

政策红利和资本驱动 移动机器人掀港股 IPO 热潮

中经记者 曲忠芳 北京报道

在通过港交所上市聆讯后,酒店服务机器人公司云迹科技于10月8日正式启动港股招股,计划将于10月16日在港交所主板上市,预计募资净额约6.6亿港元。

十余家企业扎堆赴港 IPO

在今年的国庆中秋假期之前,优艾智合、望圆科技、珞石机器人先后在港交所公开了IPO招股书。在此之前,快仓科技被媒体披露其已秘密递表,截至发稿时暂未有公示。更早在今年五六月份,仙工智能、乐动机器人、卧安机器人、斯坦德机器人、翼非科技、凯乐士科技陆续向港交所提交了IPO申请。

其中,成立于2017年、以港股“移动操作机器人第一股”为目标的优艾智合,在招股书中援引弗若斯特沙利文报告称,该公司在工业移动操作机器人中排名全球第一,市场份额为6.1%。与此同时,该公司在国内移动操作机器人解决方案市场的占有率为7.1%,行业排名第一。

招股书显示,优艾智合在2022年至2024年的营收分别是0.78亿元、1.08亿元、2.55亿元,净亏损分别为2.35亿元、2.60亿元、2.00亿元。2025年上半年的营收为1.27亿元,同比增长27%;净亏损约1.40亿元,同比扩大36%。优艾智合公司的机器人解决方案主要应用于半导体、能源及化工产业,如全球头部半导体晶圆代工厂、中国头部电网集团和能源集团等。

不同于优艾智合,创立于2014年的云迹科技的“主战场”则是全球超3.4万家酒店,也在向楼宇、医疗等场景拓展。其招股书同样援引弗若斯特沙利文报告称,以2024年的国内收入计,云迹科技在中国机器人服务智能体市场的酒店场景中排名第一,超过第二至

《中国经营报》记者梳理公开数据后注意到,截至目前,除云迹科技和已于7月9日上市的极智嘉(02590.HK)外,还有仙工智能、斯坦德机器人、优艾智合、望圆科技等十余家移动智能机器人企业向港交所递交了IPO申请。

“市场对具身智能有热情,资本市场自然会有对应的股票供给,这是市场规律。”



图为今年8月举行的世界机器人大会现场,观众围观机器人踢足球。

本报资料室图

第五名的份额总和;从2024年国内整体市场占有率来看,云迹科技以6.3%占据第一位。

已于7月9日在港交所主板挂牌交易的极智嘉,其主营业务是仓储与物流自主移动机器人及智能仓储解决方案。2025年中报显示,该公司营收实现10.25亿元,同比增长31%;净亏损为1209.20万元,同比亏损收窄91%。

除此之外,其他冲刺港股IPO的移动机器人企业大都成立于21世纪10年代,重点发力场景集中在工业制造、物流仓储等。值得一提的是,珞石机器人超过八成的营收仍来自固定式工业机器人,协作

需要说明的是,广义的机器人范畴根据不同维度有多种分类方法,“移动”是机器人发展历程中的重要标志之一,尽管具备移动能力的机器人早在20世纪中期出现,但最近二十年时间里,得益于AI技术的进步,移动智能机

器人,但自2025年以来主动横向切入到移动机器人赛道,推出了轮式人形/双臂机器人Heios。创立于2005年的望圆科技专注于泳池清洁机器人,在2025年上半年实现收入3.79亿元,同比增加41.6%。记者了解到,多家移动机器人企业选择港股冲刺IPO,得益于政策推动。仙工智能、斯坦德机器人、云迹科技、优艾智合等均是依据“18C章”递表港交所。所谓“18C章”是指港交所于2023年3月底生效的《特专科技公司上市制度》,允许特专科技企业公司上市,为未盈利科技企业提供融资渠道。今年5月初,港交所与香港证

监会联合推出了名为“科企专线”的专属上市支持机制,旨在为特专科技公司提供更高效、更具透明度的上市流程,帮助其更快地进入资本市场。除了政策层面门槛降低之外,工业和信息化部信息通信经济专家委员会委员盘和林指出:“市场对具身智能有热情,资本市场自然会有对应的股票供给,这是市场规律。”在他看来,这一波移动机器人的IPO浪潮,与宇树科技为代表的人形机器人明星企业筹备IPO也有一定的关系,“资本市场的热情使大量具身智能相关的企业得以通过IPO融资”。

