

公司零距离·新经济 新动能

一品红:加速向全球创新药企迈进

本报记者 李雯珊

在生物医药产业创新升级的浪潮中,仿制药企业向创新药企业转型,已成为其突破发展瓶颈、实现高质量发展的必由之路。

近日,《证券日报》记者走进一品红及其创新研究院,实地探访其创新研发一线,解码这家广州生物医药产业链主企业的转型内核。

研发攻坚:创新成果不断涌现

《证券日报》记者在一品红创新研究院看到,洁净的分析实验室里,身着白大褂的科研人员正专注地操作着精密仪器,检测数据在电脑屏幕上实时跳动。

创新研究院七楼的药化合成与工艺研发实验室,是一品红创新研究院院长杨文谦博士向记者详细介绍了公司的核心在研品种——氘代替诺雷(AR882)的临床进展,言语间满是对这款痛风创新药的期待。

“AR882是全球唯一可有效溶解痛风石的口服小分子创新药物,作为强效高选择性尿酸转运蛋白(URATI)抑制剂,其在机制、疗效上均实现了对现有治疗方案的突破。”

他表示,这款药物目前正在推进全球多中心III期临床试验,涵盖降低血尿酸治疗痛风、溶解痛风石和治疗慢性肾病三大适应症,已获得美国食品药品监督管理局(FDA)授予的快速审评通道资格。

创新成果不断涌现的背后,是研发投入的持续加码。公开资料显示,一品红2025年自主研发投入约2亿元,占公司营业收入的21.67%。

至2026年4月份,一品红共有各类在研项目40项(不含技术改造类项目),其中创新药项目14个。

《证券日报》记者在一品红创新研究院的研发成果展示区了解到,除AR882外,该公司已构建起覆盖痛风、糖尿病、肥胖等多个领域的创新管线。

“我们公司组建了由全球资深首席科学家领衔的240人创新研发团队,以自主研发攻克技术难关,同时搭建了符合FDA/欧盟标准的研发体系,确保创新成果的国际竞争力。”

多元布局:拓宽创新发展路径

“创新不是闭门造车,尤其是在生物医药领域,单一的研发模式难以应对行业竞争的挑战。”

