

□ 数读财经 12月2日

□ 12月2日人民币汇率中间价

上证指数:3897.71点 0.42% 成交6274亿元  
深证成指:13056.70点 0.68% 成交9659亿元创业板指:3071.15点 0.69% 成交4518亿元  
沪深300:4554.33点 0.48% 成交3643亿元100美元 707.94人民币 100日元 4.5495人民币  
100欧元 821.13人民币 100港元 90.88人民币

# 资本关注企业加码 冰雪经济持续升温

首届“冰超”开启赛程,多地“冰雪假”陆续敲定,冰雪经济板块最高涨幅近30%……伴随各地入冬,2025年至2026年冰雪旺季也拉开了大幕,冰雪经济这一“冷”赛道正激发出产业企业发展的“热”活力。

入冬以来,哈尔滨乾卯雪龙体育用品有限公司生产车间越来越忙碌。流水线上,一副副滑雪固定器、一双双滑雪鞋在经过多道工序后整齐装箱,准备发往全国各地。

“目前我们的订单量已明显超过往年同期,生产线正满负荷运转。”哈尔滨乾卯雪龙体育用品有限公司总经理李智博说,冰雪经济热潮促进行业发展,企业也得到前所未有的机遇,2025年上半年企业营收同比实现较快增长,产品已覆盖全国80%的滑雪场。

我国冰雪经济持续壮大。根据《中国冰雪产业发展研究报告(2025)》,我国冰雪产业规模从2015年的270亿元跃升至2025年的10053亿元,正式迈入万亿新纪元。

企查查数据显示,截至11月21日,2025年以来,我国已注册2242家冰雪经济相关企业,相比2024年同期增加9.6%。

江海证券分析师张婧认为,冬奥会和亚冬会在我国陆续举办,带动了我国冰雪旅游政策、场地建设、人才体系、产品运营等冰雪产业链的全面完善,推动了冰雪产业的快速发展。冰雪经济有望成为我国内需消费的重要增长点,产业链上中下游将迎来发展机遇。

东方财富数据显示,今年以来(1月2日至12月1日)冰雪经济板块涨幅达26.94%,其间最高涨幅近30%。



工人在吉林化纤集团国兴碳纤维有限公司碳化二车间整理碳纤维原丝(2025年2月2日摄)。 □新华社记者 许畅 摄

江海证券研报指出,冰雪经济在政策扶持下,前景广阔。冰雪产业链涵盖了从上游冰雪资源开发、装备生产,到中游冰雪服务与运营,再到下游的冰雪消费及衍生经济等多个环节,形成了一个完整的产业生态系统。上市公司中有不少企业在冰雪

产业有所布局。西域旅游表示,公司将在条件允许的情况下开展天山天池景区冬季冰雪娱乐项目,主要包括冰上龙舟赛、滑雪圈、电动雪地摩托等冰上项目。三夫户外表示,公司目前已开设11家滑雪场,并将积极把

握国家户外运动及冰雪经济政策机遇,加速渠道拓展与品牌建设,推动业务可持续发展。

随着冰雪经济的持续升级,相关企业的投入不仅在于扩大规模,更是将科技融入冰雪产业,以技术构建企业核心

竞争力。这几天,黑龙江省同江赫哲远鹏科技有限公司正在升级改造两条新生产线,其中一条智能化生产线采用模块化设计,能够实现4种不同车型雪地摩托车的混线生产。

“目前,公司业务已成功拓展至俄罗斯等国际国际市场。”总经理助理张春雪说:“我们在俄罗斯比罗比詹的工厂马上就要建完了,现在是试运行阶段,海外工厂主要做组装,现在我们已经拥有1500多台订单。2024年成功出口雪地摩托等各类车型409台(套),实现产值6000万元。”

在吉林化纤集团有限责任公司碳纤维生产车间,智能自动化生产线正满负荷运转,一束束白色的碳纤维原丝经过氧化、碳化等工序后,变为黑色碳丝,成为轻量化、高强度碳纤维滑雪板的原材料。

