



# 中国棒球产业:从“专业竞技”走向“大众消费”

本报记者 桂小笋

近年来,国家层面对体育产业的重视程度不断提升,体育产业已成为推动经济高质量发展、丰富群众精神文化生活的重要力量。

《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)中明确提出“加快建设体育强国”。

作为体育产业版图中的小众赛道,棒球凭借独特的竞技魅力、深厚的文化底蕴与可观的市场潜力,正从“边缘小众”加速向“产业主流”迈进,成为体育强国建设中极具成长活力的新板块。

近日,《证券日报》记者实地走访了棒球赛事运营机构、青训基地、相关产业链企业及一线从业者,深入了解在体育强国建设的东风下,中国棒球产业的发展现状、机遇与挑战,探寻这一小众体育项目从“边缘”走向“主流”的发展路径。

## 赛事破圈:构建棒球产业链新生态

随着居民消费升级与体育文化多元化发展,小众体育项目的受众群体持续扩大,棒球运动正逐渐被大众认可,受众圈层正快速突破,从“核心爱好者”向“大众消费群体”延伸,为产业带来持续的市场需求。

完整的棒球产业链涵盖人才培养、赛事运营、装备制造、场馆运营、商业变现五大核心环节。其中,人才培养与技术挖掘是产业发展的“源头活水”,而数字技术的深度渗透,正让棒球产业的人才选拔、赛事呈现告别“经验判断”,迈入“数据驱动”的精细化新阶段。

《证券日报》记者在CPB中国棒球城市联赛(以下简称“CPB联赛”)北京公开测试现场看到,通过光学与雷达组成的运动科学系统可以精准测量并追踪球员投球动作及比赛数据。

现场工作人员向《证券日报》记者表示:“运动科学系统为球员的评价提供了科学依据,为俱乐部提供了直观的量化数据,更方便俱乐部挖掘人才。同时,也增强了赛事的公平性。”

“数智”基因的植入,让棒球赛事的“出圈”水到渠成。

在深圳南山的中山公园棒球场内,宽广的扇形棒球场内不时传出的欢呼声,不仅吸引了周边市民驻足观赛,更通过线上直播收获了全网关注。

CPB联赛运营方、上海酷棒体育商务有限公司(以下简称“酷棒体育”)票务营销唐玮向《证券日报》记者透露,本届联赛总体上座率达73%,周末平均上座率达82%,其中最后的冠军争夺战的比赛票均售罄。

“这不仅是一场赛事的开启,更是中国棒球运动响应政策号召,向社会化、市场化、产业化新征程的蓄力再出发,对于中国棒球事业发展意义深远。”中国棒球协会副会长谢斌如是说。

CPB联赛的落地,打破了中国棒球产业链各环节长期“各自为战”的割裂状态,如同纽带串联起人才培养、赛事运营、装备制造等产业节点,奠定了



棒球比赛现场

酷棒体育供图

产业系统化发展的核心基础,也倒逼产业链薄弱环节加速补齐。

CPB联赛运营方、酷棒体育品牌营销总监王世莉告诉《证券日报》记者,在赛前,该公司通过调研发现了行业目前面临的诸多问题,如棒球人群覆盖面小,专业装备制造门槛高;全国符合国际标准的专业场地不足10块,无法实现主客场制;专业直播团队也难以寻觅。

“一场赛事好比一次练兵,能暴露产业薄弱环节并推动各环节快速补强。”王世莉回忆道,“开赛初期因缺乏专业直播团队,一些精彩的镜头因导播切不到而被观众吐槽。”

随着赛事“练兵”渐入佳境,好评渐多,且有意外的经济效果:多地主管部门主动调研场地建设,文创产品开发也迎来新突破。

“大家都没想到,衍生文创产品中卖得最好的是球员签名板。”王世莉说道,“如果不是通过赛事进行串联,产业链之间仍然是‘孤岛’,衍生品环节也无法摸准市场脉搏。”

