

气温骤降催热宁波“暖经济”

年轻人追逐“科技保暖”，宁波大妈扫货羊绒衫

气温骤降催热了“暖经济”。近日，记者走访宁波各大商圈发现，随着“过冬装备”的更新换代，消费市场呈现鲜明的代际特征：年轻人追捧科技感保暖装备，中老年消费者的“心头好”依然是羊绒衫等传统御寒衣物。



宁波二百某羊绒衫品牌。



鄞州印象城一户外品牌门店。

科技保暖：年轻人偏爱“轻量化”装备

这个冬天，年轻人掀起一股“科技保暖”风潮。在鄞州印象城的优衣库门店，一款HEATTECH系列保暖内衣成为爆款。店员表示，该系列采用特殊纤维材质，能吸收人体蒸发的水分转化为热能，兼顾保暖和轻薄，日均销量增长明显。“许多顾客一买就是全家套装，大人小孩一起买。”

在位于鄞州印象城的蕉下门店，多款羊毛保暖内衣也吸引不少消费者购买。据了解，该品牌今年推出的三款羊毛保暖内衣，均采用新西兰细羊毛强化后的空气锁温技术，既保留

了羊毛面料的特性，又通过科技手段提升了保暖性能。

除了基础的“贴身层”，户外运动品牌的“面料科技”也备受年轻人追捧。在宁波万象城、天一广场等商圈的多家户外品牌门店，同样人头攒动。

波司登今年新推出的极地羽绒服，凭借与东华大学联合研发的“航天级升温面料”、远红外反射身体热能等科技卖点，吸引大批消费者。消费者李女士表示：“平时通勤时间长，科技保暖装备既轻便又时尚，可以兼顾通勤和休闲，很适合我。”

“现在的年轻人很懂行，他们会专门来问面料是不是采用THERMOLITE®保暧纱线，或者有没有远红外升温技术。”一家户外品牌店员表示，这种从“盲目跟风”到“技术控”的转变，让具备高科技含量的户外品牌迎来了销售爆发期。

记者注意到，小红书平台上，“科技保暖穿搭”话题浏览量突破500万次。这一现象背后，是年轻人对“轻量化”保暖的追求——他们不再满足于厚重的传统棉服，而是希望通过科技手段实现“温暖不臃肿”的冬日穿搭。

传统羊绒衫：中老年群体“扫货”忙

如果说年轻人买冬衣追求“科技感”，那么，“宁波大妈”们则忙着扫货传统保暖单品。

在宁波第二百货，纯羊绒衫、羊毛衫等传统保暖单品被摆放在显眼位置，吸引不少消费者选购。市民王阿姨一口气买了5件，“羊绒衫贴身穿，暖和透气，给家里小朋友买了3件，换着穿。”

宁波第二百货数据显示，11月7

日（立冬）至12月7日（大雪），毛衫区共销售152.07万元，同比增长2.70%。羊绒品类增长4.9%，羊毛品类增长0.78%。部分品牌销售增长明显，羊绒品牌如鄂尔多斯增幅达97.74%，兔皇、珍贝增幅分别为45.83%、4.9%。羊毛品牌如阿玛尼增幅67.79%，雪野增幅89.20%。

此次降温引发的消费热潮，反映宁波保暖消费市场正从“单一

御寒”向“科技+传统”多元化方向发展。一方面，科技保暖装备凭借轻便、时尚的特点，成为年轻群体的首选；另一方面，传统羊绒衫则凭借经典、耐用的特性，持续占据中老年市场。

业内人士指出，保暖市场将迎来更多创新产品，满足不同人群的个性化需求。

记者 史娓超 文/摄

2025胡润全球高质量企业TOP1000发布 英伟达登顶，一家甬企入围

日前，胡润研究院发布《2025胡润全球高质量企业TOP1000》榜单。本次榜单以企业市值或估值为核心依据，上市公司市值按2025年11月14日收盘价计算，非上市公司估值参照同行业上市公司或最新融资情况估算。

