

松霖科技：

赋能“三新”消费市场 打造机器人系统标杆

厦门，九龙江入海口，潮涌不息。这里不仅是改革开放的窗口，也是产业迭代创新的风口。松霖机器人产业园矗立在江海交汇处，见证着中国高端制造业的“蜕变”。从精密五金的匠心打磨，到智能厨卫的系统集成；从大健康硬件的用户洞察，到机器人业务的生态布局，成立30余年来，松霖科技的每一次战略升级都像江潮涌动，在大浪淘沙中沉淀出更坚韧的“智造”基因。

松霖科技董事长周华松在接受中国证券报记者专访时表示，公司机器人业务经过多年的研究推进，如今已步入商业化阶段。机器人业务不是公司的第二增长曲线，而是将超越公司传统的IDM业务，成为未来十年公司核心战略主线。

● 本报记者 齐金钊

战略升维：从智能硬件到机器人生态

巡检机器狗、人形机器人管家、清洁机器人、护理机器人……走进松霖机器人产业园展厅，各类机器人分区排列，各自展示着自己的“独门绝技”……作为以智能厨卫、大健康智能硬件闻名的“隐形冠军”，松霖科技如今将机器人业务定位为“公司最重要的战略方向”，并致力于“做全球服务型机器人系统标准制定者”。

这一战略转型的背后，是松霖科技对行业趋势的深刻洞察。周华松认为，当前机器人行业普遍聚焦于“单品类爆款”（如人形机器人、扫地机器人），但这类产品因应用场景单一、协同性弱，目前仍难以真正解决B端客户的需求痛点。此外，政策导向要求企业超越硬件本身，为行业提供智能化解决方案，从“设备供应商”向“新质生产力赋能者”和“未来产业开拓者”升级。

“我们紧紧围绕新业态、新模式、新场景‘三新’消费市场，不做卖单个机器人的生意，而是提供机器人组织系统，就像为企业组建一支高效协作的智能团队，涵盖后勤、护理、物流等全场景需求。”他进一步解释，松霖的机器人业务以“系统级解决方案”为核心，通过整合物联网、AI算法与硬件设计能力，为客户打造覆盖“需求-交付-运维”的全生命周期服务——这可理解为聚焦打造“AI+机器人”垂类平台。

记者在展厅看到，目前松霖机器人已经落地的“机器人团队”包含了后勤物流服务



松霖机器人部分产品

公司供图

系统、客户服务系统及医疗康养机器人系统，分别聚焦工业物流园区、商业园区及医疗康养机构的机器人服务系统解决方案。

以松霖医疗康养机器人系统为例，该组织系统内被细分为健康辅助部、健康理疗部、医疗检测部和医疗保健部，系统涵盖了辅助转移机器人、上肢外骨骼机器人、卫生护理机器人等十余款机器人产品及一系列智能康养设备。在具体应用中，各型号的机器人会根据系统“中央大脑”的指令，进行协作分工，为客户提供全面的医护康养服务。

松霖科技发力服务机器人业务的背后，与全球服务机器人产业蓬勃发展密切相关。德勤《开放性的全栈式智能服务机器人生态》白皮书预测，2025年全球服务机器人（全产业链）市场规模将达到400亿美元，未来十年将以17.1%的年复合增长率增长，到2035年全球服务机器人市场规模有望达到1960亿美元，市场潜力巨大。中国拥有庞大的制造业与老龄化市场，对后勤服务机器人（如园区巡检、物流配送）和护理机器人（如养老服务、康复辅助）的需求尤为迫切。

硬核壁垒：从精密制造到AI算法

近年来，国内机器人产业蓬勃发展，同时竞争也在逐渐加剧。“十五五”规划建议明确，要前瞻布局未来产业，推动具身智能等产业成为新的经济增长点。进军机器人产业，松霖科技如何突围？周华松的答案是：“我们不是从零起步的‘新玩家’，而是站在30年智能制造积累上的‘跨界整合者’。我们将把国家战略要求，内化为企业顶层设计，主动将业务布局与新质生产力、现代化产业体系建设同频共振。”

