2026年3月30日 星期一
本版主编:沈 明 责 编:吴 澍 制 作:闫 亮
证券日报

春秋小假期撬动消费大市场

本报记者 刘 萌 孟 珂

近日,江苏昆山一家机电设备公司发布放三天带薪春假的通知,引发广泛关注。2026年春天,中小学春秋假成了热点话题,部分企业推出亲子陪伴假、带薪春假等,鼓励员工陪伴孩子出行,全方位激活假期消费潜力。

《中华人民共和国国民经济和社会发展第十五个五年规划纲要》(以下简称"十五五"规划纲要)提出,"探索推行中小学生春秋假"。2026年《政府工作报告》明确,"支持有条件的地方推广中小学春秋假"。

当前,已有十余个省份迅速跟进。一场关乎民生福祉与经济转型的假期改革,正在各地渐次推开。

苏商银行特约研究员付一夫对《证券日报》记者表示,春秋假的推广,意在通过时间资源的科学再配置,搭建起"民生保障—消费激活—经济提质"的良性循环。这既是减轻学生课业负担、促进亲子陪伴的民生工程,更是激发服务消费潜力、培育新经济增长点、推动经济发展模式转型的重要抓手。

图片素材来源:视觉中国

先行先试:逾二十年探索成效显现

2004年,杭州市在全国率先探索中小学春秋假制度。如今,这一"民生试验"已延续二十多年,从"试点探索"发展为"民生常态"。多地陆续跟进,或全市统筹,或学校自主。

从实践来看,春秋假的时间安排,有效缓解"黄金周拥堵"与"淡季资源闲置"的双重困境。

消费数据的变化,直观展现了春秋假的经济赋能效应。从往年数据来看,春秋假已展现出强劲的消费带动力:2025年秋假(11月12日至25日)期间,铁路部门在浙江地区发送旅客1137.7万人,同比增长22.1%;11月12日宁波"秋假"首日,当地火车站发送旅客88642人次,较2024年同期增加一倍,出行热度的攀升直接带动了旅游、餐饮、住宿等相关产业的增长。

从今年的情况来看,春假与清明假期的衔接组合,改变了出行格局与消费节奏。去哪儿旅行数据显示,计划4月1日乘飞机出发的游客数量高过清明节假期首日;而无春假的上班族,多选择在清明假期前一日(4月3日)起飞,形成第二个出发小高峰。这种错峰分布的客流形态,既减轻了交通、景区、住宿等环节的运行压力,也为消费者带来更舒适、更从容的出行体验,为文旅产业提质增效创造了有利条件。

付一夫表示,多地实践表明,春秋假的推广将带来多重积极影响。首先,实现供需两端精准匹配,直接激活庞大的亲子消费、研学消费市场;其次,推动旅游市场结构优化,通过"削峰填谷"让景区资源、住宿设施、交通运力得到更均衡利用;最后,促进消费供给升级,形成消费升级与供给创新相互促进的发展格局。

乘势而上:激活服务消费市场

春秋假的消费拉动效应并非局限于传统旅游领域,更延伸至文化、体育、教育等多个服务消费领域,形成"多点开花、全域赋能"的良好态势。

近日,多地博物馆、少年宫、科技馆等公共文化场所纷纷表态,将在春秋假期间向学生免费开放,同时推出特色展览和互动活动。

面对庞大的亲子出游群体,旅游产品的供给也在转型。比如,途牛以华东为中心、辐射周边地区,推出"自然风光+文化底蕴"的中短途游学产品,行程节奏上采用"晚出发、深体验"模式。

酒店预订数据也印证了春假亲子游的火热。携程数据显示,春假期间,带加床服务的亲子房预订转化率较普通房型高出28%。

与此同时,各地推出春假文旅"大礼包",涵盖景区免票、交通免费、研学优惠等福利。

"多地密集表态推行春秋假,不仅是对政策的积极响应,更是立足地方发展实际,激活服务消费市场的主动作为。"付一夫表示,春秋假与自然节律深度契合——春花秋景本身就是高品质的体验资源。推行春秋假有助于催生研学、康养、乡村体验等深度服务产品,推动服务消费从"观光式"向"沉浸式"升级,为经济增长培育更具韧性的新动能。

同程研究院首席研究员程超功说:"春假政策给中国旅游产业发展带来了新的利好。尤其连休模式更可能为家庭出游创造新的小长假窗口,有助于拉动交通、住宿、景区等旅游全链条消费增长。同时,春假与带薪错峰休假的衔接,能有效分散客流压力,提升整体旅游体验,推动文旅产业高质量发展。"

