

实探“亚洲花都”昆明斗南花卉市场:

# 春节情人节将至花卉供销两旺 产业链搭科技快车实现量质齐升

本报记者 李如是

今年春节与情人节花齐备货期重叠,喜庆、浪漫效应叠加下,“亚洲花都”昆明斗南花卉市场(以下简称“斗南花市”)迎来销售高峰。据昆明花拍中心(KIFA)披露数据,自2月4日起,花卉市场全渠道日交易总量已突破600万枝,供货量也随之大幅增加。2月7日,《证券日报》记者来到斗南花市看到,春节、情人节将至,市场中热销的花卉产品以橙色、红色、粉色等喜庆暖色系为主。同时,以冬青、蜡梅、雪柳等为代表的年宵花品种也出现销售小热潮。目前来看,大部分鲜花价格保持平稳。

花市繁荣的背后,是科技力量的支撑。在种植端,云天化等上市公司通过“科技种花”大幅提升鲜花产量和品质;在销售端,传统拍卖与电商直播渠道相结合,精准满足消费者需求;在运输端,200余家冷链物流企业入驻斗南花市,鲜花保鲜运输提速。

## 供货量增加价格平稳

走进斗南花市,人潮和花海迎面而来。康乃馨、玫瑰、月季、向日葵、百合、牡丹、郁金香、满天星、勿忘我等1600多个品种的鲜花汇集于此。每至时令节日,斗南花市都会推出新的花卉品种,吸引消费者。

《证券日报》记者在走访中观察到,今年春节,市场内新增应时年宵花品种,包括万两黄金、黄金球、富贵竹、垂丝茉莉、羽叶报春、柿子以及草每小盆栽等,有着多种多样的吉祥寓意;此外,还有针织花以及仿真“年宵花”,以满足消费者更加多元化的选择。

据KIFA首席花拍师“花小骏”介绍,在扩大集约化生产规模的背景下,今年高峰期花卉供货量较去年同期将有25%以上的增长空间。但受云南低温天气影响,上花周期拉长,整体供货将呈现平稳增长态势,日供货量峰值有望超过750万枝。

千日红花店经营者张新兵对记者表示:“受消费需求、运输条件、配套服务等综合因素影响,今年花卉总体行情比较平稳,价格没有出现大幅上涨。”

“随着生活水平的提高和人们对美的追求,花卉作为调节环境、提升生活品质的重要元素,消费频次也在增加。”Co-Found智座研究负责人张新原



图①、②、⑤ 春节、情人节将至,斗南花市迎人潮  
图③、④ 新品年宵花热销

李如是/摄

对记者表示。多位消费者对《证券日报》记者表示,斗南花市的鲜花销售价格便宜,是吸引他们的最重要因素。此外,鲜花货品琳琅满目,也带来了更好的购物体验。

“鲜花产业链下游市场发展势头良好,促使花卉的市场需求逐步扩大。”浙大城市学院文化创意研究所秘书长林先平对《证券日报》记者表示,“近年来,鲜花饼凭借独特的口感和颜值,成为市场上的一大热门产品。鲜花饮品也逐渐崛起,各种以鲜花为原料的茶饮、果汁产品层出不穷,受到消费者追捧。此外,鲜花元素的精油和化妆品也备受关注,其天然、健康的特点吸引了众多消费者。”

## 科技赋能鲜花产业

如今,云南鲜切花产业已实现全产业链覆盖,建成辐射全国、面向亚洲的花卉交易市场和流通体系。云南省

统计局数据显示,2023年前三季度,云南鲜切花产量达140亿枝,同比增长8.0%;据昆明海关统计,2023年,云南鲜切花出口值达5.7亿元,连续五年保持全国首位。

鲜花交易欣欣向荣的背后,是科技力量提供的支撑。在种植端,科学种花增产提质的探索“脚步”从未停歇。例如,云天化子公司云南云天化花匠铺科技有限责任公司在昆明市晋宁区建设了云天化晋宁花卉产业现代化示范园。据介绍,公司用工业化的思维去做农产品,利用计算机对棚内环境进行高精度控制,实现自动化和智能化,用更低的能耗,使植物在最适宜的环境下生长。107亩鲜花的日常水肥管理,只需一个人就能完成。传统种植模式下玫瑰花亩产量在3万枝到5万枝,智能化改造后产量达到14万枝/亩,鲜切花A、B级占比超过65%。

