

GDP全国占比24.6%

# 长三角一体化引领 沪苏浙皖抱团挑大梁

中经记者 郭阳琛 张家振 上海报道

先在上海市设计研发星座卫星,再到浙江省台州市批量制造,得益于这样的双轮驱动体系,浙江时空道宇科技有限公司(以下简称“时空道宇”)旗下的台州卫星超级工厂具备一年生产500颗卫星的制造能力。这一科研、制造联动场景,折射出长三角地区的区域协同优势。

“一体化的交通、物流、产业、数据和政策体系,正在推动长三角地区跨区域产业链高效融合。我们正

## 推动研发生产跨域协同

长三角一体化发展国家战略,带来了人才和产业的聚集效应。

和时空道宇“沪研浙产”模式类似,造车新势力蔚来采用的是“沪研皖产”:研发中心建在上海市,生产基地落户在安徽省合肥市。这样的布局让蔚来快速完成了三品牌布局,截至今年4月底累计交付整车超过76万辆。

在合肥新桥智能电动汽车产业园区,蔚来已发展成为当之无愧的“链主”企业。随着新桥蔚来第二工厂正式投产,在3年多的时间已吸引安道拓、李尔座椅、上声电子等长期战略合作伙伴签约入驻。

“长三角一体化发展国家战略,带来了人才和产业的聚集效应。我们现在以合肥市为中心,超过70%的供应链能够在500公里范围内解决。这对于改进提升企业的运营效率非常有帮助。”蔚来创始人、董事长、CEO李斌表示。

太湖是长三角地区的一颗明珠,江苏省苏州市和浙江省湖州市环湖而建,在两座城间,一座座高耸的电梯试验塔格外引人注目。相关数据显示,长三角地区的电梯生产总量占全国的60%以上。

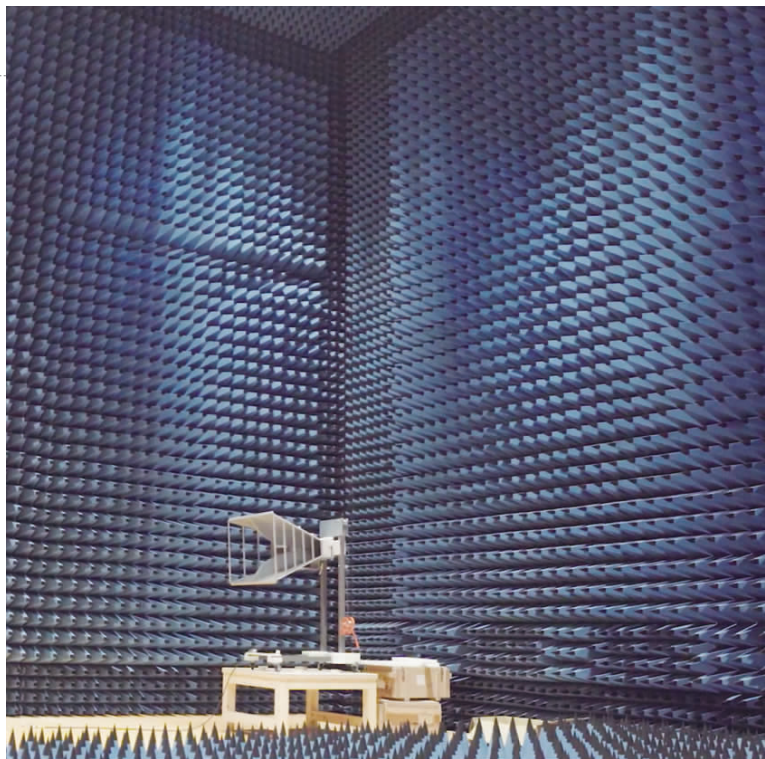
在巨人通力电梯有限公司(以下简称“巨人通力”)总裁陆骧看来,长三角地区是中国电梯制造业体系最完

是看中了这一点,通过布局‘沪研浙产’模式,加快卫星技术赋能智能网联、车载通信等新场景落地。”6月11日,时空道宇相关负责人在接受《中国经营报》记者采访时表示。

以科技创新和制度突破作为双引擎,长三角一体化进程还在提速,沪苏浙皖三省一市在全国经济发展大局中挑大梁的角色更加凸显。统计数据显示,2024年,长三角地区国内生产总值(GDP)突破33万亿元大关,占全国的比重由2023年的24.4%提升至24.6%,区域平均增速

