

行业首台钠离子电池试验车亮相 锂电池“江湖地位”将被钠电池取代？

■本报记者 许林艳 张军兵

2月23日，中科海钠与思皓新能源打造的行业首台钠离子电池试验车公开亮相。据了解，此次装车试验的思皓花仙子首次应用蜂窝电池技术的钠离子电池包。该款车型续航里程为252km，电池容量为25KWh，快充充电时间为15分钟至20分钟。

一石激起千层浪，锂资源的紧缺本已令钠离子电池热度居高不下，而首辆试验车的亮相更使业界为之振奋。

“钠离子电池试验车的亮相给新能源行业带来了积极影响。当下锂离子电池产业瓶颈凸显，制约了电动车的发展。而钠离子电池产业化加速，随着技术不断完善，其应用场景还会逐渐扩大。”深度科技研究院院长张孝荣对《证券日报》记者说。

今年是钠电池产业化元年？

此次钠离子电池试验车的亮相，实现了钠离子电池“从0到1”的突破，那么，这是否有助于未来钠离子电池取代锂电池的“江湖地位”？

钠离子电池在多维度都具备较强竞争力，成本优势首当其冲。浙商证券数据显示，钠离子电池当前小试、中试电芯成本在0.8元/Wh至1元/Wh范围内波动，预计产业链配套形成后，电芯成本有望下降到0.5元/Wh至0.6元/Wh，中长期进一步下探至0.4元/Wh至0.5元/Wh，降本近30%。

在电池回收领域，钠离子电池更具环保性。“锂离子电池回收技术与设备基本适用于钠离子电池。钠离子电池的回收利用相对更加安全，由于没有钴或石墨等原材料，钠离子电池对环境的危害更小。”张孝荣表示。

不过有业内人士认为，由于钠离子电池质量能量密度低，无法支持长续航，因此应用场景相对有限。据了解，目前钠离子电池还可以用于国标电动二轮车、储能电池和IIC备用电源等场景。

但随着钠离子电池技术和性能



的进一步成熟，其应用场景和市场规模有望进一步扩大。

“截至2022年底，钠离子电池已规划产能达到48GWh，叠加宁德时代、孚能科技等公司明确的全面产业化规划，钠离子电池有望在2023年实现产能爆发。”浙商证券汽车分析师施毅表示。

中金公司预期，2023年有望成为钠离子产业化的元年，2025年，全球钠离子电池出货量有望超90GWh。

需要注意的是，钠离子电池产业化窗口与锂价高度相关。国联证券表示，预计今年锂价或在40万元/吨至45万元/吨左右高位震荡，首批量产的钠离子电池具备较明显的价格优势；预计2026年碳酸锂价或将维持在30万元/吨以上，并且只要2026年碳酸锂价格在15万元/吨以上，钠离子电池即有望具备较大的产业化机会。

负极材料为产业化难点

目前，多氟多、传艺科技等上市

公司在钠离子电池产业化方面进展较快。

2月23日，《证券日报》记者以投资者身份拨打多氟多投资者热线，询问公司钠离子电池进展，多氟多工作人员表示：“搭载公司钠离子电池的车企将在3月份发布通知，目前不方便透露合作方信息。”

当日，传艺科技在投资者互动平台上表示，公司钠离子电池项目一期产能规划为4.5GWh，二期产能建设规划将视一期项目进展情况和市场需求情况具体制定。

据浙商证券数据，目前，国轩高科、亿纬锂能、欣旺达等企业处于钠离子电池研发和技术储备阶段；派能科技、百川股份等企业处于小试阶段；鹏辉能源、同兴环保、传艺科技等已进入中试阶段；宁德时代、维科技术、孚能科技则有明确的产能规划，处于量产布局初期。

