

2025年业绩预告密集发布

# 有色金属半导体等行业表现亮眼

**A股上市公司业绩预告加速披露。Wind数据显示,截至1月23日16时,A股共有710家上市公司对外披露2025年全年业绩预告,284家预喜,预喜比例为40%。从报喜的上市公司所在行业角度看,有色金属、半导体、生物医药、硬件设备、化工、汽车与零配件等行业表现亮眼。**

● 本报记者 董添

## 近70家企业净利同比增逾100%

已披露2025年全年业绩预告的710家上市公司中,略增43家,扭亏57家,续盈4家,预增180家,已披露业绩预告的上市公司总体较为分化。

净利润增长幅度方面,剔除扭亏影响,共有295家上市公司预计2025年归属于上市公司股东的净利润同比增长幅度下限超过10%,237家预计超过30%,183家预计超过50%,67家预计超过100%,南方精工、上海谊众、金安国纪、深南电A、利民股份、上汽集团等公司预计2025年归属于上市公司股东的净利润同比增幅居前。

南方精工预计2025年全年实现归属于上市公司股东的净利润为3亿元至3.7亿元,同比增长1130%至1417%。报告期内,公司归属于上市公司股东的净利润增长,主要源于公司对持有的江苏泛亚微透科技股份有限公司等投资项目进行了公允价值评估;产生的公允价值变动收益在本报告期对公司税前利润的影响金额预计为3亿元至3.2亿元之间,该公允价值变动收益属于非经常性损益。

净利润数值方面,共有106家上市公司预计2025年归属于上市公司股东的净利润下限超过1亿元,49家预计超过3亿元,33家预计超过5亿元,13家预计超过10亿元。紫金矿业、药明康德、洛阳钼业、立讯精密、盐湖股份等公司预计2025年归属于上市公司股东的净利润数值居前。

药明康德预计2025年全年实现营业收入约为454.56亿元,同比增长约15.84%;实现归属于上市公司股东的净利润约191.5亿元,同比增长约102.65%。公司持续聚焦独特的“一体化、端到端”CRDMO(合同研究、开发与生产)业务模式,紧抓客户对赋能需求的确定性,不断拓展新能力、建设新产能,持续优化生产工艺和提高经营效率,推动业务持续稳健增长。



新华社图片

## 有色金属等行业表现突出

从报喜的上市公司所在行业角度看,有色金属、生物医药、半导体、硬件设备、化工、汽车与零配件等行业表现亮眼。

有色金属行业中,翔鹭钨业、正海磁材、金力永磁、北方稀土、赤峰黄金、紫金矿业、鹏远钴业、洛阳钼业、华友钴业等公司表现突出。受益于产品价格提升、下游需求改善等因素,相关上市公司实现不俗的业绩表现。

翔鹭钨业预计2025年全年实现归属于上市公司股东的净利润为1.25亿元至1.8亿元,同比大幅扭亏。报告期内,钨金属原料价格全年持续上涨,钨市场供需情况较往年有所改善。公司作为国内主要钨制品及钨材制造商,对钨产品的议价能力提升,原材料价格增长到下游产品的传导较为顺畅,主要产品毛利率及毛利显著增长。硬质合金销售订单量同比显著增加,光伏用钨丝产能逐步释放,同时公司加强成本控制,提高盈利水平,收入及毛利贡献同比提升,为业绩增长提供重要支撑。

半导体行业中,佰维存储、中科蓝讯、金海通、睿创微纳、德明利、成都华微、芯朋微、大为股份等公司业绩预期向好。一些半导体行业上市公司在主业发展的同时,由于持有半导体领域头部上市公司股票,获得了超额收益。

