

## 公司零距离·新经济 新动能

## 微观公司

## 老国企迸发新活力 泰和新材全面向“新”

■本报记者 矫月 赵彬彬

拥有36年历史的“老国企”泰和新材，借助改革创新又迸发出了新活力。

近日，《证券日报》记者来到山东烟台，探访泰和新材如何以技术创新为支撑，加速推进新项目建设，助力产业转型升级，为未来发展注入新动能。

## 四次打破技术垄断

泰和新材高分子新材料产业园坐落于烟台市开发区。记者走进该园区展厅看到，大厅中陈列着舒适的运动服、色彩鲜艳的印花布，还有保护安全的防割手套、耐高温防护服，以及能承受卡车重压的蜂窝装甲，柔性可编程智能发光纤维……

“这些产品有的是用公司的氨纶、芳纶产品制成的，有的则是公司近年来延伸产业链条、拓展增量项目生产的产品。”在泰和新材展厅，工作人员指着氨纶制成的衣服向《证券日报》记者介绍：“氨纶是公司的第一个产品。1989年，公司实现了氨纶的产业化生产，打破国际垄断。”

此后，公司又相继打破了间位芳纶、对位芳纶和芳纶纸的国际技术壁垒。自此，公司先后四次打破国际技术垄断，填补国内空白，终止了我国在该领域长期依赖进口的局面。

不断打破国外技术垄断，离不开公司在研发方面的持续投入。2018年至2022年，公司研发费用从0.79亿元增长至1.74亿元，年复合增长率为17.20%；2023年前三季度，公司共投入研发费用1.51亿元，同比增长23.33%。

“芳纶是技术密集型、资本密集型产业，特别是对位芳纶，公司曾用多年时间进行技术攻关，并最终成功实现了核心技术的突破。”公司董秘董旭海介绍道。

在泰和新材展厅，工作人员指向一个蜂窝状板材向记者介绍，这种蜂窝状材料，是由公司的芳纶纸制成的，被广泛用在飞机机翼、尾翼和行李架等位置，起到减轻降噪和对纤维阻隔的作用。

“它的弯曲强度是钢材的7倍

以上，同时还具有更好的耐腐蚀、耐疲劳等性能。一块A4大小的芳纶蜂窝纸，重量只有几十克，承重却能达到2.7吨。”董旭海向记者表示，高性能芳纶纸成型及产业化关键技术突破，实现了我国航空、轨道交通、新能源汽车等领域相关产品国产化。

“由于芳纶的技术壁垒较高，全球入局的企业并不多。目前，公司间位芳纶产能居全球第二位，对位芳纶产能居全球第三位。”董旭海如是说。

查阅公司财务报告可知，2021年至2023年上半年，公司芳纶业务的营收占比由三成多提升至六成多；净利润占比更是由不足四成上升至超过九成，芳纶已成为公司利润的主要来源。

时代发展，业务变迁，但是公司的创新精神却一直延续。正如泰和新材董事长宋西全的愿景：“泰和新材的发展，依靠创新，也得益于创新。创新的基因已深深融入我们的骨血中。泰和新材还将必将创造更多的国内第一、全球第一。”

## 助力行业绿色转型

但与此同时，化纤行业面临上游原材料涨价，下游需求萎靡。

在政策的引导下，泰和新材在扩张芳纶生产规模向高端化转型的同时，也在积极推动绿色低碳项目建

设。从烟台开发区驾车一个多小时，记者来到了公司蓬莱产业园，进入园区大门，可以看到一座占地颇大的厂房，厂房外悬挂着格外醒目的绿色“Ecoody™”标识，这就是公司的绿色印染项目车间。

进入车间，记者看到，一匹白色的坯布经过脱矿、煮漂后，就进入一个密闭的车间进行改性、染色、轻水洗，此后经过定型整理，就变成了匹匹满足客户颜色需要的布料。

“与其他印染企业最大的不同是我们推出的节水型绿色印染技术Ecoody™。”烟台泰和乐彩(泰和新材旗下绿色印染项目公司)常务副总经理于游江告诉《证券日报》记者，这种技术以天然生物基材料为原料，对纺织品进行改性，赋予其优异的吸附性能，从而实现在无



