

8月19日,上海证券交易所科创板迎来宇树科技(688836)正式挂牌交易。这家从杭州走出来的机器人明星企业,以A股“人形机器人第一股”的身份亮相资本市场,首日开盘即引起轰动。

此前华西都市报、封面新闻记者采访中,宇树科技创始人王兴兴将公司上市比作“高考”,认为这是企业迈向更成熟管理运营的“阶段性的事”,是对过往9年发展的总结和对股东的交代。在宇树科技成立的第十年,王兴兴也带着近乎满分的成绩单,交上了这份“高考”答卷。

上市首日,宇树科技开盘报1100元/股,较150.80元/股的发行价暴涨629.44%,总市值一度突破4449亿元。截至收盘,报845元/股,涨460.34%,总市值3417.7亿元。按每签500股计算,投资者中一签浮盈近35万元,成为年内A股最大“肉签”。

“我打新宇树科技中了一签,目前把之前股票账户里所有的亏损都补上了,短期内肯定是不会卖掉的。”股民王先生说。

创始人身家超千亿元 成“90后”新首富

伴随宇树科技上市的钟声,公司创始人、董事长兼CEO王兴兴的个人财富也完成了惊人一跃。招股书显示,王兴兴直接持有公司8671.4964万股股份,发行后占股本总额的21.4395%。此外,他还通过员工股权激励平台上海宇翼间接持股9.5367%,直接与间接合计持股比例约在30%。

以上市首日市值测算,王兴兴所持股份对应市值突破千亿元。这一数字不仅让他稳坐科创板“90后”首富的席位,更超越了此前由影石创新创始人刘靖康保持的202亿元身家纪录。一个属于“90后”创业者的财富新坐标,就此诞生。

值得注意的是,依托特别表决权架构,王兴兴合计控制的公司表决权比例高达68.78%,对公司战略决策拥有绝对话语权。

十年磨一剑 成就A股“人形机器人第一股”

回溯王兴兴的创业之路,并非一帆风顺。少年时期的他并非传统意义上的学霸,却对机械造物有着近乎执拗的热爱:高中时用废旧材料自制发动机与航模,大一用200元零部件打造出简易双足机器人。研究生阶段,他以不到20000元的成本完成了电驱动四足机器人原型。

2016年8月,王兴兴在杭州一间50平方米的办公室里正式创立宇树科技,注册资本10万元。2017年,宇树推出首款公开零售的四足机器人Laikago(莱卡狗)。2018年,大疆以1012.86万元入股宇树,获得约17%股份,对应估值仅6000万元。虽然大疆次年退出,但

宇树科技上市『高考』交卷 市值超三千四百亿元

创始人王兴兴身家超千亿元

宇树Unitree G1人形机器人。
图据新华社客户端



宇树科技创始人王兴兴 图据新华社客户端

这家无人机巨头对宇树的早期认可,成为该公司发展史上一段注脚。

莱卡狗系列推向市场后,宇树凭借性价比迅速打开全球科研市场。2021年,机器牛“犇犇”登上央视春晚舞台,让国产机器人走进大众视野。同年12月,宇树科技完成B轮9150万元融资,投后估值近9亿元。

华西都市报、封面新闻此前也多次追踪报道宇树科技的发展动态,从载人机甲发布到IPO申购,记录着这家企业从“明星创业公司”走向公众公司的每一步。

2026年8月19日,宇树科技正式登陆科创板。从2016年种子轮1333万元估值,到如今市值超3400亿元。十年时间,宇树科技完成了从一台实验室样机到A股“人形机器人第一股”的跨越。

从IPO获受理到挂牌 仅用时152天

宇树科技专注于高性能通用机器人、四足机器人及具身智能模型的研发与销售。自2023年推出首款人形机器人H1及2024年推出中型人形机器人G1以来,公司人形机器人销量快速增长。2025年度,其人形机器人

出货量已超5500台,位居全球第一。

在全球化方面,宇树科技表现突出。王兴兴曾在接受华西都市报、封面新闻采访时透露,公司“每年有50%的业绩来自海外”,且早在2018年概念尚未火热时就开始布局国际市场,始终高度重视全球市场的重要性。

王兴兴对机器人市场前景表示乐观。他预测,全球人形机器人出货量“每年翻一番应该还是可以保证的”。“若有更大的技术突破,未来两三年内年出货量达到几十万台也并非不可能。”王兴兴说。

业绩方面,2026年1至6月,宇树科技实现营业收入11.52亿元,同比增长48.54%;归母净利润2.74亿元,同比扭亏为盈。从3月20日IPO获受理到8月19日正式挂牌,宇树科技登陆资本市场全程仅用时152天。

王兴兴曾公开表示,宇树科技在上市后,将持续攻坚更多的产品形态和型号,推动机器人承接高强度、高风险体力劳动,释放人类的创造力,推进机器人技术造福社会。

从实验室里的四足机器人原型,再到登陆科创板创造千亿市值,王兴兴和他的宇树科技,用十年时间书写了一个关于坚持与突破的中国机器人故事。

高糖饮品“遇冷” 饮料行业 迎来“减糖大考”

今夏国内多地持续高温,本该进入消费旺季的碳酸饮料、含糖果汁线下销量却走低。高糖饮品为何“遇冷”?减糖潮又将如何改写行业竞争逻辑?