中科蓝讯预计2025年全年实现营业收入18.3亿元至18.5亿元,同比增长0.60%到

1.70%;实现归属于母公司所有者的净利润为14亿元至14.3亿元,同比增长366.51%到376.51%。为强化公司在半导体核心领域的战略布局并赋能长期发展,公司基于对行业趋势的深度研判与严格筛选机制,围绕GPU、先进封装测试等高成长性领域,进行了前瞻性投资布局。公司直接持有摩尔线程134.04万股,占其首次公开发行后总股本的0.29%,通过启创科信间接持有摩尔线程67.01万股,占其首次公开发行后总股本的0.14%,合计为0.43%;公司直接持有沐曦股份85.43万股,占其首次公开发行后总股本的0.21%。据企业会计准则相关规定,公司对直接持有摩尔线程、沐曦股份的股份划分为“以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融工具”,并列报在“其他非流动金融资产”;公司对间接投资摩尔线程的部分,即持有启创科信的股份列报在长期股权投资。本报告期非经常性损益主要为投资摩尔线程和沐曦股份取得的公允价值变动,较上年有大幅增长,导致公司2025年度实现归属于母公司所有者的净利润较上年大幅增长。

生物医药行业方面,回盛生物、上海谊众、昭衍新药、特一药业、康辰药业、百奥赛图等公司业绩预期较好。

上海谊众预计2025年全年实现归属于上市公司股东的净利润为6000万元至7000万元,同比增长760.18%至903.54%。公司核心产品注射用紫杉醇聚合物胶束于2025年

正式纳入国家医保目录,在市场准入与用药人数上大幅提高,带动了公司全年营收与利润相较于2024年显著增长。

## 部分公司业绩承压

相比之下,在已发布业绩预告的上市公司中,房地产、纺织服饰、光伏等行业的部分上市公司业绩承压。

房地产行业中,已发布业绩预告的31家上市公司中,仅1家公司盈利,多数公司业绩亏损额较大。对于房地产行业的走势,东吴证券研报表示,2025年,房地产行业整体仍处于调整阶段,但边际改善信号已逐步显现,全年新开工、竣工及销售等核心指标降幅较2024年均有所不同程度收窄。在高质量发展导向下,房地产收储、城市更新有望持续推进落地,带动需求释放。同时,后续降息仍有一定空间,居民按揭与房企融资成本有望进一步降低,对行业止跌回稳形成支撑。

光伏行业中,通威股份、TCL中环、天合光能、晶科能源、隆基绿能等公司均预计将出现不同程度的亏损。一些公司提到,硅料、银浆等关键原材料成本快速上涨,使得组件业务盈利能力有所下滑。

零售行业上市公司业绩出现较为明显的分化。不少零售行业上市公司在业绩预告中提到,已优化门店布局,关闭亏损门店,以提升整体盈利能力。

布时,公司总货币资金超30亿元。

针对已上市产品的商业化推进、市场份额提升及患者可及性优化,杨大俊表示,公司为耐立克制定了短期与长期相结合的发展规划。短期来看,耐立克2021年底上市之际,公司选择与信达达成中国市场共同推广销售的合作——这一模式不仅对投资人负责、有效缓解了当时的现金流压力,更能借助信达已建立的成熟商业化团队与资源,快速推动产品打入市场、进入医院,实现双方共赢。

长期层面,公司在此次合作中保留了一半市场权利,并借此逐步搭建起覆盖销售、市场、准入等全环节的自有商业化团队。因此,在第二款核心产品利生妥上市时,公司果断决定自主负责其中国市场的商业化运营。据悉,利生妥获批后,公司迅速与国药控股、上药控股等多家医药流通龙头企业签署合作协议,全面推进利生妥商业化布局,并在15天内就在中国30多个城市、40余家医院开出第一批处方,实现产品快速落地、惠及患者。

杨大俊认为,两款产品均聚焦血液肿瘤领域,面向同一批临床医生群体,且具备联合用药潜力,商业化推广的协同效应显著。基于这一优势,公司在两款产品均上市后迅速扩张商业化团队,2025年9月团队规模已突破200人,计划2026年进一步扩充至400人。杨大俊强调,公司希望通过两大核心产品的双引擎驱动,不断依托产品协同优势深耕血液肿瘤领域,持续提升患者用药可及性与公司市场份额。

