



本报官方微博



本报官方微信

中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

总2611期/每周一出版/本期32版

新闻热线：(010) 88890030
中国社会科学院主管
中国社会科学院工业经济研究所主办

零售价/RMB5.00

在深蓝疆域擘画高质量发展新篇章

A2



社评

深耕蔚蓝宝藏 向海洋拓未来

7月1日,中央财经委员会第六次会议对推动海洋经济高质量发展作出重要部署。会议强调,推动海洋经济高质量发展,要更加注重创新驱动,更加注重高效协同,更加注重产业更新,更加注重人海和谐,更加注重合作共赢。这不仅是顺应时代潮流的明智之举,更是确保经济长远发展、实现民族复兴的关键一步。海洋,占地球表面积逾七成,蕴藏着解决资源短缺、环境危机与经济增长瓶颈的无尽潜能,是通往未来的希望之路。

发展海洋经济是拓展人类生存与发展空间的必由之路。随着陆地资源日益紧张,海洋以其浩瀚无垠的胸怀,提供着包括食物、能源、药物在内的丰富资源。从深海油气到海底矿产,从海洋渔业到海上风电,每一份海洋宝藏都是对陆地资源瓶颈的有力突破,为缓解资源压力、保障能源安全提供了坚实后盾。

海洋经济也是科技创新的前沿阵地与经济增长的强大引擎。海洋科技的每一次飞跃,无论是深海探测、海洋工程装备制造,还是海洋生

物医药的研发,都不能直接催生新的产业,更将带动相关产业链的蓬勃发展,为经济增长注入源源不断的活力。

发展海洋经济还是承担全球海洋治理责任、展现大国担当的体现。随着人类对海洋活动的增加,海洋环境保护与可持续利用成为国际社会共同关注的焦点。我国作为海洋大国,积极发展海洋经济,不仅致力于自身海洋生态的健康与繁荣,更通过国际合作,分享经验、提供技术,携手全球伙伴共同应对海洋挑战,推动构建海洋命运共同体。

2024年我国海洋经济总量突破10万亿元,海洋新兴产业增加值同比增长7.2%,数据背后体现了科技赋能带来的产业质变。在浙江舟山,全球首台16兆瓦海上风电机组实现全容量并网,单台机组年发电量可满足3.5万户家庭需求;在广东湛江,智能化海洋牧场通过AI监测系统实现鱼类生长周期精准调控,单位产量提升40%。这些创新实践表明,我国海洋产业正从传统劳动密集型向技术密集型转变。

目前海洋产业涉及多个领域,而海上风电、现代化远洋捕捞、海洋生物医药、海洋特色文旅以及海运业等在会议中被重点提及。在海上风电方面,要科学规划布局,推动海上风电规范有序建设。近年来,我国海上风电装机规模不断扩大,技术水平持续提升,但在发展过程中也面临一些挑战,如海上风电建设与海洋生态保护的协调、海上风电并网技术的完善等。为此,要加强技术研发与创新,提高海上风电建设的科学性与可持续性。

在产业融合方面,沿海省份的生动实践成为海洋经济发展的佐证。上海港通过区块链技术实现货物全程溯源,港口作业效率提升35%;海南龙栖湾海洋牧场开创“渔旅融合”新模式,将深海养殖与海洋观光结合,年接待游客超50万人次;浙江舟山打造世界级修造船基地,船舶工业国际市场份额连续7年居全球首位。这些案例不仅拓展了产业边界,也揭示了海洋产业升级的关键路径,催生出海洋数字经济、海洋碳汇交易等新型商业模式。

在资源利用方面,我国已建立海洋碳汇核算体系,福建湄洲湾试点“蓝碳交易”,将海洋生态价值转化为经济收益。同时,通过海域分层立体利用,实现海上风电、海洋牧场、滨海旅游等多业态共存,单位海域面积产出提升60%。

海运是国际贸易的主要运输方式,我国作为全球最大的货物贸易国,海运业的发展对我国对外贸易至关重要,我国拥有众多优良港口,如宁波舟山港、上海港等,港口货物吞吐量和集装箱吞吐量均位居世界前列。

尽管我国海洋产业成绩斐然,但俗语有言,逆水行舟,不进则退。因此,向海发展成了时代赋予的历史使命,是拓展发展空间、塑造发展新优势的必然选择。

我国拥有广袤的海洋国土和悠久的海洋文化,这为向海发展奠定了坚实基础。从古至今,海洋也一直是中华民族探索未知、追求发展的重要方向。如今,在全面建设社会主义现代化国家的进程中,更要向海图强,走出一条具有中国特色的海洋发展之路。