“旺季不旺”并非短期市场波动,而是消费升级与产业迭代的明确信号:饮料行业正经历从“高糖满足”到“健康轻负担”的深刻转型,千亿饮品赛道正迎来深层次的格局重塑与价值重构。

消费理念转变 高糖饮品销售遇冷

市场研究机构北京马上赢网络科技有限公司(以下简称“马上赢”)的数据显示,今年二季度,线下饮料整体零售额同比下滑11.78%,其中碳酸饮料销售额下降12.23%,即饮果汁下降14.84%,传统高糖主力品类销售承压。

与此同时,新中式健康饮品赛道快速发展,前瞻产业研究院的报告显示,2025年中式养生水市场规模较2022年增长30多倍,成为饮料行业的增量蓝海。

消费理念的迭代,是高糖饮品市场萎缩的核心因素。长期以来,高糖碳酸饮料、含糖果汁凭借爽口的口感、成熟的线下渠道和深耕多年的品牌认知,牢牢占据市场主要份额。但随着居民健康意识持续提升,大众对高糖饮食引发的身体负担与健康风险认知不断深化,控糖、减糖成为主流共识。不少消费者将减糖、无糖作为饮品选购的首要标准,健康属性逐步超越口感、价格,成为消费决策的重要因素。

政策新规的刚性约束,则为行业减糖转型划定了清晰路径。新版《食品安全国家标准 预包装食品营养标签通则》明确,自2027年3月16日起,预包装食品营养成分表中强制标示的内容包括能量、蛋白质、脂肪、饱和脂肪(或饱和脂肪酸)、碳水化合物、糖和钠的含量及其占营养素参考值百分比。含糖量信息公开化、精细化,将更明显地影响消费者的选购决策,倒逼全行业加速调整发展模式。

饮料企业加速转型 行业竞争格局持续重构

在市场倒逼与政策助力下,国内饮料企业纷纷开启产品结构迭代,通过经典产品减糖升级、拓展健康产品矩阵,加速转型,行业竞争格局持续重构。

其中,康师傅对核心产品“冰红茶”进行升级,推出减糖版本,同时完善产品矩阵,推出“鲜绿茶”“茉莉花茶”等无糖茶饮,并上线三款药食同源零糖饮品。东鹏饮料持续推进低糖化转型,推出无糖版“东鹏特饮”、低糖版“东方大鹏”等产品,并布局茶饮赛道,上线“焙好茶”“上茶”等无糖茶饮产品,实现传统功能饮品与新式茶饮的双向拓展。农夫山泉则凭借前瞻布局,不断完善“东方树叶”产品矩阵,2025年新增陈皮白茶、菊花普洱等口味,持续强化产品竞争力。数据显示,2025年农夫山泉茶饮业务营收达215.96亿元,同比增长29%,营收占比41.1%,超越包装饮用水,成为公司第一大业务板块。

无糖茶饮、健康饮品赛道的爆发式增长,吸引大量品牌扎堆入局,跟风式复刻产品、同质化营销、低价竞争等问题日益突出。如何在赛道扩容的同时实现高质量发展,成为行业必须正视的课题。

饮料行业从高糖向减糖的深刻转型,既是消费升级催生的市场变局,也是产业提质增效的现实缩影。面对这场行业“减糖大考”,唯有锚定消费需求,坚持创新驱动,企业方能行稳致远。

中国经济信息社记者 丁雅雯 刘旭阳

从“讲故事”到“比交付” 围绕“成本、效率、良率”的大考已然开始

行业观察

过去几年,人形机器人赛道的竞争更像一场融资竞赛,比的是谁拿到的钱多、谁的叙事更有想象空间、谁的技术路线更能打动投资人。

宇树科技上市之后,游戏规则将发生变化。二级市场的关注点不在于融资金额,而问的是“确定性”:订单在哪里、毛利率是多少、客户复购率有多高?行业的参照系或将从对标的海外公司估值变成宇树的季度财报。

这种行业逻辑的切换并非停留

在预期层面,而是正在被量产数据反复验证。截至2026年7月,宇树科技双足人形机器人累计生产下线约1.8万台,2025年全年出货超5500台,2026年目标出货量1万至2万台,上市前夕已有近两台机器人从产线走向市场。

高盛近日最新发布的报告显示,人形机器人仍处于从技术验证向商业化过渡阶段,大规模部署可能在2027年至2029年逐步展开,预计全球人形机器人出货量将在2027年达到7.6万台,并于2032年升至50.2万台。

行业逻辑的切换也体现在人形机器人行业关注的焦点变化上。今年以来,行业关注的重点变成了“机器人如何连续工作24小时”“发出模糊指令机器人是否能完成任务闭环”“能否规模化落地”等。产品定价下探的变化更为直接,2023年宇树人形机器人平均售价59.34万元,2025年已降至16.64万元,2026年R1双臂版起售价进一步降至2.69万元。围绕“成本、效率、良率”的大考已然开始。

华西都市报-封面新闻记者 边雪
综合证券时报