

电池级碳酸锂价格持续下探 产业竞争格局将如何演绎？

■本报记者 冯雨瑶

今年以来，电池级碳酸锂价格持续下探。生意社数据显示，5月28日，电池级碳酸锂价格为6.12万元/吨，较前一日下跌1.64%；5月29日，电池级碳酸锂的最新价格为6.02万元/吨，较前一日下跌1.63%，相比去年同期下降44.97%。而在年初，该产品价格在7.88万元/吨左右徘徊。

价格低位振荡

随着市场价格的进一步下探，电池级碳酸锂的供需格局，产业链上下游的未来发展等话题，也引发业内广泛关注。

生意社碳酸锂数据分析师认为，当前，电池级碳酸锂处于降产能阶段，随着价格持续下探，供给端将逐步减产。不过，矿端减产只是止跌信号，长期供过于求的市场格局将持续压制价格反弹空间，预计短期内电池级碳酸锂价格将会震荡运行。

“业界普遍认为，7万元/吨是碳酸锂加工企业的盈亏平衡线。”陕西巨丰投资资讯有限责任公司投资顾问总监郭一鸣表示，如今的价格显然已经跌破了加工企业的盈亏平衡线，很多企业只能选择减产甚至停产。而对于下游企业来说，虽然原材料价格有所下降，但在市场竞争激烈的格局下也未必受益。

碳酸锂产业链主要分为上游锂矿等原料端、中游锂盐、下游产品及终端消费。上海钢联新能源事业部锂业分析师李攀向记者表示，对于中上游锂盐、锂矿等企业，高成本企业可能选择减产或停产，导致行业供给收缩。这也将加速低效产能出清，提升行业集中度。

“对于下游企业而言，电池成本下降利好车企毛利率修复，刺激终端消费需求。同时，储能项目经济性提升，



崔建岐/制图

也将加速其商业化落地。”李攀说。

业内认为，短期来看，诱发锂价大跌的原因是海外锂矿的成本支撑坍塌，而从长期来看，碳酸锂供给市场则需要一次更为彻底的出清。无论是7万元/吨、还是6.5万元/吨，“盈亏”平衡线似乎已经失去了意义。

谈及价格的长期走势，李攀认为，电池级碳酸锂供给过剩局面并未扭转，预计6月份至8月份碳酸锂供应将保持稳定增长。而需求方面将进入淡季，车企、电池厂开始自下而上去库存，预计6月份至8月份电池级碳酸锂整体将维持过剩格局，直到矿山出现规模性减产。

锂盐企业调整成本结构

电池级碳酸锂价格的持续下跌，也让锂相关上市公司业绩普遍承压。据同花顺数据，2024年，A股市场

8家锂相关上市公司均出现营收下滑。净利润方面，除锦州永杉锂业股份有限公司净利润同比上涨外，其余7家均出现同比下滑。锂价下跌导致产品价格低位运行、毛利率压缩，是导致相关公司业绩下滑的主因。

值得一提的是，随着电池级碳酸锂价格的不断下探，锂盐企业为了保证盈利空间，纷纷调整成本结构，加速布局国内外盐湖产能。

5月26日，青海盐湖工业股份有限公司(以下简称“盐湖股份”)发布公告称，为优化公司资本结构，提升资金使用效能并降低融资成本，公司拟向5家金融机构组建的银团申请不超过18亿元的项目贷款。贷款资金将专项用于4万吨/年基础锂盐一体化项目的基础建设和设备采购。

根据2024年年报，盐湖股份依托察尔汗盐湖丰富的锂资源储备，持续加码盐湖提锂项目，公司现有碳酸锂

产能4万吨，计划2025年生产碳酸锂4.3万吨。公司表示，伴随着新建4万吨基础锂盐项目建成投产，公司在盐湖提锂领域的龙头地位进一步凸显。

今年2月份，江西赣锋锂业集团股份有限公司发布公告称，公司旗下位于阿根廷的Mariana锂盐湖项目一期正式投产。该项目将进一步优化公司锂资源的供应及成本结构，提高公司的盈利能力，不断提升公司在全球市场的核心竞争力。

