

直击2025国际低空经济博览会：

产业链生态日趋丰富 eVTOL应用加速落地

■本报记者 张文湘
见习记者 占健宇

7月份的上海骄阳似火，上海国家会展中心内人头攒动、热闹非凡。7月23日至7月26日，2025国际低空经济博览会（以下简称“低空经济博览会”）在此召开，近300家低空经济行业企业携创新产品集中亮相。

《证券日报》记者在展会现场看到，各类飞行器引得参观者纷纷驻足拍照；各企业展台的电子屏上，不断播放着产品介绍视频；洽谈区内，行业专家、企业代表们正热烈讨论着产业的未来走向……低空经济全产业链的澎湃活力正加速释放。

eVTOL企业受关注

近期，国内多家eVTOL（电动垂直起降飞行器）企业获得重大业务进展，在本届低空经济博览会上，eVTOL厂商也成为焦点。

记者在现场获悉，上海沃兰特航空技术有限责任公司（以下简称“沃兰特航空”）在此次展会上宣布，公司与泰国泛太平洋有限责任公司（以下简称“PanPacific”）、中国航空技术国际工程有限公司签署三方合作协议，公司将向PanPacific出售500架eVTOL产品。

据介绍，上述订单总金额达17.5亿美元，是迄今为止中国高等级客运eVTOL企业获得的最大单笔国际订单。沃兰特航空工作人员对《证券日报》记者表示，这500架eVTOL产品将用于泰国、马尔代夫等地区的短途岛际、岛内运输服务以及应急救援等场景，当地多岛的地理环境，非常适合使用eVTOL来提升出行效率。

在此之前，国内eVTOL行业的“订单纪录”由上海时的科技有限公司（以下简称“时的科技”）保持。今



图为2025国际低空经济博览会现场

年7月16日，时的科技宣布与阿联酋企业Autocraft签署采购协议，订单金额10亿美元。Autocraft采购时的科技350架E20 eVTOL产品，并与时的科技携手推进E20 eVTOL在中东及北非地区低空旅游、空中出行等多元场景的商业化落地。

“公司已经获得民航局飞行体型号合格证（TC）受理申请，并参与完善国内eVTOL法规，目前公司在手订单数百架。根据公司的规划，2027年将完成TC取证并进入量产交付。”时的科技工作人员对《证券日报》记者表示。

eVTOL厂商“喜讯连连”背后，展现出国内厂商的技术实力。有业内人士对《证券日报》记者表示，国内企业在电池、电机、电控等技术上具备优势，整体来说与美国

eVTOL厂商处于同一梯队。

应用场景愈发多元

低空经济的产品形态主要包括通用航空、无人机、eVTOL等。《证券日报》记者在本届低空经济博览会现场采访发现，围绕低空经济产业链的生态应用逐步完善，应用场景也呈现更多元化的趋势。

“这是我们的共享无人机云仓，里面可配备6台到8台无人机，用户扫码租借这些无人机，就像扫码租借商场里的共享充电宝一样方便。”河南某共享无人机运营公司的工作人员指着一个蓝色的柜子说，当前景区航拍需求日益增长，公司的目标受众是景区内有意愿

租借无人机用于航拍的旅客，目前公司在新疆等地的项目反响都不错。

在清研易氢能科技（常州）有限公司（以下简称“清研易氢”）的展台，工作人员向记者介绍了公司的技术方案。清研易氢专注于为航空应用场景提供氢能能源动力解决方案，目前有航空液冷燃料电池系统和空冷燃料电池系统两大产品谱系。其中，航空液冷燃料电池系统与多家航空器龙头企业建立长期战略合作关系。

“当前氢能使用成本较高，难以在汽车上实现大规模应用。但是飞行器的附加值更高，氢能应用的前景更大。另外，氢燃料电池重量更轻，这也是其在低空经济

领域应用的一大优势。”上述工作人员认为，在低空经济与可再生能源加速融合的背景下，氢能有着巨大发展潜力。

上海某航空培训企业工作人员则向记者介绍称，公司主要从事民用航空器驾驶员培训等业务，今年行业较为火爆，平均每周就有一到两家新注册的培训公司。

“对低空经济产业而言，丰富的场景拓展了市场需求，促进技术创新和产品迭代，加速商业化进程，吸引更多企业和资本进入，进一步完善产业链。未来，低空经济将催生更多新业态，创造新消费和就业机会。”中国电子商务专家服务中心副主任郭涛对《证券日报》记者表示。

