

半导体领衔 A股全年并购潮涌

年内近1500股并购

作为资本市场最有效的资源配置工具之一,并购重组成为推动产业整合与升级的关键抓手。在宏观政策引导与产业内生需求的双重驱动下,2025年,A股并购市场显著活跃。

经同花顺iFinD统计,截至12月29日,A股已有1474股披露并购交易,涉及股权收购共1982单,其中114股宣布筹划重大资产重组。

从项目进度来看,截至目前,905单已完成重组,68单宣布重组告败,剩余项目仍在筹划中。

并购重组作为上市公司产业升级的重要路径,产业并购占据绝对主流。

无论是倍杰特宣布其全资子公司拟通过股权收购方式取得云南文治有色金属有限公司的控股权,还是国林科技筹划购买新疆凯捷石化有限公司91.07%的股权,都是上市公司基于业务发展需要,借助并购整合产业链。

产业并购之外,还有部分上市公司将目光盯向了跨界并购。如美克家居欲跨界收购高速铜缆龙头企业深圳万德泰光电科技有限公司控制权等。

从交易类型来看,“小而美”的现金并购与“巨无霸”式重组齐头并进。

从重组涉及金额来看,据同花顺iFinD,年内共有1522起并购事件可显示交易总价,其中2起所涉交易总价超千亿元。

具体来看,中国神华重组事项涉及交易总价最高,约为1335.98亿元,这一交易金额也创下A股历史最高交易规模纪录;排在第二位的是中金公司吸收合并东兴证券、信达证券,所涉金额约为1142.75亿元,也是新“国

2025年,A股并购重组市场热潮奔涌。据同花顺iFinD统计,年末收官之际,A股已有近1500家(并购类型仅含股权及其他)上市公司披露并购交易,其中逾百家启动重大资产重组;单是股权收购类资产重组项目,全年披露量便逼近2000单(含一股多次并购情况)。半导体赛道在这场并购盛宴中一骑绝尘,成为最活跃的细分领域,既有产业链上下游的深度整合,亦不乏跨界布局的大胆尝试。经不完全统计,年内A股并购中,标的涉半导体领域的案例达165起,尽显硬科技赛道整合热度。热潮之下亦藏隐忧,并购后的整合难题、交易终止风险不容忽视。年底以来,A股掀起了一波并购终止小高潮。截至目前,已有65家上市公司官宣重组终止,为火热的市场敲响理性警钟。

九条”发布后又一例大型券商深度合作案例。此外,包含中国神华、中金公司在内,共计11股年内筹划的重组事项交易总价超100亿元。

半导体成热门赛道

2025年,半导体行业成为A股并购市场的绝对焦点,无论是交易数量、融资规模还是市场关注度,均位居各行业前列。

经北京商报记者不完全统计,年内A股上市公司并购重组中,标的资产属于半导体行业的重组数量为165起,其中重大资产重组17起。

在半导体并购潮中,产业间并购热度较高。诸如,普冉股份12月9日披露重组预案,公司拟以发行股份、可转债及支付现金的方式购买珠海诺亚天存存储技术有限公司49%的股权并募集配套资金。

此外,赛微电子、泰凌微、希荻微等多家

半导体行业的上市公司也披露了筹划半导体并购的相关公告。

中国投资协会上市公司投资专业委员会副会长支培元指出,上市公司并购半导体资产拓展产业链的原因可能是半导体行业具有技术密集、资本密集、周期长的特征,龙头企业通过纵向并购可缩短研发周期,降低交易成本。

“开展基于转型升级等目标的跨行业并购”,也是“并购六条”提到的内容之一。半导体产业链并购之外,不乏企业欲跨界并购进入到半导体领域,打造第二增长曲线,提升公司的资产规模、营业收入和净利润水平。

比如,户外装备巨头探路者,拟合计斥资6.78亿元收购两家半导体资产;主营夜间经济和交付性智慧城市业务的时空科技,拟收购深圳市嘉合劲威电子科技有限公司100%股份。

