

从卖产品到建生态 具身智能企业海外“生意经”渐多元

◎记者 孙小程

“海外需求较为旺盛，近两年我们海外业务的增长非常明显，2025年海外营收同比增长超过100%。”近日，傅利叶康复海外业务部总经理欧文·张（Owen Teoh）首次透露公司的出海成绩。

这并非个例，具身智能企业出海步伐加快，海外业务渐成业绩亮点。多家企业披露的数据显示，其海外业务占比高，且增长迅速。部分企业已将海外销售目标设定为未来整体营收的一半以上。

不过，作为尚处早期、技术快速迭代的未来产业，各家企业的出海策略各有千秋。从向科研机构提供产品，到与当地伙伴共建生态，再到为垂直领域提供深度解决方案，企业出海蹚出多元化路径。

海外市场成企业“第二粮仓”

5月13日，在上海张江召开的全球智能康复与机器人技术峰会（GReAT 2026）上，来自中东、欧美的面孔比比皆是，中国嘉宾的演讲语言也切换为英语。一个月前，智元合作伙伴大会同样在张江举行，海外观众比例同样颇高，现场甚至配有英语、日语、韩语、阿拉伯语四种外语同传。

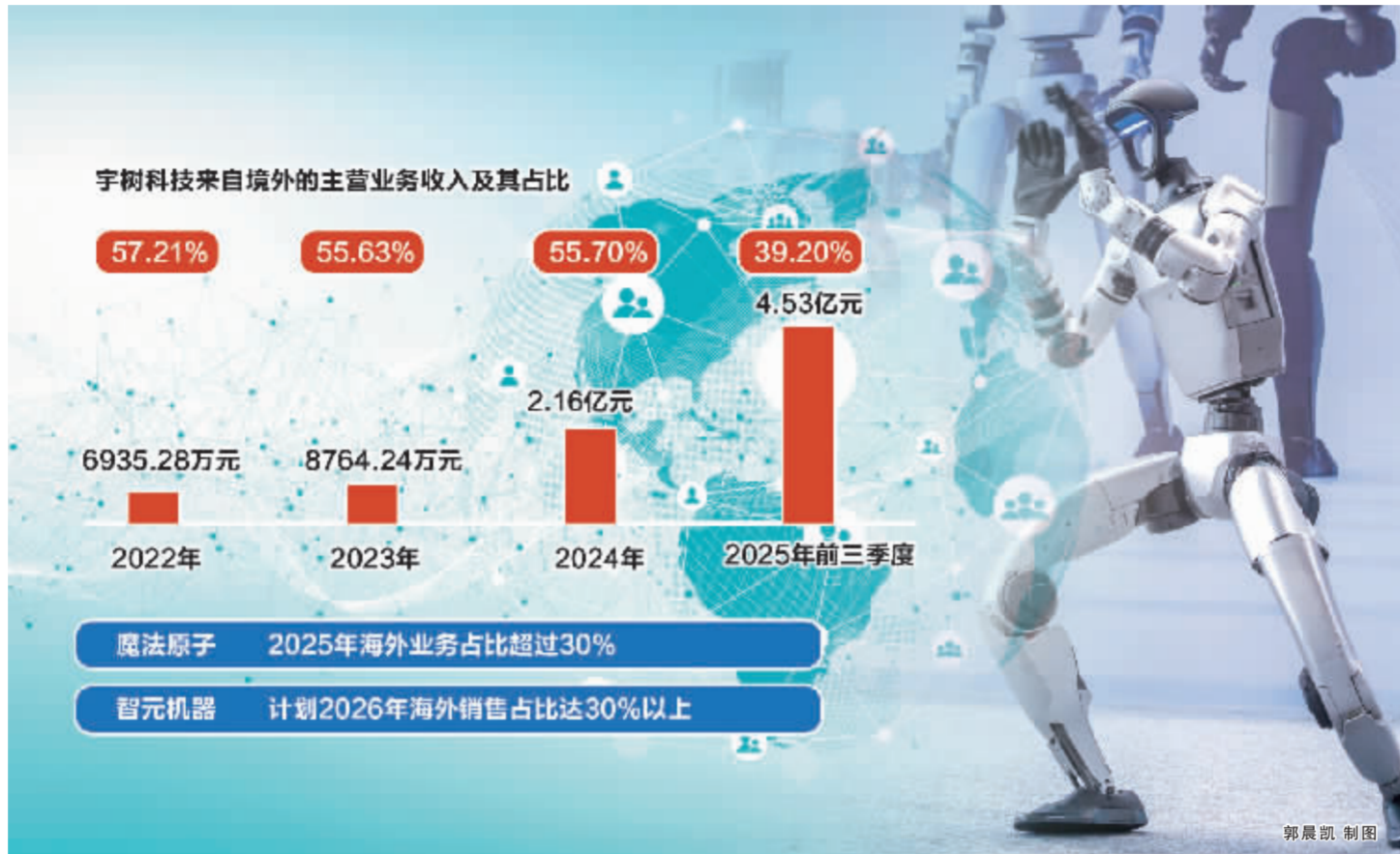
会场内外的这些侧影，不仅折射出头部企业出海的决心，也是中国具身智能技术吸引力的直观体现。