为此，周华松为记者详细拆解了公司的四大核心优势：

——全产业链交付能力与极致成本控制。松霖科技拥有30年精密制造经验，是北美、欧洲、亚太著名厨卫品牌的重要供应商，形成了“设计-研发-生产-供应链”一体化

能力。“我们的机器人工厂独立于传统业务，但共享塑胶、五金、电子等底层零部件产线，单台硬件成本可比同行低15%–20%。”周华松举例称，公司通过材料创新（如塑钢骨骼替代铝合金）将机器人自重降低50%，不仅提升了续航能力，更将生产成本压缩至行业平均水平的三分之二。

——IDM模式下的场景化技术复用。作为国内IDM模式的先行者，松霖科技擅长将“用户需求-工业设计-量产落地”闭环应用于细分市场。在机器人业务中，这种能力被转化为“场景定制化解决方案”：例如，针对康养机构的护理机器人系统，整合了公司原有的智能测肤仪、睡眠监测仪等健康硬件数据，结合AI算法实现“健康监测-风险预警-护理执行”全流程管理；而后勤服务机器人则搭载了自研的“世界模型算法”，能自主规划园区巡检路径、识别异常事件并联动安防系统。

——深厚的AI与软件算法积累。尽管机器人业务是战略新方向，但松霖科技早在七八年前便启动了“物理世界理解”研究。“我们不做‘大数据喂养’的跟随者，而是聚焦‘小数据高效学习’，通过构建物理模型算法，让机器人更聪明地理解空间与环境。”周华松透露，公司并购的厦门威迪思智能运动系统有限公司，加强了底盘控制与移动技术能力，而自研的创新模型则打通了从算法设计到产品验证的全流程。“我们的机器人不仅能‘干活’，还能‘思考’，比如护理机器人会根据老人的步态调整推轮椅的力度，后勤机器人能通过视觉识别判断垃圾桶是否已满。”

——明确的客户群体与潜在需求支撑。周华松强调，松霖科技的机器人业务天然具备“客户池”优势：一方面，IDM模式下的海外高端品牌客户对机器人系统有强烈的潜在需求；另一方面，国内康养机构、工业园区等B端客户正面临人力成本上升与服务质量提升的双重压力。

周华松认为，松霖科技上述四大核心优势，紧密契合产业赛道的竞争焦点，即“高端

硬件+顶尖算法+开放生态+成熟商业模式”的综合体系竞争。

做全球“服务型机器人系统”开拓者

“我们的目标是成为‘机器人界的系统集成商’，不是卖单一产品，而是输出生产力重构方案。”周华松以物联网生态作类比，未来的企业竞争力不再取决于某台设备的性能，而是整个机器人团队的协同效率。松霖机器人要做的，就是为企业提供从硬件到软件、从设计到运维的“一站式生产力升级包”，赋能消费市场，激发新业态新模式新场景发展活力，打造消费创新发展的新高地，培育消费能级提升的新引擎。

他表示，目前公司在厦门海沧区建设的松霖机器人产业园已投入使用，其中包含多场景测试平台与产学研合作实验室。未来，公司将考虑在长三角、粤港澳大湾区等地建立研发中心，在核心技术研发及供应链领域进一步实现效率的突破。

对于资本市场关注的盈利模式，周华松提出了“硬件+服务”的创新思路：“我们不仅卖机器人，更提供年度运维、系统升级等增值服务。未来甚至可能推出‘机器人即服务’（RaaS）模式，客户无需一次性购买，而是按使用量付费。”他直言，这种模式将颠覆传统硬件销售的天花板。“当机器人成为企业生产力的基础设施，松霖的价值将远超一家设备制造商。”

在周华松的规划中，松霖科技的终极目标是通过机器人战略“赋能全球B端企业，重构更高效的生产力组织方式”。“松霖机器人战略聚焦解决真实需求，让养老院的老人得到更专业的照护，让工业园区的物流效率提升30%，让医疗机构的管理成本降低20%。”他强调，这不仅是商业价值的创造，更是对社会生产力“痛点”的回应。这种“深耕细作”的市场策略，将帮助松霖科技建立标杆案例和口碑，再逐步横向拓展。

