

从专注制冷到全温区探索 澳柯玛如何捅破冷柜市场“天花板”？

中经记者 张家振 石英婧 青岛报道

在位于山东省青岛市西海岸新区的澳柯玛商用冷链智能互联工厂,啤酒、饮料等行业多个头部品牌的定制展示柜、售卖柜正排队下线,经机器人自动打包后等待发运,在全国各地成为一个个智能销售终端。

作为青岛市“五朵金花”之一,澳柯玛“没有最好 只有更好”的企业信念深入人心。近年来,澳柯玛建设了冷柜智能互联工厂

和商用冷链智能互联工厂等多座智能工厂,成为中国制冷行业的重要一极。

不过,和冰箱、电视等传统家电市场相比,冷柜更多应用于商用场景,主要客户多为啤酒、饮料等行业巨头,市场规模相对较小、淡旺季较为明显。8月23日,澳柯玛发布的2025年半年报数据显示,今年上半年实现营业收入40.57亿元,归母净利润3785.47万元,扣非归母净利润为3615.18万元。

自1987年创立以来,和温度

“较真”38年的澳柯玛,如何不断撑高、捅破冷柜市场“天花板”?如何实现从传统家电制造企业向全冷链数字化企业转型?对此,澳柯玛股份有限公司(600336.SH)董事长张斌告诉《中国经营报》记者,澳柯玛的“互联网+全冷链”发展战略清晰,核心竞争力在于对市场需求的快速反应能力和技术创新能力,在市场竞争中确立适合自身发展的路径,聚焦制冷主业,寻找更多有温度需求的用户,在为用户创造价值的同时促进企业良性发展。



图为澳柯玛商用冷链智能互联工厂生产线。 张家振/摄影

各式机器人生产线上“打螺丝”

“通过建设智能互联工厂,澳柯玛实现了由传统制造向智能制造的转型。”

日前,记者在澳柯玛商用冷链智能互联工厂生产车间看到,“箱壳自动成型线数据平台”实时显示当天的生产计划和实际产量等信息。

在成品车间生产线,自动套箱机器人取代了人工套箱流程,可实现自动匹配、自动套箱,工作效率最高达18秒/台。

据澳柯玛商用冷链智能互联工厂生产总监于照宝介绍,澳柯玛商用冷链智能互联工厂是国内首个商用冷链智能互联工厂,“实时生产进度情况在后台都能看得到”。工厂拥有16条智能化生产线,配备40台工业机器人,实现了8大系列、多种产品的混流生产,具备年产150万台智慧冷链产品

的生产能力。

位于青岛市西海岸新区前港湾路的澳柯玛工业园同样是一派繁忙景象。

记者在澳柯玛冷柜智能互联工厂生产车间看到,机器人参与到多个生产环节,规格多样的冷柜依次下线,最终进入终端市场和消费者家庭。

澳柯玛冷柜智能互联工厂生产负责人王凯松告诉记者,该工厂是国内冷柜行业第一个国家级智能制造示范项目,拥有8条智能化生产线,配备36台机器人和MES系统(生产信息化管理系统),可实现8大系列、208种产品的柔性化混流生产。

据了解,面对全球主要的啤

酒、饮料、冰淇淋等商用客户的个性化需求,澳柯玛通过建设可大规模个性化定制的绿色智能互联工厂,为用户提供智慧全冷链定制化服务。

在“互联网+全冷链”战略引领下,澳柯玛构建起家庭冷链、商用冷链、冷库存储、冷链运输、自动零售、生物医疗的全冷链产业布局。

这也是澳柯玛实现由传统制造向智能制造转型的一个缩影。“通过建设智能互联工厂,澳柯玛实现了由传统制造向智能制造的转型。”张斌表示,智能互联工厂可满足用户对产品个性化定制和智能化管理的需求,也引领企业实现了从单纯制造向“制造+服务”经营模式的转变。

