2025年5月14日 星期三
本版主编：姜 楠 责 编：白 杨 制 作：李 波
证券日报

避险情绪降温 金价紧急回调

受访专家称，短期调整不改中长期上涨趋势

本报记者 孟 珂

今年以来不断上扬的黄金价格在近日迎来了“急刹车”。以COMEX黄金期货价格为例，继4月22日触及历史高点后，截至5月13日记者发稿，COMEX黄金期货价格报3254.1美元/盎司，跌幅超过7.2%。

对于金价的回调，多位业内人士认为，主要源于中美经贸高层会谈取得了“积极成果”。南华期货贵金属新能源研究组负责人夏莹莹对《证券日报》记者表示，近日举行的中美经贸高层会谈达成了一系列重要共识，向国际社会传递了积极信号，使得市场风险偏好明显回升，全球股市表现强势，而黄金、美债等避险资产遭遇抛售而调整。

卓创资讯研究员李心悦表示，受中美经贸高层会谈结果边际向好驱动，市场情绪修复，国际黄金价格出现回调。短期内利空现货黄金的因素主要围绕贸易谈判推进和地缘风险降温。同时，市场对美联储降息延迟押注增加，对现货黄金形成压制，短期内金价或仍有下行空间。

“中美经贸高层会谈缓解了贸易摩擦的不确定性，市场避险情绪回落，黄金作为避险资产的吸引力下降，短期内金价面临回调压力。同时，这也推动了美元指数持续上涨和美债收益率逐步回升，若美联储因经济改善推迟降息，黄金价格可能继续承压。”东源投资首席分析师刘祥东告诉《证券日报》记者。

尽管近期金价有所回落，但受访专家普遍认为，从中长期看，在地缘政治动荡、全球经济不确定性加剧背景下，受避险情绪和投资需求推动，叠加全球央行持续购金，金价或仍将维持高位震荡。

王琳/制图

李心悦进一步分析称，受美元信用问题和购金需求支撑，黄金价格或将保持上行逻辑。一方面，美国政府债务上限危机问题持续挑战美元信用权威性，为黄金提供了上行动力；另一方面，去美元化背景下全球央行购金热度不减，据世界黄金协会数据，2025年一季度全球官方黄金储备增加244吨，对金价形成支撑。

世界黄金协会此前发布的2025年一季度《全球黄金需求趋势报告》显示，在金价创纪录地突破3000美元/盎司大关的情况下，一季度的全球黄金需求总量（包含场外交易）达1206吨，同比增长1%。其中，黄金ETF需求复苏，推动一季度黄金投资需求总量增长逾一倍，达552吨，同比增长170%，创下自2022年一季度以来的最高季度水平。

世界黄金协会相关分析师认为，未来宏观经济形势仍难以预测，这种不确定性或许会为金价带来进一步上行潜力。未来数月内，来自机构、个人及官方部门的黄金避险需求或将进一步攀升。

“近期避险情绪的降温对黄金的拖累属于短期因素。短期金价下跌属于上涨周期的调整，短期调整不会改变中长期上涨趋势。”夏莹莹认为，展望后市，全球贸易争端不确定性仍无法完全消除，地缘政治的不稳定性亦可能阶段性触发，叠加全球经济增速下滑风险与宽松货币政策托底预期，信用货币体系信誉的走弱将继续支撑黄金货币属性增强以及投资需求增长。

磷酸铁锂电池累计装车量不断增长 行业发展持续向好

本报记者 李雯珊

5月12日，中国汽车动力电池产业创新联盟发布的2025年1月份至4月份动力电池行业数据显示，我国电池和其他电池累计产量为444.6GWh（吉瓦时），累计同比增长67.1%；动力和其他电池累计销量为403.9GWh，同比增长73.7%。其中，动力电池累计销量为303.9GWh，占总销量比例为75.2%，同比增长56.8%；其他电池累计销量为100GWh，占总销量比例为24.8%，同比增长157.8%。

装车量方面，1月份至4月份，我国动力电池累计装车量184.3GWh，同比增长52.8%。其中三元电池累计装车量34.3GWh，占总装车量比例为18.6%，同比下降15.9%；磷酸铁锂电池累计装车量150GWh，占总装车量比例为81.4%，同比增长88%。

多位业内人士表示，磷酸铁锂电池装车量持续增长且占总装车量比例超80%，表明市场对磷酸铁锂电池认可度大幅提升，行业发展持续向好。

曾因供需错配陷入价格持续下跌困局的磷酸铁锂，在今年年初迎来价格触底回升的曙光，磷酸铁锂行业正从激烈的“价格战”转向以技术创新为核心的“价值战”。

“2024年磷酸铁锂正极材料价格低于4万元/吨，部分低端产品下探至3万元/吨，加工费和价格均触底，2025年初开始回升。”高工产业研究院相关分析师表示，预计今年年底至明年年初磷酸铁锂均价有望重返4万元/吨以上。

