

新春走基层

休闲食品欲抢占年货市场“C位”

本报记者 矫月
见习记者 梁傲男

临近春节,休闲食品行业迎来传统销售旺季,相关上市公司正在积极筹备生产销售工作,以期在年货季能够抢占市场“C位”。

广州艾媒数据信息咨询有限公司(以下简称“艾媒咨询”)数据显示,在2024年中国消费者计划春节送礼的品类调查中,超四成的消费者选择了休闲食品作为春节礼品。

广东省食品安全保障促进会副会长朱丹蓬向《证券日报》记者表示:“2025年春节的年货销售情况较为理想,传统商超渠道与新兴渠道亮点颇多。一些大品牌商品收获的消费红利值得期待。”

线下商超,年味十足,货源充足;线上渠道,各大电商平台的年货礼盒销量增长显著,休闲食品行业迎来2025年销售“开门红”。接下来,行业面临供应链整合以及渠道变革的关键节点,头部企业如何挖掘新增长路径,新兴企业又该如何“开疆拓土”?

备战年货季

近日,《证券日报》记者走访北京市丰台区某超市时发现,超市入口处设置了“疯狂年货节”销售专区,货架上各类新年大礼包、礼盒有序排列,浓浓的节日氛围扑面而来。据工作人员介绍,今年年货礼盒价格稳定,超市不仅提前备足了货源,还重新布置了卖场以凸显春节氛围,后续将持续丰富年货种类。

多家休闲食品企业表示,年货季的销售约占企业全年销售额的三成甚至更高。近段时间,各家企业正通过扩产备货、推出蛇年新品等方式,抢占年货消费市场先机。

据徐福记国际集团(以下简称“徐福记”)品牌总经理蔡典儒透露,公司春节期间的销售额占全年销售额的40%以上。为满足市场需求,公司规划在未来几年继续投资6亿元用于扩充产能。当前,公司生产线正全力运转,不仅要保障春节期间的市场供应,还要为2025年取得全年销售良好开局做准备。

中国旺旺控股有限公司(以下简称“旺旺”)早在2024年12月初便开启了铺货陈列工作,目前,公司已在大卖场的醒目位置设置了陈列堆头。据旺旺数字营销负责人介绍,公司预计年货销售季将持续至元宵节。

北京王小卤网络科技有限公司(以下简称“王小卤”)有关人士向《证券日报》记者表示,鉴于2024年春节期间的销售表现,今年公司提前布局,2024年“双11”至2025年1月11日期间,年货季礼盒在电商平台销售同比增长452%。



图①北京市大兴区某超市“年货大街”专区

图②③北京市丰台区某超市“疯狂年货节”专区

梁傲男/摄

三只松鼠股份有限公司(以下简称“三只松鼠”)有关人士表示,依托“全渠道+全品类”策略,截至1月20日,公司线下分销渠道年货季销售额超23亿元,同比增长55%。2024年11月21日至2025年1月22日,公司线上传统电商渠道年货季销售额达20亿元。

洽洽食品股份有限公司(以下简称“洽洽食品”)市场品牌中心总经理姚亚兰表示,年货季消费者对产品品质与品牌力尤为看重,且随着健康理念普及,消费者对零食健康属性关注度提升。基于此,洽洽食品推出更大包装及创新产品形式,推出100%纯坚果礼盒契合健康趋势。

从零食行业角度看,受2025年农历提前,年货营销周期缩短,叠加消费增长、市场竞争加剧的影响,礼赠产品多元化且礼盒价格走低。同时,消费需求呈现多样化、细分化、健康化特征。多数企业在采访中提到,根据过往销售数据和市场调研,消费者在年货季购买休闲食品时,通常最看重以下因素:品质与品牌、口味与口感、价格与性价比等。随着健康理念普及,消费者对零食健康属性关注度持续提升。