“盐湖提锂的成本较低，在3万元/吨至4万元/吨左右，长期盈利确定性更强。”李攀表示，全球60%锂资源在盐湖，我国青海、西藏等地的盐湖开发潜力较大。但也应看到，企业在开发盐湖资源时会面临一些挑战。例如，青藏地区的基础设施较为薄弱，南美盐湖面临政策风险(如智利锂资源国有化)，且从投资周期来看，盐湖项目从勘探到量产需要的时间较长。

钨价站上历史高位 供求紧平衡格局或长期存在

■本报记者 曹 琦

中钨在线数据显示，5月29日，钨矿价格强势突破17万元/吨大关，仲钨酸铵(APT)价格站上25万元/吨关口，刷新历史纪录。

数据显示，5月29日，65%黑钨精矿价格为17.1万元/吨，较年初上涨19.6%，较年内最低价上涨22.1%，较2024年均价上涨24.8%；65%白钨精矿价格为17万元/吨，较年初上涨19.7%，较年内最低价上涨22.3%，较2024年均价上涨25.1%。

钨矿价格持续高涨，主要是因为供应一直偏紧。据悉，全球钨矿资源分布较为集中，根据美国地质勘探局(USGS)统计，2024年全球钨矿储量为

440万吨。其中，中国240万吨，占比高达55%。在全球钨矿开采中，中国的主导地位稳固，因此国内钨矿供给指标的变化，将对钨价产生重要影响。

2025年中国第一批钨矿开采总量控制指标为5.8万吨，较2024年度第一批指标减少4000吨，降幅6.45%。其中，主产区江西、云南、广东、广西分别同比减少2370吨、400吨、266吨、240吨。低产区如湖北、安徽、浙江、黑龙江等，2025年第一批钨矿开采指标归零，钨矿供给全面收紧。

除了开采指标收紧，当前钨矿品位下降也是钨矿供应减少的影响因素之一。根据中国钨协统计，2024年至2025年，钨矿原矿平均品位从0.42%下降至0.28%，导致单位精矿开采成本提升至

10万元/吨以上。

目前来看，作为国家战略性稀缺资源，钨上游资源端受到国家开采配额管控、环保监管趋严及在产矿山资源品位自然下降等多种影响，整体供给增速低于需求增速。

钨号称“工业牙齿”，广泛应用于工程机械、金属切削机床、汽车制造、电子信息、航天军工等领域，由于钨的稀缺性和不可替代性，目前其已被世界各国列为重要战略金属，被誉为“高端制造的脊梁”。

“整体来看，用于生产硬质合金刀具的钨，占到钨需求总量的40%以上。硬质合金刀具是一种高性能切削工具，具有高硬度、耐磨性好、切削性能稳定等特点，从数控车床、数控加工中心到车铣复

合机，均有广泛的应用。”华安证券金属新材料分析师许勇其对记者表示。

在军工领域，军用钨材和机械用钨发展迅速，带动了钨需求的上升。此外，近年来，航空航天、工业机器人、医疗器械、半导体等高端领域对钨的需求增量同样明显，成为拉动钨需求增长的新动力。

“比如在国产大飞机C919、歼-20等高端制造领域，都能见到钨的身影。”许勇其进一步表示，长期来看，钨价上涨存在多种因素支撑。

中信证券发布研报称，预计2025年钨行业供需缺口为4679吨，将对钨价形成有力支撑。近日，中钨高新也表示，钨作为国家战略性稀缺资源，供求紧平衡的格局将长期存在，对钨价形成有力支撑。

水泥上市公司多线突围 2025年行业盈利有望显著改善

■本报记者 刘 欢

近期，安徽海螺水泥股份有限公司(以下简称“海螺水泥”)、天山材料股份有限公司(以下简称“天山股份”)、甘肃上峰水泥股份有限公司(以下简称“上峰水泥”)等多家水泥上市公司陆续召开业绩说明会，各公司高管围绕公司2024年、2025年一季度的业绩表现和经营情况等，与投资者展开了深入交流。

