

智能驾驶研发费用吞噬利润 千里科技冲刺港交所

10月30日晚,千里科技交出前三季度业绩答卷。前三季度,千里科技实现营业收入69.46亿元,与去年全年基本持平,但扣非后的归属净利润为-1.76亿元,同比减少了826.19%,新增智能汽车座舱操作系统的研发费用增加吞噬了千里科技前三季度的利润。

千里科技选择的智能驾驶方向需要巨大的研发费用支出,在资本运作上,此前的10月16日,千里科技正式递表港交所再次募资,谋求A+H两地上市。而作为“吉利系”上市公司平台,吉利系公司全力托举千里科技,2022年以来,吉利系公司是千里科技最大的客户,同时也是最大的供应商。

● 张妍岷 熊永红



视觉中国图片

千里科技的前身是力帆科技,2010年11月在上交所挂牌上市,此前的主营业务为摩托车和燃油乘用车,力帆摩托曾是家喻户晓的摩托车品牌。

千里科技递交的港股招股书显示,公司的收入主要来自于销售汽车、摩托车以及通用机械等其他产品。2022年、2023年、2024年及2025年上半年,千里科技实现营业收入86.27亿元、66.98亿元、69.64亿元和41.49亿元。2022年,千里科技盈利1.70亿元,此后陷入持续亏

在提升毛利率的方式中,千里科技在招股书中提到,公司会扩展AI赋能较高配置车型、通过平台化锁定成本削减以及缓解投入成本波动的能力。

此次董事长印奇带领千里科技探索的AI方向主要是智能驾驶,招股书显示,为支持AI+Mobility解决方案,千里科技预期继续

在9月28日举办的千里科技的品牌发布会上,吉利控股集团董事长李书福只在开场说了一句“这是属于你的时代”,便把剩下的发言时间交给了印奇。主导千里科技AI战略转型的印奇也以股权形式与千里科技深度绑定。

2024年7月,千里科技股东重庆江河汇企

损中,2023年、2024年及2025年上半年,千里科技分别亏损2.62亿元、3.29亿元和1.16亿元。

分板块来看,千里科技收入的重要来源是汽车板块,2024年及2025年上半年,汽车板块贡献营业收入分别为41.76亿元及25.99亿元,占总收入的60%及62.6%。同期,来自摩托车板块的营业收入分别为21.36亿元及12.77亿元,占总收入的30.7%及30.8%。其他收入主要是由通用机械销售、房地产及备件等杂项销售产生。

产生重大研发开支。该项研发支出对利润的影响已经在刚刚公布的季报中有所体现,千里科技前三季度扣非后的归属净利润为-1.76亿元,同比减少了826.19%,公告显示,亏损主要因为新增智能汽车座舱操作系统研发,研发费用增加,计提资产减值损失增加以及递延所得税费用增加。

业管理有限责任公司发生了股权变更,江河汇的控股股东吉利科技集团有限公司将其持有的100%的股权转让给了江河顺遂,转让价格为24.3亿元。至此,江河顺遂通过江河汇持有千里科技9亿股股份,其持股比例为19.91%。江河顺遂成立于2024年7月1日,天眼查显示,目前,江河顺遂实际控制人正是印

作为占据千里科技收入半壁江山的汽车业务,其毛利率极低。招股书显示,2022年、2023年、2024年及2025年上半年,千里科技汽车业务的毛利率分别为4.7%、-5.3%、1.2%及-0.9%;同期,千里科技摩托车业务的毛利率分别为11%、12.1%、11.5%及11.7%。汽车业务的低毛利率拉低了千里科技整体毛利水平,同期,千里科技的毛利率分别为8.2%、4.1%、6.9%及5.5%。

吉利系公司大力“输血”千里科技,招股书显示,吉利及其关联公司为千里科技的最

同时,千里科技在前三季度得到了2.57亿元的政府补助,成功扭亏,千里科技前三季度的归属净利润为5327.94万元。招股书显示,智能驾驶板块尚未带来收入。

截至9月30日,千里科技账面上的货币资金为37.41亿元。面对巨额研发支出,千里科技再度赴港上市融资,此次募集资金将

奇。2024年11月,印奇当选为千里科技的董事长。千里科技的控股股东为重庆满江红私募股权投资基金合伙企业(有限合伙),实际控制人为重庆满江红企业管理有限公司,浙江吉利产投控股有限公司持有满江红基金50.94%的股权,重庆国资重庆两江新区产业发展集团有限公司持有满江红基金36.18%的