文创产品作为赛事IP变现的重要延伸,已成为联赛收入的重要补充。除球员签名板外,联赛还推出了球队徽章、定制棒球帽等20余种文创产品,通过线下赛场售卖、线上官方商城、抖音等社交平台直播带货等方式销售。同时,联赛还与本地文创企业合作,推出联名款,实现IP价值与地方文化双向赋能。

“看好重要赛事IP对经济带来的外溢效应。”有从业者告诉记者,以CPB联赛落地的深圳、中山两地为例,深圳南山区不仅为联赛提供了场地支持,更规划建设专业棒球场,助力棒球运动在当地的推广;中山市则依托场地资源承接赛事,打造“赛事+文旅”模式,实现产业经济与社会价值同步释放。

## 资本入局:破除小众运动成长壁垒

“十五五”规划纲要中明确提出,

要丰富优质体育产品和服务供给,鼓励发展赛事经济。政策的持续赋能,不仅打破了棒球产业发展的政策壁垒,更吸引了资本的关注与入局,为中国棒球从“小众运动”向“大众参与、产业赋能”转型注入强劲的资本活水,而赛事IP的崛起,正是资本入局的核心抓手。

目前,已有多家资本机构布局棒球产业,涵盖赛事运营、文创开发、装备制造、青训培训等多个核心环节,形成了多元化的资本布局矩阵。赛事落地的同时,也推动棒球产业链各环节实现协同升级,形成了全链条价值体系。

王世莉对《证券日报》记者表示,2026年CPB联赛落地,标志着中国棒球迈向职业化发展。CPB联赛作为核心载体,打破了中国棒球长期以来的行政化组队模式,以“城市+企业”的职业俱乐部架构,三级人才选拔体系及全链路市场化运营,完成了从专业竞技向职业产业的关键跨越,推动棒球产业链实现首次系统化重构。

从赛事运营领域来看,酷棒体育已经联手行业头部企业达成战略合作,双方约定,未来三年将共同推动联赛实现主客场制全覆盖。此外,专注于体育IP投资的动域资本,也对CPB联赛进行了天使轮融资,重点支持赛事的直播技术升级和青少年棒球推广。

唐玮认为,此次联赛的成功举办,实现了中国棒球职业化运营的三大突破:主体市场化、人才体系化、赛制标准化。

体育产业从业人员王静怡告诉《证券日报》记者,当前,我国棒球产业链已形成了“赛事需求、装备研发、产业升级”的良性循环。

不过,也有从业者直言行业仍面临挑战,其表示:“目前,国内没有国际体育品牌的棒球产品线全面进入市场,部分专业运动装备仍有提升空间,国产装备的高端化突破仍需时日。但无论如何,棒球赛事商业化的初步尝试,已为后续产业运营积累了经验。”

业界认为,棒球产业正处于培育

期向成长期过渡的关键阶段,其独特的竞技属性、政策支持的确性以及消费升级带来的市场需求,使其具备成为体育产业新增长极的潜力。

## 产业蓄力:全链协同发力未来成长

中国棒球产业链生态虽然在逐步完善,但仍处于培育期,面临着大众认知度低、产业链成熟度不足、人才储备缺口大、基础设施短缺等诸多挑战。

在业内人士看来,中国棒球面临着政策资源与社会关注度不及足球和篮球的现实,且运动本身存在高门槛。

一位资深从业者向记者坦言:“资源的倾斜差异是制约因素,但这恰恰说明了我们需要跨界融合。”

如要解决圈层狭窄的现状,就不能仅靠赛事推广,而需要文旅商与传媒的协同介入,通过多元化的场景开发,降低大众准入门槛,将“看不懂”转化为“愿意试”。

针对行业发展的核心瓶颈,CPB联赛制定了清晰的未来规划:未来三年,联赛将逐步实现主客场制,覆盖全国主要城市,进一步扩大产业影响力;同时,将持续完善产业链。在市场培育方面,通过多元化的开发利用,丰富商业变现路径,推动产业从“培育”向“成长”加速跨越。