市场夹缝中寻找发展路径

除发展智慧冷链产业外,智能家电产业也是澳柯玛实现业务提升和规模突破的主线。

记者在澳柯玛创新科技馆采访了解到,基于“互联网+全冷链”战略,澳柯玛确立了向数字化转型的“1+2+N”战略体系,由单一产品向全冷链数智场景整体解决方案转型。

“1”是指“成为智慧制冷领先的国际一流创新科技企业”;“2”是指打造“智慧冷链、智能家电家居智造及服务业务”和“国际贸易及跨境电商服务”两大主业;“N”是围绕主业打造多个场景,实现“产品一场景一生态”的转型升级。

事实上,早在2022年,澳柯玛便实现了从“制冷专家”向“温度科技专家”的品牌战略升级。据澳柯玛相关负责人介绍,在商用产品端,澳柯玛推出了具有智能售卖、远程控制、实时定位、用户交互等功能的新零售展示柜、冰淇淋智能售卖柜、无人生鲜柜等多款智能产品。

其中,澳柯玛通过为国际知名饮料商和快递物流企业用户提供数字化智能售卖柜,满足客户自动

零售需求,提升了企业的销售效率;为饮料商提供资产管理、销售分析与设备监控系统,提升了企业的运营效率;为冰淇淋企业提供数字化商用分散式管理系统,可使冰淇淋产品损坏率下降70%以上。

在商用冷链领域,澳柯玛推出的“冷链全生命周期管理系统”能够实现资产管理、订单跟踪、设备监控、销售数据分析等模块的数字化,服务冰品、饮品、乳品、速冻、啤酒、新零售等多个行业1000余家客户,接入服务的设备已超过200万台,逐步实现了传统冷链产业“产品一场景一生态”的转型升级。

做大做强制冷主业,核心在于科技创新。据张斌介绍,澳柯玛正以用户需求为中心,通过迭代创新推出首创技术和首发产品。“企业的核心竞争力,在于不断适应并满足市场需求,在市场竞争的夹缝中找到一条适合自己的发展路径。”

除发展智慧冷链产业外,智能家电产业也是澳柯玛实现业务提

升和规模突破的主线。

张斌告诉记者,在产品创新方面,澳柯玛一直在制冷行业处于原创型创新领先地位,从2010年前推出冰柜蝶形门和弧形玻璃门等代表性产品,到最近推出的风冷无霜冷柜、-70℃超低温冷柜等。

澳柯玛方面在2025年半年报中表示,今年上半年,公司依托国家级工业设计中心组建了企划及工业设计中心,并完成了冰箱、冷柜、空调、热水器、洗衣机及茶吧机等多品类新品设计。同时,公司聚焦高端化、年轻化设计理念,持续完善套系化设计方案,今年上半年统筹各品类产品PI规划,完成了冰箱、冷柜、空调、热水器、小家电等产品外观设计方案,做到形象统一、调性统一,有效深化了品牌形象。

“针对用户对不同温度的需求,澳柯玛正不断拓展制冷产品线,所有精力都围绕‘温度’展开,为用户提供有温度的产品。”张斌表示。

“全维度出海”开拓业务新支点

通过项目在印尼本土化生产运营,实现从产品出口到产能出海,将是公司海外业务发展的新支点。

作为重大出海战略,澳柯玛印度尼西亚(以下简称“印尼”)新建年产50万台冰箱(柜)智能制造工厂项目也迎来了最新进展。澳柯玛半年报显示,该项目计划总投资约3.6亿元,今年上半年已完成投资1091.30万元,“目前已完成印尼新设子公司及土地购置,其他相关工作按计划推进中”。

“不出海就出局。”在国际化市场拓展方面,张斌告诉记者,澳柯玛正推进“全维度出海”,实施发展自有品牌、与全球性家电大客户合作并行的“双轮驱动”策略。具体来看,澳柯玛通过计划在印尼自建工厂,开拓东南亚市场和扩大海外出口规模的同时,和国际知名家电品牌保持合作,积极拓展欧美、日韩等高端消费市场。

根据澳柯玛此前公告,公司拟在印尼投资设立子公司澳柯玛(印

尼)工业有限公司,并建设智能制造工厂,届时将新建冷链产品生产线2条,主要生产家用冰箱(柜)、商用冷柜及展示柜产品。

对于选择在印尼建厂的原因,澳柯玛方面表示,目前,印尼为公司东南亚最大的存量市场,具备了实现产能出海的有利条件。同时,通过项目在印尼本土化生产运营,实现从产品出口到产能出海,将是公司海外业务发展的新支点。

