

具身智能资本局：投融资热潮助推IPO 奇点加速到来



3月20日，上交所受理宇树科技科创板IPO申请，预计募资规模42.02亿元，有望成为A股“人形机器人第一股”。实际上，具身智能企业正步调一致地加快融资，推进上市。相关数据显示，仅3月以来，国内具身智能行业便发生投融资事件40起，较去年同期翻倍，百亿估值企业持续涌现。而投融资热潮助推了IPO奇点的来临，云深处科技等多家具身智能企业也正加快上市进程。

在此背后，则是具身智能企业正在量产和研发方面双轮发力：一方面，商业场景的拓展为人形机器人的量产创造了条件，而量产的落地需要资金的持续支撑；另一方面，企业正在机器人、数据、算法等重点领域持续进行技术突破，这同样需要充足的研发资金投入。

投融资热潮持续

3月以来，具身智能行业投融资消息不断。银河通用宣布完成25亿元新一轮融资，投资方包括国家人工智能产业基金（国家大基金三期）、中国石化、中信集团投资控股、中国银行等；松延动力宣布完成B轮近10亿元融资，由“宁德时代系”产业投

资平台晨道资本领投，国科投资、京国盛基金、九合创投等机构跟投。此外，星动纪元和帕西尼均公布完成10亿元级融资，两家公司都宣布本轮投后估值突破百亿元。

根据市场咨询机构IT桔子统计，截至目前，国内估值百亿元的具身智能企业共13家，包括刚刚IPO获受理的宇树科技，及银河通用、智元机器人、云深处科技、千寻智能、星动纪元、灵心巧手、星海图、梅卡曼德、擎朗智能、智平方、帕西尼、众擎机器人。IT桔子数据显示，今年3月以来，国内具身智能行业已发生投融资事件40起，较去年同期翻倍；投融资金额达140亿元，是去年同期的2.8倍。2026年以来，中国具身智能领域合计投融资金额已超200亿元。

在宇树科技科创板IPO申请获上交所受理之外，智元机器人也已进行股改，并通过持股平台智元恒岳实控上纬新材；乐聚智能已办理辅导备案登记，2025年10月完成Pre-IPO轮融资；云深处科技于2025年12月启动上市辅导；银河通用、傅利叶智能、星海图、松延动力等均完成股改。

实际上，多家具身智能企业已登陆港股，并表现优异。比如，机器人服务智能体云迹科技股价于3月20日创上市以来新高，市值超138亿港元；2023年底登陆港

的优选市值近500亿港元，近期公司接连斩获大额订单，并已提出2026年冲刺万台工业机器人产能的目标。

量产落地成为企业关键指标

在资本涌入的同时，具身智能市场也在快速发展，量产落地和技术突破是两大“生死考量”。

“具身智能行业马太效应非常明显，资金越来越不愿意平均下注，而是涌向头部企业。”初晨创投创始合伙人、帕西尼早期投资人黎明表示，市场更看重企业能否把场景、客户、数据、交付、售后、迭代等路径跑通，让具身智能成为可以真正交付、落地的产品。

从宇树科技此次IPO募集资金的主要投向来看，20.22亿元用于智能机器人模型研发项目，11.10亿元用于机器人本体研发项目，6.24亿元用于智能机器人制造基地建设项目，4.45亿元用于新型智能机器人产品开发项目。

规模扩产是国内机器人企业重点目标之一。银河通用表示，公司新一轮融资将用于推进更多标杆项目落地，加速具身智能走向规模化生产。

银河通用相关负责人表示，在工业制造领域，银河通用与宁德时代、德国博世、丰田汽车、北汽集团、上汽集团等全球龙头企业深度合作，累计订单达数千台。在文旅新消费领域，“银河太空舱”便利店上线半年已落地超100家，公司将持续验证具身智能在消费场景的商业可持续性。

宇树科技创始人、CEO王兴兴此前表示，今年宇树科技的IPO申请量在1万至2万台。浙江人形机器人创新中心创始人、首席科学家熊蓉则预测，2026年我国人形机器人产量规模将达到10万至20万台级。