久久为功:让假期红利化身消费增量

好事办好,贵在精准。春秋假推广提速之际,一些现实困境亟待破解。

例如,"学生放假、家长不放假"制约着春秋假拉动消费的效能。南开大学金融学教授田利辉认为,破解这一难题,需从制度保障、用工方式与社会服务等方面协同发力,充分激活春秋假带动的文旅、教育、服务等多元消费需求。

此外,旅游市场的服务供给仍存在短板。目前,许多研学产品同质化严重,缺乏深度文化内涵与个性化设计;部分产品的安全保障措施不够完善。同时,由于各地春秋假时间不统一,部分市场主体积极性不足,因此针对性的假期产品供给不足。

东源投资首席分析师刘祥东认为,要充分释放春秋假消费动能,需打出一套精准务实的政策组合拳。需统筹好区域假期时间衔接,稳定市场预期;加大文旅惠民力度,面向学生群体实施景区免票、公共交通优惠、定向发放消费券;鼓励开发特色研学、亲子体验等优质产品,完善服务与安全标准;落实好带薪休假,推广公益托管服务,破除家庭出行障碍;对相关市场主体给予税费减免、金融支持,多措并举打通供需堵点,让假期红利切实转化为消费增量与经济增长新动能。

春山可望,秋实可期。从"十五五"规划纲要的顶层设计,到千家万户的切身感受;从缓解教育焦虑的"小切口",到激活消费动能的"大效应"——中小学生春秋假这一制度创新,既彰显民生温度,又体现改革力度,正为高质量发展注入持久动能。当更多孩子在父母陪伴下走进博物馆、亲近大自然,当更多家庭避开人潮享受从容的亲子时光,当文旅消费从"旺季过热、淡季过冷"走向"四季常热",我们有理由相信,这张民生答卷必将越写越实。

营收首破千亿元背后:中国重汽迎"三重增量"红利

本报记者 王 僖

3月27日晚间,中国重汽(香港)有限公司(以下简称"中国重汽")发布2025年度业绩公告。在重卡行业经历深度调整、结构性复苏与新能源转型交织的背景下,该公司交出了一份历史性的成绩单:全年营收首次突破千亿元大关,高达1095.41亿元,同比增长15.2%,归母净利润70.19亿元,同比增长19.8%,均创历史同期最高纪录。

3月28日,该公司在中国香港举办业绩发布会,公司高管团队详细拆解了这份亮眼答卷背后的增长逻辑——从新能源业务的全面起势,到对政策红利的精准把握,再到全球化布局的量质齐升,中国重汽正以行业龙头的韧性,勾勒出一条穿越周期的清晰路径。

新能源业务亮眼

当前,新能源已成为商用车行业转型升级的核心赛道。根据中国汽车工业协会统计数据,2025年度重卡行业全年实现销售114.49万辆,同比增长26.98%,其中,新能源重卡销量达到19.76万辆,同比大涨192%。

而中国重汽此次交出的2025年度成绩单中,新能源业务的爆发尤为抢眼:新能源重卡全年销量同比增长229%,新能源轻卡销量同比增长321%。

"去年新能源商用车的国内渗透率已经达到29%,接近30%,我们预计这个数字在2026年会达到35%。"中国重汽总裁刘伟在业绩发布会上表示,这背后反映出当前新能源商用车已从政策驱动逐步转向市场驱动,"市场端已经带来很好的盈利能力"。

中国重汽分管国内销售的执行董事王德春表示,随着我国新能源生态建设,特别是充换电设施的完善,新能源的适用场景已从最初的港口、矿山,延伸至中短途、中长途运输。此外,新能源在经济性上的表现也越来越突出。

业内普遍认为,中国商用车市场将在相当长一段时间内呈现新能源、天然气、燃油"三分天下"的格局,而作为龙头企业,必须拥有完备的技术路线,才能通过为客户创造精准价值来实现持续增长。

在研发投入方面,中国重汽2025年研发支出超29亿元,同比增长6.1%,其中,新能源技术方面的研发成为重点方向之一。中国重汽副总经理韩峰表示,依托在新能源领域的先发优势,中国重汽已全面布局纯电、混动、氢燃料三大技术路线,构建起重卡全系及涵盖轻皮卡在内的新能源商用车产品矩阵,同时在新能源整车动力性、经济性和电驱桥传动效率提升等方面实现核心技术突破,进一步夯实了新能源板块的核心竞争力。

除新能源转型外,中国重汽已将数智化提升为战略高度,以此打造业绩增长全新引擎,2025年该公司在智能驾驶领域斩获显著成效,高阶智能驾驶市场占有率超40%。在智能驾驶产品布局上,中国重汽法规版辅助驾驶、增强版辅助驾驶和高阶版辅助驾驶三种平台均实现批量应用,并针对不同运输场景推出定制化解决方案,为商用车行业智能化升级树立了标杆。

