

今年第一批钨矿开采指标收紧 有公司率先上调钨矿报价

■本报记者 曹琦

据上海有色网报价显示,3月19日,黑钨精矿(≥65%,下同)均价为125750元/吨。在告别了2023年11月16日119000元/吨的低点后,黑钨精矿开启了上涨之路,截至3月19日,其均价已累计上涨6750元/吨,涨幅为5.67%。

“钨矿供应偏紧使得钨价近段时间以来维持高位。”多位业内人士表示,今年钨矿开采指标的收紧将对钨矿价格产生影响。

钨精矿价格上涨

民生证券研报显示,2020年4月份以来,钨价持续震荡走高。2023年钨矿产量下降,钨精矿供应紧张,但由于下游需求整体偏弱,钨精矿价格中围绕12万元/吨窄幅波动。今年春节假期过后,钨矿供应仍偏紧,钨矿商出货意愿低,报价挺挺,叠加泛亚APT库存基本消耗完,冶炼厂维持低库存,一定程度上支撑钨市场价格,钨价延续去年

11月份以来的上涨态势,截至今年3月15日,钨精矿价格上涨至12.6万元/吨,冲破2017年以来高点。

据了解,我国钨矿储量世界第一,2023年已查明的钨矿储量为230万吨,占全球比重约52.3%。因为钨资源的稀缺性和不可替代性,我国将钨视为战略性资源,钨矿开采受到严格管控,2023年我国全年开采总量控制指标为11.1万吨(含三氧化钨65%)。

如今,钨矿开采出现了收紧趋势,今年3月19日,自然资源部下达2024年度钨矿开采总量控制指标(第一批)的通知,2024年度第一批钨矿开采总量控制指标为6.2万吨。

据《证券日报》记者了解,2024年度第一批钨矿开采总量控制指标比2023年第一批指标下降了1000吨,其中黑龙江省指标减少800吨、浙江省和安徽省分别减少100吨。

“本次是钨矿开采指标自2020年以来出现的首次下滑。”有业内人士在接受《证券日报》记者采访时表示,“预计钨矿供给将持续偏紧,叠加下游需求拉

动,供需缺口或将支撑钨价强势运行。”

值得一提的是,已有上市公司率先上调了钨矿报价。3月20日,章源钨业发布了3月下旬长单报价,其中,55%黑钨精矿报价12.45万元/吨,比3月上旬上涨了1000元/吨;55%白钨精矿报价12.35万元/吨,比3月上旬上涨了1500元/吨;公司原料端产品仲钨酸铵(国标零级)也从3月上旬报价18.4万元/吨上涨至18.5万元/吨。

下游应用场景拓宽

钨金属主要用于硬质合金、特种钢等产品,并被广泛用于国防工业、航空航天、信息产业,所以被称为“工业的牙齿”。

由于上游钨矿开采,中游冶炼制粉的利润水平不高,向下游高端硬质合金产业延伸,打造一体化产业链优势,是头部企业的一致选择。例如,章源钨业已经建立了从钨上游探矿、采矿、选矿,中游冶炼、制粉,到下游精深加工的一体化生产体系。

“硬质合金产品毛利率是钨粉的近2倍。”上述业内人士坦言,“通常上游采矿业的毛利率也会比中游加工要高一点。”

业绩快报显示,章源钨业2023年度实现营业收入约34.23亿元,同比增加6.85%,归属于上市公司股东的净利润约1.47亿元,同比减少27.64%。公司表示,为进一步提升业绩水平,将加大高性能、高精度、高附加值硬质合金产品的研发力度。

另据《证券日报》记者了解,除了硬质合金,光伏钨丝也将拓宽钨金属的应用场景。例如,光伏钨丝产品龙头企业厦门钨业,其光伏用钨丝产品已在技术、质量、规模等方面展现出竞争优势,产销量快速增长,2023年公司钨丝共实现销量868亿米,同比增长219%。

“在硅片大尺寸化和薄片化趋势明显等因素的影响下,钨丝线径因其细且耐磨损、强度高,成为切割用高碳钢丝母线的优质替代材料,金刚线钨丝渗透率有望快速提升。”清晖智库创始人宋清辉告诉记者。

