

并购重组进行时

# 钛白粉行业步入调整期 龙头企业迎难上

■本报记者 丁 蓉

Wind数据显示,10月9日,华南市场钛白粉报价1.33万元/吨,与9月末报价持平,仍处于价格周期低谷。近年来,钛白粉价格震荡下行,从2021年6月份的2.04万元/吨降至目前价位,导致钛白粉行业企业经营业绩承压,行业进入深度调整期。“尤其行业里的中小企业,在规模、成本、技术方面竞争力较弱,面临不小经营压力。”一名钛白粉行业从业者的感慨,道出了钛白粉企业当前的困境。

多重挑战下,行业内部分企业积极突围,产业链并购整合提速。受访业内人士认为,并购整合有助于推动钛白粉产业进一步向规模化、集约化发展,促进技术升级,提升产品质量与全球竞争力。

## 下游需求迎来边际好转

近年来,钛白粉行业企业业绩承压,以金浦钛业股份有限公司为例,2022年至2024年,该公司归属于上市公司股东的净利润为连续3年为负,累计亏损超5亿元。2025年上半年,该公司仍未扭亏,归属于上市公司股东的净利润为-1.86亿元。

对于亏损,该公司相关负责人在近期举行的业绩说明会上表示:“受到包括成本高企、需求疲软、低价竞争激烈等因素影响,钛白粉行业正面临内忧外困。”

“近年来,由于供需失衡,钛白粉价格持续探底。”陕西巨丰投资资讯有限责任公司高级投资顾问丁臻宇在接受《证券日报》记者采访时表示,在供应端,前几年行业扩产集中释放,导致竞争加剧;在需求端,钛白粉下游与全球经济紧密关联,近年来全球经济复苏乏力,需求增速放缓,叠加部分领域替代品应用,进一步压制价格,供需两端共同主导当前低迷态势。

今年8月份,行业出现转暖信号,国内多家钛白粉企业发布调价函,形成年内首次大规模涨价潮。这一轮调价主要是行业企业根据市场情况及生产成本变化而采取的应对措施。丁臻宇表示:“钛白粉原料钛矿、硫酸等价格上涨推高生产成本,企业需调价转嫁压力。同时,下

游需求也出现边际好转。”

经过8月份这一轮集体调价,钛白粉价格能否维持上行趋势备受市场关注。广东惠云钛业股份有限公司(以下简称“惠云钛业”)副总经理、副总经理钟燕向《证券日报》记者表示:“钛白粉‘金九银十’行情有望走出震荡偏强走势,但强度和持续性最终将取决于下游真实需求的复苏力度。”

## 头部企业以并购重组破局

在行业困境面前,头部企业积极通过资本运作寻求突围。比如,近一年多来,惠云钛业进行了一系列并购资本运作。

惠云钛业今年9月份发布公告称,本公司已完成收购广南县辰期矿产开发有限责任公司的工商变更登记手续,公司持有辰期矿产70%股权。

此次收购对惠云钛业意义重大,这是该公司向产业链上游延伸的重要举措。钛矿作为钛白粉生产的关键原材料,其价格波动对公司生产成本影响显著。近年来,全球钛矿市场受供需关系、海外地缘政治等因素影响,价格起伏不定。通过此次收购,公司有望减少对外部供应商的依赖,有效提升公司在成本端的竞争力。

事实上,惠云钛业从2024年就已开启布局上游矿产资源的征程。2024年7月份,该公司成功竞得“新疆青河县阿克瓦纳钒钛磁铁矿普查”探矿权,迈出了掌控原材料供应主动权的重要一步。

惠云钛业的并购标的不仅限于上游企业。2025年9月份,该公司收购同为钛白粉生产企业的广西德天化工循环股份有限公司(以下简称“德天化工”)35%股权。惠云钛业称,这是为了有效利用德天化工已有产能,弥补金红石型钛白粉初品的产能缺口,增强在钛白粉行业的综合竞争力。

“从战略发展层面来看,本公司正通过并购整合,构建‘矿产资源—钛白粉生产—客户应用’的完整产业链。从实施效果来看,全产业链贯通使我们在应对市场变化时具备更强的灵活性与适应性,未来公司还将持续优化与深化这一产业链布



局。”惠云钛业副总经理、董事会秘书钟怡向《证券日报》记者表示。

深度科技研究院院长张孝荣在接受《证券日报》记者采访时表示,从市场竞争格局来看,推进全产业链布局,将极大地提升企业在行业中的综合竞争力。

无独有偶,龙佰集团股份有限公司(以下简称“龙佰集团”)也通过并购构建起竞争优势。2014年,该公司收购亨斯迈油墨钛白粉TR52业务,拓展了高端钛白粉市场;2016年,该公司收购四川龙蟒钛业股份有限公司,提升钛白粉总产能;2019年,该公司收购云南冶金新立钛业有限公司,拓展了氯化法钛白粉和海绵钛业务;2020年,龙佰集团入主广东东方锆业科技股份有限公司,形成“钛锆共生,两翼发展”新格局;2022年,该公司收购龙佰武定钛业有限公司钛矿精选厂及高钛渣生产线相关资产,提升钛金属板块专业化经营水平。

