

政策暖风频吹 上市公司竞逐脑机接口赛道

■本报记者 吴奕萱
见习记者 钟雨涵

8月24日,工业和信息化部科技司发布《国家脑机接口产业标准体系建设指南(2026版)》(征求意见稿)(以下简称《建设指南》),面向社会公开征求意见。《建设指南》提出,到2028年,制修订脑机接口领域标准40项以上,牵头及参与研制国际标准10项以上,推动超100家企业开展标准宣贯与实施推广。

苏商银行特约研究员高政扬在接受《证券日报》记者采访时表示:“脑机接口涉及多学科交叉,相关企业在产品定义、性能测试、安全评价上差异较大。《建设指南》的发布有助于统一技术语言和评价体系,降低产业协作成本,为产品落地提供清晰标尺,推动脑机接口产业规范化发展。”

政策利好持续释放

近年来,我国脑机接口产业步入快速发展通道。据中商产业研究院预测,2026年中国脑机接口市场规模有望达到46亿元。另据中国信息通信研究院测算,2030年中国脑机接口产业规模有望达到100亿至140亿元。

这一快速发展态势离不开政策体系的持续赋能。2025年7月份,工业和信息化部等七部门联合印发《关于推动脑机接口产业创新发展的实施意见》,从国家层面对脑机接口产业进行系统规划和顶层设计;2026年,“脑机接口”首次写入《政府工作报告》,被明确为培育发展的未来产业之一。

地方层面也在积极响应。以浙江省为例,今年8月份,浙江省人民政府办公厅公开发布《关于推进脑机接口产学研联动的若干措施》,其中要求,到2027年,企业主导的产学研联动机制有效运行,脑机接口核心软硬件自主创新能力大幅提升,研发5个以上代表性产品并率先实现验证应用,脑机接口未来产业营收超过50亿元。



图片素材来源:站酷海洛

“整体来看,我国正逐渐形成国家顶层设计、地方落地执行的脑机接口多层次政策体系。”北京科方得科技发展有限公司研究负责人张新原对《证券日报》记者表示,“政策体系的完善有助于打通科研成果从实验室向产业转化的链路,有效引导社会资本和人才聚集,为产业的长期发展营造兼具战略定力和灵活性的发展环境。”

上市公司踊跃布局

随着政策红利持续释放,上市公

司也纷纷抢抓机遇,加快布局脑机接口赛道。其中,部分具备临床资源和医疗器械研发积累的企业已率先入局。

例如,创新医疗管理股份有限公司于今年6月份发布公告称,公司旗下控股子公司博灵脑机(杭州)科技有限公司研发的“上肢主被动运动康复训练系统”(即赛博灵科AMS)取得浙江省药品监督管理局的注册批准,获得医疗器械注册证。

今年5月份,南京麦澜德医疗科技股份有限公司相关负责人在接受机构调研时表示,公司非侵入式脑机接

口相关设备已开始向部分行业头部医院出货,并准备开展全国多中心临床研究项目。预计将有相当数量的医院参与该研究,推动技术的临床普及。

中国电子商务专家服务中心副主任郭涛表示,整体来看,国内上市公司的布局已经覆盖脑机专用芯片、算法解析、整机设备、临床应用等多个环节,产业链呈现多点铺开的格局,但大规模商业化尚需时间。未来,专用脑机芯片、高信噪比采集电极及临床适应证落地等环节值得关注,相关技术与临床突破进度有望影响企业间的发展差距。

传统药企积极拥抱AI谋求“弯道超车”

■本报记者 丁 堇

创新能力已然成为药企的核心竞争力。记者梳理上市药企半年度业绩报告发现,今年上半年,一批传统药企在创新药领域的布局取得重要进展,积极借力AI实现快速突围。

巨丰投顾高级投资顾问丁臻宇在接受《证券日报》记者采访时表示:“传统药企向创新药企转型,优势在于‘底盘’稳固,稳定的现金流为高投入的创新药研发提供了保障。同时,这些药企还具有完备的产业化链条和成熟的全国销售网络。AI技术成为它们转型的重要‘加速器’,AI技术能大幅缩短早期研发周期,降低成本并提升成功率。传统药企积极拥抱AI,重塑研发范式,有望在创新转型中实现‘弯道超车’。”

业务涵盖化学制剂、化学原料药、保健食品等领域的健康元药业集团股份有限公司(以下简称“健康元”)8月25日披露的半年报显示,今年上半年,该公司呼吸板块创新药收入占比接近

