

商业航天A股降温背后

中经记者 顾梦轩 李正豪 广州 北京报道

2026年开年以来,此前大热的航天板块却开始出现降温。Wind(万得)数据显示,1月13日—21日7个交易日,航空航天(中信)指数下跌13.71%。另据Wind数据,1月13日—21日,航空航天(中信)成份板块整体资金净流出金额高达12.95亿元。

同时,近期多家被归入商业航天概念的上市公司密集发布公告或

涉嫌概念炒作

相关公司股价与基本面脱节,触及交易所对“异常波动”的监管标准。

监管方面,近日,上海证券交易所对一些上市公司发布监管警示,指出其在商业航天相关信息披露中存在不准确、不完整及风险提示不足等问题。

如2026年1月13日,上海证券交易所对电科数字(600850.SH)和杭萧钢构(600477.SH)两家公司及相关责任人出具监管警示决定书,主要针对其在商业航天相关信息披露中存在的相关问题予以警示。

这直接引发市场对概念炒作乱象的担忧,缺乏资金承接的股价大幅回调,叠加部分股东减持,成为行情转折的催化剂。

记者注意到,近日,多家被归入商业航天概念的上市公司密集发布公告或在投资者互动平台发声,或澄清称其与商业航天业务关联度低,或提示股价已严重偏离基本面。

2026年1月21日,航发科技(600391.SH)发布公告表示,公司股票自2025年12月4日以来收盘价格累计上涨幅度为75.14%,同期申万军工行业涨幅24.08%,上证A指涨幅6.14%,公司股票短期涨幅明显高于同期行业及上证指数涨幅,但公司基本面未发生重大变化,存在市场情绪过热、非理性炒作风险。

2026年1月13日,航天发展发布公告表示,公司关注到近期市场对于商业航天的热点概念关注度很高。公司下属航天天目(重庆)卫星科技有限公司主要从事商业低轨卫星运营及数据应用服务,其2025年前三季度营业收入占公司总营业收入的比例低于1%,对公司

在投资者互动平台发声,或澄清称与商业航天业务关联度很低,或提示股价已严重偏离基本面。

金鹰基金方面在接受《中国经营报》记者采访时表示,近期航天板块下跌的直接原因可能是监管部门加强了对概念炒作的管控,原本春季躁动的高涨情绪被一定程度地压制了;更深层的原因或是前期涨幅过快导致的部分资金兑现,也导致虽然产业层面未见明显利空,但航天航空板块还是有所下跌。

整体业绩影响极小。

记者注意到,2026年1月17日0时55分,我国在西昌卫星发射中心使用长征三号乙运载火箭发射实践三十二号卫星,火箭飞行异常,发射任务失利。同日12时8分,谷神星二号民营商业运载火箭在酒泉卫星发射中心点火升空,火箭飞行异常,首次飞行试验任务失利。两起卫星发射失败具体原因正在进一步分析排查。

济安研究院研究员万力向记者表示,航天企业发公告的核心原因在于资本市场早前对商业航天概念的炒作导致许多公司股价在缺乏实质性业务支撑的情况下迅速上涨。部分公司被市场标签化为“商业航天概念股”,即便其主营业务在通信、软件、设备等领域,与航天核心能力和收入贡献并不密切。

这造成相关公司股价与基本面脱节,触及交易所对“异常波动”的监管标准,促使这些公司发布公告澄清自身业务边界,以防误导投资者和触发违规风控机制。万力表示,公告背后反映出市场对“概念炒作”风险的重新认识和投资者对真实业绩支撑的关注回归。

北京邮电大学经管学院副教授、卫星互联网研究中心主任张斌撰文指出,(商业航天)这种上涨并未完全基于公司基本面或订单变化,而是明显呈现出主题扩散与情绪传导特征,甚至波及部分主营业务与商业航天关联度有限的上市公司,迫使其通过公告澄清相关概念。由此可见,阶段性市场定价中,情绪与叙事的权重显著上升。

估值回归

此次板块回调本质是市场对“概念炒作”的纠偏,资金正从纯主题标的向具备订单兑现能力的企业集中。

自2025年以来,一系列政策利好使得航天板块加速升温。经历了前期的大涨和近期的下跌,航天板块目前估值如何?前期大涨是否有炒作之嫌?