近年来，外贸“新三样”（新能源汽车、锂电池、光伏产品）发展稳扎稳打的同时，新“新三样”的概念亦获认可——机器人、人工智能与创新药。

“机器人成为新‘新三样’是中国高端制造崛起的体现。目前，中国机器人产业已稳居全球第一梯队，机器人相关有效专利突破19万项，约占全球三分之二。尤其是在AI浪潮的背景下，中国身位较为靠前，技术具备一定前瞻性。”欧文·张对此分析道。

一位具身智能企业高管介绍，海外市场在机器人本体量产、供应链和效率方面存在缺口，相比之下，中国产品的竞争优势更为明显。同时，海外客户群体的支付能力较强，不管是用人形机器人提供情绪价值，还是未来进行生产力替代，都有相应的现实需求。

从部分企业披露的动向来看，海外地区已被视为具身智能企业营收的重要支撑。魔法原子披露，2025年海外业务占比超过30%，覆盖27个国家和地区，在欧美、



东南亚等地推进本地化落地。

宇树科技招股书显示，2022年至2024年及2025年前三季度，公司来自境外地区的主营业务收入金额分别为6935.28万元、8764.24万元、2.16亿元和4.53亿元，占主营业务收入的比例分别为57.21%、55.63%、55.70%和39.20%。

智元机器人合伙人、联席总裁姜青松介绍，智元计划2026年的海外销售在整体营收中的占比达到30%以上，未来有望超过50%。2026年一季度，智元分拆的四足机器人子公司智元酷拓已将海外订单的占比提升至40%；孵化的机器人租赁平台擎天租，在4月发布SHAREBOT全球化网络，首期覆盖德国、法国、美国、马来西亚、泰国等13个国家。

出海方式因地制宜

从目的地看，具身智能企业出海选择的方向颇为一致，重点布局北美、欧洲、日本，同时拓展东南亚、中东等地区。

不过，由于具身智能产业尚处发展早期，技术本身仍在持续迭代，传统的市场拓

展方式并不完全适用。因此，在出海方式上，企业更倾向于灵活施策，具体打法因企而异、因地制宜。

此前最为主流的模式是向海外高校、研究机构直接出售机器人本体，供其二次开发。例如，宇树科技人形机器人的产品需求主要集中在科研领域，斯坦福大学、波士顿动力人工智能研究所等机构均是其客户。

另一种模式是与海外伙伴共建生态、协同创新。姜青松说，具身智能仍是一个很新的产业，因此前期的市场拓展，较为重视共创和伙伴关系。“我们基本采取‘一地一策’方式，与当地充分讨论他们真正需要什么。”

