产业园区新质生产力调研行

中国光谷如何从“七星领跑”到“群星闪耀”

中经记者 张家振 武汉报道

一个直径0.3米、有效长度3.5米的光纤预制棒，被缓缓送入加热炉经2000℃高温熔融后，化作一根长达2万公里、比头发丝还细的光纤，2根预制棒拉出的光纤就可以绕地球一圈。

这是在湖北省武汉市的东湖新技术开发区（武汉东湖高新区，又称“中国光谷”）烽火锐拓科技有限公司生产车间里发生的一幕。

50年前的1976年，全国第一根光纤在武汉东湖高新区诞生。如今，这里集聚起约1.6万家的光电子信息企业集群，形成了从光棒、光纤、光器件到光芯片、光模块、光网络的完整链条，光纤光缆产能约占全球的25%。

《中国经营报》记者在采访中了解到，在光电子信息产业集群中，武汉东湖高新区涌现出了以长江存储、长飞光纤、华工科技、光迅科技、烽火通信、高德红外、中信科移动七家企业为代表的“光谷七星”。

武汉东湖高新区为什么能培育出“光谷七星”？它们凭什么穿越技术周期、产业周期、资本周期？如何实现从“七星领跑”到“群星闪耀”、从中国光谷向世界光谷的跃迁？日前，武汉东湖高新区党工委副书记、管委会主任余松在“从‘光谷七星’看穿越周期的力量”专题研讨会上给出了答案：久久为功的战略定力是穿越周期的压舱石，坚定不移“陪跑”企业是穿越周期的生命线，前瞻性的思想引领是穿越周期的瞭望塔。

跨越50年的“光的长征”

中国光谷始终向光生长、追光而行，“十年磨一剑”，培育了星光灿烂的光电子信息产业集群。

中国光谷何以在光电子信息产业领域“独树一帜”？靠的不是追逐一年的风口，而是踏上50年“光的长征”的定力。

“中国光谷因光而兴、聚光成谷。中国光谷跨越半个世纪的‘追光’长征，是中国光电子信息产业自立自强的生动缩影。”余松感慨道，从光通信到人工智能时代，技术变革浪潮迭起，中国光谷始终向光生长、追光而行，“十年磨一剑”，培育了星光灿烂的光电子信息产业集群。

对于中国光谷的追光之路，烽火通信最有发言权。50年前，我国第一根光纤正是从烽火通信前身——武汉邮电科学研究院的实验室里横空出世的。

烽火通信副总裁杨勇表示，从第一根光纤，到光纤预制棒、光纤光缆、光模块、传输系统，烽火通信是行业内少有的全链条企业：光纤预制棒是全球最大规格的，单根就能拉出2万公里光纤；研发出了国内首个超万芯光缆，一根乒乓球直径大小的光缆里可装下1.3万条光路。

“高新科技产业的发展，没有捷径、没有侥幸，风口会来，低谷也躲不开。想，全是问题；干，才有答案。”在华工科技总裁助理李慧看来，从最初依赖“全球买”核心部件，到产品销往90多个国家和地区、实现“卖全球”的奋力一跃，“我们不仅走出了校办企业转型发展的标杆路径，也为国家产业安全、科技自立自强贡献了一份力量。”

余松表示，发展短期靠项目、长期靠生态，必须持续供给企业所需的阳光、水分、空气、土壤，才能为高质量发展注入源源不断的动力。“中国光谷始终把服务企业摆在突出位置，设立光谷企业家日，持续完善耐心资本、人才政策、产业载体，弘扬鼓励冒险、宽容失败、激励创新、崇尚成功的光谷精神，最终培育出了皓月当空、满天繁星的企业群落。”

穿越周期性的定力何在？

实践证明，产业培育不是百米冲刺，而是接力长跑。唯有保持定力，方能积小胜为大胜。

“光谷七星”全面崛起、穿越周期的“密码”何在？在科技部调研室原主任、研究员胥和平看来，中国光谷穿越了长达50年的、完整的变革周期。“我们站在了光里，跨越了技术、产业和资本周期，形成了以‘光谷七星’为代表的光电子信息产业集群。”

“最初，全国并不只是武汉市提出要建设中国光谷，但也只有我们咬定目标持续深耕，一步一步发展壮大，如今中国光谷正迈向世界光谷。”余松也表示，实践证明，产业培育不是百米冲刺，而是接力长跑。唯有保持定力，方能积小胜为大胜。

