

# 被抽中现场检查 蓝箭航天亏损局势未变



借助政策东风,蓝箭航天空间科技股份有限公司(以下简称“蓝箭航天”)在创始人张昌武的带领下率先递交了IPO招股书,开始冲击“商业航天第一股”。1月5日,中国证券业协会官网发布“2026年第一批首发企业现场检查抽查名单”,蓝箭航天被抽中现场检查。据了解,蓝箭航天科创板IPO于2025年12月31日获得受理,公司拟募资75亿元。闯关科创板背后,蓝箭航天目前仍处于亏损状态,经计算,2022—2024年以及2025年上半年,公司累计亏损约为34.65亿元。报告期内,蓝箭航天在研发投入上也毫不手软,三年半累计研发费用约为22.89亿元。

## 拟首发募资75亿元

从启动上市辅导,到公司IPO获受理,蓝箭航天冲击上市的进程一直走在“聚光灯”下。作为一家商业航天企业,蓝箭航天成立于2015年,主要从事液氧甲烷发动机及运载火箭的研发、生产并提供商业航天火箭发射服务。本次冲击上市,蓝箭航天拟募集资金75亿元,扣除发行费用后,将全部用于可重复使用火箭产能提升项目、可重复使用火箭技术提升项目,拟分别投入27.7亿元、47.3亿元。

控制权方面,星瀚信息与张昌武系公司的共同控股股东,张昌武为公司实际控制人,控制公司超七成表决权。

具体来看,截至招股书签署日,张昌武直接持有公司6.7277%股份,并作为星瀚信息、翎航管理、丝路航通、启宇航科、航研管理的执行事务合伙人,合计控制公司23.4724%的股份。

此外,蓝箭航天设置表决权差异安排,公司股本由具有特别表决权的股份及普通股份组成,股东张昌武、星瀚信息、丝路航通、翎航管理、启宇航科所持股份为特别表决权股份,

公司其他股东所持股份为普通股份,每一特别表决权股份拥有的表决权数量与每一普通股份拥有的表决权数量比例为10:1。因此,张昌武共计控制公司75.2019%表决权。

出生于1983年的张昌武,2015年6月创立蓝箭航天,现任蓝箭航天董事长、总经理。在创立蓝箭航天之前,2008年4月—2011年9月,张昌武于汇丰银行(中国)有限公司任职;2011年9月—2013年7月于清华大学工商管理专业就读获硕士学位;2013年7月—2015年5月于西班牙桑坦德银行亚太战略投资部任职。

值得一提的是,受蓝箭航天IPO受理消息影响,1月5日,A股一众参股公司股价集体大涨,截至当日收盘,金风科技、诺瓦星云、斯瑞新材、世纪华通分别收涨6.96%、13.46%、7.25%、8.15%。

## 累计亏损34.65亿元

招股书显示,蓝箭航天目前仍处于亏损状态,报告期累计亏损近35亿元。

具体来看,2022—2024年以及2025年上半年,蓝箭航天实现营业收入分别约为78.29万元、395.21万元、427.83万元、3643.19万元;对应实现归属净利润分别约

为-8.04亿元、-11.88亿元、-8.76亿元、-5.97亿元。

此次冲击IPO,蓝箭航天拟采用科创板第五套标准上市。值得一提的是,蓝箭航天系上交所发布《上海证券交易所上市审核规则适用指引第9号——商业火箭企业适用科创板第五套上市标准》(以下简称《指引》)后首单获受理的商业火箭企业IPO。

针对尚未实现盈利,蓝箭航天给出了两点解释,一是报告期内,公司朱雀系列液氧甲烷运载火箭尚处于商业化发射初期,火箭发射服务收入规模较小且不具备稳定性,难以覆盖成本费用支出;二是公司所处的航空航天装备业属于技术密集型行业,公司持续保持较高研发投入以保证技术的先进性,因此报告期内公司研发费用金额较高。

研发投入方面,蓝箭航天三年半累计研发费用约为22.9亿元。财务数据显示,报告期各期,蓝箭航天研发费用分别约为4.87亿元、8.3亿元、6.13亿元、3.6亿元。与此同时,截至2025年6月30日,公司拥有404名研发人员,占员工总人数的比例为33.28%。