“现在不少公司都已进入钠电池小批量生产阶段，但上游材料还未量产导致成本较高，尤其是负极材料成

本很高，钠电池短期内实现量产仍有难度，因此钠电池汽车目前还处在概念阶段。”一家钠离子电池相关上市公司工作人员向记者表示。

据悉，目前钠离子电池产业链上游的正极材料、负极材料、电解液、隔膜和集流体等材料企业发展也还不够成熟，正极材料和负极材料供货尚不稳定。

对此，施毅表示，负极材料是钠离子电池产业化的核心难点，目前量产进度较慢。而负极材料投产项目累计实现年产能仅为0.2万吨，相对于规划年产能15.4万吨，整体还未放量。

国联证券研究报告认为，目前，负极材料对于钠离子电池产业化形成了制约，主要原因在于生产工艺适配性差、原材料批次一致性差、依赖日本进口成本高等。随着国内企业的技术研发推进，负极材料等核心原料供给有望提升，2025年钠离子电池价格仍有望低于锂离子电池。

自主品牌车企进军新势力“领地” 新能源车高端市场竞争白热化

■本报记者 李昱丞

2月23日，比亚迪高端品牌腾势开启D9 EV全球交付。同日，吉利汽车举办新能源战略发布会，公司旗下中高端新能源系列品牌“吉利银河”正式面世，首款电混SUV银河L7同步亮相。

除了比亚迪和吉利汽车，近来广汽埃安、长安汽车等车企相继筹划推出中高端新能源汽车。借助新能源汽车渗透率不断提高，越来越多的自主品牌车企试图以高端化实现突破。

江西新能源科技职业学院新能源汽车技术研究院院长张翔在接受《证券日报》记者采访时表示，“新能源汽车处于发展高峰期，合资品牌在新能源转型上相对较慢，传统自主品牌则希望复制蔚小理等造车新势力在高端市场的成功，实现弯道超车。”

多家车企进军高端市场

除了新发布的吉利银河，此前，吉利汽车旗下首款纯电高端品牌极氪公布了第三款车型，据悉，这一车型有望于今年第三季度上市。

不仅仅是吉利汽车，近期自主品牌车企相继发力中高端新能源汽车。例如，去年拿下全球新能源汽车销冠的比亚迪1月份推出全新高端汽车品牌仰望，定价跻身百万级别。广汽埃安旗下高端品牌昊铂则在去年12月30日发布了第二款产品Hyper GT。

长安汽车旗下深蓝品牌也有新动作。据报道称长安深蓝首款SUV S7将在今年3月初亮相，预计在6月份正式上市。此外，长安汽车、华为、宁德时代三方合作品牌阿维塔计划在年内发布阿维塔11单电机版和全新中大型轿车E12。

长城汽车同样尝试布局高端智能电动车，旗下高端新能源品牌沙龙首款量产车去年11月份在广州车展亮相，目前在组织管理上与欧拉品牌进行整合。

“我国自主品牌车企在新能源方面的积累更深厚，从原料到整车制造以及销售等都掌握在自己手里，所以自主品牌车企有能力、有底气推出中高端新能源汽车。”星图金融研究院研究员雒佑在接受《证券日报》记者采访时表示。

而合资品牌在新能源转型方面力度普遍偏弱。乘联会报告显示，1月份，自主品牌的新能源车渗透率达到了43.8%；豪华车中的新能源车渗透率为21.4%；而主流合资品牌中的新能源车

渗透率仅有2.7%，较2022年12月份下降2.3个百分点。

与此同时，这些自主品牌车企推出的中高端产品承载着不同的使命。例如吉利银河有望填补几项与极氪两大品牌的空白，深蓝SUV L7重在补充深蓝品牌的产品序列，而比亚迪仰望的推出或更着重于对品牌调性的提升。

中高端市场成主战场

近年来，随着新能源汽车中低端市场趋饱和，中高端市场俨然成为了车企博弈的胜负手。

乘联会数据显示，2022年新能源汽车市场中，C级别（高端）汽车累计零售668787辆，同比增速达到145.6%。尤其是C级纯电汽车，去年零售销量同比增长201.3%，领跑各别级纯电汽车。B级别汽车去年累计销售1347419辆，同比增速达到88.4%，增速也较快。

