

A股上市公司海外收入稳健增长——

上市公司“出海”有哪些新看点？

本报记者 王俊岭

截至4月30日，沪深北三大交易所A股上市公司年报基本披露完毕。其中，多家上市公司的海外业务表现抢眼。上海证券交易所发布的统计数据显示，2024年，沪市主板公司全年实现海外收入6.09万亿元，同比增长7%；深圳证券交易所数据显示，深市去年2007家公司开展海外业务，海外收入增长近12%。

上市公司海外业务总体情况如何？有哪些特色和看点？记者进行了采访。

“戏份”更多——

海外业务成为新引擎

每年“年报季”收官后，交易所都会对A股上市公司业绩进行统计与分析。今年，海外业务展现出的增长态势尤为引人关注。

记者从上海证券交易所了解到，2024年，沪市主板上市公司出口市场呈现多元化格局、出口含“新”量更足。具体看，高端装备、集成电路、智能家电、电动汽车等高科技属性产品加速出海，带动电子、汽车、家用电器、机械设备等行业海外收入增长分别达15%、10%、9%、7%。与此同时，科创板公司2024年境外收入合计达4303.61亿元，同比增长6.1%，58家公司参与制定国际标准、10家创新药企业通过对外授权形式将创新药海外权益授予境外企业。

深圳证券交易所提供的信息显示，2024年，深市2007家公司实现海外收入4.18万亿元，同比增长11.62%。其中，立讯精密、比亚迪、美的集团、潍柴动力、宁德时代5家公司海外业务收入超千亿元。特别是在创业板方面，2024年创业板上市公司出口“量质齐升”的趋势进一步显现，医药生物、机械设备、基础化工、纺织服饰国际市场开拓稳步推进，海外销售收入分别同比增长9.45%、7.22%、14.47%、20.34%。

值得注意的是，相比于沪深两市，北京证券交易所不少上市公司尽管尚处于“规模小、起步早”的阶段，但海外业务在企业成长阶段就扮演起重要角色。

“公司近年来在开拓境内市场的同时，一直关注并研究海外市场。我们通过参加国际行业展会、行业会议等方式积极开拓海外市场业务。”安徽中草香料股份有限公司董事会秘书赵娅说。数据显示，2024年，该公司境外地区营业收入超3900万元，同比增长18.8%，境外销售占比明显提升。

2024年，山东万通液压股份有限公司境外市场收入同比增长62.71%。“公司针对境外市场需求，开发了适用于国际市场的薄壁型台阶式自卸车油缸和悬架油气弹簧等产品，得到了客户广泛认可。未来，公司将继续加大境外市场的拓展力度，优化国际贸易销售平台和团队建设，深化与全球大客户的合作，进一步提升境外市场的收入占比。特别是定制化开发更多新产品。”万通液压副总经理王梦君说。

“从近期披露的最新年报数据看，海外业务已经成为大量上市公司业绩增长的重要引擎。这是一个非常积极的现象。一方面，作为优秀企业的代表，上市公司主动寻求‘出海’参与国际竞争，可以突破原有市场的局限性，提升自身业绩韧性；另一方面，海外



▲4月27日，搭载7000余辆比亚迪新能源商品车的汽车运输船比亚迪“深圳”号首航驶往巴西，创下国内汽车单次出口量一个批次最多的纪录。图为运输船正在江苏省苏州港太仓港区装载汽车。
计海新摄（人民视觉）

◀日前，在印度尼西亚雅加达，乘客在雅万高铁哈利姆站候车大厅与雅万高铁高速动车组模型合影。
新华社记者 徐钦摄



▲最近，江西省瑞昌经开区中材科技（九江）有限公司车间内一派繁忙，工人们正在赶制出口订单产品。
魏东升摄（人民视觉）

◀4月初，在德国慕尼黑举办的2025年宝马展上，外国采购商在谈论中国展品。
谭为摄（人民视觉）

业务“戏份”增多也意味着企业正在更大范围内优化资源与要素配置。这些，有助于中国企业在推动自身技术创新和产品升级的同时，更好实现互利共赢。”北京师范大学“一带一路”学院研究员万洁对本报记者说。