快递物流行业2024年开局良好 头部企业竞逐低空物流赛道

■本报记者 王镜如

3月20日,A股4家快递企业发布了2月份经营数据。报告期内,圆通速递在A股“四通一达”中稳坐“第一”,完成业务量12.41亿票(部分存在一票多件),业务收入31.44亿元;申通快递及韵达股份数据较为相近,完成业务量分别为10.40亿票、10.65亿票,业务收入分别为23.41亿元、24.34亿元。

快递业“一哥”顺丰控股2月份运送物流业务实现营收126.66亿元,业务量7.78亿票,供应链及国际业务营业收入45.99亿元。2024年前两个月,公司速运物流业务、供应链及国际业务合计收入同比增长7.64%。

布局低空物流

业内认为,受传统淡季及春节假期

错位影响,快递企业2月份业务数据同期不可比。但结合1月份至2月份数据情况分析,快递行业依然保持较为稳健的增长。

国家邮政局监测数据显示,今年前两个月我国邮政行业寄递业务量达262.6亿件,同比增长25.1%。其中,快递业务量达232.6亿件,同比增长28.5%。

深度科技研究院院长张孝荣对《证券日报》记者表示,“今年快递物流行业开局良好,行业加快转向高质量发展,其中,低空物流更是打开了行业新的竞争维度。”

今年3月份,低空经济首次被写入《政府工作报告》,而快递物流作为低空经济应用的重要领域之一,无人机载货和配送正迈入商业化门槛。

据悉,顺丰旗下末端配送无人机公司丰翼科技已在深圳实现常态化运营部

分路线,截至2023年底,全国累计飞行400余万公里,运输突破80万架次;京东的无人物流项目则聚焦偏远地区的末端配送,通过设计无人机与无人车的精准对接,有效解决“最后一公里”难题。

浙商证券研报显示,低空经济将显著驱动传统通用航空制造、新兴城市空中交通、工业无人机、快递物流等领域。其中,快递物流将是市场规模增速最快的应用领域。

末端服务竞争加剧

3月1日,新修订的《快递市场管理办法》正式实施。其中规定,经营快递业务的企业未经用户同意,不得代为确认收到快件,不得擅自将快件投递到智能快件箱、快递服务站等快递末端服务设施。从长远看,快递新规的实施可推动

快递行业从市场定位、商业模式、绿色发展、社保体系等多方面实现提升。

排排网财富研究部副总监刘有华对《证券日报》记者表示,“新规的出现无疑给快递公司在末端服务环节上带来了更大的挑战,而具备完善服务体系的企业,经营优势有望扩大,帮助其进一步提升市场份额和竞争力。”

3月4日申通快递在投资者互动平台表示,根据快递市场管理办法相关要求,公司会进一步聚焦“服务体验”,通过数字化手段提升履约能力,提升用户服务体验,细分服务产品。

刘有华认为,新修订的《快递市场管理办法》更加强调快递公司的服务质量,对快递员的服务意识和沟通能力提出了更高要求。快递企业应加强对快递员职业培训和管理,提升服务质量和意识,并加大技术创新,优化配送网络和流程,减少配送成本和时间。

14家医药生物公司去年实现净利润同比增长

■本报记者 徐一鸣

东方财富Choice数据显示,截至3月20日收盘,A股已有15家医药生物行业公司披露2023年年度报告,其中14家公司去年实现净利润同比增长。

具体来看,百克生物、昊海生科等4家公司实现净利润同比增长超过100%,特一药业、健民集团等4家公司净利润同比增长均超10%。长春高新、药明康德等6家公司均实现净利润不同程度增长。

