

# 夯实“库-链-网”三维生态 杭州厚植动漫游戏创新沃土

<<上接A1版

在财政资金扶持方面，杭州市设立了动漫游戏产业发展专项资金等专项产业基金，对原创动画在央视、省级卫视播出，在“金猴奖”等赛事中获奖的作品以及成功获批游戏版号、开展技术研发的企业给予奖励。

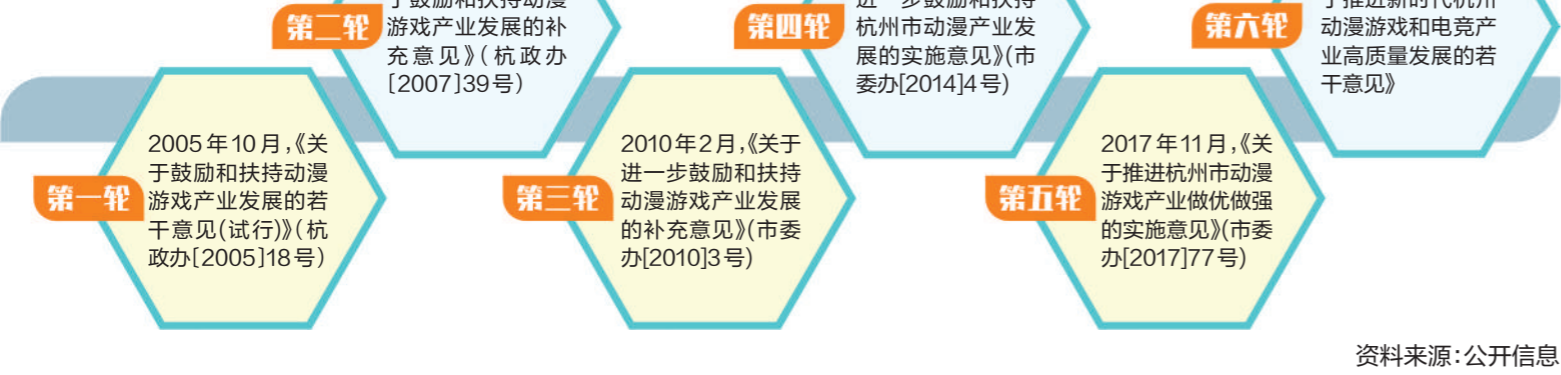
“在产业集聚平台建设方面，杭州打造白马湖生态创意城、中国动漫博物馆、之江文化创意园等核心载体，通过租金减免、税收优惠等政策吸引企业入驻，并借助‘国字号’平台中国国际动漫节，为动漫游戏企业提供展示、交易和IP孵化服务。”陈孟伟说。

以资金扶持政策为例，据证券时报梳理，2005年杭州市在相关文件中就明确提出，自当年起，设立动漫游戏产业发展专项资金5000万元，滚动用于对动漫游戏产业的奖励、资助、贴息等。从2010年起，杭州市本级财政在每年市文化创意产业专项资金中，安排动漫游戏产业发展专项资金7000万元。

2022年，杭州发布了第六轮产业政策《关于推进新时代杭州动漫游戏和电竞产业高质量发展的若干意见》，其实施细则中明确了扶持范围和标准，如对在全国院线放映的动画电影，累计票房达到2000万元的支持50万元；达到1亿元的支持200万元；超过10亿元的支持1000万元。多年投入结出了丰硕“果实”。

据杭州市投资促进局公布的数据，2023年，杭州市规上数字文化企业实现营收8064亿元，同比增长18%。其中动漫游戏产业全年营收突破500亿元，杭州动漫游戏企业达267家，从业人员超过万名。

## 杭州六轮动漫游戏产业扶持政策变迁



## 为企业发展“添一把火”

文化创意产业最终要靠作品说话。近年来，杭州诞生了大量叫好又叫座的动漫游戏作品。

2023年，动画电影《长安三万里》取得超过18亿元票房，这部作品在制作过程中便入选杭州市动漫游戏优质项目类别，获得2022年度专项资金支持。

2024年爆火的游戏《黑神话：悟空》，也曾获得2022年杭州市动漫游戏专项资金支持。“杭州这些政策为《黑神话：悟空》这样的项目提供了重要的资金支持与政策引导，极大地减轻了企业负担，让企业安心专注于产品研发。”陈孟伟说。

和杭州游科互动科技一样，还有大量动漫游戏企业从相关政策中受益。成立于2023年的初创原创动漫企业杭州白露影视文化传媒有限公司就是其中之一。

白露影视商务总监曹茂武告诉证券时报记者，公司成立后获得了三年租金减免政策；公司作为杭州本土企业参加中国国际动漫节，有相

## 创新土壤结出文创硕果

事实上，助推杭州动漫游戏产业发展的因素有很多。除了持续更新迭代的鼓励扶持政策之外，杭州海量的人才储备、高度发达的产业生态与数字经济、良好的营商环境也备受访企业频频提起。

