

商业航天企业上市进程提速 技术突破来到关键节点



新华社图片

近日,商业航天企业蓝箭航天、屹信航天相继启动上市辅导工作,正式开启A股上市征程。这标志着我国商业航天企业在资本市场迈出关键一步。

此前,6月18日,证监会发布《关于在科创板设置科创成长层增强制度包容性适应性的意见》,提出支持人工智能、商业航天、低空经济等更多前沿科技领域企业适用科创板第五套上市标准。政策利好下,相关领域企业上市进程明显提速。

● 本报记者 王婧涵

相继启动上市辅导

7月29日,蓝箭航天在北京证监局办理辅导备案登记,拟首次公开发行股票并在科创板上市。公司上市辅导机构为中国国际金融股份有限公司,律师事务所为上海市锦天城律师事务所,会计师事务所为立信会计师事务所(特殊普通合伙)。

蓝箭航天首次公开发行股票并在科创板上市辅导备案报告显示,蓝箭航天总部位于北京亦庄经济技术开发区,是国内头部民营商业航天企业。根据相关机构日前发布的《2025全球独角兽榜》,蓝箭航天估值为200亿元,一年间增长了90亿元。

无独有偶,8月1日,屹信航天也在江苏证监局完成了首次公开发行股票辅导备案,公司上市辅导机构为民生证券。

屹信航天2018年成立于江苏省无锡市,是一家专注于微小卫星星载测控

通信产品及地面测控系统研发的航天科技企业。作为国家级专精特新“小巨人”企业,屹信航天主要从事卫星物联网载荷的研发与制造,2024年已为26颗在轨卫星配套物联网载荷。

事实上,已有多家商业航天企业开启A股IPO征程。据不完全统计,早在2020年底,星际荣耀就启动了上市辅导备案,并于2025年7月披露了上市辅导工作进展情况报告;6月,爱思达航天科技启动上市辅导备案;2022年3月,长光卫星也曾启动上市辅导备案,但公司已于2024年底终止IPO进程。

星际荣耀副总经理谢红军表示,着力构建资金支持体系,建立多维市场交易平台,同步完善安全规范与监管机制,对支持我国商业航天发展具有重要意义。应该鼓励社会资本,尤其是地方政府背景基金加大对企业的投资,并鼓励商业航天公司在北交所、科创板上市。

商业化运营还需验证

作为战略性新兴产业,商业航天拥有典型的高投入、高风险、长周期特征,在实现大规模商业化前公司的盈利不确定性也较高,需要企业解决火箭可回收复用、商业卫星制造等关键问题。

在技术方面,当前我国商业航天已来到技术突破与落地验证的关键节点。

以蓝箭航天为例,公司重点关注中大型液氧甲烷运载火箭研发与运营,其核心产品朱雀二号运载火箭现已正式进入商业运营阶段,面向市场批量化交付。

公司自主研制的朱雀三号可重复使用垂直回收试验箭,已于2024年9月在酒泉卫星发射中心完成10公里级垂直起降返回飞行试验。2025年6月20日,朱雀三号可重复使用运载火箭一级动力系统试车,在东风商业航天创新试验区顺利完成。

在资本市场方面,2024年以来我国商业航天融资热度不减。

睿兽分析发布的《2025中国商业航天创新生态报告》显示,2024年我国商业航天领域融资事件达138个,披露融资金额202.39亿元。其中,卫星应用、火箭制造、卫星制造三个细分领域保持较高热度,获得更多的资金流入。截至2025年第一季度,我国商业航天领域已经诞生12家独角兽企业。

据记者不完全统计,目前国内天兵科技、星河动力、蓝箭航天等多家商业航天头部企业累计融资均超过10亿元,垣信卫星还曾在2024年获得67亿元的大额融资。

行业人士表示,鉴于头部企业的研发支出,

4月,蓝箭航天第100台天鹊系列液氧甲烷火箭发动机下线。蓝箭航天表示,这标志着公司在火箭动力系统领域成功实现了从“单台突破”到“批量制造”的跨越,开启了规模化应用的新阶段。

蓝箭航天、深蓝航天、东方空间等多家商业火箭企业正致力于在近两年实现火箭“可回收复用与入轨”的目标。火箭发射和卫星制造等相关企业通过聚焦可回收火箭技术“0到1”突破、模块化量产商业卫星等方式,不断降低商业航天成本,推动商业航天大规模产业化。

行业人士表示,商业航天运载火箭从发布到实现商业化运营大约需要10年。商业航天运载火箭想要实现复用,不仅需要成熟完整的技术,还需要在维护检测流程的简洁化和规范化方面寻找更加高效合理的解决方案。

持续进行融资是商业航天企业生存的必要手段。类似垣信卫星等头部企业在获得大额融资后,还能进一步为相关上下游企业提供订单和需求,进而为整个行业发展提供确定性。如果企业能够实现上市,对发展则会有重要助力。

政策方面也在持续推动商业航天企业发展。6月,证监会发布《关于在科创板设置科创成长层 增强制度包容性适应性的意见》,设置科创板科创成长层,重点服务技术有较大突破、商业前景广阔、持续研发投入大,但目前仍处于未盈利阶段的科技型企业,并支持人工智能、商业航天、低空经济等更多前沿科技领域企业适用科创板第五套上市标准,加大对新兴产业和未来产业的支持力度。

