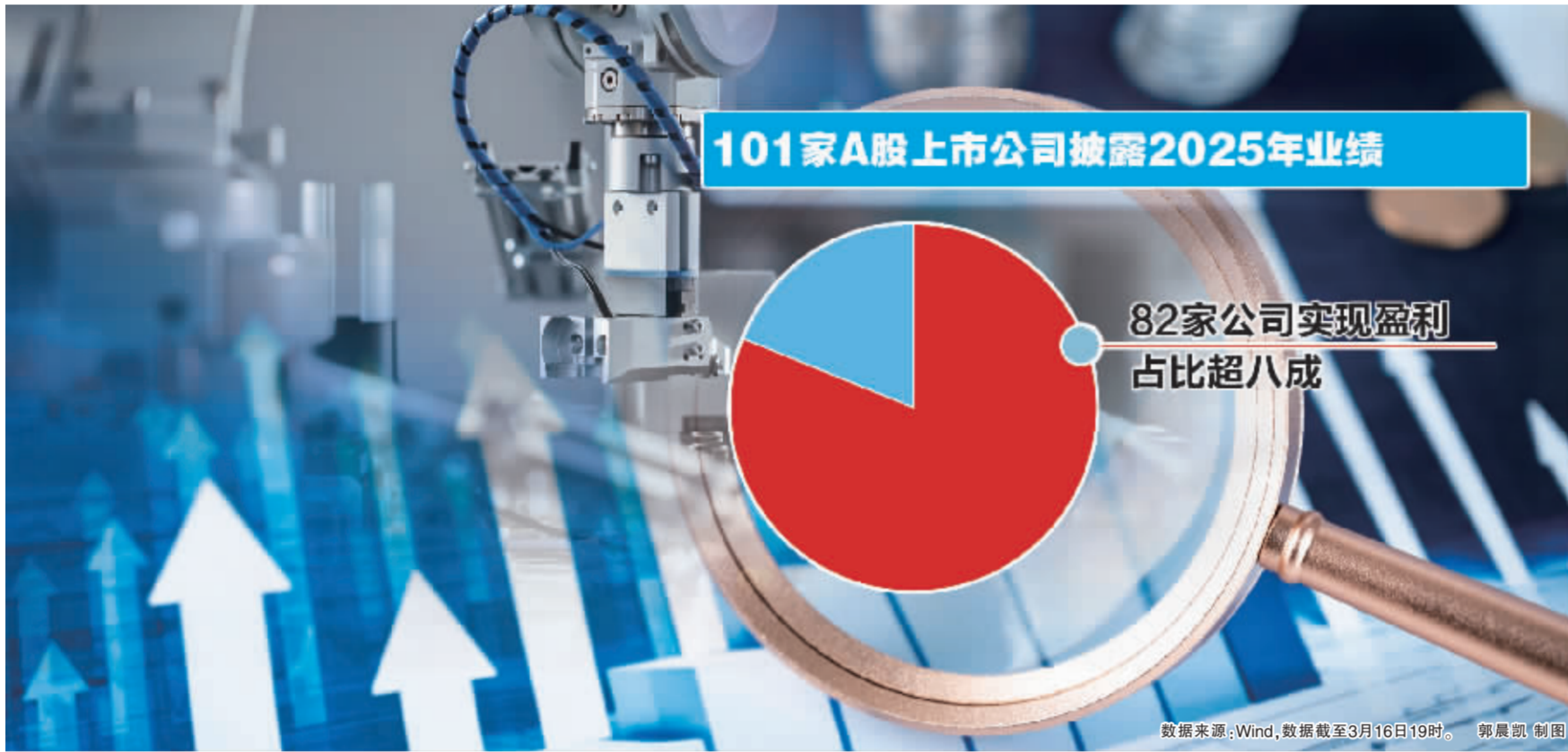


以硬科技书写新成绩 百家A股公司2025年年报“交卷”



记者 何昕怡

2月以来,A股上市公司2025年年报接连发布,向投资者披露2025年经营成果。

Wind数据显示:截至3月16日19时,A股共有101家上市公司披露了2025年业绩情况,其中82家公司实现盈利,占比超八成;从归母净利润增幅看,55家公司归母净利润同比实现增长(剔除扭亏),其中9家公司业绩实现倍增。

