

影石创新公司的产品



刘靖康



老总给员工“撒钱”引热议，公司市值两天冲上千亿 影石攻入大疆腹地？

近日，一则影石创新“90”老总给员工“撒钱”庆功的视频在社交平台引发热议，而这场狂欢是为了庆祝无人机项目团队取得重大突破——首款全景无人机“影翎 Antigravity”成功面世。

8月18日，影石创新股价再次涨停，连续两个交易日累计上涨44%，股价报收269.3元/股，较发行价暴涨超4倍，市值突破千亿元。

简单粗暴“撒钱”短暂引发争议之后，这家公司并非单纯“炫富”，当前有望凭借AI无人机，攻入大疆长期垄断的小飞机腹地。

公司市值破千亿元

8月14日21时，影石创新全景无人机品牌“影翎 Antigravity”宣布产品开启公测，并发布相应宣传视频。该全景无人机产品计划于2026年1月正式发售，标志着影石创新正式进军无人机领域。

消息一经放出，迅速引爆资本市场。截至8月18日，影石创新已连续两个交易日触及涨停，累计涨幅44%，报收269.3元/股，总市值达1079.89亿元。

事实上，影石创新布局无人机领域的战略意图早有端倪。招股书显示，自2020年7月起，该公司持续申请无人机相关专利，技术范围涵盖机体结构、螺旋桨设计、动力系统等等。

具体来看，2021年影石创新取得无人机天线组件、无人机减震结构等专利，2022年取得“桨毂部件、桨叶套件、无人机的动力套件以及无人机”“支撑组件和无人机”等专利。

2023年取得“减震镜头模组和无人机”“螺旋桨组件及动力系统”“驱动装置、动力系统和飞行器”等专利。这一系列专利布局揭示了影石创新从影像设备向无人机市场拓展的技术路径。

影石创新自上市以来便持续得到各路资本的青睐。今年6月11日，影石创新在上交所科创板正式挂牌上市，四年的IPO长跑终于迎来“终章”，发行价为47.27元/股。上市首日开盘价为182元/股，较发行价上涨285%，首日收盘市值高达710亿元。

公开资料显示，影石创新成立于2015年，主营产品为便携式运动相机，核心技术包括防抖、全景拍摄、AI影像处理等等。

目前，影石创新在全景相机领域占据龙头地位。招股书显示，根据Frost & Sullivan的数据，2023年公司品牌“Insta360 影石”全景相机全球市场占有率67.2%，排名第一。

运动相机领域，公司同样表现亮眼，“Insta360 影石”品牌在Frost & Sullivan的2023年全球运动相机排名中位列第二。

而全球化战略是影石创新成功的关键。据了解，创始人刘靖康在创业初期就确立了“立足全球”的市场定位。招股书显示，2022至2024年间，公司境外销售收入分别为

15.96亿元、29.03亿元、42.23亿元，占主营业务收入比例分别为79.43%、80.83%和76.35%。

跨界寻找新增长点

此次布局无人机业务，或是影石创新在全景相机增长空间受限的情况下，寻找第二增长曲线的重要一步。

从财务数据来看，2022年至2024年，公司分别实现营收20.41亿元、36.36亿元、55.74亿元，三年复合增长率达65.25%，保持快速增长态势；但归母净利润分别为4.07亿元、8.3亿元、9.95亿元，增速明显放缓。

公司利润承压的趋势在2025年一季度进一步加剧。具体来看，2025年第一季度，公司营业收入13.55亿元，相较去年同期增长40.70%；但归母净利润1.76亿元，同比下降2.50%。净利润的下降或预示着公司正面临新的增长挑战。

深入分析发现，公司2024年利润增速下滑或是受到影石创新降低消费级产品价格的影响。

影石创新招股书显示，2024年，影石创新的主要收入来源，消费级智能影像设备销量从2023年的138.6万台大幅提升至222.96万台，同比增长60.86%；但平均单价则从2259.32元降至2147.74元，同比下降4.94%。

与此同时，公司消费级产品的营业成本也在逐年增加，2022年至2024年，消费级产品的营业成本分别为8.44亿元、14.05亿元、23.26亿元。

面对这一局面，若能打开消费级无人机市场，影石创新将获得更多元的收入来源。值得注意的是，该行业技术门槛较高，需要大量研发投入。

2022至2024年，影石研发费用分别为2.56亿元、4.48亿元、7.77亿元，占营业收入比例分别为12.54%、12.31%和13.93%。其中，研发人员薪酬占研发费用的比例分别为76.23%、81.78%和84.32%，占比逐年增加。

