

乘“热”而上 “夜经济”潜力持续释放

■本报记者 梁傲男

随着高温天气持续,“夜经济”也逐渐“升温”。支付宝数据显示,今年6月份,18时至24时消费金额占比为49.3%,同比提升6个百分点。从景区夜游到美食夜市,一系列多元场景共同绘就了夜间经济的斑斓画卷,也为城市消费复苏注入强劲动能。

烟火气十足的夜市市场最能直观体现“夜经济”的活力。美团数据显示,夏至以来,武汉光谷、深圳龙华、重庆观音桥、南京新街口、广州天河等地成为全国十大热门夜宵商圈。广东7月份以来夜间堂食订单量(18时至次日6时)稳居全国第一,同比增长超21%。

夜市市场火热的同时,消费者需求也在发生深刻变化。“例如,烧烤消费中,61元至90元人均消费区间的订单占比超过30元以下区间,成为订单数最高的价格带。”美团研究院高级研究员柴韧对《证券日报》记者表示,当前,夜市市场的消费者并不仅仅追求低价,而是更看重“质价比”,看重口味、环境、服务的综合体验。

在消费者需求升级的背景下,商户纷纷创新经营模式。成都一家烤鱼店通过星空主题的光影设计吸引年轻人,即便工作日晚上仍需排队等候;海底捞国际控股有限公司则在深圳、北京、上海等地布局近30家夜宵主题店,将火锅与LiveHouse、调酒表演结合,打造沉

浸式夜间消费场景。

在旺盛的夜间需求下,餐饮店营业时间越来越长。美团方面对记者表示,全国已有超过11万家餐饮门店在美团平台上点亮了“全天营业”标识,7月份以来提供24小时餐饮服务的线上门店数同比增长48%。

“夜宵已成为年轻人社交互动的重要节点。这种消费思维与行为的变迁,正倒逼夜宵产业加速创新升级——过去以大众化、低端为主,主打性价比的模式,如今在政策支持下,正朝着性价比与质价比兼备的方向转型。”广东省食品安全保障促进会副会长朱丹蓬对《证券日报》记者表示。

“夜经济”的繁荣,不仅体现在餐饮场景上,更延伸至文旅消费等多元领域。

中国旅游研究院夜间经济专项调研显示,都市夜游者喜欢特色餐饮和潮流市集,其对旅游购物和文化体验的需求明显上升。游客到访历史文化街区 and 都市商圈,对本地老字号餐饮、传统艺术有需求,对创新文化和时尚艺术更有期待。乡村夜游者则更偏爱本地文化活动和民俗活动。需求的多维拓展,推动着“夜经济”与文旅深度融合。

各地多措并举推动“夜经济”发展。广东启动“2025广东夜经济暨暑期消费促进活动”,围绕暑期、夜间经济两大热点,全省联动开展“精彩夜市、风味夜食、品质



广东7月份以来夜间堂食订单量(18时至次日6时)稳居全国第一,同比增长超21%

夜购、活力夜娱、魅力夜游、时尚夜秀”六大主题消费活动超200场;宁夏则启动2025“夜宁夏·潮生活”商文旅体系列活动暨第六届夜绽生活节,以此为载体,持续打造夜间经济IP……

在业内人士看来,各地大力

发展“夜经济”、促进暑期消费等举措,不仅丰富了夜间消费选择,更通过优化暑期休闲、亲子场景,打造互动式、体验式活动,为商家和消费者搭建了更广阔的互动平台。

国研新经济研究院创始院长

朱克力对《证券日报》记者表示,各种主题活动与场景创新对消费的拉动作用,主要体现在激活城市商业活力与延展消费时空维度两个层面,不仅有效延长商家营业时间的互动平台。

让“夜经济”成为消费增长的持久动能

■刘萌

入夏以来,多地围绕夜间经济消费热点开展各类主题活动,夜市、夜购、夜游、夜食等丰富多彩的“新夜态”点燃“夜经济”,升腾起浓浓的烟火气。

在重庆,日前启动的2025不夜重庆生活节将推出“玩转不夜城”、川渝城市夜经济嘉年华等200余场主题活动;在上海,2025夜生活节将从6月份延续至9月份,推出130个主题特色