以宁德时代为代表的龙头公司,以优良的业绩尽显引领力、影响力、价值力。从细分行业和属性来看,新能源、AI等新兴产业业绩亮眼,以技术创新加快产业转型升级步伐。此外,多家科创板企业首次实现年度盈利或成功扭亏,以硬核实力书写亮眼“答卷”。

龙头企业表现亮眼

2025年,以宁德时代、工业富联、胜宏科技等为代表的龙头企业用扎实的业绩引领行业“加速跑”。

宁德时代2025年年报显示:报告期内,公司实现营业收入4237.02亿元,同比增长17.04%;归母净利润为722.01亿元,同比增长42.28%。动力电池作为宁德时代的核心业务,全年实现销量541GWh,同比增长41.85%,全球市占率创历史新高。储能业务方面,2025年,宁德时代储能电池销量为121GWh,增长29.1%。

依托良好的盈利能力与现金流,宁德时代2025年拟实施史上最大手笔分红。其中,年度现金分红为144.4亿元,全年累计派现约361亿元,分红比例占2025年归母净利润的比例为50%。

工业富联受益于全球AI算力需求的加速爆发,2025年,公司营收达到9028.87亿元,同比增长48.22%;归母净利润为352.86亿元,同比增长51.99%。公司基本每股收益(EPS)为1.78元,同比增

伴随着业绩的强劲增长,一批上市时未盈利的科创板公司首次实现盈利,将顺利实现摘“U”,寒武纪就是其中之一

长52.14%;加权平均净资产收益率(ROE)21.65%,同比增长5.8个百分点,两大核心盈利指标均刷新上市以来纪录。

AI业务成公司业务增长的核心引擎。“AI正以前所未有的速度重塑全球科技产业格局,生成式AI的广泛应用,使算力需求从‘通用计算’快速迈向‘高性能计算’。受益于AI服务器市场持续扩张以及云服务商业务表现优异,公司整体营业收入实现增长。”工业富联在年报中表示。

AI算力需求的持续爆发,推动PCB(印制电路板)行业迎来量价齐升新阶段。2025年,胜宏科技实现营收192.92亿元,同比增长79.77%;归母净利润为43.12亿元,同比增长273.52%。在AI算力、数据中心、高性能计算等关键领域,公司多款高端产品已实现大规模量产,带动产品结构向高价值量、高技术复杂度方向升级,高端产品占比显著提升,推动公司业绩高速增长。

胜宏科技同步披露2026年投资计划。其拟投资总额不超过200亿元,聚焦新厂房及工程建设、设备购置、自动化产线改造升级等事宜,为后续业务发展筑牢基础。

多家科创板公司扭亏或缩亏

科技创新积蓄发展动能。据统计,截至3月16日

19时,已有12家科创板公司披露2025年业绩,多家公司成功扭亏为盈或缩亏。市场景气度提升、销售持续放量等关键要素,共同勾勒出上述科创板企业的2025年发展轮廓。

芯碁微装主要产品应用于PCB及泛半导体。据灼识咨询数据,以2024年营收计,芯碁微装为全球最大的PCB直接成像设备供应商,市场份额达15%。2025年,公司实现营收14.08亿元,同比增长47.61%;实现归母净利润2.9亿元,同比增长80.42%。

其年报显示,2025年,全球AI算力需求爆发持续带动多层PCB板及高端HDI产业加速升级与产量提升。芯碁微装的订单需求全年保持旺盛态势,自2025年3月起公司产能进入超载状态后,全年产能持续拉满。订单方面,芯碁微装2025年含税新签订单金额创下历史新高,其中3月单月设备发货量破百台,创下历史新高。

2025年,君实生物实现营业收入24.98亿元,同比增长28.23%;归母净利润收窄至8.75亿元,同比大幅减亏31.68%。公司核心产品特瑞普利单抗实现国内市场销售收入约20.68亿元,同比增长约37.72%。目前,特瑞普利单抗在国内已获批12项适应症,且全部纳入最新国家医保目录,成为目录中唯一用于肾癌、三阴性乳腺癌和黑色素瘤治疗的抗PD-1单抗药物。

