

低空经济享政策红利 谁将成为第一台“空中的士”？

中经记者 陈靖斌 广州报道

近年来，低空经济如一颗冉冉升起的产业新星，正迸发出前所未有的发展活力。在5月19日的国新办发布会上，国家统计局新闻发言人付凌晖指出，4月份智能无人飞行器制造和智能车载设备制造业增加值同比分别增长74.2%和29.3%，远超规模以上工业的平均增速。

《中国经营报》记者了解到，广汽集团、亿航智能、小鹏汇天等龙头企业正加速在低空经济领域布局，推动技术创新与产业落地协同发展，释放出更大的市场潜力，也为行业提供了更广阔的创新空间。

湾区低空经济研究院院长朱克力在接受记者采访时表示，当前行业正处于由“政策驱动”向“市场驱动”转型的关键节点，进入从政策哺育向自我造血的演进阶段。这一过程是产业生命周期自然发展的体现。尽管前期政策在立法突破和空域开放方面起到了关键支撑作用，但未来真正决定产业成败的，将是能否构建完整、可持续的商业闭环。

以eVTOL(电动垂直起降飞行器)企业为例，其面临的核心挑战在于技术迭代速度与市场验证节奏的错配。朱克力指出，尽管电池能量密度持续提升，但距离支撑高频次、商业化运行仍存在技术瓶颈。对此，企业亟须采取“循序推进、场景优先”的策略，如优先在岛屿物流、景区接驳等对续航要求较低、运行环境可控的场景中试水，以积累运营经验，规避核心技术短板的集中暴露。

他进一步强调，运营方应构建动态风险评估模型，实现飞行器可靠性、空域调度能力与具体市场需求之间的有机匹配，避免盲目追求全场景覆盖。此外，行业洗牌已成必然趋势。到2027年，或仅有少数具备全栈能力的企业能够生存下来，这一过程本质上是资源重新配置、优胜劣汰的必经阶段。

“投资者应警惕盲目押注大而全的通用场景，更应关注具有确定性价值的细分领域，如特定航线的独家运营权、关键零部件的专利壁垒等。”朱克力提醒道。

企业涌向飞行汽车赛道

除了政策突破,企业的前瞻布局也正在重塑低空经济的产业格局。其中,广汽集团的动作尤为引人关注。

在国家战略的引领下，各级政府正通过系统性、前瞻性的政策体系，为低空经济构建起通向未来的“高速通道”。这一新兴产业正迎来前所未有的发展机遇，在政策推动与市场牵引的双轮驱动下，一批标志性项目加速落地，推动低空经济从蓝图构想转向现实运营。

3月28日，亿航智能旗下全资子公司——广东亿航通用航空有限公司，正式获得中国民航局颁发的全球首张民用无人驾驶航空器运营合格证(OC)。这一突破性进展标志着中国低空经济正式迈入“载人时代”，为城市空中通勤、低空旅游等新型出行方式打开商业化通道，成为低空经济发展历程中的里程碑事件。

对此，朱克力指出：“亿航智能获得运营认证，是低空经济标准化的破冰之举，其意义远超单一企业的资质获取。它向资本市场释放了一个明确信号——低空经济的商业化已从概念验证进入实际运营阶段。”

除了政策突破，企业的前瞻布局也正在重塑低空经济的产业

格局。其中，广汽集团的动作尤为引人关注。

在2025年全国两会期间，广汽集团董事长冯兴亚明确提出，飞行汽车作为智能移动服务的重要组成部分，与广汽集团在智能网联新能源汽车领域的积累高度契合，将成为其产业拓展的新高地。

广汽集团的实际行动也印证了其雄心——正式推出全新飞行汽车品牌“GOVY 高域”，并发布两款面向不同出行需求的飞行产品：短途多旋翼飞行汽车GOVY AirCar和复合翼飞行汽车GOVY AirJet。据了解，广汽高域飞行汽车已开启适航审定，预计明年年底能够取得适航证。

另一家备受关注的企业小鹏汇天，也在加快进入量产阶段。5月9日，其“陆地航母”飞行汽车项目的生产许可证(PC)申请已被民航中南地区管理局正式受理，标志着小鹏汇天正式迈入产品量产审查阶段。

当前，小鹏汇天位于广州的飞行汽车智造基地建设进展迅速，生产车间已全面封顶，总体完成度达70%。据企业负责人介绍，

推动全链条深度协同

尽管行业发展势头强劲,但低空经济的可持续商业模式仍面临诸多挑战。

近年来，低空经济地位在国家战略中日益凸显，被明确纳入战略性新兴产业体系，成为推动高质量发展的重要引擎。在国家政策的引领下，各地政府积极响应，陆续出台配套措施，从空域管理的逐步放宽，到基础设施的加快建设，再到专项资金的精准投放，正构建起一个覆盖全链条、多维度的政策支持体系。国家与地方形成的政策合力，正持续为低空经济注入强劲动能，其直接成果便是相关企业数量的爆发式增长。

