

35度“秒变”零下6度 冰雪消费“南展西扩东进”稳步演进

证券时报记者 吴志

盛夏，走进位于无锡市滨湖区的无锡热雪奇迹滑雪场，场馆内温度低至零下6摄氏度。穿着炫酷的雪服、装备齐全的滑雪爱好者，从138米长的雪道顶端呼啸而下。一旁的娱雪区，“天空”飘着雪花，游客穿梭在雪屋、冰雕、冰滑梯之间。

地处华东的无锡，全年自然降雪不多，室内雪场为冰雪爱好者们提供了随时随地接触冰雪的机会。无锡热雪奇迹负责人金利辉告诉证券时报记者，今年暑期该滑雪场整体客流明显增长，尤其是8月份以来，游客滑雪和娱雪需求明显提升，客流已超过去年同期。

暑期冰雪消费火热

无锡热雪奇迹于2019年开业，是华东地区较早的室内滑雪场。换上厚厚的棉外套、鞋套，穿过一道门帘，便进入一片“冰雪世界”。窗外是35摄氏度的火热夏天，宿内则是凉意十足的“冬天”。

金利辉说，为了迎接暑期游客，今年无锡热雪奇迹通过一系列升级焕新，整体打造了4000平方米的娱雪区，还有包含北欧风格的梦幻雪屋、120米长的大型冰滑梯和50多米长的巨龙冰雕，雪场还为游客准备了10多项冰雪互动游戏。

效果也立竿见影。今年暑期，雪场客流明显增长，核心客群是6岁至16岁的青少年以及出游的亲子家庭。除了无锡本地的游客，雪场还吸引了上海、苏州、常州等长三角城市的客流。

数百公里之外的华中地区，室内滑雪场同样一片火热。位于湖北省咸宁市的咸宁际华园·香城滑雪馆是华中地区规模较大的滑雪场所之一。

香城滑雪馆运营负责人杜志强告诉记者，今年暑期该滑雪馆迎来客流高峰。入夏以来，尤其是进入暑期后，滑雪馆客流量持续攀升，周末单日高峰客流超1000人次，平日约600人次，今年7月滑雪馆游客接待量超过2.5万人次。

除了雪场，暑期室内滑冰馆同样备受追捧。位于上海市静安区的“ICE FAMILY 大宁冰上运动中心”是一个大型室内滑冰场，8月中旬，证券时报记者到达场馆时，一个100多人的夏令营团队，将滑冰馆挤得满满当当。

“今天是一所国际学校包场让孩子们体验滑冰，我们跟这所学校的合作已经连续开展了3年，孩子们参与热情非常高。”上海爱是家冰雪体育文化发展有限公司总经理、ICE FAMILY执行董事冯荣告诉记者。

冯荣介绍，结合门店全年运营数据来看，今年ICE FAMILY旗下门店整体客流、营收同比保持两位数增长，尤其是周末、节假日，暑期三大核心时段客流增长最为显著，且用户复购率、长期付费用户占比都在持续提升。

参与率不断上升

一组数据足以证明当下冰雪消费的火热。国家体育总局冬季运动管理中心近期发布的《大众冰雪消费市场研究报告(2025—2026年冰雪季)》显示，2025—2026年冰雪季，全国居民冰雪运动参与人数达3.08亿，创单个冰雪季新高，冰雪运动参与率为21.75%。

与2023—2024年冰雪季相比，2025—2026年冰雪季冰雪运动参与人数增加了4400万，参与率则提高了3.07个百分点，更多的消费者开始拥抱冰雪。

随着大众冰雪运动参与热情的提升，国内高质量的冰雪运动场馆近年来也不断增加，为消费者提供了丰富的选择。

以室内滑雪场为例，上述报告显示，近3个冰雪季室内滑雪场数量持续增长。2023—2024



图为游客在无锡和咸宁的室内冰雪场馆游玩。 吴志/摄 受访公司/供图

■ 我国幅员辽阔，南北气候差异巨大。过去，北方一直是大众冰雪消费的“高地”，随着一大批优质室内场馆的建成，近年来我国冰雪消费“南展西扩东进”趋势明显。

年冰雪季为59家，2024—2025年冰雪季增长至79家，2025—2026年冰雪季达到86家。报告还提到，当前行业的发展重心正从数量增长转向运营质量提升。

我国幅员辽阔，南北气候差异巨大。过去，北方一直是大众冰雪消费的“高地”，随着一大批优质室内场馆的建成，近年来我国冰雪消费“南展西扩东进”趋势明显。

以地处华南的广东省为例，随着深圳前海华发冰雪世界、广州热雪奇迹等多个室内冰雪场馆开门迎客，当地冰雪消费日趋常态化。

深圳前海华发冰雪世界是目前全球规模最大的室内滑雪场之一，该雪场相关工作人员向记者介绍，雪场拥有专业分级雪道与高标准场地，可兼顾大众娱乐、专业训练及赛事举办，硬件规格远超区域内中小型室内滑雪场。