传播星球App联合创始人由曦对《证券日报》记者表示,近年来,国家政策对医疗健康产业的扶持力度不断加强,

鼓励药品创新和优质药品生产。此外,随着人口老龄化和居民对健康的重视程度提高,医药产品和服务需求持续增强,从而推动了医药生物类公司的业绩增长。

同时,多家医药生物类公司在2023年进一步加强科技创新并实现成果转化,帮助公司创造出新的利润增长点。以百克生物为例,公司称,去年“公司持续推进创新发展战略,深挖‘病毒规模化培养技术平台’、‘制剂与佐剂技术平台’、‘基因工程技术平台’、‘细菌性疫苗技术平台’核心优势”。报告期内,公司自主研发的国内首个适用于40岁及以上人群的带状疱疹疫苗获批上市,丰富了公司已上市疫苗种类,使公司营

业收入和净利润均实现同比增长。

年报数据显示,2023年百克生物实现营业收入18.25亿元,同比增长70.30%;归属于母公司所有者的净利润达5.01亿元,同比增长175.98%。

“随着新的疾病和健康问题不断出现,需要医药生物公司不断进行创新,需要提供更有有效的治疗方案和药物。”Co-Found智库生物医药行业研究负责人束为对《证券日报》记者表示,研发创新是医药生物公司提升自身核心竞争力的关键,进而满足医疗市场需求,有利于提升市场竞争力。

此外,AI技术加速推进了医药生物类公司对新药、医疗器械等产品的研发。“公司结合AI技术,覆盖创新

药物设计、筛选、评价、工艺开发和制剂等各个环节。”长春高新表示,在医疗器械方面,公司融合多模态数据,利用AI算法,结合影像设备、家用POCT设备、动作捕捉设备、数字疗法产品、个性化医用耗材CAD设计软件,在儿童精神、内分泌、妇科、医美等多个领域赋能筛查、干预等多种场景。

中关村物联网产业联盟副秘书长袁帅对《证券日报》记者表示,AI技术在医药生物领域的应用前景广阔,不仅能够提高研发效率,降低成本,还能推动个性化医疗和精准治疗的发展。随着技术进步和跨学科合作的加强,预计AI技术将在医药生物领域发挥更加重要的作用。

董事长面对面

美腾科技： 做世界工矿装备领域的“攀登者”

■本报记者 桂小笈

作为经济建设中的基础产业之一,工矿装备一定程度上反映了国家矿山资源科学开发和综合利用水平,是经济发展的“幕后英雄”。经过了几十年的发展,中国的工矿装备从肩挑背扛到智能化时代,从测绘仿制到自主创新,从中国制造步入中国智造时代。

但是,常年隐于幕后的特性,也让这个行业在大多数人眼中非常陌生。

近日,《证券日报》记者专访了美腾科技董事长李太友——一位在工矿装备行业从业31年的老兵,由其讲述中国工矿装备领域的攀登者心得。

科技立身 引领行业走进智能化时代

改革开放之后,我国工矿装备的研制水平步入快车道。进入21世纪,行业积累逐步助推我国成为了工矿装备的生产大国。

“我们这代人身上有种使命感,总觉得前辈们几十年的积累,不能到我们这里就断了传承和创新,心里较着一股劲儿,一定要把中国的工矿装备带到全球行业领先的位置上去。”李太友告诉《证券日报》记者。

凭着这个精气神儿,李太友在31年的从业中,每一个职业阶段都力争交出最好的成绩单:在设计院工作时,被评为劳动模范;在民企时,取得煤炭行业设计大师的荣誉;创立美腾科技之后,又始终坚持以科技创新为公司的立身之本。

李太友坦言:“创立以来,美腾科技一直坚持自主研发创新,保持研发投入占营收的比例在10%以上。在干选以及智能化方向取得多项核心技术,进一步巩固技术优势,不断提升公司在干选领域以及矿业智能化领域的核心竞争力以及市场地位。”

从行业发展的趋势来看,中国工矿装备行业正处在历史性的窗口期中,而智能化则是必由之路。

长期以来,李太友一直坚持将“引领矿业迈入智能化时代”作为美腾科技的发展使命。为此,在2023年时,公司打造数字团队,推进五年战略,保持煤炭干选市场较高的市场占有率,持续在矿业干选市场进行拓展。截至目前,可分选的矿物达16种之多,特别是在磷矿、萤石矿、铝土矿等矿种优势明显。公司的智能化业务实现了其他矿业行业的发展,无人装车以及无人化模块等智能化业务为下游客户降本增效,创造价值,智能化业务保持良好的增长态势。