达5.6%,有9座城市迈入“万亿GDP俱乐部”。

2025年是长三角一体化发展上升为国家战略的第七年。6月6日—7日,2025年度长三角地区主要领导座谈会在江苏省南京市召开,本次座谈会的主题是“协同提升长三角区域创新能力,更好发挥高质量发展动力源作用”。会议强调,要推动科技创新和产业创新跨区域协同,因地制宜发展新质生产力;研究协同共建具有全球影响力的科技创新高地,构建更加紧密的区域创新共同体。



图为“沪研浙产”的商业卫星正在进行电磁兼容(EMC)测试。 本报资料室/图

善、协同能力最强的区域之一,拥有从整梯制造、零部件配套到技术研发的完整产业链。“巨人通力所需的零部件几乎全部来自于长三角地区。”

陆骧表示,2024年以来,电梯更新改造需求开始爆发,对交付速度也提出了更高要求。“以我们在浙江省杭州市、湖州市、宁波市等地的国债项目为例,依托本地供应链的快速响应和高效协同,能够在短时间内完成定制化设计、快速供货、现

场安装与调试。”

作为商业航天企业代表,时空道宇则依托“沪研浙产”模式,实现了从创新设计到工程转化的闭环。上述时空道宇相关负责人告诉记者:“公司不断完善‘设计—制造—验证’流程,依托的正是长三角地区高度发达的信息化基础设施、交通物流体系和产业链配套能力,最大程度地提升了产品开发与交付的效率与质量。”

## 共建世界级大飞机产业集群

三省一市将深入贯彻落实长三角一体化发展国家战略,服务国家大飞机发展大局,打造具有国际竞争力的世界级大飞机产业集群。

2023年5月28日,一架航班号为MU9191的飞机从上海虹桥国际机场起飞,落地北京首都国际机场,穿过象征民航最高礼仪的水门。这是C919国产大飞机首次实现商业飞行过程中发生的一幕。

C919从研发、制造到投入商业化运营,离不开长三角地区协同构建的大飞机产业集群。2024年,这一产业集群顺利入选国家先进制造业集群名单。

据了解,早在2000年前后,浙江华荣航空装备有限公司(以下简称“华荣航空”)便进入航空航天领域。此后,华荣航空顺利成为C919国产大飞机的首批供应商之一。

“2010年左右,中国商飞设立在上海市浦东新区的新厂房

还没开始建设,我们就参与了工装模具的设计和研发,是第一批进入C919国产飞机供应链的企业。”华荣航空总经理蔡锡荣告诉记者,以公司提供的工装模具做支撑,生产的复合材料可应用于C919国产大飞机机身前段复合材料壁板、垂尾方向舵复材壁板、垂尾复材壁板等零部件上。

据上海市经信委相关负责人介绍,以上海市临港新片区、江苏省苏南五市、浙江省环杭州湾城市群、安徽省六安市等地为核心承载区,上海市发挥大飞机总装制造与系统集成优势,引育包括结构大部段及复合材料、航空发动机、机载系统、制造装备在内的四大高端产业子链,牵头联合长三角地区在大飞机总装制造、系统集

成、零部件配套等领域形成了“一核多极”的协同发展格局。

今年6月7日,沪苏浙皖经信部门共同签署《长三角大飞机产业集群合作共建框架协议》。三省一市将深入贯彻落实长三角一体化发展国家战略,服务国家大飞机发展大局,打造具有国际竞争力的世界级大飞机产业集群。

根据协议,三省一市将在共创主导产业体系、共建协同创新网络、共育优质企业群体、共筑先进制造能力、共推开放融合发展和共赢产业发展生态方面深入合作,持续推进区域协同、产业联动、资源整合,全面构建集聚效应显著、创新能力突出、产业链条完整、配套体系完善的发展格局。

## 协同打造科技创新策源地

2023年,全国首个大模型创新生态社区——模速空间落地上海市徐汇区。

相关资料显示,像大飞机这样的国家先进制造业集群,长三角地区已有26个,数量占全国的近三分之一。

即使是在新兴的机器人领域,长三角地区也已形成完善的产业链条。上海市经信委相关负责人表示,以上海新时达机器人为例,自担任机器人产业“链主”以来,已联合上下游12家企业,累计下线超5000台工业机器人。其中,上海市负责设计和整机,浙江省衢州市提供伺服电机,江苏省苏州市提供谐波减速机,安徽省宣城市负责外壳精准集成。

