

成本高企叠加出口火热 钛白粉行业掀起今年首轮涨价潮

■本报记者 刘 欢

1月22日晚间，中核钛白发布公告称，公司自2024年1月19日起，全面上调各型号钛白粉销售价格。而就在3天前，龙佰集团、惠云钛业已率先吹响涨价“号角”。钛白粉行业掀起2024年首轮涨价潮。截至目前，已有超15家钛白粉厂商发布调价函。

有机认为，从需求端看，钛白粉用途广泛，2024年国内供需预计将维持弱平衡，而出口将成为国内钛白粉产能消化的重要途径。

多因素共同推动

从涨价幅度来看，国内销售价格上调幅度在500元/吨至700元/吨，国际销售价格则均上调100美元/吨。

对于此轮涨价的主要原因，多家企业在调价函中提及“原材料价格持续居高不下”。钛白粉行业分析师杨逸向记者表示：“钛矿等重要原辅材料的价格高企对生产商有所影响，按照目前的价格水平，企业还是存在很大压力。”

据多数据源显示，近期钛白粉原料钛矿供应紧张，价格高位上行，以攀枝花46品位10钛矿价格为例，1月20日，其不含税出厂成交价格在2190元/吨至2220元/吨，较月初每吨上涨约30元至50元。

事实上，受主要原材料供应偏紧影响，钛白粉生产成本高位运行，国内相关企业已在2023年频频上调钛白粉价格。

生意社大宗商品数据监测显示，整体来看，2023年钛白粉市场价格上涨。去年年初国内钛白粉均价为15933.33元/吨，去年年末均价为16483.33元/吨，年内价格上涨幅度为3.45%。而钛精矿行情呈M字走势，整体行情上涨。2023年初国内钛精矿均价为2115元/吨，年末均价为2173.33元/吨，年内价格涨幅为2.76%。



元/吨，年内价格涨幅为2.76%。

除了原材料价格上涨，本轮钛白粉涨价还有以下几方面原因：一是钛白粉出口市场表现良好，钛白粉出口量增加；二是春节假期临近，广西地区企业陆续执行年检计划，加之受环保、限电等因素影响，市场钛白粉供应减少；三是企业待发货单基本至年初，市场部分型号货源紧张。据多数据源显示，钛白粉出口量增加的主要原因，中金公司在研报中表示，受益于Chemours、Venator等企业部分海外工厂产能退出，以及印度、巴西、土耳其等国家钛白粉需求持续增长，中国钛白粉企业海外市场份额持续提升。

出口将稳中有升

近年来，随着国内钛白粉项目的改扩建，我国钛白粉产量增长率长期高于表观消费需求增长率。为了解这一问题，钛白粉生产企业积极拓展海外市场，在国际上的地位也不断提升。据隆众化工统计，中国钛白粉产

能占全球产能的50%以上，是全球钛白粉第一生产大国。

根据钛白粉产业技术创新战略联盟统计，2023年国内钛白粉产量同比增长6.3%至416万吨，产能利用率80%，同比下降3个百分点，但仍处于较高水平。而随着中国钛白粉在全球市场的竞争力持续提升，出口量也在稳步增长，出口量基本占产量的1/3左右。

海关数据显示，2023年1月份至11月份，中国进口钛白粉累计约7.33万吨，同比下降40.46%。而中国出口钛白粉累计约149.83万吨，同比增长17.14%，出口量增加约21.92万吨。

对于钛白粉出口量增加的主要原因，中金公司在研报中表示，受益于Chemours、Venator等企业部分海外工厂产能退出，以及印度、巴西、土耳其等国家钛白粉需求持续增长，中国钛白粉企业海外市场份额持续提升。

白粉企业海外市场份额持续提升。

生意社认为，2023年钛白粉出口量预计为163万吨，2024年钛白粉出口量预计将达到180万吨。未来出口份额稳步增加，对钛白粉新增产能有一定的利好。加之国际市场价格钛白粉产能退出，更加利好国内钛白粉出口，未来钛白粉出口将继续稳中有升。