辰安科技：全面推进“AI+”战略
助力公共安全行业数智化变革

● 本报记者 武卫红

近期，辰安科技最新公共安全智能化产品在中国电信2025数智科技生态大会集中亮相，引发广泛关注。辰安科技董事长郑家升在接受中国证券记者采访时表示，未来公司将坚持以创新为引擎，全面推进“AI+”战略，推动公共安全行业数智化变革，用科技守护人类社会安全。

积极实施“AI+”战略

近日，中国电信2025数智科技生态大会在广州举办。此次大会以“智能领航，智慧共生”为主题，聚焦中国电信“云改数转智惠”战略升级成果，全面展示“五位一体”的智能云体系技术突破与生态应用。

作为国内公共安全领域的领军企业，近年来辰安科技全面推进“AI+”战略。在此次大会上，辰安科技以“智融安全，慧启新辰”为主题，全面展示了公司在“AI+公共安全”领域的前沿成果，全方位展现了公司以科技赋能平安中国建设的生动实践与丰硕成果，吸引了众多观展嘉宾的广泛关注。

辰安科技率先在业内推动人工智能技术与公共安全业务深度融合。记者在公共安全大模型展区看到，辰安科技在此次大会上重点展出了“星辰·辰思”公共安全大模型4.0产品。郑家升介绍，“星辰·辰思”公共安全大模型4.0依托公司“星辰”基座，深度融合大模型智能决策与灾害仿真模拟能力，形成双智能体驱动，具备灾害全生命周期仿真推演、多场景视觉识别、物联网预警与多灾耦合推演四大核心能力，可以实现灾害情景推演与救援方案智能生成，为各类应急场景提供支持。

记者在“AI+装备”与智慧消防展区还看到，辰安科技推出的硬核产品高层灭火机器人重磅亮相，吸引不少专业参展人士关注。据介绍，高层灭火机器人能够将压缩空气泡沫送到指定高度，对建筑外立面及着火窗口开展高效灭火工作，具备“一键就位、一键起落、自主飞行”等全智能灭火模式。此外，公司还展出了智能燃气关火器、远端机房智能防护解决方案、高速公路隧道智慧化“准无人值守”微站，分别聚焦厨房、远端机房、隧道等领域，以技术创新不断提升公共安全智慧化水平。

深耕公共安全与应急赛道

辰安科技成立于2005年，是清华大学在公共安全领域的科技成果转化单位。2016年，公司在深交所挂牌上市。成立20年来，公司始终专注于公共安全科技赛道，为应急管理、智慧城市、装备与消防等领域提供一站式解决方案，致力于成为全球公共安全科技的引领者和公共安全治理的最佳合作伙伴。

近年来，辰安科技积极投身公共安全体系建设，围绕公共安全核心技术研究理念，紧跟技术发展趋势，将大数据、人工智能、云计算等前沿技术引入公共安全领域，不断实现技术创新和突破，在城市安全、综合应急、消防安全等领域实现产品化与技术创新，构建起从数字基座到智能应用的全栈能力，织就一张覆盖全域的智慧安全网。

伴随着我国公共安全行业的蓬勃发展，辰安科技迅速发展壮大，已发展成为国内公共安全领域的领军企业。近年来，公司荣获“国家科学技术进步奖一等奖”“国家科学技术进步奖二等奖”

“教育部科学技术进步奖一等奖”“公安部科学技术奖一等奖”“中国标准创新贡献奖一等奖”等40余项国家级和省部级重要奖项。截至2025年6月末，公司拥有授权专利超400项，软件著作权1020余项。

构建数智化创新链条

《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十四个五年规划的建议》提出，全面实施“人工智能+”行动，以人工智能引领科研范式变革，加强人工智能同产业发展、文化建设、民生保障、社会治理相结合，抢占人工智能产业应用制高点，全方位赋能千行百业。

当前，公共安全行业正经历着以数字化、智能化为核心的技术变革。辰安科技在业内率先实现人工智能技术与公共安全业务的深度融合，构建了从AI基础研究到产业应用的完整创新链条。今年以来，公司全面推进“AI+”战略，打造以人工智能为核心驱动力的“AI+”全线产品体系，将AI能力深度融入各业务领域，在基础产品研发、公共安全关键技术攻关、新技术探索、解决方案构建、技术应用实践以及课题研究等多个方面实现了从技术创新到产业应用的全链条突破。