上市,带动上汽新能源车整体销量持续突破向上。

今年前三季度,长城汽车营收1535.8亿元,同比增长近8.0%;累计销量92.34万辆,同比增长8.15%。不过,在营收与销量双增长的同时,公司利润却掉头向下,前三季度实现净利润86.3亿元,同比下滑16.97%。对此,长城汽车表示,利润下滑是因为公司在加速构建直连用户的新渠道模式,以及加大新车型、新技术的上市宣传及品牌提升,投入增加导致收益波动。

中国汽车工业协会副秘书长陈士华表示,总体而言,当前车市表现非常不错,9月当月产销量首次超过300万辆,产销数据已经连续五个月实现增长,且涨幅均超过10%。预计2025年四季度可能会出现销量高峰。

全年目标完成率承压

中汽协发布数据显示,2025年前9个月,我国汽车销量为2436.3万辆,同比增长12.9%。销量排名前10位的企业(集团)共销售新车2043.1万辆,占总量的83.9%。10家企业中,8家车企销量超过100万辆,其中,比亚迪和上汽集团超过300万辆,分别达到326万辆和319万辆;中国一汽、吉利汽车和长安汽车迈过“200万辆阵营”,分别达到238万辆、217万辆和207万辆。

从销量增速来看,吉利汽车、上汽集团和比亚迪位列前三,分别同比增长46%、20.53%和18.64%。

大供应商及最大客户。千里科技主要从吉利的关联公司采购整车、整车成套件及汽车零部件,并向吉利关联公司销售车辆。2022年、2023年、2024年及2025年上半年,向吉利集团采购金额分别为40.22亿元、33.87亿元、19.63亿元及10.49亿元,分别占采购总额的50.4%、50.1%、29.3%及29.7%。同期,来自吉利集团的收入分别为34.23亿元、22.49亿元、21.44亿元及13.78亿元,分别占营业收入的39.7%、33.6%、30.8%及33.2%。

用于实施AI驱动战略、增强研发能力、开发及升级产品与解决方案,以及增强技术能力;战略整合上游产业链资源,包括建立产业基金及深化与业务伙伴的合作;加强国内及海外市场的销售及服务网络,并提升全球品牌影响力以及用于营运资金及一般企业用途。

股权。

AI概念催化下,千里科技的股价已经由2024年7月1日开盘时的3.87元/股涨至2025年10月31日收盘时的11.91元/股,涨幅超210%。截至10月31日收盘,千里科技的总市值达538亿元。据此计算,印奇实控的江河顺遂持股市值已超百亿。

聚焦全年销量目标完成率,7家车企全年销量完成率较高,超过了70%,只有1家车企完成了75%的全年既定目标。具体再看,小鹏汽车前三季度完成率高达82%,成为榜单中完成率最高的车企。吉利汽车、上汽集团和比亚迪3家传统车企紧随其后,完成率均超过70%。

其中,吉利汽车上调目标至300万辆后,目前完成率为72.34%,在传统车企中位居第一;得益于年内月销量实现同比“九连涨”,上汽集团前三季度的完成率为70.96%;比亚迪将全年销量目标从550万辆降至460万辆后,前三季度的完成率提升至70.87%。

截至今年前三季度,中国一汽与长安汽车在年度销量目标达成进度上均保持在60%以上的水平。其中,中国一汽累计销量达238.3万辆,完成全年345万辆目标的约69.1%;长安汽车累计销量为206.61万辆,其全年300万辆目标的完成率同样约为68.9%。

德基先进制造与出行产业合伙人张帆对记者表示,销量目标完成率是一个直观的指标,但其高低并不能简单地与车企表现优异与否划等号。车企对市场趋势、自身产能和竞争格局会有不同的判断,因此应对其进行客观评估。“但不可否认的是,新能源业务已成为决定车企目标完成率的关键变量。”

“对于即将到来的四季度冲刺,完成率较高的车企应趁势而上,超额完成目标。”张帆表示,完成率暂时落后的车企,则需在激烈竞争中寻找差异化突破口,并为制定下一年度更贴合实际的目标提供参考。

四维图新品牌战略升级 锚定智驾普及与平台孵化

● 龚梦泽 熊永红

当汽车产业从“马力”竞争转向“算力”竞赛,传统图商如何在新赛道找到立足点?在10月28日举行的四维图新创想大会上,四维图新CEO程鹏给出了自己的答案:将品牌战略升级为“SEEWAY.AI”,全面转向AI与数据驱动。这一战略跃迁的背后,是公司对智能汽车产业发展的深刻洞察——AI不应仅是技术加持,更应成为重构产品逻辑的核心引擎。