浙江大学城市学院文化创意研究所秘书长林先平在接受《证券日报》记者采访时表示：“钛白粉价格受成本、供需关系、汇率等多重因素影响，可能会有波动。但长期来看，随着产能的调整、环保政策的实施以及市场需求的增长，钛白粉价格在2024年还有逐步上涨的可能。此外，随着我国钛白粉企业技术水平的提升，产品在国内外的竞争力将进一步提高，有望带动出口量的增长。”

短期回落不改长期向好趋势 天然气重卡需求有望持续释放

■本报记者 赵彬彬

去年一路狂飙的天然气重卡，在年底似乎稍显疲态。据卓创资讯最新统计数据，2023年12月份，中国天然气重卡销量为6140辆，环比下滑近六成。此前，天然气重卡月销量已连续8个月突破1万辆，个别月份甚至达2万辆以上。

天然气重卡销量骤降的原因是什么？未来行业面临怎样的走势？《证券日报》记者多方了解到，业内继续看好2024年天然气重卡市场，短期回落不改长期向好趋势。特别是随着供暖季结束，油气价差有望再次拉大，天然气重卡需求将加速释放，行业景气度有望延续。

12月份销量环比下降

2023年，天然气重卡实现了爆发式增长。全年天然气重卡累计销售15.2万辆，与2022年的3.7万辆相比，涨幅超过3倍，创下了我国天然气重卡史上的年度销量新纪录。按月度来看，2023年天然气重卡销量同比出

现“12连涨”，其中9个月同比增幅超过100%，特别是10月份天然气重卡销量同比增长超14倍，非常罕见。

天然气重卡销售火爆的背后，主要是源于油气价差增大，天然气重卡较低的运营成本凸显，受到卡车司机的青睐。

卓创资讯数据显示，进入2023年，天然气价格一路下探，当年1月份的天价价格近7000元/吨，到8月份就已降至4000元/吨以下，而同期柴油价格则相对稳定，一直维持在7000元/吨以上。不断拉大的油气价差激活了天然气重卡的市场需求。此后，在“金九银十”的销售旺季，天然气重卡连续两个月销售量超过2万辆，分别同比增长了7.4倍和114.8倍。

去年10月份，记者探访山东重卡市场时发现，天然气重卡一车难求。重卡经销商张强对《证券日报》记者介绍说：“没有新车，部分客户将目标转向二手天然气重卡，在山东梁山等二手重卡市场甚至出现了加价求购现象。”

然而，到了去年12月份，天然气重卡销量却环比大幅下挫，仅为6140

辆，与11月份的1.52万辆相比下滑超过59%。

对此，卓创资讯重卡行业分析师李明月对《证券日报》记者表示：“进入供暖季后，天然气价格上涨，天然气重卡的经济性减弱，加之大宗商品物流需求减少，使得重卡销量减少。”

从去年11月中旬下旬开始，各地供暖陆续开启，天然气进入消费旺季，价格呈现震荡上行走势。由于柴油价格相对稳定，天然气与柴油的价差逐渐收窄，叠加供给充足，天然气价格持续下行，油气价差再次拉大，有望推动天然气重卡需求加速释放。

福田汽车则表示，在采暖季结束后，随着供暖用天然气需求的减少，天然气价格将迅速回落。这一趋势预计将刺激天然气重卡的需求量增加。预计2024年天然气重卡行业销量将达到25万辆至30万辆，公司2024年天然气重卡销量目标为4.5万辆。