聚焦核心技术的突破

除了规模化量产，具身智能企业聚焦

的另一大重点是核心技术的突破。

业内人士表示，当前全球范围内具身大模型仍处于早期发展阶段，泛化能力不足。目前人形机器人通过展演、跑步等形式展示给大众的多为“小脑”能力，在“大脑”能力上，行业仍在尝试模型能力、高质量数据采集等方面的持续突破。

原力无限联合创始人刘扬表示：“未来机器人本体制造或将逐步成为行业准入门槛，而真正决定具身智能产品能力的将是‘大脑’。”

北京人形机器人创新中心产品负责人、具身智能机器人数据与训练基地负责人蒋未来则认为，具身智能数据采集主要面临三大难点：一是场景碎片化，真实环境千差万别，每个变量都在考验算法的泛化能力；二是机器人“方言”不通，不同构型的机器人本体存在显著的“方言”差异，传感器布局、关节自由度、控制接口各不相同，导致不同构型的数据难以迁移；三是数据质量参差不齐，数据采集涉及动作捕捉、多模态同步、人工标注等环节，任何环节出现偏差都可能产生低质数据，低质数据会浪费资源甚至误导模型。

经纬创投投资董事董调表示：“进入物理AI时代，高质量、可规模化的物理数据已成为新的稀缺资源。做好物理世界的‘数字底座’，搭建‘数据与仿真基础设施’是行业发展的关键基础。”

近日，光轮智能完成10亿元A++及A+++轮融资，经纬创投正是最大的投资方之一。光轮智能表示，所获资金将重点投入物理仿真引擎持续研发、规模化模型评测体系升级与全球交付及本地部署能力建设。

业内人士表示，总体而言，具身智能行业仍面临技术成熟度、数据获取与商业化闭环的多重考验。在获得充足资金的同时，谁能率先跑通规模化落地、在技术上取得长足进展，才是下一阶段的分水岭。

钟峥

绿电产业新型商业模式有望涌现

东方财富Choice数据显示，近一个月来，A股绿色电力板块市值整体上行。受访专家普遍认为，我国绿电产业正逐渐迈入成熟发展阶段。未来，绿电与算力、储能、工业消费的融合会进一步加深，行业将从单纯比拼装机规模，转向更注重消纳利用、商业模式创新和产业链协同。

绿电是指利用太阳能、风能、水能、生物质能等可再生能源生产的电力，具有低碳清洁、可持续的特点。近年来，在“双碳”目标的指引下，我国绿电产业规模实现了跨越式发展。国家能源局数据显示，2025年，全国可再生能源发电新增装机4.52亿千瓦，同比增长21%，占全国电力新增装机的83%。

业内人士认为，随着AI时代的到来，我国绿电产业有望迎来新一轮发展黄金期。“算力中心既是AI核心设施，也是耗电大户。”兆通咨询董事长兼CEO高承远表示，“AI算力的爆发将推动绿电产业从传统公用事业向数字能源基础设施跃迁。”

绿电产业发展壮大的同时，多元化的新需求、新赛道也应运而生。为抢抓发展

机遇，绿电产业链上市公司纷纷加紧布局，推动绿电直连、算电协同、源网荷储一体化、交能融合等新型商业模式加速落地。绿电直连方面，今年1月份，哈尔滨九洲集团股份有限公司在投资者互动平台上表示，公司已经建设了个别绿电直连项目，还有些绿电直连项目正在申报中。公司完全掌握风光生物质等新能源绿电直连相关技术和解决方案，会在项目收益和可控的条件下，加大探索绿电直连项目的开发和投入。

算电协同方面，2025年，浙江伟明环保股份有限公司分别与温州市龙湾区人民政府、中国移动温州分公司签署《人工智能产业发展战略合作框架协议》《战略合作协议》，旨在探索垃圾焚烧发电项目协同建设算电中心的商业模式，打造具有示范意义的“绿电+算力”标杆项目。