从价格带上看，去年中国30万元及以上新能源汽车销量达到807819辆，同比增速达到71.4%。其中，纯电车型零售销量达到577587量，同比增长74.4%。

自主品牌车企今年普遍提出了不低的销售增速目标。例如长安汽车拟冲击全年280万辆目标；吉利汽车提出了165万辆的年度销量目标，同比增长15%；长城汽车目标销量为160万辆，同比增长50%以上。看似乐观的成长目标背后，实则需要中高端市场的鼎力支持。

雒佑认为，经过前期的发展，国内新能源汽车低端市场已被瓜分完毕，争夺中高端市场成为今后国内车企的主战场，也更能完善产品布局。

深度科技研究院院长张孝荣对《证券日报》记者表示，低端车型利润微薄，“国补”退潮后生存艰难；中高端车型利润空间高，潜在市场大，厂家适时推出中高端车型可以满足市场需求，也能够扩大生存空间。

自主品牌车企凭借完善的产业布局和销售渠道向新能源汽车中高端市场发起冲击，势必挤压合资燃油车以及造车新势力的生存空间，未来竞争或日趋白热化。

原本在中高端市场深耕的造车新势力已经感受到了压力。“高端新能源汽车的市场容量也是有限的，此前理想、蔚来等成功对奥迪、奔驰、保时捷等传统高端品牌造成冲击，而随着新竞争者的进入，技术落后的产品也面临被淘汰的风险。”张翔表示。

66家科创板上市公司披露去年业绩快报

“硬科技”加持的公司业绩整体向好

■本报记者 徐一鸣

同花顺数据显示，截至2月23日，已有66家科创板上市公司率先披露2022年业绩快报。报告期内，47家公司去年实现归母净利润增长，占比71.21%，合计净利润达222.68亿元。

中国国际经济交流中心经济研究部副部长刘向东接受《证券日报》记者采访时表示，从已披露数据来看，科创板上市公司业绩整体表现优良，说明科技驱动发展具有强大的内生力量，进而有效推动了科技成果转化。

根据业绩快报，47家科创板公司中，同益中、芯源微、有研硅、微电子、瀚川智能等5家公司去年归母净利润

同比增长均超100%，合计净利润超8亿元。

“公司在保证民用市场大客户订单的同时，加大复合材料市场的开拓力度，超高分子量聚乙烯纤维和复合材料均实现了毛利率的提升以及销售收入的增长，使得公司经营业绩大幅增长。”同益中在其业绩快报中表示。数据显示，同益中去年实现营业收入6.16亿元，同比增长86.26%；实现归母净利润1.72亿元，同比增长226.74%。

“公司向全球客户提供0.35微米到1μm不同技术节点的晶圆代工与技术服务。”电子行业龙头中芯国际业绩快报显示，公司去年营业收入跨越

至72亿美元，同比增长34%，实现2021年、2022年连续两年增幅超过三成。此外，2022年毛利率增长至38%，创历史新高。

“针对氢能安全和锂电池热失控应用领域的MEMS氢气/VOCs传感器的研发已实现量产，目前下游客户正在验证阶段。”元琛科技董秘蒯贻对《证券日报》记者表示，科技驱动发展具有强大的内生力量，科创成果为公司未来成长夯实了重要基础。

“1,3-丙二醇作为重要的单体和中间体，主要用作合成PTT。受限于国内工业化技术和量产瓶颈，我国1,3-丙二醇仍主要依赖进口，2020年进口依赖度约78%，进口产品主要来自

杜邦。”华恒生物董秘樊义告诉《证券日报》记者，2022年，公司成功突破生物法生产1,3-丙二醇技术工艺，并建设年产5万吨1,3-丙二醇工业化生产装置，项目建成后，有助于解决PTT生产过程中的“卡脖子材料”问题。

