

一季度我国机器人出口实现开门红

产业链上市公司持续推进技术创新与产品迭代

■本报记者 王镜茹

在全球制造业智能化升级、家庭消费场景持续扩张以及人工智能技术快速迭代等多重因素驱动下,中国机器人产业正从过去依赖成本优势的单一产品出口,向“技术+产品+解决方案”的综合输出转型。

据海关最新统计数据,2026年一季度,我国各类单独列名的机器人合计出口额达113.2亿元,产品远销至全球148个国家和地区。其中,清洁机器人出口货值达77.5亿元,占机器人出口总值的68.5%;工业机器人出口达31.6亿元,同比增长42%。

从出口结构来看,清洁机器人已成为中国机器人“出海”的核心品类。近年来,随着人工智能、视觉识别、激光雷达、自主导航等技术持续成熟,扫地机器人、泳池清洁机器人、商用清洁机器人等产品功能不断升级,中国品牌在欧美等传统优势市场的份额持续提升。

从具体公司的业绩表现来看,今年一季度,北京石头世纪科技股份有限公司(以下简称“石头科技”)营收达42.27亿元,同比增长23.31%;归母净利润3.23亿元,同比增长20.83%。

石头科技相关负责人在接受机构调研时表示,欧洲市场智能清洁电器渗透率仍有较大提升空间。公司在巩固传统优势市场的同时,也在持续拓展更多海外区域。同时持续推进技术创新与产品迭代,并通过拓展自营渠道,加深对当地市场的理解,逐步完

善销售、运营及售后体系,提升本地化运营能力与综合竞争力。

IDC中国高级分析师赵思泉对《证券日报》记者表示:“我国家用清洁机器人凭借成熟技术和清晰应用场景,已率先进入全球家庭,并在消费升级、AI技术进步与场景拓展推动下保持快速发展。当前,行业正呈现两条发展路径:一部分企业围绕家庭场景纵向深耕,从扫地机器人延伸至庭院、窗户、泳池等场景;另一部分企业则依托算法和供应链优势横向拓展,向综合性科技消费企业升级。”

相较于消费端机器人,工业机器人的出口增长则更直观地反映出中国制造业装备能力的跃升。广东拓斯达科技股份有限公司(以下简称“拓斯达”)2026年一季度报告显示,一季度,该公司工业机器人及自动化应用系统业务实现营收3.22亿元,同比增长81.20%。

拓斯达相关负责人表示,公司正持续加大海外市场布局力度,通过越南运营基地加速在新兴市场的规模化渗透,并依托墨西哥运营基地拓展发达市场。目前,公司海外销售网络已覆盖50多个国家和地区,与约4000名海外潜在客户建立联系,服务近1000名海外客户,并成为20余家世界500强企业的供应商。

机器人产业的快速发展,也带动了芯片、传感器、精密零部件、软件算法等上下游产业协同发展。奥比中光科技集团股份有限公司相关负责人对《证券日报》记者表示:“公司自成立初期即依



图片素材来源:视觉中国

托创始团队的国际化研发与学术背景布局海外市场,是国内较早建立海外销售渠道并实现3D视觉感知产品稳定出口的企业之一。今年一季度,公司在巩固欧洲、北美、亚太等区域存量客户的基础上,重点开拓高价值客群,直接境外销售收入同比增长约80%。为匹配全球市场需求,公司位于越南的工厂预计于今年投产,与国内顺德智能制造基地形成协同分工,以提升全球交付效率与供应链韧性。”

我国机器人出口持续增长

背后,离不开人工智能技术的快速进步与产业化落地。当前,机器人产业正迎来“AI+硬件”深度融合的新阶段。

在消费领域,AI正推动机器人从“执行工具”向“智能助手”升级。部分新一代扫地机器人已具备自主建图、语义识别、动态避障以及多设备联动等功能,用户体验持续改善。在工业领域,AI助力机器人提升柔性化生产能力。相较于传统工业机器人只能执行固定动作,越来越多机器人已能够适应复杂工况,实现自主识别、