金投网化工行情显示，截至5月12日，磷酸铁锂电池（动力型优等品）价格为3.97万元/吨。上海有色网信息科技股份有限公司预测，2025年磷酸铁锂电芯产量有望超1100GWh，远超三元电芯产量。2025年至2028年，我国磷酸铁锂总产能或将逐步提高。在整体产能依然充裕的情况下，部分企业将在市场竞争中出清，而高性能材料的市场份额将增加。

2024年4月份，宁德时代新能源科技股份有限公司发布4C超充神行电池，系统能量密度达到205Wh/kg（瓦时每千克），电池性能与三元电池性能接近，磷酸铁锂动力电池向更高能量密度与快充的方向转型迭代，进一步稳固其在电池市场的强势地位。

“近年来，通过结构创新和材料升级，磷酸铁锂电池能量密度和充电倍率大幅提升，显著缩小了与三元电池的性能差距。当前国内新能源汽车市场向高性价比方向发展，磷酸铁锂高安全性、低成本等均衡性能优势，综合竞争力持续放大，市占率快速提升。”万联证券分析师蔡梓林在接受《证券日报》记者采访时表示。

值得关注的是，未来锂电行业发展有望更加聚焦于安全性能的提升。2025年4月份，工业和信息化部发布《电动汽车用动力蓄电池安全要求》，新标准主要修订了热扩散测试的技术要求，由“着火、爆炸前5分钟提供热事件报警信号”修订为“不起火、不爆炸（仍需报警），烟气不对乘员造成伤害”，进一步明确了待测电池温度要求、上下电状态、观察时间、整车测试条件。

蔡梓林认为，电池安全标准的升级，将进一步强化磷酸铁锂的安全优势，同时有望推动固态电池等新技术的产业化进程。

“磷酸铁锂电池具有高能量密度、高安全等优势，在存量替代需求以及下游差异化竞争下，磷酸铁锂电池依赖技术迭代打开高端市场，未来渗透率有望提升。”大东时代（深圳）信息咨询有限公司创始人罗焕塔向《证券日报》记者表示。

商业航天再迎利好政策 上市公司加码布局

本报记者 丁 蓉 见习记者 张美娜

5月12日，中国人民银行、金融监管总局、中国证监会、国家外汇局、广东省人民政府联合印发的《关于金融支持广州南沙深化面向世界的粤港澳全面合作的意见》提出，鼓励金融机构在依法合规、风险可控的前提下，加大海洋产业，商业航天、全域无人产业的支持力度。鼓励股权投资基金投资海洋高技术产业，强化对重大海洋基础设施建设项目、涉海企业等领域的金融服务。

近年来，随着国家和地方陆续出台政策鼓励商业航天发展，商业航天技术取得新的突破，应用场景不断涌现，产业链相关上市公司迎来市场新机遇。

2025年《政府工作报告》提出，开展新技术新产品新场景大规模应用示范行动，推动商业航天、低空经济、深海科技等新兴产业安全健康发展。

在地方层面，北京、上海相继印发《北京市加快商业航天创新发展行动方案（2024—2028年）》《上海市促进商业航天发展打造空间信息产业高地行动计划（2023—2025年）》等专项支持政策和行动计划，加码布局商业航天产业。

市场规模方面，根据中商产业研究院发布的《2025—2030年中国商业航天行业深度分析及发展前景研究预测报告》，中国商业航天产值由2020年的1万亿元增至2024年的2.3万亿元，年均复合增长率达22.9%；2025年，中国商业航天行业产值将达到2.8万亿元。

随着我国商业航天领域进一步突破，市场对该领域的关注度持续提升，近期产业链相关上市公司纷纷披露最新布局进展。

珠海航宇微科技股份有限公司相关负责人在业绩说明会上表示，公司自研的玉龙810A人工智能芯片已在部分商业在轨卫星上成功实现搭载。

陕西中天火箭技术股份有限公司在投资者互动平台表示，公司军用耐烧蚀组件业务部分客户为商业航天相关单位，后续公司将进一步加强与商业航天公司的合作，拓展产品应用范围。

北京航天神舟智能装备科技股份有限公司在投资者互动平台表示，目前公司主要为航天科技集团旗下单位及其他相关科研单位、商业航天企业提供智能测试仿真、微系统及控制部组件等宇航产品。

