

全国碳市场迎首轮扩围 行业上市公司积极行动



记者观察

三方面着手 督促审计机构当好“看门人”

刘剑

日前，福建证监局披露的一则行政监管措施决定显示，福建证监局在对紫天科技2023年度财务报告审计项目进行监督检查时，公司审计机构北京亚太国际会计师事务所(普通合伙)及执行事务合伙人田梦璐既不提供审计底稿，也不配合约谈工作，甚至拒接监管部门电话、拒回监管部门短信等。

笔者认为，作为资本市场“看门人”之一的审计机构，上述行径不仅暴露出对法律意识的淡薄，更体现了对职责的严重失守和对市场参与者的责任缺失。

今年以来，监管部门对审计机构的监管力度显著加强，Wind数据显示，截至目前，中国证监会及其派出机构已向26家从事证券服务业务的会计师事务所出具共60份罚单。其中天职国际会计师事务所(特殊普通合伙)因在奇信股份年报审计中未勤勉尽责，制作并出具的审计报告存在虚假记载。被中国证监会责令改正，并予以警告，罚没金额达2707.55万元，并处暂停从事证券服务业务6个月。

从多家审计机构被重罚的案例来看，审计机构作为资本市场的重要“防线”，其违规行为不仅损害了市场公信力，更有可能对投资者的合法权益造成损害。此外，从近期发生的案例来看，多家上市公司已宣布取消与受到监管处罚的审计机构合作，客户的大量流失以及巨额的罚没金额也可能让审计机构的经营受到严重影响。

当“看门人”失守时，财务造假等违法违规行为得不到有效遏制，经济运行中的风险隐患难以消除，进而可能引发系统性风险。笔者认为，审计机构本应通过严格的审计程序揭示企业的真实财务状况。当审计机构丧失独立性、公正性，甚至参与财务造假时，投资者的决策依据便沦为空谈，其利益受到损害的几率也将提高。此外，资本市场的健康发展离不开公平、公正、公开的原则，而审计机构的违规行为无疑是对此原则的践踏，不仅破坏了市场的正常秩序，更动摇了市场的信心基础，对资本市场的健康发展构成威胁。

在笔者看来，首先，应进一步加强审计机构内部治理和自律建设。审计机构应健全内部治理机制，强化自我约束和自我完善能力。通过完善审计程序、提高审计质量、加强员工培训等方式，确保审计工作的独立性和公正性。同时，行业协会也应加强对会员单位的指导和监督，推动整个行业的健康发展。

其次，监管部门可继续加大对审计机构的监管力度，完善监管制度和监管手段。对于发现的违规行为，应依法依规进行严厉惩处，形成有效震慑。同时，可建立跨部门协作机制，加大信息共享和联合惩戒力度，提高监管效率和效果。

最后，上市公司应审慎选择具备优良品质和职业操守的审计机构作为合作伙伴。聘请审慎执业的审计机构不仅有助于确保公司财务报告的准确性和可靠性，还能够更全面地识别到公司潜在的风险和问题。一个由知名且声誉良好的审计机构出具的无保留意见审计报告，是对公司财务状况和经营成果的有力背书。这不仅能够增强投资者、债权人和其他利益相关方对公司的信心，还能够提升公司在市场中的竞争力。

宁德时代拟调整 宜春碳酸锂生产安排

本报记者 李婷

9月11日，由赣锋锂业、天齐锂业等多只龙头股领衔，能源金属、锂矿等概念板块出现了集体上涨。消息面上，瑞银发布研报称，宁德时代已在9月10日决定暂停其在江西的锂云母业务。

对于上述消息，宁德时代相关负责人回应《证券日报》记者称：“根据近期碳酸锂市场情况，公司拟对宜春碳酸锂生产安排进行调整。”

业内人士表示，龙头企业此举似乎意味着碳酸锂市场价格已经符合其预期。

9月4日，雅化集团披露公告称，公司下属全资子公司与宁德时代于近日签订了电池级氢氧化锂和碳酸锂采购协议，约定从2026年1月份起至2028年12月份，宁德时代向雅化集团采购电池级氢氧化锂和碳酸锂产品。截至2023年末，公司与宁德时代发生的类似交易金额约10.5亿元。

对此，中国化学与物理电源行业协会研究员何卓新向《证券日报》记者表示，当前电池级碳酸锂价格跌至7万元/吨左右，接近“历史低谷”，此时企业积极布局，可以更好地掌控和锁定上游原材料成本，有机会在未来新的增长周期中拔得头筹。

研究机构安泰科发布的报告状态显示，今年第二季度以来，锂盐供应呈现逐月过剩状态，过剩量已达到万吨级别。尽管需求端存在一定弹性，但整体仍维持供给过剩的判断，预计下半年锂资源价格可能触及年内新低。

