

大灣區新質生產力暨高質量發展成果巡展 深圳展在歡樂港灣啟幕

【香港商報訊】記者林麗青、許傳軍報道：繼8月26日香港首展之後，「2025粵港澳大灣區新質生產力暨高質量發展成果巡展」於29日移師深圳，在前海歡樂港灣舉行。是次展覽全面展示大灣區在新質生產力培育、科技創新、產業升級、可持續發展等方面的卓越成就，令市民近距離感受大灣區高質量發展的新面貌。展覽首日恰逢七夕情人節，剛領完結婚證的一對新人來到展覽現場參觀，看到大灣區發展日新月异尤其是創科發展非常快，活力灣區讓他們對未來生活愈加憧憬。

參觀者讚深圳創科發展驚人

今年是深圳經濟特區建立45周年，巡展主要從低空經濟、科技創新、精神文明、生態文明、法制建設等方面展現深圳高質量發展的新篇章，以及前海、河套等深港交流合作新成就。其中，寶安通過要素創新推動高質量發展，正以驚人的速度和活力展現強大發展勢能；福田展示了會展經濟、深港合作方面的成就；龍華則凸顯出時尚產業、數字產業等發展成果；而鹽田則展示了被譽為「中國最美的八大海岸」之一的海濱棧道及其所在的黃金海岸線風光。

深圳站展覽當天恰逢周末，又是七夕情人節，前來觀展的遊客絡繹不絕，或攜兒帶女，或璧人成雙。七夕當天剛領了結婚證的龍先生和嚴小姐正在歡樂港灣拍照留念，正好看到該展覽。「我在南山上班，她在寶安工作，我們住在寶安。」龍先生說，南山科技研發創新很快，科技感更強，寶安則



七夕當天剛領了結婚證的龍先生和嚴小姐參觀巡展。 記者 焦家志攝

生活氣息更濃一些，兩者整體發展都很不錯。參觀完巡展，龍先生告訴記者，大灣區發展日新月异，感覺每天都在變化，每天都在成長，整體是積極向上的狀態，尤其科技發展力量成長非常快，是一個很有活力的灣區。

同樣住在寶安的賴小姐告訴記者，前幾天是深圳45歲生日，當時因為預約不到沒法現場觀看無人機表演，不過沒想到能在家門口看到該巡展，能全面地了解到深圳的發展。「通過這個展覽能了解到寶安發展得很好，深圳的發展也很不錯，現在灣區都是發展得比較前衛的。」賴小姐說。

灣區融合 其樂融融

本屆巡展以「賦能新質生產力 推動高質量發展」為主題，着力講好大灣區城市推動前沿研究、加強技術落地應用、以AI賦能傳統產業升級轉型的

灣區故事。現場觀展的觀眾，也用自己的經歷，書寫着一個個灣區故事。

來自中山的陳小姐和姐妹團一起到濱海藝術中心看演出，在演出開始前逛逛歡樂港灣，正好參觀了巡展。「現在從中山到深圳太方便了，走深中通道僅需45分鐘，」陳小姐告訴記者，「粵港澳大灣區各個城市都很有特色。」她指着展板上展示的機器人說，以後機器人可以走進家庭，幫手做家務。無獨有偶，準備去乘坐摩天輪的深圳居民張女士則經常過中山品嘗美食，「我是北方人，在深圳居住30多年來，去過全國各地，最喜歡的還是深圳，交通方便，廣府美食深得我心。」

據介紹，「2025粵港澳大灣區新質生產力暨高質量發展成果巡展」深圳站由深圳前海歡樂港灣協辦，將延續至9月2日。之後巡展還將在廣州、惠州、東莞、澳門等大灣區城市展出。

騰訊京東聯手收購48座萬達廣場

【香港商報訊】據中通社報道，8月29日，集商業、文化、地產、金融四大板塊的萬達集團資產出售迎來新進展。

據天眼查，近日成立的「蘇州寬遇股權投資基金合夥企業」總出資額達224.29億元（人民幣，下同），由騰訊、京東等13方共同出資，標誌着此前披露的48座萬達廣場出售交易初步落地。