除了政策层面门槛降低之外,工业和信息化部信息通信经济专家委员会委员盘和林指出:“市场对具身智能有热情,资本市场自然会有对应的股票供给,这是市场规律。”在他看来,这一波移动机器人的IPO浪潮,与宇树科技为代表的人形机器人明星企业筹备IPO也有一定的关系,“资本市场的热情使大量具身智能相关的企业得以通过IPO融资”。

综合移动机器人企业的商业化场景来看,仓储物流、生产线移动操作、室内配送服务已成为出货

器人得以快速发展。当前业内所谓“移动智能机器人”主要涵盖面向工业、商业服务领域,能够自主移动并执行任务的机器人,区别于传统的工业机器人,今年风头更盛的人形机器人企业也不包含在内。

除了政策层面门槛降低之外,工业和信息化部信息通信经济专家委员会委员盘和林指出:“市场对具身智能有热情,资本市场自然会有对应的股票供给,这是市场规律。”在他看来,这一波移动机器人的IPO浪潮,与宇树科技为代表的人形机器人明星企业筹备IPO也有一定的关系,“资本市场的热情使大量具身智能相关的企业得以通过IPO融资”。

除了政策层面门槛降低之外,工业和信息化部信息通信经济专家委员会委员盘和林指出:“市场对具身智能有热情,资本市场自然会有对应的股票供给,这是市场规律。”在他看来,这一波移动机器人的IPO浪潮,与宇树科技为代表的人形机器人明星企业筹备IPO也有一定的关系,“资本市场的热情使大量具身智能相关的企业得以通过IPO融资”。

AI发展带动智能化提升,与此同时经济性不断体现,移动机器人的市场渗透率有望继续提升。

论是人形机器人,还是更广范畴的具身智能机器人领域,吸引了产业界、资本界以及社会大众的高度关注。企业必须趁着这一时间窗口抢抓上市,尽量融到足够的资金来打“持久战”。龚斌认为,在一个以十年为单位的长周期机器人产业发展框架下,机器人企业要准备持久战,在大规模放量的阶段还有自己的位置,应当对具身智能有两个“五年耐心”来预估机器人未来发展节奏。

综合移动机器人企业的商业化场景来看,仓储物流、生产线移动操作、室内配送服务已成为出货

的“主力”。其中,在智慧物流领域,中信建设证券研报预测,2025年全球智慧物流市场规模预计超5000亿元,其中增速最快的移动自动化设备的市场规模将接近1500亿元,最具发展前景。移动机器人领域参与者众多,其研究团队表示更看好“硬件+软件+场景”三方面综合实力较强的公司,在具身智能快速发展的背景下,创新性产品有望产生革命性需求,产品创新能力强的企业未来有望拿到较多份额。AI发展带动智能化提升,与此同时经济性不断体现,移动机器人的市场渗透率有望继续提升。

事实上,在一些行业人士看来,OPPO此次人事调整也并非偶然,其背后也是反映了全球复杂市场环境下的现实压力。Omdia发布的全球智能手机出货量报告显示,2025年第一季度全球智能手机市场同比微增1%,市场排名方面,三星、苹果、小米、vivo、OPPO位列市场前五。而到了2025年第二季度,随着全球智能手机市场同比下滑1%,市场前五已变为三星、苹果、小米、vivo、传音,前五名中传音取代OPPO入围,OPPO跌出前五榜单。

“综合上半年表现,OPPO仍位列全球第五。”谈及OPPO整体2025年上半年海内外市场表现,Omdia分析师钟晓磊对记者分析,OPPO在海外超低端市场保持克制,主攻100美元以上价位段,因此在近期新兴市场的超低端增长浪潮中未充分获益。

“OPPO最近海外发力较大的也是中高端的Reno系列,以及重新出海的Find系列旗舰,亟须在海外高端市场具备经验的人才支撑这一战略。”在钟晓磊看来,OPPO今年上半年在海外市场面临低端市场压力,但在拉丁美洲、中东及北非等地区的中高端市场表现亮眼。此次OPPO高层调职也是其重视海外的品牌以及高端市场布局的动作,与目前OPPO整体海外产品策略相关联。

OPPO 核心高管换防 加码海外布局

中经记者 陈佳岚 广州报道

国庆假期后的首个工作日,OPPO抛出重磅高层人事职责调整计划。

10月9日,《中国经营报》记者从OPPO方面获悉,OPPO首席产品官刘作虎将在原有职责基础上,分管OPPO海外各大区市场。同时,OPPO高级副总裁段要辉将兼管总部营销服务团队。