行业"三重增量"释放红利

如果说新能源是未来增长的核心引擎,那么对国内政策红利的把握和海外市场的持续深耕,则是中国重汽2025年稳健增长的基石。在业绩发布会上,该公司认为2026年重卡行业规模将达到120万辆,并系统性地拆解了背后的三大增量:国内政策性增量、国内结构性增量以及出口市场增量。

在国内市场,2025年"两新""两重"政策与老旧营运货车报废更新政策的持续落地,为行业注入了强心剂。刘伟在交流中表示,这些政策对物流、基建以及各类专用车板块的拉动作用也将在今年持续发力。

同时,行业自身也在发生结构性变化:除了前述新能源结构转型变化,重卡行业6年到8年的置换周期也会带来巨大的更新需求;此外,雅江水电站、新藏铁路、城市管网更新及乡村振兴等一系列重大工程与民生项目的扎实推进,也将有效激发对工程车辆、大件运输及各类专用车型的强劲需求,带动区域市场的结构性增长。

出口业务作为中国重汽的核心增长极,在2025年再次刷新纪录,重卡出口15.34万辆。但更值得关注的是出口的"量质双升",该公司正加速从单纯的产品出口向"全价值链本地化运营"转型。

负责国际业务的执行董事赵华介绍,公司正在通过加快海外子公司注册、运营配件中心库、落地本地化工厂等措施,实现市场深耕和高壁垒市场突破。目前,该公司海外市场版图持续扩大,产品已出口至150多个国家或地区。

进入2026年,该公司出口势头依旧强劲,首月重卡出口达1.6万辆,再度刷新行业纪录。瑞银证券发布研报称,中国重汽出口业务表现强劲,产品结构持续优化,将成为2026年盈利增长的主要驱动力。

"出海"放量、业绩改善

创新药行业步入商业化兑现期

本报记者 李雯珊

3月28日,国家药监局对外发布的最新数据显示,今年前三个月,我国创新药对外授权交易总额超过600亿美元,接近2025年全年的一半;国家药监局最新统计显示,截至3月27日,我国2026年已批准10款创新药,其中2款为进口,8款为国产,我国创新药取得历史性突破,保持良好发展势头。

根据国家药监局此前披露的数据,2025年,中国全年批准创新药76个,创历史新高;创新药对外授权交易总金额同样创历史新高,当年共达成157起对外授权交易事件,首付款达70亿美元,总金额约1357亿美元。

创新药BD(商务拓展)是药企通过买卖、合作等方式,在全球范围内整合创新药资源、实现商业价值最大化的核心业务模式。创新药对外授权交易是BD的核心组成部分之一。

此外,华泰证券3月20日发布的医药行业研报显示,2026年以来国产创新药已达成"出海"BD达45项,同比增长73%;披露总金额575亿美元,同比增长135%;首付款40亿美元,同比增长1095%。从全球视角来看,年初至今国产创新药BD项目数和披露金额的全球占比分别为20%和75%,在已达成的21项重磅交易中有15项为中国交易,占比七成以上。

"从当前情况来看,跨国药企与海外PE机构对中国资产的关注度持续提升,合作意愿明显增强,说明中国创新药的国际认可度和供给质量都在提升。基于这一趋势,预计中国创新药BD交易未来仍具备较高的确定性与持续性增长潜力。"深圳高禾资本控股有限公司合伙人刘盛宇向《证券日报》记者表示。

与"出海"放量形成呼应的是,国内创新药企的业绩迎来集中爆发。

据Wind资讯数据统计,截至3月29日,已有39家创新药企业发布2025年业绩快报,其中12家企业归母净利润增长,另有5家企业扭亏为盈。多家企业的核心产品已进入商业化兑现期。

具体来看,百济神州有限公司2025年首次实现全年盈利,该公司2025年营业总收入达382.05亿元,同比增长40.4%,归母净利润达14.22亿元,较上年同期的净亏损实现反转;核心产品百悦泽全球销售额达280.67亿元,同比增长48.8%,其在海外市场的销售额持续攀升,印证了中国创新药的全球竞争力。

深圳微芯生物科技股份有限公司同样实现关键突破,2025年营业总收入9.1亿元,同比增长38.32%,归母净利润达5346万元,成功扭亏为盈,核心产品西格列他钠商业化成效显著,销售收入同比增长123%。

三生国健药业(上海)股份有限公司2025年实现营业总收入41.99亿元,同比增长251.81%;归母净利润29.39亿元,同比增长317.09%。对此,该公司表示,主要由于报告期内与辉瑞制药(PFE.N)达成重要合作,收到辉瑞公司就707项目支付的授权许可首付款并相应确认收入约28.9亿元。