“室内冰雪业态适配南方高温气候，打破了传统冰雪消费的季节限制，可实现全年常态化稳定运营。”上述工作人员表示，相信未来区域冰雪消费将逐步转向常态化、生活化的运动消费，青少年滑雪培训、跨区域跨境冰雪旅游、“冰雪+”多元融合业态，将成为行业核心增长引擎。

作为从业多年的“行业老兵”，冯荣告诉记者，从冰场的日常运营中能清晰感受到，大众冰雪消费有“消费认知逐步普及、消费结构持续升级、消费频次不断提升”等明显变化。

“早年冰场大部分用户是猎奇打卡、跟风体验，现在大众对滑冰运动的认知日益成熟，家长认可冰雪运动的体能锻炼、专注力培养、意志力锻炼价值；冰雪消费也不再是一年一次的假期娱乐，而是很多人的日常运动、固定休闲方式。”冯荣说。

延长消费链条

冰雪经济远不止于一张冰雪场馆门票。杜志强告诉记者，香城滑雪馆内设有咖啡馆、餐饮区、雪服雪具租赁和售卖区等配套业态。暑期客流有效拉动了雪具租赁、零售、餐饮、咖啡等配套消费，并带动周边餐饮住宿消费增长30%。

在无锡热雪奇迹，暑期冰雪消费对非票业务的带动作用同样明显，该雪场暑期非票收入占比过半。“非票业务目前已成为我们整体业绩的重要组成部分，随着消费场景的丰富，非票业务收入占比正呈逐年上升趋势。”金利辉说。

据介绍，今年，无锡热雪奇迹一方面打造“冰雪+夜经济”模式，延长营业时间，推出夜滑专场；另一方面拓展“冰雪+赛事”，引入更多国际赛事落户无锡。滑雪场同时联动周边资源，推出“住滑套餐”，实现了一张雪票串联周边游、住宿、餐饮等多元消费链条，为游客提供一站式的高品质体验。

香城滑雪馆所在的咸宁市以温泉闻名。杜志强介绍，该雪场依托华中大型室内滑雪馆的规模优势及赛事级场地能力，以滑雪馆为核心引擎，联动周边温泉、康养、研学资源，打造独具特色的“冰雪+温泉”差异化IP，构建“体育+旅游+研学+商业”复合生态。

近年来冰雪运动的参与者中，有相当大的一部分为初次体验者。前述报告也提到，国内室内滑雪场初次体验者占比超过60%。

随着初次参与冰雪运动的人群不断增加，冰雪运动培训需求随之上升。记者在多个冰雪场馆走访时也注意到，配套的冰雪运动培训是许多场馆的重要业务组成部分，冰雪消费链条进一步延伸。

“从我们门店的情况来看，如今越来越多的用户不再满足单次门票体验，而是更愿意为专业教学、安全服务、体系化课程、考级集训等高价内容付费，这也是我们门店营收能够稳步增长的核心原因。”冯荣表示。



实探深圳水贝市场和多家品牌金饰门店——

金饰克价月内涨超百元 金条投资热度升温

证券时报记者 吴家明

近期，国际金价持续冲高，现货黄金一举突破4600美元/盎司关口，仅8月以来涨幅便已超过13%，直接带动线下黄金消费市场人气高涨。

近日，记者分别前往深圳水贝市场和多家品牌金饰门店，看到不少消费者驻足选购黄金饰品。刚刚过去的周末，深圳水贝的金饰克价回涨至1170元左右，8月以来水贝市场的金饰克价上涨近120元。周大福、六福珠宝等多家品牌的足金饰品价格站稳每克1380元之上，“金饰克价又逼近1400元”也在社交平台上被热议。