公交车“兼职”送快递 多地探索城市物流配送新模式

■本报记者 王镜茹

今年以来，多家快递物流公司与多地公交集团展开合作，探索城市物流配送新模式。

例如，深圳出现了“公交+物流”无人配送融合模式。日前，深圳巴士集团有限公司、深圳东部公共交通有限公司分别宣布与快递企业和新石器慧通（北京）科技有限公司签署合作协议，将共同探索利用公交场站、车辆、人员等资源，协同推动城市自动配送加速发展。

深圳巴士集团有限公司负责人透露，三方合作的核心在于利用遍布深圳全市的公交场站网络资源，将其转型为无人物流小车高效、经济的“补给站”和“区域中转枢纽”。通过创新的“网格化场站管理”，无人物流小车的充换电、停放调度、应急保障等需求将被整合

纳入巴士安全员的日常巡检体系，实现“一站多能、一网统管”。

记者梳理发现，针对“公交+物流”合作，多地正在积极探索新路径。7月份，郑州公共交通集团有限公司与河南省顺丰速运有限公司签署战略合作协议，共同探索“公交+物流+生态”跨界融合新模式。5月底，京东物流有限公司与成都市公共交通集团有限公司签署合作框架协议；4月份，中国邮政集团公司襄阳分公司与湖北襄阳市公共交通集团有限公司联合举行公交客货邮物流专线签约开通仪式，6条“同城半日达”专线和1条“乡镇客货邮”专线正式挂牌。

以郑州公共交通集团有限公司与河南省顺丰速运有限公司的合作为例，河南省顺丰速运有限公司相关负责人表示，顺丰将主

导设计利用公交车辆富余空间，如夜间停运车辆、非高峰时段车辆、特定线路等，进行小件、高时效、同城急件的运输试点。同时，顺丰还将投入自动化分拣设备、智能仓储管理系统，将符合条件的公交场站改造为兼具“公交转运+顺丰城市分拣/前置仓/自提点”功能的多功能综合物流枢纽。

为确保快递公司和消费者能够及时掌握快件的运送情况，多地公交公司还开发了智能公交运营管理系统或相关App。通过系统，所有由公交公司代送的快递，从入库、分拣、转运到签收的各环节信息，都能在线上实时查询。快递员可通过系统实时查询车辆到达时间，提前到指定站点等候取件，进行二次分拣和末端配送。

深度科技研究院院长张孝荣对《证券日报》记者表示：“越来越

多的城市探索‘快递+公交’模式，未来，该模式有望在推进城乡物流一体化、降低配送成本和提升服务效率等方面，发挥越来越重要的作用。”

交通运输部数据显示，2024年全国公共汽电车城市客运量为386.70亿人次，仅为2019年同期客流量的55.90%。人们的出行选择愈加多样，公交车的吸引力逐渐下降，改善经营状况成为不少城市公交系统面临的难题。

2024年12月份，中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于加快建设统一开放交通运输市场的意见》，提出“优化铁路场站、公路场站、港口、机场、城市公共交通站等相邻设施功能定位，统筹推进交通基础设施与能源等基础设施空间整合、共建共享，加强高速公路设施在交通运输、公安、应急管

理、气象等部门间共用共享。”

业内人士认为，在“公交+物流”合作中，公交集团与快递公司通过数据共享，实现对公交车辆运输快递的实时监控与智能调度。公交场站转型为多功能物流枢纽，充分体现了交通运输资源的深度融合与高效利用。通过智能化调度和自动化分拣，不仅提高了运输效率，降低了配送成本，还促进了城市物流的高效运转，符合绿色发展目标。

中国数实融合50人论坛智库专家洪勇对《证券日报》记者表示：“随着技术的不断优化和政策的逐步完善，‘公交+物流’无人配送融合模式的规模化推广潜力巨大。不过，该模式在进一步推广过程中，仍需要平衡安全、成本、利益分配等多方面的因素，从而推动形成一条可持续的发展路径。”

二季度中国智能手机市场出货量达6896万部 厂商瞄准“差异化+高端化”突围路径

■本报记者 贾 丽

近日，多家统计机构发布了中国智能手机市场二季度“成绩单”。根据Counterpoint Research（以下简称“Counterpoint”）于7月24日发布的初步数据，第二季度，中国智能手机出货量同比下降2.4%。另据国际数据公司（IDC）最新季度跟踪报告显示，第二季度，中国智能手机市场出货量为6896万部，同比下降4.0%。

