2024年12月13日 星期五
本版主编:于 南 责 编:李 正 制 作:王敬涛
证券日报

探寻产业发展"新引擎"

冰雪"冷"资源变成经济"热"引擎

本报记者 贾 丽

为加速厚植冰雪优势,释放冰雪红利,多地正密集出台一系列促进冰雪产业发展的新政策,助推冰雪"冷"资源变为经济"热"引擎。

今年以来,冰雪经济以磅礴之势席卷全国,相关产业融资规模不断攀升,企业注册数量同比大幅上扬,"冰雪热"一浪高过一浪。北京蚂蜂窝网络科技有限公司(以下简称"马蜂窝")公布的数据显示,各地"冰雪""赏雪"相关热度近一周(11月27日至12月4日)平均涨幅超过50%,"滑雪"平均热度涨幅超过100%。其中,冰雪之都哈尔滨成了冬季旅游热度提升最快的城市。

哈尔滨作为世界闻名的冰雪旅游胜地、极具代表性的中国冰雪文化城市,在全国冰雪经济的版图中占有举足轻重的地位。据了解,第二十六届哈尔滨冰雪大世界的冰雪景观建设正紧锣密鼓地推进,而2025年第九届亚洲冬季运动会(以下简称"亚冬会")则将于2025年2月7日至2月14日在哈尔滨举办。

近日,《证券日报》记者深入哈尔滨、大庆等地,实地探访亚冬会比赛场馆、中央大街、数字龙江智算中心等,试图立足"尔滨"看全国,寻找冰雪经济的"流量密码"。

新技术护航冰雪产业

作为"老工业基地",哈尔滨正依托人工智能、算力、5G-A等新技术展现"新气象"。

记者在哈尔滨体育学院的综合馆(以下简称"综合馆")内看到,运动健儿们正为亚冬会紧张备战,多部仪器正通过视频同步采集着数据,场馆内以5G-A、人工智能等技术支持的智能设备已调整完毕,未来将应用于亚冬会赛事。

"哈尔滨正在持续引入新技术以打造冰雪新经济。我们已经在综合馆以及旁边的速滑馆部署了5G-A网络,采用双链路等机制确保网络延展性。"黑龙江联通哈尔滨分公司网络优化中心副经理张君毅表示。

《证券日报》记者了解到,5G-A和AI技术将在赛事指挥、媒体转播等环节起到关键作用。同时,网络运营商还与企业联合实施了立体组网及天空一体化演练,结合毫米波技术,增强冰雪场景下的网络综合能力。

马蜂窝数据显示,哈尔滨冰雪大世界近一周(11月27日至12月4日)热度环比上涨150%。中央大街客流量持续增长。文化和旅游部数据显示,2023-2024雪季,哈尔滨共接待游客同比增长300%,实现旅游收入1248亿元,同比增长500%。

大量游客同时联网,给通信基站带来了巨大的考验,新型通信网络技术为这座冰雪之城搭建起了坚实的"通信桥梁"。在哈尔滨的中央大街,游客频繁地拍照、上传视频,现场直播不断。对此,网络运营商在热门景区铺设了5G-A网络,确保游客手机网络的畅通。

中国移动通信集团黑龙江有限公司市场经营部三级经理阚莹莹指着街道上的新型基站向《证券日报》记者表示:"新技术正加速中央大街等场景数字化转型,黑龙江目前正在全省上线5G-A'套餐',促进冰雪经济和智慧旅游发展。"

自哈尔滨承办亚冬会以来,哈牡高速铁路沿线累计新开通5G基站323个,亚布力滑雪中心增补5G基站9个,实现信号升级。此外,亚冬会执委会办公场所及多数热点景区均完成5G-A网络部署,集成大模型算法。

"围绕通信及人工智能领域的一系列布局,不仅是黑龙江对智慧冰雪赛事、旅游等领域的持续投入,也是大力发展冰雪经济的一个缩影。更重要的是,这一冰雪'热效应'正从哈尔滨自北向南加速辐射至全国多地。"中科(黑龙江)数字经济研究院院长栾红燕向《证券日报》记者表示。