在壹石通董秘邵森看来，新能源产业发展迅速，作为锂电池涂覆材料生产供应商，公司将形成主营业务与核心技术之间的协同效应，紧跟客户应用需求，持续通过科技创新，提升产品市占率。

刘向东认为，科创板上市公司多数得到了“硬科技”加持。而“含科量”越高的公司，越受到市场关注，优良的业绩表现也越具可持续性。

厨房小家电上市公司去年业绩分化 行业追求差异化、品牌化 服务消费升级

■本报记者 郭霁霞

2月23日，苏泊尔披露2022年业绩快报，公司去年实现营业收入201.71亿元，同比下降6.55%；归母净利润20.68亿元，同比增长6.36%。

事实上，过去一年里，厨房小家电的日子都不好过。奥维云网传统渠道数据显示，2022年，我国厨房小家电共计13个品类实现零售额520.3亿元，同比下降6.7%；零售量22049万台，同比下降12.7%。同时，行业内几家主流厨房小家电上市公司业绩也出现分化。

接受《证券日报》记者采访的多位业内人士认为，绿色健康化、智能化以及功能多样化将是厨房小家电行业扭转颓势的重要突破口。

小家电公司业绩分化

对于厨房小家电行业来说，2022年本来应该是“回调年”，但最终市场走势不尽人意。钉科技创始人丁少将

向《证券日报》记者表示：“由于消费者消费意愿不强，去年厨房小家电市场继续遇冷；不仅如此，厨房小家电产能过剩、市场饱和，也是影响发展的重要因素。”

具体来看，行业内几家主流厨房小家电企业业绩表现也冷暖不一。例如，相较于苏泊尔的营收下降、净利微涨，北鼎股份则面临营收、净利双降：公司去年实现营业收入8.05亿元，同比下降4.98%；归母净利润4753.14万元，同比下降56.19%。

而爱仕达、ST德豪则继续处于亏损状态。根据业绩预告，爱仕达去年预计亏损4867.90万元至6903.57万元，ST德豪则预计亏损3.8亿元至4.8亿元。

与上述企业相比，小熊股份、比依股份却在去年取得了不错的业绩。小熊股份2022年实现营业收入41.15亿元，同比增长14.12%，归母净利润3.72亿元，同比增长31.21%。而比依股份预计去年实现归母净利润1.7亿元至2.0亿元，同比增长41.82%到66.85%。

丁少将认为，“厨房小家电市场

仍有增长空间，目前只是阶段性遇到了压力。由此说明那些仍能实现中高速增长的企业正处于良性发展轨道。”

行业向高端化、智能化转型

奥维云网小家电事业部总经理李婷认为，从需求端来看，消费者为更高品质的商品支付合理溢价的意愿在悄然提升。从供给端来看，更新迭代成为确定的方向。

中国数实融合50人论坛智库专家、商务部研究院电子商务研究所副研究员洪勇在接受《证券日报》记者采访时表示：“目前，我国厨房小家电市场的产品品质不断提高，从最初的低价位、低质量产品转变为品牌化、高端化、智能化。”

“目前厨房小家电市场消费升级、产品结构升级表现明显，行业不断向高端化、智能化转型，未来厨房小家电将继续朝着智能化、个性化、健康化方向发展。相关企业也都希望在高端

市场上有所突破，因为这意味着更高的毛利率和更高的产品附加值。”洪勇补充道。

为了迎合消费者的新需求，厨房小家电行业也越来越“卷”。比如苏泊尔针对小家庭推出小容量远红外IH本釜电饭煲，升级空气炸锅可拆洗技术，推出行业内首款可搅拌养生壶。此外，苏泊尔紧跟科技发展，推出全新形态“IoT料理快锅”，将科技和烹饪相结合，快速实现人机交互。比依股份则在去年推出全行业首款带称重功能的智能空气炸锅，能根据不同食物的重量精准烹饪，目前已在国内外市场接到大批订单。公司新研发的系列可视空气炸锅也已投放市场并取得了不错的销量。

