

# 户外运动市场再迎政策“大礼包” 产业总规模2025年将达3万亿元

▲本报记者 苏诗钰  
见习记者 寇佳丽

国家发展改革委10月24日发布消息称,近日,国家发展改革委会同国家体育总局、自然资源部、水利部、国家林草局等部门印发《促进户外运动设施建设与服务提升行动方案(2023—2025年)》(以下简称《行动方案》)。  
《行动方案》提出,到2025年,推动户外运动产业总规模达到3万亿元。《行动方案》强调,保护户外运动民营企业和个人活动组织者的积极性,支持其安全有序发展并做大做强。  
“在国内户外运动产业蓬勃发展的当前,包括《行动方案》在内的一系列政策引导与支持,实际上是鼓励业内企业继续‘开疆拓土’,带动行业高质量发展,一定程度上也是在引导消费者从宅家经济和囤货经济中走出来,走向更

健康的生活方式并为实体经济鼓劲加油。”鞋服行业品牌管理专家、上海良栖品牌管理有限公司创始人程伟雄在接受《证券日报》记者采访时表示。  
在政策支持、需求增长等多因素作用下,中国户外运动已发展成一个极具活力与潜力的产业。  
中商产业研究院公布的数据显示,2022年,国内户外运动市场规模已达1971亿元,预计2023年产业规模将达到2116亿元。数据显示,2022年,国内市场本土户外品牌已有501个,占比约53%。  
从行业结构看,民营企业正主导产业发展。同花顺iFind数据显示,国内经营范围涉及户外运动的企业共84467家,其中民营企业共79968家;在业务涉及户外运动的民营企业中,注册资本在1000万元以上的共有1017家,5000万元以上的有228家。

从当前的2000亿元左右到未来的3万亿元市场规模,巨大的市场增量空间也正不断吸引新的参与者前来。记者梳理发现,截至2023年10月25日的一年内,涉户外运动业务新增企业共151家,其中民营企业有115家。  
“公司业务板块很多,产品内容丰富,涉及户外运动的有露营产品、冰雪运动等。整个户外运动的发展是越来越好的。”众信旅游相关负责人对记者表示。  
记者以投资者身份致电三夫户外,公司相关人员表示:“公司经营自有品牌代理品牌两种业务,其中2022年自有品牌营收约1.3亿元。对公司而言,四季度一直是营收占比比较高的季度,原因在于秋冬季单品价格相对较高且当季冰雪运动很受欢迎,我们也在为此做相应准备。”  
透视镜咨询创始人倪玉清向《证券日报》记者表示,政策支持叠加明确的

增量空间,为民营企业创造了加速业务布局的时机,不过企业的长远关注点仍是产品与服务质量的提升。  
“消费者对健康生活方式的追求日益明确,为市场扩大、民营企业加码布局提供了发展空间。民企在注重产品研发的同时,还可以顺应前沿技术迭代潮流,以技术甚至高科技加持户外用品,提升品牌竞争力。”中国信息协会常务理事、国研新经济研究院创始院长朱克力这样对记者表示。  
此外,谈及行业高质量发展,程伟雄认为,“参赛者”的增加只是一方面,更为重要的是业内企业要培养品牌孵化意识,弄清自身优势后深耕细分赛道,避免在市场中单纯追逐“产品热点”。“不要人家做防晒衣,你也做防晒衣,等冲锋衣火了,你又跟进,企业一定要在对消费者保持务实态度的同时,培养自己的品牌价值。”

## 户外赛道升温 上市公司积极投资相关项目

▲本报记者 王镜茹  
见习记者 刘晓一

据国家发展改革委10月24日消息,近日,国家发展改革委会同国家体育总局、自然资源部、水利部、国家林草局等部门印发《促进户外运动设施建设与服务提升行动方案(2023—2025年)》(以下简称《行动方案》)。  
《行动方案》提出,到2025年,户外运动设施建设和服务质量供需有效对接,参与群体更加广泛,赛事活动更加丰富,专业人才队伍持续壮大,安全监管政策体系更加健全,全国范围内形成一批发展基础好、服务保障全、地方特色强、配套产业优的户外运动发展高地,推动户外运动产业总规模达到3万亿元。  
“随着生活水平的提高和消费观念的转变,人们越来越重视健康、休闲、娱乐等方面的需求,户外、体育等活动成为了一种时尚的生活方式。”咨询机构Co-Found智库研究负责人张新原在接受《证券日报》记者采访时表示。

