

# 金价高位回调 趁机购入还是继续观望?

本报记者 丁蓉

国际金价COMEX黄金在2月24日冲高刷新历史高点2974.0美元盎司之后,出现快速回调,2月28日收盘报2867.3美元盎司。

各大黄金品牌的黄金饰品价格也出现回调。3月2日,周大福珠宝集团有限公司(以下简称“周大福”)足金饰品价格报875元/克,与2月25日的895元/克相比下降了20元/克。

金价高位回调,给金饰、金条市场带来哪些影响?对此,《证券日报》记者日前走访了国内最大的珠宝交易集散地——深圳罗湖水贝市场,以及多家黄金饰品品牌门店。

3月2日下午4点,记者在水贝金座大厦看到,相较于宝石交易门店,黄金交易门店人气普遍较高,不少柜台前人头攒动。

当日市场足金报价为676元/克。水贝金座大厦负一层某金铺的工作人员向《证券日报》记者表示:“正值周末,人气要比工作日高很多。有客户已经观望了两个多月,由于近期金价冲高回落,就选择在这个时期购买。”

黄金饰品品牌门店方面,当日下午5点,记者在深圳龙岗布吉万象汇购物中心看到,几家黄金首饰品牌门店中有少量顾客。头部品牌为了吸引顾客,纷纷推出了促销活动。例如,老凤祥股份有限公司门店的工作人员王女士向记者介绍:“目前门店已经启动3月份‘女神节’优惠活动,称重黄金每克减80元。”

相较于金饰,金条投资则更加火热。水贝壹号负一层的批发商李先生向《证券日报》记者表示:“近一年来市场的一个重要趋势就是购买投资金条和金钞的顾客增加,市场需求快速增长。为了满足客户的要求,我们门店投资金条的型号和款式都增加了不少。”

中国金融智库特邀研究员余丰慧



图①3月2日下午,记者走访深圳罗湖水贝市场黄金交易区  
图②黄金回收店铺展柜前驻足的消费者  
图③市场内大屏显示的黄金报价

在接受《证券日报》记者采访时表示:“金价急涨时会让部分消费者抑制消费,推迟购买计划,而如今金价回调,刺激一部分之前观望的消费者入市购买。另外,金条投资者关注金条长期投资价值,从黄金的保值、增值属性进行决策,受短期价格波动影响较小。”

此外,随着黄金投资理念的普及,回收行业越来越规范,人们可通过黄金买卖来调整自己的资产配置。黄金价格的未来走势也受到市场高度关注。陕西巨丰投资资讯有限责任公司高级投资顾问向晓明在接受《证券日报》记者采访时表示:“短期黄金价格不确定性高,有回调压力。长期而言,多数机构持乐观态度,多重因素都为黄金的牛市提供支撑,高盛等机构纷纷上调2025年金价预期。”

求的主要边际变量,2021年以来,全球央行购金大幅增加,吻合去美元化的长期逻辑,同时部分国家黄金占外汇储备占比比较低,全球央行购买黄金仍有较大增长空间。黄金饰品零售赛道也吸引了众多企业布局。其中,许昌市胖东来商贸集团有限公司的黄金销售业务引发广泛关注。A股上市公司武商集团股份有限公司也开辟黄金珠宝自营新赛道。据公司相关负责人近期在交易所互动平台上介绍:“公司创新营销举措,举办了‘来武商抽黄金’活动,吸引全国各地会员参与,带动消费超10亿元。”

# 数据资产增资作价入股有望加速发展 产业链上市公司积极探索

本报记者 徐一鸣

近日,全国首例民营企业数据资产增资作价入股项目在安徽省芜湖市落地。

具体来看,该项目由芜湖高新产业发展基金有限公司、芜湖哲方科技创业投资合伙企业(有限合伙)与徽投科技控股有限公司(以下简称“徽投科技”)三方共同推动。徽投科技自主研发的“紫藤数融”平台,累计清洗治理超6万家企业信息数据,形成4款标准化产品并在安徽省数据交易所挂牌交易。

经北京隆安(芜湖)律师事务所合规审查、安徽信达信资产评估公司测算,该数据资产市场总估值达204万元,最终作价51.9万元通过资本溢价核算计入企业股本。

芜湖市数据资源管理局相关负责人表示,在接受《证券日报》记者采访时表示,相较于2023年青岛国企医疗数据作价100万元入股案例以及2025年2月份安徽省含山县国资企业以150万元数据资产入股低空经济公司以项目,本次民营企业主导的实践更具市场化示范意义。“无论是国有企业还是民营企业,数据资产增资作价入股打破了传统资本要素局限于货币、实物等形式的束缚,使数据这一无形资产能够转化为实际的股权,参与公司资本构建,从而开辟了全新的资本化运作路径。”中关村物联网产业联盟副秘书长袁师对《证券日报》记者表示,这不仅丰富了资本的内涵,也为企业的融资和发展提供了新的渠道。同时,数据资产增资作价入股也有助于促进资源的优化

