特斯拉人形机器人量产在即 中国产业链公司迎合作新机遇

◎记者 俞立严 陈铭

均胜电子研制的人形机器人灵巧手

特斯拉在第八届中国国际进口博览会上展示的人形机器人

特斯拉正在牵手中国产业链公司，为人形机器人Optimus的量产做准备。上海证券报记者获悉，特斯拉机器人团队已于近日到拓普集团、三花智控、均胜电子等总部位于浙江宁波的上市公司开启审厂工作。特斯拉本轮审厂导向人形机器人Optimus的量产，有望向中国供应链企业派发相关订单。

业内专家对记者表示，伴随智能化的发展，中国多家产业链企业此前已经从汽车业务向机器人业务拓展。随着特斯拉机器人产能的增加，其对于机器人零部件的需求也将大幅增加。在此背景下，特斯拉倾向于牵手既有机器人研制能力又与其在新能源汽车业务上有过合作的中国企业作为量产人形机器人零部件供应商。

特斯拉机器人团队前往宁波多家上市公司审厂

9月21日，针对近日特斯拉启动新一轮机器人业务量产审厂的传闻，特斯拉中国方面未回应相关情况。不过，宁波当地产业链人士对记者确认，特斯拉机器人团队上周前往拓普集团、三花智控、均胜电子等宁波上市公司，开启审厂工作。其中，多家上市公司此前在新能源汽车零部件领域已与特斯拉有过多年合作，这些公司有望为特斯拉量产人形机器人Optimus供应机器人零部件。

即将开启量产的是特斯拉第三代人形机器人Optimus，也是特斯拉首款为量产设计的机器人机型。相比前代，特斯拉重点升级了手部灵巧机构、关节执行器，用于优先承担工厂内物料搬运、简单流水线辅助等工业任务。单机长期目标成本为2万美元至3万美元。

特斯拉在2026年5月宣布Optimus生产项目开工，这也是特斯拉得克萨斯州超级工厂扩建项目的一部分。特斯拉CEO马斯克设定的长期产量目标是：一旦该生产线满负荷运转，Optimus的年产量将达到1000万台，预计于2027年年中投产。这一产量将远超特斯拉在加利福尼亚州弗里蒙特工厂单独建设的年产100万台的试点生产线。

业内专家对记者分析称，随着特斯拉美国机器人产线产能的增加，动辄年产上百万台，特斯拉对于机器人零部件的需求将大幅增加。在此背景下，既有机器人零部件研制能力又处于特斯拉新能源汽车供应链的中国企业优势明显。

此次特斯拉机器人团队前往宁波审厂并非偶然。新能源汽车产业是宁波制造业第一大行业，已经形成从研发、整车到检测服务的完整生态链。随着智能化技术发展，宁波新能源汽车产业的一个突出特点是零部件与人形机器人产业高度协同。据宁波市经济和信息化局数据，人形机器人约80%的零部件品类与新能源汽车产业链高度重合，企业可快速实现技术迁移与产能切换。

在这些上市公司中，均胜电子2026年集中发布了灵巧手、第三代AI头部总成、具身智能体大脑、电子皮肤和固液混合电池等机器人核心部件和系统方案。其中，具身智能体大脑解决方案EAOS+EAPC，成为均胜电子本轮机器人业务布局中的核心看点。

在项目合作方面，均胜电子已与智元机器人、银河通用、瑞士RIVR等国内外机器人企业建立合作，围绕控制器、机器人部件、定制开发和测试验证等环节推进联合研发、产品送样及供货。在海外项目中，公司已批量交付机器人后脑勺、颈部、肩部、膝盖及手指等部件，并推进下一代头部显示方案和头部总成供货。