受访人士向记者表示,目前,航天板块估值显著高估,存在过度炒作迹象。具备核心技术竞争力的企业占比低,需警惕估值回归风险。

苏商银行特约研究员张思远向记者指出,此次板块回调本质是市场对“概念炒作”的纠偏,资金正从纯主题标的向具备订单兑现能力的企业集中。

《经济日报》撰文指出,从长期来看,政策支持、技术突破、市场需求都将持续,这是构成行业发展确定性的因素。从短期来看,商业航天还面临着应用场景拓展与成本控制的双重挑战,提升技术成熟度、优化产业链成本结构、拓展更多应用场景,都需要行业长期耕耘,绝非短期内能够完成的。

中关村物联网产业联盟副秘书长袁帅向记者指出,我国商业航天企业整体呈现“发展快、潜力大、短板明显”的特征。实力方面,在政策红利驱动下,近年来注册的商业航天企业超400家,形成“火箭制造(如蓝箭航天、星际荣耀)、

防范短期过热

航天强国是写入“十五五”规划建议的重要产业发展方向,国家大力支持其发展,但短期资本市场出现概念炒作过热的现象。

航天板块的下跌也引发了投资者的焦虑,不知是该持有还是该减仓或清仓。航天板块后续表现将如何?对投资者而言,投资商业航天需要注意哪些风险?

爱建证券研报指出,2026年有望成为中国商业航天景气元年,多星座发射节奏加速转向规模化部署,火箭发射频次有望快速抬升。行业景气度具备中长期延续性:中国已申报低轨星座中,超23.7万颗卫星需按ITU规则在2039年前完成部署;Starlink当前

卫星应用(如银河航天、长光卫星)、配套服务(如航天驭星)”三大集群,部分领域实现突破,民营火箭企业掌握了液氧甲烷发动机、可回收技术等核心能力,低轨卫星单星成本降至千万级以下,卫星互联网星座建设进入实质阶段。

“但问题也较为突出,一是技术积累相对不足,与传统航天企业相比,商业航天企业在核心技术研发、可靠性验证等方面仍有差距。”中国国际科技促进会低空经济分会专家顾问高承远表示,二是资金压力大,航天项目投入高、周期长,企业融资渠道有限,资金链易紧张。三是市场竞争激烈,国内外航天企业众多,我国商业航天企业需在技术、成本、服务等方面不断提升竞争力。

技术方面,张思远向记者表示,我国可回收火箭处于验证阶段(朱雀三号、长征十二号甲尚未实现稳定复用),液氧甲烷发动机推力与寿命距国际领先水平(SpaceX猛禽发动机)有差距。

产业链协同方面,张思远指出,目前,商业航天上游材料(如碳纤维)、中游制造(卫星批产能力)、下游应用(遥感数据利用率不足5%)尚未形成闭环,发射成本(国内约15万元/公斤)是

在轨卫星超过9000颗,频轨资源持续收紧,后续发射需求具备较强刚性。

但短期内,金鹰基金建议投资者短期规避投资过热的风险,航天强国是写入“十五五”规划建议的重要产业发展方向,国家大力支持其发展,但短期资本市场出现较为明显的概念炒作过热的现象,需注意防控短期风险。

高承远向记者指出,首先,投资者要深入了解企业核心技术实力,关注其在火箭发射、卫



1月19日,我国在海南商业航天发射场成功发射卫星互联网低轨19组卫星。视觉中国/图

SpaceX的3倍以上。

张思远和万力都认为,目前,我国商业航天企业的盈利方面问题也比较突出。许多企业的收入和利润主要来自研发合同或早期订单,尚未形成稳定的盈利性业务。

Wind数据显示,2025年前三季度,航空航天(中信)49家成份股中,有14家公司亏损,占比约为28.57%。其中,亏损最严重的是航天发展(000547.SZ),亏损额为-5.48亿元。

与世界先进水平相比,张思远指出,在火箭技术方面,SpaceX猎鹰9号实现一级火箭32次复用,发射成本降至1.8万元/公斤,而我国可回收火箭尚处首飞验证阶段,朱雀三号近地轨道运力21.3吨(猎鹰9号为22.8吨),但回