此外,报告期内,蓝箭航天经营活动现金流持续为负。2022—2024年以及2025年

上半年,公司经营活动产生的现金流量净额分别约为-7.3亿元、-8.09亿元、-11.41亿元、-6.22亿元。

销售情况方面,报告期内,蓝箭航天向主营业务客户合计销售金额占当期营业收入的比例分别为92.89%、64.57%、68.12%和97.96%。

针对相关问题,北京商报记者向蓝箭航天方面发去采访函进行采访,但截至记者发稿,未收到公司回复。

## 商业航天企业竞速IPO

商业航天企业竞速资本市场的步伐正在加速。

蓝箭航天科创板IPO获受理的同时,屹信航天、星河动力、中科宇航、微纳星空、天兵科技、爱思达航天等多家商业航天企业也已在上市辅导阶段。

中国通信工业协会两化融合委员会副会长吴高斌表示,一方面,随着全球通信、导航、遥感等卫星应用的不断拓展,商业航天市场正迎来爆发式增长,特别是在5G、物联网、大数据等领域,商业航天提供了重要的基础设

施支撑,商业航天企业通过技术创新,不断降低发射成本,提高火箭重复使用率,这将进一步推动市场的发展。另一方面,随着越来越多的企业加入商业航天领域,市场竞争日益激烈,不仅国内企业之间竞争,还要面对国际上的商业航天巨头。

商业航天资本化进程加速,离不开政策层面的持续深化支持。

2025年以来,商业火箭企业IPO利好政策不断。2025年6月,证监会发布实施科创板“1+6”改革措施,意见明确,扩大第五套标准适用范围,支持人工智能、商业航天、低空经济等更多前沿科技领域企业适用科创板第五套上市标准;2025年11月,国家航天局发布的《推进商业航天高质量发展行动计划(2025—2027年)》明确提出,航天运输系统重点支持低成本、高可靠、快响应、可复用的商业运载火箭建设发展,为商业火箭行业未来发展进一步指明了方向。

临近2025年末,上交所释放支持商业航天发展的积极信号,于当年12月26日发布《指引》,从业务范围以及“硬科技”属性要求、取得标准、行业地位、阶段性成果等七大方面对商业火箭企业适用科创板第五套上市标准作出了细化规定。《指引》的发布也意味着科创板“1+6”改革举措又一项成果落地。

吴高斌进一步指出,商业航天项目投资大、回报周期长,对企业的资金链提出了很高的要求。虽然资本市场提供了一定的支持,但资金压力仍然是制约企业发展的关键因素。

新火私募投资基金总裁翟丹表示,商业航天的未来属于兼具技术颠覆能力、生态整合实力与资本韧性的企业。国内企业短期需突破“技术可靠性—成本控制—商业模式”三角困境,长期必须跳出“火箭发射商”单一定位,向卫星应用、数据服务等高附加值环节延伸。

北京商报记者 马换换 李佳雪



专访岚图汽车董事长卢放:

## 行业价值逐步回归 智驾将催生消费新热潮

刚刚过去的2025年,中国汽车行业在政策引导与市场自省中迎来深度调整,新能源赛道的竞争从“价格战”转向“价值战”,政策密集出台以规范竞争秩序,企业间的博弈逐渐让位于产业链层面的“竞合”共赢,“价值回归”成为贯穿全年的行业主旋律。

日前,岚图汽车科技股份有限公司董事长、党委书记卢放在接受北京商报记者专访时表示,在行业价值回归的大趋势下,岚图凭借全栈自研技术与日益完善的产品矩阵,实现了“量”“质”齐升,交付量连续10个月增长,成为首个达成30万辆产销规模的央企高端新能源品牌。卢放强调,“坚持长期主义,做听劝的车企,做不断创新的车企,才能在快速变化的市场中抢占先机”。

### 价值回归:产业整体向好

“如果一个关键词描述2025年的汽车行业,我会选择‘价值回归’。”在卢放看来,在国家政策引导与行业共识的推动下,汽车行业正逐步从激烈竞争中反思,走向更健康的发展轨道。