配置,提升整体经济的运行效率。近年来,我国数据要素产业化进程不断加速。新修订的公司法(2024年7月施行)首次将数据资产纳入非货币出资范畴,赋予其法律地位。随着云计算等技术的飞速发展,数据已成为企业的重要资源,通过将企业数据清洗治理转化为数据资源,并进一步设计开发成数据产品,最终形成可量化的数据资产,作为资本投入到企业中,以换取股权或其他相应的权益。产业链上市公司可以积极探索和利用数据资产,通过数据驱动的业务模式和增值服务来提升竞争力。“公司已将符合条件的数据产品识别为无形资产。”四川合纵医药股份有限公司表示,公司将会进一步基于真实数据服务场景,通过数据产生更多真实价值,构建有持续生命

力的数据要素流通场景,探索数据资产的合法合规入表。无锡航亚科技股份有限公司表示,公司在内部加强对数字技术和人工智能的学习,已经制定总体规划,正逐步落实分阶段实施计划。其中,公司依托信息化体系逐步建立数据治理体系,制定数据治理规范,建设数据资产,使用云服务对数据进行集中管理。“随着数字经济的蓬勃发展和数据要素市场的不断完善,数据资产的价值将得到更广泛的认可和挖掘,会有更多企业寻求将数据资产转化为资本,以获取竞争优势。”中国投资协会上市公司投资专业委员会副会长支培元对《证券日报》记者表示,数据资产增资作价入股有望成为趋势,并可能加速发展。

# 东阳光拟与中际旭创成立合资公司 联合布局液冷产业链

本报记者 丁蓉 见习记者 张美娜

3月1日,广东东阳光科技控股股份有限公司(以下简称“东阳光”)披露公告称,公司召开董事会审议通过了《关于与中际旭创股份有限公司成立合资公司的议案》。根据公告,东阳光全资子公司广东东阳光液冷科技有限公司(以下简称“液冷科技”)与中际旭创股份有限公司(以下简称“中际旭创”)将共同出资成立合资公司广东深源智冷科技有限公司(以下简称“合资公司”),注册资本为人民币1亿元,其中,液冷科技出资4900万元,持股49%;中际旭创认缴出资5100万元,持股51%,合资公司将专注于液冷热管理整体解决方案及产品的全球推广。

东阳光相关人士向《证券日报》记者表示,此次设立合资公司旨在响应国家“东数西算”战略,整合双方在液冷热管理领域的技术研发、产业及客户资源等优势,推动液冷技术的创新应用与产业化。合资公司未来将聚焦液冷散热整体解决方案的全球市场推广,打造技术标准制定到商业化落地的全链条竞争力,通过“材料性能优化—组件精密加工—系统高效集成”

的垂直协同模式,共同抢占算力中心等场景的全球液冷产业链核心环节,致力于成为液冷热管理领域的领军企业。积极布局液冷产业链 据悉,东阳光早在20年前便已布局散热材料领域,通过持续的技术攻关与产业链垂直整合,已完成从上游材料、中游核心部件到下游全链条液冷解决方案的全产业链布局,成为全球少数具备液冷技术全链条自主化能力的企业。自2016年起,公司就在数据中心用电子氟化液领域申请了多项专利,并提前布局冷板式和浸没式液冷技术。此外,东阳光还具备液冷核心材料铝冷板的产能,其开发的功耗1200W芯片液冷散热案例可满足当前功耗最高的芯片散热需求。据公开资料,公司正在开发面向芯片、光模块、服务器以及储能系统的冷板和浸没液冷解决方案,并储备了1400W冷板散热技术和国内领先的相变浸没液冷技术。

此外,中际旭创作为光模块行业

领军企业,是全球首个推出800G可插拔光模块和1.6T光模块的厂商,在高速光通信领域积累了丰富的热管理经验。东阳光与中际旭创强强合作,有望实现液冷系统与AI服务器、光模块的深度适配。东阳光不仅在技术研发上取得突破,还在产业链布局上展现出强大实力。公司于今年2月份与韶关市政府开展战略合作,将在韶关建设数据中心液冷设备制造基地,并共同参与制定数据中心液冷技术的行业标准和地方标准。通过整合产业优势,东阳光实现了从产品源头到应用的自主可控,成为国内全链条液冷集成的头部企业。

液冷市场前景广阔 随着人工智能技术快速迭代及算力需求爆发式增长,智算中心散热正加速向更高效的液冷方案升级,全球液冷产业正迎来“千亿级”市场增量空间。根据咨询机构IDC(国际数据公司)发布的《中国液冷数据中心发展白皮书》预测,2025年中国液冷数据中心市场规模保守估计为1283.2亿元。