不过，记者在深圳万象城发现，多家品牌金饰门店都推出了折扣活动。有工作人员表示，婚嫁刚需已经成为首饰市场为数不多的支撑力量，当前也正值黄金消费淡季，加之此前一轮金

价下跌给了消费者一个提醒——黄金价格并非一直单边上涨，消费者购金心态已明显趋于理性谨慎，品牌商家也希望借此波行情窗口，通过促销撬动销售小高峰。

与金饰相比，金条投资热度升温似乎更为明显。位于水贝万山的一家黄金回收店铺工作人员介绍，回收金价完全跟随大盘实时联动调整，但近几日整体黄金回收量并未出现明显波动，多数消费者对金价后续走势仍保持相对谨慎，不过还是有不少投资者入手标准化投资金条进行资产配置。多位在水贝市场经营金饰的店主告诉记者，近期金条销售情况不错，50克的金条出货速度最快。“当前金店与银行在金条赛道上形成直接竞争，门店推出的投资金条价格几乎与交易所同步，极大激发了投资者的购买热情。”一位商家表示。

近期金价反弹，主要因素是美国长期国债

遭遇大幅抛售，市场对美国债务前景与美元产生担忧。美国财政部表示，将至少把长期国债的回购规模扩大一倍，以此压低长期借贷成本。此外，美国就业、零售销售等数据走弱，降低了美联储9月加息的紧迫性，也对金价形成利好。芝加哥商品交易所美联储观察工具显示，交易员目前定价，美联储下次会议维持利率不变的概率为65%。与此同时，持续的央行买盘也为黄金市场提供了底部支撑。

“金饰、金条和金币等黄金实物需求决定了金价长期的走势，ETF和期货等工具则主导了金价的短期波动。”世界黄金协会亚太区(除印度)研究负责人兼中国区行业拓展副总监监舒畅表示，尽管金饰需求量有所下降，但无论是全球还是中国市场，金饰消费金额依然很高，说明黄金首饰仍然是居民消费支出的一个重要部分。

亚太各界在大连 共议电动汽车充电标准协同

当一辆电动汽车驶入陌生城市，充电接口能否匹配、付款是否方便、补能是否安全，直接影响用户对绿色出行的信心。

近日，在辽宁大连，来自多个APEC经济体的政府、企业和技术机构代表展开讨论：如何通过标准协同，让电动汽车在不同市场“充得上、充得快、充得安心”。

据国际能源署统计，2025年全球电动汽车销量超过2000万辆，同比增长20%，约占新车销量的四分之一。市场扩张最快的中国为标准完善提供了大规模应用场景。中国国家能源局数据显示，截至2026年6月底，中国电动汽车充电基础设施达到2305.7万个。

电动汽车充电已不再是车辆与电源之间的简单连接，而是由车辆、充换电设备、通信协议、支付服务和电网共同构成的生态系统。任何一个环节不畅通，都可能增加用户等待和企业成本。

“中国已形成覆盖充电接口、通信协议、安全运行和能效管理等环节的技术标准体系。”中国汽车技术研究中心有限公司首席专家郑维健说。

与会代表认为，不同市场的接口、测试认证和数据规则各不相同，企业可能面临重复测试、重复提交文件等问题；一些地区还受

电网容量、土地供给和城乡布局差异制约。

“标准化应坚持开放、包容和实践导向，重点增进安全性、可靠性与互操作性。”日本本田技研工业株式会社质量创新运营中心总工程师谷道典说。

标准也在重新定义汽车与电网的关系。香港生产力促进局代表莫天德介绍，车网互动技术可使电动汽车从单纯的用电设备转变为分布式储能资源，在可再生能源充裕时吸收电力、在用电高峰时反向送电。

通用汽车泛亚汽车技术中心总裁埃尔比·克雷默认为，可预期、清晰和透明的政策与标准，有助于企业作出长期投资、增强消费者信任。

与会人士建议，各经济体可从统一或衔接测试方法、样品要求和报告格式做起，加强信息共享和合格评定结果互认；同时更多利用现有国际标准，推进充电漫游、支付、网络安全和数据治理合作。

此次有关电动汽车充电桩标准协同的研讨会是2026年APEC第三次高官会及相关会议之一。8月17日至28日，APEC的21个成员经济体在大连围绕贸易、创新、能源、交通等议题举行近130场会议活动。

(据新华社电)