从A股公司购买半导体资产的金额来

看,沪硅产业增发收购上海新昇晶投半导体科技有限公司部分股权等事项的并购金额居首,约为70.4亿元。此外,年内还有18起购买半导体资产事项的金额超10亿元。

天使投资人、资深人工智能专家郭涛进一步指出,半导体并购热潮这一现象的本质,一是半导体作为国家战略性新兴产业,政策扶持力度大、市场想象空间广,成为资本追捧的风口;二是部分上市公司试图通过跨界并购半导体概念抬升股价,迎合资本市场炒作;三是国内半导体产业处于快速发展期,行业内优质标的稀缺,企业急于通过并购抢占市场份额,但可能忽视了自身资源与产业的匹配度。

整合、终止风险

尽管2025年A股并购重组市场实现全面复苏,但在活跃的背后,仍潜藏着内幕交易、“忽悠式”重组、整合失败等多重风险,需要市

场各方警惕。

北京商报记者注意到,临近2025年末,多家上市公司密集终止并购重组,尤其是半导体领域。

其中,尤其引发市场关注的是海光信息终止换股吸收合并中科曙光一事。具体来看,筹划逾半年时间,12月9日,海光信息、中科曙光双双披露公告称,决定终止重大资产重组。

对于终止原因,海光信息表示,由于本次交易规模较大,涉及相关方较多,重大资产重组方案论证历时较长,目前市场环境较本次交易筹划之初发生较大变化,本次实施重大资产重组的条件尚不成熟,决定终止本次交易事项。

除此之外,国科微11月28日宣布终止购买中芯集成电路(宁波)有限公司股权;思瑞浦12月9日宣布终止购买宁波奥拉半导体股份有限公司股权;芯原股份12月12日宣布终止收购芯来智融97.007%股权。

郭涛表示,年末A股半导体领域重组终止潮,是市场理性回归与产业发展规律的必然体现。一方面,半导体行业技术壁垒高、投资周期长、资金需求大,部分企业前期并购时标的的技术实力、财务状况、整合难度评估不足,推进过程中发现标的核心技术不成熟、业绩承诺难以兑现,或双方在交易对价、控制权等核心条款上无法达成一致,最终导致重组终止。另一方面,监管层对半导体并购重组的审核日趋严格,重点关注标的资产的真实性、估值合理性以及并购后的整合可行性,对“伪重组”“蹭概念”的行为形成约束,不少缺乏实质产业逻辑的并购案在审核环节被拦下。

不少业内专家对北京商报记者表示,展望2026年,随着政策持续发力,产业需求不断释放,并购市场有望从“政策驱动复苏”迈向“产业内生繁荣”。

北京商报记者 马换换 李佳雪

定下百万年销目标 零跑豪赌2026

12月29日,零跑科技创始人、董事长兼CEO朱江明在接受媒体采访时,再次表明2026年冲刺百万辆年销,未来十年跻身年销400万辆的世界级车企行列的目标。从30万元级旗舰MPV的高端突围,到智驾技术从“跟随”向“领跑”的跨越,再到渠道体系的升级,零跑正试图完成从“性价比代表”到“世界级车企”的跃迁。业内人士指出,零跑品牌“向上”要攻克多重难关,核心在于品牌价值、技术实力与体系能力的同步跃迁,公司目前亟待解决的是如何让性能匹配更高的定价,改变用户的惯性思维将是重要挑战。

60万、100万和400万

在零跑汽车十周年之际,朱江明明确了品牌“向上”的清晰路径:2026年剑指100万辆年销,未来十年跻身年销400万辆的世界级车企行列。

零跑销量目标植根于产品端的全面升级。作为冲击高端市场的核心力量,D系列全系基于零跑最新旗舰D平台打造,首款科技豪华旗舰MPV-D99也在零跑十周年发布会上迎来全球首秀。新车定价将在30万元级,提供增程与纯电双动力选择,增程版搭载80.3kWh大电池与800V高压平台;纯电版则配备115kWh大电池与全栈1000V高压平台。

零跑科技高级副总裁曹力介绍,零跑始终坚持“成本定价”原则,即便向高端化迈进,也不会脱离用户对高性价比的核心诉求。“D系列车型定位25万—30万元的价格区间,比以往零跑ABC系列车型的价格更高,但其品质感和价值感可以与50万—100万元的车型进行对比。”