姜青松称，各个国家对具身智能的诉求不同：制造业强的国家可能希望快速接入零部件和制造能力，而以旅游或服务业务为主的行业，更希望机器人真正用起来。

以马来西亚为例，智元机器人从去年开始推进合作，推出了全球首个机器人体验馆，让公众近距离了解机器人。“我们做了拳击、足球、机器人对话等娱乐型项目，主要目的是先让市场了解这一新事物。接

下来，我们会在马来西亚推出更多旅游类项目。总体来看，今年出海的关键词是‘共创’，我们希望更多生态伙伴加入，一起探索具身智能在不同市场的落地模式。”姜青松说。

在康养等专门门槛较高的领域，出海策略更注重产学研合作，从而提供定制化、系统性的解决方案。欧文·张介绍，傅利叶近年来通过产学研深度融合，不断拓展国际布局。与高校及研究机构的合作，带来的不仅是直接的订单转化，更关键的是帮助公司深入理解不同市场的实际需求，从而提供定制化的解决方案。

在技术落地层面，傅利叶的康复机器人主要应用于神经康复与运动康复领域，并逐步将具身智能技术延伸至认知训练、辅助陪伴等更广泛的康养场景。在欧文·张看来，康复机器人在海外市场的发展将呈现三大趋势：从提供单一产品转向输出整体解决方案；从被动执行指令演进为具备主动交互能力的具身智能；应用场景也从医院不断延伸至社区和家庭，实现更普惠的康复服务覆盖。

紧抓行业新机遇 深市消费公司 加速锻造优势品类

◎记者 孔令仪

5月13日，深交所“拓市场谋发展·新消费强引擎”为主题，组织召开消费行业深市上市公司集体业绩说明会。中顺洁柔、众兴菌业、盐津铺子、乖宝宠物等4家深市公司高管现场解析公司业绩、探讨行业发展趋势，并回答投资者提问。

参加此次集体业绩说明会的4家公司都是消费行业各细分领域的代表：中顺洁柔是国内高端生活用纸领域的标杆品牌；众兴菌业是专注于食（药）用菌研发、生产及销售的国家级农业产业化重点龙头企业；盐津铺子是一家综合性休闲食品集团，在原料配方、生产工艺等方面均达到业内领先水平；乖宝宠物主营宠物犬用和猫用多品类宠物食品，旗下主力品牌麦富迪持续领跑行业。

精研产品力 以创新驱动增长

上海证券报记者观察到，消费行业多家深市公司将产品力与研发创新视为业绩增长的核心驱动力，正通过把握行业发展趋势、以用户需求为导向进行精细化品类迭代，构筑差异化竞争护城河。

中顺洁柔对核心品类进行了升级，包括推出艺术系列国风联名产品；专为鼻敏感人群设计护鼻乳霜纸巾；推出点断式湿厕纸，提升用户使用便捷性；设计易撕型分享手帕纸，开创生活用纸情绪价值新场景；针对高校女生等年轻群体打造免脱更换的“猫ning裤”。

中顺洁柔表示，公司正在通过差异化产品创新推动品类结构升级，为用户提供“生活用纸+家清个护”深度融合的全场景生活解决方案，促进自身向综合性生活用品集团稳步转型。

众兴菌业2025年营收与归母净利润取得亮眼成绩的背后，是公司不断深入研究食用菌菌种特性，进一步优化调整生产工艺、改良培养基配方，提升食用菌的生物学转化率。据介绍，公司以自主研发为主，设有菌类生物工程技术研发中心，针对不同业务开展研究，其双孢菇事业部从荷兰引进了生物质谱杆营养成分检测仪及全流程菌菇条件变化数据收集和分析系统。

盐津铺子也是持续推进品类品牌建设的代表性消费企业。公司推出的“大魔王麻酱素毛肚”不仅推动了魔芋品类成长，还系统性改变了公司的品类品牌模型、大单品模型、定量流通渠道模型和外区域销售模型。