據悉，交易涉及北京、廣州、成都等39個城市的重資產項目，預計今年下半年完成交割，萬達商管將

繼續負責日常運營。交易獲監管當局無條件批准，凸顯萬達自救進展。

蘇州寬遇股東中，騰訊通過旗下公司持股約44.4%（出資約100億元），京東通過北京潘達持股22.2%（出資約50億元），陽光人壽持股19.9%，太盟集團持股約5%，其餘包括廣州及蘇州國資企業等。騰訊與京東均為萬達老合作夥伴，2018年曾聯合蘇寧、融創以340億元入股萬達商管。此次交易通過專項基金平台完成，延續了雙方合作模式。

萬達近年來持續「瘦身」以緩解債務壓力。2023年，太盟等投資人600億元入股珠海萬達商管，化解380億元債務，但股權重組因仲裁受阻。去年，萬達出售近26座萬達廣場。截至去年底，萬達擁有513座萬達廣場。市場分析認為，此交易反映萬達加速輕資產轉型，聚焦商業管理服務。按盤方騰訊、京東等互聯網巨頭或通過數字化改造提升萬達廣場價值，但部分三四線城市項目租金回報率承壓，協同管理效率將是挑戰。

超170個國家 外商客流同比翻倍 華強北打造「買全球賣全球」國際資源鏈接樞紐

置身中國電子第一街——深圳華強北，絡繹不絕的國內外商客流連忘返於各個電子市場「買買買」，身穿紅馬甲的外國志願服務者漫步街頭以不同語言引導服務外國友人，一輛輛裝滿科技產品的平板車、麵包車正在通過各種物流網絡向全球各地發貨……數據顯示，華強北電子產品出口覆蓋全球190多個國家和地區，年交易額突破4000億元；日均海外客商流量超7000人次，超過170個國家及地區的客商在這裏採購或是扎根創業。

買全球賣全球，展現出華強北布局全球的氣魄和實力。開放包容合作共贏，更是華強北融入世界的格局與胸懷。在科技競技角逐風起雲湧的當今時代，華強北，已成為深圳奇跡之城、創新之城、未來之城最生動的時代註腳。

創下4個「全國第一」 年交易額突破4000億元

漫步華強北大街小巷，面對匆匆而過的客流、車流，每一位到華強北的商客內心都應會激蕩、思考，如何才能抓住這裏的商機？

華強北電子產品出口已覆蓋全球190多個國家和地區，年交易額突破4000億元。今年以來，商圈日均客流穩定在70萬人次以上，同比增長20%。街區來自全球177個國家和地區的外商客流日均超過7000人次，較去年翻倍。

經過深圳福田區及華強北街道近年來持續推進轉型升級，華強北現有專業市場35家，總經營面積超過43萬平方米，商戶數超4萬戶，從業人員約8萬人。其中經營面積2000平方米以上的電子類專業市場22家。銷售元器件種類超100萬種，是全球最大的電子元器件集散地，創下了電子商戶數量、營業面積、產品種類、年銷售額等4個「全國第一」。

今年1-5月，轄區總營收約2000億元，同比提升30%。產業結構呈現「一超多強」，構建以電子交易製造產業為核心，美妆交易、金融服務、物流業、商務服務、建築裝飾、餐飲業、文體娛樂、酒店業和醫美健康產業協同發展的「1+9」產業集群體系。

「三圈融合」生態加速形成 打造新質生產力策源第一街

因勢而謀，乘勢而上。華強北緊緊把握發展機

遇，打造全國新質生產力策源第一街。過去，華強北憑借其產業集聚、快速迭代、創業生態、市場結合和國際化等優勢，成為深圳乃至中國創新的重要槓杆，孕育出騰訊、大疆等科技巨頭。步入數智時代，為進一步放大華強北的創新槓杆效應，有力撬動新質生產力發展，將持續從三個維度發力，全力把華強北打造成新質生產力策源一條街。

在空間維度上，華強北「一公里電子信息全產業鏈生態圈」是濃縮全球電子產業鏈的「超級磁場」。在這裏，從一顆芯片的設計研發，到一塊電路板的貼片生產，再到一部智能終端的組裝測試，所有環節都能在一公里範圍內高效完成，幫助企業以最低成本、最高效率，將創意轉化為現實。

在時間維度上，華強北的「一星期全流程高速製造圈」定義全球創新速度。第一天，方案設計團隊完成產品原型並打樣；第二天，華強北「前店後廠」開啓小批量試產；一週內，產品在華強北步行街全球首發，線下在華強北檔口售賣的同時，華強北跨境電商團隊依託國際物流網絡樞紐出海發往世界各地。