图①为泰和新材高分子新材料产业园 图②为泰和新材对位芳纶生产车间 图③为泰和新材绿色印染产品展示 公司供图

盐、无碱、常温条件下快速染色。

据了解，传统印染需要大量使用碱和盐，是一种高耗能、高耗水的工艺。国际能源署(IEA)曾发布数据显示，世界纺织服装业的碳排放量占全球总量的10%，同时产生了全球20%的废水。随着环保政策趋严，排放标准提高，印染行业绿色低碳转型迫在眉睫。

于游江表示：“泰和新材在全球范围内率先推出的绿色印染技术，有望改变高耗能、高耗水的印染行业生态，助力印染行业实现绿色转型。”

与传统印染车间有较多污水不同，记者发现公司车间地面干净整洁。公司生产相关人士向记者介绍：“我们车间所有用水环节都采用专门管路回收，在进行热交换和处理后，都实现了循环利用。”

“Ecoody™绿色印染技术染色效率高，水资源可以实现高效循环利用，预计可节水80%左右，节约蒸汽50%左右。”于游江介绍，“使用这一技术处理后的纤维、面料还具有天然抑菌、零甲醛等多种特性，市场前景较好。”

据了解，公司的绿色印染技术已经受到了客户的广泛认可。目前，公司正在和一些大的服装品牌

商接洽。“由于此前有不少订单积压，所以即使在节假日，园区工人也都在加班加点以尽快完成订单交付。”于游江如是说。

## 同心多元优化产业布局

2023年，化纤行业的整体业绩表现不尽人意。东方财富Choice数据显示，今年前三季度，23家化纤上市公司中，16家公司归母净利润下滑，仅7家实现增长。

在业内人士看来，“未来化纤行业将呈现出多元化应用、智能化生产、绿色化和定制化产品等发展趋势，这将为化纤行业带来更好的发展前景。”

为了顺应行业多元化发展趋势，泰和新材正在孵化更多新项目，为未来发展寻找新的增长点。

“目前，公司主要围绕新能源汽车、智能穿戴、绿色制造、生物基材料、信息通信、绿色化工等六大赛道进行项目布局。”董旭海告诉记者，这些新项目将与公司的存量项目一起，形成同心多元的产业布局，不断巩固公司行业龙头地位。

记者在公司蓬莱产业园的项目规划板上看到，在总占地1200多亩的园区里，公司还规划了海洋

生物基材料、新能源等多个项目，未来将分期建设。

“2023年是公司的项目突破年，几乎每个季度都会有新的项目投产。”公司工作人员向记者说道：“除了今年三季度投产的绿色印染项目外，今年上半年，公司芳纶涂覆隔膜中试生产线、纤维状锂电池中试项目先后投产，芳纶纸复合材料项目也有望在四季度建成投产。”

值得注意的是，针对一些发展前景相对较好，但仍存较大不确定性的创新业务，公司实施项目跟投机制，要求决策层和项目经营团队拿出真金白银，和公司一起投资。

“这些跟投项目，有的还处于市场开发阶段，盈利情况仍存在不确定性。”董旭海表示，通过项目决策者、项目经营团队及重要管理人员等核心骨干跟投，既可使公司适时进入新领域、做大新增量、实现新发展，同时也可以实现公司利益与核心骨干的深度绑定，减少公司风险。

参与绿色印染项目跟投的于游江表示：“真金白银投入肯定会有压力，但这也鞭策我们在运营时更负责任，从目前的情况来看，项目进展不错，我们很有信心把它做好。”