"冰雪热潮"已蔓延全国

从北国的"冰雪奇缘"到南方的"滑雪新潮流","冰雪热潮"已蔓延全国。

国务院办公厅于11月初发布的《关于以冰雪运动高质量发展激发冰雪经济活力的若干意见》明确,到2027年,冰雪运动场地设施更加完善,服务水平显著提升,冰雪运动更加广泛开展,我国冰雪竞技国际竞争力进一步增强,冰雪经济总规模达到1.2万亿元。

另据了解,随着近年来全国多地相继推出支持性政策,力促冰雪产业发展,产业规模持续扩大,已成为推动区域经济发展的重要力量之一。

例如,黑龙江围绕税收优惠、资金支持等方面推出了一系列促进冰雪经济发展的政策措施。黑龙江省人民政府办公厅于近日印发的《黑龙江省关于以冰雪运动高质量发展激发冰雪经济活力的实施方案》提出,到2030年,冰雪经济主要产业链条实现高水平融合发展,冰雪消费成为扩大内需重要增长点,冰雪产业总产值突破4500亿元。

"哈尔滨持续做强冰雪装备园区,扩大产业虹吸效应,完善冰雪基础设施,培育冰雪新型业态,探索出了一条中国式现代化冰雪实践之路。"哈尔滨市文化广电和旅游局相关负责人表示。

除哈尔滨外,作为冬奥会的举办城市,北京也积极将相关场馆盘活。其中,"冰丝带""雪飞天"等场馆已举办了多场国际级和国家级的雪上赛事。

江苏等地虽冰雪资源有限,但通过引进技术和参与产业,推动冰雪发展。广州举办冰雪主题及室内活动,湖北、贵州融合民族风情、自然风光发展冰雪旅游,山东威海、福建等地在冰雪装备制造业上下功夫。上海、成都、杭州等地则升级基础设施、结合当地特色,探索冰雪经济新模式。

图① 人工智能技术支撑哈尔滨信息化运行 图② 游客在中央大街拍照
图③ 运营商联合企业打造算力中心集群 贾丽/摄

"冰雪+科技"大有可为

贾 丽

作为新潮流,冰雪运动不仅带动了相关装备制造业的蓬勃发展,还让冬季旅游更加魅力十足。而随着政策暖风频吹,我国冰雪经济正快速"出圈",逐渐形成"由北向南"的燎原之势。

地方特色资源的合理利用与现代科技的结合,是推动产业和消费升级的金钥匙。在新技术迅猛发展的今天,以科技赋能推动冰雪产业发展,尤为重要。笔者认为,产业链各方着力做好以下三点工作,"冰雪+科技"将大有可为。

首先,新技术的应用是完善冰雪产业链的关键。冰雪装备制造业和赛事运营等领域当前仍有巨大的提升空间。各地宜通过支持冰雪装备制造业,鼓励技术创新,提升高端装备的国产化率。例如,将航天材料技术应用于滑雪装备,以新技术提高造雪效率和质量;改进造雪机和室内滑雪场设备,提高场地的利用率和吸引力。

其次,构建新的发展模式是推动特色冰雪产业发展的加速器。如拥有丰富天然冰雪资源的北部地区,可以通过冰雪装备制造、冰雪培训、冰雪运动等全链条的协同发展,实现区域经济的链式反应,进而辐射其他地区。南部地区虽然天然冰雪资源溃泛,但可以依托智能制造优势,发展仿冰造雪技术,探索智慧场馆等新模式,推动冰雪运动普及,为经济发展注入新活力。

最后,深度融合是激发冰雪经济新活力的源泉。新技术在冰雪产业中的应用潜力巨大,如5G-A网络可为冰雪运动直播和安防提供技术支持,AI与数字孪生技术在滑雪游戏和虚拟体验等方面前景广阔。各地以"冰雪+"融合技术推动产业转型升级,有望打造"出圈"项目,为冰雪文化的传播提供新渠道。冰雪产业与旅游文化、体育赛事、配套设施及智能制造业等高度融合,才能激发其更强大的发展动能。