“在多地合力下,生产一台工业机器人的周期已缩短至12分钟,实现整体国产率94%,成本则降低了近40%。”上海市经信委相关负责人进一步表示。

“科技创新始终是时空道宇推动卫星工程能力提升的核心动力。”上述时空道宇相关负责人表示,公司长期坚持开放协同的研发模式,积极与高校、科研院所、行业单位联合攻关,共同推动新一代卫星平台和载荷技术的突破与落地。

2023年,全国首个大模型创新生态社区——模速空间落地上海市徐汇区。在不到两年时间里,模速空间及周边已入驻百余家大模型企业,辐射带动长三角地区数百家相关企业集聚,累计推动43个备案大模型落地,占上海全市的61%。

上海市经信委相关负责人表示,上海市依托模速空间,联动江苏省、浙江省、安徽省的科研与产业资源,构建起覆盖大模型研发、语料开源发展、场

景应用落地的完整生态链,并建成了国内首个“算力生态超市”。

“在垂直场景应用方面,聚焦医疗、金融、城市治理等领域,孵化出全球领先的多模态模型‘阶跃星辰’、智能汽车操作系统‘斑马智行’等标杆企业,构建起‘基础模型—行业应用’的全链条生态。”上述上海市经信委相关负责人进一步表示。

据了解,在长三角一体化发展国家战略引领下,三省一市正紧扣“一体化”和“高质量”两大关键词,瞄准“一极三区一高地”(全国发展强劲活跃增长极、高质量发展样板区、率先基本实现现代化引领区、区域一体化发展示范区、改革开放新高地)的战略定位,持续发挥先行探路、引领示范、辐射带动作用。

# 拟斥资1.5亿元越南建厂 爱仕达突围海外市场

中经记者 杨让晨 张家振 上海报道

远赴东南亚地区投资建厂,正成为部分中国企业开拓海外市场、灵活应对关税贸易风险的重要举措。

日前,家电企业爱仕达(002403.SZ)发布公告称,拟在越南地区投资建设现代化的炊具、小家电及工业机器人研发、生产项目,并同步建设相应的

## 投资1.5亿元出海越南

据了解,远赴越南投资建厂,是爱仕达践行炊具、小家电和工业机器人出海战略的重要举措。

根据公告,爱仕达拟通过全资子公司爱仕达(香港)有限公司在越南设立孙公司作为实施主体,并投资建设炊具、小家电和工业机器人项目,总投资不超过1.5亿元。投资金额主要用于设立境外孙公司、租赁厂房、建设生产线及配套设施等相关事宜。

据了解,该项目位于越南同奈省。“越南作为东南亚新兴经济体之一,拥有良好的地理位置和港口设施,便于产品出口至欧美及其他海外市场,已经吸引了为数众多的中国制造类企业在当地进行产能布局。”爱仕达方面表示,公司在越南实施上述投资项目,可以进一步完善公司的全球化布局,符合公司的长期发展战略规划。可以进一步拓展公司的国际业务,提高海外市场占有率,有利于公司更加灵活地应对全球宏观环境波动、国内产业政策调整,以及国际贸易格局变化带来的潜在不利影响。

营销网络,项目总投资不超过1.5亿元。

爱仕达方面表示,拟在越南开展投资项目,是公司实施国际化和品牌出海战略规划的重要举措,有利于公司的工业机器人快速在越南及东南亚国家战略布局和业务拓展,同时进一步提升炊具、小家电等传统优势产品的海外市场占有率以及知名度。



爱仕达在AWE2025中国家电及消费电子博览会上设立的展台。 本报资料室/图

爱仕达方面进一步表示,此次投资为海外投资,在越南设立公司尚需经商务部门、发改部门和外汇管理等有关主管部门的批准后方可实施,能否取得相关的备案或审批以及最终取得备案或审批时间存在不确定性。

“炊具及小家电作为公司的传统优势业务,主要以自主品牌在国内经营和为国际知名企业贴牌生产,并向海外市场销售自主品牌。”爱仕达方面表示,经过40多年不断发展,公司在炊具生产

2024年财报数据显示,炊具业务是爱仕达的主力业务,占总收入的比重超过70%;小家电、机器人业务占比较小,分别为14.26%和9.3%。

对于此次投资越南计划和海外发展战略等情况,《中国经营报》记者分别致电、致函爱仕达方面,该公司证券部一位工作人员向记者表示,近期老板不在国内,相关问题不便回复。

方面具有深厚的技术积淀。

财报数据显示,2024年,爱仕达主营业务炊具实现营业收入21.55亿元,占公司总收入的比例达73.66%,占比较2023年同期上升20.62%,炊具业务毛利率同比上升1.45%。小家电业务则实现营业收入4.17亿元,同比上升13.32%,毛利率同比上升3.27%。