2025年以来,一系列高规格、高密度的政策举措为这场回归提供了清晰的顶层设计和制度保障。2025年7月,国务院常务会议专题部署规范新能源汽车产业竞争秩序。随后,多部委联合出台多项措施,纠偏“增量不增利”的非理性竞争,倒逼企业从“拼价格”转向“拼质量、拼技术、拼管理”。“岚图汽车相信,唯有坚守合规之本、践行长期主义,方能驱动产业持续向上。我们始终坚持以高质量发展理念,恪守依法合规、诚信经营、公平竞争的根本准则,自觉履行央企的责任与担当,致力于为用户创造持久、可信赖的价值。我们将继续秉持长期主义,与上下游伙伴协同共进,共建富有创新活力的产业生态,合力谱写中国汽车产业高质量发展的崭新篇章。”卢放表示。

行业对安全价值的重提,同样是价值回归的重要表现。不论是政府对智驾宣传的合规要求、升级的动力电池安全标准,还是企业纷纷将“安全”作为核心卖点,都表明行业正对此前的“加速式”发展进行反思。“通过更严苛的标准和法规,夯实此前新能源汽车的发展成绩,为未来发展打造良好的市场环境。”卢放直言。

### 量质齐升:做听劝的车企

岚图成立至今,实现了“质”的有效提升和“量”的合理增长。2025年,岚图汽车在高端新能源赛道成功突围。“这种‘量质齐升’的变化在2025年更为显著。”卢放表示。

技术层面,岚图在五大技术底座基础上,全新自研了岚海智能超混技术,以800V系统、5C超充与大电量电池的组,实现混动纯电续航超350km、“充电五分钟,续航百公里”的电感体验,构建起全价值链技术护城河,完成中国新能源领域的重大技术突破。

产品布局上,岚图已形成由岚图梦想家、岚图泰山、岚图追光L构成的“三旗舰”阵容,以及岚图FREE+、全新岚图知音组成的“双子星”矩阵:岚图梦想家持续领跑高端MPV市场,每卖出3台高端MPV就有1台是梦想家,且蝉联2025年10月、11月高端MPV销量冠军;岚图泰山上市21分钟大定突破1万辆,展现强劲市场潜力;“岚图FREE+与岚图知音”双子星上市即热销,销量位于细分市场的前列。

销量方面,岚图实现交付“10连涨”,2025年11月单月交付量突破2万辆,成为首个达成30万辆整车产销规模的央企高端新能源品牌。

卢放强调,这些变化源于岚图坚持“以用户为中心”,始终坚持核心技术全栈自研,持续推进体制机制转型。在技术上,岚图已构建覆盖整车平

台、三电系统、电子电气架构、智能驾驶等全价值链技术体系,形成了持续迭代的技术护城河,实现了产品的差异化与个性化。

在体制机制改革上,“我们全面推动‘toB’向‘toC’转型,做听劝的车企。同时,内部推行‘用户—效率—目标—结果’方法论,压缩决策链条,提升响应速度,让一线团队有权、有为,在快速变化的市场中抢占先机”。卢放坦言。

### 2026年展望:“科技跃升”

展望2026年,卢放认为行业关键词将是“科技跃升”。2025年12月15日,我国首批L3有条件自动驾驶车型获准入许可,“这意味着未来会有越来越多的车型获得L3有条件自动驾驶车型准入许可,也将带来新一轮的技术竞赛,并催生新的消费热潮,同时更考验着企业对于安全驾驶的风险管控能力以及对技术长期布局的能力”。

2025年初,卢放就宣布“All in智能化”,岚图也借力华为在智能化竞争中领先一个身位。2025年12月10日,岚图旗下“新时代旗舰轿车”岚图追光L正式上市。新车全系搭载华为乾崮智驾ADS 4系统,支持城市领航辅助NCA、高速领航辅助NCA、车位到车位的“人车共驾”,还能应对地下跨层泊车等复杂场景。