总体而言,冰雪经济正在崛起,且逐渐成为国民经济的新驱动力。用源源不断的科技创新,为冰雪产业发展注入更多活力,方可让"冷"资源持续"热"下去,推动"智慧冰雪"成为我国扩大内需,实现经济高质量发展的重要新引擎。

"当下,多地正通过整合冰雪旅游、文化和体育等多种业态,构建具有当地特色的冰雪产业链,冰雪经济的市场潜力有望得到全面释放,中国正在打开冰雪经济高质量发展的新格局。"厦门大学中国能源政策研究院院长林伯强向《证券日报》记者表示。

冰雪经济蓬勃发展

随着多重利好的持续推动,我国"北冰南展"趋势愈发明晰,冰雪产业已经成为了多地的"香饽饽",这一发展势头也吸引了众多"新玩家"涌入赛道,带动融资市场"热"起来。

天眼查APP数据显示,冰雪经济相关企业的注册数量近十年间累计增长近5倍。在2.5万家相关企业中,产品实现出口的企业数量已达数千家,相关上市公司超30家。

在投融资市场,北京岁月桔子科技有限公司公布的数据显示,冰雪赛道历年来累计发生融资行为59起,特别是北京冬奥会申办成功后,相关融资数量和规模明显增多。冰雪产业生态链条持续扩容,"冰雪+"消费新场景纷纷涌现。

值得关注的是,冰雪产业迅猛发展之际,产业运营痛点也逐渐浮出水面。比如,从整体产业发展来看,尚需应对人才匮乏、地域资源分布不均以及非雪季运营困难等问题。

"我国冰雪产业起步相对较晚,仍待完善规则标准,加强人才培养和引进,推动产品国产化并提升附加值。"清华大学战略新兴产业研究中心副主任胡麒牧在接受《证券日报》记者采访时表示。

当前,国内冰雪产业市场参与者众多且分散,高端领域面临资金和技术壁垒。在林伯强看来,冰雪产业链发展需引入多元资本,激活优质资源,鼓励民资和外资参与,并推动产业链在国产化和技术创新上持续发力。

另据了解,冰雪装备、赛事、文旅等相关上市公司也在积极布局相关细分产业,并与通信、科技企业联合引入AI等新技术,共同攻克难题。相关企业不仅迎来订单增量"快速跑",也在加快推动雪装备、雪文化"出海"。

例如,中体产业集团股份有限公司相关负责人向记者表示,在赛事运营方面,公司正在针对技术难题引入新合作方,通过打造赛事IP等方式,推动冰雪产业发展;三大运营商则在多地打造"黑科技+冰雪"数字馆,并与当地企业联合打造算力中心集群,为冰雪产业发展提供坚实的AI底座。

极米科技车载业务渐入佳境

本报记者 舒娅疆

12月12日,极米科技股份有限公司(以下简称"极米科技")股价盘中以100.65元/股创下近期新高。

据了解,作为全球家用投影市场的领军企业,极米科技在今年初将车载业务列为公司的战略方向,积极布局智能座舱、智能大灯等车载光学新业务,并取得了良好进展。公司10月份以来披露的多份公告显示,公司在较短时间内实现了车载业务的快速突破,不仅连获5个定点项目,并且预计在2025年内均能实现量产供货,公司车载业务发展状况和前景受到了市场广泛关注。

近日,极米科技CEO肖适与极米科技副总裁、车载事业部负责人田峰在接受《证券日报》记者专访时表示,公司自2021年上市以来,研发投入已累计超12亿元,此前压强式的研发投入和产业供应链布局,为公司拓展车载业务奠定了坚实基础,"公司的车载业务才刚开始,未来在国内外市场都具有成长空间。"

全力发展车载业务

当你想在车内沉浸式观影时,巨幕从车顶缓缓降下,给乘客带来绝佳的声、光、影体验,结束后巨幕可自动收回,不会影响乘客视线;而在自动驾驶时代,车身外的"迎宾光毯"可以为乘客带来更多人机交互的服务……上述应用场景,均有望在极米科技推出的车载业务(智能座舱、智能大灯等)中实现。