全球前10强企业中，美国科技巨头占据8席，技术创新成为价值增长核心驱动力。英伟达凭借人工智能芯片和数据中心计算需求的激增，价值增长49%至32.8万亿元人民币，超越苹果和微软跃居全球第一；苹果以28.6万亿元人民币稳居

第二，生态系统稳定需求与服务业增长持续发力；微软虽降至第三，但仍实现13%的价值增长，以26.9万亿元人民币彰显云业务与企业业务的稳健态势。

国家分布上，美国以410家企业上榜蝉联第一，虽减少3家，但总价值占比达57%；中国以158家排名第二，新增24家，其中中国企业83家，非国有企业75家。中美两国合计占据榜单总数的56.8%，凸显全球经济的双引擎格局；日本以63家排名第三，英国、德国、印度各以40家并列第四。

记者 乐晓立

AI加速工业设计转型 宁波智能产业“巨舰” 将“驶”向何方？

12月17日，2025宁波智能产品创新大赛——JoySpace均胜电子智能座舱设计大赛（以下简称创新大赛）圆满收官。这场聚焦汽车智能座舱设计的专项赛事，不仅集中展现了新生代设计师的创新潜能，更折射出宁波在智能产品创新领域的前瞻布局与产业优势。

区别于去年首届创新大赛的“广泛播种”，今年的专题赛“垂直深耕”汽车智能座舱领域。基于宁波汽车与零部件“领头羊”——宁波均胜电子股份有限公司（下称均胜电子）实际需求，重点围绕沉浸式智能座舱、智能光影与显示、下一代交互生态三大核心方向，打造面向未来的汽车座舱概念设计，场景聚焦SUV、轿车或MPV等。

作为用户体验的核心载体，汽车座舱设计正发生根本性范式转移：从“功能堆砌”转向“意图理解”，从“人适应车”转向“车服务人”。浙江大学人工智能学院副院长孙凌云教授强调，本次创新大赛旨在寻找“好看的皮囊”的同时，更要发掘创新性和落地可能性兼备的“有趣的灵魂”。

据统计，本届创新大赛收到来自全国几十所高校的220份作品，设计作品展现场百花齐放、精彩纷呈——有的将汽车座舱打造为以声景为核心的移动疗愈空间，通过AI分析与实时感知技术捕捉用户情绪，结合声光电与自适应香氛，通过多模态方式实现舱内疗愈；有的则以游戏化思维重塑出行体验，融合游戏豆机制，让用户在安全驾驶之余，通过轻量化互动将行程转化为游戏化旅程；有的关注“Z世代”全球旅居数字游民趋势，在汽车座舱内植入全域交互系统，在航行模式下可通过手势操控实现地球穿梭，接入全球话题；有的聚焦“银发经济”需求，通过空间格局、实体触控等协同设计，让汽车座舱成为滋养身心的移动空间……

最值得一提的是，来自江南大学的朱霆同学的作品——琼境。他将“全屋智能”的设计理念应用于汽车智能座舱，通过透明显示屏、线控方向盘等技术植入，不仅提升了驾驶安全性，还为座舱空间释放创造了更多可能性。最终，其作品获得本届大赛“最具商业价值奖”，并获得10万元专项奖金。

“为了跨越从‘概念设计’到‘落地应用’的鸿沟，我们建立了‘项目陪跑’机制。通过4位设计大咖与4位均胜技术专家组成‘双导师团’，对30个复赛项目一对一辅导，重点打磨量产可行性与成本控制。”孙凌云教授说。

这种“企业出题、高校解题、政府助题”的模式，正在宁波形成一种可复制、能推广的创新范式。目前，产学研协同已经产生实效，均胜电子正与部分团队深入对接，在核心技术与人才培养上深化合作。

记者 施文 通讯员 杨梓