“随着产业链各个环节的逐渐完善,未来5年到10年,中国棒球产业有望迎来爆发期。”王世莉告诉记者。

如今,中国棒球正通过“体育+旅游+商业消费”的方式,将“一颗球”做成完整的消费链条。

从长期视角看,棒球产业的发展不仅是体育产业的单点突破,更将带动上下游关联产业协同发展,成为拉动消费、促进就业、传播体育文化的重要载体。站在“体育强国”建设的时代风口,中国棒球产业尽管前路仍有挑战,但从“小众热爱”到“产业蓝海”的蜕变之路,已然开启,静待中国棒球产业挥出一记漂亮的“全垒打”。

# 头部动力电池企业争相布局电动船舶

本报记者 丁蓉

不冒烟、无轰鸣,近年来,航道上出现了一些“新面孔”——电动船舶。它们零排放、低噪声,不用柴油,却能载客或运货逆流而上,并能跟新能源车一样充电换电。

随着船舶产业绿色化、智能化、高端化转型加速推进,电动船舶渗透率正快速提升。船舶电池正成为头部动力电池企业争相布局的新蓝海。

5月13日,第十八届深圳国际电池技术交流会/展览会开幕,船舶电池成为展会现场亮点之一。多名接受《证券日报》记者采访的业内人士表示,当前,船舶电池正处于发展的起步阶段,在政策支持和市场需求的驱动下,随着电池技术不断提升以及补能设施逐步完善,其未来市场前景广阔。

## 电动船舶渗透加速

“电动化是船舶智能化的基础,动力电池驱动的电动船舶,能无缝接入智能控制系统,实现自动化、数字化管理。当前,电动船舶正从客船、工作船逐步向游艇、货运船等高价值场景渗透。”欣旺达电子股份有限公司(以下简称“欣旺达”)船舶电池市场总监郑晨航在接受《证券日报》记者采访时表示。

“船用电池要实现大规模推广,其经济性仍有待进一步提升。此外,需要补齐配套基础设施的短板,解决内陆、沿海港口的充电换电设施布局不足等问题。”中关村物联网产业联盟副秘书长袁帅向《证券日报》记者表示。

电动船舶产业的加速发展,离不开政策的引导支持。海事局于2025年2月份发布《纯电动动力船舶技术与检验暂行规则》,以现行船舶技术规范为基础,针对纯电动动力船舶特点,制定电池系统管理、监测报警、风险评估和消防等核心安全技术要求。

地方层面,多省推出支持政策。例如,2025年11月份,湖北省人民政府办公厅正式印发的《湖北省推动内河船舶产业转型升级和高

## 模型领跑 应用井喷 主业稳增

# 腾讯一季度AI战略全面提速

本报记者 李豪悦

5月13日,腾讯控股(以下简称“腾讯”)发布2026年一季度财报。今年一季度,该公司实现营业收入1964.6亿元,同比增长9%;Non-IFRS(非国际财务报告准则)经营利润756.3亿元,同比增长9%。若剔除AI产品的投入影响,Non-IFRS经营利润同比增长17%至844亿元。

值得注意的是,腾讯一季度业务的最大亮点,是腾讯AI战略在经历密集建设与发布后,正式进入规模化落地阶段,从基础模型到Agent(智能体)生态,AI正加速渗透至腾讯各项核心业务。

## 核心主业稳健增长 游戏流水创下新高

腾讯董事会主席兼首席执行官马化腾表示:“我们的核心业务在用户黏性、收入及盈利上持续增长,既为AI投入提供了充裕的现金流支持,也为AI的落地应用奠定了丰富的场景基础。”

分业务来看,腾讯三大主业在保持增长的同时,盈利能力持续优化。

增值服务业务中,游戏板块表现依旧稳健。今年一季度,其本土市场游戏收入同比增长6%至454亿元,但收入增速滞后于流水增速。财报显示,这是因为2026年春节假期晚于2025年,导致更多收入递延至一季度之后确认。国际网络游戏收入同比增长13%至188亿元。