## 黄金消费持续火热 黄金珠宝公司“趁热”谋上市

■本报记者 李静

今年下半年以来，金价持续上涨。在黄金消费一片火热的形势下，黄金珠宝公司再次燃起了上市热情。近期，接连两家黄金珠宝公司向港交所递交。

## 扎堆赴港上市

近日，中国第一家推广“古法黄金”概念的黄金珠宝公司——老铺黄金向港交所递交IPO申请。值得注意的是，这已经是老铺黄金二度冲击上市申请。此前，公司曾于2021年在A股上市被否，还曾因现金流为负、存货高企、供应商利益输送等问题被市场质疑。

老铺黄金以古法黄金产品为主要特色。根据弗若斯特沙利文资

料，老铺黄金是中国黄金珠宝市场主要品牌中唯一专注设计、生产加工和销售古法黄金产品的品牌。老铺黄金称，本次融资将主要用于拓展销售网络；提升品牌定位，加强研发能力，补充运营资金。

除了老铺黄金，今年9月末，梦金园黄金珠宝集团股份有限公司(以下简称“梦金园”)也向港交所递交上市申请，独家保荐人为中信证券(香港)有限公司。在此次赴港上市之前，梦金园曾冲击A股IPO未果。2021年10月28日，梦金园在深交所主板首发会上，审核结果为暂缓审议。随后2021年11月25日，梦金园再次在深交所主板首发会上，审核结果为未获通过。对于此次冲击港交所IPO，梦金园称是为了更好地接触多元化和全球投资者并获取更多国际认可。

“两家企业都想上市，但A股市

场给这类企业的估值普遍不高。”浙江大学国际联合商学院数字经济与金融创新研究中心联席主任、研究员盘和林对《证券日报》记者表示。

而另一边，三次闯关A股的周六福珠宝股份有限公司(以下简称“周六福”)于11月8日申请撤回发行上市申请文件。根据规定，深交所决定终止对其首次公开发行股票并在主板上市审核。

值得注意的是，这已是周六福第三次闯关A股IPO。2019年，周六福因所聘会计师事务所正中珠江卷入“康美案”，IPO之路随之中止。2020年9月，周六福再度向证监会递交上市申请材料，但因经营存疑，被证监会第十八届发审委第154次会议二次否决。今年2月份，周六福正式启动第三次IPO，回复第一轮问询后，最终撤回IPO申请。据业内人士

分析，周六福在第三次“冲A”失败后，很有可能也会转战港交所。

“黄金珠宝企业扎堆上市的主要原因，是今年金价多次大涨，引发黄金消费和投资热潮。”看懂研究院研究员、专栏作家黄涛在接受《证券日报》记者采访时称，珠宝黄金企业在国内市场竞争趋于饱和，而香港是一个国际化的金融市场，可以为企业提供更广阔的发展空间。黄金珠宝企业需要大量的资金投入，品牌宣传，来扩大规模和提升品牌影响力，而上市可以为其提供更多的资金支持，同时也有助于提高企业的知名度和信誉度。

## 黄金消费火热

2023年黄金价格震荡走高，国际金价多次冲破每盎司2000美元，

国内金价也达到每克480元，各大黄金品牌零售价更是突破每克600元。

据国家统计局数据显示，今年前三季度以黄金为主的金银珠宝零售总额同比增长12%，领跑其他品类，超过服装鞋帽及烟酒等。

中国黄金协会公布的最新数据显示，2023年前三季度，我国黄金消费量达到835.07吨，同比增长7.32%。其中，黄金首饰消费达到552.04吨，同比增长5.72%；投资属性更强的金条及金币消费222.37吨，同比增长15.98%。

但第三季度黄金价格虽然持续处于高位，黄金首饰消费增速却有所放缓，特别是9月底临近“双节”时，黄金价格大幅波动，黄金首饰消费观望情绪加重，而硬足金、古法金等仍有较快增长，同时金条及金币消费继续较快增长。

## 抓住金砖国家市场机遇 工程机械企业积极“走出去”

■本报记者 肖伟

11月21日晚，金砖国家举行扩员后的首场领导人会晤。金砖合作机制是新兴市场国家和发展中国家加强团结合作、维护共同利益的重要平台。《证券日报》记者了解到，以三一集团、徐工机械、中联重科、山河智能为代表的工程机械企业高度重视金砖国家扩员带来的市场机遇。