谈及上市公司如何助力商业航天产业健康发展，中关村物联网产业联盟副秘书长袁帅向《证券日报》记者表示，上市公司可从技术、资本与生态三大维度发力。技术层面，锚定火箭重复回收、卫星规模化量产等关键领域，全力攻坚核心技术，夯实产业链自主可控根基；资本领域，凭借资本市场优势整合资源，通过成本管控与效率提升，加速遥感应用、卫星网络等创新场景的商业化进程；生态建设上，协同产业上下游搭建标准化框架，积极开拓国际合作，助力产业迈向全球市场。此外，需健全风险防控体系，合理把控技术投入与商业收益的平衡点，创新多元盈利路径，进而推动商业航天产业的高质量可持续发展。

京东2025年一季度收入3011亿元 创近三年来最高增速

本报记者 张 敏 见习记者 梁傲男

5月13日，京东集团股份有限公司（以下简称“京东”）发布2025年一季度业绩报告。报告期内，京东收入为3011亿元，同比增长15.8%，创下近三年来的最高同比增速。

一季度，京东商品收入为2423亿元，同比增长16.2%；服务收入为588亿元，同比增长14.0%。一季度，京东的季度活跃用户数实现连续6个季度同比双位数增长，第三方商家成交用户数和订单量保持同比双位数增长。

商品收入同比增长16.2%

一季度，京东商品收入同比增长16.2%。其中，带电品类收入同比增长达17.1%，日百品类收入同比增长达14.9%，商超品类连续5个季度保持收入同比双位数增长，在核心品类上的优势愈加稳固。

报告期内，京东与多个数码产品品牌全面深化战略合作，围绕产品创新、市场营销等维度开展深度合作，为消费者打造更加智能化、多元化的产品和更加优质的购买和服务体验。

记者了解到，京东新品成长“百千亿”计划将在今年实现6万款新品年销售破百万元、6000款新品年销售破千万元、600款新品年销售破亿元。“京创双百计划”将以构建全域内容生态为核心，在今年通过短视频和直播助力10万商家成交量同比增长超100%。

同时，京东面向中国香港消费者推出自营全品类商品“买贵就赔”服务，面向中国香港商家推出“全年0佣金免年费”政策。随着京东快递港岛运营中心正式投入运营，京东在香港的快递网络覆盖能力和服务效率迈上新台阶。

日前，京东宣布将推出2000亿元出口转内销扶持计划，未来一年内，将大规模采购不低于2000亿元出口转内销商品。截至4月底，已有上万家企业与京东采销进入到实质性采购洽谈阶段，既帮助外贸企业快速开拓国内市场，也为消费者带来更多外贸商品。

在业内人士看来，京东不断升级自身的供应链基础设施能力，带动用户体验持续优化、品牌商家共同繁荣、产业转型升级，促进了消费供给与需求的良性互动。

零售电商行业专家、北京百联咨询有限公司创始人庄帅对《证券日报》记者表示，京东不断巩固自营业务在产品、价格与服务上的优势，同时通过降佣等举措扶持第三方商家，以丰富商品种类、降低商品价格，其核心目标是显著提升用户体验。借此，京东重塑高速增长路径：提升体验吸引新用户、提高客户下单频次与整体订单量，形成规模效应，进而提升供应链效率、降低成本，获得更多让利空间回馈用户与商家，进一步优化体验，形成良性循环。

8年来研发投入累计1456亿元

自2017年全面向技术转型以来，截至2025年一季度，京东体系的研发投入已累计达1456亿元。

随着智能体成为企业数智化转型的核心驱动力，京东智能体正走向深度应用阶段。截至目前，京东内部已有超过1.4万个智能体在运行。京东云基于京东实战经验，探索出协同办公、专业助手、客户服务、营销推广和数据应用五大核心场景，并通过京东云JoyAgent智能体平台向行业输出AI生产力，助力企业实现智能化转型。

一季度，依托国内首个全面开源的医疗垂类大模型“京医千询”，京东健康发布了基于线上全场景的大模型全系产品“AI京医”，和业内第一个面向医院全场景的大模型产品“京东卓医”。在物流行业，京东物流基于人工智能驱动的数据治理与建模分析一体化解决方案，在一季度成功入选工业和信息化部发布的人工智能赋能新型工业化典型应用案例。

在中国数实融合50人论坛智库专家洪勇看来，京东深度挖掘云计算、大数据、人工智能等前沿技术的内在潜力并应用于业务场景，对供应链管理流程实施了全方位优化，大幅提升各业务运营效率，从而在竞争白热化的市场环境中进一步巩固了自身的领先地位。

