

# 包装纸行业有望走出低迷期 “618”等消费节日或成重要契机

■本报记者 王 僖

“618”年中消费大促(消费节)将至,2023年以来持续低迷的包装纸行业或将迎来曙光。

不过,进入6月份,箱板瓦楞纸价格仍持续走低,仿佛“黎明前的黑暗”。同花顺FinD数据显示,截至6月5日,国内140g瓦楞纸出厂价为3395元/吨,跌破3400元/吨关卡,同比下降19.36%,较2023年初的3820元/吨下降11.13%。

采访中,多位专家及机构分析人士均认为,“618”年中消费节将是包装纸行业走出低迷的重要契机。德邦证券分析认为,在“618”“双11”等线上购物活动的催化下,今年下半年消费复苏趋势较为明确,随着下游备货信心提振,包装纸价格可能最早于今年二季度末迎来向上拐点。

## 行业身处周期底部

2023年以来,箱板瓦楞纸价格持续走弱,呈现低迷态势。最主要的原因还是需求不振。

卓创资讯行业分析师吕艳烁接受《证券日报》记者采访时表示,今年一季度,虽然春节过后开工率迅速回升,箱板瓦楞纸供应量在增加,但是在内需弱复苏、外销恢复较慢的影响下,下游的包装厂开工情况较弱,原纸采购不积极,造成市场价格持续走低。数据显示,3月底瓦楞纸价格已创下了5年来历史低位。

同时,2023年1月1日起我国对包括箱板瓦楞纸在内的多纸种实施“零关税”,成为下拖包装纸价格的另一个主要原因。据业内人士介绍,关税的降低可以为进口纸制品带来价格优势,于是国内包装纸企业也在“停机检修”等动作下,持续下调箱板瓦楞纸价格,缩小与进口纸制品的价差,进而抢占市场份额。



多位专家及机构分析人士均认为

“618”年中消费大促将是包装纸行业

走出低迷的重要契机

崔建岐/制图

“3月底是个拐点,进入4月份,行业出现了近一个月的小幅反弹。”吕艳烁说。这也被多数行业分析人士认为是纸价“底部企稳”。

谈及“618”年中消费大促的影响,太阳纸业相关负责人告诉《证券日报》记者,早在4月份,下游纸包装行业就已开始积极为“618”大促储备库存。彼时,经历了一季度的持续下跌,上游纸厂在“喊涨”挺价,终端需求在“618”带动下恢复预期,于是彼时市场交投在供需博弈下呈现较好转变,实现了4月份的行业反弹。

对于5月份以来,特别是近期箱板瓦楞纸价格再度下跌,太阳纸业负责人表示,这次情况和一季度略有不同。因为随着近期煤炭、电力等能源价格的走低,企业成本端压力降低,“纸企特别是大型纸企受益明显,不用再像一季度时频频采用‘停机检修’的办法,现在纸企在保证开工率的情况下,则继续通过降低纸品价格的策略,来进一步抢占市场份额。”

而“618”年中大促开始,消费需求将进一步回暖,将成为拉动包装纸等行业需求回升的重要因素。

中国数实融合50人论坛智库专家洪勇在接受《证券日报》记者采访时表示,“618”年中消费大促通常会带动包装纸行业的需求增长,下半年的消费旺季也是包装纸行业的传统高峰期。

“618”和下半年的各类节日和促销活动将带动包装纸行业的多元化需求,尤其是高端包装纸、个性化包装纸、智能包装纸等细分领域。”洪勇说。

## 行业加速洗牌整合

在包装纸价格持续走低的过程中,包装纸行业也在加速洗牌,并出现向头部企业集中趋势。

# 科技巨头将陆续发布混合现实产品 多家A股公司置身产业链

■本报记者 何文英

6月6日,苹果将召开主题为“码出新宇宙(Code new worlds)”的2023年开发者大会,此前备受关注的苹果混合现实(MR)头显也将在此次大会上正式亮相。另据报道,除了苹果即将发布MR新品外,索尼、Meta等科技巨头也将在此前陆续发布MR相关产品。