因此,休闲食品企业积极求变,加大产品研发投入。梳理财报数据可见,2019年至2023年,A股11家休闲食品上市公司在研发方面的投入总额连续四年同比上涨。

阿里巴巴集团控股有限公司旗下平台淘宝天猫食品生鲜总经理张鹏表示,对休闲食品等品类的商家而言,年货季无疑是加大投入、最大化拿量的关键节点。消费者在淘宝天猫平台上的平均消费金额创下新高,更多消费者愿意为

“更新鲜”“更健康”买单。

在IP里找增量

休闲食品不只是年货市场里的“香饽饽”。

艾媒咨询发布的《2023年至2024年中国休闲食品产业现状及消费行为数据研究报告》显示,从2010年到2022年中国休闲食品行业市场规模持续增长,从4100亿元增长至11654亿元,预计2027年中国休闲食品行业市场规模达12378亿元。

从行业趋势来看,面临巨大市场,休闲食品行业更是涌现了一大批新锐品牌,行业竞争愈发激烈,跨界营销正在成为休闲食品行业的新增量。比如,王小卤与蜡笔小新联名,徐福记打造“新年糖”系列春节IP,杭州郝姆斯食品有限公司(以下简称“百草味”)深耕年货IP“年的味道”,良品铺子股份有限公司携手“中国京剧”IP,在礼盒上展现京剧脸谱和传统装饰图案。

“基于对中国年节文化和人文情怀的深度洞察,我们持续‘捕捉’代表性年味场景,把蕴含深厚文化底蕴的非遗画面融入礼盒设计,希望为消费者营造出一个既有节日气氛又满载文化韵味的购物体验。”百草味董事长兼CEO王强表示。

旺旺方面相关人士表示:“我们透过旺旺IP形象推出多款周边产品,此外,会根据不同节点规划营销主题推出定制款礼盒,并与多个游戏联名合作推出限量IP礼包,为消费者提供不同的购买场景形式。”

晶捷互动品牌咨询公司创始人陈晶晶表示,“IP+零食”联名只有在内容契合的基础上,探索跨界营销思路才容易在市场上脱颖而出。从各零食公司近年的IP联名情况来看,传

统文化、动漫、游戏等IP比较受品牌方青睐,这与年轻人成为联名零食消费的主力有着极强的关系。

渠道变革促发展

渠道变革是2024年消费品创新的焦点。在率先发布2024年业绩预告的公司中,上海来伊份股份有限公司提到“部分销售渠道的战略调整及经营模式优化”,三只松鼠也提到“全品类供应链布局、全渠道业务拓展、多品牌矩阵布局及‘品销合一’网络型组织的建立”。

在业内人士看来,2025年,休闲食品业绩释放的关键在于供应链深化及渠道变革带来的增量。

多个企业在供应链方面作出规划。百草味投资的临江生产基地将于今年上半年投产,涵盖坚果果干深加工、仓储物流等板块;王小卤滁州超级工厂于1月份投产,投产后将预计虎皮凤爪产能将达1.8万吨,创造年产值约10亿元;洽洽食品包头新厂也于近期投产,预计年产葵花籽39000吨、坚果6000吨,将大幅提升北方工厂产能。

企业纷纷加大多渠道布局寻求增量。盐津铺子食品股份有限公司有关人士表示,公司春节礼盒已在超一万家零食零售门店全面铺货,在沃尔玛等大型商超中,公司还以春节陈列和礼盒堆头的形式营造热销氛围。周黑鸭国际控股有限公司有关人士表示,公司正利用年轻群体热衷的外卖平台、传统的电商平台、生鲜购物网站、内容电商及个性化的小程序平台,加强线上线下联动。洽洽食品做了渠道、市场费用投入规划,加大投入直播电商,并进一步提升零食量贩渠道占比。

量贩零售作为新兴渠道的代表,正逐步在供应链层面与零食企业建立紧密连接。

有休闲食品企业高管表示,展望2025年,量贩零售行业的发展重点可能会从单纯的规模扩张转向提升门店的持续经营能力。对企业而言,随着渠道红利带来的增量逐渐减弱,产品的差异化竞争力以及全渠道的管理和控制能力将显得尤为重要。