三花智控则沿着机电一体化方向切入机器人执行器。2026年半年报显示，公司仿生机器人机电执行器核心产品已稳步推进批量交付与产线爬坡。

中国机器人产业链优势不只是产能

据车百会研究院统计，截至2026年8月，全球已有近20家主流车企以自研、孵化、投资等方式驶入具身机器人赛道，累计规划投入超千亿元，中国车企更是个中主力。

业内专家表示，相对于整车企业而言，中国汽车产业链企业所面临的机遇其实更大。就像新能源汽车浪潮，孕育成长了宁德时代等中国动力电池企业，以特斯拉为代表的全球机器人巨头有望带动中国汽车产业链企业跨界发展，开辟全新的业务增长空间。

罗兰贝格预测，在基准情景下，到2035年，全球人形机器人整机市场规模有望达到7500亿美元。若技术迭代、供应链成熟和应用扩张按当前轨迹持续推进，到2050年，整机市场规模有望超过4万亿美元。

围绕执行器、灵巧手、计算与连接、感知系统、能源与充电、结构件、装配与供应链服务，一条新的产业价值链正在形成。以2035年为例，仅身体执行器的市场规模便可能达到260亿美元至790亿美元，手部执行器系统则将贡献90亿美元至260亿美元。罗兰贝格认为，对产业参与者而言，人形机器人不是单一新品类，而是一个有望重构机电、汽车零部件、半导体、工业软件、系统集成与生产服务分工的新平台型市场。

罗兰贝格全球合伙人时帅称，中国机器人行业已呈现鲜明的“部署优先、制造驱动”特征。2025年，中国人形机器人产量超过15000台，约为北美的30倍。而且，中国企业的优势并不只是产能，更在于完整的制造业基础、供应链响应速度、应用场景密度与政策支持能力。

从技术验证迈向规模应用 自动驾驶按下“快进键”

◎年悦 记者 张雪

近日，文远知行拿下西班牙首张国家级L4级自动驾驶乘用车运营牌照。今年以来，自动驾驶领域按下了“快进键”。继去年末两款车型获批准入许可后，多家企业今年接连获批测试牌照，速度上限提升、场景类型向纵深铺展。自动驾驶汽车加速成为可上路、可运营的商品。

制度的搭建同样紧锣密鼓。9月，《智能网联新能源汽车产业发展“十五五”规划》印发。此前，适用于L3级和L4级载客、载货车辆的强制性国家标准获批，道路交通安全法首次设立自动驾驶专章。政策、标准与法律三条主线密集推进，制度框架雏形初现。

近日，上海证券报记者采访多位业内专家并走访行业论坛了解自动驾驶行业现状。业内普遍认为，从“允许上路”到大规模商业化，中间横亘的不是技术鸿沟，而是一场涉及政策、标准和与法律体系的变革。

自动驾驶迈向商业化

当前，汽车行业正走向智能化下半场。从乘用车来看，中国汽车技术研究中心数据显示，L2级产品渗透率从2021年的25%上升到2025年的64.9%，截至目前超过70%，成为车辆标配。自动驾驶方面，首批L3级自动驾驶车辆开始在特定区域运行，正逐步落地普及。

谈及L3级智能驾驶商业化，东风汽车集团有限公司研发总院副总工程师赵春来表示，公司同步布局载人出行和无人物流两大业务板块。载人方面，Robotaxi在武汉已经完成三期推进，累计测试里程超过200万公里，接待体验用户超万人，L3准入的工作在积极推进当中。物流方面，东风于今年6月正式发布了Openvan无人运力技术平台，覆盖智能物流和智能专用两大核心场景。

除目前极狐阿尔法S和深蓝SL03两款拿到准入许可的车型之外，记者观察到，领域内公司均在积极推动L3级自动驾驶的测试牌照获取与道路验证，呈现速度上限提升、场景类型丰富的特点。

赵春来表示，各个主机厂目前基本都有自己小型的车队在各地示范区内做数据积累，行业已经处于商业化前期，下一步将从示范运营迈向规模应用。

据了解，智能网联技术包括智能驾驶、智能座舱、底盘和车路云协同。其中，车路云协同是行业关注点，随着车联网新生态逐步发展，单车智能将走向系统全局。赵春来认为，当前跨域融合的协同效能仍有待提升。“长期以来，我们把驱动、制动、转向、悬架以及驾驶自动化和智舱长期各自最优化，但是真正的难题是如何走向全局最优。”他表示。