在业务布局上,爱仕达方面表示,2025年将继续以智能厨电家居和智能制造为主业,并持续推动双主业融合与高质量发展。

## 机器人业务占比不足10%

除了炊具和小家电等传统业务外,爱仕达此次出海东南亚,还将海外业务拓展的重点放在了工业机器人上。

“越南投资项目有利于公司的工业机器人快速在越南及东南亚国家战略布局和业务拓展,抓住、契合当地制造业蓬勃发展,产业智能化升级的长期趋势。”爱仕达方面在公告中表示,越南拥有完整的产业配套资源及有利的成本优势,有利于提高产品的市场竞争力。

记者注意到,早在2016年,爱仕达就已开始布局工业机器人业务。彼时,爱仕达通过收购钱江机器人90%股份,进军工业机器人领域。

财报数据显示,截至2024年

年底,爱仕达旗下拥有钱江机器人、上海爱仕达机器人、浙江钱江、上海三佑科技、劳博物流等多家相关企业,产品包括四轴搬运、六轴多关节、Delta机器人等多种类型。

在市场拓展方面,钱江机器人在智能焊接、压铸行业的订单量增长较快,国内市场占有率明显提高。“钱江机器人与汽车、3C电子、新能源等行业的头部企业达成深度合作,将生产效率大幅提升,助力客户实现产能爬坡目标,成为行业标杆解决方案。”爱仕达方面表示。

在此背景下,爱仕达加大了对钱江机器人的投资力度。今年5月,爱仕达发布公告称,公司与控股子公司钱江机器人股东友好协商,拟

## 力争实现品牌出海

近年来,爱仕达的海外业务增长迅速。

爱仕达在2024年财报中披露,2024年,公司炊具、小家电及家居业务在复杂的市场环境中展现出强劲的韧性。公司积极拓展跨境电商业务,力争将产品推向全球,实现品牌出海。

据爱仕达2024年财报,公司的外销收入占比达到总营收的45.8%,外销收入同比增长39.79%,大大超出内销业务的5.8%。尽管营收同比大增,但爱仕达的外销业务毛利率仍低于内销业务,约为24.01%。

值得注意的是,爱仕达方面并未在财报中披露外销业务的主要国家,仅提及炊具和小家电产品远销美国、德国、日本、澳洲等国家和地区,并且入驻亚马逊、沃尔玛和Temu等平台。

爱仕达方面表示,海外市场将在巩固现有业务的基础上,增加跨境电商,努力拓展代工业务及爱仕达的自有品牌海外业务;内销直营板块将进一步做好市场下沉,严控退货率、降低费用率。

今年以来,受美国“对等关税”政策影响,小家电出口业务受到一定影响。据海关总署发布的统计数据,4月,我国家电出口额同比下降1.7%,这是自2023年我国家电出口迎来修复以来,首次出现同比下降。爱仕达方面也表示,“对等关税”政策短期内可能引发供应链成本波动及北美市场份额承压。

不过,国信证券方面分析认为,从下降幅度来看,整体影响相对有限。预计在“对等关税”加征缓和下,从5月份开始,我国家电出口将迎来较快增长。

与上海博汇于谷管理咨询合伙企业(有限合伙)签署《股权转让合同》,收购其持有的钱江机器人7%股权,股权转让价款为1309万元。

尽管已布局近10年,但机器人业务收入在爱仕达整体营收中的占比尚不足10%。财报数据显示,2024年,爱仕达机器人业务实现营业收入2.72亿元,同比增长16.99%,虽然销售量、生产量、库存量分别同比增长66.32%、115.21%、59.07%,但该业务占总收入的比重却较2023年下降0.16个百分点,为9.3%。

值得注意的是,爱仕达还在2024年设立了浙江爱仕达人形机器人有限公司,但2024年财报未披露相关数据。

爱仕达方面日前在回应投资者提问时也表示,由于美国关税政策的持续波动,部分美国客户处于观望状态,但尚未出现大规模的订单取消情况。“目前,前期因观望暂缓的订单开始陆续恢复。”

兴业研究相关研报分析认为,在外需市场中,东南亚、中东非、拉美等地区新兴市场贡献增量。“出海是家电行业发展的内生需求,‘对等关税’只是进一步促进了这一进程,使得企业不仅能够优化供应链成本、拓展海外本土市场,还可以通过全球产能调配获得关税级差。”

“家电企业出海并非简单地将生产地放到国外,而是要同步进行品牌、物流、渠道的投入,存在较大资金需求。”上述兴业研究相关研报表示。