百万辆目标之下,电池产能成为重要的保障因素。零跑科技副总裁宋忆宁坦言,100万辆对于电池的需求量的确很大。零跑采用3款标准电芯尺寸覆盖所有车型,与宁德时代、中航锂电等头部供应商建立稳定合作,“我们只买电芯,由自身来做模组、Pack包以及BMS,电芯的标准化可以抵消受限于一企业的问题”。同时,零跑的合资电池工厂将于2026年

7—8月量产,自制电芯将搭载于部分车型,外采与自研结合确保供应安全。

目前,零跑已按1.2—1.3倍的冗余量备货电芯资源,能够支撑100万辆的产能需求。在市场表现方面,其累计交付量已突破120万辆,2025年全年销量预计接近60万辆。此外,通过与中国一汽在动力总成领域的深度合作,零跑将进一步丰富产品能源形式。

集中资源追赶第一梯队

在智能化竞争的关键赛道,零跑将一改此前的跟随策略,加大自动驾驶领域的投入力度。零跑科技高级副总裁周洪涛表示,近两年,中国自动驾驶行业发展迅速。随着自动驾驶技术路线日益清晰,L3级应用场景逐步成熟,行业已实现城市复杂环境下100多公里的接管间隔,零跑将抓住这一机遇,在未来几年集中资源追赶第一梯队水平。

当前,各大车企都在入局AI,具身智能等科技领域,试图抢滩蓝海市场。对此,朱江明强调,零跑的技术投入始终坚守“务实落地”的原则。对于AI、具身智能以及自动驾驶等新技术,零跑设定了能否在三年内实现投资回报的核心评判标准,只有能真正解决实际问题、为用户创造价值的技术才会大规模投入。

朱江明认为,2025年零跑能够实现比较好的成绩,源于2024年底对所有新品的超前规划。例如,C系列改款后全系标配800V的碳化硅高压平台,也在很多车型上标配了激光雷达和辅助驾驶的高配版。“虽然我们在辅助驾驶算法方面还存在一定滞后,但总体上,用户的接受度相对较高。我们承诺将为这些用户升级至少第一梯队水准的辅助驾驶功能,并计划于2026年完成全系车型的升级工作。”

在智能驾驶领域,零跑首创单芯片舱驾行泊三位一体融合系统,支持城市NAC/高速NAP全场景体验,可拓展至L3级。据介绍,下一个十年,零跑将聚焦技术创新等重点方向。零跑认为,当前的智能电动车行业在技术领域仍有巨大革新空间。接下来,零跑技术创新将

争取从跟随阶段迈向领跑阶段,未来每年将举办零跑技术日,集中发布创新成果。

做经销商同路人

为匹配产品高端化转型和百万辆销售目标,零跑的渠道与服务体系正在进行系统性升级。零跑科技高级副总裁、COO徐军表示,零跑定义的“豪华”核心是用户体验,将围绕用户全旅程打造MOT(Moment Of Truth)关键触点,通过分级认证渠道商,确保D系列用户能享受到专属的“豪华之旅”服务。

在渠道模式上,零跑将坚持“经销商为主体+直营”的创新模式,与经销商建立“同路人”关系,而非单纯的甲乙双方。目前,零跑已在香港市场实现3个月销售300余辆的成绩,通过国际化市场的检验,为渠道服务的全球化复制积累了经验。

经济学者、工信部信息通信经济专家委员会委员盘和林认为,零跑此前的成就主要依靠性价比,其核心用户愿意支付的车价约在15万元。零跑急需解决的是如何让性能匹配上更高的定价,改变用户的惯性思维是最大的挑战,“这需要零跑向用户展示车辆在耐用性、安全性以及智能化上的差异性。只有更多的技术投入以及突出的卖点,才能让其避免在性价比区域和同行内卷”。

零跑品牌“向上”要攻克多重难关,核心在于品牌价值、技术实力与体系能力的同步跃迁。苏商银行特约研究员武泽伟指出,零跑的首要挑战是彻底重塑用户认知,在豪华MPV市场建立起与30万元定价相匹配的品牌心智与溢价能力。同时,品牌向上的过程必然伴随高昂的研发与营销投入,如何平衡巨额投资与短期财务表现,对公司运营能力构成考验。

武泽伟进一步指出,想要实现百万乃至400万辆的目标,关键在于产品矩阵、技术领先与全球市场的突破。“零跑须将战略重心转向全球化,通过系统性的海外市场布局与本地化运营,才能真正打开年销400万辆的成长空间。”