收成功率与复用效率有待提升。

卫星制造方面,张思远表示,美国OneWeb、星链卫星实现公斤级轻量化与日均10颗量产能力,我国单星制造成本仍较高,批产线建设滞后。

大推力发动机方面,袁帅向记者表示,SpaceX猛禽发动机海平面推力185吨,比冲330秒,我国蓝箭航天朱雀二号的天鹊发动机推力在80吨,且可靠性需进一步提升。

此外,我国商业航天成本控制能力差距显著,主要因供应链分散、产量不足。“需注意的是,我国在固体火箭快速发射、高光谱遥感卫星等细分领域已实现并跑甚至领跑,但整体技术代差仍需时间追赶。”袁帅向记者表示。

TCL电子拟与索尼合资 承接后者家庭娱乐业务51%股权

中经记者 陈佳岚 广州报道

2026年1月21日上午,TCL电子控股有限公司(以下简称“TCL”),1070.HK)股价盘中最高涨至12.92港元/股,创2004年9月以来新高;当日收盘价11.17港元/股,收涨13.40%。

消息面上,一则重磅消息震动了全球消费电子行业。此前的1月20日晚间,TCL电子发布公告,宣布与索尼公司(Sony Corporation)就家庭娱乐领域达成战略合作意向,并签署了一份不具有法律约束力的意向备忘录。

根据备忘录,双方拟成立一家合资公司,承接索尼的家庭娱乐业务,在全球范围内开展包括电视、家庭音响等产品的研发、设计、制造、销售、物流及客户服务一体化运营业务。合资公司股权结构为TCL持股51%,索尼持股49%。此

外,双方还计划在专利、技术和品牌授权方面展开进一步合作。

有业内人士在接受《中国经营报》记者采访时表示,这意味着索尼将其曾统治高端市场的电视业务主导运营权交予TCL,自身则从重资产与成本压力中解脱。

Omdia显示器研究总监谢勤益在接受记者采访时表示,索尼电视的全球年出货量已从过去的约700万台下降至目前的300万台左右。尽管索尼电视业务聚焦于高端市场,但其经济规模相较于其他年出货量达千万台级别的

行业领军品牌已显不足,急需通过出售业务谋求生存发展。同时,若TCL成功收购索尼电视业务,其市场份额将超越三星电子,跃居全球首位,并在高端电视产品及图像处理技术领域上实现更上一层楼。

控股51%、TCL迎机遇

备忘录同时约定,自签署日起至2026年3月31日期间,索尼不得与任何第三方就类似潜在交易进行谈判,以确保双方在排他期内诚信协商,尽快达成最终协议。

TCL电子在公告中表示,未来,合资公司将融合索尼在音视频技术、品牌价值与供应链管理方面的积累,结合TCL在显示技术、全球产业布局、成本效率及垂直供应链等方面的优势,共同提升全球竞争力。此外,合资公司将继续使用索尼旗下全球的“Sony”和“BRAVIA”品牌。

中国电子视像行业协会秘书长董敏对记者分析,这项合作若达成,意味着索尼的电视业务,将被索尼与TCL成立的合资公司接盘,且由TCL主导运营。

而在资深产业经济观察家梁振鹏看来,“51%的控股比例,意味着TCL将完全掌握合资公司的经营主导权,生产、制造、运营等核心环节都由TCL操盘,索尼相当

于将电视等产品的制造与运营这一重资产部分剥离给合资公司”。

记者也就合作进一步细节采访TCL,TCL方面回应:“相关事项请以公司发布的公告内容为准。我们目前暂时没有更多可披露的信息。”

过去,索尼电视在很长时间内统治全球高端电视市场,拥有众多忠实的用户。

事实上,索尼家电业务早已显露颓势。“近年来,其电视、音响等产品表现不佳,市场份额不断萎缩。”梁振鹏指出,索尼在家电领域早已失去核心技术优势,产品竞争力下滑。TCL通过成立合资公司接盘索尼的电视业务,也就意味着索尼已经解脱了,正在从竞争激烈的全球家电市场中淡出。