在销售端,拍卖交易以及直播带货的迅速发展,使云南花卉销售渠道

多元化和便捷化,产地花卉市场中心化。其中,拍卖交易以批发交易为主,直播电商则精准对接消费者需求。此外,山姆、麦德龙、沃尔玛等超市主体,京东、叮咚买菜、盒马鲜生等电商平台的加入,也进一步拓展了终端市场。

微信视频号万廷廷鲜花店经营者对《证券日报》记者表示:“我们在斗南花市也有线下店,但线上销售额已成为收入的主要来源。在花卉种植基地以及斗南花市进行的直播,受到消费者青睐。”

在运输端,据昆明斗南国际花卉产业园区开发有限公司介绍,过去因陆路冷链网络不发达,斗南发往全国的鲜花有90%走空运,物流价格较高,也导致鲜花消费市场终端价格走高。如今在多方努力下,冷链物流体系加快建设,已有200余家物流企业入驻斗南,从斗南发出的鲜花陆运冷链物流比例超过80%,物流价格大大降低。

以及电动化转型给了传统自主品牌更好的发展环境,但合资品牌在推进电动化的同时也在强化燃油车矩阵,造车新势力进入了更快的发展节奏,这些都给传统自主品牌带来一定的压力。

值得关注的是,上述自主品牌中,大多走的是“油电”同行路径。这意味着,其既需要与造车新势力争夺新能源车市场份额,又要从合资品牌手中抢下燃油车市场份额。

“混动或成为自主品牌在2024年的发力重点,搭载了长安汽车全新混动系统的长安UNI-Z已经亮相,奇瑞发布了搭载奇瑞汽车第三代混动科技的风云序列,吉利领克EM-P也正在引领品牌发展等,毋庸置疑,2024年将是自主品牌大展身手的一年,值得期待。”林示如是说。

体的青睐,占领一部分市场,后续可对更大的市场徐徐图之。

## 今年机遇与挑战并存

“自主品牌崛起”是这几年中国汽车市场的关键词之一,乘联会发布的数据显示,2023年,自主品牌乘用车市场份额为52%,同比提升4.6个百分点。其中,2023年12月份,自主品牌乘用车批发销量所占市场份额达到58.2%,同比增长50.80%。同时,哈弗品牌新能源车销量正在快速攀升,哈弗新能源销量达6005辆,同比大增276.25%,长城Hi4智能四驱电混技术也为哈弗品牌销量增长提供新驱动力。

此外,捷途、红旗、传祺、荣威、领克、坦克等自主品牌,虽然体量尚无法与那些深耕主流市场的“老将”们相比,但在今年1月份仍取得了明显的销量增长。

目前,这些品牌都已经有了各自的取胜之道。其中比较明显的就是捷途、传祺、领克、坦克等品牌。捷途坚持“旅行+”战略,围绕家庭旅行、越野旅行两大细分领域在场景化造车路上前行,实现了对SUV领域的突破;传祺另辟蹊径,在MPV领域找到了一条破局之路,1月份传祺MPV家族销量超1.6万辆,包揽中国品牌MPV销量冠军;领克性能标签明显,主打为年轻人群造车;坦克从坦克300开始确立越野路线,拿下中国越野SUV销量、越野新能源销量、越野车出口量多项第一。

林示对记者表示,对于这些体量相对较小的品牌来说,就是需要有“另辟蹊径”的打法,先保证获得部分消费群

## 深圳优化住房限购政策 降低居民购房门槛

至此,“北上广深”四大一线城市均已在住宅限购端有所放松

本报记者 李昱丞

继广州、上海、北京之后,深圳也加入到调整住房限购政策的城市行列中。

2月7日晚间,深圳市住房和建设局发布《关于优化住房限购政策的通知》明确,深圳市户籍居民家庭(含部分家庭成员为深圳户籍居民的家庭)限购2套住房,深圳市户籍成年单身人士(含离异)限购1套住房,对户籍居民不再限定落户年限以及缴纳个人所得税、社会保险年限。非深圳户籍居民家庭及成年单身人士(含离异)购买住房,个人所得税、社会保险年限要求由5年调整为3年。