路径规划与实时调整。

赵思泉认为,未来行业竞争的核心将从硬件性能转向AI能力与生态能力,具备持续算法投入、场景理解和全球化运营能力的企业,将在下一阶段的竞争中占据优势。

深度科技研究院院长张孝荣认为,当前机器人产业仍面临核心零部件、高端芯片、海外品牌渠道建设等方面的挑战。未来,中国机器人企业仍需持续加大研发投入,提升核心技术自主可控能力。

水泥上市公司2025年业绩分化明显

■本报记者 刘欢

2025年,水泥行业步入深度调整周期,量价齐跌、效益承压成为行业运行主基调。国家统计局数据显示,去年全年全国水泥产量达16.93亿吨,同比下降6.9%,创下2010年以来的最低值。数字水泥网监测数据显示,2025年,水泥市场平均成交价为367元/吨,较2024年下跌17元/吨,跌幅达4.4%。

行业整体承压下,水泥上市公司业绩分化明显。Wind数据显示,2025年,申银万国水泥制造行业分类的14家上市公司中,仅3家营业收入同比实现正增长;而从净利润表现来看,10家企业实现盈利,4家亏损。

盈利边际修复

整体来看,行业整体营收承压态势明显,14家水泥上市公司中,仅四川金顶(集团)股份有限公司、华新建材集团股份有限公司(以下简称“华新建材”)、西藏天路股份有限公司去年营业收入实现同比增长,分别同比增长69.65%、3.31%、13.15%,其余11家企业营收同比均出现不同程度的下滑。

从净利润指标来看,10家盈利

企业中,浙江尖峰集团股份有限公司、江西万年青水泥股份有限公司、华新建材、广东塔牌集团股份有限公司(以下简称“海螺水泥”)和甘肃上峰水泥股份有限公司(以下简称“上峰水泥”)2025年归属于上市公司股东的净利润同比实现正增长,分别同比增长281.43%、120.35%、18.09%、17.87%、5.42%和1.62%。另有2家归属于上市公司股东的净利润同比下降,2家实现扭亏为盈。

百年建筑网高级分析师江元林在接受《证券日报》记者采访时表示:“此轮水泥企业盈利边际修复的核心逻辑是‘供给收缩下的价格修复’与‘成本红利释放’。政策严控超产,预计产能退出超过5000万吨,缓解了供需失衡;同时煤价下跌直接降低了燃料成本。积极面在于行业摆脱了全面亏损,龙头企业展现韧性。”

头部企业的成本管控能力成为突围的关键。以海螺水泥为例,2025年,该公司通过技术创新、强化物流管控、加大替代燃料使用、优化原材料采购渠道等多重举措,全面提升成本管控水平,其水泥熟料自产综合成本同比下降11.12%。

“成本管控能力已成为区分企业强弱的核心指标。”苏商银行特约研究员付一夫对《证券日报》记者表示:“随着行业进入存量博弈常态,需求总量难以提升,价格竞争空间收窄,企业无法通过规模扩张实现增长,只能通过精细化运营、智能化改造、全产业链管控降低成本,才能在行业分化中存活。”

与之形成反差的是,有4家水泥企业受区域低价竞争、大额资产减值拖累,叠加低效产能出清滞后,资源自给率低等问题,抗风险能力薄弱,最终陷入经营亏损。

转型路径多元

需求下行已成水泥行业常态,叠加碳市场纳入、严禁新增熟料产能等政策约束,行业迈入全球化、绿色化、产业链一体化的高质量发展阶段。中国水泥网董事长邵俊表示,水泥行业高速发展的黄金时代已经过去,存量市场的博弈成为常态,行业格局正在重塑。