“国际贸易及跨境电商服务”是澳柯玛“1+2+N”战略体系中的两大主业之一。澳柯玛方面表示,公司持续推进全产业海外营销平台建设,加快海外渠道全产业布局,积极推进自有渠道、OEM及跨境电商渠道建设,并有序建设海外生产基地,公司海外业务稳步推进中。

根据最新财报数据,今年上半年,澳柯玛海外空调、洗衣机分别

增长了94%、349%,拉美重点市场收入、利润增长均超过100%,自有品牌收入增长63%。

“今年上半年,公司继续坚持OEM与自有品牌双轮驱动发展策略,加快推进全产业海外市场拓展,提升海外发展质量。”澳柯玛方面在2025年半年报中表示,公司以东南亚、中东、非洲、拉美、中亚等新兴市场为重点拓展全产业,深挖市场潜力和用户需求,加快本地化营销拓展,集中拓展自有品牌业务。

“科技创新是发展新质生产力的核心要素。”澳柯玛相关负责人表示,公司将围绕“温度科技专家”的品牌定位,持续加大技术创新力度,推动温度科技与数字技术深度融合,强化在全温度区域的创新。“通过提升产业引领力和科技创新力,进一步增强企业的核心竞争力,培育发展和加快形成新质生产力。”

老牌房企转型高科技投资 衢州发展拟斥资超百亿元收购“独角兽”

中经记者 郭阳琛 石英婧 上海报道

8月23日,位于上海市黄浦区的豪宅上海壹号院开启五批次线下开盘,66套房源仅1小时便宣告售罄,销售额达48亿元。2025年,上海壹号院总销售金额累计超220亿元,继续保持“全国单盘销冠”纪录。

尽管手握这一王牌项目,衢州信安发展股份有限公司(以下简称“衢州发展”,600208.SH)仍决心投资高科技产业,加快转型发展。近日,衢州发展披露收购国内ITO靶材龙头先导电子科技股份有限公司(以下简称“先导电科”)股份并募集配套资金的交易预案,拟通过发行股份的方式购买48家公司持有的先导电科95.46%股份,并募集配套资金不超过30亿元。

衢州发展相关人士日前向《中国经营报》记者强调,衢州发展通过发行股份购买先导电科相关股权,后续这一资产将装入上市公司。“至于此次收购的目的和影响,具体以公告内容为准。”

“通过本次重组,先导电科主营业务将有力充实衢州发展业务链条,扩展公司主营业务范围,直接提供公司在先进新材料领域的实体制造业务发展平台,进一步推动公司业务结构向硬科技实体制造转型。同时,公司将进一步形成‘高科技投资赋能+地产业资产管理’驱动格局,增强可持续发展的韧性。”衢州发展方面在公告中阐释道。

“销冠”项目难掩业绩下滑

在过去一年间,提到上海市乃至全国最热门的豪宅,上海壹号院是一个绕不开的项目。

2024年8月,自首批次入市以来,上海壹号院合计推售5次,连续多次实现“日光”,成交均价一路上扬。首批次均价约17万元/平方米,最新的五批次成交均价约19.8万元/平方米,套均总价约7300万元。

据了解,上海壹号院热销的首要原因便是地段。该项目坐落于黄浦核心区域,总建筑面积约43万平方米,距新天地直线距离仅400米左右,且紧邻豫园与外滩。值得一提的是,2025年,上海壹号院累计销售金额超220亿元,是全国单盘销售冠军。

不过,上海壹号院的诞生之路十分坎坷。时间拨回至2004年,上海市本土企业亚龙投资拿下项目所在的黄浦区508—514街坊旧城区

地块,计划开发为亚龙古城国际花园,但很快陷入停滞;2016年,衢州发展的前身——老牌房企新湖中宝通过收并购作价11.9亿元接手。

相关资料显示,新湖中宝原控股股东为新湖集团,实控人为“温州首富”黄伟。过去几年,新湖中宝深陷债务泥沼,接盘上述项目后开发进度缓慢。2020年,融创中国以约38亿元收购该项目50%权益。