“这是我们公司试水冰雪装备制造、拓展碳纤维下游应用场景的新举措。”吉林化纤集团国兴复材公司生产经理李家欣介绍,碳纤维滑雪板较普通滑雪板轻30%左右,但强度是普通滑雪板的3至5倍。

其他企业与高校也纷纷发力冰雪装备“智造”升级。齐齐哈尔黑龙江国际冰雪装备有限公司首次将钛合金引入冰刀设计;吉林大学“冰雪旅游场地装备与智能服务技术”重点实验室里,滑雪仿生企鹅、雪场巡视无人机等硬核产品相继问世……

“当前,中国冰雪产业发展已经形成了多业态、全链条的发展格局,产业规模稳步扩张。企业数量的稳步增加体现出市场对于冰雪产业前景的看好,同时也反映出产业发展正从高速增长向高质量发展过渡。”亚洲数据集团北京总经理李莉表示。

(据《经济参考报》)

## 怎样理解推动创新资源向企业集聚

新华社北京12月2日电《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十五个五年规划的建议》提出:“推动创新资源向企业集聚”。这是促进科技创新和产业创新深度融合,强化企业科技创新主体地位的现实需要。

推动创新资源向企业集聚,目的是通过促进人才、资金、技术、数据、平台等创新要素集聚,推动企业成为技术创新决策、研发投入、科研组织和成果转化的主体,提升企业创新能力和竞争力。近年来,我国通过政策引导、机制创新、创新生态优化,促进人才、资金、技术等创新要素加速向企业流动,培育了一批核心技术能力突出、创新能力强的科技领军企业和高新技术企业,引领带动产业向全球价值链高端攀升,有力推动传统产业转型升级、新兴产业和未来产业发展壮大。

第一,强化企业主导的产学研协同创新。支持企业与高校、科研院所密切合作,促进高校、科研院所面向产业需求共同凝练科技问题,围绕企业需求联合开展科研攻关、协同培养科技人才。推动企业与高校、科研院所共建实验室、中试平台等科技创新平台基地,共同开展技术熟化、试验验证与成果转化,强化研用贯通。支持科技

领军企业牵头联合产学研各方,产业链上下游企业组建创新联合体,健全风险共担、利益共享的运行机制。强化企业创新决策权,建立健全由企业牵头凝练提出国家科技计划中产业应用导向项目的形成机制,推动科技创新成果直接应用于产品,提高企业的市场竞争力。

第二,促进人才向企业流动。企业创新人才不足是制约创新能力的主要原因。完善人才双向流动机制,破除人才流动中的体制机制障碍,加强实施科技副总、科技特派员、校招企用、学术休假等措施,缓解企业创新人才不足的问题。高校、科研院所要支持和鼓励科研人员按规定通过参与合作、兼职或在职创办企业、离岗创办企业等形式,到企业开展科技创新和科技成果转化。支持企业围绕科技创新吸引、培养、集聚高层次创新人才,引导高校、科研院所科研人员主动对接企业需求,推动企业与高校、科研院所的科研人员协同创新。实行更加开放的人才政策,支持企业海外引才。对企业引进的外籍高层次人才在办理工作许可、签证、永久居留等方面提供便利。鼓励企业建立与岗位职责、创新绩效密切关联的收入分配制度,建立技术股权、股票期权、分红等

激励措施,激励企业科研人员创新。大力培养创新型企业家,发挥企业家在推动技术创新、资源整合、成果转化和国际化发展中的积极作用,激发企业家勇当创新发展的探索者、组织者、引领者。厚植创新文化,大力弘扬企业家精神,在企业营造尊重劳动、尊重知识、尊重人才、尊重创新的氛围。