夏夜活动,带动夜间经济发展。

与此同时,各地也在积极探索夜间经济与文旅、科技、体育等领域的深度融合。例如,在夏日夜骑的带动下,北京门头沟区附近商圈完善配套服务,让这项户外运动成为拉动城市夜间消费的新支点;河北唐山迁安天元谷景区以“线下沉浸+线上互动”模式,让地方特色文化充分曝光,持续产生长尾效应。这些活动不仅吸引了大量游客,也带动了本地消费增长,成为拉动内需的

重要力量。

尽管夜间经济呈现蓬勃发展态势,但其潜力仍有待进一步挖掘。笔者认为,未来还应在文化赋能、业态创新等方面继续发力,让夜间经济成为消费增长的持久动能。

一是提升夜间经济的“文化附加值”。夜间经济不仅是消费的延伸,更是城市文化的重要体现。例如,甘肃将敦煌壁画中的文化底蕴融入夜市“布景”中,把敦煌夜市打造成“一街一景一故事”的丝路风情

画卷;陕西西安通过“大唐不夜城”复原盛唐景象……这些均是文化赋能夜间经济的成功案例。未来,各地应注重文化内涵的挖掘和品牌建设,进一步将地方特色融入夜间消费场景。

二是利用科技手段推动业态创新,丰富夜间消费场景。比如,运用AR/VR打造沉浸式夜游体验等。

三是加强政策引导,建立多部门协同机制,推动夜间经济规范化发展。包括进一步优化交通服务和

安全措施等,为夜间经济提供良好的发展环境。

夜间经济作为城市商业的重要组成部分,正以其独特的魅力释放出巨大的消费潜力。未来,随着新业态、新场景不断涌现,夜间经济将为激发消费市场新活力、赋能城市经济高质量发展持续注入澎湃动能。

记者观察

从概念验证迈向商业化落地 智元机器人、宇树科技中标大单

■本报记者 李如是 刘钊

《证券日报》记者从中国移动采购与招标网获悉,近日,上海智元新创技术有限公司(以下简称“智元机器人”)和杭州宇树科技股份有限公司(以下简称“宇树科技”)中标“中移(杭州)信息技术有限公司人形双足机器人代工服务采购项目”。

根据该项目的比选公告,本次采购的项目总预算为1.2405亿元(含税)。采购包1为全尺寸人形双足机器人,预算为7800万元(含税),最终中选人为智元机器人;采购包2为小尺寸人形双足机器人、算力背包、五指灵巧手,预算为4605万元(含税),中标人为宇树科技。

国泰海通证券研报显示,本次采购招标落地是国内人形机器人行业商业化进程中的重要里程碑事件,当前人形机器人产业处于“从0

到1”的关键阶段。

有望“上岗”工业场景

英伟达CEO黄仁勋曾公开表示,机器人时代已经来临,具身智能是人工智能的下一波浪潮,未来人形机器人将像汽车般普及。

据深圳市高工产业研究有限公司(GGI)预测,中国人形机器人市场规模到2030年将达到近380亿元,中国人形机器人销量将从2024年的0.4万台左右增长至2030年的27.1万台。

智元机器人、宇树科技作为国内人形机器人“第一梯队”选手,出货量行业领先,二者的产品矩阵各有特色。

目前,智元机器人拥有远征、精灵、灵犀三大机器人家族,产品覆盖交互服务、工业智造、商业物流及科研教育等多种商用场景,预计2025

年出货量将达数千台。7月9日,智元机器人在富临精工绵阳工厂开启了“全球首次通用具身机器人工业现场常态化作业直播”,向公众呈现了人形机器人在工业场景中的稳定作业能力。具身智能技术正在从实验室走向产线,从概念验证迈向商业化落地。