从上述公司业绩说明会释放的信号来看，各企业围绕产业链延伸、绿色低碳转型等方向谋篇布局，试图在需求下行等多重压力下，寻找突围与转型的新路径。

企业积极探索应对之策

2024年，全国及各主要消费区域水泥需求均出现接近两位数的降幅，全国规模以上企业的累计水泥产量18.25亿吨，同比下降9.5%(按可比口径)，水泥产量创下十五年以来的最低值。

从企业层面来看，Wind数据显示，2024年，A股市场18家水泥上市公司中，有10家净利润同比下滑。

“水泥市场需求下滑严重，供需矛盾加剧，市场信心缺失，企业生产经营困难，纷纷通过低价恶性竞争抢占市场份额，导致水泥价格持续下降至成本线

附近，行业效益大幅下降。”数字水泥网总裁陈柏林表示。

面对行业需求下行趋势，各企业纷纷制定战略，从降本增效、产业链延伸、绿色发展等维度寻求突破。

其中，多家企业加强成本管控，优化生产流程，降低运营成本。

“推动成本下降是当前水泥企业生存的关键。”上峰水泥董事会秘书瞿辉在回答《证券日报》记者提问时表示，公司一直将成本控制与优化作为生产经营的重点。2024年度，公司建材主业营业成本同比下降9.50%，经营业务综合毛利率26.16%，继续保持行业领先水平。生产成本方面，2024年度公司主产品核心指标中的单吨熟料标准煤耗和电耗持续稳定下降，原料替代和燃料替代等新技术的应用将进一步优化公司成本控制能力。

同时，也有部分企业加快业务拓展与转型，从产业链延伸与业务拓展、绿色发展等方面寻找新的利润增长点。例如，广东塔牌集团股份有限公司(以下简称“塔牌集团”)加快在建固废项目的建设进度和运营管理，公司2024年水泥窑协同处置固废业务实现营业收入和净利润双增长；上峰水泥的股权投资已成为公司的重要业务支撑并已实现稳定利润贡献，其投资的10多家半导体企业都是细分领域头部企业。

此外，技术创新与绿色发展也成为

水泥企业发展的关键方向。例如，塔牌集团计划加大绿色低碳与智能化技术研发投入，推进生产线升级改造；上峰水泥通过余热发电、水泥窑协同处置等措施节能减排，规划以光伏替代传统电力，并制定低碳发展路线图；天山股份建成“双碳”管理体系，制定双碳发展规划，积极向绿色低碳制造服务转型。

行业仍具备增长潜力

进入2025年，水泥行业出现了新的发展态势。一季度呈现“量减、价增、利润改善”等趋势，行业利润有所改善。

Wind数据显示，今年一季度，18家水泥上市公司中，有6家减亏，8家实现净利润同比增长。

“展望2025年全年，水泥行业整体盈利水平有望比2024年出现明显改善。”中国水泥协会会长、中国建材集团董事长周育先表示。

平安证券发布研报称，进入2025年，尽管1月份、2月份淡季价格回落，但受益于煤价持续下行，一季度水泥企业盈利情况延续改善。此外，2月份、3月份长三角地区重新开启了多轮水泥提价，3月份全国散装P.042.5水泥市场价环比上涨11元/吨，同比上涨32元/吨。

多家水泥企业在业绩说明会上表示，公司今年一季度毛利率有所提升。

例如，北京金隅集团股份有限公司一季度综合吨毛利较去年同期提升约40元/吨；唐山冀东水泥股份有限公司一季度水泥熟料综合价格同比上涨20元/吨以上，而成本出现同比下降，毛利率提升明显。

周育先认为，当前国家已经出台了水泥常态化错峰生产的政策和产能置换新政。随着这些政策的扎实落地，将有利于改善供给端，从而使得产品价格维持在社会平均利润率水平。

对于2025年水泥行业的整体展望，多数企业持谨慎乐观态度。

海螺水泥执行董事、总经理李群峰在业绩说明会上表示，尽管水泥行业短期内面临产能过剩、竞争加剧等挑战，但在政策支持、行业整合及技术创新等多方面因素推动下，行业仍具备一定的增长潜力。