35%,而2025年同期占比约27%,实现明显提升。该公司呼吸领域首款化药1类创新药玛帕西沙韦胶囊商业化推进顺利,于今年上半年完成全国全部省份挂网,进入多家核心医疗机构,入驻主流线上医药平台。2026年6月正式申报国家医保药品目录调整,后续有望随医保准入落地实现进一步爬坡放量。

值得一提的是,健康元的创新药研发管线于今年上半年进入“收获期与拓展期并行”的关键阶段。截至今年6月末,该公司已布局超过20款1类创新药管线,其中呼吸及抗感染领域作为其长期聚焦的核心赛道,已前瞻性布局超过10款1类创新药。以TSLP单抗为例,今年上半年,其中重度慢性阻塞性肺疾病适应证Ⅲ期临床顺利启动并完成首例患者入组,进度在国内同类项目中处于领先地位;新增慢性鼻窦炎伴鼻息肉内适应证已于今年4月获得临床试验批准并获准直接开展Ⅱ期研究,呼吸领域适应症布局持续丰富。

广东众生药业股份有限公司(以

下简称“众生药业”)正从传统中药企业逐步向创新型医药健康企业迈进。该公司创新药研发主要聚焦呼吸系统疾病、代谢性疾病等疾病领域,已有2个创新药项目获批上市,多个创新药项目处于临床试验阶段。其中,众生药业代谢性疾病研发管线中的RAY1225注射液,是具有全球自主知识产权的创新结构多肽药物。根据公司半年报,今年上半年,RAY1225注射液用于治疗肥胖合并阻塞性睡眠呼吸暂停的Ⅲ期临床试验已获得国家药品监督管理局批准。

苏商银行特约研究员武泽伟在接受《证券日报》记者采访时表示:“传统药企切入创新药赛道具备多项内生禀赋,但同时也存在一些短板,包括源头创新能力相对薄弱、创新项目全流程管理经验有待积累等。当下,在AI技术快速发展的背景下,AI制药从概念走向落地应用,为传统药企的创新转型提供了重要助力。”

据悉,健康元已完成主流AI模型本地化部署,搭建起整合靶点识别、分子

生成、ADMET(药物的吸收、分布、代谢、排泄和毒性)预测及逆合成分析的端到端AI制药研发平台。健康元方面表示,今年上半年,这一平台实现新颖活性分子命中率提升了2倍至5倍,化合物虚拟筛选周期由传统数月压缩至数天。目前,健康元已部署多个早期新靶点项目,夯实早期研发地基,为整体管线矩阵提供源源不断的支持。

众生药业则结合小分子、多肽药物等新药研发技术平台优势,逐步打造AI驱动的药物发现平台,小核酸技术创新平台、多肽及抗体筛选技术平台,已经布局具备差异化优势的早期研发管线。

中国电子商务专家服务中心副主任郭涛在接受《证券日报》记者采访时表示:“AI制药可以缩短靶点验证、分子筛选优化的周期,降低早期研发试错成本,帮助传统药企补齐源头创新短板。传统药企若能将自身药物开发经验、临床资源与AI技术有效结合,将有利于其转型,走出符合自身优势的创新发展之路。”

老铺黄金上半年实现销售业绩227.8亿元

■本报记者 梁傲男

8月25日,老铺黄金股份有限公司(以下简称“老铺黄金”)发布2026年上半年业绩公告。公告显示,2026年上半年,公司实现销售业绩227.8亿元,同比增长60.6%;净利润43.2亿元,同比增长83.6%。公司拟派中期股息每股18.02元。

上半年,在奢侈品行业整体承压、国际金价大幅波动的复杂环境下,老铺黄金依然交出了亮眼答卷。老铺黄金在财报中表示,这得益于公司依托品牌定位、产品、渠道、门店场景和客服上的显著差异,进一步强化了市场优势地位。

老铺黄金创立于2009年,是中国率先推广“古法黄金”概念的专业品牌,也是推出“古法黄金、足金镶嵌钻石、金胎珐琅、金胎漆器”团体标准的起草单位。老铺黄金始终坚持原创,100%出品为原创设计。

