

# 千帆星座步入全球组网快车道 国产商业火箭正加紧补上运力短板

证券时报记者 臧晓松

历经7个月蛰伏,我国首个进入正式组网阶段的巨型低轨商业卫星星座——千帆星座迎来发力时刻。

5月17日深夜,海南商业航天发射场,长征八号运载火箭成功将千帆星座第九批18颗组网卫星送入预定轨道。这是该星座5天内的第二次发射,4月以来的

## 1 千帆星座“三连发”

千帆星座是上海垣信卫星科技有限公司(简称“垣信卫星”)打造的低轨卫星互联网项目。2024年8月6日,其首批18颗组网卫星搭载长征六号改运载火箭从太原卫星发射中心升空,成为我国首个正式迈入组网阶段的巨型商业低轨星座。

千帆星座聚焦的低地球轨道,距离地球表面160至2000公里,拥有信号传输时延短、链路损耗小等独特优势,堪称卫星互联网的“黄金赛道”。业内人士向证券时报记者表示,太空领域的核心稀缺资源有两类:轨道位置与无线电频率,均遵循“先到先得”的国际规则。卫星运营商需先向国际电信联盟(ITU)提交频率申请,再按规定时限完成卫星部署。也正是在此背景下,全球对于低轨卫星的资源竞争非常激烈,各国相继规划了宏大的低轨卫星互联网组网计划,其中就包括美国“星链”、中国“千帆星座”及“国网星座”等项目。

按照垣信卫星披露的规划,千帆星座采用“三步走”战略:一期部署648颗卫

## 2 “星多箭少”待解

根据中国招投标公共服务平台披露,垣信卫星曾在2025年7月发布“2025年运载火箭发射服务采购项目”的公开招标公告,涉及7次运载火箭发射服务,包括4次“一箭10星”运载火箭发射服务和3次“一箭18星”运载火箭发射服务。

从招标要求来看,“一箭10星”运载火箭发射服务要求投标产品具有950公里近地轨道不小于2.8吨的运载能力,且投标产品在公告发布日之前有成功飞行经验;“一箭18星”运载火箭发射服务要求投标产品具有800公里近地轨道不小于4.8吨的运载能力,并承诺于2025年12月底之前完成该型号的首飞任务。

2025年8月,蓝箭航天、天兵科技、中科宇航三家民营火箭企业入围“一箭18星”运载火箭发射服务项目。“一箭10星”运载火箭发射服务则因为“供应不足3家”而流标,反映出国内商业火箭大运力供给的短板。而从2026年千帆星座发射情况来看,“一箭18星”运载火箭发射任务分别由“国家队”的长征八号运载火箭和长征六号甲运载火箭执行,民营火箭企业仍处于技术验证期而错过“秀肌肉”的机会。

证券时报记者走访多家企业了解

第三次升空,在轨卫星数量一举突破162颗,距离2026年底324颗的阶段性目标完成过半。

证券时报记者采访获悉,在高频发射的同时,为了解决国内商业航天“星多箭少”的困局,“国家队+民企”正协同发力,通过技术攻坚与产能扩张加速破局,全力保障低轨卫星互联网组网进程。

星,其中2026年底完成324颗部署以形成初步服务能力;二期再增648颗,实现全球无缝覆盖;三期扩容至1.5万颗以上,解锁手机直连、宽带物联网等多元融合应用场景。

2025年7月30日,千帆星座第六批18颗卫星成功发射,在轨总数达到108颗。在此之后,千帆星座迎来7个月的发射空窗期。相比之下,国网星座当年发射节奏明显提升,甚至曾创下“9天3发”的纪录。截至2025年底,千帆星座在轨数量为108颗,国网星座在轨数量为136颗。

2026年4月7日,随着第七批18颗卫星成功发射,千帆星座打破7个月的沉寂,在轨总数增至126颗;5月12日,第八批18颗卫星接力升空,总数达到144颗;仅时隔5天,第九批18颗卫星也发射成功,千帆星座在轨数量正式达到162颗。短短两个月实现三连发,其中5天内两度升空的密集节奏,也在业内引发广泛关注。垣信卫星官方在5月18日凌晨发文表示,千帆星座的“全球组网步入快车道”。