在公共安全AI中台能力体系建设方面，辰安科技持续迭代“星辰·辰思”公共安全行业大模型，全面拥抱DeepSeek等主流大模型技术路线，构建了强大的AI技术底座。该平台集成了视频AI算法、时序数据分析算法、公共安全知识图谱等核心技术，搭载270余个灾害仿真机理模型及情景推演引擎。目前，“星辰·辰思”公共安全行业大模型已成功应用于能源、化工、通信、城市运营等领域，覆盖危化品处置、燃气监测、通信基础设施保障、自然灾害情景推演、安全生产监管等10余项细分场景。

“下一步公司将继续投身公共安全领域，不断深化AI技术创新，加速‘AI+’战略落地，通过持续迭代大模型能力、拓展智能体应用场景，打造差异化的AI产品及核心能力，进一步推动公共安全领域的数智化变革。”郑家升表示。

“餐饮+食品”双轮驱动

广州酒家打造国际一流饮食集团

● 本报记者 万宇

“食在广州”，美食是广州一张靓丽的城市名片。“食在广州第一家”，广州酒家作为粤式饮食文化领导者，传承创新粤菜技艺和文化，擦亮中华老字号金字招牌。

2025年是广州酒家创立90周年，其从文昌南路的一间小酒楼，成长为拥有“广州酒家”“陶陶居”“利口福”三大中华老字号品牌矩阵的大型饮食集团。广州酒家董事长徐伟兵在接受中国证券记者采访时表示，广州酒家以“餐饮+食品”双主业为支撑，在传承非遗技艺、深化品牌协同、拓展全国市场的道路上稳步前行，用匠心与创新书写着中华老字号的时代答卷，正以全新姿态迈向“创百年老字号驰名品牌，打造国际一流饮食集团”的宏伟愿景。

文化为根 老字号的传承与创新

在广州文昌南路上，重新装修的广州酒家文昌总店自复业以来经常座无虚席，店内装修精良，充满岭南风情，既有老字号的情怀，又有升级后的新意，这家始创于1935年的餐厅，素有“食在广州第一家”的美誉，已经成为很多广州街坊或外地游客“必打卡”的餐厅。

在相隔不远的上下九步行街上，始创于清光绪六年（1880年）的陶陶居，同样有着很高的人气。广州酒家、陶陶居和始创于1938年的利口福同属于广州酒家集团，“三大中华老字号”品牌深厚的粤菜文化底蕴以及差异化产品与服务，构建起难以复制的品牌护城河。”徐伟兵说。

90年历史积淀、薪火相传，给广州酒家带来品牌、人才、管理机制三大宝贵财富。广州酒家集团已培育七代粤菜非遗技艺传承人，形成完整的人才梯队。传承人团队打造了“民国粤味宴”“南越王宴”“五朝宴”“满汉大金筵”四大文化宴席，并创新推出“羊城花宴”“岭南红棉宴”等特色宴席，将粤菜烹饪技艺与岭南历史文化深度融合。截至目前，集团是5项

非遗项目的保护单位，成功申报4名市级非遗项目代表性传承人，成为粤菜技艺活态传承的核心阵地。

90年经久不衰、历久弥新，不仅依赖广州酒家精益求精的匠人精神和争当领头羊的过人厨艺，也与集团敢为人先的创新精神和与时俱进的管理机制密不可分。1986年，广州酒家引领行业之先，在广州恩宁路开设餐饮连锁店，开创了国内餐饮连锁经营的先河；1998年，广州酒家集团成立利口福食品公司，奠定了企业走向食品制造工业化、规模化的经营格局，实现了餐饮服务与食品生产产业链互补和老字号品牌的延伸，开创了全国餐饮业企业办食品工业的先河……

