

低空经济春天已至,上市公司纷纷抢滩登陆

钟文

在政策春风与市场需求的驱动下,低空经济正成为我国经济发展中一颗耀眼的新星。

公开数据显示,2023年,我国低空经济已超5000亿元。而据预测,到2035年更是有望达到3.5万亿元,其增长速度之快、潜力之大、市场之广阔,令人瞩目。

低空经济的春天来了。作为资本市场最为活跃的上市公司更是摩拳擦掌,软件、电子、零部件、航天装备等涉低空行业纷纷扎堆上场,提前布局赛道。

低空经济蓬勃发展

我国低空经济发轫于2021年。2021年2月,中共中央、国务院印发《国家综合立体交通网规划纲要》,首次将“低空经济”概念写入国家规划,从顶层设计上为低空经济发展提供框架性指引,明确了发展定位,引导资源向低空经济领域汇聚。

此后,随着中央和地方出台的各种政策的加持,低空经济得以迅猛发展。截至2024年9月,我国低空经济相关企业数量超5万家,其中上市企业118家、专精

特新“小巨人”企业211家、高新技术企业3991家。

赛迪顾问测算,2024年我国低空经济规模达6702.5亿元,预计2025年我国低空经济规模将达到8591.7亿元,乐观预计,到2026年低空经济规模有望突破万亿元。

上市公司积极布局

面对低空经济的广阔前景,各上市公司纷纷抢滩登陆,从不同角度切入低空经济产业链。

万丰奥威作为全球通用飞机制造龙头,在电动垂直起降飞行器(eVTOL)研发方面处于领跑地位。其钻石eDA40纯电动飞机首飞成功,与全球主机厂战略合作,加速eVTOL量产落地,通航飞机全产业链布局,覆盖制造、适航认证、销售网络等环节。

作为低空动力系统领军者,宗申动力已成为航空发动机国产化核心供应商,覆盖无人机、通航飞机全场景动力需求。其航空动力业务进入产能释放期,新工厂投用加速订单交付,已研发20余款航空发动机及螺旋桨,累计飞行超30万小时,技术成熟度行业领先,并且混合动力、电

动化技术储备丰富,契合低空经济绿色化趋势。

在低空运营服务方面,中信海直是国内通用航空全牌照运营商,低空飞行服务网络覆盖粤港澳大湾区,海上石油直升机服务市占率多年位居第一。公司开通深圳—珠海等短途航线,与德国eVTOL企业Lilium合作布局城市空中交通网络,在低空观光、物流等场景拥有丰富的商业化经验,还背靠央企资源,深度参与国家低空经济示范区建设。

同样有着文旅项目的祥源文旅,其旗下低空文旅公司祥源通航积极探索“低空+文旅”新模式,与亿航智能、零重力飞机工业等头部通航企业合作,在丹霞山、齐云山等景区构建低空游览示范样本,为文旅产业发展注入新活力。

据悉,在技术支持与服务保障领域,也有不少上市公司发挥着关键作用。

深城交作为低空交通数字孪生技术方案核心服务商,参与多地低空交通管理系统试点,提供“规划—监管—运营”全链条解决方案,受益于空域管理智能化升级,并且背靠深圳国资,深度融入大湾区低空经济示范区建设。

而莱斯信息是空管系统国产化主力军和低空飞行服务系统核心供应商,其空管产品在四川低空试点部署,积累了实操数据优势,技术覆盖无人机运行管理、通航服务系统,适配军民场景,背靠中国电科,具备国家重大工程背书。

机遇与挑战并存

无疑,低空经济正迎来前所未有的机遇,但同样面临着诸多挑战。

首先是在机遇方面,随着低空经济市场的不断扩大,上市公司可以通过拓展低空经济业务,开辟新的利润增长点。包括在低空制造领域,可以加大对飞行器研发和生产的投入,满足市场对新型飞行器的需求;在低空服务领域,可以提供飞行培训、飞行服务保障、航空旅游等多元化服务,提升市场份额。随着技术的不断进步,低空经济领域的创新空间巨大。上市公司还可以凭借自身的研发实力和资金优势,积极参与技术创新,研发出具有自主知识产权的核心技术和产品,提高企业核心竞争力。