宇树科技以四足机器人起家,于2023年发布首款通用人形机器人产品H1,即春晚“扭秧歌”的同款。此后,宇树科技发布了小尺寸人形双足机器人G1,即以拳击、舞蹈爆发出圈的同款。

据悉,中移(杭州)信息技术有限公司为中国移动通信有限公司(以下简称“中国移动”)全资子公司。近期,中国移动董事长杨杰在2025年世界移动通信大会(上海)上提出“碳硅融合”的概念,即通过AI技术让硅基生命(机器人)与碳基生命(人类)深

度融合,形成新的社会分工体系。

此前,宇树科技的机器人产品已在中国移动的电力、矿业客户中试水。例如,在电力巡检场景中,宇树的四足机器人通过5G实时回传数据,结合中国移动的云平台进行分析,大幅降低了人工成本。

多位受访人形机器人从业者对《证券日报》记者表示,目前人形机器人距离大规模在工业场景中“上岗”还有一定距离,但在商业引流、娱乐、科研教育等领域已经展现出应用潜力。

多元应用场景加速落地

众多机器人企业正在不断推进新产品研发,实现多元应用场景落地,加快商业化进程。机器人赛道呈现“百花齐放”的态势。

在北京智源大会上,宇树科技

CEO王兴兴表示,近期宇树科技的人形机器人在租赁市场非常火爆,这说明人形机器人已经带来了一定的产业价值。现阶段人形机器人参加表演、格斗比赛也不光停留在展示层面,本身也产生了一部分商业价值。

在他看来,当AI技术发展到一定阶段时,一个足够智能的家用机器人既可以跳舞、参加格斗比赛,也能完成端茶倒水、洗衣做饭等日常任务。

在此背景下,智元机器人积极拓展灵犀X2在康养陪伴场景中的应用。美团联合北京银河通用机器人有限公司推出全球首个人形机器人智慧药房方案;深圳市越疆科技有公司与“药师帮”平台强强联手推动人形机器人“接管”药房全流程。这场技术与产业的双向奔赴背后,一个规模庞大的市场正加速形成。

新兴场景点燃锂电产业需求 多家头部企业加速技术迭代

■本报记者 李雯珊

近日,深圳市高工产业研究有限公司(以下简称“GGII”)发布相关数据显示,2025年全球电力储能、乘用车、eVTOL(电动垂直起降飞行器)、机器人等细分市场锂电池出货量预计超1.8TWh(万亿瓦时),到2035年,全球电池需求将突破8TWh。

“锂电池应用正在向电动船舶、电动重卡、工程机械等‘全场景电动化’发展。未来十年锂电产业规模将迅速增长,尤其是新能源汽车与储能等领域。”大东时代(深圳)信息咨询有限公司创始人罗焕塔在接受《证券日报》记者采访时表示。

GGII预测,eVTOL用锂电池、机器人用锂电池、工程机械用锂电池、电动船舶用锂电池的增速值得重点

关注,到2030年上述场景锂电池需求预计分别为30GWh(吉瓦时)、100GWh、100GWh、160GWh。

“电动化正深入船舶、飞行器、机器人、工程机械等多个领域,带动锂电从‘单点高增’走向‘多点爆发’。新兴应用场景对能量密度、安全性和轻量化的高要求,正倒逼材料体系与制造技术快速演进,固态电池成为格局重塑的关键变量。”GGII董事长张小飞说。

主机厂在固态电池领域也动作频频。不少业内人士认为,无论动力还是储能,未来绝大多数头部主机厂都将设立固态电池专项团队,在验证期内抢占先机。这也意味着传统隔膜企业、液态电池体系材料商若不能顺利切换技术路径,极可能在下轮技术周