在交流中,张明渊向记者介绍了一品红的多元创新生态。通过前瞻性的投资布局,该公司在AI制药和分子胶两大前沿赛道占据了有利位置,构建起多元化的创新产品矩阵。

在儿童药创新领域,一品红同样稳步深耕。公司坚持以儿童临床需求为导向,采取自主研发与合作开发相结合的模式,致力于研制出更佳、安全性高、剂量精准的儿童药物。

“我们始终以满足临床需求为导向,无论是自主研发还是合作投资,都围绕未被满足的临床需求展



图①一品红创新研发基地

图②③一品红创新研发实验室

公司供图

注于利用生物计算、人工智能和原创生物技术靶向GPCR(G蛋白偶联受体)进行创新药研发。

在技术平台布局上,一品红也在持续突破。杨文谦补充道,公司正搭建全球领先的靶向蛋白降解嵌合体

在儿童药创新领域,一品红同样稳步深耕。公司坚持以儿童临床需求为导向,采取自主研发与合作开发相结合的模式,致力于研制出更佳、安全性高、剂量精准的儿童药物。

“我们始终以满足临床需求为导向,无论是自主研发还是合作投资,都围绕未被满足的临床需求展

开。”张明渊表示,通过多元创新布局,公司正逐步实现从传统仿制药企向全球创新药企的战略跃迁。

蓄势待发:迎接创新成果落地

创新药研发的最终目的是惠及患者、实现商业价值,而商业化能力则是创新成果落地的关键。

根据弗若斯特沙利文预测,中国高尿酸血症患者人数到2033年将达2.86亿人,2024年至2033年的年复合增长率为2.9%。

公开资料显示,今年4月份国务院办公厅发布的《关于健全药品价格

形成机制的若干意见》提出,优化创新药等新上市药品首发价格机制,发挥医保支付标准对药品价格形成的引导作用。

张明渊认为,这为该公司的产品上市提供了良好的政策环境。药品上市上市后,公司坚持价值落地、品牌深耕的理念,力争实现医保、患者和企业的多方共赢。

在全球化“出海”布局方面,一品红也有着清晰的规划。张明渊告诉记者,只要产品具备突出的临床价值与差异化优势,就能获得全球市场的广泛认可。

站在医药产业创新变革的时代风口,一品红以高研发投入夯实创新底座,以核心管线突破打开成长空间,以产学研协同与全球化布局拓宽发展版图。

工程机械龙头企业相继发布产品调价通知

本报记者 李静

5月份以来,国内挖掘机市场迎来一波由头部企业引领的集中涨价,成为工程机械行业景气度持续回暖的重要信号。

多家企业密集调价

5月1日,三一重工控股子公司三一重机发布《敬告客户书》,明确自5月

15日起对挖掘机产品价格上调5%。5月8日,徐工机械全资子公司徐州徐工工程机械有限公司发布通知,宣布自6月1日起针对不同机型产品价格上调3个至5个百分点。

5月14日,山推工程机械股份有限公司柳州柳工挖掘机有限公司发布调价通知,宣布自6月1日起针对不同机型价格上调3%至5%。

多家企业在调价函中提及,本轮涨价的直接动因是钢材、油品、橡胶、铜、铝等大宗原材料价格持续大幅上涨,企业综合成本显著攀升。

统计局数据,2026年4月份全国工业生产者出厂价格同比上涨2.8%,环比上涨1.7%,工业生产端成本压力持续加大。

万联证券投资顾问屈放对《证券日报》记者表示,行业竞争格局正在从“以价换量”转向“价值竞争”。

行业景气度持续回升

此次挖掘机集中涨价,核心底气来自行业持续回暖,依托内需更新换代、外需稳步增长的双轮驱动,销量数据持续亮眼。

据行业销售数据,2026年一季度,全国主要挖掘机制造企业累计销售挖掘机73336台,同比增长19.5%。

行业景气度回升,也带动了上市公司业绩的提升。具体来看,三一重工2026年一季度实现营业收入240.42亿元,同比增长14.22%。

对于工程机械行业后市的走势,多家机构保持积极预期。光大证券认为,2026年挖掘机国内销量有望持续受益于设备更新换代需求的释放。

华丰股份密集落子“算电协同”领域

本报记者 王倩

5月15日,华丰动力股份有限公司(以下简称“华丰股份”)公开信息显示,该公司于近日战略参股设立信由动力(北京)科技有限公司(以下简称“信由动力”)。

这是华丰股份今年以来在“算电协同”领域的又一次重要落子。今年一季度,该公司与泛氢(上海)科技有限公司(以下简称“泛氢科技”)签署战略合作协议,双方将共同推进固体氧化物燃料电池(SOFC)产业化进程。

装备企业正加速向“智慧能源与算力基础设施解决方案提供商”转型。

精密制造与算电协同双轮驱动

华丰股份转型的底层逻辑,是全球AI算力竞争重心向电力供给的转移。北美等地数据中心面临电网并网周期长达5年至6年的难题,电力供给已成为算力扩张的核心掣肘。

正因看准这一市场机遇,华丰股份提出,打造“精密制造+算电协同”的双轮驱动发展战略,将数据中心市场列为重点拓展方向,围绕“算力+电力”开展业务布局。

为此,该公司在2025年就已探索与行业企业的合作模式,围绕数据中心等新型基础设施的AI电源需求进行业务拓展。

华丰股份相关负责人对《证券日报》记者表示,公司在2025年8月份便与上海极篇人工智能科技有限公

司签署战略合作协议,并同步出资2000万元对其进行战略投资,持股比例为20%,双方共同推进“算力+电力”一体化发展模式。

不仅是国内市场竞争抢抓机遇,华丰股份还依托“一带一路”沿线市场先发优势,逐步扩大海外市场影响力。根据该公司2025年年报,公司海外备用电源业务订单较2024年同期实现了大幅提升。

其中,华丰股份将北美市场作为拓展海外业务的重点目标市场,近期与瑞富科技共同赴北美参加行业峰会,与当地AI科技企业进行了技术与业务交流。

中国电子商会专家服务部主任郭涛在接受《证券日报》记者采访时认为,华丰股份围绕“算力中心

力,与燃气轮机、新型燃料电池的底层制造逻辑高度相通,是跨界转型的核心壁垒,同时,成熟的供应链体系、设备集成与落地运维经验,能够大幅降低新赛道的量产成本与落地风险。