“技术投入和创新能够优化供应链的各个环节。”中国电子商务专家服务中心副主任郭涛对《证券日报》记者表示，在供应链方面，技术赋能可实现更精准的库存管理、更高效的货物调配，降低运营成本；物流领域，创新技术能优化配送路线、提升自动化水平，加快商品流转速度；用户体验上，借助技术可提供个性化推荐、便捷的售后服务等。这些努力不仅有助于京东巩固现有优势，还能在快速变化的市场环境中开拓新机遇，持续为用户创造价值。

玩具品牌52TOYS获两家影视上市公司投资 IP潮玩成新掘金地？

本报记者 李豪悦

5月12日，万达电影发布公告称，万达电影全资子公司影时光将与关联方中国儒意全资子公司儒意星辰共同投资北京乐自天成文化发展股份有限公司（以下简称“52TOYS”），总计投资人民币1.44亿元。双方拟在IP玩具产品的开发及售卖、市场营销和其他相关领域展开战略合作。

早在2025年初，多家媒体报道52TOYS计划2025年递表港交所。《证券日报》记者就此联系52TOYS相关负责人求证，截至发稿尚未收到回复。在近年“谷子经济”带动潮玩市场走向爆发的背景下，万达电影及中国儒意何以在中国琳琅满目的潮玩品牌中选中52TOYS？

影视公司拥抱潮玩领域

万达电影公告披露，2024年，52TOYS营收6.3亿元，净利润3000万元。

从收入来看，52TOYS与已上市的名创优品、泡泡玛特、布鲁可的百亿元、数十亿元级别收入相比体量尚小。但万达电影公告显示，52TOYS作为中国IP玩具行业的领先品牌，其IP以及品类的多元化发展程度较高，也在加速自有渠道建设，具有较大的发展潜力。

某衍生品公司创始人向《证券日报》记者表示，随着IP潮玩行业竞争力提升，市场规模扩大，渠道运营和建设对于企业越来越重要。除了线上渠道外，品牌均开始发力线下渠道。

开源证券研报显示，截至2024年底，国内潮玩门店总数达3770家，较2024年初增长1116家。

记者从52TOYS官网获悉，该品牌成立于2015年，从2020年布局线下渠道。截至2025年，国内线下门店13家，分布在7个城市。52TOYS在2024年发布了海外百店计划。

除了渠道的完善，52TOYS旗下产品大多来自影视IP，曾针对电影《异形》推出过爆款变形玩具。值得一提的是，衍生品正在成为电影公司的重要收入来源。例如，万达电影2025第一季度财报显示，衍生品销售对非票业务收入增长贡献率超40%，成为仅次于广告的第二大非票收入来源。

大消费IP产业研究员纪晓蒙向《证券日报》记者表示：“影视IP具有天然的内容支撑，潮玩企业和影视公司双方合作可以实现资源整合，提升商品精品化程度和爆款概率。”

潮玩企业扎堆IPO

潮玩企业这股消费新势力正在扎堆登陆资本市场。除了52TOYS，名创优品创始人叶国富2022年提出3年内让旗下潮玩品牌TOP TOY单独上市的目标，而今年3月份名创优品被传出开始拆分TOP TOY筹备上市。身处IP潮玩细分赛道的卡游也于今年更新招股书。

纪晓蒙表示，当前，越来越多的消费者通过购买玩具衍生品来获得情绪价值。尤其是在今年爆款电影《哪吒2》联名破圈事件的带动下，市场普及认知进一步打开，消费客群呈大众化趋势。市场高速增长叠加头部品牌泡泡玛特的标杆效应，资本市场对赛道的关注度也在提升。

已上市的IP公司已经通过业绩印证这一赛道的吸金能力。凭借盲盒经济走向国际化的泡泡玛特，2024年营收同比增长106.9%，经调整净利润同比增长185.9%，创历史新高；名创优品2024年营收同比增长22.8%，经调整净利润同比增长15.4%；主打积木玩具的布鲁可2024年虽然仍在亏损，但营收同比增长155.6%。

“IP全产业链运营开发是发展趋势和行业共识。爆款IP能带动衍生品销量，零售商品作为内容IP的实体化延展，对反哺IP商业价值同样有益。产业链上下游优势资源整合，深化协同开发，将进一步推动产业生态健康可持续发展。”纪晓蒙说。

开源证券研报表示，当前全球潮玩产业处于全球化IP跨区域渗透、品类加速迭代创新、渠道网络生态趋于完善、IP文化逐步穿透消费代际的历史机遇期。展望2025年，全球大IP电影续作密集上新及本土影游IP多维度崛起，IP内容赋能下授权衍生品市场空间广阔。