这一变动被视为OPPO对海外市场的“战略加码”。资料显示,目前OPPO业务已覆盖全球70余国,海外营收占比超60%。

事实上,今年,OPPO就已进行了一次重要的人事调整。2025年4月,刘波因参加高管学

核心高管职责再布局

作为OPPO体系内成长起来的高管,刘作虎毕业于浙江大学应用电子技术专业,早在1998年便加入OPPO,2003年升任开发部长、负责DVD和蓝光机出海,后创立一加品牌并带领其在欧美高端市场打开局面,这也让刘作虎积累了海外操盘的经验。2020年8月,刘作虎回归OPPO并担任欧加控股高级副总裁,负责欧加旗下产品规划与体验,而一加团队则于2021年6月与OPPO团队进行全面合并。

段要辉2006年加入OPPO产品规划团队,先后主导参与了功能手机、智能手机等多项业务的产品线规划工作。2010年,段要辉被任命为OPPO互联网事业部总裁;2020年他被任命为OPPO副总裁、手机产品线总裁;2024年1月,段要辉升任OPPO的高级副总裁,后又分管中国区业务。

对于2024年段要辉升任公司高级副总裁,刘作虎曾在OPPO Find X7发布会之后回应媒体称,中国区的重要性毋庸置疑,也是全球最大单体市场,因此对中国市场投入再多资源和关注度都值得,由段要辉分管中国区,是希望从EMT(决策委员会)层对中国区有更多支持。

而此次,刘作虎将分管海外各大区市场,也被解读为OPPO强化对海外市场的重视与投入。

目前,OPPO的业务已覆盖全球70多个国家和地区,海外营收占比已超过60%,成为公司的营

海内外市场都有压力

事实上,在一些行业人士看来,OPPO此次人事调整也并非偶然,其背后也是反映了全球复杂市场环境下的现实压力。

Omdia发布的全球智能手机出货量报告显示,2025年第一季度全球智能手机市场同比微增1%,市场排名方面,三星、苹果、小米、vivo、OPPO位列市场前五。

而到了2025年第二季度,随着全球智能手机市场同比下滑1%,市场前五已变为三星、苹果、小米、vivo、传音,前五名中传音取代OPPO入围,OPPO跌出前五榜单。

“综合上半年表现,OPPO仍位列全球第五。”谈及OPPO整体2025年上半年海内外市场表现,Omdia分析师钟晓磊对记者分析,OPPO在海外超低端市场保持克制,主攻100美元以上价位段,因此在近期新兴市场的超低端增长浪潮中未充分获益。

“OPPO最近海外发力较大的也是中高端的Reno系列,以及重新出海的Find系列旗舰,亟须在海外高端市场具备经验的人才支撑这一战略。”在钟晓磊看来,OPPO今年上半年在海外市场面临低端市场压力,但在拉丁美洲、中东及北非等地区的中高端市场表现亮眼。此次OPPO高层调职也是其重视海外的品牌以及高端市场布局的动作,与目前OPPO整体海外产品策略相关联。

习计划卸任OPPO中国区总裁,由高级副总裁段要辉全面接管中国区业务。这一变动还包括线下销售体系调整,原Reno与A系列GTM部长汤杰升任中国区线下销售负责人,直接向段要辉汇报。

刘作虎兼具一加创始人与OPPO首席产品官双重背景,曾主导一加在欧美市场打开局面、深度参与了OPPO X8、Find N5等产品的定义工作。“攻打海外高端阵地需要专业人选,刘作虎的任职恰好匹配这一需求。”有手机行业人士对记者指出,此次调整与OPPO近期重点推进的Reno系列全球化、Find系列旗舰出海战略呼应。

收支柱。

一位手机行业的从业人士对记者分析称,此次由兼具产品视野和国际化经验的刘作虎挂帅海外,正是为了巩固并扩大来之不易的海外市场份额。

记者留意到,此次人事调整并非孤立事件,而是OPPO近年来持续加码海外市场布局的深化之举。

此前,OPPO已将Find X8系列(直板旗舰)和Find N5系列(折叠旗舰)在中国与海外市场近乎同步发售,清晰地表明其已将海外市场提升至与本土市场并重的战略高度。