创新药产业的良性发展,离不开政策红利的持续释放与行业生态的不断完善。今年的《政府工作报告》明确提出,推动创新药和医疗器械高质量发展,更好满足人民群众多元化就医用药需求。

"政策红利的持续释放是企业业绩增长的重要助推因素。我国在抗体偶联药物等生物医药研发细分领域是世界领先的,而且研发速度快、成本低,后续将有更多国产创新药实现海外授权突破。头部药企将持续巩固盈利优势,并进一步丰富创新药商业化路径。"无锡医库软件科技有限公司董事长涂宏钢在接受《证券日报》记者采访时表示。

汽车级技术加持

电动三轮车行业有望迎来智能化变革

本报记者 李豪悦

电动三轮车能够像智能汽车一样,给用户带来丰富的智能体验,并走向海外吗?

3月27日,在第二十四届中国北方国际自行车电动车展览会上,苏州极巡智能科技有限公司(以下简称"极巡科技")用发布的新产品回答了这个问题。

极巡科技方面重点介绍了智悦系列休闲三轮车,包含智悦S与智悦C两款新品,搭载了四项行业首创技术——倒车智能刹停、车机智慧互联、智能自动驻防、转向智护预警。

"电动三轮车是一个红利空间非常大的市场,用汽车级技术来做智能三轮车,覆盖场景会更广。目前,中国依然是全球最大的电动三轮车市场,但海外市场规模也已达到百亿元级。针对海外市场,我们有产品即将交付。"极巡科技总裁张占生对《证券日报》记者说。

在智能化体验上,智悦S通过车机智慧互联实现双屏智控与一键无缝同步。转向智护预警功能可自动开启后视影像,配合地面投影警示有效规避盲区风险。全域互联技术支持4G远程控车,用户可随时通过手机掌握车辆状态。这样的技术配置水平在电动三轮车行业并不多见。

电动三轮车不是汽车,它的续航有限、场景有限,用户对电动三轮车的价格预算也远低于电动汽车。在这样的市场需求背景下,极巡科技为何要做智能电动三轮车?

张占生认为,极巡科技的智能化逻辑基于两方面。一是用户已习惯智能手机、智能家居的交互方式,三轮车的语音控制、导航、投屏等智能化是自然延伸;二是安全刚需,例如通过驾驶舱内投屏显示后方来车,可提供比传统后视镜更直观的辅助判断。

此外,张占生提到,电动三轮车的市场规模一直在增长,而公司通过大量调研发现,智能功能加持后的电动三轮车同样有很高的市场需求,行业亟须变革。

电动三轮车作为中国城乡经济的"毛细血管",承载着千万用户的生活出行需求。公开数据显示,我国电动三轮车市场规模已从2017年的257亿元增长至2024年的450亿元。另据共研产业研究院数据,仅电动载货三轮车细分市场,2026年规模就达到约211亿美元(约1458亿元人民币)。

张占生表示,中国三轮车产业长期以低成本量产为目标,座舱智能化水平偏低,同质化亦非常严重。在新国标与市场成熟发展的双重驱动下,用户对安全、舒适与智能交互的高阶诉求有待进一步被满足。

在此背景下,极巡科技选择以汽车级技术切入智能电动三轮车这一赛道。张占生表示,极巡科技团队中很多成员都有汽车级智能网联相关经验。

在价格方面,记者了解到,现场发布的新品大多是千元级,只有部分高配产品价格超过了1万元。

公开信息显示,极巡科技成立于2025年,目前产品已覆盖多个国内城市。张占生在采访中透露,公司已有部分用户基础,合作方与投资方均在接触中。

根据研究机构Research and Markets相关报告,全球电动三轮车市场规模预计将从2025年的36.6亿美元增长至2030年的60.4亿美元,年复合增长率达10.7%,其中亚太地区为增长主力。

2026年2月份,极巡科技成为行业首家登陆央视春晚的品牌,迅速进入大众视野。

"公司不只做三轮车,未来也将做两人出行、智能生态链产品,目标是打造中短途智能出行全场景布局的平台。"张占生表示,极巡科技希望重塑中短途智能出行的产业生态。

上海夏至良时咨询管理有限公司高级研究员杨怀玉向《证券日报》记者表示:"智能电动三轮车场景适配度很高,覆盖短途出行、接驳、轻型货运等高频刚需场景,用户对安全性与便捷性的敏感度并不亚于汽车用户。同时,智能电动汽车产业链外溢为技术下沉提供了可行性。但智能电动三轮车行业的成本控制、合规等方面还需要进一步完善。"