除原有渠道贡献的收入弹性外,上市公司有望通过未充分发掘的渠道增量谋发展,新的消费场景在涌现。1月17日,微信正式新增“送礼物”入口。“送礼物”功能具有较强社交属性,叠加春节催化,年货礼盒、低单价小零食及相关运营商有望受益。

券商分析师研报中表示,三只松鼠、盐津铺子等对“送礼物”功能均已布局。具备礼品属性且对渠道变换较为敏感的零食品类有望受益,零食类零售借此打造新消费场景,助力用户转化。

年货季期间,休闲食品企业凭借扩产备货、推新品、IP联动、渠道布局等多元策略积极开拓市场。在朱丹蓬看来,尽管面临营销周期缩短、市场竞争加剧等挑战,但目前来看,各企业线上线下销售数据均呈现增长态势。休闲食品企业要不断紧跟市场动态,深化创新,强化全渠道管理与差异化竞争能力,才能在市场中站稳脚跟,为行业发展注入源源不断的活力。

有零售企业相关负责人表示:“基于对中国休闲食品行业长期向好发展的坚定信心,以及对当下中国零售行业正经历供需全域变革的判断,我们对行业未来发展充满期待,并将积极响应趋势布局相关战略。”

实探哈尔滨智算中心: AI芯片国产化率已达100%

本报记者 李乔宇

哈尔滨冬日的室外温度动辄低至零下二十摄氏度,中国移动智算中心(哈尔滨)(以下简称“哈尔滨智算中心”)的展厅却温暖如春。

与其他地区的数据中心相比,哈尔滨智算中心具有独特的温度优势。“数据中心是公认的‘耗电大户’,但在哈尔滨,我们每年有157天不用空调降温,将大幅减少智算中心降温所需要的能耗。”在上述展厅里,中国移动通信集团(以下简称“中国移动”)黑龙江有限公司政企事业部经理郭刚告诉《证券日报》记者:“同时我们也对智算中心的热能有精细化的二次利用,展厅的温度以及整个园区的供暖都来自机房的免费的‘热’。”

独特的气候优势,让全球运营商最大单集群智算中心落户于此。如今,哈尔滨智算中心已经实现AI芯片100%国产化,首次通过国产网络设备探索1.8万张智算卡单集群部署规模上限,可提供6.93EFLOPS(每秒693亿亿次半精度浮点运算)智能算力,相当于300多万台高性能计算机的算力水平。

筑起“极致算力”

据介绍,哈尔滨智算中心的前身哈尔滨数据中心作为“四云合一”的数据中心,具备强大的数据处理和存储功能,承载了中国移动用户十亿量级的行程码数据;作为全国5G网络东北大区的核心节点,这里还承担着北京和河北地区的通信备份任务,在诸如冬奥会等重大活动期间,哈尔滨能够提供与北京同等级别的通信保障;哈尔滨数据中心还汇聚了包括百度在线网络技术(北京)有限公司、阿里巴巴集团控股有限公司、腾讯控股有限公司在内的120余家互联网大厂的服务器。

“同时我们还具备强大的算力输送能力。”郭刚表示,中国移动在哈尔滨建设了全国400C的OTN(光传送网)省际骨干网,能够实现地市之间1毫秒、省内5毫秒、全国20毫秒的信息传输速度,为算力“大脑”构建起高速运转的“神经”。

在哈尔滨智算中心内部,一条写着“大千两个百天 奋力书写智算领域自立自强的时代答卷”的红色横幅格外醒目。在两个“一百天”里,中国移动完成了哈尔滨数据中心迈向哈尔滨智算中心的转型升级,完成3千多平方米高功耗机房重大调整改造,千万级精密器件复杂施工;30多个单位、千余人的协同作战,实现了提前4个月建成全球运营商最大单集群智算中心。

