8739万股限制性股票。此次年报显示,东阿阿胶2025年年度利润分配方案为,拟向全体股东每10股派发现金14.31元(含税),共计分配现金股利9.22亿元。叠加2025年中期分红,全年累计分红17.4亿元。本次分红落地实施后,公司自上市以来已累计分红29次,分红总额已超110亿元。而东阿阿胶2025年的组合拳,远不止于此,2025年底,东阿阿胶在资本市场上做出了一个历史性的决定:启动1-2亿元股票回购并注销。这一举措的意义远超金额本身。

首先,这是股东回报方式的重大创新。作为连续多年100%分红的“现金奶牛”,东阿阿胶此次引入回购注销机制,形成了“高分红+回购注销”的双重回馈组合拳。回购注销直接减少股本,在净利润不变的情况下,将显著提升每股收益(EPS)和净资产收益率(ROE),是成熟资本市场中最有效的市值管理手段之一。其次,这是信心的强力信号。股票回购

注销通常发生在公司股价被低估、管理层对未来盈利增长有明确预期的场景。东阿阿胶此时推出该计划,既回应了市场对价值回归的期待,也为长期投资者注入了强心剂。

从公司公布的股东人数看,近期东阿阿胶的股东人数出现了下降,筹码趋于集中。这表明在“股权激励+业绩稳健+100%分红+回购注销”的多重市值管理手段的共振下,市场分歧正在收窄,中长期资金正在重新配置东阿阿胶,市值筑底特征愈发明显。

消费复苏下的龙头溢价与戴维斯双击

当前,国内消费刺激政策密集出台,医保及集采政策呈现相对松绑态势,中医药行业迎来了政策红利期。东阿阿胶作为行业龙头企业,凭借深厚的品牌积淀、完善的产品矩阵、持续优化的渠道布局以及华润集团的生态赋能,在消费复苏的浪潮中已具备显著的先发优势。从估值角度看,消费板块在经历长时间调整后,正处于相对低位,具备较高的安全边际和反弹弹性。东阿阿胶业绩的稳健增长与估值的低位形成了鲜明的剪刀差。随着研发创新成果的持续转化,以及股东回报政策的不断优化,公司有望迎来业绩增长与估值提升的“戴维斯双击”。

2025年年报不仅是东阿阿胶的一份成绩单,更是其开启新一轮高质量发展周期的宣言书。在中医药传承创新的国家战略下,东阿阿胶正以开放的姿态、科学的精神和卓越的治理,向着“大众最信赖的滋补健康引领者”的目标稳步迈进。(CIS)