这是自2020年7月15日深圳市住房和建设局发布楼市调控“新八条”政策以来,深圳住房限购政策首次出现松动。

这一政策调整后,深圳楼市正处于缓慢筑底的过程中。深圳中原研究中心监测数据显示,2023年全年,深圳新房住宅共成交31621套,总面积321.4万平方米,均处于近5年来的低位;深圳二手房住宅成交32768套,同比增长51.0%,成交面积为313.7万平方米,同比增长51.5%。而增幅较大主要系2022年基数低,实际上2023年二手房成交量为近20年来的第二低点,市场依然低位运行。

2024年1月份,深圳新房成交2568套,环比下降31.5%,成交面积为27.12万平方米,环比下降40.1%;深圳全市二手住宅过户套数为3463套,环比下滑2.3%,二手住宅成交33.6万平方米,环比

上升0.6%。

随着深圳宣布优化住房限购政策,“北上广深”四大一线城市均已在住宅限购端有所放松。

往前回溯,2023年9月20日,广州市人民政府办公厅印发《广州市房地产市场平稳健康发展政策的通知》,广州成为全国一线城市中首个部分放开限购的城市。今年1月27日,广州市人民政府办公厅印发《关于进一步优化我市房地产市场平稳健康发展政策措施的通知》提出,在广州市限购区域范围内,购买建筑面积120平方米以上(不含120平方米)住房,不纳入限购范围。

北京和上海也均已放开部分外围区域的限购。1月30日,上海优化住房限购政策,明确在上海市连续缴纳社会保险或个人所得税已满5年及以上的非上海市户籍居民,可在上海外环以外区域(崇明区除外)限购1套住房,支持非上海市户籍单身人士购房。2月6日,北京市住建委和通州区政府发布通知,在京具各购房资格的四类家庭,可以在通州区购买一套商品住房。

“2023年,一线城市商品房市场表现普遍较弱,其中第二季度和第四季度房价领跌全国,新房交易量普遍表现比较弱。”广东省城规院住房政策研究中心首席研究员李宇嘉对《证券日报》记者表示,今年一线城市楼市的可持续性还要取决于后续的政策跟进,包括融资对接机制的落地、需求端居民购买力和预期的改善等,预计开发商会抓住相关政策机会,加快营销宣传、推盘和去化。

## IGBT市场需求日益增加 国产化率持续提升

本报记者 李雯珊

IGBT市场有望迎来爆发。

近年来,我国战略性新兴产业蓬勃发展,IGBT(绝缘栅双极型晶体管)等重点领域创新突破不断加快,成为经济高质量发展的重要支撑。IGBT作为一种新型电力电子器件,被公认为第三代电力电子器件,俗称电力电子装置的“CPU”(中央处理器)。按照应用领域不同,主要可以分为消费、工业、汽车三大类。

“受益于新能源汽车、风能、光伏、储能等的蓬勃发展,对功率器件IGBT的需求量日益增加,被誉为‘功率器件心脏’的IGBT也自此进入前所未有的紧缺局面。”有业内人士向《证券日报》记者表示。

## 市场空间广阔

据QY研究调研团队最新报告显示,2023年全球IGBT功率模块市场规模大约为67亿美元,预计2029年将达到145亿美元,未来几年复合增长率约为13.6%。

“IGBT是新能源汽车中的核心元器件,在新能源汽车领域得到了广泛的应用,对整车的性能有着重要的影响。同时,风光储等其他新兴产业赛道也为IGBT的增长提供了充足动力。”锦华基金总经理秦若涵向《证券日报》记者表示。

东海证券研究所预测,根据IGBT单车价值量、全球与中国新能源汽车销量数据测算出,2026年全球新能源汽车IGBT市场规模有望达到655.72亿元,中国新能源汽车IGBT市场规模有望达到407.84亿元,2022年至2026年CAGR为32.84%,IGBT在新能源汽车应用市场保持高速增长。

集微咨询资深分析师王艳丽则认为,风光储IGBT市场增速在未来几年有望超过汽车,其市场份额逐年提升,将在2025年提升至9.7%。整体来看,中国是全球最大的IGBT需求市场,需求量约占全球超四成,且需求占比有望持续提升。