宠物产业升级加速 市场步入黄金发展期

● 本报记者 杨梓岩

宠物经济浪潮下,国内宠物食品龙头中宠股份于8月5日晚披露2025年半年报。公告显示,中宠股份业绩延续高速增长态势,主粮业务爆发式增长与全球化产能布局成为核心驱动力。“随着年轻群体养宠渗透率提升和消费升级,宠物行业正从基础用品向主粮、健康服务等高端领域延伸产业链上市公司集体受益。”业内人士表示,宠物经济已步入黄金发展期,但竞争加剧亦推动行业加速分化——产品研发、供应链整合与全渠道运营能力将成为企业突围关键。龙头公司凭借技术壁垒和全球化资源整合优势,有望在千亿赛道中持续领跑。

需求增长带动业绩提升

中宠股份2025年半年度报告显示,今年上半年,中宠股份实现总营业收入24.32亿元,同比增长24.32%;实现归母净利润2.03亿元,同比增长42.56%。

宠物主粮业务实现爆发式增长,成为中宠股份盈利新引擎。2025年上半年,公司宠物主粮收入达到7.83亿元,同比增长85.79%,远高于宠物零食的6.37%增速,且毛利率达36.63%,显著优于宠物零食的30.63%。

不止中宠股份,今年一季度,天元宠物实现总营业收入5.69亿元,同比增长13.07%;实现归母净利润0.17亿元,同比增长18.97%。公司表示,营收增长主要得益于市场需求增加及产品线扩展。

今年一季度,依依股份实现总营业收入4.85亿元,同比增长26.56%;实现归母净利润0.54亿元,同比增长27.96%。

宠物产业链上市公司业绩增长的背后,是近年来宠物消费热度不断升温,宠物食品、宠物用品、宠物医疗服务等需求量攀升,宠物经济产业链条不断延伸。

《2025年中国宠物行业白皮书(消费报告)》显示,2024年中国城镇宠物(犬猫)数量超过1.2亿只,同比增长2.1%;消费市场规模达到3002亿元,同比增长7.5%。

市场人士认为,这一增长背后,是宠物主消费观念、宠物消费市场需求以及行业发展等多方面因素共同作用的结果。

“‘00后’已成为宠物行业的核心消费群体,20岁以上‘00后’的养宠渗透率达到24%,远超其他年龄群体。”华源证券农林牧渔行业首席分析师雷铁分析,未来养宠渗透率将持续提升;当前单只宠物年均消费额有千元以上的提升空间,将支撑行业持续增长。

渠道市场双扩容

需求爆发的基础上,能否将市场潜力转化为持续竞争力,企业的渠道与市场布局能力至关重要。

中宠股份表示,公司境内自主品牌销售渠道分为线上渠道和线下渠道,其中线下渠道有宠物门店、宠物医院及商超等。中宠股份聚焦中高端市场,品牌与渠道协同发力,推动长期发展。中宠股份表示,公司通过“WANPY顽皮”“TOP-TREES领先”“ZEAL真致”等品牌,在国内中高端市场建立了差异化竞争优势。线上依托天猫、京东等平台,线下拓展山姆、沃尔玛等商超渠道,实现全渠道覆盖。

天元宠物也表示,公司在宠物用品的基础上,积极拓展宠物食品业务,以更好地开拓销售渠道。公司今后将进一步做大做强渠道建设,特别是加强电商运营能力,打造品牌运营电商基本盘,进而利用强渠道打造渠道品牌,并切入自主品牌发展新阶段,在有效实现用户、数据、渠道闭环建设基础上全面建立品牌价值,走上自主品牌孵化之路,进一步打造人宠和谐的新消费生态。

在市场拓展方面,全球化产能布局助力宠物产业链企业双市场同步扩张,自主品牌出海成效显著。例如,中宠股份已在北美、新西兰、东南亚等地设立9座海外工厂,墨西哥工厂的投产进一步增强了北美本地化生产能力。同时,公司通过自有品牌进入欧美成熟市场,并与Costco、PetSmart等国际零售商建立合作关系,产品销往全球73个国家和地区,体现了其国际化战略的稳步推进。

展望后市,甬兴证券商贸零售行业首席分析师彭毅表示,当前宠物经济热度上行,但也充满挑战,具备产品研发、品牌建设、渠道拓展、资源整合能力和资金实力强的企业有望在行业迭代出清中立足。



视觉中国图片

A股半年报揭示价格传导链 上游企业业绩表现亮眼

● 本报记者 董添

A股上市公司2025年半年报、业绩预告陆续披露,不少上市公司提到,业绩受益于产品价格上涨,这在有色、化工等领域表现尤其突出。一些位于产业链中下游的上市公司则在近期公告,原材料端涨价对公司业绩造成一定影响,相关上市公司也采取了一系列措施,应对原材料价格上涨。一些公司提到,海外产品出现较为明显的涨价,相关公司看好海外市场发展前景并积极布局。