“杭州拥有浙江大学、杭州师范大学、中国美术学院、浙江传媒学院等众多知名高校。这些高校为动漫游戏行业培育了大量优秀人才，为杭州产业发展提供了坚实的支持。人才的汇聚不仅提高了产业的生产效率，还激发了创新活力，进一步增强着杭州在动漫游戏领域的竞争力。”陈倩倩表示。

以阿里巴巴、网易为代表的互联网龙头企业的存在，更是让杭州动漫游戏企业有了技术支撑。

根据公开信息，由杭州企业追光动画打造 的电影《长安三万里》中的大量造型、场景、道具的云渲染服务，均由阿里云提供；此前，追光动画的另一部作品《新神榜：杨戬》的渲染，44%也



杭州召开的第三届全球数字贸易博览会上的《黑神话：悟空》展区。 时报财经图库/供图



恺英网络《岁时令》IP受消费者追捧。 受访公司/供图

们的《百工灵》项目自立项伊始，便切实感受到了各级政府的大力支持与助力。”杭州恺英网络科技有限公司副总经理陈倩倩向证券时报记者表示。

“在项目推进过程中，《百工灵》小说获得了浙江文化艺术发展基金的支持；《百工灵》IP孵化项目得益于杭州市动漫游戏产业专项资金的扶持；《百工灵》动画得到了余杭区文化艺术发展基金的资金助力。这些实实在在的资金支持，为项目的顺利推进提供了很好的保障，也让我们有了坚持长线运营IP的底气。”陈倩倩说。

杭州动漫游戏产业的高度集聚，也为恺英网络的IP开发提供了便利。《百工灵》IP目前已与部分消费品品牌、景区、商超等开展合作，从实体产品的生产到销售渠道的拓展，每一个环节都离不开上下游企业的支持。

“杭州完善的动漫游戏产业链，极大地降低了项目的沟通成本。在产品开发过程中，我们能够迅速找到合适的合作方，高效对接需求，确保项目顺利推进；在业务运营方面，与上下游企业的紧密合作，也让我们的资源整合更加顺畅，有效提升了运营效率。”陈倩倩说。

杭州这座城市便有了更多活力。可以说，动漫节见证了杭州动漫游戏产业的飞速发展，也生动诠释了动漫游戏产业对推动城市发展的重要意义。

“发展动漫游戏产业对城市而言是推动经济转型、塑造文化品牌、激发创新活力的战略选择，其价值远超单纯的产业范畴。”陈孟伟认为，动漫游戏产业正在重构杭州的空间形态与精神气质，帮助杭州打造特色鲜明的城市名片，为城市的全面发展注入新的活力和动力。

2022年11月，杭州在《关于推进新时代杭州动漫游戏和电竞产业高质量发展的若干意见》中提出，到2025年，营造杭州市动漫游戏和电竞产业与相关产业深度融合、互促互进的生动局面，初步建成国际动漫之都、电竞名城，全市动漫游戏和电竞产业年度总营收超过600亿元。如今，杭州离这一目标已越来越近。



# 楼市暖风吹向二线城市 各地成交走出春节假期影响

证券时报记者 张一帆

国家统计局数据显示，新房价格环比转涨的趋势，由一线城市向二线城市扩围。同时，目前各地楼市成交已经走出春节假期影响，恢复到节前氛围。三四月楼市“小阳春”能否兑现备受关注。

2月19日，国家统计局发布的2025年1月份70个大中城市商品住宅销售价格变动情况显示，1月份，二线城市新建商品住宅销售价格环比由上月持平转为上涨0.1%，为2023年6月以来首次上涨。

而在2024年12月，一线城市新房价格已经先一步实现2023年6月份以来的首次反弹，当月环比涨幅达0.2%。加上今年1月份，一线城市商品住宅销售价格实现环比两连涨，上涨幅度为0.1%。

具体分城市来看，1月份，70个大中城市中，新建商品住宅销售价格环比上涨城市有24个，比上月增加1个。一线城市中，北京下降0.4%，广州持平，上海和深圳分别上涨0.6%和0.2%；二线城市中，成都、南京环比上涨0.7%，宁波环比上涨0.6%，武汉、无锡环比上涨0.5%，环比涨幅居前。

二手房方面，一线城市二手住宅销售价格环比上涨0.1%，涨幅比上月回落0.2个百分点。二线城市二手住宅销售价格环比

下降0.3%，降幅与上月相同。

今年1月份，是近年来楼市政策环境最为宽松的时期。同时春节期间各地政府积极出台针对返乡置业的优惠政策，激发返乡群体购房需求。在本次环比涨幅较大的二线城市中，如成都、南京、武汉等，即便1月销售受到春节假期影响，其成交量也较为可观。