“内功”更强——

提升产品服务竞争力

练就过硬内功，是上市公司阔步走向全球的底气。

开展技术攻关，支撑海外项目——

中国交通建设股份有限公司数据显示，2024年，中国交建海外业务新签合同额3597.26亿元，同比增长12.5%；海外营业收入1353亿元，同比增长16.4%。今年一季度，该公司海外业务的新签合同额、营业收入、利润总额均实现同比增长。

年报显示，中国交建扎实开展港口、桥梁、隧道等领域技术攻关，2024年研发开支为263.93亿元，取得“深水深槽硬岩精准破岩开挖施工关键技术”“20公里级公路山岭隧道设计建造运维成套关键技术及装备”“三塔斜拉桥静动力综合减振耗能体系”等一批

重要成果，为中国标准、中国技术“走出去”奠定了坚实基础。中国交建总裁王海怀说，从中长期看，企业通过规模效应、技术突破与模式创新，有望实现从“传统基建服务商”向“科技型产业集团”的转型，实现高质量发展。

聚焦海外业务，搭建组织架构——

“哇，它真的懂我！”不久前，在德国慕尼黑举办的2025年宝马展上，来自波兰的客户现场远程操控位于湖南常德的中联重科塔机后，对产品性能赞不绝口。展会期间，中联重科带来的混凝土机械、矿山机械、土方机械、高空作业机械等许多标杆产品都受到

携手世界共赢未来

吴文锋

上市公司是中国优秀企业群体的代表，是高质量发展的重要微观基础，也是资本市场投资价值来源。从最新年报信息看，2024年上市公司海外收入普遍实现了较好增长，一些公司的海外业务还成为企业业绩增长的重要“动力源”。这些亮点，对推动中国经济结构调整与转型升级、提升中国企业国际影响力与竞争力、促进居民就业和收入增长、增强中国经济稳定性与抗风险能力都有着重要的积极意义。

上市公司海外业务的稳步发展有着多方面原因。

从产品维度看，海外业务增长主要源于中国企业竞争力增强。经过多年发展，中国已成为唯一拥有联合国产业分类全部工业门类的国家，产业体系配套完整，基础设施网络化、智能化、便利化、协同化水平不断提升，强大供给能力优势明显。以上市公司为代表的中国企业，在长期的设计、生产、研发过程中不断

提升自身实力，在全球擦亮了中国制造的金字招牌。

从产业角度看，海外需求的持续增加为中国企业实现全球范围内资源优化配置提供了动力。在海外设立研发中心或生产基地，将帮助中国企业更好地降低生产与物流成本，构建多元化供应链体系、为海外消费者提供更好的产品和服务。相关数据显示，中国对外直接投资存量连续多年保持全球前列。

分工带来效率，合作创造价值，是市场经济的一个基本规律。纵观人类的发展历程，可以清晰地看到全球范围内合作不断深化、贸易走向自由、市场逐步融合的发展脉络。从这个意义上说，在练好内功的同时积极拓展海外业务，是中国上市公司顺应发展规律、

突破增长瓶颈、增强业绩韧性、提高发展质量的必由之路。

除了有助于自身发展之外，中国上市公司积极拓展海外业务还有利于带动相关地区经济发展，实现持久的互利共赢。这种互利共赢，本质上是通过生产要素的高效配置和市场规模的双向扩容打破市场壁垒，并最终实现了资源配置的协同与优化。比如，宁德时代和比亚迪等中国企业赴匈牙利投资，在开拓欧洲市场的同时，还为当地创造了大量就业机会，推动了当地经济增长、技术进步和产业升级。

当前背景下，中国企业要走好“出海发展”这条路，也要付出更多努力。比如，根据当地法律法规和

海外客户青睐。最新年报显示，2024年，该上市公司境外收入占比超51%，全球海外本土化员工总人数达4400多人，产品已广泛覆盖170多个国家和地区。

“随着海外业务快速发展，中联重科的组织、资源、人员等都在向海外倾斜。”中联重科董事长詹纯新说，中联重科各事业部均设有面向海外的部门，整个公司从产品研发设计的源头开始，就进行了国内与国际市场的划分，用不同的产品满足不同地区客户需求。“现在，每个事业部的负责人都必须有相当多的时间在海外跑客户、跑市场。”詹纯新说。