协同为翼 “餐饮+食品”的双轮驱动

近年来，广州酒家开启了现代化的规模化发展，构建起“餐饮+食品”的双主业模式，形成“餐饮强品牌，食品创规模”的良性循环，各品牌差异互补、协同发展。

徐伟兵介绍，“广州酒家”坚持粤菜文化传承者定位，27间直营门店以“经典粤菜+非遗文化”为核心，打造现代商务、经典品味的用餐场景；“陶陶居”聚焦“年轻、时尚、国潮、轻奢”调性，43间门店（27间直营、16间授权）推出受潮流人群欢迎的新派粤菜；“利口福”作为食品与连锁门店品牌，240多家门店覆盖中秋月饼、速冻食品、端午粽、预制菜肴、休闲食品等丰富品类。三大品牌依托集团共享的粤菜技艺、供应链资源，有效降低运营成本，放大整体竞争力，在各自赛道深耕细作，构建起多元化的品牌生态。

餐饮板块作为公司的“活广告”，持续增强消费者黏性、扩大品牌影响力，为食品业务赋能。食品板块的四大生产基地标准化、规模化生产，不仅扩大了品牌覆盖范围，更反哺餐饮业务的原料供应与成本控制。这种“餐饮体验+食品销售”的模式，让公司在消费场景延伸、用户群体拓展上形成独特优势，既通过餐饮门店强化品牌



广州酒家文昌总店

公司供图

认知，又通过食品产品实现业绩规模化增长。

值得一提的是，广州酒家的拳头产品中秋月饼产销量连续十三年位列全国首位、广式月饼销售额连续五年位列全球第一。针对月饼业务占比高导致的业绩季节性波动问题，徐伟兵表示，公司采取“节令产品+常规产品”组合策略，大力培育速冻食品、预制菜肴、饼酥腊味等非季节性产品，其中速冻食品业绩占比稳步提升，成为新的利润增长点。

布局为远 在时代变迁中持续焕发活力

站在新的历史起点，广州酒家将持续强化品牌精细化运营，做精做优“广州酒家”“陶陶居”双品牌，精准把握消费需求，推出特色宴席，同时推动服务向“个性化、定制化”迈进，通过“餐饮+文体旅”融合打造发展新样板，释放消费潜力。

公司将持续通过食品业务为公司创造更高收入规模，在持续巩固公司月饼系列产品的基础，重点突破速冻、预制菜及西式烘焙三大品类。通过建设智能化生产基地与供应链体系，提升标准化生产能力。

公司还将持续深化全国布局，通过“餐饮强品牌，食品创规模”的发展战略，实现省外

市场份额稳步增长，已打造出“华东+华北”的两大增长引擎。同时探索海外市场本地化运营模式，逐步构建覆盖东南亚、北美等重点区域的国际化销售网络，推动广式食品文化出海。

徐伟兵还表示，产品创新始终是发展的核心动力。广州酒家结合岭南药膳文化，推进技术攻关和科研成果转化，开发低糖、低脂、功能性食品，满足健康营养和银发经济需求；补齐速冻休闲、烘焙西点品类，打造更具竞争力的产品矩阵；推动传统经典、商务时尚和风味特色融合提升，结合粤菜“不时不食”的理念和烹饪技艺精髓，深入挖掘传统经典菜谱，匠心打造经典文化筵席，加大季节限定菜品研发力度，培育餐饮新增长点。此外，公司依托利口福食品公司“高新技术企业”的平台及食品科研究院，深化校企合作，以专利授权夯实技术储备，为创新提供持续支撑。

广州酒家既承载着“中华老字号”品牌的文化积淀，也迎来了在消费升级与产业变革中持续突破的新机遇。徐伟兵表示，未来，广州酒家将努力增强与新时代消费者的交流，实现品牌在时代变迁中持续焕发活力，坚持“做大市场、做强品牌、做活机制”，聚焦“深化优势、多元融合”，朝着“创百年老字号驰名品牌，打造国际一流饮食集团”的企业愿景大步迈进。

“下一步公司将继续投身公共安全领域，不断深化AI技术创新，加速‘AI+’战略落地，通过持续迭代大模型能力、拓展智能体应用场景，打造差异化的AI产品及核心能力，进一步推动公共安全领域的数智化变革。”郑家升表示。