第三,多措并举促进要素集聚。优化支持高新技术企业、科技型中小企业、专精特新企业的政策,不断提升各类企业科技创新能力。构建以企业为主体的创新资源配置机制,完善财税支持政策,提高研发费用加计扣除比例,激励企业加大研发投入力度。优化科技计划项目管理,支持企业承担更多国家科技计划项目。加强科技金融对企业的支持,坚持投早、投小、投长期、投硬科技,拓展多元化融资渠道,催生更多科技型中小企业和科技领军企业。加快重大科研基础设施、大型科研仪器等向企业开放,降低企业研发成本,提供科研条件支撑。鼓励地方政府设立面向企业的技术发展基金,围绕“卡脖子”技术、社会公益性技术、行业大数据中心、前沿产业技术标准等联合开展基础前沿研究和技术攻关孵化。

## 中国药品价格登记系统上线

■新华社记者 彭韵佳

这是给药企的一张“价格通行证”——12月2日,中国药品价格登记系统正式上线,同步在线上为国内外医药企业提供药品价格登记查询服务。

这将有利于企业构建全球化价格体系,促进创新药全球市场发展。

通过该系统,医药企业可以根据发展需要,自主申报登记药品价格,登记价格“一地受理、全国共享、全球公开”,药品上市许可持有人可获取登记价格多语种查询凭证,作为药品价格登记的有效证明。

正是这份有效证明,为企业开拓国际市场提供了关键价格支撑。

国家医保局有关负责人介绍,2025年前三个季度,我国医药企业完成海外授权交易超过103笔,总交易金额突破920亿美元,中国市场的终端价格参考价值日益凸显,然而在开拓国际市场过程中,传统单一价格体系难以适应多元化、全球化发展,药企在海外定价时,往往面临价格体系不完整、证明效力不足等困扰。

“出海时,国外往往要求提供已上市国家的市场价格作为参考,我们很需要解决价格认证的难题。”药明巨诺副总裁樊琳的话,道出了许多药企的共同诉求。

借鉴国际经验,中国药品价格登记系统面向全球,为企业提供权威、规范、透明的市场价格登记查询服务,其价值不止于助力中国药企破浪出海,同时也能吸引国外高质量新药进入中国市场,实现“引进来”与“走出去”双向赋能。

目前,亿帆医药、罗氏制药、药明巨诺等9家国内外药企完成了首批药品价格登记。国家医保局同步发布《关于开展药品价格登记查询服务的公告》,进一步明确登记范围、流程与服务内容。

发布中国药品价格登记系统,是赋能医药产业发展的关键一环。支持创新药发展“十六条”举措出台,构建起全链条支持体系;首次增加商业健康保险创新药目录,为创新药进入市场提供新渠道……近年来,中国打出一系列“组合拳”,政策监管与市场调节双轮驱动、同频发力,给企业发展更多创新的土壤和养分,托举行业发展。

创新药发展的落脚点,在于让老百姓能够“用得上、用得起、用得及时”。2024年新纳入医保目录的91个药品中,33个实现“当年获批、当年纳入”;新药从获批上市到纳入医保目录的时间降至1年左右……政策红利加速转化为民生福祉,让救命药更快抵达患者身边。(新华社北京12月2日电)

## “创意+”加持 中国消费品牌加速在法国“破圈”

■新华社记者 崔可欣

午后,法国巴黎卢浮宫地下商场人潮涌动。位于入口通道一侧的国际潮流品牌泡泡玛特门店里,消费者正围在展示台前挑选手办盲盒。“这类产品创意十足,总能带来惊喜,在法国本土很难找到替代品。”28岁法国女孩诺埃米拆开刚入手的盲盒,向记者兴奋展示。

诺埃米的直观感受折射出法国消费市场的一个新变化:一批以创意和品牌叙事为驱动力的中国消费品牌,正凭借全球化审美和成熟的工业化设计能力,赢得法国年轻群体认同。

泡泡玛特是法国潮玩热度快速攀升的代表品牌之一。法国《回声报》援引法国IFOP市场调查公司研究结果报道,在TikTok传播、盲盒经济兴起以及亚洲流行文化影响等因素推动下,法国潮玩市场规模持续扩大。泡泡玛特热门IP“拉布布”迅速蹿红,已成为法国第三大受欢迎的潮玩产品。