中国重汽相关人士表示，国内天然气资源充足、消费稳定，随着各地加气站建设加快，加气便利性持续提升，2024年天然气重卡需求旺盛，仍将是细分市场的

重卡行业回暖 潍柴动力预计去年净利最高增90%

■本报记者 王 僖

1月23日晚间，潍柴动力发布2023年业绩预告，公司预计去年实现归母净利润85.8亿元至93.2亿元，同比增长75%至90%。在重卡行业复苏回暖的背景下，行业迎来结构性成长机遇，海内外市场需求高涨，作为行业龙头，潍柴动力的天然气重卡及发动机产品销量大增，助推公司业绩实现强劲增长。

根据中国汽车工业协会统计数据，2023年全年，我国重卡市场累计销售91万辆，比2022年净增长23.9万份，增幅为36%。按月度来看，除1月份和12月份销量同比下滑，其他月份均实现了销量正增长，其中3月份销量最高，达11.54万辆。

对于业绩预告中提到的“行业结

构性成长机遇”，潍柴动力表示，一方面，是指天然气重卡业务。2023年度，由于天然气价格下降，油气价差扩大，天然气重卡经济性大幅提升，天然气重卡及发动机产品销量出现井喷式增长。数据显示，天然气重卡2023年全年销售15.2万辆（交强险口径），单月终端销量最高达2.5万辆。

另一方面，亮眼的出口业绩强势带动重卡市场实现突破。据统计，2023年全年重卡出口约27.6万辆，同比增长接近60%。

基于国内宏观经济形势持续向好，海外市场需求保持高位，行业更新需求、重卡在物流运输中的重要地位及其自身效率优势等驱动因素，潍柴动力对未来几年的重卡行业表现持乐观预期，认为2024年重卡行业销量有望达到100万辆以上水平。

传播星球App联合创始人付学军在接受《证券日报》记者采访时认为，国家政策对新能源汽车和低碳环保的推动也会影响重卡行业的销量和结构。

中国物流学会特约研究员解文对《证券日报》记者表示：“天然气重卡作为清洁能源重卡的一种，在环保和能源结构调整的大背景下，有望在未来一段时间内保持较高的增长势头。”

对于公司2024年出口业务，潍柴动力预计仍将延续良好态势。除了海外市场需求的不增长和公司产品竞争力优势外，公司还特别提到大集团的协作优势。“我们一直在持续提升集团内各企业的协同作战能力，加强协调联动，共同抢抓海外市场机遇。”潍柴动力方面称。

当前国内A股重卡板块估值仍处在低位，有较大修复空间。多家机构分析认为，重卡行业强预期、低估值、格局稳定三方面的投资优势仍然值得关注。其中，作为板块头部企业，潍柴动力的基本面和投资价值被看好。

加出口的强劲势头，重卡行业销量同比增长增速明显。公司产销量均实现较好增长，盈利能力得到进一步提升。

尽管去年12月份天然气重卡高速增长的趋势有所放缓，但在业内看来，短期波动不会阻碍天然气重卡长期向好的发展趋势，2024年行业景气度仍将持续。

国盛证券认为，1月份以来，重卡行业仍处景气度向上阶段。随着春节假期临近，天然气下游终端需求逐渐缩减，叠加供给充足，天然气价格持续下行，油气价差再次拉大，有望推动天然气重卡需求加速释放。

福田汽车则表示，在采暖季结束后，随着供暖用天然气需求的减少，天然气价格将迅速回落。这一趋势预计将刺激天然气重卡的需求量增加。预计2024年天然气重卡行业销量将达到25万辆至30万辆，公司2024年天然气重卡销量目标为4.5万辆。

中国重汽相关人士表示，国内天然气资源充足、消费稳定，随着各地加气站建设加快，加气便利性持续提升，2024年天然气重卡需求旺盛，仍将是细分市场的

产能扩张+技术创新 半固态电池将迎批量应用

■本报记者 李如是

能量密度更高，充电速度更快。

1月22日，恩捷股份在互动平台上表示，公司半固态项目已开始商业化落地，江苏三合电池材料科技有限公司正在积极投建，公司持续关注该领域的技术和市场发展。

深度科技研究院院长张孝荣对《证券日报》记者表示：“半固态电池的发展受到业界的广泛关注，其产能爆发的可能性较大。因为半固态电池在能量密度、安全性和充放电性能方面优于传统液态电池，同时又避免了固态电池成本高、内阻大等问题，成为现阶段不少车企和产业链企业的新选择。”