“融合型新赛道的涌现既能提升绿电消纳与利用效率，也催生了更可持续的商业模式，传递出能源转型向纵深发展的积极信号。”高承远表示。

吴奕萱

“奶粉第一股”贝因美或将易主

“奶粉第一股”贝因美或迎来控制权变更。该公司近日发布公告称，控股股东浙江小贝大美控股有限公司（以下简称“小贝大美控股”）与金华臻合企业管理合伙企业（有限合伙）（以下简称“金华臻合”）签署《重整投资协议》。若重整成功，公司实际控制人将由创始人谢安变更为金华臻合。

根据协议，金华臻合将通过支付重整资金受让小贝大美控股持有的公司股份，取得小贝大美控股的全部股权。金华臻合将支付8.56亿元重整投资款，并额外提供3000万元帮助贝因美实际控制人及其关联方化解相关担保债务，以确保重整成功、控制权平稳过渡及贝因美可持续经营发展。

公开资料显示，贝因美控股股东小贝大美控股持有公司1.33亿股股份，占公司总股本的12.28%，但其所持股份的98.85%目前处于质押或冻结状态，存在高比例被质押、司法冻结或轮候冻结的情况。2025年7月，小贝大美控股以流动性紧张，不能清偿到期债务且明显缺乏清偿能力但仍具备重整价值为由，向浙江省金华市中级人民法院提交了预重整申请，并在此《重整投资协议》签署后，向法院提交了重整申请书。重整投资人金华臻合于今年2月刚刚成立，注册资本88000万

元，实际控制人为金华市国资委。贝因美1992年创立于杭州，2011年登陆资本市场。2013年，贝因美营收61亿元创下历史峰值，一度领跑行业。然而近年来，公司所处母婴行业面临新生儿数量下滑、品牌竞争激烈、成本高位运行等经营风险，叠加公司大额诉讼缠身、债务高企、内部治理等问题，公司业绩出现波动。

财报显示，2025年前三季度，公司实现营业收入20.33亿元，归母净利润1.06亿元。截至三季度末，公司负债22.6亿元，资产负债率超55%，短期借款11.58亿元，流动负债占比近98%；同期，经营活动产生的现金流量净额同比下降68.67%。

根据金华臻合前期提交的《重整投资方案》，重整成功后的新公司将保持业绩平稳增长。实行现代企业管理体系，引进先进的管理及经营理念，保持小贝大美控股及贝因美稳定经营，继续支持员工股权激励，全面优化资产、债务结构及经营能力，维护核心资产价值。金华臻合承诺，重整后的小贝大美控股及实际控制人自取得股权之日起在36个月内不转让或者委托他人管理其直接和间接持有的贝因美股份。

据悉，相关重整计划尚需提交债权人会议表决，并经金华中院裁定批准，相关结果尚存在不确定性。

周黎洁

大家财险江苏分公司：清朗金融网络 守护安心消费

为切实践行“金融为民”初心使命，大家财险江苏分公司统筹全辖机构，紧扣“清朗金融网络 守护安心消费”主题，全面开展形式多样、覆盖广泛的金融消保宣传系列活动，以实际行动守护全省群众合法权益。

本次活动中，大家财险江苏分公司牵头部署，全省联动，构建起“高管带头、多点发力、精准覆盖”的宣传格局。分公司层面聚焦核心阵地，强化示范引领；各辖内机构因地制宜，推动消保知识下沉落地，形成上下协同、齐抓共管的良好氛围。

与南京中支深度合作，打响消保宣传“重头戏”。3月12日，江苏分公司协同南京中支进驻核心商圈，深度参与百家金融企业联合宣传活动，在人流密集区域搭建标准化宣传展台。由消保专员、业务骨干组成的专项服务小组，面向市民、新市民等群体开展“一对一”精准宣讲。一方面，通过数字化、科技手段精准满足群众多元化的保险保障需求，展示解民忧、惠民生、暖民心的亮点举措，彰显金融行业正能量；另一方面，聚焦金融网络诈骗、非法金融活动等安全风险，强化权益保护提醒，帮助消费者提升风险识别能力，筑牢财产安全防线。