无人物流率先规模落地

记者注意到，商用车和乘用车正形成两条并行但节奏不同的路径：商用车率先跑通商业化闭环，无人物流已成为首个规模化赛道，且由于路线固定、速度慢及场景可控，起步就锚定L4级自动驾驶；乘用车自动驾驶规模化仍处于“场景解锁”。

艾瑞咨询数据显示，2025年全国无人城配车（Robovan）销量约2.2万辆，保有量超3万辆，预计2026年销量达8.9万辆，2030年有望接近150万辆。在末端配送成本占快递单票总成本攀升至六成以上的背景下，无人配送在规模化运营下可降本至传统模式的三分之一，直接驱动了商业模式的成立。

据某无人车配送公司的相关负责人介绍，无人物流车是当前整个智能网联汽车中能够最早实现万台级规模落地以及最快生产商业现金流的切口，而今已经跨过示范测试并开始示范应用，迎来了规模化量产与商业交付的爆发点。未来，70%的城市微循环及短驳都将在深夜由无人车精准完成，“黑灯物流”时代即将开启。

乘用车方面，自动驾驶出租车迈向商业运营拐点，国内头部企业已在多个城市实现全无人收费运营。其中：百度萝卜快跑体量颇具优势，截至2026年8月20日，累计订单已超过2300万次，自动驾驶总里程突破3.5亿公里，全无人驾驶里程超过2.4亿公里；小马智行则已跑通单车盈利，是国内首家在一线城市完成城市级Robotaxi盈利验证的企业。

法规标准建设是关键

9月，工业和信息化部等九部门联合印发了《智能网联新能源汽车产业发展“十五五”规划》，提出到2030年具备自动驾驶功能的汽车实现规模应用。这是领域内首个国家级产业顶层规划。

国家智能网联汽车创新中心常务副主任郭磊告诉记者，目前来看，L3级自动驾驶技术逐步成熟，国内正通过智能网联汽车准入和上路通行试点推动量产落地，商业化进程加速。总体来看，我国无论是在政策上还是技术上都具备优势。

受访专家谈及当前所面临的挑战，普遍聚焦法律法规及标准的建设。赵春来坦言，目前尚缺少可落地、可全面实施的法规标准，尤其是在权责的划分方面要有明确规定，且要得到包括交管路政、消费者等广泛层面的认可。商用车由于运行场景比较单一，法规方面的限制相对较小，乘用车则涉及更多安全问题。

记者梳理发现，法规标准的建设今年以来已实现关键突破。8月，《中华人民共和国道路交通安全法》修订草案首次设立自动驾驶汽车的特别规定专章，实现该领域在国家法律层面“零的突破”；7月获批的《智能网联汽车自动驾驶系统安全要求》则是国内首部针对L3、L4级自动驾驶系统的强制性国家标准。

中国国际经济交流中心创新发展研究部处长梅冠群认为，在自动驾驶和交通运输领域，国内具备非常丰富的场景优势，但目前仍是试点小范围开放，只有将更多复杂场景开放出来，转换为高质量数据牵引模型迭代，并进一步沉淀为标准和治理规则，场景优势才能从潜在优势转变为显性优势。

渤海银行股份有限公司

关于聘任郝赟为托管业务部副总经理的公告

渤海银行股份有限公司研究决定，聘任郝赟为渤海银行股份有限公司托管业务部副总经理（挂职）。

特此公告。

渤海银行股份有限公司

2026年9月22日

从“走出去”到“走进去” 中国摩托车全球化“换挡”

