

赛力斯去年营收创新高 研发投入同比增长77.4%

■本报记者 冯雨瑶

3月30日晚间,赛力斯集团股份有限公司(以下简称“赛力斯”)发布2025年度业绩报告。报告显示,赛力斯去年实现营业收入1650.5亿元,创历史新高,同比增长13.7%;归属于上市公司股东的净利润59.6亿元,连续两年实现盈利。

报告期内,赛力斯研发投入同比增长77.4%,为技术创新与产品迭代提供坚实保障。同时,公司拟每股派发现金红利0.8元(含税),2025年合计现金分红共19亿元(含税)。

中国金融智库特邀研究员余丰慧对《证券日报》记者表示,赛力斯2025年的业绩增长主要得益于其在新能源汽车市场的持续投入与布局。“公司不仅实现了营收的显著增长,同时净利润也连续两年保持盈利状态,这表明赛力斯在产品竞争力、市场拓展及成本控制方面取得了实质性进展。”余丰慧认为,特别是研发投入大幅增长,一方面反映了赛力斯对技术创新的高度重视,另一方面也显示了公司在提升产品技术含量和用户体验方面的决心,这些都成为驱动业绩增长的关键因素。

报告显示,2025年赛力斯新能源汽车销量达472269辆,同比增长10.6%,助力全年营收创历史新高,新能源汽车毛利率达28.8%;同时,全年经营活动产生的现金流量净额达289.1亿元,现金流储备持续充裕。

赛力斯的问界系列产品引领高端市场,2025年全年累计交付超42万辆,为国内市场销量最高的中国家



赛力斯2025年实现归属于上市公司股东的净利润59.6亿元,连续两年盈利

公司供图

华品牌。其中,问界M9全年交付超11万辆,连续两年稳居50万元级车型销冠;问界M8全年交付超15万辆,稳居40万元级销量第一;全新问界M7年度交付超11万辆。

今年一季度,问界产品持续迭代升级。3月23日,新锐智慧SUV问界M6开启小订,目前订单已突破6万辆。与此同时,问界M8、问界M7迎来焕新升级,进一步丰富用户购车选择,持续夯实在新能源豪华车市场的领先地位。

作为一家科技型企业,赛力斯始终坚定“软件定义汽车”的技术路线,

坚持创新驱动,保持高强度研发投入。数据显示,2025年赛力斯研发投入达到125.1亿元,同比增长77.4%。

与此同时,赛力斯的研发人才队伍不断壮大。截至2025年末,公司研发人员达9019人,同比增长45.4%,占员工总数比例提升至41.1%,核心技术自主可控能力持续提升,不仅推动产品迭代升级,更为应对行业变革、拓展全球市场提供了坚实的技术保障。

依托高强度研发投入,赛力斯深耕电动化、智能化,相继落地了赛力斯智能安全、魔方技术平台2.0、超级

增程等创新技术成果。此外,赛力斯积极探索构建以AI+5G为基座的汽车产业大脑,广泛链接产业及社会资源,跨界融合,逐步形成覆盖全生命周期、全场景价值的智慧生态体系。

赛力斯相关负责人对记者表示:“2026年,赛力斯将坚定聚焦高端智能电动汽车主业,力争两年内实现第二个百万辆目标;在夯实国内市场基础上,加快面向海外市场的车型研发与运营体系搭建,稳步提升全球化车型的市场表现。同时,积极推进智能机器人等创新业务落地,培育长远发展的新增长。”

宇通客车2025年净利润同比增长34.94%

■本报记者 肖艳青

3月30日晚间,宇通客车股份有限公司(以下简称“宇通客车”)披露2025年年报,报告期内,该公司累计实现客车销售49518辆,同比增长5.54%;实现营业收入414.26亿元,同比增长11.31%;归属于上市公司股东的净利润为55.54亿元,同比增长34.94%。

在此基础上,宇通客车拟以总股本为基数,向全体股东每10股派发现金红利20元(含税)。2025年该公司现金分红(包括中期已分配的现金红利)总额为55.35亿元,占本年度归属于上市公司股东的净利润的99.65%。