新一代通信网建设提速 空天地海全域发力

<<上接A1版

新一代通信网为算力网提供入算、算间等高效连接，算力网为新一代通信网提供算力实现AI治网、AI智网，这两张网具备协同发展的基础。

当前，AI已成为新的价值锚点，正重塑新型基础设施建设运营的产业逻辑和商业模式。未来，新一代通信网和算力网将共同构成新型数字信息基础设施的底座，是

推动人工智能规模化落地与数字经济高质量发展的关键支撑，也将为信息通信行业及相关企业带来新的发展机遇。

据长江证券宋筱筱团队测算，新一代通信网在“十五五”时期总投资约1.3万亿元，年均约0.3万亿元，占“六张网”总投资比重约5%。通信网络以技术迭代驱动基础设施扩容，以自主可控锚定供应链安全，有望在“十五五”政策催化与空天地海一体化需求共振下，打开新一轮资本开支与业绩兑现周期。

市场潜力大出海空间广 生物医药价值重估在路上

<<上接A1版

刘焕彬分析，创新药估值方向与市场逻辑已发生了变化，以前看一家药企，市场会评估国内市场价值，目前还会关注其核心产品海外竞争力。

估值提升的前提需要产业基本面的持续改善。王琦表示，中国创新药行业面临多重确定性机遇，分别为人口老龄化带来的用药需求持续扩容、医保支付结构调整、为创新药预留更大空间、中国药企研发效率提升和临床执行力在全球已具有比较优势。

“真正解决临床问题的好产品，最终会获得与其价值相匹配的市场认可。”王琦强调。

出海提高创新药支付天花板

如果说基本面改善是估值提升的根基，那么出海则是当下最具确定性的催化剂。

鉴于海外庞大的市场规模，出海极大提高了创新药支付端的天花板。恒瑞医药多款具备同类最佳或同类首创潜力的药品收到了多方竞标，自2023年起已完成13笔海外业务拓展交易，包括对外许可、NewCo(新设公司)和战略联盟等不同模式，潜在总交易价值约420亿美元。

杨波表示，过去几年海外药企不断向中国Biotech伸出橄榄枝，中国创新药出海已从偶然事件变为可复制的模式。

复星医药总裁王兴利表示，将早期产品通过BD方式对外许可是中国创新药进化的必经之路。他认为，企业应按自身节奏和管线布局决定哪些保留、哪些转让。

王兴利进一步指出，中国药企成败很大程度上取决于商业化能力。“立项时就应该确定好为哪个市场开发。”他透露，复星医药对创新药立项设定了包括峰值销售预测在内的严格门槛，“立项靠的是科学，成药有时候靠的是运气”。

恒瑞医药董事、执行副总裁张连山则从营销层面揭示了出海的另一重挑战。他表示，创新药的市场推广与仿制药截然不同：仿制药时代，国外公司已把市场做好，企业只需将产品交付给患者，鉴于价格便宜，医生和患者自然选择；但对于创新药，

市场准入、政策影响、支付等环节都更为复杂。

“再好的药，也要找到支付方。”他感慨，内卷造成了研发资源和临床资源的浪费，希望行业在合理价值回报内呈现理性竞争态势。

对于BD出海的价值，业内普遍认为市场仍存在低估的空间。杨波分析，市场仅看到了短期首付款，显著低估了BD交易可为企业后续带来的确定性现金流，未来可贡献的净利润同样也是确定性的。

AI将提升制药研发效率

如果说BD解决的是创新药“怎么卖”的问题，AI正在回答“怎么研”的命题。

“我坚信AI颠覆创新药研发范式。”担任复星医药AI专委会主任的王兴利，同时对AI的态度颇为理性。他表示，AI目前的价值更多体现在早期研发环节的时间压缩——发现更快、失败更早，但临床II、III期的成本大头(患者、医院、时间)方面，AI尚难根本性改变，“AI降低的是试错成本，而不是成功的成本”。

王兴利进一步分析，AI不一定会颠覆药企，但会加速全行业的研发效率，并且可能会重新定义药企的核心能力，未来拥有高质量专有数据、丰富临床开发经验和全球注册能力的企业，在AI时代可能会享有极大优势。

他同时强调，AI设计的分子最终要靠临床数据说话。从PCC(临床候选优化物)到POC(概念验证)需要3至5年，“算出来”到“被证明”之间存在时间差，AI制药公司的价值兑现仍需等待。

张连山认为，企业必须主动拥抱技术变革，但AI的定位始终是辅助工具，最终决策权仍掌握在人类手中。

从估值洼地到BD出海的确定性现金流，再到AI赋能下的研发范式重构，沪市生物医药行业的价值重估路径已然清晰。与会人士认为，无论医药股近2个月的行情是否为科技虹吸效应减弱带来的资金轮动，就创新药公司以及医药行业而言，估值终将回到合理的价值区间。