“从长期来看，锂价已跌至底部，对于一些寻求长期稳定供应的锂电巨头来讲，抄底时机已经成熟。”真锂研究首席分析师墨柯表示，尽管目前电池级碳酸锂的价格还不是最低价，但已经是整个行业能够形成稳定供应的底部价格，预计宁德时代等头部企业的排产和需求将保持乐观。

“锂盐板块要实现高质量、高标准发展，需要与上下游协同合作。”何卓新表示，锂盐生产企业一方面要与锂矿企业建立紧密合作关系，并做好产能布局，锁定锂矿石安全供给。另一方面要与需求端做好产能衔接，做好市场调研，避免盲目扩大产能，保持合理的产能利用率。此外，企业还要加强技术攻关，实现降本增效，各地也要做好产业园规划，与国家规划相衔接，避免一哄而上，同时坚定走绿色安全可持续发展之路。

本报记者 许林艳 向炎涛

9月11日，首钢股份披露公告表示，公司旗下迁钢公司与多家受让方签署《碳排放权交易协议转让合同》，通过上海环境能源交易所转让中国核证自愿减排量(以下简称“CCER”)。截至公告披露之日，迁钢公司已与各受让方签订了相关转让合同。本次转让完成后，预计影响公司利润约1亿元至1.2亿元。

近日，生态环境部发布《全国碳排放权交易市场覆盖水泥、钢铁、电解铝行业全国碳排放权交易市场建设(征求意见稿)》(以下简称《方案》)提出，积极稳妥推进水泥、钢铁、电解铝行业全国碳排放权交易市场建设。根据《方案》，水泥、钢铁、电解铝行业将于今年起纳入碳市场。针对上述三行业的扩围工作将分为启动实施(2024年起)和深化完善(2027年起)两个阶段。

“这一扩围工作对我国经济结构的转型以及产业结构的调整都会起到重大的引导作用，会激发碳交易市场的活力和交易量。”金辰

股份常务副总裁祁海坤向《证券日报》记者表示。

促进行业低碳转型

根据《方案》，将水泥、钢铁、电解铝行业中年度温室气体直接排放达到2.6万吨二氧化碳当量的单位作为重点排放单位。新增重点排放单位约1500家，覆盖排放量新增约30亿吨。

在管控范围方面，水泥、钢铁行业管控温室气体种类为二氧化碳，电解铝行业管控温室气体种类为二氧化碳、四氟化碳和六氟化二硫。

“钢铁行业的低碳转型对于国家‘双碳’目标的实现具有重要意义。近年来，钢铁行业通过节能与工艺创新，在加工深度不断提升的前提下，吨钢能耗强度持续下降。开展碳交易是钢铁行业实现低碳转型的有效途径，能激发企业自主减排的内生动力。”首钢股份方面向《证券日报》记者表示。

首钢股份已经进行了碳交易的实践。根据上述公告，首钢股份

本次转让标的为迁钢公司持有的150MW CCPP发电温室气体自愿减排项目(以下简称“迁钢公司CCPP发电项目”)产生的CCER。首钢股份旗下迁钢公司CCPP发电项目于2013年正式启动，2015年获得发改委备案。根据迁钢公司与各受让方签订的《碳排放权交易协议转让合同》，本次共计转让CCER总量148.7169万吨。

金隅集团有关人士表示，对于水泥行业而言，碳市场扩围将优化行业产能结构，促使高能耗、高排放落后产能退出市场；促进企业转型升级，延伸产业链，采用更先进的生产工艺和技术等。

在实施配额管理方面，《方案》明确，在启动实施阶段，基于碳排放强度控制思路实施配额免费分配，将企业配额盈亏率控制在较小范围内。在深化完善阶段，对标行业先进水平优化配额分配方法，推动单位产品产量(产出)碳排放强度不断下降。

“企业可通过碳交易市场出售额外的碳配额获得收入，为企业带来新的盈利模式，还能够拓宽融资渠道，吸引绿色基金、银行等金融

机构的投资和支持，降低融资成本。”上述金隅集团人士说。

相关企业积极响应

碳交易市场扩围也给企业带来了一定挑战。“纳入碳市场的行业企业需要建立数据、配额、交易管理等制度，还需要强化数据质量，确保碳排放数据的准确性和完整性。”有业内人士在接受《证券日报》记者采访时表示。

金隅集团方面表示，企业将面临更加严格的减产、减煤、减污、履约等多维度的限制和要求，间接提高了行业门槛。碳交易市场扩围对于相关企业的运营能力和创新研发都提出了挑战，在碳资产管理方面，对于企业低成本履约、碳资产保值增值方面都提出了更高要求。