到,当前国内商业航天最主要的痛点,就是卫星待放量激增与运载火箭供给能力不足。

“火箭运力供给跟不上卫星组网的加速需求,而且运载价格比国际水平偏高,这是行业普遍面临的难题。”一家商业航天企业相关负责人向记者分析,我国火箭运力缺口主要源于两方面:一是长征十二号、长征八号甲等现役火箭商业发射容量有限;二是民营火箭企业尚未形成成熟大运力供给能力。“朱雀三号完成首飞但未成功回收,其他新一代液体火箭多数未完成首飞验证,远不能满足星座组网高频发射需求”。

记者注意到,今年3月,全国政协委员、垣信卫星董事长张琦曾建议加速打造中国低轨卫星互联网核心竞争力,“在确保安全的前提下,支持我国运载火箭产业加速发展,尽快推出大运力、低成本的主力型号火箭产品,并突破回收复用、星箭一体、智慧测发等核心技术”。

他同时建议增加布局发射场及发射工位设施,“在现有条件下为低轨星座倾斜更多发射排期,并建立发射排期动态调整机制,保障实际发射需求,推动低轨卫星航批化、低成本发射。”

# 从代理服务升级为产业服务 知识产权服务价值有待重估

证券时报记者 王小伟

今年以来,硬科技、先进制造、半导体等前沿方向备受市场青睐。硬科技企业的成长,一方面需要实验室成果和生产制造能力,另一方面也需要一套完整服务体系支撑,包括知识产权保护、成果转化、合规服务、资本运作等多个方面。

知识产权服务业处在这一体系的关键位置。它连接研发端、产业端、市场端和资本端,既服务技术创新,也服务品牌竞争;既服务国内市场,也服务企业出海;既服务合规经营,也服务无形资产运营。中国企业走出去、中国技术商业化、中国品牌全球化、中国制造进入价值链高端,都离不开知识产权服务。

日前,监管机构在京召开座谈会,与智能消费、国货“潮品”、现代物流、IP文创等领域的境内外上市公司及企业代表深入交流。市场以往谈及服务业,更多关注

消费、零售、互联网平台、餐饮旅游等生活性服务业。而智能消费、国货“潮品”、现代物流、IP文创被纳入讨论,意味着越来越多新型服务业得到关注,知识产权服务业就是其中之一。

知识产权服务不是传统意义上的中介或简单的代理服务。它连接着科技创新、品牌建设、产业升级、企业出海和无形资产运营。过去其模式往往是,研发完成后申请专利,品牌确定后再注册商标,市场出现侵权后再启动维权,企业出海后再补做风险排查。这种模式将知识产权服务视为企业经营的外部配套。

但在大力发展新质生产力、加强科技成果转化,以及企业走向全球化的背景下,知识产权正在从“保护工具”变成“产业能力”。它至少承担四个新功能:帮助企业发现技术价值、形成竞争壁垒、走向全球市场,进行资本表达,服务边界因此大幅扩展——不再是“帮企业办手续”,而



图片来源:AI生成

## 3 运力突围之路

公开信息显示,美国SpaceX在2025年完成122次“星链”专项发射,累计新增3190颗卫星,截至2025年底,星链卫星累计发射总量突破1万颗。

在我国,千帆星座等低轨卫星互联网项目进入密集组网期,发射运力需求也在急剧攀升。证券时报记者采访获悉,目前“国家队+民企”形成分工协作、各展所长的互补格局,为星座组网提供核心支撑,共同筑牢我国在近地轨道全球通信竞争中的根基。

“国家队”以成熟型号承担近期核心组网任务,以保障发射节奏与可靠性。航天科技集团一院(中国运载火箭技术研究院)近日发文表示,“今年,长八火箭进入高密度发射模式,助推我国低轨卫星互联网星座建设。”

证券时报记者了解到,目前,长征八号、长征六号甲承担了千帆星座2026年已完成发射任务的80%。新一代运力方面,航天科技集团将长征十号乙定位为商业航天大运力主力型号,其近地轨道运载能力不低于16吨,计划2026年上半年首飞,并同步验证全球首创的海上回收技术,11月开展重复使用状态复用飞行。