“预计智能手机市场在第三季度、第四季度依旧会承压，不过因换机周期重启与AI驱动高端化初现复苏曙光，叠加促销节奏提速、销售旺季等因素，市场有望回温。同时，中国手机相关产业链具有较强韧性，协同创新能力也

在增强。手机企业还需加大创新力度刺激市场需求，在AI手机上形成差异化，中高端机型竞争与技术创新成为破局关键。”深度科技研究院院长张孝荣对《证券日报》记者表示。

面对消费需求的分化，头部手机厂商采取了不同的竞争策略。Counterpoint报告显示，从第二季度出货量来看，华为品牌的中高端机型表现强劲，出货量同比增长17.6%，出货量占率从去年同期的15%提升至18.1%。这一增长主要得益于其中端Nova 14系列的持

续热销以及高端机型的大幅降价。苹果iPhone 16系列则用最大幅度折扣刺激消费者的换机需求，但这可能会给下半年iPhone 17基础机型的销售带来压力。

vivo、OPPO则主攻年轻、精品市场，两家企业在巩固中低端市场优势的同时，不断探索抢占中高端市场。根据Counterpoint报告，第二季度，vivo以中低端机型的强劲表现，列出货量第二名；OPPO旗下子品牌OnePlus今年实现了令人瞩目的增长，其游戏体验成为关键卖点之一；小米的市场份额为15.7%，小米15等热门机型通过降价维持了增长态势。

Counterpoint高级分析师张荫荫对《证券日报》记者表示，目前，在竞争格局上，头部手机厂商存在

拉锯情况，并占据大部分市场份额。在不同时间点不同厂商各有优势，比如在暑期，OPPO、vivo品牌手机的销量就比较好。

IDC中国高级分析师郭天翔认为，手机厂商还是要从“价格战”中跳出，以创新激发消费潜能，智能手机市场正在从规模扩张向价值升级转型。

虽然市场竞争加剧，但新机会也在酝酿。

随着AI在端侧持续落地，大模型正在与智能手机加速融合。同时，随着第三季度手机新品集中上市、第四季度年末促销旺季到来，也有望激发手机消费市场焕新热情。此外，消费品以旧换新政策持续推进，均为手机市场带来机会。

值得注意的是，手机厂商对研

发的投入力度不减。华为、小米等正加速推进AI与智能手机的融合，华为鸿蒙OS 5.1持续优化AI影像、小米自研Xring O1芯片提升AI算力。为了提升游戏体验，OPPO旗下一加自研了行业首个芯片级技术，深入到芯片底层。

尽管短期面临调整，但长期来看，中国手机市场仍以技术迭代和供应链效率展现强韧性。“国内手机厂商应持续动态管理库存以应对需求波动，并构建差异化竞争优势，国产手机产业链在不断完善成熟，协同能力在不断提升。AI技术创新与产品差异化、高端市场精细化运营、协同创新生态及供应链优化，将成为手机厂商下半年破局的关键。”张孝荣如是说。

年内74家上市公司完成定增 募资总额达6590亿元

■本报记者 冯雨瑶

今年以来，A股定增市场明显回暖。据Wind数据统计，截至7月24日，以发行日期为口径，今年A股共有74家上市公司完成定增项目，实际募资总额达6590亿元，远超去年同期水平。其中，大额定增项目频现，共有6家上市公司募资金额超百亿元。

整体来看，上述74家完成定增的上市公司中，有38家实际募资金额超10亿元，占比51%。从行业看，资本货物、技术硬件与设备、汽车、银行等行业涉及的定增项目较多。

例如，中国银行股份有限公司、中国邮政储蓄银行股份有限公司、交通银行股份有限公司、中国建设银行股份有限公司的定增规模居前。Wind数据显示，上述4家银行合计定增募资5200亿元。从募资金用途看，在扣除相关发行费用后，4家银行定增募资主要用于增加核心一级资本。

中国金融智库特邀研究员余丰慧告诉记者：“一方面，银行业务扩展和风险管理需要更多的资本支持；另一方面，监管要求不断提高，如对资本充足率等指标的要求促使银行通过定增等方式增强资本实力。此外，银行作为金融市场的重要组成部分，其积极参与定增也显示出资本市场对实体经济的支持作用正在加强。”