中际旭创液冷事业部负责人表示,液冷市场前景广阔,随着人工智能、云计算、5G等技术的快速发展,数据中心对于高效率的散热解决方案的需求日益增长。液冷技术凭借高散热效率、低噪音、高稳定性等优势,正逐步取代传统的风冷技术,成为推动数据中心高效运行的重要技术支撑。业内人士认为,东阳光与中际旭创的联合,正是瞄准这一历史性机遇,打通双方在液冷技术、产能配套、商业化等环节的全方位合作与应用,开启强强联合的产业新篇章。技术方面,东阳光的氟化液冷却液与冷板组件研发能力,将与中际旭创的光模块散热设计能力深度融合,实现“材料+场景”的双向赋能,共同开发面向AI服务器的散热方案;商业化方面,中际旭创下游客户覆盖全球云计算巨头,合资公司有望依托中际旭创的海内外渠道,推动中国液冷标准走向全球,实现市场共振。此外,通过双方全产业链协同,液冷系统解决方案综合成本有望持续降低,进一步推动液冷技术从高端场景向中小型数据中心普及。

# 多家车企披露2月份销量数据: 强者恒强 新势力表现亮眼

本报记者 刘钊

近日,多家车企陆续公布2月份汽车销量数据。从数据来看,比亚迪股份有限公司(以下简称“比亚迪”)的月销量依旧领跑;广州小鹏汽车科技有限公司(以下简称“小鹏汽车”)则蝉联新势力车企月销冠军,同比增长达到570%。

中国欧洲经济技术合作协会智能网联汽车分会秘书长林示对《证券日报》表示,2月份车市呈现“强者恒强、新势力洗牌、降价提速”三大特征。比亚迪持续领跑,新势力“小米”崛起,传统车企转型加速,共同推动行业向电动化、智能化深度演进。未来市场将围绕技术迭代、成本控制、全球化布局展开更激烈的角逐。

多家车企销量增长

具体来看,传统车企方面,比亚迪2月份销量为32.28万辆,同比增长164%,稳居月销量榜首。其中乘用车销量为31.82万辆,同比增长161.4%。在海外,比亚迪乘用车销量达到6.70万辆,同比增长187.8%。

上海汽车集团股份有限公司紧随其后,2月份销量为29.49万辆,同比增长41.90%。此外,浙江吉利控股集团有限公司(以下简称“吉利汽车”)2月份销量为20.49万辆,同比增长83.90%;奇瑞控股集团有限公司(以下简称“奇瑞集团”)2月份销量为18.09万辆,同比增长26.40%;长城汽车股份有限公司(以下简称“长城汽车”)2月份实现销量7.79万辆,同比增长9.65%。

新势力车企方面,小鹏汽车2月份销量为3.05万辆,同比增长570%,再次位居造车新势力品牌月销量榜首。目前,小鹏汽车的交付量已连续4个月突破3万辆。北京车和家信息技术有限公司(以下简称“理想汽车”)2月份销量为2.63万辆,同比增长29.7%。浙江零跑科技股份有限公司(以下简称“零跑汽车”)2月份销量为2.53万辆,同比增长285%。

广汽埃安新能源汽车股份有限公司2月份销量为2.09万辆,同比增长25.10%。小米汽车科技有限公司(以下简称“小米汽车”)在仅有一款SU7车型的情况下,2月份实现销售超2万辆。上海蔚来汽车有限公司(以下简称“蔚来”)2月份销售1.32万辆,同比增长62.2%。

值得关注的是,2月14日,极氪科技集团(以下简称“极氪集团”)正式宣告成立。整合后的极氪集团拥有极氪和领克两大品牌。从极氪集团成立后的首份销量数据来看,2月份合计销售3.13万辆,其中,极氪品牌销售1.40万辆,同比增长86.9%;领克品牌销售1.72万辆,同比增长30.5%。新能源车占比达到了47.9%。

此外,岚图汽车科技有限公司2

月份销量为8013辆,同比增长152%。深蓝汽车科技有限公司(以下简称“深蓝汽车”)2月份销量为1.87万辆,同比增长87.5%。智己汽车科技有限公司2月份销量为4237辆。

对于2月份汽车市场情况,中国汽车流通协会相关负责人表示,2月份车市有效销售天数较少,且春节前购车需求集中释放,市场处于淡季调整阶段。今年以旧换新政策发布和实施时间较早,对2月份车市有一定推动作用。但春节后多个厂家的降价和促销,以及3月份多款新车上市,导致消费者观望情绪较重。预计2月份乘用车终端销量在130万辆左右。

竞速智能驾驶赛道

在全球汽车产业加速向电动化和智能化转型的浪潮中,智能化无疑成为引领行业深度变革的核心驱动力。比亚迪董事长兼总裁王传福表示,2025年将实现全场景智能驾驶的元年,那些没有智能的车将成为少数派。