“我认为，‘光谷七星’最核心的概念就是不可替代，已经做成了一个体系，里面还有很多要素支撑。”华中科技大学经济学院院长张建华表示，这七家企业最重要的是把光电子产业链条“链”起来了，并都在其中发挥着重要作用，在光电子信息产业链上拥有各自的位置，各自形成了核心优势、不可替代性和硬实力。

在张建华看来，“光谷七星”让人眼前一亮，呈现出四个特点：第一，不仅做产品，还有独门技术，更在于做自己的链条，把上下游、产业链、供应链给搭建起来；第二，所有链条是互相依赖的，每家企业都构成了其中一环；第三，更重要的是，这七家企业都坚持长期主义；第四，企业的发展离不开人才，产业发展背后是技术的支撑，离不开资金的支持，但人才更为关键。

何以在世界科技浪潮加速演变的环境中穿越长周期，“光谷七星”代表企业负责人有着更深的体会和思考。

对于光迅科技得以穿越周期的原因，该公司总经理助理马卫东总结道：一个是横向产品布局的广度非常广；另一个是纵向垂直整合的深度很深。“我们的产品非常丰富，从光芯片做起，一直拓展到光器件、光模块，这也是光迅科技的核心竞争力所在。”

作为“光谷七星”之一，高德红外是一家从20世纪90年代成长起来的企业。“穿越技术周期的根本原因在于，关键核心技术牢牢掌握在自己手中。”高德红外党委副书记徐中安表示，硬科技绝不能指望别人，技术周期要靠一代接一代的研发积累去穿越。只有把核心技术掌握在自己手里，才能在产业竞争中站稳脚跟，实现未来可期。

“移动通信产业是全球竞争最激烈的产业之一，几乎每隔十年就会有下一代技术迭代。在这一过程中，标准决定了产业话语权。”中信科移动副总经理付相也总结道，中信科移动能够穿越周期，靠的就是公司在标准上的长期坚守和战略定力。



位于武汉东湖高新区的烽火通信智能生产基地。 光谷融媒体中心/图

以共生交互壮大产业生态

从“七星领跑”到“群星闪耀”，首先要从“被需求”的思维中解放出来，想办法找到如何去定义、掌握主动权的路径。

面对这场“追光”的新长征，中国光谷及相关企业穿越周期的下一个方向和趋势在哪里？从“七星领跑”到“群星闪耀”，中国光谷需要做什么？这一问题更值得深入思考。

“中国光谷下一步的发展，要以建立全国有影响力的区域科技创新中心作为总目标，来打造中部地区科技产业发展高地。”胥和平表示，“我们要跨越技术叙事，走向产业叙事。在全面提升产业创新能力基础上，深度开发光电子产业体系，推动光电子产业数智化场景。产业生态或产业创新生态是一种复杂创新系统，发挥着共生交互作用，需要在研发、投资、消费需求、政府之间形成产业生态。”

张建华表示，从“七星领跑”到“群星闪耀”，首先要从“被需求”的思维中解放出来，想办法找到如何去定义、掌握主动权的路径。真正成为标准的定义者，需要解决三大缺口，即结构缺口、转换缺口和资本缺口，同时让科研院所真正面向企业出题、市场出题，推进产业创新和科技创新深度融合。

具体到烽火通信未来发展计划，杨勇表示：“面向下一代技术，我们得在还不赚钱的时候就开始投。我们的节奏是‘预研一代、开发一代、量产一代’：今天的收入靠上一代产品，明年的竞争力靠现在在研的产品，五年后的位置取决于现在计划立项的产品。”

“十五五”期间，光迅科技也将着眼于提升核心竞争力。“我们在光芯片方面提出了很高的要求，要坚持高标准、高投入、高产出，把光芯片做成中国光谷的特色和公司的核心竞争力。”马卫东表示。

“红外技术不能只停留在实验室，也不能只服务于少数领域，而要走向千行百业，走进大众的生活，才能真正形成产业竞争力。”徐中安表示，“公司将继续聚焦红外主业，持续完善创新链、产业链，保持研发投入的连续性，跟踪储备前沿技术，不盲目铺摊子，不追逐短期的热点。”

长飞光纤副总裁聂磊表示，长飞光钎首先需要坚定不移地走引进、消化、吸收、创新的道路，把核心技术牢牢掌握在自己手里；同时，基于高质量增长、AI深度融合、全球化发展、技术引领和资本运营协同成长五大战略，公司致力于成为全球AI光连接基础设施的领导者。