谈及哈尔滨智算中心,郭刚用了“极致算力、极限组网、极致存储、极速运维”几个词。“极致算力”指的是6.93EFLOPS智能算力;“极限组网”指的是采用国产46KW风冷网络设备,构建最大规模二级组网;“极致存储”指的是采用大规模融合分级存储,满足大规模训练海量、多样数据的高效处理和吞吐要求;“极速运维”指的是通过制度、技术和标准三大措施,实现分钟级故障定位和小时级模型断点续训,保障万张AI加速卡长时间稳定并行训练,为万亿模型训练提供高性能、高可用、高可靠的算力底座。

“目前,中国移动九天千亿参数模型已在集群上实现高效、长期稳定训练。”郭刚表示。

国产化程度提升

哈尔滨智算中心中红色横幅提到的“智算领域的自立自强”,既体现在万卡集群赋能国内AI产业发展,也体现在AI芯片国产化率100%上。

“万卡集群”是由超一千万张加速卡(如GPU、TPU、NPU等专用AI芯片)组成的高性能计算系统,主要用于加速人工智能模型的训练和推理。

“我们每台机柜会安装三台国产化算力服务器——昇腾智算服务器Atlas 800T A2,每台服务器搭载4颗CPU芯片和8颗NPU芯片,每一颗NPU芯片提供376TFLOPS(每秒一万亿亿次浮点运算)算力,八颗NPU芯片一共能够提供3PFLOPS(每秒一千万亿次浮点运算)算力,哈尔滨智算中心的服务器总数为2304台,整体能够保障6930PFLOPS高效稳定的算力输出。”

值得一提的是,《证券日报》记者注意到,随着技术、性能和生态建设上持续完善,我国AI芯片已经能够实现与国际顶尖产品同台竞技。

2024年4月份,中国移动智算中心(呼和浩特)为彼时全球运营商最大单体智算中心,AI芯片国产化率超85%,智能算力规模高达6.7EFLOPS。四个月后,哈尔滨智算中心正式上线投产,AI芯片国产化率以及智能算力规模较中国移动智算中心(呼和浩特)均有增长。此外,政府为主导的城市智能计算中心多采用国产AI芯片。

谈及万卡集群智算中心国产化态势,中昊芯英(杭州)科技有限公司首席解决方案架构师平晓峰表示,目前国内国产GPU芯片厂商与NPU、TPU等芯片厂商都在积极布局万卡集群市场。

据平晓峰介绍,GPU芯片与NPU、TPU芯片各有千秋,均能充分满足万卡集群智算中心的算力需求。“GPU出现较早,最初用于图像处理,因其高并行计算能力而在大模型出现的早期阶段成了支撑模型训练的硬件选择,但其功耗和成本较高。”平晓峰表示,“像以TPU为代表的AI芯片,则是专门针对AI大模型计算框架而设计,在AI智算场景中所表现出的计算性能、算力利用率、能效比等更有优势。”

“万卡集群智算中心的国产化趋势已经较为明显。”平晓峰表示,智能算力建设迈入万卡时代,算力需求旺盛,市场前景广阔,预计国产AI芯片的蓬勃发展与万卡集群智算中心的算力需求将实现相互成就。

北方稀土预计2024年盈利超9.5亿元

本报记者 马宇薇

1月23日,中国北方稀土(集团)高科技股份有限公司(以下简称“北方稀土”)发布2024年度业绩预告。公司预计2024年度实现归属于母公司所有者的净利润9.5亿元到10.8亿元,与上年同期相比减少54.41%到59.90%。

对于业绩变动原因,北方稀土在公告中提到,2024年,受全球经济增长乏力及下游需求增长不及预期等市场供求关系因素影响,以稀土镨钕产品为代表的主要稀土产品价格总体呈震荡下行走势,均价同比下降。

具体来看,供给方面,国家下达的两批稀土总量控制指标同比增长但增速放缓,市场稀土资源回收再利用产能持续释放,进口矿影响市场供需,稀土产品市场供应量稳中有增;需求方面,下游稀土磁性材料等主要应用领域竞争激烈,新能源汽车、人形机器人、工业电机等产业