多家公募争相抢筹

今年6月11日，影石创新在上交所挂牌，登陆科创板，发行价为47.27元，上市首日收盘，该股报177元，上市首日涨幅高达274.44%，中一签可赚约6.5万元。

风投与基石投资者更是赚到盆满钵满。媒体统计显示，以较早投资影石创新的IDG为例，IDG共持有该公司4796.62万股，持股成本约为165.25万美元，约合人民币1188.15万元。若以当前确定的发行价格47.27元计算，IDG的持股价值将达22.67亿元，投资回报超180倍，而上市后影石科技再次翻了5倍之多。

尽管是次新股，公募基金也已入场。今年二季度报披露，持有影石创新的基金有16只，涉及7家基金公司，持股总量并不多，仅69.59万股，公募基金持股占流通股比例仅2.28%。

其中，信达澳亚旗下基金公司持股最多，为22.23万股，博时、富安达、建信等基金公司持股数量均超10万股。

基金产品方面，持有比例最高的是华安新活力、华安添益一年持有、建信兴晟优选一年持有，影石创新均在第三大重仓股中；而持股数量最多的是信澳品质回报6个月持有，该基金持股18.54万股。

对上述持仓的基金经理而言，鲜有明星基金经理，且基金规模均较小，基金经理在个股挖掘上具有一定的灵活性。

此外，影石创新当前也获得基金公司频繁调研，仅7月以来，公司就公告三次投资者调研，从7月初的三五家基金公司，到最新7月28日公告显示，公司接待来自公私募、国内资管机构的调研达50多家。

纵深

能否攻入大疆“腹地”？

“撒钱”视频背后，一个更值得关注的现实是：影石创新正在凭借AI无人机，进攻深圳市大疆创新科技有限公司（以下简称大疆）长期垄断的消费级无人机“腹地”。值得注意的是，大疆日前也发布了其首款全景相机。这意味着，大疆和影石创新这两个在各自领域“傲视群雄”的企业，不约而同地开始向对方擅长的领域发起进攻。

影石创新和大疆，这两家总部同样位于深圳的消费电子巨头，均已在各自的强势品类中占据了绝对龙头的位置：前者连续六年蝉联全球消费级全景相机市场冠军，后者在全球消费级无人机市场的份额超过70%。

为何选择进入无人机市场？影石创新创始人刘靖康日前在社交平台上公开回应：“一是受公司使命愿景驱动；二是察觉到大量客户需求未得到满足，存在创造市场增量的机会；三是该业务能够牵引公司成长，锻炼十二边形能力。”他还提到，5年前做此决策时，就预想过这一举动会刺激大疆做全景相机“抄家”，但即便如此，公司依然选择踏上征程。

“领跑马拉松的是顶级选手，你也会跑得更快。你是选择在新手村躺，还是选择一个魔鬼教练？当然，最重要的是无人机像车的四个轮子，世界上需要车的类型太多了，消费无人机也有很多不同类型的需求。”刘靖康说。

面对影石的“偷袭”，大疆也没有坐以待毙。近年来，大疆陆续推出了云台相机、手持云台、运动相机等，丰富了影像产品线。其消费级无人机影像产品主要定位于旅游拍摄、旅途、运动场景的航拍等等。

值得一提的是，大疆近期开始向全景相机领域发起冲击。7月31日，公司正式发布了首款拥有1英寸全景影像传感器、支持原生8K50帧旗舰画质的全景相机Osmo 360，这一产品标志着大疆正式进军全景影像市场，将与影石创新“同分一杯羹”。

从竞争格局看，短期内双方都难以彻底颠覆对方的基本盘。在无人机领域，大疆已在飞控系统、图传技术、电池管理、避障传感器、供应链整合等方面建立起行业壁垒。尤其是在飞控系统领域，大疆自主研发的算法支持无人机实现厘米级定位，即使在复杂环境中仍能维持稳定飞行。

不过，影石创新也并非没有胜算，其核心优势在于软件算法和影像处理能力。例如，影石创新的AI（人工智能）低光视频增强技术可在弱光环境下录制出亮度更高、细节更丰富的4K视频，而传统算法在夜间拍摄存在噪点多、画面模糊等问题。

相关

“90后霸总”刘靖康

34岁的刘靖康成为科创板首位“90后”董事长。

2015年正式创立影石Insta360品牌，开启专业级全景相机的研发之路。2016年7月，影石创新迎来重大突破，推出了的消费级全景相机Insta360 Nano。随后，影石创新将业务版图延伸至运动相机领域，相继发布Insta360 ONE和Insta360 ONE X两款全景防抖运动相机产品。

凭借出色的创新成就，刘靖康于2017年入选福布斯中国30位30岁以下精英、2021年被《财富》评为“中国40位40岁以下商界精英”、2024年又入选“2024福布斯中国出海领军人物TOP30”榜。

在刘靖康的“加持”下，影石创新展现出强大的“吸金”能力。在上市之前共完成了8轮融资，投资方包括IDG资本、启明创投、苏宁集团、中信证券、利得资本等知名机构。

重庆商报综合环球老虎财经、财联社、每经新闻等

产品体验