“当前魔芋零食行业仍处于成长阶段，距离成熟期尚远。更多企业进入魔芋赛道是积极信号，反映出行业景气度和空间都在提升。”盐津铺子董事会秘书张杨表示，竞争的核心在于研发创新、品质保障等综合实力，公司将在现有产品结构框架下持续推进新品研发和品类创新。

乖宝宠物依托WarmData大数据支撑，通过AI、数字孪生等技术应用，助力研发迭代效率大幅提升，正全面转向“基础研究与技术转化双轮驱动”。据介绍，公司致力于跳出行业同质化跟风，围绕宠物真实饮食需求，打造了丛林食谱产品、幼犬幼猫产品、麦富迪原鲜肉粮等原创精准营养产品。

渠道与产能“双升级”

面对行业竞争，深市多家消费公司通过深耕线下高潜力渠道、加码自建产能、稳步推进海外布局等“组合拳”，在巩固核心基本盘的同时，为2026年的高质量增长蓄势赋能。

中顺洁柔在2025年持续优化渠道结构，聚焦高潜门店布局与核心消费人群画像，推动资源高效精准投放。公司还重点布局新兴折扣系统、美妆连锁等增量市场，并拓展校园渠道，培育年轻消费群体，丰富线下消费触点。

众兴菌业在2025年积极应对食用菌行业结构性调整，持续优化产品结构及产能布局。其中，公司双孢菇基地湖北众兴项目满产，公司双孢菇日产能达到420吨，进一步增加了双孢菇产品的市场份额。

盐津铺子则在2025年主动对电商业务进行战略调整，通过线下多元高增长渠道承接增长任务，实现线上线下职能互补的平衡格局。展望2026年，公司在定量流通渠道将进一步优化经销商、分销商结构，培育一大批核心战略合作商；并将重点拓展2000家至4000家门店规模的腰部零售量贩系统，通过增加SKU覆盖、联合打造核心爆品等实现销售增量。

乖宝宠物全面落地了数字化供应链战略，并持续扩大国内智能工厂产能，加码泰国、新西兰高端产能布局。“公司自建产能不仅确保了工艺参数的严格复现，也支撑了从实验室到产线的全链条技术验证，使WarmData平台的算法模型能持续反哺生产优化。当前的投入是构建长期产品护城河的必要选择，而非单纯的规模扩张。”乖宝宠物相关负责人表示。

董事长专访



龙大伟

◎记者 胡嘉树

诚志股份2026年一季度的成绩单颇为亮眼：归母净利润为2.33亿元，同比大增177.38%。3月下旬，公司在融资环境依然偏紧的背景下，成功发行5亿元中期票据，票面利率2.54%。

“行业周期就像一口锅，水深一米，有的企业在锅底，我们在锅沿上——稍微有一点变化就出来了。”在接受上海证券报记者采访时，诚志股份董事长龙大伟用这个比喻解释业绩反转，也解释了市场为何愿意给这家老牌化工企业“低利率投票”。

“诚志股份是‘现金奶牛’，典型的‘重资产、低淘汰’企业。”龙大伟说。

“稳健现金流与低负债率”夯实融资基础

“2.54%，在目前市场上确实算比较低的。”谈及诚志股份于3月下旬成功发行的第一期5亿元中期票据，龙大伟对利率给出这样的评价。

市场为何愿意以如此低的成本向诚志股份投出信任票？龙大伟告诉记者：“首先，2016年至2026年的十年间，诚志股份每年的经营性正现金流都在10亿元上下，而且经营性现金流远高于税后净利润。”在他看来，这是市场最看重的基本面之一。

其次，公司资产负债结构健康。诚志股份2026年一季度显示，公司的资产负债率为

诚志股份龙大伟： “站在锅沿上”的逆周期生存法则

32.59%。“在化工这样的重资产领域，能够保持如此低的资产负债率，实属不易。这非常契合高盛提出的HALO（Heavy Assets, Low Obsolescence）概念——重资产，低淘汰。”龙大伟表示。