2023年8月24日，金砖国家宣布扩员，沙特、埃及、阿联酋、阿根廷、伊朗、埃塞俄比亚获准加入。至此，金砖国家合作机制的成员数量由5个增至11个。

世界银行数据显示，截至2022年，金砖五国的人口、国土面积、经

济总量(现价)在全球占比分别为40.9%、29.5%、29.7%，扩员后金砖十一国的人口、国土面积和GDP总量(现价)的占比增加至46.1%、36.1%、32.9%。

金砖国家扩员也引起了中国工程机械企业的高度重视和积极布局。最新数据显示，三一集团在巴西、俄罗斯、印度、南非以及2023年刚加入金砖大家庭的六国市场，已累计实现销售额超700亿元。其中，2022年全年完成销售1.45万台设备，销售额超130亿元。2023年前三季度实现销售额超140亿元，约占三集团当期整体海外销售的40%。

在直接输出工程机械设备，参与金砖国家基础设施建设的同时，

中国多家工程机械头部企业还采取多种方式把握市场机遇。

在印度，三一集团旗下的一三工学院与印度索尼亚大学在印度孟买签署合作办学协议，在交换生课程学分置换、定向班培养、学生暑期海外实习和教师互访等领域开展紧密合作。

三一集团党委书记、轮值董事长向文波表示：“这些年，三一集团深耕金砖国家市场，不仅参与到基础设施、港口运营、氢能开发、风力发电等多个方面，还直接对外输出先进产能，建设灯塔工厂，带来就业培训，已经深入融入金砖国家市场环境中，成为积极的环境大变量之一。”

在巴西，徐工机械旗下的徐工巴西银行正为巴西市场提供各类金

融服务，在促进徐工设备销售和服务的同时，还为巴西社会提供消费信贷、融资租赁等金融服务。徐工巴西银行的批准筹建，标志着中国工程机械企业实现巴西产融结合“零的突破”。今年3月28日，徐工机械公告拟出资18.5亿元设立徐州徐工国际投资发展有限公司，并将持有的徐工巴西金融控股有限公司全部股权转让至徐工国际投资发展有限公司。

徐工巴西制造有限公司总经理李寒光介绍：“我们从‘产品走出去’到‘服务走出去’，再到‘工厂走出去’，现在又到‘金融走出去’。以徐工巴西为纽带，形成遍布南美地区的产业链，打造制造、科研、服务、金融为一体的多元价值创造体系。”

在埃及，为建设沙漠中的“夏季之城”阿拉曼新城超高层综合体，中联重科旗下的拖泵、塔机、汽车吊等主力设备纷纷赶来助阵，为重点工程建设注入强劲力量。在埃塞俄比亚，中联重科的成套农机设备、山河智能的矿山开掘设备正在大放异彩。

中国工程机械头部企业深耕金砖国家市场的业绩，也获得券商机构的积极评价。浙商证券工程机械分析师团队邱世梁、王华君等人联合发布研究报告，看好金砖国家扩员带来的商机：“期待‘金砖+’合作模式经过不断深化拓展，为中国工程机械行业带来收入增长、内需改善、更新周期启动等多因素，推动中国龙头逐步迈向全球龙头。”

## 70亿元研发费用 会否推高小米汽车售价?

■刘钊

近日，有关“小米汽车量产前，累计投入至少70亿元研发资金”一事刷屏汽车圈。相比来看，蔚来汽车上市前披露的研发投入累计达55.3亿元，小鹏汽车上市前披露的研发投入累计为37.5亿元。由此，小米汽车或成为“最舍得花钱”的造车新势力。

小米汽车前期巨额的研发费用会导致小米首款汽车售价居高不下吗?