武汉大学客座研究员唐大杰向《证券日报》记者表示，“厨房小家电应着重于挖掘消费者需求，不断创新，满足消费者个性化需求。相关企业要加强基于真实生活场景的差异化创新，同时可以赋予品牌文化内涵，打造和引领新型生活方式。”

开年以来19家企业首发上市折戟

信息披露质量已成企业IPO成败关键

■本报记者 田鹏

开年以来，A股有32家企业首发上市，但也有多家拟IPO企业折戟而归。

东方财富Choice数据显示，截至2月23日，开年以来已有19家企业终止IPO。细究其中原因不难看出，技术创新能力不强及经营能力存疑成为企业IPO折戟的主要原因。同时，监管部门对信息披露质量的要求显著提高。

多位接受《证券日报》记者采访的专家表示，监管部门秉持多层次市场定位，严格把控入口端，主要是为了IPO企业更好地匹配到适合自身发展的资源。对于板块而言，则有利于营造健康稳定的增长环境，发挥板块特色，进而巩固多层次资本市场体系、奠定资本市场良性循环基础。

多维度考察企业“底色”

数据显示，19家IPO终止企业中，以萨科技、壹章电气、新中大、天松医疗、三峰透平等5家企业均由由于科技创新能力相关问题而停止了IPO进程；钰泰股份、中孚环境、宏瑞兴、博澳股份、艾郎科技、金米特、科佳股份、环科股份等8家企业则因为“业绩可持续性存疑”而终止上市。

“短期来看，经营能力、业绩是判断企业成色的依据；长期来看，创新、技术能力则是企业业绩可持续发展的保障。”北京云亭律师事务所律师张昇立对《证券日报》记者表示，在IPO审核过程中重点审核技术及经营能力，是对投资者负责。

粤开证券首席策略分析师陈梦洁认为，对科技创新能力的甄别实质上是对企业创新属性和核心竞争力的评判。值得注意的是，从拟上市板块来看，19家IPO终止企业中，有6家拟登陆科创板，其中3家或因不符合“硬科技”要求而终止IPO，占比达50%。

对此，金川资本董事长兼总裁刘

平安对《证券日报》记者表示，围绕板块定位严守入口，对企业而言有利于认清自身发展和经营情况，降低企业IPO财务成本和机会成本；对板块而言，有利于进一步巩固定位，突出自身特色，形成品牌口碑；对市场而言，多层次资本市场可以满足不同发展阶段企业的需求。

信息披露质量成重点

除了创新能力及经营业绩两个重点审核维度外，信息披露质量也是关系企业IPO成败的重点。数据显示，前述19家企业中，以萨科技、天松医疗、埃城电子、亿力机电等4家企业在信息披露方面存在问题。

以天松医疗为例，在北交所上市委员会召开的第4次上市委员会会议上，上市委员会审议认为，发行人及中介机构对前次暂缓的审议意见中关于经销商的经营情况、商业合理性未能按要求进行充分核查并排除合理怀疑，对经销商是否存在代发行人承担成本费用

的核查及论证依据不足，未能充分说明发行人的研发能力及技术创新性与其招股说明书披露的相关内容匹配。募投项目用于扩大产能的合理性依据不充分。随着全面注册制实施，监管部门对信息披露质量的要求越来越高。

刘平安称，全面注册制下，信息披露是监管的关键环节，对企业披露信息的及时性、准确性、全面性、真实性提出了更高的要求。

川财证券首席经济学家、研究所所长陈雳对《证券日报》记者表示，应该增加对企业风险控制能力的考量，这项能力可以作为企业能否在市场上稳健发展的评判标准，也可以成为投资者寻找长期投资标的参考指标，有利于市场引入长期资金。

张昇立表示，审核应坚持以上市规则为核心的系统化审查，同时针对不同企业的特点来细化审核问题。