对于2026年,杨大俊表示,公司将加速多项关键全球注册Ⅲ期临床项目推进、推动核心产品利生妥纳入医保目录,并拓展前沿管线临床数据,全球化创新布局持续深化。

谈及企业发展,杨大俊表示,公司已具备向生物制药企业转型的大部分条件,核心路径是依靠产品自主销售利润反哺创新研发。他强调,从生物科技企业向生物制药企业转型的关键,不在于产品的生产或上市,而在于拥有自有产品管线和销售体系,以销售利润支撑持续创新;不同于生物科技企业依赖投资人资金的发展模式,亚盛医药未来将凭借国内外市场的产品销售增长,构建可持续的生物制药企业发展模式。

亚盛医药董事长杨大俊:

# 以持续创新筑根基 全球布局启新程

● 本报记者 傅苏颖

亚盛医药董事长兼首席执行官杨大俊日前在接受中国证券报记者专访时表示,依托在细胞凋亡通路等领域的深耕积累,公司确立了源头创新与全球竞争的核心定位,未来将持续以临床需求为导向深化管线布局,通过全球化与商业化双轮驱动实现向生物制药企业的转型,不断让中国原创新药惠及全球患者。

## 聚焦临床未满足需求

亚盛医药成立于2009年,是一家聚焦肿瘤等领域未满足临床需求的全球创新药企,依托在细胞凋亡通路关键蛋白抑制剂、激酶突变体抑制剂、蛋白降解剂等领域的深耕,公司已搭建起丰富的高价值创新药管线。其中新一代BTK靶向蛋白降解剂APG-3288成为近期全球创新管线布局的核心亮点之一。该药物作为公司基于PROTAC技术平台自主研发的首个新型高效、高选择性BTK降解剂,也延续了公司聚焦高难度靶点、填补临床空白的研发逻辑。

公司近年来成功获批两款重磅1类新药,核心品种耐立克于2021年获批上市,作为中国首个第三代BCR-ABL抑制剂,其获批适应症已全部纳入国家医保目录,大幅提升患者用药可及性;另一重磅产品利生妥于2025年7月获批上市,为中国首个国产原研Bcl-2抑制剂,填补了相关治疗领域的临床空白。

杨大俊表示,利生妥打破了艾匹维Bcl-2抑制剂维奈克拉长达九年的垄断地位,这是核心团队自1995年起深耕该靶点、历经21年临床开发,前后推进三个化合物进入临床研究后的成果。该靶点研发难度极高,全球众多药企布局却鲜有成功。

维奈克拉被业界视为印证Bcl-2靶点临床价值的革命性药物,2024年全球销售额达26亿美元,预计2025年有望突破30亿美元。作为中国首款国产原研Bcl-2抑制剂,利生妥在慢性淋巴细胞白血病领域获批范围远超维奈克拉,后者最初仅针对17P缺失特殊亚型且后续拓展适应症需联合用药,而利生妥单药治疗覆盖接受过一种系统治疗后的CLL患者群体。

杨大俊强调,亚盛医药自成立以来始终坚守两大初心:一是聚焦临床未满足需求,坚持真正创新,这也是两大核心产品耐立克和利生妥成功上市的核心支柱之一;二是立足全球市场,研发的创新药均拥有全球专利保护,严格按照国际标准在多区域推进临床试验,力争惠及全球患者。

谈及耐立克,杨大俊介绍,慢粒白血病一、二代治疗药物存在局限,患者用药后会面临耐药困境,而全球范围内相关后线治疗药物存在安全性短板。为此,公司十多年前启动耐立克研发,旨在填补国内治疗空白,同时对标现有药物的缺陷实现突破。耐立克的相关研究能持续登上国际学术舞台,获得全球同行关注与认可。

而两款核心产品的成功研发逻辑,也延伸为公司研管线的筛选标尺。杨大俊表示,公司在研管线筛选有三大核心标准:聚焦临床未满足需求,重视疾病生物学机制研究、具有成药性。

谈及创新药投入与产出的平衡,他坦言实操难度大,核心是遵循“早失败、低成本失败”原则。具体做法包括两点:一是坚守研发标准,对难以跻身行业前三或进度落后的靶点果断止损;二是数据驱动,全程以临床前及临床数据为决策依据。