近日,国家发展改革委会同体育总局、自然资源部、水利部、国家林草局等部门印发《促进户外运动设施建设与服务提升行动方案(2023—2025年)》指出,到2025年,推动户外运动产业总规模达到3万亿元



近年来,户外赛道逐渐升温,自2021年起,浙江自然、蕉下、金泉股份、渡远户外等公司相继递交上市申请。  
“过去,体育品牌比较知名的主要集中在鞋服等。但未来可能会有更多泛体育品牌出现,比如装备器械、软件、充电设备等,以及一些小众衍生品赛道,甚至是单独的户外赛道都会出现更多新面孔。品牌总体向细分化、精细化发展。”和君咨询合伙人、新消费事业部副总经理熊时在接受《证券日报》记者采访时表示。  
例如,三夫户外以研发销售户外运动用品、运营X-BIONIC瑞士黑科技运动奢侈品牌、组织户外活动赛事

团建、设计建设运营亲子青少年综合素质教育项目为主营业务,并通过各业务板块融合为消费者提供全方位产品和服务。2022年年报显示,该公司户外用品毛利率已高达57.7%。  
小家电也是户外活动必备的品类之一。“公司生产的灯具产品均可适配户外活动。”小松股份相关人士在接受《证券日报》记者采访时如是说。公司曾公开表示,针对户外休闲、旅游露营等活动爱好者的需求,公司已推出多款适用于户外休闲活动的产品,产品已销售覆盖国内及非洲、欧洲和东南亚等地区。  
在此基础上,移动电源为户外的各项活动提供了必不可少的电力保

障。目前,华宝新能、豪鹏科技等企业也在积极布局用于电动汽车和其他户外活动的便携式储能产品。  
《行动方案》亦提出,支持人工智能、大数据、5G等技术在户外运动场景中的应用,利用好App、小程序等数字平台,发布骑行、徒步、自驾运动游等线路。打造户外运动智能化、个性化消费场景,推动赛事活动模式创新、技术变革、效率提升。支持利用数字技术,为户外运动及赛事活动提供特殊视角和效果的画面镜头,增强信息量,营造沉浸式体验氛围。  
“未来专用显示,类似于杭州亚运会电力保障系统的非标准尺寸的巨型屏等将是公司的重点赛道之一。”雷曼

光电董秘左剑铭在接受《证券日报》记者采访时表示,将有更多高科技显示屏,如环形屏、异形屏、计数屏等参与到未来的赛事呈现中,为观众呈现酣畅淋漓的观赛体验。  
除了科技的赋能,多样化的营销方式也助力人们“动起来”。“比如卡依的场景化营销,就是在店内营造一些运动场景,包含飞盘、桨板、皮划艇等,吸引了很多网友去打卡。”熊时实表示,未来,通过寻求与消费者的精神共鸣来打造运动品牌的核心价值也将成为一大趋势。“品牌将不只局限于能满足人们的某些功能,还会更关注自身能提供什么情绪价值,比如治愈、与自然的融合等,定位会越来越细分。”

## 天然气重卡9月份销量破2万辆 市场需求持续旺盛

▲本报记者 王 健

在多重利好因素推动下,天然气重卡成为今年重卡行业复苏进程中表现最亮眼的细分市场。  
根据卓创资讯最新统计数据,今年9月份,中国天然气重卡销量达24578辆,环比增长29.72%,同比增长743.16%。这也是2023年以来首次月度销量突破2万辆。而今年1月份至9月份,国内天然气重卡累计销售10.74万辆,比去年同期增加约7.7万辆,同比增长255%。  
卓创资讯分析师李明月对《证券日报》记者表示:“究其原因,我国物流运输需求的提升以及LNG(液化天然气)作为燃料的经济优势在其中发挥了重要作用。”展望后市,随着宏观经济循环动力不断释放,在四季度大宗商品运输需求增加的推动下,天然气重卡的销量依然存在稳中有增的预期。