天山股份总裁满高鹏在回答《证券日报》记者提问时表示，预计随着国家持续推动房地产市场回稳，以及资金情况预期好转，部分基建项目陆续启动，下半年水泥需求降幅将逐渐收窄。

有券商分析师向《证券日报》记者表示：“若后续政策支持力度加大，推动工程项目加快落地，水泥行业需求端有望展现较强弹性。此外，头部企业经营策略已逐步转向聚焦盈利水平，加之成本管控能力的持续提升，行业盈利水平有望显著改善。”

直击山西汾酒年度股东大会：以实力穿越行业发展周期

■本报记者 刘 钊

5月29日，山西杏花村汾酒厂股份有限公司(以下简称“山西汾酒”)2024年度股东大会在杏花村镇的汾酒会议中心召开。据公司工作人员介绍，本年度股东大会共有包括个人投资者、机构投资者以及券商分析师在内的200余人参会。

根据山西汾酒发布的决议公告，本次股东大会审议的议案均获表决通过。在股东大会后举行的董事会上，新当选的山西汾酒董事武跃飞被选举为公司副董事长。

中高端产品营收增长显著

山西汾酒财报显示，公司2024年实现营业收入360.11亿元，同比增长12.79%；实现归母净利润122.43亿元，同比增长17.29%。同时，公司2024年酒类产销量实现双增长。其中，生产量24.05万千升，同比增长7.25%；销售量22.06万千升，同比增长7.20%。

此外，公司2024年度利润分配预案显示，公司计划向全体股东每10股派发36.00元现金股利(含税)，共计派发现金股利43.92亿元。2024年度累计现金分红总额为73.93亿元，占合并报表中归属于上市公司普通股股东净利润的60.39%。

从具体产品来看，2024年山西汾酒的中高端酒类营收增长显著，省外市场拓展加速。其中，高端产品线“青花”系列营业收入达到265.32亿元，同比增长14.35%，毛利率高达84.45%，同比增加0.36个百分点。

除了山西省内的主阵地外，公司报告期内在省外市场的营业收入达223.74亿元，同比增长13.81%，毛利率为75.30%，同比增加0.88个百分点。公司在省外市场的经销商数量增加598个，达到3718个，显示出强大的市场拓展能力。

与此同时，山西汾酒的全国化与高端化战略稳步推进。据介绍，公司通过“1357+10”市场拓展路径，实现全国化布局，重点开发长江以南市场，提升汾酒、竹叶青酒和杏花村酒三大品牌的影响力和市场竞争力。

山西汾酒董事长袁清茂在会上表示，当前，山西汾酒构建了多元营

销格局。国内市场，公司布局优化，践行“抓青花、强腰部、稳玻汾”路线，用“五码合一”技术赋能，加强经销商优化，扩大汾享礼遇模式，精细化管理渠道。竹叶青酒实施招商育商扶商工程，打造样板市场；杏花村酒强化定位，开展消费者活动，打造电商专属产品，寻求突破。国际化方面，公司走高质量“出海”之路，2024年创汇同比增长五成。

“在当前市场环境，山西汾酒能够通过差异化竞争和多样化产品布局取得这样的业绩，实属难得。同时，这也反映出公司强劲的发展韧性，未来发展前景可期。”前来参会的个人投资者孙先生在现场接受《证券日报》记者采访时表示。

积极面对行业调整周期

当前，中国白酒行业是完全竞争市场，分化日益加剧，市场份额向优势产区、名优酒企和知名品牌持续集中，“马太效应”凸显，高品质、有文化底蕴的白酒产品更受消费者青睐。

对此，山西汾酒董事会秘书许志峰在接受《证券日报》记者采访时表示，公司将积极面对行业调整周期，坚持稳中求进工作总基调，继续保持稳健增长态势。

“总体来看，白酒行业将呈现出从‘追速’到‘求质’的发展态势。稳市场、稳渠道、稳价格正在成为行业共识，结构化、精细化的高质量增长将成为行业主要发展方向。”许志峰进一步表示，随着年轻消费者逐渐成为白酒市场的新生力量，消费迭代将成为推动白酒行业变革的关键，而名优白酒拥有深厚的品牌文化和历史底蕴，在产品上也有严格的保障，这些优势将使名优白酒更容易获得年轻消费群体的认可。