“过去我们谈汽车智能化,更多聚焦于功能叠加,比如更精准的导航、更自动的驾驶。”程鹏对中国证券报记者表示,AI的本质应是重构产品逻辑,从实现功能到提供情绪价值,这才是智能汽车进化的关键方向,公司将定位为智能化软硬一体的解决方案供应商。他表示,这场大会不仅是一次品牌焕新,更是四维图新从“地图人”“汽车人”向“AI人”全面跃迁的宣言。

辅助驾驶成本将不断下降

在程鹏看来,2025年的汽车智能化领域呈现四大趋势,而规范与效率的平衡成为关键。他预测,随着辅助驾驶强制标准的实施,行业将彻底告别野蛮生长,进入宣传与交付一致、功能与安全匹配的规范发展期。“以前是每一家厂家自己宣传,现在不行了,过度包装的时代有望成为历史。”

对于行业竞争,程鹏认为,各方在“反内卷”的要求下,市场竞争逻辑将全面重构。“未来的竞争不是往上游压供应商、拖货款,而是用技术卷、创新卷、生态合作卷,通过技术进步把产品做得更便宜而好用,这才是正确的方式”。以智能驾驶为例,大部分智驾功能将在3年内完成从“高端选配”到“全民标配”的跨越。

“公司基于地平线征程6B的方案,已经将辅助驾驶的成本拉到千元级。就在5年前,这样的产品要5000元的成本,而如今算上传感器也只有一半不到的价格。”程鹏表示,技术创新会持续打破成本壁垒,助力智能驾驶功能加速普及。

针对技术演进路径,程鹏给出了明确的时间线预测:“我们的目标是把点到点、端到端的智驾做出来,原来预计10年实现无方向盘的无人驾驶,现在因为大模型、算力和数据的提升,预计5年内就能实现。”

这一判断背后,是四维图新扎实的量产成果支撑——从2024年到今年上半年,该公司与鉴智机器人合作累计获得585万套智驾方案新增定点,覆盖20余家主流车企、100余款车型。

得益于完整、成熟的产业链,以及在智能化、电动化领域技术创新上的风向标作用,中国汽车出海捷报频传。在程鹏看来,核心原因是新能源汽车更高的智能化水平——车内屏幕够大、智能生态更全,甚至冰箱彩电沙发都成了令国外用户感到惊喜的功能。

程鹏表示,数据合规是出海的生命线,AI时代数据治理水平将决定模型训练质量。据透露,四维图新已经能为车厂提供覆盖160个国家和地区的全流程数据闭环服务。程鹏表示,这正是公司应对未来全球化发展、助力中国汽车出海的核心能力。

构建多元化业务矩阵

与战略升级同步推进的,是公司业务架构的深度调整。近年来,四维图新通过分拆、投资等方式,逐步构建起多元化的业务矩阵。其中最引人注目的是对鉴智机器人的战略投资。

四维图新高级副总裁、CMO董兼秘孟庆昕告诉中国证券报记者,交易完成后,四维图新将成为鉴智机器人第一大股东,而“新鉴智”将作为公司旗下独立的智驾业务平台运营。“这种架构设计是为今后的灵活资本运作预留空间。”孟庆昕直言,“目前鉴智开曼已有IPO时间表。”

与此同时,主营智能座舱业务的四维智联也已向港交所递交上市申请。若这些资本运作顺利推进,资本市场将首次出现“四维图新系”的生态格局。值得注意的是,这些业务平台之间并非简单割裂,而是形成了战略协同。

尽管战略布局清晰,但公司短期业绩仍面临挑战。财报显示,2025年前三季度公司净亏损7.08亿元。对此,孟庆昕给出了明确预期:“预计2027年可以看到公司财务数据的直线上升。”为传递信心,公司近期推出了2025年员工持股计划,新进前十大流通股股东,持股比例达1.2%。

与此同时,这一举动也被市场解读为内部对转型战略的认可。孟庆昕对中国证券报记者表示,在子公司中,六分科技已与智元机器人达成战略合作,四维智联的发展也超出预期,这些都为业绩拐点的到来奠定基础。

在中国乘用车产业联盟秘书长张秀阳看来,纵观四维图新的转型路径,公司正从传统图商向AI驱动的出行技术服务商蜕变。通过将安全合规转化为竞争优势,借助资本力量布局智能驾驶核心环节,公司试图在产业变革中占据先机。然而,转型成效仍需市场检验。正如程鹏所言,“当汽车成为有情感的移动智能体,我们提供的不仅是技术,更是全新的出行体验。”这种体验能否获得市场认可,能否在2027年如期迎来业绩拐点,将是对这场战略跃迁的真正考验。