“钛白粉行业头部企业通过积极的并购策略,不仅纵向垂直整合,

而且实现横向扩张。从成本控制、产品质量提升、构建循环经济模式等多维度来看,并购整合对钛白粉行业意义重大,未来产业并购重组将持续推进。”张孝荣表示。

## 行业向“价值创造”转型

历经数十年的产能竞赛后,钛白粉行业发展的主旋律,正从“规模扩张”转向“价值创造”。

一方面,持续加码研发,构建技术壁垒,提升高附加值产品。比如,龙佰集团2025年半年报显示,近三年该公司累计投入研发经费超30亿元。其不仅率先掌握了大型沸膈氯化法钛白粉技术,打破了国外几十年的技术壁垒,还攻破世界级难题,实现了超微细粒级钛铁矿回收的工业化应用,提升钒钛磁铁矿综合利用率。

惠云钛业积极开展产学研合作项目,同时积极引进和改良先进技术,连续酸解技术、MVR钛液浓缩技术、硫酸低温余热回收技术等,有

效提升生产效率与资源利用率,降低生产成本。

另一方面,积极实施“出海”策略,持续开拓海外市场。比如,龙佰集团通过在海外建设新工厂,直接贴近终端市场进行生产与销售,并辐射至周边市场,提高品牌在该区域的知名度,有效规避高额反倾销税。龙佰集团方面表示,“出海”战略同时可以整合全球资源,实现优势互补。

中核华原钛白股份有限公司凭借持续保供及产品质量稳定的优势,与多家海外大型客户达成了长期合作的意向。依托与大型下游客户长期稳定的战略合作关系,公司数支定制化产品成为装饰原纸行业龙头企业的一级供应商。公司方面称,未来将借助品牌与市场优势,进一步开拓海外市场业务。

“在产业深度调整的周期低谷,企业通过产业链整合驱动自身迈入发展新阶段,有望构建起坚实‘护城河’,夯实核心竞争力。”张孝荣表示。

# 三部门发布新能源汽车购置税减免新规

■本报记者 刘 钊

10月9日,工业和信息化部、财政部、税务总局发布关于《2026—2027年减免车辆购置税新能源汽车产品技术要求的公告》(以下简称“新规”),提出2026—2027年减免车辆购置税新能源汽车产品技术要求,并明确纯电动乘用车、插电式(含增程式)混合动力乘用车有关技术要求调整等情况。

黄河科技学院客座教授张翔对《证券日报》记者表示,近年来,新能源汽车免征购置税政策的实施,已显著提升公众对新能源行业的认知,减轻消费者购车经济负担,推动销量增长与行业产值上升,为企业提供更多发展资金,加速行业扩张与技术进步。此次新规通过提高技术门槛,将进一步强化政策引导作用,助力新能源汽车产业高质量发展。

此次三部门发布的新规,围绕新

能源汽车关键技术指标作出明确调整,进一步细化纯电动乘用车与插电式(含增程式)混合动力乘用车的准入要求,同时明确目录管理与政策享受规则,让购置税减免政策更具针对性与导向性。

例如,在纯电动乘用车技术要求方面,新规提出,纯电动乘用车百公里电能消耗量需不高于《电动汽车能量消耗量限值第1部分:乘用车》(GB 36980.1—2025)对应车型的电能消耗量限值。值得关注的是,对于最大设计总质量超过3500kg的乘用车,其电能消耗量限值将参照该标准中最大设计总质量为3500kg乘用车的限值执行,这一调整将倒逼车企在电池管理效率、整车轻量化设计、风阻优化等方面加大研发投入,推动纯电动车型向更“省电”的方向升级。

插电式(含增程式)混合动力乘用车的技术要求调整则更为细致,涵

盖纯电动续驶里程、不同模式下的能耗表现等多个维度。其中,纯电动续驶里程需满足有条件的等效全电里程不低于100公里,进一步保障了混动车型的纯电出行能力;在电量保持模式试验的燃料消耗量(不含电能转化的燃料消耗量)方面,整備质量2510kg以下的乘用车需低于《乘用车燃料消耗量限值》(GB 19578—2024)对应车型限值的70%,2510kg及以上的乘用车需低于75%;电量消耗模式试验的电能消耗量上,整備质量2510kg以下的乘用车需低于《电动汽车能量消耗量限值第1部分:乘用车》(GB 36980.1—2025)对应车型限值的140%,2510kg及以上的乘用车需低于145%,且非汽柴油混动车型的燃料消耗量不作要求。