目前,美腾科技已实现矿业煤炭智能分选、智能工厂、智能仪器和智能管理的全面自研,全粒级干选、精细湿选和浮选等技术完备,产品覆盖选煤选矿领域全链条,形成煤炭、矿业和再生资源三大业务线。

产品矩阵中,数变旋流器、贵金属分选机、琴弦筛等新产品相继研发成功;TGS三代机设计完成,实现核心部件自研,三源融合技术突破并在新疆碛石项目落地;新品X光诱导灰分仪和X光诱导矿浆灰分仪在斜沟、梁北项目落地应用;无人介入成功实现全流程无人验证,并在大柳塔、石圪台项目落地应用;数字孪生产品初见成效……这一切,都为美腾科技未来的发展提供了动力引擎。

持续攀登 夯实核心竞争力

以科技立身,需要在研发和市场两个关键环节中找平衡。“未来三到五年,美腾科技的市场地位、产品矩阵取决于当下的发展策略和布局。”李太友说。

一个不容忽视的行业特性是:近年来,新能源和其他小众品类金属产品的开发开始在经济中占据重要地位,矿山装备如何随之转型成了行业的重点研究课题。

为此,美腾科技制定了“精耕煤炭、进入矿业、打通工业”的发展战略,秉承“绿色科技、智慧矿山”的理念,坚持研发与创新,围绕节能、环

保、高效,以“智能化+数字化+工业”为核心竞争力,推进能源革命,共同实现煤炭清洁高效利用。

在李太友的描绘中,美腾科技的精耕煤炭、进入矿业、打通工业如同登山,每跨过一座山峰,都能将公司带进全新的发展阶段。

英国著名的登山家乔治·马洛里在被问到为何要攀登珠穆朗玛峰时回答:“因为它就在那里。”这鼓励了众多在各自行业中“孤独”攀登的人。在李太友看来,带领美腾科技在工矿领域攀登,不仅要多看脚下,还要目光向上关注山峰。

目前看来,持续攀登已为公司带来了初步的成效:美腾科技在干选智能装备、智能系统和仪器方面进一步加大研发,不断精进现有技术;煤炭领域作为公司的主营业务领域,保持较好的盈利能力和可持续发展能力,同时,公司不断深挖煤炭领域客户,通过多种渠道提高煤炭市场占有率和渗透率;而智能干选业务(XRT)及智能化业务均已进入矿业领域,并不断再生,目前基本覆盖常见矿种;进入再生资源领域,2023年下半年公司开始布局锂电池回收业务,成立了再生资源研究院,大力拓展废旧动力电池等资源回收处理综合利用产业布局,推进再生资源高值化循环利用,探索工业固废综合利用新模式。

纵横双线 织出长期业绩蓝图

在登山的同时,美腾科技还通过双线布局,多点着手的方式,为长期业绩绘出蓝图。

通过横向发展,美腾科技拓宽发展渠道,提高公司的盈利能力和抗风险能力;而通过纵向发展,美腾科技也牵涉了越来越多的合作伙伴。

“和晋能控股成立了合资子公司山西西腾,和济宁能源成立了合资子公司海纳美腾,和山能集团成立了合资子公司莱煤智能,利用双方在各自领域中的优势,广布局、深聚焦,创造更多效益。基于对美腾科技的信任,一些重要的合资公司,合作方愿意让美腾科技控股。”李太友说。

以莱煤智能为例,其承接了山东莱煤煤矿机械有限公司的全部业务,结合美腾科技的技术研发优势,形成了以固液分离、固气分离、智能干选、精细湿选、筛分破碎和仪器仪表为核心的产品线,后续将充分利用山东方的技术及市场优势,持续自主创新,以科技实力推动分选设备迈向智能化和数字化,成为煤炭行业智能化的技术先锋。