民营火箭企业则聚焦技术攻坚,加速填补大运力、可复用赛道空白。蓝箭航天最新披露的信息显示,朱雀三号火箭初始版本最大运力不小于11.8吨,未来目标提升至21.7吨,将重点服务卫星互联网星座大规模组网及空间站补给等任务,公司计划于2026年第二季度再次开展回收试验,并根据回收试验情况争取于第四季度

尝试首次回收复用飞行。

天兵科技天龙三号大型液体运载火箭于2025年底完成“一箭36星”地面验证试验,有望大幅提升国内商业航天规模化发射能力。东方空间引力二号液体运载火箭正处于在研阶段,其500公里太阳同步轨道运载能力达15吨,瞄准大规模星座组网需求,计划2026年实现首飞并同步开展可重复使用技术攻关,预计年底完成关键验证。

今年3月30日,中科宇航力箭二号遥一运载火箭成功发射,该火箭500公里太阳同步轨道运载能力8吨,200公里近地轨道运载能力12吨,定位为未来大规模星座组网和低成本货运任务的主力。中科宇航位于绍兴的超级工厂在4月28日竣工,投产后备有年产12发液体火箭的能力,为火箭规模化生产和航批化发射提供保障。

产能扩张的协同发力,为运力突围进一步提供支撑。据“你好太空”统计数据,截至2026年4月,国内具备完整总装能力的火箭工厂达37个,总规划产能610发/年,其中可复用液体火箭已投产产能208发/年;卫星工厂达55个,设计总产能约7360颗/年,36家已投产工厂年产能4050颗。随着长征十号乙、朱雀三号等型号的技术突破与产能释放,有望破解“卫星等箭”的行业困局。



一旦形成,就不再是传统项目制服务,而可能变成SaaS服务、数据接口、企业订阅服务、风控系统和产业基础设施。

因此,知识产权服务需要从代理服务升级为产业服务,从权利保护工具升级为价值创造工具,从项目交付机构升级为知识产权产业基础设施。

未来,知识产权服务有可能走到产业前台,成为技术价值发现、企业出海护航、品牌资产运营、产业资源组织和资本市场价值表达的重要力量。知识产权服务业也不应继续停留在代理、咨询和维权的传统框架中,而应主动走向产业场景、AI能力、数据资产、平台服务和全球竞争。



# 华天科技拟30亿元投建 先进封测基地二期二阶段

证券时报记者 孙宪超

华天科技(002185)5月22日晚公告,公司董事会审议通过了相关议案,同意控股子公司华天科技(南京)有限公司(以下简称“华天南京”)投资30亿元建设“华天南京集成电路先进封装产业基地二期二阶段建设项目”。

据介绍,项目将依托华天南京现有厂区存量土地实施改扩建,规划新建总建筑面积约8.33万平方米厂房及配套建筑,项目建成投产后预计年封装测试存储集成电路约4.3亿只。项目建设期为2年,即2026年6月至2028年5月,预计达产后年实现营业收入21.50亿元,实现净利润1.26亿元。项目实施资金来源为华天南京自筹。

华天科技表示,本次项目投资是公司进一步拓展存储集成电路封装测试业务布局,顺应行业快速发展的重要举措。项目产品主要应用于人工智能算力、服务器、消费电子、智能终端、车载电子及数据中心等领域。项目建成投产后,将会进一步提高公司存储集成电路封装测试技术水平和生产能力,提升公司的整体竞争能力和盈利能力,实现公司持续稳定发展。

华天科技的主营业务为集成电路封装测试,产品主要应用于计算机、网络通信、消费电子及智能移动终端、物联网、工业自动化控制、汽车电子等电子整机和智能化领域。

2025年,在集成电路行业快速发展的大背景下,华天科技订单同比大幅增长,各季度营业收入均实现正增长,并于2025年第四季度创下新高,公司经营效益和盈利能力稳步提升。