企查查数据研究院的最新数据显示，截至目前，全国范围内与

低空经济相关的企业总数已达8.65万家。回顾过去10年，尽管行业发展曾面临波动，但2024年成为关键拐点，全年新增注册企业达1.11万家，同比增长14.55%。尤其值得关注的是，2025年前四个月的新增企业数量已高达9217家，同比激增234.92%。

尽管行业发展势头强劲，但低空经济的可持续商业模式仍面临诸多挑战。

朱克力指出，当前行业面临的核心瓶颈并非技术难题或政策缺位，而在于商业模式的验证性不足。飞行器制造商普



GOVY AirJet 复合翼飞行汽车亮相中国(深圳)国际文化产业博览交易会。

企业官网/图

该基地将于2025年第四季度竣工，首款飞行汽车“陆地航母”计

划于2026年实现量产交付，目标售价不超过200万元，预计将成为

面向公众的首批可商用飞行汽车产品之一。

遍陷入高投入、低回报的困境，而运营商则受限于应用场景不足，难以实现规模化落地，导致产业链上下游协同不足、资源错配。

朱克力认为，破解当前困局的关键在于重构产业链的价值分配机制，推动全链条深度协同。

“制造企业应开放技术平台，与物流公司、出行服务商共建联合研发中心，将部分产品定义权让渡给市场端。例如，可为生鲜冷链定制温控舱，为高端商务出行设计隐私空间。基础设施开发

商则需转变重资产思维，探索共

享起降点等轻运营模式，通过动态定价机制提升设施使用效率。公众接受度的提升也不应停留在传统营销层面，而应建设沉浸式体验网络，如在城市CBD设立模拟飞行体验舱，将抽象概念转化为具体服务体验。监管机构则应创新监管工具，例如引入空域资源拍卖系统，以市场化手段提升资源配置效率。这种多方协同的核心，在于将低空经济从‘技术秀场’真正转变为价值创造网络。”朱克力提出。

与此同时，中国数实融合50人论坛智库专家洪勇则从飞行汽车的发展视角指出，当前

商业化落地的主要障碍在于技术成熟度、成本控制与市场接受度。

“上游企业应聚焦于飞行器性能的提升，包括续航、安全性及制造成本的优化，同时加快适航认证流程。下游企业则需建立健全运营服务体系，实现与现有交通网络的有机融合，并探索用户习惯培育与合理定价策略。此外，产业链各方还应加强与政府及社区的协作，共同完善基础设施、法律法规建设，提升公众对飞行汽车的认知度与接受度，推动低空出行服务的广泛普及。”洪勇则进一步表示。

阿里再度减持小鹏 造车新势力资本加速退出？

中经记者 陈靖斌 广州报道

作为小鹏汽车的重要股东,阿里巴巴近期的减持行为再次引发市场广泛关注。

根据阿里巴巴集团5月17日披露的2025年第一季度美股持仓报告,阿里在该季度减持了308万股小鹏股票,减持幅度达到8.13%。

这已不是阿里首次出手。早在2023年12月15日,阿里便宣布计划出售2500万股小鹏股票。随

频遭减持

2025年第一季度,小鹏再度迎来了大股东阿里减持股份的消息。

根据阿里巴巴集团近日披露的2025年一季度13F持仓报告,公司在该季度减持了308万股小鹏股票,减持幅度为8.13%。这已不是阿里第一次减持小鹏股票。

早在2023年12月15日,美国证券交易委员会(SEC)文件显示,阿里旗下淘宝中国控股有限公司(Taobao China Holding Limited)计划出售2500万股小鹏的美国存托股票(ADR),总价值约3.91亿美元。彼时,阿里的持股比例从10.2%下降至7.5%。

针对这一举动,阿里方面曾回应称,此次减持是出于自身资本管理的需要。“我们依然看好小鹏的发展前景,未来也将继续与

后在2024年3月21日,阿里又大幅减持3300万份小鹏ADS(相当于6600万股A类普通股),持股比例也由9.23%降至4.94%。

对于阿里减持小鹏股份一事,《中国经营报》记者向小鹏方面询问如何回应,但截至发稿尚未获得进一步回复。

尽管小鹏方面保持沉默,业内专家对此已有分析。国际智能运载科技协会秘书长张翔在接受记者采访时指出,阿里的减持行为不

其在战略层面保持合作。”

小鹏方面也表示,阿里的减持并不代表其对公司前景的看法发生改变,而是执行其Q3财报中提出的“投资变现回报股东”的战略。尽管股份减少,阿里仍是小鹏的第二大股东,持股比例约为8%,双方将在云计算等关键领域继续深化合作。

然而,2024年3月21日,阿里旗下淘宝中国再次出售了3300万份小鹏ADS(代表6600万股A类普通股),其持股比例进一步从9.23%降至4.94%。

对此,小鹏方面回应称,这一变化对公司核心业务影响不大。公司当前经营数据向好,核心产品表现亮眼,并强调阿里和阿里云仍是其最重要的战略合作伙伴之一,双方仍将在研发和营销体系等多