山西汾酒独立董事周培玉表示，山西汾酒是优质企业，发展健康，增长良性、财务稳健、回报可靠，未来成长可期。

会后，一位个人投资者在接受《证券日报》记者采访时表示，虽然目前行业有所调整，但山西汾酒的全国化发展还有很大提升空间。此外，伴随着消费年轻化、公司在国际化方面开始突破，名酒热、清香热、汾酒热还将继续，期待山西汾酒今年会以更高质量的发展实现稳健增长。

千金药业：积蓄创新动能 做大做强女性健康产业

■本报记者 肖 伟

5月29日，株洲千金药业股份有限公司(以下简称“千金药业”)2024年年度股东大会在湖南省株洲市召开。公司董事长蹇顺在会上表示，公司正在积蓄创新的新动能，做大做强女性健康产业，未来将以更好的经营业绩回报股东。

财报显示，虽然受研发投入加大及原材料成本上升等因素影响，导致千金药业2024年业绩承压，但是公司在2025年第一季度实现了业绩增长。2025年一季度，公司实现营业收入10.05亿元，同比增长0.43%，实现归属于上市公司股东的净利润5315.53万元，同比增长15.06%。

蹇顺表示，2025年1月份以来，主要中药原料价格有较大幅度下降，公司已安排采购人员补充战略库存，预计中药原料采购成本可控。此外，公司正持续加大研发投入，预计2025年至2026年，公司将有多个新品上市，为开拓市场奠定良好基础。

数据显示，2024年是千金药业成立以来研发投入最高的一年，全年共计投入2.35亿元，同比增长61.7%。同时，千金药业的研发投入迅速产生了阶段性成果。公司2024年新增产品开发项目56个，新获注册批件3个。全年在研项目达到119个，其中，中药34个、化药81个、衍生品4个。

蹇顺表示，好产品是企业成功的根本，是推动企业发展的第一动力。公司要取得长足的发展，必须重塑产品结构。千金药业一方面充分利用“外脑”资源，加强与院士专家的合作，重点突破辅助生殖、子宫内腺异位领域研发。另一方面加快推动“以客户为中心”的数字化模式转型，建设AI技术开发平台、知识库、数据管理平台等基础设施，实现线上线下融合，内外

部资源融合，持续提升客户体验。千金药业积蓄的创新动能正在逐渐转化为经营动力，推动公司产品销售情况持续向好。

在医药方面，2024年，“妇科千金片/胶囊”作为千金药业的主导产品之一，市场份额占比由18.34%提升到22.53%。“补血益母丸(颗粒)”作为产后恢复中成药，销售规模突破1.8亿元，市场占有率达到10.81%。在卫生用品方面，公司旗下千金净雅品牌卫生用品销售额同比增长12.40%。

会后，蹇顺在接受《证券日报》记者采访时表示，随着消费观念的转变，新消费趋势正深刻影响着女性大健康市场。女性群体更需要缓解压力、保持活力，并满足其对于美的追求。新消费趋势表现为，女性消费者不再仅仅满足于产品的基本功能，而是更加注重个性化、品质化、智能化的消费体验，以及产品所带来的情绪价值和身份认同。

千金药业董事会秘书朱溧表示，为了更好地推动新产品落地，千金药业组建了专门的新消费业务团队，招募了市场营销、产品研发、数据分析等多个领域的专业人才，以确保能够快速响应市场需求，推出符合消费者需求的产品和服务。现在，公司已通过直播电商、头部电商平台等线上渠道实现了全国消费市场的触达。

某券商医药行业首席分析师向《证券日报》记者表示，千金药业在女性健康领域的布局具有一定前瞻性。尤其是在新消费趋势下，公司积极探索产品创新和营销模式变革，有望在竞争激烈的市场中脱颖而出。从行业发展趋势来看，女性大健康市场规模不断扩大，消费者对于健康产品的品质和个性化要求越来越高。公司凭借深厚的品牌底蕴和强大的研发实力，有能力满足市场需求，进一步提升市场份额。