

# 低空经济领域 “利好”消息不断

近日,据央视新闻报道,我国自主研发的吨级以上电动垂直起降航空器,首次实现远海石油平台物资运输飞行。这一突破,标志着我国在海陆低空物流场景应用中迈出关键一步。

另外,深圳市发改委近日发布《深圳市低空基础设施高质量建设方案(2024—2026年)》。其中提出,到2026年年底,建成10个低空经济产业园区和2个特色产业园区;建成低空起降点1200个以上,开通载人、载货飞行等各类低空商业航线1000条以上。

近期,时的科技获阿联酋10亿美元eVTOL订单,小鹏汇天完成2.5亿美元B轮融资,亿航智能与清华大学共建低空航空技术联合研究院。有券商表示,低空经济产业化进程有望进一步提速。



图片来源:视觉中国

## 新突破

据央视新闻报道,近日从中国海油获悉,我国自主研发的吨级以上电动垂直起降航空器,首次实现远海石油平台物资运输飞行,这一突破不仅创新了海上物资补给模式,更标志着我国在海陆低空物流场景应用中迈出关键一步。

据报道,我国自主研发的2吨级电动垂直起降航空器——“凯瑞鸥”,装载新鲜水果和紧急药品等物资,从深圳陆地起降点起飞。经过

58分钟的跨海域飞行,该无人机降落在距离深圳海岸线150公里的海上油气平台,成功完成了运输任务。

中国海油深圳分公司协调部副经理任永怡表示,相比传统依赖船舶和直升机的运输方式,电动垂直起降航空器在运营成本、响应速度、环保零碳、舒适性以及适应有限起降空间方面具有显著优势。

长期以来,我国海上石油平台的物资补给主要依赖船舶运输,单

程耗时10小时或以上,难以满足紧急物资调度与应急保障需求。紧急情况下则需调用直升机,但单次飞行成本较高。任永怡介绍,此次试飞将创新的航空技术、成熟的运营经验与真实的海上作业需求深度融合,形成“研制+运营+场景”低空应用落地闭环,实现了海陆长距离低空紧急物资运送、应对渔船滋扰等场景的新突破,展现了低空经济技术赋能传统能源产业的巨大潜力。

## 密集利好

值得关注的是,近期,低空经济领域迎来了多则利好消息。

7月31日,国家发改委召开上半年发展改革形势通报会,明确下半年重点工作包括推进低空经济高质量发展。会议提到,要因地制宜培育壮大新质生产力,推动“人工智能+”行动走深走实,推进低空经济高质量发展,激发数字经济创新活力。

华创证券指出,近期国家发改委多次提及低空经济,并将其明确为下半年重点工作方向之一,是做优增量,提高国内大循环效益的举措之一,建议关注低空产业或将从顶层设计到加速落地。

另外,7月31日,深圳市发改委发布《深圳市低空基础设施高质量建设方案(2024—2026年)》(以下简称《方案》)。其中提出,到2026年年底,建成“1+5+4”(低空经济大科学装置1个、低空经济运行试验区5个、测试场4个)低空经济总部研发测试总体布局。围绕无人机关键系统和零部件、整机制造、地面保障装备等关键环节,形成一批全球领军的低空研发制造企业,专精特新“小巨人”、制造业单项冠军、隐形冠军等企业国内领

先。产业集聚发展水平显著提升,产值规模突破1300亿元。

到2026年年底,建成10个低空经济产业园区和2个特色产业园区,覆盖技术研发、生产制造、营销展示等业态。低空经济链上企业相互合作与跨行业协同规模显著提升,飞控算法、高能量密度电池、低功耗主控芯片、高性能轻量化材料、复杂环境感知等关键核心技术取得重大突破,实现低空飞行器产业链核心技术与关键零部件供应的自主可控。

到2026年年底,建成低空起降点1200个以上,开通载人、载货飞行等各类低空商业航线1000条以上,直升机、eVTOL起降设施1公里半径覆盖建成区面积比例突破50%,“2小时同城、4小时跨城”低空快送服务覆盖人口占全市人口比例超过70%,三甲医院、血液中心(血站)覆盖率超过50%,城市治理起降场3公里半径范围内实现全市公园、河道、水库、岸线等巡检全覆盖,载人飞行、物流运输、低空观光、航空运动、飞行培训、电力巡线、港口巡检、航拍测绘、农林植保等领域实现商业化应用。