仅是对个体企业的判断,更折射出整个造车新势力行业正进入冷静调整期。

“新能源汽车行业正从过去的高速扩张转向理性发展阶段。行业洗牌加剧,资源加速向头部企业集中,竞争力不足的企业正在被市场淘汰。”张翔表示,“与前几年‘PPT造车’盛行、资本疯狂涌入的景象不同,当前市场已趋于理性。比亚迪、理想等头部企业逐步做大,那种股价‘爆发式’的上涨行情

个层面保持紧密合作。

不过,就在减持发生前的2024年3月19日,小鹏发布公告称,已与淘宝中国及董事会成员何小鹏协商一致,终止原有相关协议,相关协议自即日起不再具有法律效力。同时,一名非执行董事也宣布辞任。

值得一提的是,阿里此前大幅减持发生小鹏处于发展低谷时期。2024年下半年,小鹏销量大幅落后于理想和蔚来,股价在短短一个季度内暴跌近50%,市场信心极度受挫。

然而时至今日,小鹏已逐步走出低谷,凭借两款热销车型强势反弹,一度成为造车新势力中销量领先的企业之一,其股价也反弹至约80港元,较低点上涨逾150%。

已不多见。”

产业经济观察家梁振鹏指出,阿里近年来持续减持小鹏股份,这在一定程度上反映出其对造车新势力前景的信心变化。虽然新能源汽车行业的前景仍然广阔,但竞争也日趋激烈,新势力车企在技术、品牌、渠道等方面的挑战也日益加大。在此背景下,阿里可能认为小鹏作为新势力车企,其股价和市值增长空间有限,因此选择减持股份。

张翔指出,阿里在小鹏重新崛起之际选择减持,可能也有助于小鹏实现降本增效。“此前阿里作为大股东,小鹏在采购如云服务、AI技术时倾向优先选择阿里系产品,这在一定程度上限制了其采购自由度。如今股权解绑后,小鹏可以更自由地选择供应商,有利于降低成本。”

梁振鹏则认为,阿里与小鹏在股权关系减弱后,战略协同或受到一定影响,但双方合作基础依然存在。“未来合作模式可能会更灵活,比如通过框架协议、联合实验室、研发成果共享等形式实现资源共享和优势互补。”他指出,智能汽车仍是双方具备高度契合的领域,自动驾驶、云计算、营销生态等仍有广阔的合作空间。

增长遇阻

近期,减持小鹏股份的行为并不局限于阿里。数据显示,过去30个交易日内,多个券商持续减持小鹏股票,南向资金累计减持高达944万股,仅5月16日单日就减持了113万股。

从股价表现来看,小鹏在今年第一季度创下阶段高点后,随即进入调整期。

销售数据也表明,小鹏正在遭遇增长瓶颈。自2024年11月销量首次突破3万辆后,公司已连续6个月维持在3万辆以上的水平,然而这一数字同时也成为其新的“天花板”。尽管销量保持稳定,小鹏的增长动力正趋于放缓。

在MONA M03与P7+两款车型取得初步成功后,小鹏加快了产品线的更新节奏,陆续对G6、G9、X9三款车型进行了改款。然而,从市场反馈来看,这些车型的销量提升并不显著。根据第三方数据,MONA M03和P7+仍是销量主力,其中前者4月销量约1.5万辆,占总销量40%,后者为7391辆,占比23.58%;而G9和X9的销量则均在3000辆左右,贡献有限。

值得注意的是,MONA M03的销量已出现回落趋势,而P7+的销售周期也在缩短。此前,小鹏曾披露P7+上市仅5个月便实现5万辆下线。

面对瓶颈,小鹏急需一款“走量”新车以支撑销量持续增长。尽管小鹏在上海车展推出了5C版P7+,但作为改款车型,其对整体销量的拉动作用有限。与此同时,小鹏的热门车型交付周期仅为1—2周,相较之下,小米SU7的

交付周期仍保持在30周以上,说明小鹏的订单积压并不大,市场热度也存在差距。

小鹏董事长何小鹏曾表示,月销5万辆是车企的“合格线”,小鹏正朝着月销5万、甚至10万辆的目标努力。然而,从当前交付节奏和销量表现来看,小鹏距离这一目标仍有显著差距。

张翔指出,随着新能源汽车市场趋于饱和,行业正进入深度调整阶段。“融资难、竞争激烈、价格战频发、库存压力大、技术创新门槛高”已成为行业普遍面临的问题。张翔认为,企业在转型期必须明确发展方向、优化资源配置、提升组织效率,并在技术创新方面做出关键选择,特别是在智能辅助驾驶领域,要么加大自研投入,要么精准选择合作伙伴。否则一旦方向错误,将面临资源耗尽、难以回头的风险。

广州眺远营销咨询公司总监高承飞也表示,中国智能电动车行业目前正经历多重挑战。一方面,技术虽然取得突破,但在电池续航、自动驾驶等关键领域仍需持续进化;另一方面,市场盈利模式尚不成熟,企业在成本控制、服务差异化等方面仍需探索。同时,补贴政策逐步退坡、监管趋严,也对企业提出更高要求。在资本层面,科技巨头投资意愿趋于保守,这也迫使车企更重视自身“造血”能力。

高承飞指出,企业应通过增强研发能力、优化商业模式、拓展外部合作等手段提升抗风险能力,以实现长期可持续发展。