期中被边缘化。

在此背景下,不少产业链龙头企业正加速提升自身电池业务的覆盖面,并积极开展固态电池的研发布局,更好地把握新兴应用场景带来的市场机遇。

“公司已在固态电池领域进行技术布局,计划于2026年实现全固态电池生产工艺的突破,推出一款高功率、高环境耐受性、高安全性的全固态电池,主要用于混合动力领域。此外,公司目前已经接洽几家头部人形机器人客户需求。”惠州亿纬锂能股份有限公司董秘办相关人士向《证券日报》记者表示。

欣旺达电子股份有限公司前段时间在投资者互动平台表示,公司计划2026年推出第一代全固态电池产品;2027年推出第二代全固态电

池产品。

日前,宁波容百新能源科技股份有限公司(以下简称“容百科技”)中央研究院冯道智博士表示:“全固态电池作为下一代电池技术,凭借高安全性、高能量密度、长循环寿命与宽温域应用等显著优势,在电动飞机、eVTOL及动力电池等领域拥有广泛应用空间,市场前景广阔,有望成为推动相关产业发展的关键力量。”

据悉,目前容百科技已经开发出适配于硫化物全固态电池的8系正极和9系正极,成本与现有材料体系相当,性能表现优异,均达到行业领先水平。同时,8系单晶固态正极材料S83L在2024年实现吨级出货。

厦门厦钨新能源材料股份有限公司在投资者互动平台表示,公司

在固态电池上主要围绕正极材料和固态电解质进行布局。未来公司将结合固态电池的产业化进程和市场情况,同步推进正极材料和硫化锂产能建设。

孚能科技(赣州)股份有限公司在投资者关系活动记录表中提到,在半固态电池领域,公司的半固态电池产品已规模化出货,其中第一代半固态电池已在2022年实现装车,第二代半固态电池能量密度超过330Wh/kg,循环寿命超过4000圈,预计将于今年量产,有望率先在低空经济、人形机器人等具备高技术壁垒、高性能要求的领域实现商业化。在全固态电池领域,60Ah的硫化物全固态电池计划于今年年底前向战略合作伙伴小批量交付。

演唱会市场升温

上市公司多措并举抢抓机遇

■本报记者 丁 蓓

正值暑期,全国多地演唱会市场如火如荼。仅7月12日,就有周杰伦、邓紫棋、周笔畅、许嵩等歌手分别在厦门、沈阳、深圳、济南等地同开唱。

陕西巨丰投资资讯有限责任公司高级投资顾问于晓明在接受《证券日报》记者采访时表示:“今年以来演唱会市场显著升温,场次、观众量和票房均实现大幅增长,华东、华南地区为主要市场。在暑期档旺季,各地演唱会密集开演,有利于进一步拉动消费。”

粉丝流量变消费动能

演唱会的影响力溢出场馆,激发周边乃至城市重点商圈的商业活力。日前,深圳市龙岗区的一家万象汇购物中心吸引了大批年轻粉丝。作为演唱会的指定应援点,这家购物中心不仅在中庭位置设置了粉丝签到墙,还有冰箱贴、T恤、折扇、帆布袋等衍生品出售,粉丝经济蕴含着极大的消费潜力。

该购物中心工作人员刘莉告诉《证券日报》记者:“每当购物中心举办粉丝应援活动时,客流量就会暴涨几倍,活动高峰期粉丝甚至排起长队。这给购物中心的商户带来不少销售增量。”

记者了解到,在大型演唱会前开展粉丝应援活动,已经成为各地大型购物中心吸引客流的有力举措之一。例如,上市公司武商集团股份有限公司(以下简称“武商集团”)积极打造明星演唱会官方指定应援点,开展“潮铺打卡对暗号”活动。武商集团相关负责人在交易所互动平台表示,公司借此实现粉丝流量向品牌消费的转化。