◎章林 记者 丁鹏

日前，在2026年中国摩托车重庆论坛上，多名行业专家和企业人士表示，随着海外市场竞争加剧以及贸易壁垒、关税、合规等因素变化，中国摩托车出口正由过去以贴牌、价格和规模为主的产品输出，逐步转向品牌建设、本地化生产、渠道运营和合规体系构建，全球化经营能力成为企业出海竞争的新变量。

变化背后，是中国摩托车产业持续扩大的海外市场规模。海关数据显示：今年1月至7月，全国摩托车出口3118万辆，出口额为927.34亿元；同期重庆摩托车出口398.7万辆，金额为178.91亿元。

在出口规模持续扩大的同时，如何从“把车卖出去”进一步走向“在当地扎下来”，成为中国摩托车产业高质量出海需要回答的新课题。

从产品出海到品牌深耕

“中国摩托车原来被世界记住的是‘低价’，但在新周期里，世界将慢慢记住的是‘跑得快、更智能、还很酷’。”隆鑫通用动力有限公司董事长李耀说。

李耀将产业新周期概括为七大特征，其中最关键的变化是：摩托车正在从卖车出海转向品牌出海，从硬竞争转向软整合。“以前出海是‘贴牌、低价、跑量’，现在是东南亚、非洲、拉美做基本盘，欧洲、南美、日本市场做品牌突破，已经开始海外建厂、本地化服务等。”李耀说。

中国摩托车商会副会长刘欣表示，当前摩托车产业正处于转型升级攻坚期、结构调整深水区与内外格局重塑期。国际贸易壁垒、地缘竞争、关税配额约束加剧，企业承压明显，同时，国内报废政策完善、消费税分档调整等行业共性痛点，仍需持续攻关和系统突破。

产业集群支撑摩托出海

全国每生产3辆摩托车，就有1辆产自重庆。2026年1月至8月，重庆摩托车产量达777.6万辆，同比增长50.5%。

重庆市经济和信息化委员会副主任王含介绍，重庆拥有全国最完整的摩托车产业体系。全市规模以上零部件企业431家，发动机年产能超过2000万台。下一步，重庆将常态化研究重点海外目标市场的政策法规、准入标准、认证流程等，为摩托车出口提供精准服务。同时，完善出口物流体系，优化产品通关流程，支持龙头企业深化品牌发展战略，大力培育海外自主品牌。

在出海市场方面，罗兰贝格全球合伙人徐虎雄介绍：印尼和越南过去几年增速最显著；北美市场虽然整体体量不如东南亚，但利润空间更为可观；欧洲市场战略价值仍不可替代，对塑造品牌声誉有较大帮助，高端市场盈利性也较好。

“本地化”面临多重考验

中国摩托车“走进去”的过程中，仍面临多重风险与考验。

商标抢注是中国企业出海面临的普遍风险。数据显示，2024年有7.2%的出口品牌在海外疑似被抢注，涉及约74家企业、180多件商标。“事前注册是万元级的事，事后回购就是数千万元甚至未必成功的事。”浙江欧业律师事务所创始人光辉说。

除此之外，售后体系、本地化运营、合规治理等一系列问题，同样考验着企业的全球化深耕能力。

有业内人士提出，客户售后反馈若全部沉淀在经销商手中，更换合作方极易造成客户资源流失。比如在拉丁美洲，售后服务是关键因素。如果合作伙伴不能把服务、供应链构建得非常完备，前期积累的品牌声誉可能会逐渐消失。

徐虎雄认为，在中国适用的一些网联能力、自动驾驶能力，到了欧洲未必适用，只有基于当地体系诞生的产品才能落地。欧洲市场对本地化要求更高，未来税收、本地化、数据合规等政策陆续落地，单纯从贸易模式做欧洲市场会更加困难。

混改释放活力 东北制药八十周年谋新局

——表彰先进凝聚合力老牌药企加速转型升级

9月19日，东北制药举行成立八十周年暨“十年突出贡献奖”表彰大会。辽宁方大集团相关领导、辽宁方大集团在辽企业代表、产业链合作伙伴、退休老员工代表、企业干部员工代表共350余人齐聚现场。大会既回望企业八十年实业奋斗征程，也集中展示混改八年来，公司通过理顺管理体系、优化考核激励充分释放全员干事活力，推动经营质效稳步提升的改革成果。