在生產要素層面，華強北已構建「一站式生產性服務業高效協同圈」，土地、人才、技術、資本、政策等生產要素在這裏深度融合。「要素無邊界流動、資源無障礙配置」的協同生態，讓華強北成為創新企業的「濕地」，不僅孕育出騰訊、大疆等世界級企業，也有無數中小微企業如雨後春筍般生長。截至目前，有超過11萬家商事主體在華強北深耕。

開放包容協作共生 打造「灣區紅樹林式創新生態」

紅樹林生態，具有開放、包容、協作、韌性、共生的蓬勃意象。華強北打造「灣區紅樹林式創新生態」正是基於40餘年產業積澱提出的獨特發



華強北街道俯瞰

展模式。

科研創新資源招引。打造「河套科研+華強北落地」「華強北+國際科研組織」「前街後校」等模式，提升華強北科研創新能力，已落戶深圳大學實驗室、馬听院士實驗室、錢學森教育工作委員會等4家科研機構。

智能化改造。運用產業互聯網思維，將分布在各個空間的產業鏈、價值鏈進行重塑，提高協同效率，降低運營成本。與中電、嘉立創、1688合作，再造一個線上華強北。

打造孵化器集群。探索「超前孵化和深度孵化」模式，規劃建設10家未來產業孵化器、10家新興產業孵化器和30家「黨建+創客」孵化器。

補齊科技金融短板。圍繞產業鏈和創新鏈布局科技金融，建立覆蓋天使投資、風險投資、股權投資、併購投資等完整科技金融服務體系，打造科技金融最活躍的國際風投創投商圈。

打造國際化標杆商圈 華強北跨境貿易額突破900億元

打造全國數智時代創新型國際化標杆商圈。作為深圳對外開放的重要窗口，華強北的國際化氛圍日

Labubu 迷你版開售秒罄



POPMART 泡泡瑪特 THE MONSTERS 心底密碼系列搪膠毛絨掛件盲盒。圖片來自天貓官方旗艦店

【香港商報訊】最新一輪的迷你版 LABUBU，搶到了嗎？泡泡瑪特「迷你版 LABUBU」（THE MONSTERS 心底密碼系列）搪膠毛絨掛件盲盒28日晚22時開售。開售僅10秒，京東、淘寶等平台官方店鋪全部售罄，官方小程序頁面一度陷入卡頓。29日上午10時左右，美國、日本和韓國等主要海外市場也開啓預售，數分鐘內亦宣告售罄。

泡泡瑪特（09992.HK）昨日高開330港元，漲5.6%，但隨後震盪調整，報收322.4港元，下跌0.25%。

彭博億萬富翁指數最新顯示，泡泡瑪特創始人、CEO 王寧的淨資產增至266億美元（約合2074.8億港元）。憑借持有泡泡瑪特近50%的股份，截至8月29日，王寧的財富比2025年初增加了約190億美元（相當於每日進賬約6億港元），淨資產今年增加2.5倍。

本次發售的「迷你版 LABUBU」各含14個常規款，1個隱藏款，實體高約10.5厘米，售價79元（人民幣，下同）一隻，整套1106元。據媒體統計，在正式開售前，已有超過58萬消費者在天貓旗艦店將該產品加入購物車。

2025年上半年，泡泡瑪特的毛利率提升至70.3%，創下歷史紀錄，這一數字不僅超越了LVMH集團67%的水平，甚至逼近奢侈品牌愛馬仕。

從去年起，這款長着精靈耳朵、露出小尖牙、又醜又萌的 LABUBU 突然出圈，一躍成為潮流新寵，風靡全球。據了解，LABUBU 是由出生於香港的比利時籍藝術家龍家升創作，是他筆下一個生活在北歐森林的精靈。

龍家升在中國香港出生，自童年起隨家人移居荷蘭。他本職是插畫師，曾於2013年在台灣出版中文版繪本《我的小星球》；2015年，龍家升創作了系列故事《The Monsters》9隻精靈天團，靈感來源於他童年時期喜愛的北歐民間傳說與神話。

2019年，龍家升與泡泡瑪特簽訂獨家合作協議，推出 THE MONSTERS 系列盲盒公仔，其中長相古靈精怪的 LABUBU 最受歡迎，各種顏色、造型和尺寸的 LABUBU 公仔開始逐漸佔領年輕人的背包和書桌。