财报显示,截至2026年6月30日,公司已创作出超过2600项作品,拥有中国内地专利296项,作品著作权1878项,以及境外专利276项。

上半年,金器消费逐渐成为老铺黄金新的增长极。报告期内,金器销售收入实现同比三位数增长,高端消费者对高品质金器的需求正在加速释放。

弗若斯特沙利文数据显示,2026年上半年,老铺黄金在进入的35家商场平均实现销售业绩超5亿元,单商场店效、坪效继续在全球奢侈品集团中排名第一。在二季度面临多重市场压力的背景下,老铺黄金依然保持在全国主要商场销售业绩排名第一。

分销售渠道来看,上半年,老铺黄金产品销售以线下门店渠道为主,线下门店收入为175.09亿元,同比增长43.5%,占总收入约77.8%。同时,线上平台销售表现强劲,收入为52.70亿元,同比增长171.9%。

受益于境外渠道持续拓展和品牌

全球影响力持续扩大,老铺黄金于报告期内的境外收入同比增长107.8%,达33.45亿元,这与公司“品牌国际化、市场全球化”的发展战略一致。

截至6月30日,老铺黄金忠诚会员达到约73万名,较去年年底增长12万名,消费人群持续扩大。

盘古智库(北京)信息咨询有限公司高级研究员江瀚对《证券日报》记者表示,通过产品、服务,以及门店文化空间打造,老铺黄金实现了从“黄金材质”向“文化与审美”的定价跨越。公司不再依赖金价波动的短期红利,而是以高净值客群的高复购率作为支撑,从“卖材质”向“卖文化、卖体验”的升维。

今年以来,老铺黄金启动了自创立以来最大规模的零售商业升级,密集升级了广州太古汇、澳门巴黎人、深圳万象天地、上海国金中心、杭州大厦等位于顶奢商场的八家门店,面积扩容并向顶奢核心位置进一步靠拢。

财报显示,截至6月30日,老铺黄金

在16个城市35家头部商业中心共开设了45家自营门店。对比2025年同期,老铺黄金新入驻6家商业中心,在已进驻的商业中心中优化扩容9家门店,产生增量营收贡献。

奢侈品研究机构亚太研究院院长周婷对《证券日报》记者表示:“以往奢商场最好的位置基本被海外品牌占据,如今,渠道格局从国际奢品牌垄断核心铺位,转向中式奢侈品牌获得同等核心席位。”

在业内人士看来,老铺黄金更值得被关注的,并不是“古法黄金”这一概念本身,而是它如何促使黄金珠宝行业重新思考产品价值、打开新的发展空间。

申万宏源研报认为,七夕、中秋、国庆及年末为行业传统消费旺季,老铺黄金国内存量门店向核心楼层与临街位置的优化仍在推进,一二线城市已逐步完成点位优化,海外市场以新加坡首店为起点稳步拓展,渠道空间与品牌“出海”的成长逻辑并未改变。

四川长虹披露半年报 净利润同比增超228%

■本报记者 舒娅疆

8月25日,四川长虹电器股份有限公司(以下简称“四川长虹”)披露2026年半年报。公司上半年实现营业收入582.74亿元,同比增长2.77%;归属于上市公司股东的净利润为16.46亿元,同比增长228.62%;归属于上市公司股东的扣非净利润为5174.56万元,同比减少67.88%。

半年报显示,公司利润总额同比涨幅较大,主要因非经常性损益显著增长,受被投资企业华丰科技股价波动影响,公允价值收益增加。归属于上市公司股东的扣非净利润同比降幅较大,主要受地缘政治冲突及海外贸易摩擦、主要大宗原材料价格阶段性上涨、关税政策变化、人民币汇率波动、终端需求偏弱、行业竞争加剧、品牌推广投入增加以及房地产业务需求疲软等多重因素影响。

作为一家全球化、综合型科技企业集团,四川长虹的主营业务覆盖智慧家居(涵盖电视、冰箱、冰柜、空调、洗衣机等产品)、通用设备制造(以全封闭活塞压缩机为代表)、ICT(信息和通信技术)综合服务、中间产品业务(主要为电子制造服务,简称EMS)以及特种业务等其他多元化业务。

作为在主营收入中占比较大的业务板块,四川长虹的智慧家居在上半年实现收入约232.82亿元,同比下降7.33%。公告显示,该公司在国内市场强化渠道建设,紧抓政策机会;在海外市场大力开拓增量,加大品牌投入,强化物流及售后服务保障。通过持续推进产品创新、品牌建设、渠道优化及运营提效,积极应对市场变化,推动业务结构优化和经营质效改善。