中指研究院研究副总监李益峰介绍，成都2025年1月新房销售面积为115万平方米，同比增长2%，事实上成都二手房价格自去年11月以来已连续3个月小幅上涨，市场量价恢复明显，预计2025年行情有望延续。当月，南京市场也保持增长，新房销售面积为24万平方米，同比增长24%；武汉春节期间日均成交量则较2024年春节同期增长93%。

“稳定市场量价是止跌回稳政策的核心目标，尤其是收购存量商品房、存量土地的进度有望加快，进而缓解开发商资金压力、优化供应端，同时城中村改造扩围将贡献增量需求，推动行业供需结构改善。”湘财证券分析师张智琛表示。

平安证券地产团队表示，后续要重点关注春节后销售走势，若重点城市楼市超预期、房价止跌回稳，或带来基本面修复行情；若春节后楼市快速走弱，三四月将迎来新一轮政策博弈窗口。

# 湖北服务消费季即将启动 再投千万消费券包

证券时报记者 刘茜

2月19日，湖北省政府新闻办举行新闻发布会，介绍2025年“中华美食荟”暨湖北服务消费季活动相关安排。

今年第五届“中华美食荟”首次走进中部地区，将于3月17日在武汉市正式启动，同步启动湖北服务消费季活动，通过举办一场启动仪式、打造三大主题市集、聚焦五大消费领域、开展N场惠民促消费活动，满足全省居民和外地游客的服务消费新需求。

2024年湖北省限额以上餐饮业销售额同比增长10%，餐饮收入位居全国前列。此次启动仪式设置中华美食馆、荆楚风味馆、美好生活馆等3个沉浸式体验主题市集。聚焦商、文、旅、体、健五大领域，省市县联动举办600多场服务消费专题活动。联动美团、饿了么等本地生活服务平台投放千万消费券包，打造“吃住行游娱购”全覆盖的线上线下消费场景。

同时，围绕精品购物、经典旅游、精彩展演等重点领域，创新打造多元化消费场景。联合各大商圈、电商平台、品牌企业推出系列主题促销活动，举办各类新品发布会、时尚秀场、购物节等活动。

# 超级应用联姻DeepSeek “技术共同体式”互通成新趋向

证券时报记者 王小伟

腾讯和百度两大超级应用，接连在各自的基本盘业务中接入DeepSeek的AI技术，这对于观察中国互联网的演进趋势提供了重要窗口。

从公司层面来看，两家巨头都有自研大模型，引入第三方开源模型意味着它们都已形成“双轨策略”。从商业逻辑推衍，这既保障技术自主性，又可以通过开放生态加速应用创新。

从产业层面观察，市场普遍关注AI即将带来的诸多产业变化。从互联网产业来看，随着AI演进和赋能的提速，我国互联网有望出现一轮“技术共同体式”的互联互通新潮流。

实际上，持续火爆的“DeepSeek现象”，使互联网大厂此前坚守的自研路线被市场所审视和质疑，同时也引发了越来越多巨头的反思。从字节、阿里、百度、腾讯等对DeepSeek的公开回应来看，反思涵盖了开源、算法、长链思维模型、创新范式等多个维度。还有些市场声音指向了部分平台组织臃肿、创新迟滞、考核机制与商业化诉求过急等弊端。

面对AI界的“颠覆式创新”，大平台正在展现出开放拥抱和火速应对。以百度为例，已经先后祭出免费、接入、开源、深度搜索等诸多动作，比如，百度智能云多款产品完成DeepSeek适配上线、文心一言将于4月1日起全面免费、下一代文心大模型正式

开源等。从商业逻辑来看，指向了守卫搜索入口、避免被高阶搜索蚕食的诉求。

腾讯接入DeepSeek更是超出市场预期。因为其一直宣称“稳扎稳打，不急于求成”，此前还有从外部开源模型逐渐向混元收敛的诸多动作，这次对于DeepSeek的全面拥抱却格外迅速。

从外延影响来看，微信有超级流量和生态，DeepSeek有智能技术，有一种判断认为，微信可能会从“流量平台”升级为“智能操作系统”，通过AI整合搜索、社交、支付等服务，建起更强大的生态壁垒。

超级应用接连联姻DeepSeek，昭示出某些新指向——如果说云平台接入DeepSeek可以视为1.0阶段，超级应用接入DeepSeek则可以视为2.0阶段。在新阶段里，超级应用自给自足的“孤岛生态”被打破，转而出现在连接紧密的“技术共同体”的意味。这与此前不少大厂筑高封锁城墙，更看重流量在超级应用“内循环”的打法已经大不相同。

在这个进程中，中国互联网竞合生态或将演绎新的变奏曲。倘若这一新趋势加速演绎，压力无疑将会给到阿里和字节系的主力应用，马云和张一鸣会做出何种选择，成为市场新关切。

同时，面对“技术共同体式”互联互通新潮流，对于大厂来说，市场更期待的是，以往的自研不要沦为沉没成本。相反，倘若能以“赛马”的方式推动自研的迭代，推动各产品加快场景建设，也可谓是“失之东隅，收之桑榆”了。