“演唱会经济对消费的促进作用明显。1元门票消费可带动4.8元消费,除了促进相关购物中心消费之外,还能激活城市酒店业、交通业、旅游业等多领域的消费。相关企业需积极把握机遇。”于晓明表示。

创新产品增强竞争力

演唱会市场火热,不仅间接拉动周边消费,而且给演出设备制造、场馆运营、票务平台等产业链企业直接带来市场机遇。全球舞台灯光设备龙头广州市浩洋电子股份有限公司(以下简称“浩洋股份”)今年在积极巩固海外市场的基础上,同步加强了国内营销渠道。公司研发部门根据市场需求持续开发引领市场的新品类,立足舞台演艺灯光板块,加大产品的开发力度。浩洋股份方面相关负责人表示:“公司不断提升核心技术,开发创新产品。”

文体运营服务提供商广州珠江发展集团股份有限公司(以下简称“珠江股份”)2024年度体育场馆在管项目拓展数量及新增管理资产规模达历史最高水平。珠江股份方面表示,公司将进一步提升在管场馆竞赛表演市场竞争力。

此外,演唱会赞助商也获得了良好的品牌曝光和推广的机会。四川水井坊股份有限公司方面表示,公司此前赞助明星演唱会获得了较好反响。

今年下半年,多地演唱会排期密集。以深圳为例,7月1日至13日,张靓颖、旅行团乐队、杨和苏等已先后登台亮相。接下来,刘宇宁、陈慧娴、汪苏泷、吉克隽逸、陶喆、水木年华、黎明等歌手也已排期,备受市民关注。中国城市专家智库委员会常务副秘书长林先平对《证券日报》记者表示:“从目前多个城市已公布的下半年演出计划来看,有不少知名歌手巡演,市场需求依然旺盛,观众热情不减,下半年演唱会市场热度有望延续。”

35家A股上市银行 年度分红密集落地

■本报记者 彭 妍

7月份以来,多家A股上市银行陆续发布利润分配实施公告。东方财富Choice数据显示,截至7月13日,在42家A股上市银行中,已有35家完成2024年的年度分红。

上海金融与法律研究院研究员杨海平对《证券日报》记者表示,A股上市银行分红密集落地,一是落实新“国九条”关于强化现金分红、优化分红频次、强化分红可预期性的要求;二是回报投资者,向投资者传递出经营业绩向好的信号;三是强化市值管理。

以派息日为统计节点,截至目前已有35家银行完成2024年年度分红。其中包括工商银行、交通银行、邮储银行、建设银行、中国银行5家国有大行,招商银行、兴业银行等7家股份制银行,以及23家城商行和农商行。

中信证券首席经济学家明明对《证券日报》记者表示,在低利率时代,以银行股为代表的高分红资产成为了投资者追求稳健收益的重要方向。上市银行分红比例的进一步提升,有助于推动银行股价上行和银行经营质量逐步提升的良性循环。

作为衡量投资价值指标之一,上市银行的整体股息率(即股息与股票价格之间的比率)保持较高水平。东方财富Choice数据显示,以7月11日收盘价计算,近12个月内,42家A股上市银行中,约半数银行股息率超4%,其中,招商银行、长沙银行、邮储银行、建设银行、重庆银行、中国银行6家股息率突破7%。

对此,明明表示,银行长期经营稳健,能够长期维持高股息率。杨海平则认为,A股上市银行股息率较高,与银行股估值相对较低以及上市银行积极响应监管部门关于分红的政策有关。

依托高股息等核心优势,银行板块今年以来持续获得市场资金青睐。东方财富Choice数据显示,截至7月11日收盘,该板块年内累计涨幅(按算术平均计算)达19.34%。同时,多家上市银行增加现金分红派发频次,进一步增强银行股的投资吸引力。不少银行近期纷纷推出2025年中期分红规划。

展望未来,明明表示,银行稳健经营和偏高的股息水平都对投资者有较强吸引力,预计银行板块有望延续上行态势。