事实上，在《方案》发布之前，相关企业已经进行了积极准备。据首钢股份介绍，公司在2021年成立了绿色制造委员会，2022年成立了低碳管理中心，专职负责低碳管理相关业务。公司还建立了首钢产品因子数据库，形成了钢铁产品

碳足迹核算的标准方法，开展了钢铁生产全流程LCA数据采集系统和智慧碳数据平台建设，实现了钢铁生产碳排放和钢铁产品碳足迹数据可视化。同时，在生产过程中，公司综合应用低碳技术与低碳资源优势，打造长流程低碳产品专线，目标单位产品碳排放强度降低30%至50%；在生产制造全流程推广应用成熟先进的节能技术，积极探索前沿减碳技术，2023年首钢股份各工序共计开展节能降耗项目51项，挑战工序极致能效，实现节能降碳。

金隅集团方面表示，公司旗下冀东水泥将优化产能结构作为降低碳排放的主要路径，大力推动产能升级，着力构建以水泥生产为核心的绿色建材产业园、智慧绿色供应链，提升资源综合利用效率、物流运输效率等，打造绿色低碳园区，建立超低排放、能效、碳排放在内的“绿色标尺”。截至目前，公司已完成了23条熟料生产线的产能置换公示公告工作，置换后新生产线能耗、碳排放强度均处于行业领先水平，实现源头控碳。

直击第25届中国国际光电博览会：光电产业新技术、新产品异彩纷呈

本报记者 李万晨

9月11日，第二十五届中国国际光电博览会(以下简称“光博会”)在深圳国际会展中心正式开幕。展会汇聚了来自全球30多个国家或地区的超3700家优质参展企业，同期七大主题展覆盖了信息通信、精密光学、红外、新型显示等光电产业细分领域。

VR/AR技术不断突破

在歌尔光学科技有限公司(以下简称“歌尔光学”)的展台旁，记者看到众人正在纷纷尝试佩戴VR眼镜，随着工作人员为记者戴上一款VR眼镜，《黑神话：悟空》的震撼画面随即出现在眼前。

歌尔光学现场负责人向记者表示，这些展品眼镜运用了公司研发的量产VR产品菲涅尔、非球面透镜及折叠光路模组等多形态的显示方案，可以增强视觉体验。公司于2019年在行业内率先量产全塑化的折叠光路模组，现已成为VR光学的主流技术方案。

“随着科技的飞速发展及消费电子的复苏，AR、VR技术逐渐成为人们关注的焦点。这些技术不仅在游戏娱乐领域大放异彩，还在教育、医疗等多个领域展现出巨大的应用潜力。”中关村物联网产业联盟副秘书长袁帅在接受《证券日报》记者采访时表示。

作为目前VR光学显示解决方案的主流选择，Panecake光学显示模组也同时出现在了歌尔光学展台。上述负责人介绍，公司的Panecake模组集成C41产品视场角(FOV)从95°提升至105°，搭配4K分辨率的硅基OLED屏幕，能够营

造更加真实的虚拟环境沉浸感。

除VR外，AR也同样吸引着观众。例如，上海显耀显示科技有限公司(以下简称“上海显耀显示”)在会上展示的AR光波显示画质校正设备，正在被多位观众围观。

据上海显耀显示负责人介绍，公司的ARTCS-WG是业内首个自动化AR光波显示画质校正设备，专为AR光学系统提供画质优化而设计。设备具备像素级色亮度数据测量，光波导光学属性提取和校正、参数计算等功能，可有效消除光波导显示视觉缺陷。

拥有省级工程技术研究中心的深圳市思坦科技有限公司在会上展示了公司的Micro-LED微显示模组。公司负责人表示，这些微显示模组采用单片集成技术，提高了产品良率，可提供R/G/B单色模组及量子点色技术的单屏全彩微显示模组，可应用于Micro-LED AR眼镜等AR领域，能有效的提升视觉体验。

此外，还有联创电子、浙江宏禧科技有限公司、谷东科技有限公司等众多VR/AR展商于展会亮相其高端“黑科技”。

红外技术赋能低空经济

“当前，红外技术的应用已经渗透到了人类社会的方方面面，从日常生活到工业生产，从医疗到科学研究，都发挥着重要作用，其技术的突破及新产品的研发也是市场关注的重点。”科方得智库研究负责人张新原在接受《证券日报》记者采访时表示。

在光博会现场，高德红外研制成功的500万像素HOT全中波制冷红外探测器，面向全球用户首次公开。

“这款探测器横跨芯片材料、



图①上海显耀显示科技有限公司展台

图②广州飒特红外股份有限公司展台

李万晨/摄

集成电路、低温制冷和封装测试等多个学科，目前适用于航空航天、边防等应用场景。”高德红外展台负责人向《证券日报》记者表示，该款探测器可以提供2560×2048超高分辨率实时监视图像，视野更宽广，视场覆盖率更高，且空间分辨率更大，更加适用于广域远距探测，赋予用户超越以往的全景探测和态势感知能力。