产品涨价助力业绩增长

西部矿业2025年半年报显示,报告期内,公司共实现营业收入316.19亿元,同比增长27%;实现归属于上市公司股东的净利润18.69亿元,同比增长15%。增长的主要原因是本期矿产铜产量、价格较上年同期分别增长8%、11%。公司提到,公司坐拥丰富的矿产资源,核心资源涵盖铜、铅锌、铁等关键品种,为业务开展奠定了坚实的资源基础。主营业务贯穿矿产全产业链,具体包括铜、铅、锌、钼、镍、铁和钼的采选、冶炼和贸易,同时从事稀有金属(如黄金、白银)以及非金属产品的生产和贸易。6月底,铅市逐步进入消费旺季,下游电池价格涨价传导至铅价突破1.71万元/吨。

藏格矿业在最新披露的投资者关系记录表中提到,2025年上半年,公司实现营业收入

16.78亿元,同比下降4.74%;归母净利润18亿元,同比增长38.8%。行业周期性波动带来了一定影响,但公司盈利能力仍较为突出,其中氯化钾业务毛利率为61.84%,碳酸锂业务毛利率为30.53%,产品竞争力突出。

对于氯化钾业务,藏格矿业称,受今年上半年钾肥大合同签订及海外大型厂商联合减产影响,国内氯化钾价格同比明显上涨。上半年,公司氯化钾平均售价(含税)2845元/吨,同比增长25.57%。平均销售成本996元/吨,同比下降7.36%。在此双重因素作用下,公司实现氯化钾营业收入13.99亿元。公司充分把握价格上涨机遇,推动业务毛利率提升至61.84%。

积极应对原材料涨价

一些位于产业链中下游的上市公司则在近期公告,原材料端涨价对公司业绩造成一定影响,公司采取了一系列的措施,应对原材料涨价。

一些上市公司提到,由于产品价格上涨幅度低于原材料上涨幅度,导致毛利率出现下降。

汉维科技提到,公司一季度归母净利润较上年同期下降87.86%。报告期内,材料价格上涨导致生产成本显著上升,公司产品价格上涨幅度低于原材料上涨幅度,产品毛利率下降。

英思特在近期披露的投资者关系活动

记录表中提到,公司产品销售采用成本加成的定价模式,若原材料价格上涨,公司将会相应提高新项目售价,并与客户积极协商调整老项目的售价。且公司的原材料保有一定量的安全库存,故原材料价格上涨对公司整体影响较小。英思特强调,公司产品主要是以烧结钹铁硼毛坯为主要原材料加工制造而成,钹钹稀土金属是烧结钹铁硼毛坯最主要的成本组成部分,公司产品价格采用成本加成的定价模式,价格调整具有滞后性,因此,短期内的钹钹金属价格剧烈波动对本公司产品的成本影响较大,若平稳波动,将不会造成重大影响。

为了应对原材料价格波动风险,西子洁能提到,公司除采用日常钢材备库、提前向钢厂锁定钢材价格等措施外,还通过开展热卷期货套期保值业务,充分利用套期保值对冲原材料涨价风险,同时优化产品结构,通过设计、工艺优化产品成本,提升产品竞争力,降低钢材价格不规则波动带来的采购风险,促进产品成本稳定及公司日常生产平稳、有序。

看好海外市场发展

一些公司提到,海外产品出现明显涨价,公司看好海外市场发展前景并积极布局。

安琪酵母在最新披露的投资者关系记录表中提到,今年海外产品略微涨价,国内产品价格保持稳定。公司海外毛利率高于国内,主要原因:一是公司目前对海外市场的投入较

多,在多个地区建设销售子公司并配备本地的销售人员,实现渠道下沉;二是海外成本相比国内有优势;三是海外销售产品类别主要是酵母和酵母抽提物,整体利润率较高。

“海外毛利率大于国内毛利率,目前看是长期性的,因为国内外销售产品的结构不同,海外以主导产品酵母和酵母抽提物为主,这部分产品的盈利能力比较强。国内除了主导产品,还有相关下游酵母衍生品,其中包括食品原料等业务,这部分业务还处于市场培育阶段,盈利能力有待提升,所以导致国内毛利率没有海外高。”安琪酵母管理层提到。

对于海外市场未来的增长潜力,安琪酵母提到,非洲、欧洲、东南亚地区市场潜力很大,目前公司在当地都有销售型的子公司,配备相应的人员,结合当地的需求,积极开发市场。

华工科技在深交所互动易平台提到,公司积极推进全球化经营战略,已设立武汉光谷总部、鄂州智能制造装备产业园、华工科技孝感电子产业园、华工科技智能制造产业园、华工科技光子研创园、华工科技荆门产业园六大产业基地,在华中、华南、华东、华北四大片区设有60余个办事处;北美、澳洲、德国、加拿大四大海外研发中心,40余个销售服务中心。去年以来,公司海外业务拓展迅速,在欧洲、北美、中东等市场的出口订单均有明显增长,海外生产基地和子公司新增落地,人才国际化推进加速,全球化管理体系搭建完成,有效保障海外业务的发展。