2024年，诚志股份完成“2.0版”战略规划，核心是“延长产业链”。龙大伟称，此次募集的5亿元资金将继续“一张蓝图绘到底”，助推公司在乙丙烯价值链一体化的链条上向下游生产延伸。

“我们采用成熟的‘现金奶牛’项目带一个‘烧钱’项目的操作模式，主要是为了避免单纯靠抬高财务杠杆进行投资的风险。”龙大伟解释道。

他以诚志股份的辛醇项目为例：“这是行业内唯一一个在10个月内实现从动工到达产销售的项目。投资预算为11亿元，实际投资不到10亿元，很快就达到现金流平衡并收回投资，成为公司度过2024年至2025年的化工周期低谷的强大支撑。”正是这种大规模逆周期投资的模式，让诚志股份的资产负债率从2024年末到2025年末只提高了不到2个百分点。

生产基地“鸡与蛋”难题何解？

2026年2月，诚志股份超高分子量聚乙烯装置在青岛董家口实现一次性投料试车成功。“这个项目瞄准超高性能材料的最高标准，目前能够生产的国家不多，它的效益是可预期的。”龙大伟坦言，“但与南京江北新区百万吨级的成熟生产基地相比，董家口目前只有4万吨的规模，规模效益还远远不够。”

更大的挑战在于破解“产品孤岛”难题。“董家口化工园区没有上游原料，也没有下游用户。”龙大伟打了个比方，“先有鸡，还是先有蛋？如果先做上游，下游没承接，不产生现金流；如果先做下游，又没有上游的原料供给，还要考虑运输安全与经

济距离。”

诚志股份的破局之道是：在上游方面，用南京基地的原料进行“虚拟置换”——与行业伙伴换货，同时自建3万立方米储罐对冲运输劣势。此外，公司还“盯上”园区内企业的高炉尾气，希望将其用于生产工业气体和烯烃，从根本上解决原料来源。在下游，公司联合国内科研院所，瞄准“卡脖子”的高端产品和标准进行布局。

对于市场关心的业绩修复，龙大伟直言：“公司2025年归母净利润亏损，但扣非后净利润是正的，主要是受到消费税补缴的影响。”2026年一季度，诚志股份实现归母净利润2.33亿元，同比增长177.38%。

他透露，一季度效益不错的原因是提前布局。“去年，黄金、大宗物资涨价，我们对局势有预判，冬天就把南京的7套大装置全部检修出来。”龙大伟表示，今年2月，乙烯价格从6000多元涨到9000多元，诚志股份早已提前储备了甲醇、煤等原料。“7套设备昼夜不停，有史以来第一次全部满负荷运转。”

此外，价值链延伸的战略布局也为公司盈利带来结构性优势。烯烃、乙烯、丁二烯等延伸产品价格的波动，让公司一季度业绩受益匪浅。

龙大伟判断：“能源供应和有机材料供应的不稳定性，会带来有机材料的持续偏紧。第一次、第二次石油危机重塑了全球产业格局，这次也不会例外。”

“两翼齐飞”打造未来增长极

如果说化工业务是诚志股份的“压舱石”，那么以液晶材料和合成生物学为代表的“两翼”，则是公司面向未来的增长极。

2024年，诚志股份斥重金收购日本DIC株式会社1183项液晶材料专利。谈起这一决策，龙大伟颇感自豪：“这一收购令诚志股份成为世界液晶材料领域主流供应商，具备了和德国默克掰手腕的信心和底

渤海银行股份有限公司

关于解聘景辉托管业务部副总经理职务的公告

渤海银行股份有限公司研究决定，解聘景辉渤海银行股份有限公司托管业务部副总经理职务。

特此公告。

渤海银行股份有限公司
2026年5月15日