肖适表示,极米科技决定在家用投影业务的基础上拓展车载业务,并不是冲动的决定。公司在几年前就已经开始讨论做车内投影业务的可能性,并且花费近两年的时间对此进行论证,无论从用户需求、自身产业链布局还是与汽车厂商的交流情况来看,都得到了正向的反馈,"近年来,汽车作为人们居住、工作以外的'第三生活空间'功能越来越明显,我们相信车载业务市场大有可为。于是在2024年春节前,正式决定进军汽车行业。"

田峰表示:"公司几乎以all in的姿态全力发展车载业务。我们还以项目制分成了不同的团队,专人对接不同的汽车厂商,用更高的效率为B端客户提供定制服务。"

据悉,极米科技目前正在积极推进车载产品的生产、送样及测试等工作,近期披露的5个定点项目预计都将在2025年内量产面世,其中,搭载公司车载产品的车型最快有望在2025年3月份实现量产。

车载投影市场被看好

近年来,车载投影相关产业的发展前景受到市场关注和看好。天风证券发布研报称,在汽车产业智能化浪潮的背景下,车载投影显示有望迎来较好发展,目前已形成HUD(抬头显示)、智能大灯、车载投影三大应用场景。根据测算,三大应用场景在2025年的市场规模分别将达到192亿元、108亿元、240亿元。

伴随行业呈现出良好的发展预期,包括极米科技、深圳光峰科技股份有限公司等在内的专业投影企业已纷纷开始布局,抢抓行业新风口机遇。

"硬件能力、软件能力、端到端的设计生产整合能力,这是公司获得(汽车)主机厂商认可的主要原因。"田峰表示,得益于与Texas Instruments Incorporated(德州仪器)的紧密合作以及在家用投影领域深耕多年,公司在光学成像等硬件方面、投影自动校正、画面对齐以及颜色自适应等方面的软件能力均具备行业领先优势。同时,公司是目前国内唯一可以做到从镜片、镜头、光机到整机的全产业链闭环生产企业,有利于成本优化和质量管控,上述因素对促成汽车厂商与公司合作发挥了积极作用。

此外,极米科技的设计能力也为其车载业务带来增益效果。肖适表示,公司的C端市场经验可以更好地帮助其以"消费级视角"辅助车厂对公司产品外观、材质等做出设计,共同定义车载投影应用新场景。

豪车经销商"转投"国产品牌 新老势力角逐蔓延至渠道端

本报记者 龚梦泽

近日,北京华阳奥通汽车销售有限公司(以下简称"华阳奥通")发布公告称,"公司不再继续奥迪品牌的经销业务,但将继续从事奥迪车型的维修保养业务"。据了解,华阳奥通曾是北京最大的一家奥迪汽车经销商,多次获得奥迪服务双杯全国竞赛第一名,并且是奥迪北京培训中心所在地。也正因如此,其突然停止经销业务,引起了较大反响。

12月12日,《证券日报》记者来到了位于北京来广营的华阳奥通,上述公告张贴在入口处,门店已经更换成了"AITO"标识,店内也已经没有了奥迪展车的身影,取而代之的是问界的两款在售车型。

有不愿具名的豪华品牌经销商向记者透露,华阳奥通的确已被奥迪取消了授权,和它一起退网的还有郑州中升汇迪门店,原因都是在未经许可的情况下,转投了华为问界渠道网络。"上述两个门店的投资人本打算把原址拿来做国产新势力品牌,将奥迪迁到其他地址。没有获得同意就先这么做了,品牌方知道后直接予以退网处理。"

"新势力与传统车企之间的战火,已经从产品端烧到了渠道端。"在中国乘用车产业联盟秘书长张秀阳看来,持续近两年的"价格战",已经让处于零售终端,常年进销倒挂的汽车经销商难以为继,忠诚度也随之下降。同时,在智能汽车时代的大潮中,消费观念正在快速更迭,中国高端电动车品牌正逐渐赢得市场和消费者的广泛青睐。

佐证汽车行业"电进油退"?