“50年前，在我们拉出第一根光纤的时候，没有人知道这个行业能有多大。今天，‘光谷七星’一起给出了共同的答案：把一件正确的事做了50年，再做好下一个50年。”杨勇表示。

业绩“遇冷”估值“发烫” 解码冰山冷热百倍PE背后

中经记者 黄永旭 卢志坤 北京报道

11月18日，冰山冷热（000530.SZ）以11.52元开盘，盘中最高12.93元、最低10.85元，振幅17.55%，成交34.61亿元，换手率47.25%，收盘12.41元，当日上涨4.73%。按8.43亿股总股本计算，总市值达104.6亿元，站上百亿元关口。

一个月股价翻倍

自10月中旬以来，冰山冷热在二级市场走出一波独立行情，短期内多次涨停，股价翻倍，成为冰雪经济概念第一牛股。

记者梳理看到，10月14日至11月18日连续26个交易日内，冰山冷热股价累计上涨约117%，其间8个涨停、1次跌停。11月18日晚，公司发布近期第五份股票交易异常波动公告，直言“若后续涨幅继续扩大，可能会触发严重异常波动情形”。

自市场上普遍认为，此轮冰山冷热的股价异动，并非毫无征兆的资金突袭，而是冰雪经济、液冷两大市场热点共振的结果，冰山冷热恰好同时踩中了这两大市场风口。

从冰雪经济概念的传导逻辑来看，10月底，张家口崇礼、新疆可可托海等雪场陆续开板，冰雪旅游预订升温，“冰雪经济”概念在二级市场重新集结，龙江交通15天8个涨停，冰雪装备、场馆运营类个股轮番表现，而冰山冷热被贴上的标签是“冰雪场馆制冷系统供应商”。

根据冰山冷热过往披露，公司确实曾承接多个奥运场馆及商业冰雪项目，包括上海临港耀雪冰雪世界、包头万科冰雪中心。

而且，2026年8月，公司披露签订了具体的新订单：公司作为联合体成员中标中汽股份呼伦贝尔新能源汽车全季冰雪试验基地项目，合同金额约2.7亿元，含超万平方米低温环境舱、降雪与冰面系统，工期两年。

这一订单的签订，被市场解读为“冰雪+汽车测试”的双重利好。但公司后续公告多次明确，“2026年截至目前，冰雪场馆业务尚未确认收入。”

除冰雪赛道外，液冷是市场聚焦的另一概念。随着算力建设投资提速，数据中心温控从风冷向液冷升级的热度持续走高。冰山冷热在投资者互动平台称，布局冷源侧，提供干冷器、氟泵系统、冷却水系统，磁悬浮冷水机组正在研发，部分产品已小批量交付；子公司松洋压缩机则把“数据中心温控用直流变频涡旋压缩机”写进半年报。

显而易见，公司在制冷压缩机与工业热管理领域的技术积累，被市场赋予了液冷赛道的估值溢价。不过，公司在股票交易异常波动公告中也明确指出，“液冷业务主要处于研发试制、初步推广阶段，2026年仅有零星收入，部分产品可投入商用时间尚不确定。”

在两大热点题材的基础上，冰山冷热的估值水涨船高。公司11月18日公告指出，“根据中证指数有限公司官方网站发布的截至2026年11月17日数据，公司所属的行业分类‘C34通用设备制造业’最新市盈率为36.62倍，公司最新市盈率为161.06倍，显著高于同行业水平。”

然而，概念的热度与真实的业绩之间，存在着巨大的鸿沟。记者梳理财报数据发现，目前公司储能热管理、冰雪工程等新业务均处于市场拓展初期，相关收入在整体营收中占比极低，尚未对公司业绩形成实质性贡献。

《中国经营报》记者观察到，一个多月前，这只股票还在5.7元/股附近。自10月14日首个涨停至11月18日，26个交易日累计上涨约117%。与股价的火热形成强烈反差的是基本面的持续降温。2026年三季报显示，冰山冷热前三季度营业收入同比下降近9%，归属于上市公司股东的净利润同比下降超32%，扣非净利润跌幅更是超过50%。

一家净利率不足2%的老牌制冷设备企业，为何在业绩下行期被推到百亿市值？就近期股价冲高、经营业绩、新兴业务等情况，记者联系到冰山冷热，公司董办工作人员表示，“近期公司接受深交所窗口指导，暂不方便接受媒体采访，相关情况还是以公告披露为准。”