对于净利润的显著增长,宇通客车年报表示,主要得益于海外市场

的持续开拓与深耕。随着中国客车产品国际竞争力增强,以及海外市场特别是新能源客车需求持续增长,公司不仅实现出口销量提升,销售结构也进一步优化。

国内方面,2025年中国客车行业呈现结构性分化态势,行业发展面临调整压力。客运市场受需求结构变化影响,整体需求有所下滑。而城市公交领域受益于“以旧换新”补贴政策延续和环保标准升级的双重利好,行业需求同比小幅增长。总体上,全年度国内大中型客车市场需求总量同比下降。2025年,随着全球人员流动进一步恢复,海外客车市场展现出强劲的需求反弹态势。

宇通客车业绩的增长离不开持续的研发创新。2025年,宇通客车研发支出为18.08亿元,占营业收入的

比例为4.36%,处于行业较高水平。其研发重点包括:轻客系列纯电动产品开发与升级;国内高速公路及高端T7系列新产品开发与推广;海外高端公交、高端旅游等新产品开发;新能源三电系统、Link+智能网联产品管理系统、辅助驾驶系统等新技术的开发与升级。

宇通客车产品管理部部长张同秋对《证券日报》记者表示,当前公交客运呈现小型化、适老化、网联化趋势,公司正围绕这些方向持续迭代产品,提升公交的智能化与安全水平。公路客运则朝着电动化、高端化、定制化方向发展,公司通过推出天玑S12、天骏轻客等产品,致力于提升新能源渗透率,出行舒适度与定制化服务水平,助力行业高质量发展。

宇通客车在深耕国内市场的同时,紧抓海外市场发展机遇。目前,海外市场已成为该公司最重要的增长引擎。2025年,其海外销售收入达211.08亿元,同比增长38.87%,规模超过国内销售收入。

2025年,宇通客车全年出口各类客车17149辆,同比增长22.49%,领跑行业。截至目前,该公司累计出口各类客车超13万辆,累计出口新能源客车超1.1万辆,并在英国、挪威、荷兰等60多个国家或地区形成批量销售并实现良好运营。

近年来,我国客车出口规模持续攀升。据中国客车统计信息网数据,2021年至2025年,我国大、中、轻型客车年度出口总量从2.94万辆增至7.83万辆,2025年同比增长26.68%。

中手游去年海外收入逆势增长31.6%

IP蓄水池构筑长期价值

■本报记者 李豪悦

3月30日,深圳市中手游网络科技有限公司(以下简称“中手游”)董事长兼CEO肖健在业绩说明会上表示:“2026年,中手游将坚持‘小成本试错、大运作推广、快速迭代’的发展策略,依托集团自身的IP资源优势,以‘App+小游戏’双端布局为核心业务模式,同步推进全球化游戏发行与传奇品类自主研发业务,打造具备市场竞争力的优质产品与具备长效盈利能力的长线运营游戏。”

3月29日,中手游公布2025年度业绩报告。报告显示,截至2025年12月31日,中手游总营收为13.90亿元,经调整后净亏损从上年的20.78亿元收窄至14.71亿元。

2025年,在游戏“出海”加速及IP经济爆发的背景下,中手游正凭借海外收入和IP优势从《仙剑世界》带来的亏损中走出来。

“公司将持续深耕《仙剑奇侠传》的IP价值,通过优质内容创作、精品游戏开发、多元衍生产品布局与精细化粉丝运营,全力推动仙剑IP向世界级文化IP进阶,最终推动集团经营业绩重回稳健增长轨道。”肖健向记者表示。

区域化策略见成效 海外收入同比大增

从业绩层面来看,中手游当前的

亏损,主要来自2025年2月份发行的游戏《仙剑世界》。该游戏上线后表现不及预期,对当期业绩造成重大影响。中手游方面在业绩报告中坦言,已针对该项目进行组织架构调整与人力优化,更换项目负责人并重构商业化模型,相关一次性费用已全额计入2025年损益,不会对后续年度造成持续性影响。