腾讯一季度网络广告业务(营销服务)表现最为亮眼,收入同比增长20%至381.7亿元。这主要得益于微信生态流量的持续增长以及AI驱动的广告推荐模型升级。金融科技及企业服务业务收入同比增长9%至599亿元。其中,企业服务收入同比增长20%,主要受AI相关服务等需求的上升及更有利的定价环境推动,云服务收入实现增长。

## AI全面提速 Agent生态初成

今年一季度,AI成为贯穿腾讯财报始终的主线。“我们在新AI产

质量发展工作方案》提出,到2027年,全省船舶工业产值突破1300亿元,年均增速超15%,电动船舶核心动力系统全国市场占有率保持领先。

## 上市公司密集布局

电动船舶正打开动力电池行业继新能源车之后的新蓝海。宁德时代新能源科技股份有限公司(以下简称“宁德时代”)、欣旺达、中创新航科技集团股份有限公司(以下简称“中创新航”)等头部企业纷纷布局。

今年3月份,搭载中创新航“至远”船用电池,通过了中国船级社认证的全国首艘碳纤维单机电力推进公务船——“深人安1”号在深圳水库正式交付并投入使用,标志着我国水域公务执法装备加速迈入绿色电动化阶段。配合电力推进与智能电控系统,该公务船可满足巡逻执法、应急响应等多场景任务需求。

宁德时代2025年发布了全球首个可实现船舶兆瓦级充电、分钟级换电补能及云端多源数据高精度融合的“船—岸—云”零碳航运一体化解决方案,持续推进港航物流、金融产投、船舶修造、科研院所等行业上下游伙伴的战略合作。截至2025年末,该公司配套电动船舶累计安全运营近900艘,助力全球水上交通低碳转型。

欣旺达早在2019年便前瞻性布局船用电池业务。目前,该公司自研的314Ah电芯已获得中国船级社认证,具有大能量密度优势,既可以助力实现电动船舶整体方案降本,又可以提升系统层面的能量密度,实现电动船舶动力系统的升级应用。据悉,欣旺达船用电池包解决方案提供标准型与高倍率型两种产品配置,支持多种船型需求,标准型覆盖32kWh至6168kWh电量,高倍率型覆盖30kWh至5760kWh电量。

郑晨航表示:“当前,电动船舶在全球船舶市场的渗透率尚不足1%,规模还非常小,但未来潜力巨大。公司正通过前瞻性布局,以在市场迎来爆发期的时候占据先机。”

品上取得了显著突破,并持续以AI赋能核心业务增长。”马化腾表示。

一位AI领域的分析师向《证券日报》记者表示,腾讯一季度的亮点是跑通了“技术到产品到商业”的闭环。

具体来看,腾讯对AI的投入既重且快。为支持模型迭代和AI基础设施建设,其一季度研发投入达225.4亿元,同比增长19%;资本开支达319.4亿元,同比增长16%,主要用于算力、存储等云端基础设施的扩张。

真金白银的投入,换来的是AI能力的阶段性跃升。

在基础模型层,混元团队不到三个月完成的Hy3 preview模型,成为这份财报中的技术亮点。该模型总参数量达2950亿,激活参数量210亿,在推理、代码及智能体能力上位居国内同等参数量模型前列。

在应用层,腾讯的Agent产品正以“组合拳”形式密集推向市场。一季度,腾讯累计上线数十款通用及垂直场景Agent。

此外,面向大众用户的QClaw(AI智能体助手)主打“扫码即用”,已接入主流旗舰模型,新上线的“文件空间”功能实现本地文件、腾讯文档与知识库的一站式打通。

更重要的是,AI对腾讯原有业务快速实现提效转化。一季度财报披露,在CodeBuddy(AI编程工具)和WorkBuddy等应用中,Hy3 preview首次响应速度提升54%,任务完成时间缩短47%,成功率维持在99.99%。在广告业务中,升级后的推荐模型在转化率预估任务中,全面部署,智能投放产品矩阵已赋能了约30%的广告主投放金额。游戏业务方面,AI也已进入研发体验环节,覆盖3D资产制作与NPC交互。