全球化布局成为头部企业对冲国内需求下滑的关键。华新建材在2025年完成尼日利亚拉法基项目的并购交割,并推动巴西骨料项目落地。海外高毛利市场的

拓展正在成为该公司利润增长的第二曲线。华新建材2025年海外实现水泥及熟料销量2030万吨,同比增长25%;实现营业收入118亿元,同比增长48%。与此同时,海螺水泥、天山材料股份有限公司等企业也均加速海外市场布局,通过并购、自建等多种模式拓展海外市场,海外业务毛利率显著高于国内,成为企业盈利的重要支撑。

此外,低碳能力成为企业核心竞争力。行业头部企业纷纷加速布局光伏、储能、替代燃料、碳捕集等低碳技术。以海螺水泥为例,该公司加大低碳水泥的研发投入与推广力度,在白山水泥厂打造全绿电工厂示范项目,在甘肃平凉建成水泥行业首个绿电制氢储运一体化项目,在内蒙古通辽投资新型储能电站,持续提升低碳优势。

也有企业加速从单一水泥生产商向综合建材服务商转型,骨料、商混等业务成为利润稳定器。例如,华新建材实现纵向一体化发展,是行业内少数拥有完整产业链、具备上下游全产业链一体化协同竞争优势的企业;上峰水泥则以“建材基石+投资资本+新质材料”三驾马车协同发

展,其在2025年年报披露后发布公告称,公司债券简称拟更名为“上峰材料”,标志着公司向新材料集团转型迈出关键一步。

上峰水泥相关负责人向《证券日报》记者表示:“2026年3月份,公司已通过新设的子公司浙江上峰材料科技有限公司收购及增资控股美琪电路(江门)有限公司75%股权,切入半导体封装基板业务。目前正在对相关业务进行整合,力争尽快将半导体封装基板及相关材料业务做优做强,成为支撑公司持续发展的第二成长曲线业务。”

在江元林看来,2026年,水泥行业需求端继续承压但降幅收窄,基建领域如城市更新、水利等将发挥托底作用;供给端政策约束延续,错峰生产常态化,超产产能置换政策将加速出清无效产能。价格与利润在低基数上实现小幅修复,过程仍将震荡——一季度是行业最困难时期,二季度起有望企稳回升。

展望未来,水泥行业需求下行是长期常态,政策约束、市场分化、转型攻坚的格局将持续。对企业而言,转型是生存刚需,唯有摒弃规模依赖,聚焦核心竞争力,才能穿越行业周期。

年内13家公司触及财务类退市指标 资本市场加速优胜劣汰

■本报记者 吴晓璐

《证券日报》记者据上市公司公告梳理,截至5月7日,13家公司发布因触及财务类退市指标可能终止上市的风险提示公告,或收到交易所终止上市监管函。

至此,年内退市以及锁定退市的公司已达22家。其中,主动退市2家,交易类退市3家,重大违法强制退市4家,财务类退市13家。接受记者采访的专家认为,多元强制退市指标将加速劣质企业出清,监管在确保“退得下”的同时追求“退得稳”,对退市公司“一追到底”,并实施立体化追责,加强投资者保护,推动资本市场“有进有出、优胜劣汰”的良性生态加速形成。

财务类指标实现立体筛查

财务类退市指标由多维指标构成,形成了一个靶向精准的“立体筛查网”,重点识别并出清那些主业空心、经营乏力的“空壳”“僵尸”企业,从而推动上市公司质量优化。

在上述13家触及财务类退市指标的公司中,国新文化控股股份有限公司(以下简称“*ST国化”)等5家公司触及“净利润为负值+营业收入低于3亿元”指标;苏州恒久光电科技股份有限公司等5家公司2025年财务报告被出具非标准审计意见;江苏华盛天龙光电设备股份有限公司净资产为负,陷入资不抵债的财务困境。

另外,上海宽频科技股份有限公司(以下简称“*ST沪科”)和上海君道酒业发展股份有限公司(以下简称“*ST若石”)同时触及净利润为负值且营业收入低于3亿元,以及财务会计报告被出具非标准审计意见这2项指标,两家公司经营与治理均存在严重缺陷。