对于科技巨头将陆续推出MR新品的消息,中娱智库创始人兼首席分析师高东旭在接受《证券日报》记者采访时表示:“科技巨头MR产品的面世对于消费电子产业链是个重大利好,意味着MR终于从资本的热度落地到了产品的供应,实现了本质上的跨越,从产品结构来看,硬件产品作为MR的基础支撑,将对操作舒适度、用户体验感的提升起到非常关键的作用。”

随着科技巨头陆续传出将发布MR产品的消息,产业链上市公司也迎来了投资者的密集调研。

兆威机电在3月底迎来了152家机构共200人的大规模投资者调研;蓝思科技在4月26日接待了61家机构77名人员的调研;杰普特在4月份与176家机构进行了交流;立讯精密在4月份至5月份之间发布了三次投资者调研记录,仅4月28日的电话会议就吸引了国内外约400名投资者代表参加。

北京社科院研究员王鹏在接受《证券日报》记者采访时表示:“科技巨头发布MR新品对于消费电子产业链是较大的利好,A股产业链上的上市公司无论从生产能力、创新能力、成本控制等都有明显的优势,不过MR新品的销量要看落地后的价格以及其适用场景是否广泛。”

据产业链人士透露,苹果的MR新品售价约3000美元,应用场景主要是FaceTime、Apple Fitness和游戏。王鹏认为:“MR新品的发布或将成为AI大浪潮下的里程碑事件,但如何将算法算力和应用场景相结合,以及价格和实用性是否能匹配形成商业闭环,是苹果以及其产业链上市公司需要面临的考验。”

值得关注的是,除了苹果、索尼、Meta等科技巨头外,据上述熟悉苹果产业链的相关人士透露,蓝思科技相关组件在Meta的MR头戴式设备Quest 3上也有应用。

## 专访天玛智控董事长张良:

# 追“无人化采煤”梦 走“专精特新”路

■本报记者 贺玉娟

6月5日,天玛智控正式登陆科创板,成为中国煤科旗下首家科创板上市公司。

日前,天玛智控董事长张良接受了《证券日报》记者专访。令记者记忆犹新的,是在采访中,张良对带领团队探索“煤矿智能化”技术发展的经历总能如数家珍。

面对走上资本市场新征程,张良满是坚定:“我们将坚持聚焦主业,走专精特新之路,将以科创板上市为契机,持续夯实‘内功’,规范经营管理,实现高质量发展。”

## 不忘初心:筑“无人化采煤”梦

“安全”和“责任”,是张良在接受《证券日报》记者采访时谈到的最多的词汇。在张良看来,企业要长远发展,首先要具备责任担当,要明确企业所肩负的使命及社会责任。

张良告诉记者,“引领煤矿智能化科技,促进安全、高效、绿色开采”就是天玛智控所肩负的使命,而为用户提供安全可靠高效的智能化控制技术、装备和服务则是最大价值。

为何张良一直将煤矿开采的安全责任牢记于心,并为此付出了近40年努力?

1984年,张良在大学毕业实习时下到矿井,通过为期三个月的数据监测和对采煤过程的观察,他深深体会到煤炭开采环境的恶劣及危险,也让他更加坚定要用科技手段来改善煤矿工人的工作环境。

“我上大学时,技术还比较落后,每开采百万吨煤炭产量会有8人左右的伤亡,如果没有国家对技术投入的高度重视,目前我们国家40多亿吨的年产量,可能带给煤矿工人的伤害是难以想象的,更是难以承受的。”谈及致力于煤矿自动化事业的初心,张良颇为感慨。

同时,煤炭行业的第一位中科院院士宋振骐,拼搏务实的精神及行业责任感也深深影响着张良。

谈起老师宋振骐,张良满是敬佩:“现在宋老师88岁高龄还在为煤矿科技奔波,可以说全国的矿井他基本都跑遍了,我之前跟他去过矿区,基本都是下井了以后再回来研究问题,他很多的学术

研究都是在火车上完成的,是真正一边走出来、把答卷写在煤矿井下的专家。”

作为煤矿科技工作者,“无人化采煤”的梦想也一直深植在张良心中,“近年来,随着国家基础工业能力的提高,综采自动化相关技术迅速发展,这些技术的成功应用也大幅降低了矿工的劳动强度,为无人开采奠定了坚实的基础,坚定了天玛团队对无人化开采的信心。”张良表示。