其次在挑战方面,一是低空

经济相关的政策法规尚不完善,标准不统一、审批流程繁琐等问题依然存在,给上市公司的业务开展带来了不确定性和困难。二是我国在低空经济的一些关键技术上仍存在短板,部分关键零部件,如电池、芯片、导航模组等仍依赖进口,在飞行控制、智能避障等核心技术上尚未完全掌握,限制了上市公司在低空经济领域的自主发展能力和技术创新能力。三是商业模式和市场需求也有待成熟。尽管低空经济的潜在需求巨大,但市场的实际情况仍需要时间去进一步验证。部分应用场景缺乏相对清晰的商业化路径和盈利模式,市场推广和品牌建设不足,限制了低空经济的商业化进展。

尽管低空经济的春天已经到来,但要保持持续的繁荣与发展,一方面需要政府继续给予更大的政策力度支持,包括开放低空领域等;另一方面,企业需要加大研发投入,加快技术创新,提高产品的适航性和市场竞争力。同时,还要加强与产业链上下游企业的合作,共同拓展市场,推动低空经济应用场景的落地。

2025 世界品牌莫干山大会召开

乡村振兴耕耘者、实践者畅谈地理标志品牌赋能乡村振兴新图景

钟文

近日,一场以“品牌,让世界更美好”为主题的2025世界品牌莫干山大会在浙江德清隆重举行。会议期间,围绕着乡村振兴等话题,一批来自基层的乡村振兴耕耘者、实践者畅谈了地理标志品牌、乡村产业品牌赋能乡村振兴的新图景和新未来。

福建福鼎

“一片茶叶”的文化出海

会上,福建省福鼎市委副书记、市长叶浩文讲述了福鼎白茶的“全球化叙事”:依托白茶制作技艺非遗传承,在巴黎卢浮宫举办品鉴会,邀请国际巨星站台;建立“双品牌”战略,540家企业获公共品牌授权,通过欧盟地理标志互认,白毫银针在欧洲市场溢价率达300%;申报全球重要农业文化遗产,推动“茶祭”“萎凋技艺”成为文化符号,2023年品牌价值达75.2亿元,出口至42个国家和地区。

宁夏固原

一盘凉菜打造成农民增收支柱产业

宁夏固原市农业局局长杨荣表示,固原冷凉蔬菜历史悠久,从南宋末年就有记载。其纤维丰富、可溶性糖含量高、品质出众。2016年7月18日,习近平

总书记在固原视察时强调,冷凉蔬菜要走科技、品质、品牌之路。我们牢记总书记嘱托,积极推动冷凉蔬菜产业发展和品牌建设,使得冷凉蔬菜成为当地农民增收的支柱产业。目前种植面积超50万亩,年产量达200万吨,产值达45亿元以上。

江西广昌

一朵莲花的“立体价值”

江西省广昌县委常委、副县长李寿孙介绍了以“广昌白莲”地理标志为依托打造的“种植+加工+文旅”的融合模式。他表示,通过航天育种培育“太空莲36号”,单产提升近3倍;开发莲子蛋白粉、荷花精油等50余种产品,加工产值突破5亿元;依托11万亩荷田打造旅游IP,年接待游客近300万人次。“从‘一朵花’到‘一条链’,白莲已成为带动农户增收的‘立体产业’。”李寿孙说。

宁夏贺兰山

“一粒葡萄”串起三产联动

宁夏贺兰山东麓葡萄酒产业园区管委会主任李军表示,贺兰山东麓凭借得天独厚的自然条件,成为我国优质葡萄酒产区之一。近年来,产业园致力于推动葡萄酒产业的标准化种植和智能化酿造,加强酒庄集群发展,促进“葡萄酒+文旅”