本次“十年突出贡献奖”重点表彰在实际创效、项目攻坚、降本提质等方面作出突出实绩的骨干员工，获奖人员覆盖研发创新、生产工艺、市场营销、智改数转等多条业务战线，折射出企业崇尚实干、看重实绩的鲜明价值导向。

87岁的原东北制药总厂党委书记杨成敏作为老领导代表现场发言，抚今追昔感慨良多。他回忆：建厂初期条件异常艰苦，“竹竿当搅拌、大锅做蒸煮”，一代代东药人咬牙拼搏实现企业由小到大；企业也曾历经发展低谷，混改之后重回蓬勃向上的发展轨道。崭新设备、青年员工昂扬向上的精神面貌，令老同志们倍感欣慰，寄语年轻一代接续奋斗，以实实在在业绩续写企业荣光。

作为拥有八十年发展积淀的红色制药企业，东北制药诞生于1946年，曾援建全国52家制药企业，创造多项行业“中国第一”。2018年乘着国企混改东风，公司引入战略投资者辽宁方大集团，着力破解老牌药企遗留的权责划分不清、激励约束不足、决策链条偏长等现实难题。公司落地市场化治理模式，厘清各层级权责边界，搭建权责对等的现代治理架构，将“干到给到”考核激励穿透至各个业务单元，打破岗位“铁交椅”，实现管理干部能上能下、薪酬能增能减。销售、生产等业务单元全面推行结果导向的闭环管理，从目标下达、过程跟踪到结果考核形成完整管理链条，扭转以往重执行、轻效益的固有模式。

依托整套考核体系重塑，企业将盈利能力、成本节降、项目落地实效作为核心评价标尺。公司开辟常态化专项奖励通道，车间、部门提出的合理化建议、工艺改良均可申报激励，一批车间技改项目实现物耗下降、产能释放，让基层创新真正有渠道、有回报。向内挖潜的管理思路，也成为企业应对行业周期波动的重要底气。

当前医药行业集采常态化，企业面临产品价格波动、生产成本挤压的双重考验。对东北制药而言，内部管理能力已经成为穿越周期的重要护城河。公司从采购、生产、工艺、设备检修、物流储运等全链条深挖降本空间，依靠管理提质增效，对冲外部市场波动带来的压力，向内要效益已经成为公司常态化经营思路。

在夯实主业基本盘的同时，公司锚定“一体两翼”发展战略，积极布局前沿生物医药和大健康项目，持续丰富业务矩阵，构建多支点的增长格局。目前旗下企业鼎成肽源DCTY1102注射液成为国内首款、全球第二款进入Ⅰ期临床的靶向抗肿瘤细胞药；DCTY0801注射液已斩获美国FDA孤儿药资格认定。

历经八年混改蝶变，企业实现思想观念与治理体系的深刻重塑，但精益求精的匠人匠心，敬畏生命、严守质量底线的信仰始终未变。与会产业链合作伙伴表示：“药品连着千家万户的生命健康，东北制药对质量的敬畏与坚守，正是我们多年并肩同行的底气。期待继续携手，让国产好药惠及更多百姓。”

大会明确下一阶段发展方向：坚守国药初心，把药品安全摆在首要位置；坚持创新驱动，聚力攻坚生物医药前沿赛道；笃行实干担当，深化数字化转型，拓展国内外市场；深化合作共赢，联动产业链伙伴与集团兄弟单位凝聚协同发展合力。同时要求全体干部员工要增强危机感、紧迫感，抓实降本提质，做大市场销售，充分激发团队潜能，凝心聚力干事创业。

站在八十周年的发展节点，这家老牌上市药企，正依靠机制改革激活内生动力，走出一条稳健进阶之路。

（CIS）