索尼集团2025财年第二季度(截至9月30日)财报显示,该季度索尼经营业务实现销售额3.11万亿日元,同比增长5%;营业利润达到4290亿日元,同比增长

10%,双双超出市场预期。业绩增长主要得益于影像与传感解决方案业务的强劲表现以及音乐业务的持续发力。

其中,影像及图像传感器销售的大幅增长带动影像业务营业利润增长50%。与整体增长态势形成鲜明对比的是,索尼娱乐、技术与服务业务(包含电视、家用投影机等产品)表现不佳。该板块2025财年第二季度销售额下降7%至5757亿日元,营业利润下滑13%至610亿日元。公司财报分析指出,该业务销售额下降主要归因于显示器部门的销量下滑,而营业利润的减少则同时受到显示器部门销售额下降、影像销量减少与关税影响的双重压力。

索尼公司总裁兼CEO植田雄表示:“很高兴与TCL就战略合作意向达成共识。通过整合双方优势,我们致力于在家庭娱乐领域创造全新的客户价值,向全球用户提供比以往更具吸引力的视听体验。”

日系品牌集体没落、全球格局加速向中韩集中

“这是双赢方案,也是大势所趋。”董敏对记者分析,对索尼而言,其降低了重资产与成本压力,还能依托TCL的供应链提升效率与竞争力,同时保留了品牌与技术主导权,分享合资收益。对TCL而言,将借索尼品牌与技术实现品牌跃迁,提升全球市场占有率与高端市场话语权。而在海外市场,尤其是欧美日市场,高端市场的竞争将会更加激烈,三星、LG将会面临更强的挑战。整体来说,这反映了全球电视产业区域和品牌竞争力的变迁。

回顾过去,日本曾拥有过显示器的辉煌时期。数据显示,1990—1994年日本几乎垄断了90%—94%的市场,尤其是百年企业、有着“液晶之父”之称的夏普于1988年成功研发出全球第一台液晶显示器TFT-LCD,带动日立、东芝、三菱、三洋和NEC等日企投入面板生产,在21世纪以前,超过60%面板厂都在日本。

而近年来,日系黑电品牌正集体没落。此前的2016年,夏普电视

归入台湾富士康旗下。2017年,东芝的电视业务已被海信收购。而2025年2月,日本的松下也被传出放弃电视机业务,但随后松下电器在其官网发表声明澄清。梁振鹏表示:“松下在全球电视市场份额已经很小了,随着索尼的这一动作,也意味着全球电视市场的竞争格局正加速形成以TCL、海信为代表的中国阵营与以三星、LG为代表的韩国阵营主导的新竞争格局。”

日系品牌逐渐边缘化的另一面则是中韩品牌的不断崛起。根据群智咨询(Sigmaintell)最新发布的数据,2025年全球电视出货量预计为2.206亿台,同比小幅下滑0.7%,市场进入存量竞争与结构升级并行的新阶段。市场排名方面,三星以3530万台的出货量蝉联冠军,市场占有率微升至16%,TCL以3040万台紧随其后,同比增长5.4%,成为增长最显著的头部品牌。海信(含东芝)以2930万台位居第三,市场占有率达13.3%。三星、TCL、海信三大品牌

合计占据全球超过43%的市场份额。索尼出货量为410万台,位居第十,市场份额只有1.9%。

而Omdia的数据显示,2025年全球电视出货量中,三星以3330万台的出货量位列市场第一,TCL紧随其后,出货量为3090万台,而索尼出货量为330万台,位列市场第十一名。谢勤益认为,若TCL成功收购索尼,其市场份额将超越三星跃居全球首位,并在高端电视与图像处理技术领域实现进一步突破。

2026年1月18日,TCL电子发布2025年度业绩盈喜预告,预计2025年度经调整归母净利润在23.3亿港元至25.7亿港元(约合人民币20.8亿元至23亿元),同比增长45%至60%。

TCL电子表示,业绩增长主要得益于报告期内全球业务规模的持续扩大以及整体盈利能力的提升。其中,大尺寸显示业务保持较高市场份额,中高端产品占比持续提升;互联网业务盈利能力保持稳定,创新业务收入规模稳步增长。