## 全球布局双轮并进

杨大俊表示,公司全球布局将坚持临床开发(CD)与商务开发(BD)同步推进。

在临床开发层面,亚盛医药正在全球层面开展40多项临床试验,并持续在国际权威学术舞台展现研发实力。目前,公司正在开展耐立克三项全球注册Ⅲ期临床研究,涉及慢性髓细胞白血病慢性期(CML-CP)、新诊断的费城染色体阳性急性淋巴细胞白血病、琥珀酸脱氢酶(SDH)缺陷型胃肠道间质瘤(GIST)多个适应症。耐立克一线治疗Ph+ALL患者的全球注册Ⅲ期临床研究日前获美国食品药品监督管理局(FDA)和欧洲药品管理局(EMA)同意开展,又创国际化重大里程碑。

同时,公司也在推进利生妥的四项全球

注册Ⅲ期临床研究。包括获美国FDA许可的治疗经治CLL/SLL患者的GLORA研究;治疗初治CLL/SLL患者的GLORA-2研究;治疗新诊断老年或体弱急性髓系白血病(AML)的GLORA-3研究;以及2025年获FDA、EMA与中国CDE(国家药监局药品评审中心)同步批准开展的治疗新诊断中高危骨髓增生异常综合征(MDS)患者的GLORA-4研究。尤其在MDS领域,利生妥是目前全球唯一正推进中高MDS注册Ⅲ期临床的Bcl-2抑制剂,有望打破临床空白。

“BD合作是公司国际化布局的重要补充,且始终以自身利益最大化为核心原则,同时实现双方共赢与长期获益。”杨大俊表示。

近年来,亚盛医药国际化进程持续提速,此前已与跨国药企武田就耐立克达成重大合作。杨大俊表示,双方合作具有两大重要意义:一是经济效益显著,武田已支付1亿美元排他性独家选择权款项及7500万美元溢价投资款,后续里程碑付款也很可观;二是品牌与资源价值突出,能获得竞争对手(武田是耐立克全球竞品普纳替尼的拥有者)的认可,充分印证了耐立克的产品实力。同时,借助武田成熟的海外销售网络及在血液肿瘤领域的资源,将显著提升公司在全球临床医生群体中的认可度。

此外,2025年1月,亚盛医药在纳斯达克全球市场上市,成为首家实现先港股、后美股双重上市的生物医药企业,开启全球化新篇章。杨大俊表示,基于公司聚焦全球创新药市场的定位,欧美国际投资人的投资与背书至关重要,仅依托港股平台难以充分吸引这类投资者。为此,公司在符合纳斯达克上市规则的前提下推进两地同步上市,为后续全球市场开发奠定坚实基础。

## 商业攻坚协同扩面

亚盛医药2025年半年报显示,报告期内,公司实现收入2.34亿元,其中核心产品耐立克销售收入达2.17亿元,同比增长93%,这主要受益于耐立克已获批适应症全部纳入医保目录后的放量增长。同时,公司现金流持续获得改善,货币资金充沛。截至2025年半年报发

## 福瑞达跨界融合破局

“工业旅游+直播研学”  
打造美妆产业新生态

● 本报记者 张鹏飞

走进福瑞达工业旅游研学基地,机械臂在生产线上精准运转,车间内兼具科技感与科普属性的光影布置引人注目;一旁的研学课堂上互动踊跃,同步开启的直播间内带货氛围浓厚。中国证券报记者近日在调研中了解到,近年来福瑞达锚定“科技+美妆”核心定位,探索出“工业旅游+直播研学”双引擎融合发展模式,推动传统生产厂区升级为文旅科普新场景,以直播、研学为载体,为企业数字化转型搭建实战化落地平台,在产业跨界融合中持续拓展美妆行业价值边界,成为制造业转型升级的典型实践样本。