### 多重利好因素推动

天然气重卡销量持续攀升的背后,核心原因在于性价比,即今年物流运输采用天然气比柴油更便宜。  
日前,《证券日报》记者探访济南泉胜物流中心时看到,物流中心进进出出

的重卡,天然气重卡的占比较之前高了不少。  
常跑山东济南至山西长治线路的司机刘先生告诉记者,目前天然气价格大幅低于柴油价格,同样跑一个来回,用天然气重卡要比柴油重卡节省一半的油费。  
泉胜物流中心内一家物流企业的负责人陈刚对《证券日报》记者表示,2022年其购置了10台天然气重卡,但彼时天然气价格高于柴油价格,导致不敢轻易出车,跑一趟就“赔钱”。“但今年情况则反过来了,油气价差越来越拉大,天然气车的经济性更强,所以我今年又多添置了5台天然气重卡,目前这种情况下,购置车辆的回本周期也会大大缩短。”  
李明月表示,今年以来天然气重卡销量增长,离不开LNG作为燃料的经济性凸显。据卓创资讯统计,2023年9月份全国LNG地区成交均价在4249.18元/吨,而柴油的全国成交均价则在8152.56元/吨,二者的价差已扩大至3903.38元/吨,与1月份相比,价差增幅达254%。  
“与柴油相比,LNG作为燃料的经济性优势十分明显,这也是重卡运营需要考虑的重要因素之一。”李明月说道。  
此外,9月份天然气重卡销量突破2万辆,环比增长29.72%,同比增长

743.16%,也和“金九”以来物流市场趋向向好有关。  
中国物流与采购联合会发布的数据显示,2023年9月份中国物流业景气指数为53.5%,环比回升3.2个百分点,扭转了下半年以来的波动局面。

### 相关上市公司业绩向好

根据已披露的三季度报数据,重卡行业及相关上下游企业业绩普遍向好,这其中,天然气重卡则为整个重卡产业链的业绩提振做出了巨大贡献。  
如行业头部企业潍柴动力预计,今年前三季度公司实现归母净利润59.6亿元至66.2亿元,同比增长80%至100%。公司相关负责人对《证券日报》记者介绍,前三季度,公司发动机销售51.6万台,同比增长29%。其中,公司大马力天然气发动机在重卡市场持续火爆,前三季度,公司的清洁能源发动机市场占有率已接近70%。潍柴香港新能源动力公司生产经理王强对记者表示,目前公司一直处于满产状态,客户订单已排到明年。  
中国重汽披露的三季度业绩预告显示,公司预计前三季度实现归母净利润6.25亿元至6.95亿元,同比增长75%

至95%。据中汽协数据,2023年1月份至9月份,中国重汽集团实现重卡销售19.14万辆,同比增长52.3%,市场份额达27.1%,稳居行业首位。同时,公司加快产品优化升级和结构调整,天然气重卡的销量持续攀升为公司业绩做出较大贡献。  
展望四季度,李明月认为,四季度是多数大宗商品的消费旺季,重卡作为大宗产品运输的主要方式,其销量势必会获得一定支撑。进入11月份以后,北方地区或全面进入供暖季,作为供暖季主要燃料的煤炭需求也将增加,而现有用于拉煤的重卡数量或难以满足需求。同时,LNG作为清洁低碳能源,市场占有率将逐渐增加。综合来看,预计四季度天然气重卡销量依然具有稳中有增的预期。  
中国重汽也认为,今年四季度及明年一季度天然气重卡仍然是市场主流,在牵引车和载货车市场都会有所体现。天然气重卡低气价为用户带来低成本,也会提升存量燃油用户的置换需求。  
中国银河证券分析称,在去年同期低基数、气价较低和油价不断攀升等多重因素作用下,天然气重卡市场需求有望保持高位。