据了解,当前我国煤炭自动化智能化相关装备基本都已实现国产化,且煤机装备的制造能力和制造水平已达到国际先进水平。而天玛智控多年拼搏研发的创新成果,更是让“煤矿工人穿着白衬衫,一尘不染地挖煤”的场景照进了现实。

## 自主创新:登行业技术“制高点”

取得上述成就实属不易。改革开放到新世纪初的20多年间,采煤支架的自动控制技术在国内外一直是空白,而实现煤炭自动化开采国产化,让中国的煤矿摆脱对外国技术的依赖,曾经是天玛智控的梦想。

2001年,为推动我国煤矿开采技术向自动化方向发展,当时的煤炭科学研究总院(中国煤炭科工集团前身)与德国玛珂共同出资设立北京天地玛珂电液控制系统有限公司(简称“天玛公司”),目的是通过“以市场换技术”的方式,把国外先进的技术引进国内。

据张良回忆,当时德国合资方并没有履行约定的技术投入义务,这也意味着天玛公司将会成为德方的销售员、服务队。而面对外方的技术封锁,当时的领导人宁宇、刘建华等带领团队分析研究后清醒地认识到,核心技术是买不来、换不来的,从2005年起,公司坚定地走上了艰难的自主创新之路。

2008年12月份,公司技术团队结合中国生产技术条件、博采众长研发出拥有完全自主知识产权的国内首套SAC型液压支架电液控制系统,并在石湾驿煤矿投入使用;4年后,为加大无人化开采研发力度,在张良的倡导下,公司成立了无人化项目部,至此,天玛公司拉开了无人化智能开采探索的序幕。

2014年4月份,配套天玛SAM综采自动化控制系统的全国首个无人化智能开采工作面在黄陵一矿成功应用。

业内专家一致认为该项目是我国煤炭开采从综合机械化开采到无人化智能开采的转折点,达到了国际领先水平,具有里程碑式的重要意义。

经过20多年自主研发及科技创新,天玛智控已成长为煤矿无人化智能开采控制领域的领军企业,其产品技术水平、市场销售及应用处于行业主导地位。公司还主导或参与了煤炭行业智能开采领域多项行业标准的制定,对行业技术规范、标准建立发挥了重要推动作用。

在张良看来,天玛智控的团队和人才对于公司的发展起到了至关重要的作用,其高起点、高标准的科研团队,也是天玛智控能引领煤矿智能无人开采及参与行业标准制定的基础和底气。

截至目前,公司拥有一支200余人的煤矿智能开采技术方面的专家队伍,其大部分成员都具备多年从事煤矿智能化开采技术的研究开发和项目实施经验,专业的技术人才也为公司自主创新提供了源源不断的动力。

在张良看来,创新给企业带来的影响是巨大而深远的。当前我国煤矿智能化开采技术已经处于国际先进水平,科技创新也进入了深水区,没有可借鉴、参照的技术,亟需我们自身取得更多原创性、突破性的技术成果。

## 保持定力:走“专精特新”路

“做一个企业要有定力,要有主心骨,不能盲目跟风,看哪个赚钱就跟着走。”张良认为,围绕核心业务、核心专长,核心市场,核心客户,走专精特新之路,构筑核心竞争力,这样的企业才能发展长远。

6月5日,天玛智控正式登陆资本市场,成为中国煤科旗下首家科创板上市公司,作为一家公众公司,企业未来如何发展成为资本市场关注的重点。

在张良看来,带领天玛智控高质量发展,就是要坚定走专精特新之路。而“专精特新”的灵魂就是创新,底蕴是科技实力。

“天玛智控的专精特新之路是经过20多年的拼搏闯出来的,在发展的过程中自然形成的路径。”张良对记者表示,“公司自成立之初一直致力于煤矿综采自动化控制的技术研究和产品研发,在自动化的道路上越走越专。”

据张良介绍,当前公司形成了以



企业供图

SAM综采自动化控制系统、SAC型液压支架电液系统、SAP型智能集成供液三大系统基础的核心产品,其中SAM系统可以理解为煤矿无人化智能开采的“大脑神经”,SAC系统则是指挥操作的“手”,而工作面保障装备的SAP则是整个无人化智能采掘的“心脏”。