4月29日,*ST沪科、*ST若石双双收到上交所终止上市事先告知书和监管工作函。*ST沪科2025年度经审计的扣非后净利润为负值且营业收入低于3亿元,财务会计报告被出具保留意见的审计报告,内部控制被出具无法表示意见的审计报告;*ST若石2025年度经审计的扣非后净利润为负值且营业收入低于3亿元,且扣除后营业收入低于3亿元,2025年度财务会计报告被出具保留意见的审计报告,内部控制被出具否定意见的审计报告。

“两家公司普遍存在主业空心、内控治理失灵、合规漏洞凸显等深层次问题,它们收到上交所终止上市事先告知书,体现出财务类退市指标紧扣持续经营能力、审计监管效力,压缩传统保壳套利空间,推动劣质上市公司常态化退市出清。”中央财经大学副教授、资本市场监管与改革研究中心副主任郑登津对《证券日报》记者表示。

上海明伦律师事务所律师王智斌在接受《证券日报》记者采访时表示,财务类退市指标的执行,反映出当前退市制度对上市公司持续经营能力的刚性约束。净利润为负且营收低于3亿元的企业已丧失市场化生存能力;审计意见作为退市触发条件则体现了对财务信息真实性的严格要求,非标意见往往意味着公司存在重大不确定性或舞弊风险;净资产为负则指向上市公司资不抵债的极端财务困境。上述三类情形共同构成对上市公司财务健康度的分层筛查机制。

市值退市案例增多

在交易类退市中,市值退市成为今年的突出特征,上述22家上市公司中,有3家公司触及市值退市指标。

其中,奥维通信股份有限公司(以下简称“*ST奥维”),精伦电子股份有限公司(以下简称“*ST精伦”)已经先后摘牌退市,万方城镇投资发展股份有限公司(以下简称“*ST万方”)连续20个交易日的股票收盘总市值均低于5亿元,已于4月13日收到深交所终止上市事先告知书。

王智斌表示,今年市值退市案例的增多,表明市场定价功能正在发挥作用。当公司市值长期低迷,往往意味着市场对其业务模式、治理水平或诚信记录的失望,这种“用脚投票”机制与行政监管形成互补,加速了劣质企业的自然出清。

郑登津表示,今年市值退市公司数量明显增加,源于注册制下上市公司壳资源价值大幅缩水,绩差小盘股流动性萎缩、估值持续下行率先触发市值退市标准。通过强化市场化定价约束,遏制炒小炒差风气,将加速市场优胜劣汰进程。

“退市不免责”常态化

今年以来,监管层持续强化退市后追责力度,多家退市公司收到中国证监会立案调查告知书或行政处罚决定书,彰显了“退市不免责”的严监管导向,筑牢资本市场法治底线。

4月10日,退市公司北海银河生物产业投资股份有限公司、贵州长征天成控股股份有限公司均发布公告称,因涉嫌信息披露违法违规,公司被证监会立案调查。另据全国股转公司官网统计,截至5月7日,今年以来,已有12家退市公司收到证监会或地方证监局的行政处罚事先告知书或决定书(统称“罚单”)。其中,亿利洁能股份有限公司涉及财务造假、欺诈发行等多项违法违规行为,内蒙古证监局对该公司、公司控股股东亿利资源集团有限公司以及相关责任人罚款合计2.45亿元。

郑登津表示,上市公司退市后仍被监管部门立案调查及行政处罚的常态化,表明监管层对财务造假、信息披露等违法违规行为的实施全链条终身追责,既大幅提升市场主体违法成本,震慑违规行为,也利于保障中小投资者合法权益,完善资本市场惩戒体系,持续净化市场生态,夯实常态化退市制度落地根基。

“退市后追责是资本市场法治化的重要闭环。”王智斌表示,退市不是违法行为的“免死金牌”,即便股票不再交易,此前发生的那些侵害投资者权益、破坏市场秩序的行为仍应受到法律追究。立案调查与行政处罚的持续跟进,传递出“应退尽退、退而不免”的监管信号,有助于遏制“一退了之”的侥幸心理。从投资者保护角度看,退市后的追责程序为民事赔偿提供了行政认定基础,也为刑事移送创造了条件,使企业违法成本不再因退市而中断,这对维护市场公平、重塑市场信心具有长远价值。