潮玩之外,以“平价创意好物”著称的名创优品也在法国保持稳健发展势头。自2020年进入法国市场以来,该品牌已开设20余家特许经营门店,其中约10家位于巴黎。去年6月,名创优品在巴黎香榭丽舍大街开设旗舰店,并刷新其在中国大陆以外市场的单日销售纪录。

中国消费品牌加速在法国“破圈”,一方面得益于社交媒体平台的加速传播,另一方面缘于这些品牌在多元文化加持下形成的竞争力。

法国丝路商学院教授武世伟指出,中国创意品牌依托成熟的工业化设计能力和体系化的设计流程、稳定的品牌叙事和高效的供应链协同,形成了远超单一产品本身的竞争力。《回声报》报道,泡泡玛特正进入强化叙事阶段,通过动画、主题空间与跨界合作进一步拓展影响力。

《巴黎竞赛画报》等法国媒体认为,名创优品不仅在法国建立了更贴近本地消费者的产品体系,其创新驱动的运营模式、灵活的物流体系和明快的上新与补货

节奏,都让消费者对新品始终保持期待。

武世伟表示,这种以工业化设计体系为核心的创新模式,提高了中国消费品牌在海外市场的产品迭代速度,也为其在欧洲市场实现稳定供给与持续拓展奠定了基础。

业内人士认为,法国市场对中国消费品牌的积极反馈,折射出中国制造业正由规模驱动向创意驱动延伸。

法国精品行业联合会主席洛朗·布瓦洛在一次活动中表示,中国文化底蕴深厚,工艺体系完善,新一代青年展现出较强创造力与想象力。中法企业在审美与创新领域的良性互动,有助于推动双方在设计和品质方面不断提升。

“欧洲时尚与文化产业集中度高,消费群体多元,年轻人对跨文化表达接受度普遍较高,这为中国品牌提供了发展空间。”武世伟说,随着更多中国企业在品牌叙事体系、本地化运营和原创能力方面持续投入,中国消费品牌在法国乃至欧洲市场的影响力有望进一步扩大。

## “小体量”大能量!

专精特新“小巨人”研发平均投入超3000万元

新华社北京12月2日电(记者唐诗凝 吴梦桐)“十五五”规划建议明确提出,促进中小企业专精特新发展。2024年我国专精特新“小巨人”企业均拥有发明专利26.6项,研发平均投入超3000万元,专精特新中小企业用创新夯实立身之本,已成为推动经济增长的关键力量。

工业和信息化部最新数据显示,“十四五”期间,我国专精特新中小企业从不足4万家增至14万家以上,增长超2.5倍。其中,“小巨人”企业从5000余家跃升至1.76万家,以占全国规模以上工业中小企业3.5%的数量,贡献了9.6%的营业收入和13.7%的利润。

“十四五”期间,专精特新中小企业聚焦主业,精耕细作,在提升产业链供应链稳定性、推动经济社会发展中发挥更加重要的作用。

它们是细分领域的“单打冠军”和“配套专家”。专精特新“小巨人”企业超六成深耕工业基础领域,近八成企业分布在重

点产业链环节,九成企业至少为3家国内外知名大企业直接配套;布局量子科技等未来产业领域的“小巨人”企业近6000家。

以专注铸专长,以配套强产业,以创新赢市场,“小体量”淬炼高“含金量”。上海毓恬冠佳科技股份有限公司深耕汽车天窗等零部件研发生产,突破国外供应商技术垄断,市场份额持续提升;芜湖楚睿智能科技有限公司聚焦芯片、算力等关键领域,成功嵌入国际电源龙头供应链……在提升产业链供应链韧性和竞争力的关键环节,专精特新中小企业担当起解决关键核心技术“卡脖子”问题的重要力量。

面向未来,工业和信息化部部长李乐成表示,将进一步强化企业创新主体地位、提升优质企业产业链支撑作用、优化企业发展生态环境,探索建设专精特新赋能中心,推动创新链和产业链无缝对接;健全与中小企业成长相适应的要素保障机制,发挥财政资金杠杆作用,强化金融精准支持等。