消保宣传再提速、再深化。3月16日，江苏分公司分管领导开展“高管讲消保”专题宣讲，聚焦金融消费者八项基本权利、保险消保核心要点、常见消费纠纷化解路径等关键内容，结合典型案例深度

剖析，既为全省员工开展系统培训，强化内部消保意识，也向现场群众传递分公司重视消保、践行消保的坚定决心。同日，江苏分公司同步开放总经理接待日，分管领导现场坐班值守，全程倾听客户诉求，针对理赔咨询、保单服务、维权指引等问题提供“一站式”解决方案。专班成员全程记录诉求，对简单问题现场快速处理，复杂问题明确办理时限、专人跟进，高效打通服务“最后一公里”，提升群众满意度。

全省各机构同步发力，推动消保宣传全覆盖。徐州、淮安、无锡、镇江等地分支机构开展“高管讲消保”专题活动，解读消保政策与权益知识；徐州、淮安、南通、镇江等地分支机构举办“总经理接待日”，“零距离”倾听客户诉求、普及维权渠道。淮安中支深入社区与企业、宿迁中支、南通中支针对“两司两员”走进快递驿站、物流园区；连云港中支深入居民小区；无锡中支在中心广场设点，面向老年人、新市民、货车司机、环卫工人等重点群体开展精准宣传。此外，南通、盐城、无锡等地分支机构同步开展投诉溯源整改、监管新规培训及内部消保专项培训，将消保融入业务全流程，夯实合规经营基础。

下一步，江苏分公司将以“3·15”金融消保教育宣传为契机，推动消保宣传常态化、长效化、精细化，持续优化服务流程、健全长效机制，提升服务质效，以有责任感、有温度、有担当的保险服务，守护全省百姓安心消费，为营造清朗金融网络贡献力量。

朱英英

“小样”消费，也需睁大双眼

几十块钱体验大牌、出差旅行携带方便……线下，商场美妆专柜里，各式“小样”摆放齐整，导购热情地邀请顾客试用；线上，在电商、直播平台，从美妆护肤到食品饮料，从日用百货到数码家电，各类商品的“小样”“试用装”“体验装”随处可见。

“小样”消费缘何兴起，目前市场上有哪些隐忧？如何进一步促其规范有序发展？

先试后买“小样”消费受青睐

水乳、精华、面霜、唇膏、眼影、香水……从“小样”的起源看，它最初在美妆行业“出圈”。

上海应用技术大学经济与管理学院教授宋思根介绍，美妆“小样”市场近年来发展迅猛，颇受消费者追捧，从而引发了茶饮、零食、洗涤等多个行业模仿，逐渐形成了多样的“小样”消费业态。

如今，“小样”的身影早已不再局限于实体产品，知识付费的免费试听、服务行业的免费体验、数字产品的免费试用，都可视为“小样”的延伸。这种“小而美”的消费形态，正悄然改变传统的购物方式。

“小样”兴起的背后，是消费市场的深度转型，也是供需两端的双向契合。

对消费者而言，“小样”的优点很多，如实用、划算、风险低等。一些消费者预算有限，花几十块钱就能试用高端大牌，既能满足“尝鲜欲”，又能更好地了解产品。“试错成本低了，购买时的决策门槛也就随之降

低。”宋思根指出。

对商家和品牌方来说，“小样”可吸引更多潜在消费者，省去高额推广费，凭借“小样”良好体验还能带动正装的销售，提升品牌知名度；从行业层面来看，线下发展出“小样”集合店、线上兴起“小样”专场等新业态……

“小样”的产生与发展，反映了大众消费观念的转变。”宋思根说，与先前相比，大家现在更愿意尝试先试后买、便利实用的消费方式。

真假难辨“小样”消费藏隐忧

看似双赢的“小样”消费，在给消费者带来便利的同时，也存在消费陷阱多、维权困难等乱象，让“先试后买”变了味，更触碰了消费安全与公平的底线。

首先，由于“小样”产品渠道复杂，消费者通常难辨真假。一些消费者在社交媒体晒出自己购买某些大牌“小样”“翻车”的经历，口红“小样”色差严重、涂抹了面霜“小样”后出现过敏反应……