据东方财富研究,风光储国内市场规模到2025年将增长至522亿元,预计未来五年的复合增长率达22%。随着2025年国内新型储能由商业化初期步入规模化发展阶段,预计未来新型储能所需的

## 国产厂商加速布局

在国家政策大力支持下,IGBT发展有望驶入发展快车道。目前正处于国产高速增长阶段,我国IGBT技术不断更新迭代,国产厂商逐步突破产能受限问题,加速产能布局。

全球范围内,IGBT功率模块主要生产商包括英飞凌、三菱电机、富士电机、赛米控丹佛斯、斯达半导、比亚迪半导体和时代电气。国内方面,公开数据显示,2022年整体IGBT国产化率提升至约30%至35%,目前中国IGBT行业已经具备一定的产业链协同能力。

具体来看,士兰微、华润微、新洁能、华微电子、比亚迪半导体、宏微科技等均拥有中低压IGBT产品的生产能力,而具备高压IGBT芯片生产能力的中国厂商则有时代电气和斯达半导。

据悉,比亚迪半导体8英寸汽车芯片生产线已于2022年顺利完成安装,正式投产,可年生产车规级芯片50万片,达产后可满足年装车50万辆新能源汽车的产能需求。

士兰微2023年三季报显示,公司当前5英寸、6英寸产线利用率回升至90%左右,8英寸产线保持满负荷生产。

华润微电子近日在接受投资者调研时表示,公司已经制定了明确的营收目标,2023年公司IGBT产品营收目标是10亿元,同时,公司的碳化硅和氮化镓产品也力争实现营收规模上亿元。华润微电子深圳12英寸集成电路生产线项目主体结构已完成封顶,项目总投资规模约220亿元,规划总产能4万片/月,预计2024年12月底前可实现通线量产。

日前,广汽集团公布,广州青蓝半导体有限公司IGBT项目(一期)投产。据悉,广州青蓝由广汽部件与株洲中车时代半导体共同投资成立,项目计划总投资4.63亿元,主要围绕新能源汽车自主IGBT领域开展技术研发和产业化应用。一期规划产能为年产40万只汽车IGBT模块;二期规划产能为年产40万只汽车IGBT模块,计划2025年投产。项目全部完成后,可实现总产能为80万只/年。

## 1月份汽车产销量同比稳步增长 自主品牌亮眼

本报记者 刘钊

2月7日,中汽协发布数据显示,今年1月份汽车产销分别完成241万辆和243.9万辆,环比分别下降21.7%和22.7%,同比分别增长51.2%和47.9%。

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:“汽车销量在2024年1月份出现大幅增长,一个重要原因是2023年1月份受元旦和春节假期影响,工作日较少。”

## 自主品牌各有取胜之道

具体来看,1月份,长安、吉利、奇瑞、哈弗、星途等众多自主品牌销量普遍实现了大幅增长,其中捷途、领克、坦克、东风风神、魏牌的同比增幅更是超过100%。

数据显示,长安自主乘用车今年1月份销量达到232545辆,同比增长97.80%。即便抛开长安启源、深蓝汽车和阿维塔,长安品牌的销量也超过了19万辆。吉利品牌(含几何)在1月份销量则达到了172774辆,同比增长超98%,同样表现优异,并且吉利的“中国星”高端系列以及几何、银河在内的新能源车型均表现优异,实现了“油电”双线热销。奇瑞品牌1月份销量达到135130辆,同比增长93%。

“长安、吉利、奇瑞三大自主品牌月销量均在10万辆以上,长安和吉利月销量更是突破15万辆,已经超越东风日产、广汽丰田等众多合资品牌。捷途、传祺等集团子品牌的1月份销量甚至比

传统自主品牌2024年1月份销量情况		
品牌	销量(辆)	同比增速
长安(自主乘用车)	232545	97.80%
吉利(含几何)	172774	98%
奇瑞	135130	93%
哈弗	59103	51%
捷途	42956	168.30%
五菱(新能源)	41066	132.80%
一汽红旗	40300	82.90%
广汽传祺	37850	67.80%
领克	28176	155%
坦克	20067	239.26%
东风风神	17020	128.60%
星途	8930	87.90%
名爵	4351	39%
魏牌	3351	217%

制表:刘钊