## 公募基金三季报披露收官 前50只重仓股白酒和医药类居多

▲本报记者 王 宁

10月25日,公募基金2023年三季报披露完毕,全市场逾万只产品重仓、调仓、加仓,以及管理规模和市场份额浮现出水面。  
天相投顾统计数据报告显示,第三季度基金前十大重仓股包括贵州茅台、宁德时代、泸州老窖、腾讯控股和五粮液等;新增前十大个股包括华勤技术、东睦股份、航材股份、华软科技和凯盛科技等;增持前十大个股包括药明康德、山西汾酒、药明生物、立讯精密和贵州茅台等。

### 白酒和医药板块持仓最高

天相投顾统计数据报告显示,第三季度基金持有的前50大重仓股中,白酒和医药板块持仓最高。按照单只个股持有市值来看,有32只个股持有市值均超百亿元,排名靠前的贵州茅台、宁德时代、泸州老窖、腾讯控股和五粮液,当期基金持有市值在350亿元至890亿元之间;而恒瑞医药、迈瑞医疗、立讯精密、古井贡酒、山西汾酒等26只个股,持有市值在100亿元至300亿元之间。

第三季度公募基金持仓还新增了多只个股,从排名前50榜单来看,持有市值超过1亿元的有18只。具体来看:华勤技术以6.25亿元的持有市值排名居首,东睦股份、航材股份、华软科技、凯盛科技、中华企业和隆鑫科技等9只个股持有市值在2亿元至4亿元之间。  
此外,从第三季度公募基金增持的前50大个股来看,最低增持市值也保持在14亿元以上,而排名居首的医药康德更是被公募基金增持

市值超314亿元。包括山西汾酒、药明生物、立讯精密、贵州茅台和古井贡酒等6只个股,被增持市值超100亿元。  
第三季度,除了基金重仓和调仓股之外,机构管理规模也颇受市场关注。根据天相投顾统计数据展示,继上一季度后,易方达基金第三季度依旧在多个分类中蝉联榜首位置,包括总管理规模、非货币基金、主动管理类和权益类等。  
按照总管理规模排名来看,前十大公募管理人分别为易方达基金、广发基金、华夏基金、南方基金、天弘基金、博时基金、富国基金、嘉实基金、汇添富基金和鹏华基金。

### 制造业等被持有市值最高

相较第二季度,第三季度公募基金依然对制造业、信息传输、金融业和采矿业等板块持续青睐。天相投顾数据表示,第三季度公募在制造业板块的持有市值高达2.3万亿元,在信息技术、金融业和采矿业的持有市值分别为2290.60亿元、1522.93亿元和1180.77亿元。  
对于后市,基金经理对不同板块的看法有所不同。银华心怡灵活配置混合基金经理李晓星表示,对四季度和明年的医药板块继续保持乐观。“市场信心会逐步提升,叠加历史低位的估值分位,我们对未来市场的表现比较乐观,目前的仓位已经提升到接近上限。”  
华商医药消费精选混合基金经理孙蔚表示:“关注重点在于医药中长期见底的公司,其次是消费板块中的汽车和汽车零部件,底仓为白酒的高端品种。”

## 世界级锂矿项目花落紫金矿业 曾被多家巨头争夺

▲本报记者 李 婷

10月24日,紫金矿业披露《受邀与刚果矿业开发股份有限公司合作勘探开发刚果(金)Manono锂矿(东北部项目)》的公告显示,公司境外子公司金祥锂业与刚果矿业开发股份有限公司(以下简称“COMINIERE”)的合资公司曼诺诺锂业开发股份有限公司(以下简称“项目公司”)已获得刚果(金)国家矿业部批准的Manono(东北部)项目的探矿权(编号PR15775)。其中,金祥锂业持有项目公司61%股权,COMINIERE持39%股权。