同时，在非制冷红外探测器的产品开发上，多家企业也取得了新的突破。例如，睿创微纳此前完成了下一代6μm 640×512非制冷红外探测器的产品开发，实现从0到1

的突破。而今日，6μm非制冷红外模组已于展厅亮相。

“红外技术通过提高灵敏度和高分辨率的红外热成像产品，可为无人机等航空器的夜视追踪、热源检测等场景提供精准可靠的解决方案，显著提高巡检的效率和安全性，进而可赋能低空经济的发展。”张新原说。

在低空经济领域，红外技术相关企业也纷纷付诸行动。睿创微纳科技有限公司负责人向记者表示，在本次展会上，公司的展品有可供无人机搭载的红外热成像镜头，其能够依托无人机、图像传输、红外热

成像等前沿技术，打造智慧城市创新应用。

另据广州飒特红外股份有限公司的展会现场负责人介绍，公司的SATIR X-1000无人机采用全新模块化快拆结构，四周折叠机臂设计，可以感知飞行前方40米障碍物，通过挂载热成像相机产品，可为全天候作业带来全新体验。

“本次光博会不仅是一个展示最新光电技术和产品的平台，也充分展示了光电全产业链的能力，能有力助力全产业链上下游企业的交流沟通、合作共赢。对于推动光电产业的发展具有重要意义。”袁帅说。

双节传统旺季将至 白酒企业积极开展促销

本报记者 冯雨珊

“从最近的酒类销售情况来看，除茅台酒外，其他品牌都处在去库存阶段。”面对即将到来的中秋、国庆双节传统销售旺季，一位酱香酒经销商向记者表示。

中秋、国庆两大传统节日向来是白酒企业去库存的黄金期，销量占比往往能达到全年的20%至30%。按惯例，每年9月份伊始，白酒企业便紧锣密鼓地推出新品或开展营销活动。不过，就今年的市场而言，业界销售预期普遍谨慎。

据记者走访了解，尽管白酒企业正不断深入跟踪、研究主力消费群体需求和偏好，但行业对“市场正

深度调整期”似乎已达成共识。

记者近日走访北京一些酒类终端市场了解到，目前部分线下商超、烟酒店推出了白酒促销活动。其中，有部分商超的促销周期将持续到10月31日，甚至有白酒产品促销价不足零售价的一半。

例如，一款52度特醇浓香型白酒的零售价为298元/瓶，但促销价仅为146元/瓶。“今年整体的促销力度和去年差不多。”一家商超酒水专区工作人员说。

不少白酒企业在双节前夕采取召开“动员大会”等方式，欲促进传统旺季销售。例如，泸州老窖近日召开动员会，重点围绕开瓶、动销等核心指标做营销部署；洋河股

份持续加大对经销商赋能培养力度，为迎接中秋提早蓄能；金沙酒业将中秋活动的时间轴拉长至10月末，分阶段、分节奏落地，优化双节旺季任务分解。

此外，也有一些头部白酒企业通过推出以中秋为主题的“文化节”、中秋礼盒等，备战销售旺季。例如，贵州茅台推出限量85000套的茅台2024年中秋礼盒；洋河股份则推出洋河·梦之蓝中秋礼盒。

万联证券研究所大消费首席分析师陈雯向《证券日报》记者表示，从今年春节过后，白酒行业就面临旺季不旺、淡季更淡的局面。考虑到中秋、国庆双节是白酒行业传统的销售旺季，预计终端销售会

好于平时。但热销局面可能难以出现，预计销售增速会低于去年。

国信证券发布研报称，预计今年市场仍将演绎“弱预期，弱现实”。

根据中国酒业协会发布的《2024中国白酒市场中期研究报告》，与去年同期相比，2024年1月份至6月份，超过60%的经销商、终端零售商报表示存在库存增加；超过30%的经销商、终端零售商报表示面临现金流压力；超过40%的经销商、终端零售商报表示实际销售价格的倒挂程度有所增加；超过50%的经销商、终端零售商报表示利润空间有所减少。

对此，陈雯表示：“在需求相对较弱和整个行业面临去库存压力

的背景下，预计市场竞争将加剧，行业分化更为显著。”

业内普遍认为，在此轮调整中，马太效应将愈发凸显，能生存下来的品牌大多在各自“价位带”极具代表性。

广文文化传播有限公司董事长王建军向《证券日报》记者表示，白酒市场整体供大于求，加上头部品牌不断扩大市场份额，加重了行业去库存压力。

在陈雯看来，此轮调整也不排除有新机遇的显现。“例如，白酒香型可能会追随年轻一代偏好而改变，低度白酒企业要深入了解消费习惯的变化，并及时修订营销策略。”