上述产品虽然目前暂未拓展应用于其他设备智能控制领域,但未来可拓展应用于煤炭行业与非煤行业等其他设备智能控制领域。

值得一提的是,当前煤矿智能化建设仍然存在诸多短板,煤矿智能装备的可靠性及对复杂条件的适应性不能充分满足智能化煤矿建设需要,在关键材料、工业设计软件等方面仍存在技术瓶颈。

张良表示,将会持续在产品技术创新升级方面持续优化深耕,以自主创新技术为核心,聚焦煤矿无人化智能开采控制技术及装备主业,打造好“中国制造”智能化产品,继续引领我国煤矿智能化开采的技术发展,促进煤矿安全、高效、绿色开采。

## 勇立潮头:当产业发展“领头羊”

随着煤矿智能化产业发展相关政策的出台,煤炭行业正迎来重要的战略机遇期。

“没有数字化,无人化智能开采就无从谈起。”张良向记者表示,正因为5G、AI物联网等新一代的信息技术,加速了煤炭无人智能化产业发展,提高了煤炭智能化智能化技术与装备水平,煤矿正加速由“煤炭开采”向“数据开采”转变。

不过张良也向记者坦言,当前煤矿智能化技术还不能完全支撑一般地质条件的工作面无人常态化生产,特别是在地质条件复杂的工作面无人化开采技术仍有局限性,目前建成的智能化采煤工作面大多处在初级和中级的水平。

数据显示,2015年至2022年期间,我国智能化采煤工作面发展迅速,从3个飙升至1019个,尤其是在煤矿智能化相关政策出台之后,不过与煤炭工业“十四五”要建成1000座(2000个智能化采煤工作面)的目标仍有不少差距。而当下传统采煤工人的流失,也让煤矿智能化成为煤矿发展的刚性需要。

这就意味着,煤矿智能化发展的步伐将持续加速。在张良看来,全球“双碳”目标的持续推进也必将为煤炭行业带来深刻变革,传统的低效率、高耗能、密集人工的煤炭开采方式将加速淘汰,与之相对应的是高效率、低耗能、少人甚至无人化的煤炭开采方式将加速推广。

“目前的开采装备及其控制系统尚需解决稳定可靠、全面感知、实时响应、精准执行等问题,其技术和产业化水平

套生产业务在智能穿戴领域的应用前景广阔,公司已有客户、产品、技术的布局和落地,公司持续全面配合客户进行头戴产品相关研发和投入。

立讯精密在投资者沟通记录上则表示:“我们充分看好AR/MR等产业在未来广阔的发展空间,会协助一流客户共同开发。面对全新终端产品,将一如既往地通过工艺解析,将复杂的结构转化为多个成熟的工艺制程,通过声、光、电、磁、热等技术赋能,结合强大的自动化制程能力,帮助客户实现超越市场期望的交付和体验。”

## 产业链上市公司迎密集调研

随着科技巨头陆续传出将发布MR产品的消息,产业链上市公司也迎来了投资者的密集调研。

兆威机电在3月底迎来了152家机构共200人的大规模投资者调研;蓝思科技在4月26日接待了61家机构77名人员的调研;杰普特在4月份与176家机构进行了交流;立讯精密在4月份至5月份之间发布了三次投资者调研记录,仅4月28日的电话会议就吸引了国内外约400名投资者代表参加。

北京社科院研究员王鹏在接受《证券日报》记者采访时表示:“科技巨头发布MR新品对于消费电子产业链是较大的利好,A股产业链上的上市公司无论从生产能力、创新能力、成本控制等都有明显的优势,不过MR新品的销量要看落地后的价格以及其适用场景是否广泛。”

据产业链人士透露,苹果的MR新品售价约3000美元,应用场景主要是FaceTime、Apple Fitness和游戏。

王鹏认为:“MR新品的发布或将成为AI大浪潮下的里程碑事件,但如何将算法算力和应用场景相结合,以及价格和实用性是否能匹配形成商业闭环,是苹果以及其产业链上市公司需要面临的考验。”

值得关注的是,除了苹果、索尼、Meta等科技巨头外,据上述熟悉苹果产业链的相关人士透露,蓝思科技相关组件在Meta的MR头戴式设备Quest 3上也有应用。