华创证券表示,深圳走在低空经济产业建设的前沿,深圳模式或

有望成为全国甚至全球重点参考的案例。深圳市发改委公开本文件,意味着到2026年年底诸多项目要实际落地。新增建设规模大,场景全面,无疑是对低空经济产业注入强心剂。

低空经济产业近期获得超大国际订单,也引发市场关注。7月16日,阿联酋企业Autocraft与时的科技签署采购协议,订单金额10亿美元。Autocraft采购350架E20 eVTOL,与时的科技携手推进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;7月23日,沃兰特航空与泰国泛太平洋有限责任公司、中国航空技术国际工程有限公司签署了三方合作协议,该订单总金额达17.5亿美元。

西部证券指出,根据时的科技与Autocraft签约的订单,单架飞机的价格为285.71万美元,换算成人民币将超2000万元,单机价值量较为可观。低空eVTOL作为一种公共交通工具或达不到人形机器人的需求数量级,但考虑其单机价值量是人形机器人当前公布价格的约30—500倍,产业版块具备较大的市场拓展空间。

(券商中国)

## 从短片爆款到暑期档黑马的《浪浪山小妖怪》

8月2日,国产动画电影《浪浪山小妖怪》正式上映。猫眼专业版与灯塔专业版同步确认:截至8月6日16时39分,《浪浪山小妖怪》票房成绩为22462.59万。上映首日,豆瓣开分8.6,评分人数超过3.8万,成为2025年暑期档迄今口碑最高的国产动画。

影片由上影集团主投主控,上海美术电影制片厂(上美影)负责制作,上海电影通过控股子公司上影元(上海)文化科技发展有限公司持股70%,中国电影与华夏电影联合出品。

2023年11月,上海电影公告拟以不超过6654万元现金收购上影集团、上美影所持上影元19%股权;交易完成后,上影元股权结构将变为上海电影70%、上美影30%,上影集团不再直接持股。上影元自2022年10月成立后,获得上影集团、上美影无偿授权的60部经典动漫及影视IP著作财产权,被上海电影定义为“新的业务增长引擎”。

公开信息显示,影片为二维动画,共1800余组镜头、2000余张场景图,制作团队超600人。业内人士估算制作成本约6000万元。按目前1亿元票房及后续4.5亿元—5亿元预期,片方分账约2亿元;叠加衍生品、品牌授权及流媒体版权,生命周期收入有望突破3亿元,投资回报率预计超过100%。

其实,早在7月30日点映阶段,票房已破1300万元;8月2日公映当天,猫眼实时票房5100万元,次日再收5900万元,上映两天轻松破亿元。排片占比与上座率连续两日位居动画第一,推动院线在首日后追加场次。

与传统“映后开发”不同,影片立项即同步启动衍生品规划:线下:SFC上影BOE-α超级影城“嘻游日”主题店首日衍生品销售700万元;美罗城动漫主题影院单店销售达周末同期4倍;300余款周边中,小猪妖毛绒公仔首批10万件断货。授权:与瑞幸、伊利、晨光文具、阿维塔等30余家品牌达成跨界合作,覆盖汽车、餐饮、潮玩、文具、便利店等7大场景,授权衍生单品超400个。自营:上影元旗下“上影元品”推出300款自营商品,与问童子联名玩偶预售近万件,客单价199元—399元。

《浪浪山小妖怪》从暑期档杀出重围,也给了行业一些新的启示:

1.资产重估:60部老动画首次以“资产包”形式进入上市公司体系,为国有文化资产证券化提供样本。

2.闭环变现:内容+商品+场景同步开发,把电影上映变为“IP节点事件”,而非单纯票房竞赛。

3.受众破圈:从B站3.4亿播放的短片到亲子、国风、职场共情的全年龄受众,验证“情绪价值”可转化为可持续的IP工业化燃料。

从一句“我想离开浪浪山”的弹幕刷屏,到1亿元票房、8.6分口碑的暑期档黑马,《浪浪山小妖怪》不仅刷新了国产动画的商业天花板,更展示了IP资本化的新路径:低成本内容撬动高杠杆资源,体系化衍生品反哺票房,最终让老IP在资本市场焕发生机。小猪妖是否翻过那座浪浪山尚未可知,但它已帮助上海电影翻过了业绩增长的下一道山梁。

(王洛)