紫金矿业认为,Manono锂矿为全球已发现的最大可露天开发的富锂LCT(锂、铯、钽)伟晶岩矿床之一,项目虽然尚为“绿地”项目,但处于良好的锂资源成矿带上,找矿潜力巨大。  
“可以说(紫金矿业)捡到宝了。”华安贵金属材料首席分析师许其其对《证券日报》记者分析认为,Manono锂矿作为世界级的大矿吸引了全球资本,具备良好的资源禀赋,基于此前中资资本在刚果(金)矿业的开发参与深度一直较高,能够参与到项目中来也证明了中资资本实力受到认可。

上海钢联新能源事业部锂业分析师刘瑞强对《证券日报》记者表示:“有了中资企业的合作后,海外的锂矿项目一般都可以大大缩短从‘绿地’到生产的建设周期,紫金矿业的矿产资源开发经验也比较丰富,可以更好的帮助Manono锂矿项目开发过程中降低相应成本,早日开发完成。”

### Manono锂矿被争夺

相关报告显示,刚果(金)的Manono锂矿总资源量达4.01亿吨,氧化锂平均品位达1.63%,折合碳酸锂(LCE)1632万吨,为全球已发现的最大可露天开发的富锂LCT(锂、铯、钽)伟晶岩矿床之一。  
而如此禀赋优质的矿产也早已吸引了众多资本的虎视眈眈。  
相关信息显示,此前Manono锂矿曾为两家公司共同持有,来自澳大利亚的上市锂矿AVZ矿业(AVZ,AX,“AVZ”)曾宣称拥有Manono锂矿的控制权,持股75%,为控股股东;剩余25%的股权由COMINIERE持有。  
而在AVZ矿业控股期间,宁德时代、天华新能、甚至赣锋锂业都曾向Manono锂矿抛出橄榄枝。  
2021年9月份,宁德时代、天华新能合资公司天华时代出资2.4亿美元

获得Manono项目24%股权,与AVZ合资开发非洲Manono项目。2021年3月份,天宜锂业与Dathcom(非洲Manono项目)及AVZ签订了《采购协议》,天宜锂业向AVZ采购锂辉石精矿,首期采购期限自Dathcom开始供货之日起3年,天宜锂业每年购买20万吨(±12.5%)锂辉石精矿。  
赣锋锂业亦在其2020年年报中披露,公司已获得Manono(处于建设期)初始期限为5年的包销权,且可根据公司自身需求选择是否再延长5年期限。  
然而最终胜出的却是半路杀出的紫金矿业。2022年5月份,紫金矿业在其公众号发表文章称,2021年9月份,其子公司已与COMINIERE签署收购Manono锂矿15%股权的协议。  
而按照此次最新公告显示,刚果(金)司法机关的判决以及政府机构的批准,Manono锂矿编号PR13359探矿权的100%权益已归还并登记至COMINIERE名下。随后,COMINIERE邀请公司合作勘探开发编号PR13359探矿权的东北部分项目(即目前对应的编号PR15775探矿权)。

### 效益对锂价格波动敏感

截至目前,紫金矿业只披露了合作开发框架,尚未进一步披露参与勘探开发的总投资规模。  
据公告,金祥锂业与COMINIERE签署的合资协议,在项目公司获得相关探矿权之后,双方同意COMINIERE应向公司退还的购买Dathcom 15%股份的收购款3344万美元,直接抵扣为金祥锂业获得项目公司61%权益所需支付的部分对价,另承诺将由项目公司向刚果(金)的东北部和东部提供总计7000万美元用于人道主义援助。  
同时,协议约定,由金祥锂业主导项目的地质勘查、开发建设及运营管理,并负责解决后续以项目公司为主体的各项内外部融资。  
项目落地后,预计在可研和融资方案确定后2年内完成项目建设,并同步建设锂冶炼产业园。  
许其其则认为,该矿产项目从开发技术和难度上看并不存在太大的挑战。最大的挑战或来自海外政策变化,以及锂矿价格波动。  
紫金矿业也表示,此次合作勘探开发收益尚不可知,合作存在有关资源情况有待进一步勘探核实,项目效益对锂价格波动敏感,项目可能受到相关争议影响。