冰山集团研发的全钒液流温控系统模块。 冰山集团官方微信公众号/图

传统主业增长乏力

作为国内制冷行业的老牌上市公司，冰山冷热围绕冷热产业布局，覆盖工业制冷制热、商用冷冻冷藏、空调与环境、工程与服务等领域，是国内少数具备完整冷热产业链的企业之一。近年来，通过收购整合原松下系在华制冷资产，冰山冷热进一步强化了压缩机等核心部件的技术能力。

但与此同时，传统主业的增长瓶颈也日益凸显。记者梳理看到，最近三年，公司营业收入连续下降，从2023年全年营收48.16亿元，逐步缩减至2025年全年营收43.98亿元。

进入2026年，营收端再度收缩：前三季度营收同比下降8.98%，连续三年下滑。单季看，一季度营收10.42亿元，同比下降10.13%；二季度营收11.38亿元、同比下降约7%；三季度营收11.16亿元、同比下降9.68%。

从主营业务结构来看，公司营收主要由工业产品、安装工程和其他产品及服务三部分构成，工业产品是公司主导业务。2026年上半年，冰山冷热实现营业收入21.80亿元，同比下滑8.62%。其中，工业产品实现营收15.63亿元，同比下降2.83%。

相较于2025年同期，工业产品营收降幅虽有所收窄，但盈利能力同步走弱，毛利率从2025年同期的19.71%回落至18.28%。作为公司深耕数十年的传统优势主业，面对行业需求疲软、市场竞争加剧及原材料成本波动的多重冲击，量价两端均承受压力，未能扭转主业增长乏力的整体格局。

此外，曾被视为营收增长补充的安装工程业务，同样转入收缩。2026年上半年，安装工程业务实现营收5.65亿元，同比大幅下滑21.04%，占总营收比重也从2025年同期的30.66%回落至25.91%。

更为关键的是，安装工程业务“造血”能力有限的问题一直存在。2026年上半年，该业务毛利率仅为6.46%，不足工业产品毛利率的四成。此前低毛利工程业务规模扩张时，便持续拉低公司综合毛利率水平，如今规模收缩，低毛利率加剧了对整体营收的拖累。而且，子公司层面的盈利分化格局也在持续加剧，核心子公司业绩下滑叠加多数主体贡献不足，使得公司盈利的“单点依赖”风险持续上升。

作为公司旗下最核心的利润引擎，冰山松洋压缩机（大连）有限公司2026年上半年实现净利润4675.27万元，虽仍是公司第一盈利来源，但较2025年同期的5721万元同比下滑约18.3%。其余子公司中，多数盈利规模有限，尚未形成稳定的第二、第三增长极。

下行期的财务隐忧

营收持续收缩之下，利润端则进一步承压。记者梳理发现，冰山冷热盈利对非主业收益的依赖度不降反升，主业造血能力不足的问题愈发凸显。

财报显示，2026年前三季度，公司实现营业利润6957.85万元，其中投资收益达2051.90万元，接近当期营业利润的三成。若叠加计入当期损益的政府补助、增值税加计扣除等其他收益，非经常性及非主业收益对利润的支撑作用更为显著。

而且，冰山冷热利润端的下滑幅度已远超营收端，主业盈利能力弱化的信号愈发清晰。2026年前三季度，公司归属于上市公司股东的净利润为6131.34万元，同比下滑32.38%；扣除非经常性损益后的净利润仅3880.85万元，同比大幅下降50.99%。

在公司营收三连降、净利润持续承压的背后，冰山冷热应收账款高企，面临的资金压力不容忽视。

从应收账款看，截至2026年9月末，公司应收账款账面价值18.26亿元，较年初增11.65%，占总资产24%，相当于前三季度营收的55%。另外，叠加应收票据2.87亿元、应收款项融资3.23亿元、合同资产1.55亿元，被下游占用的资金超过25亿元。以期末账面价值与当期营收简单测算，其应收账款周转天数已接近150天。

记者注意到，2026年三季报中，公司其他非流动资产较年初增长37.25%，公司注明“本期增加抵债房产”。客户以房产抵偿货款，侧面印证工程类应收款回收难度不小。

此外，截至三季度末，公司资产负债率约57.45%，处于装备制造行业中等偏上水平。而且，公司账上商誉高达2.86亿元，若相关子公司经营不及预期，亦存在减值计提风险。