中国本土企业软权力研究中心研究员周锡冰在接受《证券日报》记者采访时表示:“家电是中国强项产业,四川长虹作为家电行业老牌企业,有全球化渠道和人才优势、技术优势,但是公司需要在技术迭代和创新等方面做出更多努力,同时,需要更加重视C端消费变化和消费者体验,不断优化消费者服务工作,以更好地满足不同消费需求。”

四川长虹高度关注盈利能力提升,已围绕经营质效改善采取系统性举措,持续通过供应链、生产、运营等全价值链精益管理,系统性降本控费;优化产品结构,推动产品向智能化、高端化升级;围绕创新驱动发展战略,持续完善创新机制,加速成果转化;深耕品牌建设,聚焦不同消费场景痛点,推动产品系统性升级,重塑品牌竞争力。

农夫山泉上半年营收净利双增长

■本报记者 梁傲男

8月25日晚间,农夫山泉发布2026年中期业绩。上半年,公司实现营业收入297.18亿元,同比增长16%;净利润88.87亿元,同比增长16.6%。

这份业绩公告中最值得关注的,是农夫山泉“水+饮料”两大业务收入同时增长:包装饮用水业务收入稳步修复,饮料业务收入保持同比双位数增长,共同推动公司业绩超预期增长。

财报显示,上半年包装饮用水业务继续恢复,虽然与2023年的高点相比仍有一定距离,但已回到增长轨道。

这一增长发生在包装水市场整体承压的背景下。AC尼尔森数据显示,今年以来,包装饮用水市场销售呈下降态势。在行业增速放缓、价格竞争加剧的情况下,农夫山泉包装水业务恢复增长,基本盘进一步企稳。

支撑这项基本盘的,首先还是水源。农夫山泉一直坚持“水源地建厂、水源地灌装”。从寻找水源、勘察论证,到建设工厂,再到形成生产和物流能力,一处天然水源真正进入全国供应体系,需要持续投入。

农夫山泉的水源版图正不断扩大。从浙江千岛湖、吉林长白山、湖北丹江口,到广东万绿湖、四川峨眉山、新疆天山玛纳斯,再到近年来布局的云南轿子雪山、海南雷琼海口火山群,公司持续寻找优质天然水源,生产网络也随之向全国延伸。

科力装备中期业绩出炉 研发投入同比增长29.19%

■本报记者 张晓玉

8月25日晚,河北科力汽车装备股份有限公司(以下简称“科力装备”)发布2026年半年度报告。报告显示,2026年上半年公司实现营业收入约2.96亿元,归属于上市公司股东的净利润约5152.26万元,实现基本每股收益0.42元。

受下游汽车产销双降影响,科力装备营收与净利阶段性承压,但其加码创新与制造的“硬投入”亮眼。今年上半年科力装备研发投入2126.51万元,同比增长29.19%,占营收比重升至7.17%;投资2.6亿元、占地4.17万平方米的智能化工厂正式投产,长期制约公司交付的产能瓶颈由此破解。

据中国汽车工业协会统计,2026年上半年我国汽车产销分别达1499.3万辆和1501.7万辆,同比分别下降4%和4.1%,其中乘用车产销分别达1272.1万辆和1272万辆,同比分别下降5.9%和16.0%。

华侨大学海上丝绸之路研究院教授胡麒牧对《证券日报》记者表示,尽管上半年我国汽车销量有所

下滑,但中长期结构性空间未变。科力装备在行业淡季选择“研发上加码、产能上扩产”,本质上是用逆周期资本开支换取周期上行时的份额弹性。

公告显示,2024年、2025年以及2026年上半年,科力装备研发投入分别为3293.08万元、3632.41万元、2126.51万元,累计投入金额达9052.00万元;各期研发投入占营收比重分别为5.38%、5.36%、7.17%。截至报告期末,科力装备拥有专利88项,其中发明专利12项,实用新型专利71项,外观设计专利5项。其中,该公司新增授权实用新型专利3项。

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,逆势加码研发,是科力装备以技术壁垒穿越周期的战略选择。尽管短期业绩承压,公司仍将研发投入占比提升至7.17%。聚焦汽车玻璃组件升级与纳米涂装新材料双轮驱动,并已斩获多家新能源车企定点。此举旨在以逆周期投入夯实底层技术、拓宽产品边界,待行业复苏时转化为更强的定价权与市场份额,本质上是龙头企业为长远竞争力蓄势的必然之举。