伴随着业绩的强劲增长,一批上市时未盈利的科创板公司首次实现盈利,将顺利实现摘“U”,寒武纪就是其中之一。

报告期内,寒武纪实现营收64.97亿元,同比大幅增长453.21%;归母净利润达20.59亿元,这是该公司自2020年上市后首次实现年度盈利。3月16日,寒武纪取消特别标识“U”,股票代码显示由“寒武纪-U”变更为“寒武纪”,成为科创板成长层首批“退层”企业之一。

A股新消费IPO开闸在即,谁将饮得“头啖汤”?

记者 郭成林 高志刚

时隔近三年,A股市场对新消费类企业的大门正在重新打开。日前,中国证监会主席吴清明确表态,将在创业板增设一套更加精准、更为包容的上市标准,积极支持新型消费、现代服务业等优质创新创业企业在创业板发行上市。这一表态被市场广泛解读为“新消费IPO开闸”的明确信号。

自2023年“8·27新政”以来,消费类企业在A股的上市通道收窄,许多企业转道港股。如今,创业板改革方案即将落地,谁将成为率先登陆A股的新消费企业,市场充满期待。

“推出新的上市标准,是顺应中国经济结构转型的阶段性需求。”高禾投资管理合伙人刘盛宇表示,本质上,这也是资本市场主动适配“新经济结构”的重要信号。

三年“空窗期”

过去三年,消费类企业的A股IPO之路经历了一段“空窗期”。自2023年8月27日监管部门阶段性收紧IPO节奏以来,大消费领域企业在A股的上市进程基本陷入停滞。据不完全统计,“8·27新政”实施后,已有至少30家衣食住行等领域的消费企业终止了A股IPO项目。

例如:曾被市场视为“中式快餐第一股”有力争夺者的老乡鸡,在2023年8月主动撤回上市申请,结束了长达一年多的IPO排队;其竞争对手老娘舅也因保荐人撤销保荐而终止审核。此外,八马茶业、德州扒鸡、沃隆食品、鲜美来、认养一头牛、想念食品、东星集团等知名消费品牌的A股上市之路相继折戟。

“当时,科技创新成为绝对的主流,消费类企业的上市让步于科技型企业,这在投资圈已形成共识。”一位曾参与多家消费类企业融资的PE投资人回忆道。

刘盛宇告诉记者,传统消费增长趋缓,而以国潮品牌、数字消费、情绪消费、服务消费为代表的新消费形态正成为拉动内需的重要驱动力。但这类企业往往具有“轻资产、高增长、前期盈利不稳定”的特征,难以完全满足原有的上市标准。

在此背景下,港股成为众多消费类企业登陆资本市场的选择。据记者不完全统计,“8·27新政”之后,蜜雪集团、老铺黄金、华润饮料、鸣鸣很忙等至少40家消费类企业在港上市。仅2026年1月,就有逾10家消费类企业冲刺港股上市,数量明显高于2025年同期。

何为“新型消费”?

何为“新型消费”?何为“现代服务业”?

2024年,国家发展改革委等部门发布的《关于打造消费新场景培育消费新增长点的措施》,则将餐饮、文旅、体育、数字消费等“场景创新”作为培育方向。

据和泰资产首席研究员王朴分析,《扩大内需战略规划纲要(2022—2035年)》将新型消费场景归纳为四大类:一是线上线下融合,如数字化零售连锁、无人零售门店、即时零售配送平台、智能自助点餐系统;二是“互联网+社会服务”,如数字化健康管理、数字文旅、智能体育场馆、在线知识付费;三是共享经济新业态,如共享充电、高端闲置物品交易平台、共享汽车、共享办公;四是新个体经济,如社交电商精品店、达人直播间、轻量化数字文创、个人IP知识服务等。

国家统计局《现代服务业统计分类》明确,现代服务业涵盖八大类:信息传输软件和信息技术服务、科研和技术服务、金融业、现代物流、现代商贸、现代生活服务、现代公共服务、融合发展服务业,并强调“高技术含量、高人力资本含量、高附加值”等特征。

谁饮“头啖汤”?