而这也体现了OPPO重视海外市场机遇,“2025年,我们将在中高端集中的市场,比如欧洲和拉美投入更多资源。在三星和苹果相对强势的中高端领域,我们会有很大空间去做增长。”OPPO海外营销与服务总裁张洲川今年2月对记者表示,在苹果、三星强势的中高端领域,OPPO已找到突破口,在2024年的墨西哥智能手机市场,OPPO排行第四,站稳400—500美元价位段市场第一,占该价位段38%份额。

此次战略倾斜的背后,也是中国智能手机市场增长压力的显现。

有行业人士对记者表示,中国智能手机市场已经高度饱和,竞争激烈,加之华为强势回归,市场增长空间有限,出海寻求增量是几乎所有中国手机厂商的必然选择。

从中国市场来看,根据多家市场研究机构报告,中国智能手机市场已进入持续的存量竞争阶段。市场大盘增长见顶,消费者换机周期延长,而技术创新带来的差异化体验门槛日益增高。在2025年,华为手机在中国市场实现了强势回归,其激进的竞争策略也给其他厂商带来了不小压力。

Canalys的最新研究显示,2025年第二季度,中国大陆智能手机市场同比下降4%,因年初国家补贴政策带来的增长效应开始减弱。其中,OPPO(含一加)出货量1070万台,国内市场第三排名,占比16%,不过,出货量同比下滑5%。与此同时,vivo和“其他”类手机厂商出货量都出现不同程度的同比下滑。而华为以1220万台的出货量重夺市场第一,占据18%的市场份额。

而在智能手机市场增长乏力的同时,手机厂商们也在积极寻求新的增长曲线。

根据各家厂商释放的信息,vivo已入局MR赛道,正在布局家庭机器人领域。荣耀也确认进军机器人业务。

近日有消息称,包括OPPO在内的手机厂商先后在内部立项手持智能影像设备(运动相机和全景相机),对标GoPro(美国运动相机厂商)、大疆等产品。对此OPPO也已证实:“已启动新形态影像产品系列,该系列新品计划于2026年内发布。”

Sora2 重塑视频生态 被称“AI版抖音”

中经记者 李昆昆 李正豪 北京报道

近日,OpenAI推出的AI视频生成应用Sora表现抢眼,凭借其独特的AI技术成功超越Google的Gemini和OpenAI的ChatGPT,成

物理世界模拟器

据了解,在Sora的最新版本Sora2上,用户可以制作并分享由版权内容生成的AI视频,混剪他人视频并发布到类似社交媒体的内容流中。该应用仅支持iOS设备,用户需通过邀请码获取访问权限。

谈及Sora2和Sora的对比,丁道师表示,在制作精度上或者说拟真方面实现了较大幅度的跃进。“去年我们还说,谁可以让中国版的Sora缩小差距,但是现在Sora2一出来,差距可能要被扩大了,甚至我还输入一些中国古典的诗词,其也能理解并生成符合

为苹果App Store免费应用榜榜首。

谈及Sora能否超过目前以抖音、快手、TikTok等为代表的短视频应用,速途研究院院长丁道师告诉《中国经营报》记者,它们在某种程度上会相互融合。抖音上

诗词含义的视频内容,这是它的第一个特点。第二个特点就是它就是一个生成的工具,现在生成内容直接就可以发布到一个类似于抖音的界面,所以有人称它为AI版的抖音。在这个界面中,全是用人工智能生成的视频,点赞、分享功能都有。”

阳明商业论创始人沈阳告诉记者,在技术层面,Sora2是质的飞跃,也是世界模型的一个初步显现,Sora2最令人震撼的并非只是生成视频,而是它展现出的对物理世界(如物体运动、光影变化、材质互动)的初步理解和模拟能

的内容,人工智能制作的视频占比越来越高,比如到了明后天,国内的人工智能视频生成技术大幅进步的话,会有大量的人工智能生成的视频产生。它应该是你学习我、我学习你、相互融合的趋

力。这暗示它不再仅仅是学习像素的统计规律,而是在构建一个简单的世界模型。在涌现能力方面,它能够理解复杂的摄像机运动、长镜头连贯性以及多个角色与环境的互动。这些能力并非被明确编程,而是从海量数据中“涌现”出来的,这标志着生成式AI进入了新的阶段。它是“虚拟世界内容物理学”的基石:它正在成为理解和解构视觉内容背后规律的基础模型。

OpenAI在公告中也承认:“之前的视频模型过于乐观——它们会扭曲物体和变形现实,以成功执