笔者了解到，初创车企要想开发有技术底色的产品，前期开发费用都很高，因为零部件系统开发需要一定数量的工装模具，后续多个车型可以直接沿用，核心部件比如三电系统不需要重新研发，后面开发的新车只需要调教技术参数即可。

其实，至于首款车卖多少钱，并不取决于早期研发费用，而是更多从采购成本角度考虑。比如一款车需要20万元采购成本，就要卖30万元以上(消化研发、销售、制造、运营管理等成本)才能实现盈亏平衡。

根据工信部产品公告，小米汽车首款车车长4.997米，属中大型轿车。而在这一赛道，特斯拉Model 3、蔚来ET5、小鹏P7、智界S7等竞争对手实力都很强，小米汽车若要实现小米创始人雷军规划的“第一年销售10万辆，此后三年累计交付90万辆目标”，必须要在性价比方面碾压对手。

过去雷军在手机行业的成功靠的是性价比，小米汽车依然会走这一路线。一是雷军还要考虑小米手机与小米汽车用户群体的重合问题；二是小米首款车肯定要以最主流的市场区间为目标。

威尔森监测数据显示，2022年10万元-20万元成为乘用车规模最大的价格区间，其销量占比高达48%，同比增长超过165%，且只有该价格区间的销量占比呈增长趋势，其余价格区间销量占比均处于下降或持平状态。

除了价格，小米汽车首款车能否卖好，造型也是关键性因素。从工信部产品公告可以看到，小米汽车首款车前脸近似保时捷造型，尾部则近似model 3造型，这似乎迎合了主流审美。

笔者认为，只要雷军不忘小米性价比的初心，善用小米垂直整合供应链能力，降低采购成本，进军20万元以下的电动汽车市场，小米汽车大有可为。

## 不仅“拎手上”还要“穿上身” 开润股份印尼箱包基地将增项“服装生产”

■本报记者 徐一鸣

11月22日，开润股份发布关于部分募集资金投资项目变更及延期公告。

据记者梳理，此次开润股份募集资金投资拟变更1个项目，延期3个项目，延期时间在6个月至12个月。

具体来看，“印尼箱包生产基地”项目变更为“印尼箱包与服装生产基地”项目。项目投资总额较之前增加1659.21万元，达3.1亿元。但拟使用募集资金不变，为2.93亿元。

传播星球App联合创始人付学军对《证券日报》记者表示，不仅“拎手上”，还要“穿上身”，开润股份部分募集资金投资项目变更，是基于对服装行业发展的看好。

开润股份称，公司近年来通过参股服装代工制造商等方式切入服装及面料生产领域，获取了阿迪达斯、PUMA、MUJI等客户的服装业务订单，并开始在滁州逐步建设服装产能。但目前公司自有服装产能不足，需要外协厂商代工辅助生产，客户对印尼的服装产能需求迫切，需要在印尼新建服装产能来满足服装业务生产销售规模的扩张。

开润股份表示，本次募投项目在原有箱包产能的基础上，进一步开拓服装产能，有利于推进公司切入万亿元级赛道，为公司发展打开成长空间，推进业务规模提升。同时，公司服装代工业务的未来战略方向将向辅料开发等环节进一步延展，形成产业链纵向一体化优势，有助于拓宽利润空间、提升盈利水平。

欧睿数据显示，全球服装零售市场规模从2009年11467.31亿美元提升至2019年14093.28亿美元，年均复合增速为2.08%。受2020年至2022年终端需求扰动后，2023年将快速恢复并超越2019年水平达到14874.24亿美元，全球服装市场展现出较强发展韧性和抗风险能力。

项目延期方面，公告显示，“滁州米润科技有限公司时尚女包工厂项目”达到预计可使用状态日期由2023年12月31日延期至2024年12月31日；“安徽开润股份有限公司信息化建设项目”达到预计可使用状态日期由2024年6月30日延期至2024年12月31日；“滁州软包与服装制造项目”达到预计可使用状态日期由2023年12月31日延期至2024年12月31日。

开润股份认为，募投项目延期是根据项目实际实施情况做出的审慎决定，项目的延期仅涉及投资进度变化，不存在变相改变募集资金投向和损害公司及其他股东利益的情形，不会对公司的正常经营产生重大影响。