刘盛宇分析,新的创业板上市标准或更注重企业的收入增长潜力和市场空间,适度放宽对短期盈利的要求,并更加重视品牌力、用户规模、渠道能力等非财务指标,重点支持平台型、服务型 and 消费科技融合的企业上市。

那么,哪些企业有望成为首批登陆创业板的新消费代表?记者通过多方采访了解到,市场普遍看好两类企业。

第一类是正在港股排队、同时具备A股上市基础的企业。中银证券预计,此前因政策限制转向港股的新消费企业,未来回流创业板的可行性将显著提升。其中,具备“消费属性+技术赋能+规模复制”特征的企业或将显著受益,典型方向包括新茶饮、智能潮玩、宠物经济、品牌零售、社区零售、数字内容消费、消费医疗服务、国潮品牌,以及具备数字化供应链能力的消费平台型企业。

目前,港股仍有30余家消费类企业在排队IPO,如袁记食品、钱大妈、君乐宝、自然堂、老乡鸡、巴奴国际等。其中,君乐宝、老乡鸡等曾尝试A股上市未果后转战港股。

尤其受关注的是,契合“IP经济”“谷子经济”新风向的潮玩企业,因为这类企业通常具备轻资产、高毛利、爆发式增长的盈利特征。2024年以来,以泡泡玛特为代表的潮玩IP经济在资本市场掀起热潮,“谷子经济”市场规模预计2027年将突破3000亿元。据记者了解,泡泡玛特、铜师傅等企业已在港股递表或通过聆讯。

但有业内人士指出,赴港上市的消费企业部分搭建了红筹架构。“从启动拆架构到满足A股申报条件,还需要18个月以上,再加上较长的申报审核周期,‘奔港返A’对很多企业而言仍是重大而艰难的决策。”

第二类是已在港股市场验证成功的“优等生”回归A股。例如,老铺黄金上市后股价较发行价上涨超15倍,蜜雪集团市值一度突破2000亿港元。分析人士认为,这类企业的商业模式和成长性已在境外资本市场获得认可,若回归A股,将产生显著的示范效应,进一步提升市场对消费板块的信心。

“A+H”成趋势

多位业内人士告诉记者,港股的新消费企业上市热潮可能并不会就此消退。

万联证券研究所大消费首席分析师陈雯分析,2026年初,在港股排队的消费企业数量众多、龙头聚集。她认为,消费企业扎堆赴港上市有多重因素推动:一是大量VC/PE资本进入退出节点;二是港股市场科技板块持续上扬,为消费企业IPO提供了良好的资金环境;三是国内消费企业积极拓展海外市场,在港股上市可提升国际知名度。

一个值得关注的变化是,越来越多的消费企业更倾向于“A+H”两地布局。

2026年2月3日,已在A股上市的东鹏饮料正式登陆港股,成为2026年首家实现“A+H”上市的公司。招股书显示,公司本次发行募资约101.4亿港元,引入卡塔尔投资局、淡马锡等15家基石投资者。

随着创业板改革方案即将落地,一场关于新消费企业的上市“争夺战”悄然打响。这一次,主角不再是传统的“吃穿住行”,而是那些具备数字化能力、IP运营能力、模式创新能力的“新消费”代表。

谁将饮得“头啖汤”?让我们拭目以待。

港股公司2025年业绩扎堆报喜 AI成为增长关键词

记者 孔令仪

进入年报披露季,港股上市公司扎堆报喜。据上海证券报记者初步梳理,3月1日至3月16日期间,MINIMAX-WP、云迹、哔哩哔哩-W、布鲁可、君实生物等近百家港股公司披露了截至2025年12月31日止的年度业绩公告。记者注意到,AI技术赋能、新消费动能强劲,成为支撑港股上市公司收入增长的两大重要动力。

AI成为重要增长引擎

梳理港股公司2025年业绩报告,记者观察到,AI技术正成为驱动企业业绩增长的重要引擎。从智能体生态到内容平台,从工业供应链到医疗健康,AI赋能效应在各行各业加速显现。