当前,中手游在小成本、快迭代的赛道找到了新突破口。其2025年推出的《春秋玄奇》在微信游戏畅销榜最高冲至第10位,上线3个月累计流水破亿元,并于下半年进入利润回收期。这种“小步快跑”的验证逻辑,或将成为公司后续产品研发的常态化机制。

此外,中手游海外收入也实现大幅增长。报告显示,中手游2025年发行收入达11.61亿元,其中海外市场贡献3.58亿元,同比激增31.6%,占发行收入比例跃升至30.8%。这一数据标志着公司“全球化发行”战略进入收获期。

上海夏至时咨询管理有限公司高级研究员杨怀玉对《证券日报》记者表示:“中手游‘小成本试错、大运作推广、快速迭代’的发展策略,是在公司自研大作承压下的务实避险与结构性调整。小游戏能够通过较低成本快速回收现金流,海外收入的持续向好有利于公司未来进一步构建‘品牌沉淀’。”

从产品矩阵来看,中手游在海外采取了精准的区域化策略:在日本市场推出《真·三国无双 霸》,在越南市场发行《斗罗大陆:史莱克学院》等。这种“一地一策”的发行策略,使得海外业务连续两年实现双位数增长,成为对冲国内市场竞争压力的重要缓冲带。

中手游方面在业绩会上总结,公司已建立稳定的长线运营基本盘。《航海王强者之路》《新仙剑奇侠传之挥剑问情》《全民枪神:边境王者》等游戏进入成熟运营期,其中单款产品最长运营时间超过10年。通过精细化内容迭代,这些游戏持续贡献稳定现金流,成为公司穿越周期的“压舱石”。

经典IP多维破圈 今年将推出19款游戏

作为中手游的核心资产,IP运营在2025年展现出强大的生命力。报告期内,公司IP授权收入达1.13亿元,而围绕《仙剑奇侠传》这一旗舰IP的多元开发,更凸显出其长期价值。

恰逢《仙剑奇侠传》30周年,中手游进行了多维度的IP价值挖掘。具体来看,该IP的动画番剧《仙剑奇侠传三》在腾讯视频预约破百万,开播后热度稳居平台前列;《仙剑奇侠传四重制版》预告片在B站48小时内播放量突

破300万;与《剑网三》《大话西游》等头部游戏展开联动,有效拓展用户边界。线下层面,“仙剑一面”全国巡回漫展覆盖10省份,总展面积达5万平方米,通过沉浸式体验强化粉丝黏性。

此外,公司与A股上市公司恺英网络股份有限公司启动新仙剑IP卡牌RPG项目,预计2026年进入开发期。

杨怀玉认为,这种“优质内容+多元衍生+圈层联动”的运营范式,为IP价值的长效释放提供了可复用的方法论。

展望2026年,肖健表示,公司将于2026年在全球推出19款新游戏,绝大部分都是热门或经典IP类游戏,覆盖卡牌、RPG、MMORPG等多元品类。

在传奇品类方面,中手游获得《热血传奇》《传奇世界》两大经典IP授权;此外,自研产品《暗夜传奇》已开启多轮测试,其玩法与流水超2亿元的前作《传奇世界之雷霆霸业》一脉相承;《月宫传》《星号传奇》等联运产品也将在上半年启动推广。

在全球化方面,公司延续区域深耕策略。《代号:梦工场全明星》《仙剑世界》将登陆新加坡、马来西亚等市场;《三国志·极影》瞄准日本市场,《斗罗大陆:史莱克学院》进军俄罗斯市场,形成多区域、多品类、多IP的立体化发行网络。

智元机器人第1万台通用具身机器人下线

■本报记者 金婉霞

3月30日,上海智元新创技术有限公司(以下简称“智元机器人”)联合创始人、总裁兼CTO彭志辉在发布会上宣布,该公司的第1万台通用具身机器人远征A3已于3月28日正式下线。彭志辉表示:“对于人形机器人而言,规模化本身,便是最攻克的技术课题之一。智元机器人已站在了万台规模的新阶段,制造成为我们的一项核心竞争力,验证了智元机器人在制造效率、场景落地、客户价值、数据飞轮以及供应链生态五大维度的能力突破。”