多技术路线并行布局

从技术布局来看,华丰股份选择了多条路线并进的策略。

在传统柴油发电机组方面,公司已为“上海松江AI云服务应用中心”提供备用电源系统解决方案,首批5台超静音集装箱机组已于2026年1月份完成交付。

中国电子商会专家服务部主任郭涛在接受《证券日报》记者采访时认为,华丰股份围绕“算力中心

势的龙头企业,将在行业分化中持续抢占市场份额,实现业绩与估值的双重提升。”

行业景气度回升,也带动了上市公司业绩的提升。具体来看,三一重工2026年一季度实现营业收入240.42亿元,同比增长14.22%。

对于工程机械行业后市的走势,多家机构保持积极预期。光大证券认为,2026年挖掘机国内销量有望持续受益于设备更新换代需求的释放。

行业景气度回升,也带动了上市公司业绩的提升。具体来看,三一重工2026年一季度实现营业收入240.42亿元,同比增长14.22%。

对此,华丰股份相关负责人表示,未来公司将与外部专业技术团队开展以燃气轮机为核心的分布式冷电联供系统的研发、技术合作及产业化。

此外,该公司还将围绕新能源、储能、数据中心“算力+电力”产业链等核心转型方向,积极推进投资并购与战略合作,以资本为纽带,实现优势互补,加速业务转型升级,补齐技术、产能、市场等关键短板,助力战略目标快速落地,为公司长期高质量发展注入新动能。

零跑汽车 一季度营收实现增长

本报记者 刘钊

5月15日晚间,零跑汽车披露2026年第一季度未经审计财务业绩。在新能源汽车行业竞争持续加剧、价格体系仍处调整期的背景下,零跑汽车一季度交出了一份具有观察价值的成绩单。

报告期内,零跑汽车实现收入108.2亿元,同比增长8.0%;销量为11.02万辆,同比增长25.8%。其中,海外销量达4.09万辆,占一季度总销量的37.1%,创历史新高。

黄河流域科技职业学院客座教授张翔对《证券日报》记者表示,从一季报看,零跑汽车当前的核心看点不只在短期财务波动,更在于销量规模、产品矩阵、智能化技术、渠道体系和全球化布局的同步推进。

月度销量创新高

今年一季度,零跑汽车销量达到11.02万辆,同比增长25.8%。4月份销量进一步攀升至7.14万辆,同比增长73.9%,刷新新势力品牌月度销量纪录。

零跑汽车的销量增长并非依赖单一车型拉动,而是ABC全车系协同发展的结果。3月26日上市的零跑A10,上市48小时订单破万,刷新零跑汽车全车系订单破万的最短用时纪录。

在主家庭市场之外,零跑汽车也开始向更高价格带发起冲击。4月16日,零跑D19正式上市,上市15天大定突破15000辆。

与此同时,零跑D99计划于6月份开启预售,7月份上市交付,Lafa5 Ultra也已在车展上市。

技术层面,零跑汽车继续强化全域自研标签。LEAP 4.0中央域控架构首次搭载在D19上,依托双8797芯片与超大内存,实现座舱与智驾系统协同。

拓宽销售渠道

如果说产品矩阵决定了零跑汽车在国内市场的宽度,那么全球化则决定了其下一阶段的增长空间。

一季度,零跑汽车海外销量达到4.09万辆,占总销量比重超过三成。其中,在16个欧洲国家实现上牌量2.33万辆,同比增长726.5%。

这组数据的背后,是零跑汽车与Stellantis合作形成的“反向合资、轻资产出海”模式正在释放效果。

国内渠道同样在持续拓宽。截至3月31日,零跑汽车销售服务网络已覆盖297个城市,累计布局993家销售门店及542家服务门店,并新增县镇市场二级网络渠道拓展,累计备案二级网络613个。

值得注意的是,一季度零跑汽车在新乘乘用车市场的市占率提升至4.22%,在新势力品牌中排名第一。

金董汇企业管理发展(北京)有限公司首席经济学家邢星对《证券日报》记者表示,充裕现金储备为研发投入和全球化扩张提供了底气, A、B、C、D平台和Lafa5共同构成更完整的产品矩阵。