快速发展及“两新”“两重”政策出台提振消费,但需求增长及拉动效应不及预期,稀土市场整体表现弱势。

中国稀土行业协会相关数据显示,2024年,稀土价格指数由年初的198.0点下降至年末的163.8点,降幅约为17.27%。年内价格指数最低点下探至153.3点。

厦门大学中国能源研究院院长林伯强在接受《证券日报》记者采访时表示:“2024年,稀土下游应用领域如电子、新能源汽车、风电等行业增速放缓,对稀土的需求不及预期。此外,2024年整体供给仍处于高位,市场供大于求的局面较为明显。进入2025年,供给端约束效果开始显现,行业整合的步伐在加快,随着新能源车和风电需求的持续增长以及工业电机设备更新的需求增加,有望推动稀土需求的新一轮增长。”

2024年,面对市场不及预期,北方稀土也在积极应对。公司投资建设的新一代绿色采选冶稀土绿色冶炼升级改造项目一期建成投产,标

志着全球最大的稀土原料生产基地正式投入运行;重组包头市中鑫安泰磁业有限公司,填补稀土钨钼金属生产空白;与宁波招宝磁业有限公司等重组成立新公司建设高性能钕铁硼磁性材料项目,延链补链强链提升公司磁性材料产能和技术水平;与福建省金龙稀土股份有限公司合资成立新公司建设氧化稀土分离生产线项目,进一步提升公司稀土资源掌控力和稀土原料产品供给能力。

北京博星证券投资顾问有限公司研究所所长兼首席投资顾问邢星表示:“在市场行情不及预期的前提下,北方稀土的业绩表现虽显疲态,但仍展现出一定的韧性。特别是面对稀土价格持续下降的背景下,北方稀土或能维持盈利,反映出公司在成本控制、经营管理上的合理规划,为未来市场复苏时的业绩增长预留了足够空间。”

公告显示,从经营数据来看,2024年,北方稀土预计稀土冶炼分

离产品产量同比增长约1.63%;稀土金属材料产量同比增长约20.78%;磁性材料产品产量同比增长约10.42%;抛光材料产品产量同比增长约0.26%;储氢材料产品产量同比增长约19.78%。此外,公司积极优化产品结构,稀土钨钼及钨钨产品销量创历史新高,预计稀土功能材料销量同比增长约7.40%。

“随着全球氧化钨钨供需格局的持续改善,以及新能源、智能制造等新兴领域对稀土需求的持续增长,稀土价格在2025年有望迎来一定程度的回暖。同时,稀土回收市场的扩大和技术进步也为未来稀土供给提供了潜在的支撑,尽管短期内可能对价格影响有限,但在经历了一段时间的调整后,有望迎来新的发展机遇。”邢星进一步表示。

稀土是不可再生的重要战略资源。2024年10月1日,《稀土管理条例》(以下简称《条例》)正式施行,中国稀土产业迎来首部专门的立法规范。《条例》共32条,涵盖了稀土资源

保护、管理体制、产业发展、全产业链监管等多个方面。

“《条例》实施后,将在开采、环保、生产、安全等方面对企业有较高要求,夯实供给端基础,稀土产品需求端预计会保持平稳增长的态势,新能源的发展将带动稀土产品的需求带来了强有力的支撑,公司对2025年稀土行业的发展持乐观的态度。”北方稀土在接受机构调研时表示。

经过多年发展,北方稀土在行业内率先发展成为集稀土冶炼分离、功能材料、应用产品、科研和贸易一体化的集团化上市公司,形成以稀土资源为基础、冶炼分离为核心、新材料领域为重点、终端应用为拓展方向的产业结构,并依托创新驱动发展战略持续促进产业结构调整和转型升级,实现稀土上中下游一体化发展。

北方稀土在接受机构调研时透露,公司将加快推进“两个稀土基地”建设,加快打造“世界一流稀土领军企业”。