国信证券研报显示，预计2024年全球固态电池（含半固态电池）市场空间为19.5亿元，2030年市场空间有望达到1162.3亿元，2024年至2030年的年均复合增速为98%。为抓住这一市场机遇，动力电池材料企业纷纷加大投资力度，加快产能扩张和技术创新。

半固态电池或迎装车高峰

在从液态电池向全固态电池转型的过程中，半固态电池处于技术升级的中间阶段。目前，半固态电池可满足商业化应用需求，其技术水平比全固态电池更为成熟。

近期，国内外多家新能源车企宣布了半固态电池装车规划。国信证券分析师王蔚祺分析称，2024年，半固态电池有望批量应用于新能源车市场，产业化持续加速。在新能源车领域，国内的上汽、蔚来等车企有望在2024年批量生产半固态电池车型，长安、广汽等也计划在2025年至2026年推出半固态电池车型。

“从我国的市场情况来看，近年来，动力电池产业链公司纷纷加码半固态电池赛道，投资研发和生产。这其中包括了CATL、比亚迪、亿纬锂能等知名企业，他们通过技术创新和降低成本，积极推动半固态电池的商业化进程。”张孝荣说。

与传统液态动力电池类似，半固态电池也由正极材料、负极材料、电解质以及隔膜等主要材料构成，但半固态电池对生产材料提出了更高的要求，即更高的能量密度以及更强的稳定性。与液态电池相比，半固态电池的电解质含量较少，因此更加安全。同时，由于其采用固态电解质，半固态电池的

企业布局“多点开花”

在半固态电池中，正负极材料需要经过特殊处理，以适应固态电解质的要求，因此固态电池的正极和负极相比于液态电池没有较大变化，但电解质以及隔膜材料的生产出现了较大变革。从电解质来看，当前固态电解质体系主要分为氧化物、硫化物、聚合物等，各类固态电解质的性能表现各有所长。

光源资本研报表示，当前市场较为活跃，布局新型电解质的企业既包括老牌电池企业，也有上游原材料企业和背靠大学研究所的科研机构。我国制造商选择的路线也非常丰富：硫化物路线代表企业有宁德时代、蜂巢能源等；氧化物路线代表企业有赣锋锂业、辉能科技等。同时，由于单一的电解质技术路线很难解决所有的问题，因此很多企业寻求复合路线，例如卫蓝新能源以氧化物和聚合物为主。

隔膜材料也逐步从传统隔膜向氧化物隔膜升级。对于隔膜公司而言，如何适应半固态、固态电池技术发展带来的冲击，成为其能否在变局中抢占一席之地之关键。

恩捷股份技术人员对《证券日报》记者透露：“虽然全固态电池等新兴电池突破技术瓶颈、实现量产并完成商业化进程还需要一段时间，但考虑到动力电池的发展趋势，公司研发部门持续关注行业动态，并就隔膜技术发展组织课题讨论组，制定项目开发计划进行研发，积极研发其他功能膜新产品和新技术。”

1月11日，星源材质在投资者互动平台上表示，业内普遍认为，在中长期内，液态电池和半固态电池将是未来电池市场的主体，二者均需使用隔膜。公司对下一代电池技术的发展一直保持密切关注，并积极进行技术研发、知识产权专利及市场端的布局。目前公司已经为FREYR Battery Norway AS等客户供应半固态电池隔膜。

此外，中兴新材等多家隔膜生产商也表示，已布局钠电池隔膜以及半固态隔膜领域。

中国交通运输协会新技术促进会专家委员解文对《证券日报》记者表示：“企业在加码半固态电池赛道时，需要充分考虑市场需求和技术可行性，制定合理的市场策略和技术路线。同时，也需要加强与上下游企业的合作，共同推动半固态电池产业的进步和应用。”