智元机器人的本体生产能力在过去一年半中高速发展。2025年1月6日至12月8日,智元机器人实现了从1000台到5000台的量产跃升;2025年12月9日到2026年3月28日,仅用了3个多月的时间,智元机器人又实现了5000台到1万台的突破。

1万台通用具身机器人的量产能力,意味着整个供应链体系的成熟。智元机器人合伙人、高级副总裁王闯表示:“从千台到万台的突破,核心不在于产线,而在于供应链能力的整体跃升与质量体系的全面成熟。”《证券日报》记者获悉,目前,智元机器人已建立了全球首个具身智能机器人的标准化供应链体系,订单驱动柔性生产交付能力可达每年10万台以上。另外,智元机器人还建立了用于验证工艺和可靠性的中试工厂,以及可实现自动化装配和100%在线检测的关节模组专用产线等。“通过联合研发、专线供应等协同模式,我们已建立了‘半小时供应链圈’,可以实现核心部件的自主可控与高质量交付。”智元机器人方面表示。

同时,该量产规模也意味着企业对下游客户的渗透加速。2025年10月份,智元机器人与全球智能产品ODM头部企业上海龙旗科技股份有限公司(以下简称“龙旗科技”)达成

合作,将智元机器人的精灵G2首先重点应用于平板产线中MMIT(多媒体集成测试)工站的精密上下料岗位。龙旗科技方面进一步表示,目前,智元精灵G2已完成产线所有指标验证正式投产并线。龙旗科技相关负责人称:“在电子产品的制造环节引入具身智能机器人,将彻底告别对预设轨迹的机械依赖,以高品质、稳定的智造能力推动产线运营效率跨越式提升。”

智元机器人方面向记者透露,在宁波均胜电子股份有限公司的零部件工厂,智元机器人精灵G2被应用在高难度三销定位的柔性装配环节,“目前,精灵G2的工作节拍最快为12.97秒,成功率超过99%。”

值得注意的是,3月27日,基于智元机器人“A2-W”打造的“能仔1号”进入了上汽通用汽车有限公司位于上海金桥的“国家级智能工厂”,将在别克至境E7的电池量产线上承担高精度作业任务,这也是汽车行业首批投入量产应用的人形机器人。“机器人针对传统工艺痛点实现了全方位突破,不仅消除了人工带电操作的安全风险,同时解决了传统工业机器人占地大、柔性不足,以及协作机器人负载和效率受限的问题,为新能源汽车电池制造引入全新解决方案。”智元机器人方面表示。

规模化应用有望进一步推进人形机器人的迭代。“当成千上万台机器人在不同场景中夜以继日地工作时,构成了大规模的具身智能训练集,这些训练集可以实时反哺大模型的迭代,使得新下线的机器人出厂即具备更强的泛化能力和作业技能。”智元机器人方面表示,在这种良性循环下,量产速度带动进化速度,部署规模提升智能高度。

展望未来,彭志辉表示:“我们将秉持中国速度与智元机器人的标准,持续推动人形机器人从实验室走向千行百业,最终实现从专用场景到通用智能的全面跨越。”

华润万象生活2025年核心净利润达39.5亿元

华润万象生活CFO聂志章表示,“十五五”期间有信心维持每股派息长期有效增长

■本报记者 陈潇

“我们会继续夯实万象商业的头部地位,加大在重点城市深耕布局‘一城多汇’‘多城多汇’。与此同时,对于有产业支撑、经济发展好的三线城市,我们会加强研究,重点布局。”3月30日,在华润万象生活有限公司(以下简称“华润万象生活”)的业绩发布会上,公司管理层向《证券日报》记者表示,“十五五”期间,对公司的商业板块来说是重要的战略机遇期,公司将抓住机会,加速发展。

2025年,华润万象生活交出了一份稳中有进的成绩单。年报显示,2025年公司实现营业收入180.22亿元,同比增长5.1%;核心净利润同比增长13.7%至39.50亿元。公司连续三年实现核心净利润100%分派,全年每股股息同比增长12.7%,盈利质量与股东回报保持在行业前列。