广州艾媒数据信息咨询有限公司CEO张毅对《证券日报》记者表示:“从重建基础模型到Agent产品井喷,再到以AI重构存量业务,腾讯在一季度展示了如何将长期积累的场景区势,快速转化为AI落地的先发优势。有充裕的现金流支撑,加之丰富的场景做底座,腾讯的AI故事已进入加速兑现期。”

# 多维共振驱动输变电设备行业景气度抬升

本报记者 许林艳

AI算力爆发带来电力需求激增,特高压等相关项目建设直接拉动输变电设备需求。而算电协同进程的持续提速,也推动输变电设备由传统电力基建品类转型升级,行业景气度得到整体提升。

## 输变电需求旺盛

当前,我国输变电产业呈现“投资高增、技术突围”的双重特征。近期,多家上市公司披露中标国家电网有限公司输变电相关项目公告,行业订单落地节奏加快。

5月9日,积成电子股份有限公司发布公告称,近日,国家电网有限公司在其电子商务平台发布多项中标公告,确定其为“国家电网有限公司2026年输变电项目第二次变电设备(含电缆)公开招标采购”“国家电网有限公司2026年输变电项目第二次变电设备直接采购(单一来源)”等项目的中标人,

中标金额合计约为2.01亿元。

5月8日,中国西电电气股份有限公司(以下简称“中国西电”)发布公告称,国家电网有限公司电子商务平台发布了“国家电网有限公司2026年输变电项目第二次变电设备(含电缆)公开招标采购中标公告”。该公司下属12家子公司为相关中标人,中标变压器、组合电器、断路器、隔离开关、电容器、互感器、避雷器等产品,总中标金额为15.83亿元。

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,本轮招标头部企业斩获大额订单,行业订单饱满,业绩确定性持续增强。从行业细分赛道来看,林先平称,当前我国输变电行业建设步入加速期,特高压、配网智能化双线推进,其中,特高压柔性直流赛道成为最具潜力的细分领域,核心设备需求持续放量。

## 企业加速布局

依托行业确定性,产业链上市公司纷纷加码输变电项目布局,推进相关项

目建设、技术研发与场景落地,抢占赛道红利。

5月12日,江苏安靠智电股份有限公司(以下简称“安靠智电”)发布公告称,公司与苏州星辰瀑布电力科技有限公司(以下简称“星辰瀑布”)签订《关于固态变压器(SST)合作协议》。合作期限内,安靠智电为星辰瀑布提供3000万元的委托研发资金。本次委托研发SST及后续产业化(或有)将打通安靠智电在AI数据中心整体供电系统中的“重要一环”。

5月11日,科润智能控制股份有限公司在投资者关系活动记录表中表示,公司持续聚焦输变电设备制造主业,深化市场战略布局,通过动态优化销售策略精准把握行业发展机遇,大力拓展电网、发电领域(风电、光伏、核电、火电等)、电建能建、石油化工、充电桩等行业市场。

5月11日,中国西电在投资者互动平台表示,公司子公司西安西电电力电子有限公司具备固态变压器自主研发能力,产品面向配电网、数据中心等场景,其10千伏/2.42兆伏安/800伏固态

变压器已应用于贵安国家“东数西算”数据中心项目,10千伏/2兆伏安/750伏固态变压器已在西安市高新区西电智慧园区光储充智慧能源系统中顺利挂网投运。

此外,依托海外电网老旧改造、全球能源绿色转型契机,国内输变电企业凭借技术、成本以及全产业链优势,加速开拓海外市场。

一位不愿具名的业内人士在接受《证券日报》记者采访时表示,当前国内输变电设备企业正在积极获取海外订单,短期内具备海外订单落地能力的电力设备企业更受市场关注。在国内电网投资放量、海外需求增长的双重共振下,国内输变电行业发展有望进一步提速。

“随着‘算电协同’深度落地,配电网智能化程度将持续提升,输变电设备也将具备更强的智能监测、自主调控和安全保护能力。在能源低碳转型的大背景下,输变电设备也将更加注重与新能源的适配,助力绿色电力的输送与消纳。”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。