华天科技在2025年年报中表示,根据行业特点和市场预期,2026年度生产经营目标为全年实现营业收入200亿元。2026年,公司开展的主要工作包括继续发挥销售龙头带动作用,把握人工智能、具身智能产业发展趋势,聚焦存储、CPU/GPU/AI、CPO及汽车电子等重点市场,着力提升先进封装技术市场占比。

值得一提的是,华天科技曾在2月10日晚间披露,公司以发行股份及支付现金的方式购买华天电子集团等27名交易对方合计持有的华羿微电子股份有限公司(简称“华羿微电子”)100%股份,交易价格29.96亿元。同时,上市公司拟向不超过35名特定投资者发行股份募集配套资金。

华天科技彼时表示,通过并购整合华羿微电子,公司一方面能够快速完善封装测试主业布局,拓展功率器件封装测试业务,形成覆盖集成电路、分立器件等各细分领域的封装测试业务布局,为客户提供更全面的封装测试产品;另一方面,公司将延伸功率器件自有品牌产品的研发、设计及销售业务,覆盖汽车领域、工业领域、消费领域功率器件产品,开辟第二增长曲线,实现新的收入增长点,进一步提高核心竞争力。

# 雅戈尔股东会选举结果出炉 二代李寒穷接任董事长

证券时报记者 聂英好

作为雅戈尔创始人李如成之女,李寒穷正式接班掌舵,李如成或将退居二线。

雅戈尔近日召开第十二届董事会第一次会议,选举李寒穷担任雅戈尔第十二届董事会董事长,同时聘任李寒穷担任雅戈尔总裁。根据《公司章程》规定,李寒穷还将担任雅戈尔的法定代表人。本次董事会换届完成后,李如成将离任。

在此次股东大会之前,李寒穷担任雅戈尔副董事长、总裁之职。目前,李如成仍是雅戈尔实际控制人,直接持有公司2.82%股份,李寒穷直接持有雅戈尔0.09%的股份。

公开资料显示,李寒穷出生于1977年,拥有美国加州州立大学工商管理学士学位和中欧商学院EMBA学位。李寒穷毕业后便回国投身家族企业,于2011年加入雅戈尔集团并出任董事。在其任内,李寒穷主导拓展女装和童装产品线,使得雅戈尔打破多年来只专注于男装的格局;同时,李寒穷参与推动多项战略并购,包括雅戈尔对法国奢侈童装品牌Bonpoint的收购、合资运营Helly Hansen品牌、收购银泰百货等。

此前,李如成曾在2025年致股东信中表示:“长江后浪推前浪,这次董事会换届,将由新的一代人负责雅戈尔的经营。经过多年磨练,雅戈尔年轻一代逐步成熟,相信雅戈尔不会因为人员的更换而影响未来的发展。”

雅戈尔以服装起家,于1998年在上交所上市,在20世纪90年代未进军投资领域,先后成功投资宁波银行、中信证券等,投资收益一度超越主业利润,此后逐渐形成“服装、地产、投资”三驾马车并行的多元化格局。

2025年,雅戈尔营业收入为115.82亿元,归母净利润为24.47亿元。2026年一季度,雅戈尔营业收入为28.82亿元,同比增长3.10%;归母净利润为9.22亿元,同比增长14.73%。

值得关注的是,2025年,雅戈尔投资业务实现归母净利润24.71亿元,较2024年的22.09亿元增长11.86%,成为雅戈尔的利润支柱。具体来看,2025年,雅戈尔的投资业务已合计减持收回现金77.14亿元,其中卖出的中信股份股票就价值75.73亿元(净卖出金额为55.94亿元)。

在5月21日举行的雅戈尔2025年年度暨2026年第一季度业绩说明会上,投资者对李寒穷上任后的经营计划颇为关注。有投资者问及李寒穷对雅戈尔未来发展的规划,李寒穷对此表示:“坚持稳健托底、开拓增势,深耕传统根基、强化创新赋能,推动公司行稳致远、提质增效。”

对于上任后的首要经营抓手,李寒穷称,多品牌定位不同,将强化业务协同整合,协调渠道;同时紧跟时尚行业的新趋势,打开国际化视野,在品牌升级、数字化技术应用上主动突破。