在业务模式上,公司将持续推进商管、物管与大会员业务协同发展的“2+1”体系。会员生态方面,2025年公司会员总量突破8300万,同比增长36%,跨业态资源整合能力持续增强。从中长期目标来看,华润万象生活CFO聂志章对《证券日报》记者表示,公司在“十五五”期间将深化商管、物管、大会员一体化“2+1”业务模式,锚定“创建世界一流”的发展目标,以“盈利优质、质量领先、市值领先和品牌卓越”为四大核心衡量要素,推动全面高质量发展。

具体来看,公司商业板块万象商业继续发挥重要作用。2025年,万象商业实现零售额2660亿元,强劲增长23.7%。截至年末在管购物中心达135座,市场份额稳步提升。

去年,公司新开拓购物中心14个,新签约项目12个。全国26座城市实现“一城多汇”和“多城多汇”,去年年末未开业项目72个,其中母公司项目32个,第三方项目40个,进一步支撑来商管业务规模化发展。

从消费结构变化来看,消费者对品质与情绪价值的关注提升。华润万象生活总裁喻霖康表示,万象生活商场的奢侈品销售在2025年同比增长约6.5%,高端奢侈品消费逐步企稳。非奢侈消费则更加注重品质、性价比和情绪价值,消费信心、潜力持续释放。

2025年以黄金饰品为核心的配饰类、以文创IP为核心的生活方式类,以户外运动为核心的服饰品类均取得双位数以上的增长。

“同时也有越来越多的线上品牌到线下开店,解决信任和溢价的问题,成为品牌成熟的一个必然选择。线上线下融合发展成为大势所趋。”喻霖康表示。

物管板块方面,2025年,该公司收入同比增长1.1%至108.47亿元,在管面积达4.26亿平方米。基础物业服务毛利率同比提升1.2个百分点至15.2%。

在资本层面,REITs政策扩容亦为行业打开新的想象空间。华润万象生活执行董事、副总裁王磊向《证券日报》记者表示,公募REITs扩容至写字楼等资产类别,对公司而言是积极利好。

“母公司推进REITs,本质上是打通资本循环,释放资源用于再投资,这将华润万象生活带来更多优质项目与服务机会。”王磊表示,随着资产证券化路径逐步清晰,专业运营能力的重要性将进一步凸显。

持续推进“2+1”体系

站在“十五五”开局的关键节点,华润万象生活对未来发展路径已有清晰规划。在喻霖康看来,国内消费总量巨大,内循环加速规模扩容,潜力持续释放。

在业务模式上,公司将持续推进商管、物管与大会员业务协同发展的“2+1”体系。会员生态方面,2025年公司会员总量突破8300万,同比增长36%,跨业态资源整合能力持续增强。

从中长期目标来看,华润万象生活CFO聂志章对《证券日报》记者表示,公司在“十五五”期间将深化商管、物管、大会员一体化“2+1”业务模式,锚定“创建世界一流”的发展目标,以“盈利优质、质量领先、市值领先和品牌卓越”为四大核心衡量要素,推动全面高质量发展。

具体而言,在盈利优质方面,公司将从规模导向到效益引领,从而继续实现营收、核心净利润增长领跑行业。在质量领先方面,持续精益管理,实现价值链组织能力,实现可持续高质量发展,实现商管业务零售市场份额全国领先,万象星会员超过1亿。在品牌层面,实现物管、商业客户满意度保持行业领先。在资本市场层面,公司将坚持长期主义,巩固投资者信任,力争保持行业领先市值水平。

在股东回报方面,公司亦维持稳定预期。聂志章表示,2026年公司将继续维持原派息指引,“十五五”期间有信心维持DPS(每股派息)长期有效增长,与投资者可持续的利益共享。

不过,公司亦强调仍将兼顾发展与回报的平衡。“公司上市时间不长,仍处于成长阶段。在保障投资者回报的同时,也希望将更多资源投入到业务发展中,通过做深业务、做厚利润,实现企业发展与股东回报的良性循环。”聂志章表示。