整体来看，年内上市公司通过定增用于收购资产的案例不在少数。例如，中航成飞股份有限公司定增约20.86亿股，发行价格为8.36元/股，实际募资总额为174.39亿元，募集资金净额拟用于购买航空工业集团持有的航空工业成飞100%股权。此外，赛力斯集团股份有限公司通过定增募资约81.64亿元，主要用于购买位于重庆的超级工厂和补充运营资金。

对比来看，以发行日期为口径，2024年共有132家上市公司完成定增，累计募资2066.52亿元。这意味着，截至目前，年内A股定增的募资总额已远超去年全年。

业内认为，定增市场的回暖与政策支持不无关系。同时，面对产业升级的现实要求，企业也急需资金支持研发与产能扩张。余丰慧表示：“随着经济结构的调整 and 产业升级的推进，企业对资金的需求将持续存在，定增作为一种有效的融资手段将继续受到青睐。”

余丰慧补充说，市场流动性充裕，为定增提供了良好的资金环境。“从募资规模和定价来看，今年的定增市场呈现出大额融资项目增多、定价更加灵活的特点。不少企业选择在股价相对高位时进行定增，以减少股权稀释带来的影响。”

成本端压力提升 包装纸行业月内连发四轮涨价函

■本报记者 王 倩

进入7月下旬，包装纸行业再现涨价函。日前，玖龙纸业（控股）有限公司（以下简称“玖龙纸业”）多个生产基地、江西理文造纸有限公司等纸业巨头纷纷发布产品涨价函，一致宣布将于8月1日起上调瓦楞纸、再生牛卡纸出厂价格，上调幅度为30元/吨。

据记者不完全统计，这已是7月份以来纸业市场发起的第四轮涨价，在过去的20余天时间里，以玖龙纸业为代表的纸企多次喊涨，各类品种的原纸价格交替上涨，单次涨幅为30元/吨。不过整体来看，各地区的纸价落实情况不一。

山东卓创资讯股份有限公司（以下简称“卓创资讯”）瓦楞纸行业分析师李莉对《证券日报》记者表示，进入7月份，龙头纸企持续推动纸品市场价格走高，主要是因为原料废纸供应呈现收紧态势，价格持续上扬，导致行业成本端压力显著提升。在成本驱动下，企业通过上调产品价格来缓解自身营运压力。

卓创资讯统计数据显示，截至7月21日（一周为单位的最新统计日期），废黄板纸市场价格为1475元/吨，较6月30日上涨15元/吨。7月份废黄板纸市场价格上涨的原因在于行业供应整体一般，加上7月份以来降雨较多，影响了局部地区的废纸交投，导致整体废黄板纸的市场供应偏少。卓创资讯废纸市场分析师刘健对《证券日报》记者表示，龙头纸企的废黄板纸采购价格稳步上调，助力废纸市场看涨气氛升温，同时也对成品纸喊涨提供了一定的成本支撑。

从市场动态来看，行业龙头纸企近期持续性拉涨动作在全国多个基地展开，对市场形成支撑作用，从本月中下旬开始，中小纸厂的跟涨积极性也明显提升，且跟涨范围呈现扩大趋势。受此影响，下游包装厂由于前期原纸库存已经降至低位水平，部分企业选择逢低适量补库，也对市场形成一定支撑。

业界认为，纸企近期连番发涨价函拉涨纸品出厂价格，可看作是包装纸行业对今年以来不断下探的市场行情的“反攻”。

今年上半年，包装纸行业最主要的瓦楞及箱板纸市场延续了去年以来的供需失衡格局，价格整体呈现下行趋势。据卓创资讯数据监测，今年上半年，中国瓦楞纸市场均价为2682元/吨，同比下降2.44%；中国箱板纸市场均价为3616元/吨，同比下降3.42%。从行业盈利表现来看，上半年瓦楞纸行业毛利率为9.97%，较去年同期下滑1.11个百分点；箱板纸行业毛利率为18.96%，较去年同期下滑1.24个百分点，行业整体盈利空间持续承压。

“这是因为行业整体供大于求导致。”李莉说，而这样的情况预计在短期内难以改变。不过，下半年属于传统消费旺季，叠加国内扩内需政策持续发力等，利好纸价上行。

在李莉看来，下半年包装纸市场或呈现先涨后跌的运行态势，价格修复力度不足以完全抵消上半年的跌幅，整体均价将呈现环比下降趋势。从行业盈利状况来看，受制于原材料成本与纸价联动效应，行业整体盈利空间将维持低位震荡状态。