公开资料显示,华阳奥通成立于2010年4月6日,曾是北京最大的奥迪4S店。公司于2012年9月份正式开业,是奥迪A级授权经销商,拥有奥迪城市展厅、奥迪维修工厂和一汽奥迪培训中心。2015年,该店奥迪新车累计销售突破1万辆;2023年,华阳奥通成为了中国汽车流通行业4S店汽车营收百强企业。

记者在华阳奥通看到,目前店面的整体装修还保持着奥迪的主视觉风格,只是更换了LOGO和展车,略显空旷冷清。据店内工作人员介绍,门店展厅、交付中心和试驾车预计会在本月中下旬布置完毕。

上述工作人员表示,中国高端纯电市场量价齐升,越来越被消费者看好和认可,加上燃油车业绩全面下行,公司转投新能源品牌是迟早的事情。

事实上,面临市场变化,越来越多豪华品牌(如保时捷、玛莎拉蒂、宝马、奔驰等)经销商也在积极"转投"新兴的中国新能源汽车品牌。这些经销商"转投"国产品牌,被业内认为是汽车行业"电进油退"格局下,此消彼长的最直观体现。

中国汽车流通协会乘用车市场信息联席分会数据显示,今年前三季度,保时捷、奔驰、宝马、奥迪等品牌在华销量均出现了不同程度下滑,其中同比降幅最高的品牌接近30%。而上海蔚来汽车有限公司(以下简称"蔚来")的销量却同比增长了35.7%,在高端纯电市场占据领先地位。"2023年至今,已有超过40家传统豪华车品牌经销商转投蔚来,这一数字彰显了蔚来等中国高端电动车品牌的强劲市场吸引力。"蔚来高级副总裁魏健表示。

豪华车价格倒挂现象突出

华阳奥通的情况并非个例,也反映了当前豪华车市场的变化和经销商面临的困境。过去,由于豪华车品牌高溢价、利润可观,获取豪华车品牌授权是无数经销商的梦想。但随着高端国产品牌的兴起,豪华车市场结构发生了变化。

在中国汽车流通协会副秘书长郎学红看来,豪华车品牌的价格倒挂(注:销售价格低于进货价)幅度普遍达到30%,最高可达50%。当价格倒挂达到30%或者40%,经销商已无法承受。

"今年豪华车价格倒挂的现象比较突出,经销商处于赤字经营的状态,而价格倒挂根本原因是市场供需失衡。"郎学红进一步表示,由于豪华车品牌杠杆率高,一旦银行政策收紧,资金流动性紧张加剧的问题出现,豪华车品牌经销商的风险就会更重。

除了华阳奥通外,另一家奥迪4S店郑州中升汇迪汽车销售服务有限公司也转投了问界品牌。据悉,该4S店隶属于中升集团控股有限公司,公司已计划分两批将旗下48家豪华车品牌4S店进行品牌变更,变更后将包含40家AITO用户中心和8家鸿蒙智行用户中心。

上海永达控股(集团)有限公司近日也宣布,今年年底前,至少开出15家华为智选车授权网点。2025年一季度,授权网点将有望超过30家,全面覆盖江浙沪地区。

有已完成新能源汽车品牌转换的经销商经理张江向《证券日报》记者表示,尽管自主新能源品牌的返点佣金较豪华燃油车品牌少,但流量巨大,通过薄利多销完全可以弥补。"每当小米、华为鸿蒙智行等国产热门品牌有新车上市时,都会收获大量热情的消费者到店试乘试驾,经常会忙到很晚下班,这在以前是不可想象的。"

不过,张江也有自己的担忧。在他看来,豪华车品牌让大家持续相对稳定地盈利了30多年,新势力品牌能让经销商盈利多久还是个未知数。

"从最初坚持直营、线上销售,到现在积极吸纳经销商网络,新势力品牌的战略调整瞬息万变,真担心转网的经销商会跟不上节奏,成为快速转型的牺牲品。"张江表示,新势力品牌门店的收入来源单一,只能靠提成。另外,新能源车的售后维修服务比燃油车简单,能够创收的空间有限,前端销售门店与后端服务门店相互分离等,都是今后需要关注和改善的问题。