奇正藏药:丰富产品矩阵 增强公司核心竞争力

■本报记者 舒娅璐

“奇正藏药将‘外用止痛药第一’与‘藏药第一’作为长期战略目标。围绕藏药优势治疗领域,特别是外用领域,公司在保持内生增长的同时,致力于通过收购获取透皮制剂核心技术平台、管线以及组织能力,丰富外用止痛药产品矩阵,以更好地拓展市场,增强公司核心竞争力。”5月7日下午,西藏奇正藏药股份有限公司(以下简称“奇正藏药”)举行2025年年度报告业绩说明会,公司董事长刘凯列在会上表示。

奇正藏药主营藏药的研发、生产及销售相关业务,2025年,该公司实现营业收入24.16亿元,归属于上市公司股东的净利润6.48亿元,双双实现同比增长。

作为我国藏药现代化的代表性企业,奇正藏药拥有国家级企业技术中心和藏药外用制剂、藏药团体标准两个国家地方联合工程实验室,拥有以消痛贴膏、白脉软膏等25个独家品种为核心的141个药品批准文号,其中OTC品种60个,国家秘密技术(秘密级)品种3个。

奇正藏药2025年年报显示,公司藏药核心产品消痛贴膏为国家秘密技术(秘密级)品种,凭借活血化淤、消肿止痛的显著功效在市场占有率和单产品销售规模方面稳居同行业前列,在骨骼肌肉系统中成药外用贴膏排名第一;同时,奇正藏药在外用止痛药全渠道综合排名第三,在藏药市场持续排名第

一,市场份额超过50%。

在本次业绩说明会上,关于核心单品消痛贴膏的增长接近瓶颈、后续如何突破存量增长压力的问题,奇正藏药董事、总裁夏海建表示,消痛贴膏作为企业核心产品,仍有较大市场空间,公司计划通过加强品牌建设、强化学术研究、拓展零售渠道、增加产品组合等方式提升竞争力,推动业务高质量持续增长。

对于奇正藏药将采取哪些措施加强“藏药现代化”建设和产品推广,刘凯列向《证券日报》记者表示:“公司始终坚持藏药现代化,全产业链协同高质量发展,从资源可持续、藏药标准提升、循证医学证据链打造等方面,围绕藏药‘讲清

楚、说明白’构建藏医特色基础理论研究、资源种植保障、制剂质量提升研究、高等循证医学全产业链体系,实现产品质量可控、可追溯,筑牢创新根基。公司将深挖藏药文化,推广藏药诊疗,通过品牌推广、数字营销、线下体验等方式与消费者互动,让藏医药服务更多人。”

目前,奇正藏药开展了藏药大品种的基础研究和临床医学研究,其产品涉及骨骼肌肉系统、神经系统、呼吸系统、消化系统、妇科、儿科、皮肤科等多个藏医特色治疗领域。截至2025年末,奇正藏药拥有贴膏剂、橡胶膏剂、软膏剂等剂型的多条生产线及相关产品的生产能力,其原材料采购采取“原产地农牧民及专业合作社直购+市场采

购”相结合的方式。

谈及未来的产品原料供应保障能力,奇正藏药高级副总裁、董事会秘书冯平向《证券日报》记者表示:“奇正藏药通过构建绿色可持续供应链,从源头保障药材品质与供应稳定性。截至2025年末,公司有以野生抚育为核心的各类基地总面积68.3万亩,38个产品的基地化率超50%;公司积极开展藏药材种植技术研究,累计开展种植技术研究的品种达到58种。未来将依据公司《资源保障规划报告》总体布局,在持续扩大核心产品基地化规模的同时,持续保护青藏高原生物多样性及生态系统,既为公司长期稳定发展筑牢原料根基,也推动整个藏药产业的绿色可持续发展。”