深度融合,以“一粒葡萄”串起三产联动,打造了“从田间到舌尖”的产业生态圈。未来的目标是,用十年时间,让贺兰山东麓跻身全球葡萄酒产区第一梯队,成为与波尔多、纳帕谷比肩的“世界名庄摇篮”。

云南漾濞

一颗核桃实现“全链蝶变”

云南漾濞县林业和草原局局长杨永刚表示,漾濞县依托“漾濞核桃”地理标志,构建“一产优、二产强、三产活”的全产业链格局。通过立法保障产业发展、引入专业管护公司实现规模化种植、推动60万亩基地有机认证,2024年核桃产业产值达35亿元,94.5%农户从中受益,人均核桃收入占农民纯收入2/3以上。“我们用制度筑牢根基,用科技提升品质,让千年古树结出‘富民果’。”杨永刚说。

广西灵山

一红一黄“双地标”撬动产业升级

广西灵山县委副书记苏历介绍了广西灵山的“一红一黄”两个“宝”,即红如玛瑙的灵山荔枝、黄羽飘香的灵山的香鸡,不仅是舌尖上的美味,更是乡村振兴的“引擎”。灵山县以“灵山荔枝”“灵山的香鸡”双地理标志为核心,构建“品质+文化+科

技”发展模式。荔枝产业通过“一树三十荔”嫁接奇观、千年古树认养等文化IP,结合阿里云“未来果园”数字化管理,实现产量波动降低30%、溢价能力提升20%;香鸡产业通过“五统一”标准化养殖,引入智能分拣设备,产品标准化率达95%。

广西融安

“一颗金桔”的甜蜜跨越

广西融安县人民政府副县长陈远昭表示,融安县构建“标准化+数字化+国际化”发展模式,通过制定204项全产业链标准,建成“金桔产业大脑”,实现温湿度精准调控、病虫害智能预警,标准化种植面积占比达86%;借力RCEP协定,开通“融安金桔专列”,脆蜜金桔以240元/公斤价格进入迪拜高端超市,2023年品牌价值达65.2亿元,全产业链产值近100亿元,带动10万余人就业,农民人均单项收入达1.5万元。

湖北红安

一根红苕实现“红色记忆”到“金色产业”的蝶变

湖北红安县政协副主席、农业局局长施婷表示,“红安苕,红又甜,根根连着大别山。”在革命老区红安县,这句民谣传唱着一个从“红色记忆”走向“金色产业”的乡村振兴故事。2024年,

红安苕种植面积达28.2万亩,产量58万吨,综合产值47.5亿元,三项指标均居湖北第一、全国前列。更亮眼的是产业链延伸:37家加工企业开发出120余种产品,从传统苕干到精制淀粉、休闲零食,加工转化率超70%,年产值突破20亿元。预计2025年种植面积将达30万亩,综合产值冲刺60亿元,红安苕正成为县域经济的“顶梁柱”。

宁夏中宁

一捧枸杞捧出一个“中国红”

宁夏中宁县枸杞产业发展服务中心主任李鹏表示,中宁县每年整合1亿元项目资金,从种植补贴到加工升级,从品牌建设到科技研发,全链条激发经营主体活力。目前,124家精深加工企业让枸杞“七十二变”:枸杞口红、面膜跻身美妆赛道,巧克力、咖啡闯入零食市场,枸杞糖肽、胶囊等保健品登上国际舞台。2024年,中宁枸杞出口量达5000余吨,占全国40%,远销50多个国家和地区,到2025年,全县将建成30万亩标准化种植基地,培育10家产值超亿元的龙头企业,出口额突破1亿元,让“中国红”成为全球健康消费新宠。

(详见《中国企业报》集团官网<https://www.zqbao.com.cn/xinwenzhongxin.html>)