本期热词

经略海洋 向海图强 A2~A4

向海图强

在国家“推动海洋经济高质量发展”“向海图强”政策指引下,浙江省打出一系列“海洋强省”组合拳。浙江省发展海洋经济拥有政策支持、产业基础雄厚等诸多优势条件。浙江省海洋经济产业结构较为完整,涵盖了油气全产业链、临港先进装备业、现代港航物流服务业、现代海洋渔业等多个领域。

打造世界一流强港 浙江构建现代海洋产业体系 A3

公募“红包”

2025年已经过半,随着权益市场的回暖,基金分红呈现如火如荼之势。据《中国经营报》记者不完全统计,截至7月9日,全市场全部公募基金(开放式+封闭式)合计分红超过1000亿元,达到1290.28亿元,较2024年同期增长37.5%;分红次数达到3616次,较2024年同期增长22.2%。

公募基金开撒“红包雨” B2

拼多多赢了?

当阿里巴巴、美团、京东激战即时零售时,另一个五年前同样被认为具有万亿市场规模的战场正在走向终局。近日,美团优选突然在福建、湖北、云南、四川、北京等多地停运,拼多多成为社区团购“笑到最后”的人。2020年,社区团购曾经是互联网巨头争相进入、争夺最激烈的赛道之一。

拼多多“终结”社区团购? C1

哈根达斯“9.9元”

高端冰淇淋品牌哈根达斯近期也加入“9.9元”价格战阵营,试图吸引更多消费者。虽然此次低价产品并非其招牌冰淇淋而是咖啡饮品,但业内人士分析认为,这标志着该品牌固守多年的高端价格策略已出现松动迹象。2025财年Q2财报显示,哈根达斯中国门店客流量出现两位数下滑。

9.9元咖啡引流:哈根达斯无惧降“身价”? D2

经济大势

A1~A4

蓝色金融激活产业发展新引擎 A4

营商环境

B1~B16

重大项目申请同比增4倍 B1
A股并购重组持续升温

浮动管理费机制来了 B4
30万亿理财市场迎变

中小银行IPO变局 B6

近2000家企业集结 B11
广州建博会展现科技与环保理念

新实控人执掌经营 B14
北大医药将失去“北大”字号

智在公司

C1~C8

数据留存率仅5.1% C2
“以存强算”迫在眉睫

竞逐小游戏:用户注意力的争夺之战 C4

迎战技术变革 汽车圈人事大换防 C6

动力电池企业账期达255天远超整车 C7
行业“超长账期”顽疾待解

慧及民生

D1~D4

仁怀整顿酱酒乱象 D1
线上“年份酒”亟待规范

LABUBU爆火启示录:泡泡玛特的IP炼金术

商业案例 D4

一家成立不到15年的企业,却颠覆了传统的玩具行业逻辑,在中国乃至全球潮流玩具市场都占据着举足轻重的地位。这段时间内,从仿货泛滥、黄牛抢购到多款售罄,泡泡玛特旗下IP LABUBU的热度持续攀升,在二级市场溢价动辄翻倍。

伴随着旗下自有IP的崛起,泡泡玛特也在2024年交出了营收和海外市场双增长的财报。从单一爆款Molly起家,中间一度遭遇增长困境,到孵化出LABUBU、SKULLPANDA等多个现象级IP,再到4个IP破十亿元营收,泡泡玛特在潮玩行业实

现了相对完整的IP孵化和运营闭环。

尤其是今年2月以来,泡泡玛特的股价陡峭上涨、屡创新高,6月19日收盘报248.6港元/股,市值超过3000亿港元,超过老牌IP公司三丽鸥(旗下拥有Hello Kitty、库洛米等IP)与万代南梦宫(旗下拥有奥特曼、龙珠等IP)的市值总和,一跃成为仅次于迪士尼、任天堂的全球第三大IP公司(截至7月9日收盘,泡泡玛特收盘报266.8港元/股)。

然而,与许多文化消费企业类似,泡泡玛特也面临着一个残酷的现实:一个IP能否长红,不仅考验设计与营销,更考

验创新和文化叙事能力。尤其是在隐藏款炒作热潮退却、二手溢价大幅回落之后,泡泡玛特亟须回答:IP生命周期如何延续?稀缺性与商业化之间的矛盾如何平衡?

从市值百亿港元左右到一度突破3000亿港元,泡泡玛特究竟做了什么,又正在经历哪些成长的烦恼?还能否成功复制下一个LABUBU?盲盒之外,IP如何展开新的叙事,并最终成为可穿越周期的文化符号?探究泡泡玛特崛起的背后原因,我们不仅能看到一家中国潮玩企业异军突起的秘诀,更能看懂当下新消费时代的IP打造逻辑。