## 工业旅游破圈: 工厂变“景区” 年接待量创新高

打破“机器轰鸣、闲人免进”的传统印象,福瑞达依托“收药同源·科技美肤”品牌理念,将智慧工厂、美妆科技馆与研学课程深度融合,构建起兼具观赏性、知识性与互动性的工业旅游生态。针对不同客群定制差异化体验体系,让工厂成为满足多元需求的“一站式场景”。

亲子家庭在透明工厂见证护肤品全流程生产,在香薰DIY工坊与非遗传丝琅琅课程中感受美学碰撞;青少年研学团队通过专属护肤课堂、科学讲座,树立正确护肤认知;投资者与企业客户通过发展历程与科研成果展示,直观了解行业底蕴与企业实力;网红达人借助智能化生产线与品牌展厅,创作短视频内容实现广泛传播。

亮眼数据印证项目成功。2025年暑期,福瑞达世界美妆科技馆累计接待参观人群150多批次、近5000人,涵盖亲子家庭、学生团体、企业考察团等多元客群。服务团队以“一专多能”保障体验质量,在导览基础上兼顾接待、销售、设施维护等多项工作,获得市场广泛认可。

## 直播研学赋能: 全链路拆解 解锁电商增长密码

在工业旅游基础上,福瑞达进一步延伸产业服务链条,将工业旅游与企业数字化转型需求相结合。2025年12月5日,福瑞达联合济南大学生创业孵化中心举办企业家菁创营活动,以“实地参访+高管授课+实操演练”模式,为各行业企业家解锁直播全链路增长逻辑。

学员们先后走进世界美妆科技馆与透明工厂,系统了解福瑞达30余年行业积淀、“5+N”护肤科技体系,近距离观察化妆品智能生产与8道严苛质检流程,深刻理解“产品力是直播增长根基”的底层逻辑。在专业直播间,顾莲、瓊尔博士等爆款品牌的直播动线设计、场景搭建细节一一呈现,工作人员详解直播间搭建、灯光调试、产品陈列等实操技巧,揭秘各项实战经验。

主题课程环节,福瑞达电商直播团队聚焦企业转型痛点,分享“内容破局+全渠道转化”干货。结合瓊尔博士从年销千万到10亿的爆发式增长案例,拆解场景故事、品牌故事、背景故事的创作方法论,传递“优质内容驱动自然流量”的核心思路,详解短视频种草、达人矩阵、私域蓄水的组合转化策略。“从产品研发到直播间转化的全链路拆解,为传统企业转型提供了清晰路径。”参与学员表示。

## 布局未来: 科技赋能 构建产学研融合生态

立足现有成果,福瑞达正持续深化产业融合布局,致力于巩固“中国美妆科技第一站”定位。在工业旅游方面,将进一步优化世界美妆科技馆与透明工厂的体验细节,提升服务团队专业能力;同时深化产学研合作,与高校共建实训基地,开发科普手册、DIY材料包等周边产品,推动教育链与产业链深度融合。

数字化升级成为重要方向。2025年,福瑞达入选山东省先进级(省级)智能工厂、山东省元宇宙应用“名景”、新华网“2025新消费创意互动营销案例”。目前,企业正积极建设“线上虚拟工厂”,未来用户可通过数字分身进入“美丽元宇宙”,沉浸式参与产品研发;引入情绪识别技术,提供个性化香氛与护肤推荐;实现科技与情感的深度结合。同时,顺应社交消费趋势,推出“美妆科技馆随手拍”活动,将东方美学融入工业旅游场景,丰富文化内涵。

在直播与产业服务领域,福瑞达将持续优化“产品溯源+品牌传播+体验销售”营销闭环,为更多企业提供研学交流、实操培训的优质平台。通过工业旅游与直播研学的双向赋能,福瑞达实现了品牌力与产品力的同步提升,也为传统制造业转型升级提供了可复制、可推广的实践经验。

业内人士表示,福瑞达的跨界创新探索,打破了工业生产、文旅消费、企业服务的行业壁垒,构建起“科技+美妆+文旅+直播”的多元生态,为美妆行业乃至制造业的高质量发展注入新动能。未来,随着各项布局的落地见效,其产业融合价值将进一步释放。