值得注意的是,2025年10月,岚图汽车正式向港交所递交上市申请,将以“介绍上市”方式登陆港股,这意味着,2026年岚图要打一场更大的战役。

“对于岚图而言,2026年是机遇与挑战并存的一年。”卢放表示,就挑战而言,在岚图月交付量突破2万辆、中国新能源汽车渗透率接近60%的背景下,岚图需依托全品类产品矩阵,在高端市场实现进一步的品牌突破与规模化上量;机遇则来自政策层面的有力支撑和岚图自身的不断突破,2025年中央经济工作会议提出扩大内需、提振消费的要求,政策合力将为汽车消费注入强劲动能,助力岚图汽车扩大市场优势、冲刺更高销量目标。

北京商报记者 简雨薇

## 关闭线上店 菲洛嘉调整战略

曾经被抢购的“十全大补面膜”菲洛嘉走向关店。1月5日,北京商报记者获悉,菲洛嘉旗舰店发布公告称:“因公司经营策略调整,店铺将于2026年1月31日正式停止营业,进行闭店,由此带来的不便,敬请谅解。”

此前,菲洛嘉微信小程序会员中心宣布2025年12月31日停止运营,而在更早的2023年,菲洛嘉关闭了海外旗舰店,原因同样是“战略调整”。

菲洛嘉由生物学博士米歇尔·托基曼于1978年创立,以抗衰老护肤品著称,定位院线级专业护肤品牌。

2015年,菲洛嘉正式进入中国市场,明星大单品“十全大补面膜”在初入中国市场那几年火爆异常。根据公开数据,当时菲洛嘉“十全大补面膜”风靡各大社交平台,该品牌入华前三年业绩增长约26倍,2018年全年销售额同比增长148%,并在当年“双11”跻身天猫涂抹式面膜类目旗舰店销量榜首。

2017年,高露洁宣布以14.95亿欧元收购菲洛嘉护肤业务。在高露洁的主导下,菲洛嘉保持着高速增长。根据公开数据,菲洛嘉线上表现一度达到顶峰,2020年天猫“双11”期间,其官方旗舰店销售额破亿,跻身天猫涂抹式面膜类目旗舰店TOP1。2025年4月,菲洛嘉还与上海嘉会国际医院达成战略合作,不仅发布“超水光小针管”产品,还同步推出动能素NCEF2.0技术升级及联合临床研究计划,试图依托医美场景巩固市场。从菲洛嘉旗舰店来看,面膜产品价格多在500—800元之间,多款产品已售数量超1万+。

对于菲洛嘉关店的原因,业内

众说纷纭,其中,“高露洁业绩表现欠佳对菲洛嘉关店有所影响”多被提到。

根据财报数据,2025年上半年,高露洁口腔及个人护理板块净销售额同比下跌2.05%,包含中国在内的亚太市场下滑2.13%至13.78亿美元。值得注意的是,高露洁在发布财报的同时宣布了一项为期三年的新生产力计划,以推动未来增长,并为2030年战略目标赋能。新生产力计划主要包括:精简组织结构以降低管理成本、优化公司全球供应链、提高运作的敏捷性与效率。

美妆资深评论人、美云空间电商创始人白云虎认为,菲洛嘉在中国市场的发展轨迹,恰恰再一次验证了“国际品牌”的主导地位正在被国货品牌取代。“一方面,菲洛嘉中高端定位无法和国际大牌竞争;另一方面,该品牌大力度的折扣和促销也弱化了品牌价值和形象,从而让用户渐渐失去了认同。”白云虎说道。

白云虎进一步表示,基于“国货崛起”,包括国货新锐口腔品牌的涌现,逐渐吞噬了高露洁的一部分市场份额。这一定程度上致使高露洁在中国市场的发展面临挑战。而菲洛嘉的业绩缺乏足够的增长空间,特别是面临线上“价格竞争”环境,如果投入、产出未能达到投资预期效益,对于企业而言,就需要作出果断的决策。

北京商报记者了解到,目前菲洛嘉旗舰店内明星单品面膜单价为599元(优惠价),正在打折促销,买一送一。就品牌发展相关问题,北京商报记者对菲洛嘉进行采访,但截至发稿未收到回复。

北京商报记者 张君花