北京商报记者 蔺雨薇

儿药龙头ST葫芦娃“内忧外患”

北京商报讯(记者 王寅浩 宋雨盈)儿药龙头ST葫芦娃正深陷合规与业绩的双重泥潭。12月28日,ST葫芦娃发布公告称,公司及董事长刘景萍收到中国证监会下发的《立案告知书》,因涉嫌信息披露违法违规,监管层决定正式立案。这已是该公司继财务造假被责令改正、内控失效导致“戴帽”、业绩预告违规迟报之后,监管层对公司治理失序的又一次严厉追责。

早在今年3月,ST葫芦娃就收到了海南证监局的责令改正措施决定。监管部门在现场检查中发现,该公司因在2023年年报中营业收入、利润等财务信息披露不准确,违反相关规定,被责令改正并计入资本市场诚信档案数据库。

经ST葫芦娃自查后发现,公司2023年的部分销售业务存在提前确认收入、部分销售价格异常以及因提前确认收入产生对应费用差异,导致相关定期披露的财务数据不准确。其中,2023年年报、2024年半年报中归属于上市公司股东的净利润分别调减9564.64万元、3765.91万元,占调整前金额的比重分别为89.81%、47.82%;利润总额分别调减1.08亿元、4404.49万元,占调整前金额的比重分别为80.05%、46.73%。

时隔五个月,ST葫芦娃收到上交所纪律处分决定书。决定书指出,ST葫芦娃多期定期报告的财务数据披露不准确,且涉及金额较大、更正比例较高,违反相关规定,时任董事长兼总经理刘景萍、时任财务总监于汇因此被予以通报批评。

此外,ST葫芦娃内部控制也存在严重缺陷。2024年度内部控制审计报告被出具否定意见,公司股票因此被实施其他风险警示,股票简称正式由“葫芦娃”变更为“ST葫芦娃”。

在信息披露及时性方面,ST葫芦娃亦未符合监管要求。因未按规定及时披露2024年业绩预亏公告,直至2025年4月23日才予以发布,ST葫芦娃及相关高管于6月被上交所通报批评。

与密集爆雷相伴的,是ST葫芦娃持续恶化的业绩表现。从2024年开始,ST葫芦娃经营状况便出现显著下行,2025年业绩颓势未改,营收利润双降、毛利率下滑等问题凸显,盈利能力面临严峻考验。

财务数据显示,2024年ST葫芦娃实现营业收入14.14亿元,同比下降21.26%,净利润同比由盈转亏,为亏损2.74亿元,下滑幅度高达2629.23%。

2025年公司业绩并未出现好转迹象,反而进一步承压。今年上半年,ST葫芦娃营业收入为5.08亿元,较2024年同期的8.89亿元减少3.81亿元,降幅达42.89%。而同期ST葫芦娃净利润为240.98万元,降幅高达94.14%。

公开信息显示,ST葫芦娃以儿科药品为发展特色,兼顾成人和妇科产品的发展,产品涵盖中成药、化学药、医疗器械、保健食品等产品类别,以呼吸系统用药、消化系统用药、抗感染用药为主要治疗领域,其代表产品包括大众熟知的小儿肺热咳嗽颗粒及肠炎宁系列产品等。

从营收结构来看,ST葫芦娃的核心业务板块承压。2025年上半年,呼吸系统用药实现营业收入2.99亿元,占总营业收入的58.92%,较2024年同期的6.53亿元下降54.22%,直接拖累了公司整体业绩。

费用的变化也反映出ST葫芦娃面临的经营困境。2025年上半年,该公司销售费用为1.07亿元,同比下滑60.25%,同期,研发费用则同比下滑80.69%,仅为1938万元。

医药行业资深人士朱奎在接受北京商报记者采访时分析指出,ST葫芦娃当前面临的困境是多方面问题的集中暴露。从投资角度看,该公司已陷入“合规失守导致市场信任崩塌,进而加剧经营恶化”的恶性循环。财务信息的频繁差错与信披违规,直接反映了其内部治理存在严重缺陷,这不仅是监管问题,更是对公司基本面稳定性和管理团队执行力的根本性质疑。