国货美妆品牌崛起 多家企业预计去年业绩亮眼

■本报记者 王镜筠

近日，A股化妆品上市公司陆续披露2023年业绩预告。在消费复苏背景下，丸美股份、水羊股份、科思股份等多家企业均预计净利润实现同比增长。

《证券日报》记者梳理业绩预告发现，大单品策略及线上渠道的拉动，是多数国产化妆品上市公司去年实现业绩增长的原因。

具体来看，受防晒产品持续放量及产能利用率不断提升等因素影响，科思股份预计2023年归母净利润7.2亿元至7.6亿元，同比增长85.50%至95.80%；扣非净利润7.03亿元至7.43亿元，同比增长85.80%至96.38%。

拥有御泥坊、薇风等多个自主护肤品牌的水羊股份2023年业绩也有不错表现。公司预计去年归母净利润达2.8亿元至3.2亿元，同比增长124%至156%；扣非净利润2.6亿元至3.0亿元，同比增长169%至210%。

1月23日，丸美股份发布业绩预告称，预计2023年归母净利润3亿元至3.3亿元，同比增长72%至89%；预计扣非净利润为2.2亿元至2.5亿元，同比增长62%至84%。

公司表示，正积极推进线上渠道转型，较好把握了2023年全年营销节奏，其中丸美品牌以抖音快手为代表的电商增长超100%。第二品牌PLI恋火增长超100%。此外，公司坚定分渠分品，推行心智大单品策略，优化产品结构，降本提效。

2023年美妆行业渠道线上化持续推进，新兴电商平台已成为品牌销售最重要的增长极。青眼情报数据显示，2023年抖音平台化妆品销售额增速达47%、快手为69.7%。

企业也颇为重视直播电商，积极寻求渠道变革。水羊股份表示：“并未将抖音单纯看作销售渠道，而是将其当作具备传播和‘种草’能力的平台，相较传

统综合电商，对于品牌的帮助以及业绩拉动，效率更高。目前，公司在人群匹配算法、价格体系管控、自播和达播的配合等方面的销售策略已逐步成型。”

此外，大单品策略也拉动了多家化妆品企业业绩。珀莱雅表示，2022年至2023年自主品牌旗下的双抗系列、红宝石系列、源力系列等均取得了快速增长，2023年上半年双抗系列同比增长逾100%。

黑崎资本基金经理曾盛向《证券日报》记者表示：“大单品策略能够提高效率、降低成本，同时形成品牌特色，增强消费者对品牌的认知度。而线上渠道对于化妆品企业的拉动作用也不可忽视，随着电商平台快速发展，越来越多的美妆企业开始重视线上渠道，通过电商平台直接接触消费者，扩大销售规模。”

整体来看，在组织管理赋能以及单品策略驱动下，优质国货品牌有望实现对外资品牌从“追赶”到“超越”的突破。

青眼情报数据显示，2023年国产品牌化妆品销售额同比增长21.2%，市场份额达50.4%，市场规模超外资品牌化妆品。

丸美股份表示，国货崛起是大势所趋，公司现在要做的就是踏踏实实做好产品、品牌、营销及服务，通过更强的供应链、更好的运营去抢占国际大牌可能释放出的市场份额。

排排网财富研究员隋东对《证券日报》记者表示：“优质国货品牌去年销售表现较好，主要是在品质和安全性方面逐渐获得消费者的信任和认可，市场竞争力不断增强，同时消费者理性消费意识增强，具有高性价比和良好使用体验的国货品牌成为优先选择。此外国货美妆品牌也打破了传统运营模式，在营销方面进行了大胆创新和尝试，吸引了更多年轻消费者。随着国产美妆品牌产品力及研发实力的不断提升，其崛起趋势有望延续。”