此后,随着房地产行业进入下行期,上述项目又找来“帮手”——中信资产。2023年,中信资产主导出台了项目纾困方案,并注入40亿元资金帮助复工,这才有了如今的上海壹号院。

一名接近新湖集团的相关人士也向记者证实:“这个项目本来就是新湖中宝(开发)的,后来将一半股权卖给了融创中国,融创中国‘出险’后又将部分股权卖给了中信资产。”

与此同时,新湖集团陆续将所

持大部分新湖中宝股份转让给浙江省衢州市国资企业,涉及资金超50亿元。2024年7月,衢州工业控股集团正式入主新湖中宝董事会。不久后,新湖中宝改名为衢州发展。

即使坐拥上海壹号院,衢州发展业绩却难挡下滑之势。7月14日,衢州发展发布公告称,经财务部门初步测算,预计2025年上半年实现归母净利润2.1亿元,与2024年同期相比减少13.25亿元,同比下降86%;预计扣非净利润5.9亿元,较2024年同期减少18.16亿元,同比下降75%。

据了解,衢州发展已于8月30日正式披露2025年半年报。对于业绩下滑原因,衢州发展方面解释称,公司地产项目开发和交付具有周期性,2024年同期个别项目集中交付,导致本期营业收入中地产结算收入同比减少约110亿元,归母净利润减少约17.3亿元。此外,本



图为上海壹号院五批次开盘现场。 本报资料室/图

对外并购加快产业转型

在加速“去地产化”的同时,衢州发展正蜕变为衢州市收并购高科技企业的重要平台。

记者了解到,在衢州国资入主后,衢州发展以房地产开发提供稳定现金流,支撑高科技产业的长周期培育;同时,通过科技投资孵化创新动能,探索落地未来中长期发展转型路径。

7月29日,衢州发展突然停牌并宣布拟收购新材料领域“独角兽”——先导电科股权。值得关注的是,这是衢州发展在衢州国资入

主后进行的首笔重大并购。

半个月后,收购方案正式出炉。8月13日,衢州发展方面发布公告称,拟通过发行股份的方式购买广东先导稀材股份有限公司(以下简称“先导稀材”)等48名股东合计持有的先导电科95.46%股份,并募集不超过30亿元的配套资金。

以标的公司先导电科100%股权预估值不超过120亿元计算,衢州发展此次收购资金预计达114.55亿元。

值得关注的是,上述收购信息

一经公布,衢州发展股价应声大涨,相比2025年中报业绩预告发布时近乎翻倍,新湖集团也中止了减持计划。按照原计划,新湖集团将在5月22日—8月21日通过大宗交易方式减持衢州发展股份不超过1.1亿股,不超过公司股份总数的1.29%,最终仅减持约0.5%股份。

事实上,衢州发展收购先导电科股份并非一时心血来潮。一方面,作为先导电科控股股东,先导稀材与衢州市往来密切,近年来持

续在当地加码投资。“衢州发布”文章指出,先导稀材已在衢州市投资三个百亿级项目。其中,先导稀材旗下浙江先导智能科技有限公司“智能传感器产业化项目”总投资约95亿元,占地面积340亩,预计年产值143亿元。

另一方面,衢州市以工业立市,新材料领域布局较早且已成长为主导产业,主要涉及氟硅新材料、动力电池材料、电子化学材料三大主要领域。而先导电科正是国内ITO靶材龙头企业,主营业务

为PVD溅射靶材和蒸镀材料的研发、生产和销售业务等,也包括高纯稀散金属及化合物的回收提纯、制备和销售。

衢州发展方面表示,从主营业务角度看,先导电科业务盈利能力良好,未来发展前景广阔,符合上市公司在科技创新领域投资及转型的发展方向。从发展转型储备角度看,先导电科是国内高端溅射靶材及蒸镀材料的领先企业,核心产品全面覆盖新型显示、光伏及半导体等前沿新兴战略产业。