在哔哩哔哩-W的2025年业绩报告中,AI已经成为“B站”复兴背后的重要推手。2025年,哔哩哔哩-W的营收达到303.5亿元(人民币,如无标明,下同),同比增长13%;同时,其日均活跃用户、月均活跃用户以及用户日均使用时长均创历史新高。

哔哩哔哩-W提到:通过引入前沿大语言模型,公司在内容发现和广告投放方面实现了更高精度的匹配与优化;公司也为创作者和广告主提供AIGC工具,降低创作与投放门槛,并借助AI翻译功能,让优质内容触达更广泛的全球用户。2026年,公司将进一步借助AI放大核心优势,推动可持续增长。

“京东系”港股上市公司密集报喜,并纷纷谈及AI对公司的赋能。其中,京东工业2025年总收入达239.5亿元,同比增长17.4%。报告期内,公司推出了行业首个以供应链为核心的工业大模型JoyIndustrial,推动工业供应链向更高层次的数字化转型

升级。

京东健康通过AI构建全场景健康服务生态,助力公司高质量增长,2025年实现收入734亿元,同比增长26.3%,且收入连续四个季度同比增速超20%。京东健康表示,公司以“AI+供应链”全场景赋能“医一检一药”,打通了从在线到线下、从院内到院外的服务闭环。展望2026年,公司将不断探索科技创新和AI应用,持续拓宽健康生态的服务边界。

京东物流则聚焦核心能力建设,在2025年全面优化时效能力,加快海外网络布局并深化自动化与AI技术应用,实现总收入2171亿元,同比增长18.8%。

汇量科技在2025年持续为全球客户提供发展移动互联网生态所需要的广告技术服务和营销技术服务,实现营业收入20.47亿美元,同比增长35.7%,且收入和利润均创历史最佳水平。

根据披露,汇量科技旗下Mintegral平台目前已成为全球头部第三方程序化广告交易平台之一,是公司的主要收入和利润贡献来源。自2023年5月以来,Mintegral已相继推出4款基于AI与机器学习的智能出价产品,该系列产品能够围绕广告主设定的关键目标,持续优化广告投放效果,提升整体广告投资回报。

大模型企业本身更是受益于这波AI浪潮。MINIMAX-WP身为港股“大模型双雄”之一,在2025年构建了全模态的研发能力,语言、视频、语音、音乐等各主要模态均拥有了具备全球竞争力的模型。2025年全年,公司总收入达到7900万美元,同比增长158.9%。

展望未来,MINIMAX-WP表示,其将从大模型公司向AI时代的平台型公司迈进,持续定义和推动新的智能范式,不断提升技术和产品的创新能力。

新消费赛道多家业绩喜人

除了积极拥抱AI的企业表现亮眼,新消费领域的港股上市公司也业绩喜人。

“一站式在家吃饭”品牌锅圈2025年实现收入78.1亿元,同比增长20.7%;净利润为4.54亿元,同比增长88.2%。报告期内,公司通过多渠道、多场景的全域布局,深度融合线上线下运营模式,成功构建起全方位的实时零售门店网络。

基于对下沉市场的理解,锅圈在乡镇市场的门店开拓方面表现不俗,于2025年净新增1004家乡镇门店,截至2025年12月31日,其乡镇市场门店数量达到3010家。

布鲁可凭借拼搭角色类玩具销量显著增加,带动其2025年收入达到29.13亿元,同比增长30%。布鲁可表示:2025年,公司平价产品(即零售价9.9元)的收入达5.41亿元,销量达1.22亿件,为收入增长作出贡献;同时,公司推出了913个新SKU,相关收入也促进了公司总收入的增长。

从事美容相关业务的自然美,在2025年实现收入5.39亿港元,同比增长52.4%,主要是由于公司产品销售增加1.81亿港元,该类业务贡献了公司总营收的98.6%。

此外,老铺黄金于3月11日发布了正面盈利预告。老铺黄金预计:2025年度实现收入270亿元至280亿元,同比增长约217%至229%;实现净利润约48亿元至49亿元,同比增长约226%至233%。

老铺黄金表示:业绩增长主要是因为其品牌影响力持续扩大形成的市场绝对优势,带来线上线下店铺整体营收大幅增长;其产品的持续优化、推新迭代,保证了线上线下营收的持续高增长。