2月9日,重庆长安汽车股份有限公司(以下简称“长安汽车”)联合吉利汽车、长城汽车、比亚迪等头部车企和供应链企业共同宣布,将在智能驾驶领域深度合作,携手打造中国智能驾驶新名片。其中,长安汽车率先发布的“北斗天枢2.0”计划勾勒出未来出行数智新蓝图。在智能驾驶方面,2026年长安智能驾驶将实现全场景L3级自动驾驶,2028年将进一步实现全场景L4级功能。

时隔一日,比亚迪也正式发布高阶智能驾驶系统“天神之眼”,宣告比亚迪全新时代型将全面迈入高阶智能驾驶的新时代。首批上市的21款车型覆盖7万元到20万元的价格区间。在此之前,高阶智能受制于成本、技术等方面的影响,主要集中在20万元以上售价的产品。

此外,小鹏汽车、小米汽车等也披露了其在智能驾驶方面的最新进展。

而除了竞速智能驾驶赛道,近期车企也密集发布新品。2月21日上市的新零跑T03聚焦主流需求,进一步满足年轻用户对个性化和品质感的追求。2月27日,小米汽车第二款产品SU7 Ultra正式亮相,有望为小米汽车销售带来更多增量。2月28日,小鹏汽车正式发布新款小鹏G6,车辆全系标配图灵AI智驾并标配5C超充AI电池,旨在为用户带来更加智能、便捷的出行体验。

与此同时,车企购车优惠力度也在不断加大,涵盖购置税减免、金融优惠、以旧换新等措施,促进消费、产业升级,为消费者提供更多购车选择。

据上述中国汽车流通协会负责人预测,3月份部分地区启动春季车展,多款新车密集上市,加上汽车以旧换新政策持续发力,预计市场需求及销量有望保持稳健增长。

# 三一集团发放3620万元奖励 首次重奖海外团队

本报记者 肖伟

3月1日,三一集团有限公司(以下简称“三一集团”)在公司官方微信公众号上发布消息称,在刚刚落幕的2025年三一春节表彰酒会上,为表彰过去一年为公司业务发展做出贡献的团队和个人,三一集团发放奖励总额超过3620万元,惠及84个团队和201个人。其中,超1000万元重点奖励海外团队,这在三一集团尚属首次。

2024年,三一集团旗下的港机、起重、传动、泵路等事业部表现突出,成功达成了8项里程碑激励阶段目标,践行三一集团“说到做到”理念。为此,三一集团兑现了高达2400万元的奖励金额,体现对业绩目标达成的重视和认可。此外,2024年,三一集团在全球市场中的产品和服务销售表现强劲,海外销售额再创历史新高,海外市场的利润贡献率占比超过50%。为此,三一集团设立了超过1000万元的奖金,体现公司对全球化战略的坚定支持,愿与员工同步推进海外发展,共创辉煌未来。

三一集团工作人员向《证券日报》记者介绍:“三一集团在开启全球市场开拓的过程中,共有68个优秀集体、139位优秀个人斩获奖金。其中,亚太、中东、非洲、拉美、欧洲、美国等市场表现突出,三一集团的员工在当地顺利执行了既定战略,圆满完成经营目标,成为三一集团全球化战略稳步推进的坚实力量。”

全球市场的开拓离不开优秀

的产品和精湛的服务,三一集团对产品研发关键环节的贡献也颇为重视。2024年,三一集团首次设立优秀项目奖。2025年,三一集团评选出10个优秀项目,奖励每个项目团队10万元,以表彰各个项目组在推动智能制造、产品和服务升级方面发挥的重要作用。

《证券日报》记者了解到,在10个优秀项目中,广州树根互联项目、自动油压生产线、伸缩臂叉车印度产线建设项目、起重臂架激光焊技术开发及应用项目等项目的科技含量较高,已成为三一集团在细分领域降本增效,推进智能化制造的阶段性成果。

某券商工程机械行业资深分析师向《证券日报》记者表示:“在工程机械领域,欧美市场需求占全球需求的52%,新兴市场如南美、印尼、印度、非洲、中东等地的需求周期与欧美地区的需求周期有高度相关性。就我们的观察来看,欧美地区对工程机械的需求自2024年第四季度开始逐渐好转。其中,2025年1月份,北美工程机械的开工小时数同比增长由负转正,欧洲工程机械的开工小时数同比出现正增长。我们预测,欧美地区工程机械市场需求将在2025年逐步走强,同时带动新兴市场周期向上,对有志于拓展海外市场的国内工程机械龙头企业而言是良好的窗口机遇期。三一集团此时重点奖励有较大贡献的海外团队,同时奖励有关键作用的相关团队,必然能鼓舞员工士气,使工程机械‘出海’再创佳绩。”