购买过程中，“小样”消费的“坑”同样不少。商家捆绑销售，一经售出不退不换等做法屡见不鲜，限制了消费者的选择权。

对此，中国政法大学民商经济法学院退休教授吴景明指出，经营者如实施捆绑销售，即构成强制交易，属违法行为；如声明不退不换，其在售前须向消费者明确告知“小样”存在的瑕疵，经营者对“小样”仍

要依法承担“三包”责任。若“小样”本身存在缺陷，则应禁止销售，违者需承担侵权责任。

“维权难”也是消费者经常面临的困境。一旦出现质量问题，品牌方、经销商与平台之间易相互推诿；由于“小样”单价低，不少消费者不愿为“十几或几十元的小事”耗费大量时间和精力，往往选择放弃维权。

当“小样”消费延伸至食品领域，风险则更加隐蔽。如今，不少商家打着“试吃”“体验”的名义自行降低标准，甚至张贴免责声明，把风险转嫁给消费者。吴景明指出，食品“小样”在保质期、保鲜期、储运方式、卫生标准、标签标识等方面和正在销售或即将销售的商品保持相同标准。

“小样”消费出现问题的根源，很大程度上在于部分商家没有将“小样”与正装放在同等法律地位与质量标准上对待。“小样”“试用装”“非卖品”，依照我国相关法律法规的规定，必须和正式销售的商品在质量、性能、用途和有效期限等质量保障方面完全相同，且被视为正规销售的商品。”吴景明说。

多方合力 规范“小样”消费市场

市场上还出现这样一种情形，某些商家刻意把“小样”的质量做得优于正装，以此诱导消费者购买。这种将“小样”当成随意调控的“营销工具”的行为，严重误导消费者决策。

“正规销售的商品若质量低于‘小样’，即构成虚假宣传，消费者购买、使用这类商品，便对消费者构成欺诈，经营者应依法承担责任。”吴景明介绍。

近年来，为了规范市场秩序，我国相继出台实施《化妆品监督管理条例》《化妆品标签管理办法》等，将化妆品“小样”纳入监管。各地市场监管部门也对相关企业未经授权进行“小样”分装、“小样”缺失成分未标注、生产批号、进口化妆品备案文号等行为进行处罚。吴景明说，监管部门要加强与公安、海关等部门的协作配合，形成震慑效应，提高违法成本。

规范“小样”市场，除了强化监管执法，也需要平台、商家、消费者的共同参与。

专家学者表示，电商、直播平台与线下的“小样”集合店等要严格核验“小样”的品牌授权、质检报告等资质文件，杜绝无来源、无资质货源流入市场；品牌方要强化渠道管控，规范“小样”流通，严禁“非卖品”违规转售牟利；消费者则应优先选择品牌旗舰店及授权门店购买，仔细查验标签、保质期、生产批号等关键信息，妥善保留订单、快递凭证、聊天记录等证据，遇到问题及时反馈、投诉或举报。

宋思根认为，未来，随着AI技术普及和应用带来的生产成本降低、呈现方式虚拟化、产品交付便捷化，“小样”会加速向知识付费、多元服务场景、数字产品等领域拓展。只有在规范中前行，在透明中成长，这一新兴消费模式才能行稳致远，更好地服务消费者。

史志鹏 徐鹤桐

南京银行 | 鑫福新
广告

要代发!

就到南京银行

薪酬代发

人事服务

薪税计算

OA审批

批量开卡

假勤管理

【薪税计算】是【薪酬代发】、【人事服务】、【OA审批】、【假勤管理】、【薪税计算】、【批量开卡】等功能为一体的企业一站式数字化管理服务平台

24小时客服热线 95302 企业网银登录网址: <https://elrp.njcb.com.cn/elrp-enterprise-vue/>