美腾科技的各个合资公司深耕不同区域的不同分支领域,形成集团化战略打法,加倍提升技术研发创新能力,扩展更大的市场版图。

与此同时,扬帆出海成了美腾科技事业版图中的另一个重要环节。

“产品要好,还要有完善的售后服务,而工矿装备的售后链条比较长。这就要求企业在出海时要调整生产模式,产出适应当地要求的产品,搭建合适的团队。”李太友表示,美腾科技在出海的过程中发现,产品领先性、创新性才是竞争取胜的关键,没有技术、品牌、创新的产品,很容易陷入低价竞争的泥潭中。

“海外首台TGS设备在今年1月28日发货,将在印度尼西亚加里曼丹省的项目中投入使用。”美腾科技工作人员告诉《证券日报》记者,这也是美腾科技自主研发的智能干选煤设备TGS的首次出海,从中标到发货仅用时20天。

2023年以来,美腾科技在海外市场持续发力,重点开拓印度尼西亚、澳大利亚、俄罗斯、蒙古、南非和中亚等国家或地区的智能化煤炭及矿业分选市场,并已成功取得突破,海外市场的活跃,将成为公司的一大增长助力。

无论是坚持投入研发还是拓展业务条线、版图,李太友认为,这都是美腾科技在践行上市公司责任,回报投资者:“即会按照证监会和交易所的要求,持续制定上市后的分红回报计划,让投资者有相对稳定的回报预期。我们也始终没有忘记,让公司具有可持续经营能力才是长期回报投资者的基石。”

直击第110届“糖酒会”： 酒企普遍对招商表示乐观 年轻化仍是行业焦点

■本报记者 李静 舒娅娅

3月20日,第110届全国糖酒商品交易会暨春糖节(以下简称“糖酒会”)在成都正式开幕。作为中国食品和酒类行业最大的产销对接平台,糖酒会被称为中国酒类行业“风向标”、食品行业“晴雨表”。

据了解,本届糖酒会展览总面积达32.5万平方米,预计共有超6600家展商携来自45个国家和地区的展品亮相。

踏入白酒展区,现场人头攒动,有参展企业现场工作人员告诉《证券日报》记者,此次参展企业及人员大幅增加,反映出大家对行业发展充满信心。

在上市白酒企业天佑德酒展厅,《证券日报》记者看到,天佑德酒子品牌西藏阿拉嘉宝相关产品受关注度较高,展位前咨询洽谈不断。阿拉嘉宝全国招商总监赵国庆在接受《证券日报》记者采访时称,本届糖酒会共带来

6款产品,其中包括今年刚上市的千元价格带新品。本次参展更多是为了进行品牌传播推广。

也有多位参展商表示,参加糖酒会更多是为了寻找机会和宣传品牌。宝丰酒相关负责人对《证券日报》记者表示,参展不仅仅是为了达成合作,也是为了品牌宣传,“我们在本届糖酒会期间参加了多个行业交流会议和论坛,通过交流进一步加深对行业发展亮点、趋势和新动向的了解,也是我们如今参加糖酒会的重要目的之一。”

对此,白酒行业分析师、知趣咨询总经理蔡学飞在接受《证券日报》记者采访时表示,参加糖酒会是商户了解行业发展方向,选择代理产品的重要渠道;同时,糖酒会也是企业进行品牌推广、新品上市的重要场所。

另据记者了解,今年糖酒会上白酒企业的招商情况较为乐观。方庄酒相关负责人表示,今年糖酒会开展第一天签单意向总体比去年更高,今年



信心更足。

《证券日报》记者实地探展了解到,酒类年轻化依然是今年糖酒会的行业焦点。糖酒会现场,茅台、五粮液、洋河、泸州老窖、古井贡酒等头部企业纷纷发布新品以拥抱年轻消费者。

与此同时,为增强消费者培育与互动,趣味活动也成了白酒企业拥抱年轻群体的另一选择。例如,五粮液以“五粮液,这YOUNG喝”为主题,在现场准备了环环相扣的趣味游戏,以及特调的“五谷罗尼”鸡尾酒。