优化海外产能，扩大覆盖范围——

2024年，浙江涛涛车业股份有限公司实现营业收入29.77亿元，同比增长38.82%。其中，电动高尔夫球车、电动自行车、全地形车、越野摩托车销售收入增长显著。这在相当程度上得益于企业通过海外产能拓展及供应链垂直整合，不断升级工艺、优化智能制造流程。

在涛涛车业董事长曹马涛看来，产能布局全球化与协同效应释放，持续提升了公司的行业竞争力。“比如，我们在越南和泰国的工厂，承担部分整车产品供应的同时，为美国工厂提供一些零部件支持；中国制造中心作为技术中枢，为海外基地提供关键零部件、工艺标准及技术赋能支持。”曹马涛说，接下来，公司还将加强电动高尔夫球车、全地形车等产品的销售拓展，争取建立差异化竞争优势。

“纽带”更紧——

本土化发展成效明显

立讯精密着手收购德国百年汽车线束厂商Leoni集团、中集集团在波兰和比利时建设钢材海外仓、华光新材积极投资建设泰国钎焊材料生产基地……如今，上市公司出海已经日益从“走出去”转变为“走进去”，本土化融合发展步伐加快。

破解发展难题——2月27日，随着三一非洲铜矿企业微电网项目成功实现并网发电，这家中国制造业企业的首个海外光储柴微电网项目全系统正式投入运行。“非洲矿山普遍面临电力供应不稳定、传统能源成本高昂的挑战，我们微电网解决方案通过模块化设计与数字化控制，为客户提供一站式清洁能源替代方案。这对于推动非洲当地矿业绿色发展、促进能源结构优化升级具有重要意义。”三一重工南非子公司总经理张良说，三一南非总部基地项目将于2025年8月落成，作为公司的区域制造中心、物流中心和人才中心。

深度融入当地——中国中车股份有限公司年报显示，雅万高铁开通运营满一年，上座率达99.6%，跑出印尼民众幸福“加速度”，成为中印尼共建“一带一路”的“金字招牌”；中老铁路开通3周年，累计安全运行超240万公里，取得良好的社会效益及积极的示范效果；匈塞高铁首列在塞尔维亚贝尔格莱德泽蒙车辆段亮相，标志着带有“复兴号”基因的中国标准动车组首次进入欧洲。国际化进程中，中国中车践行“本地化制造、本地化采购、本地化用工、本地化维保、本地化营销”的“五本模式”，不断提升行业影响力和话语权。

优化市场策略——箭牌家居集团股份有限公司年报显示，2024年公司境外收入30917.48万元，同比增长高达137.73%，海外产品研发和上市进度持续加速，“我们持续完善海外事业部的组织架构和人员配置，确保团队能够灵活应对不同市场的需求，同时对不同地区分别制定针对性的市场策略，通过与当地经销商建立合作关系，加速专卖店的布局和发展。此外，我们也通过开展品牌合作等方式，加速海外市场发展，从而促进了海外收入的增长。”箭牌家居董事长兼总经理谢岳荣说。

“本土化发展是中国企业扬帆出海的一道必答题。”万洁说，未来，中国企业特别是上市公司“走出去”，应不断提升本土化发展能力，形成更高的附加值和更大的朋友圈，特别是注重海外员工的培养与跨文化沟通能力的建设，最终在世界经济的舞台上展现更大影响力。

用户习惯调整产品设计、合理聘用当地管理人员、更好与当地居民分享开放红利、减少文化隔阂带来的经营风险等。同时，有关部门也要进一步加大支持力度，比如通过积极开发汇率衍生品市场等方式缓解企业出海过程中面临的支付结算风险，与各类官方或非官方组织构建资源共享网络、推动国际行业标准制定等。

开放带来进步，封闭必然落后。人们有理由相信，随着中国开放大门越开越大，包括上市公司在内的更多中国企业在海外将踏上出海之路、找到广阔商机。

（作者为上海交通大学安泰经济与管理学院金融系教授）