我国新能源汽车免征购置税政策最早可追溯至2014年,此后历经多次延期,为行业发展提供了持续的政策支持。此次三部门发布的新规,是

对前期政策的延续与升级,通过提高技术门槛,进一步发挥政策指挥棒作用,推动新能源汽车产业实现更高质量发展。

从行业发展现状来看,我国新能源汽车产业已形成显著的规模优势。中国汽车工业协会数据显示,2025年前8个月,新能源汽车产销分别完成962.5万辆和962万辆,同比分别增长37.3%和36.7%,新能源汽车新车销量达到汽车新车总销量的45.5%,距离“50%关键节点”仅一步之遥。在此背景下,新规的出台是顺应行业发展阶段、解决行业潜在问题的重要举措。

北方工业大学教授、汽车产业创新研究中心主任纪雪洪在接受《证券日报》记者采访时表示,从政策目的来看,此次新规的发布主要有四大核心目标。其一,推动技术进步与产业升级。通过提高技术门槛,“倒逼”新能源汽车企加大研发投入,加速行业技

术迭代与产业升级进程。其二,优化市场竞争环境。防止技术含量低、品质差的车型凭借价格优势挤压优质车企的市场空间,营造公平有序的市场竞争氛围。其三,引导理性消费,保护消费者权益。新规引导消费者购买技术更成熟、安全性更高的优质新能源汽车。其四,平稳推进政策退出。新能源汽车购置税减免政策并非长久之计,通过逐步提高技术门槛,为市场与车企提供清晰的预期与充足的过渡期,助力新能源汽车行业实现“软着陆”。

“对新能源汽车企而言,新规既是挑战也是机遇。”纪雪洪表示,对于技术储备不足的车企,将面临巨大压力,需加速技术迭代以确保主力车型获得购置税减免资格,否则可能面临销量下滑的风险;而对于技术领先的车企而言,新规将成为巩固市场地位的契机,进一步扩大市场优势。

这也意味着,影视公司应当跳出传统的思路,改变策略,积极应对。“不应将AI视为威胁,而应积极拥抱,将其作为降本增效的工具。”刘正山表示,例如,利用AI进行前期剧本评估、概念设计、分镜绘制、特效预演等,大幅缩短制作周期。

武汉两点十分文化传播有限公司曾制作《谷因南亭》等多部国产动画,该公司相关负责人向《证券日报》记者表示,Sora2的突破令人兴奋。“它不仅是效率工具,更像一个‘创意伙伴’,能帮我们把前期视觉开发做得更快更好。我们相信,主动拥抱新技术,将是驱动内容范式升级的关键。”

## 数字技术加持 宠物消费迎新场景

■本报记者 刘 欢

李薇的手机屏幕上,她的金毛犬Lucky正叼着玩具球在客厅里踱步,一行分析结果悄然弹出:“当前行为表征:精力充沛,有强烈玩耍需求。”数百公里外,正在度假的李薇轻点屏幕,智能玩具球立刻自动滚动起来,Lucky兴奋地扑了上去。

事实上,如今这样的场景并不鲜见。它是宠物经济获得数字技术深度赋能的真实写照,也是数字消费创新发展的生动注脚。

日前,商务部等八部门联合印发《关于大力发展数字消费共创数字时代美好生活的指导意见》,旨在扩大数字消费多元化供给,创新和丰富数字消费场景,激发和增强社会经济活力。据《证券日报》记者了解,从情感陪伴到健康管理,再从传统服务到产业升级,数字技术已渗透至宠物经济方方面面。

## “智能养宠”受追捧

国庆中秋假期,李薇外出旅游6天,为了让独自回家的Lucky得到更好的照料,她特意添置了一台可移动宠物摄像头。“通过手机,我不仅能远程追踪Lucky的实时动态,还能进行双向通话,查看录像回放,甚至用附带的智能玩具球与它互动。”李薇说。

国庆中秋假期返乡的杨威也置办了一整套智能设备,包括喂食器、饮水机和猫砂盆,这套装备覆盖了宠物“吃喝拉撒”的基础需求——喂食器能定时定量出粮,饮水机可持续过滤保持水质,猫砂盆则自动清理排泄物并记录如厕数据。

苏商银行特约研究员付一夫在接受《证券日报》记者采访时表示:“目前,年轻养宠群体日益扩大,其更愿意接受科技产品并具备消费能力,加上社交平台对智能养宠场景的持续教育,共同激发了消费意愿。”

电商平台数据印证了这一趋势。标有“长假无忧”“出行必备”的智能宠物用品销量在国庆中秋假期之前的半个月就持续走高,价格则从几百元到几千元不等。

“消费者愿意消费智能设备,本质上是产品功能与情感解决方案的结合付费。”北京科方得科技发展有限公司研究负责人张新原向《证券日报》记者表示,“这些设备不仅提供便利和安心,缓解主人因工作或旅行无法陪伴宠物的焦虑,同时满足了对宠物健康管理的深度需求。”

数字技术对宠物经济的重构远不止于基础看护。在兰州城关区的一家宠物医院,值班医生向记者演示了AI辅助诊断系统的工作流程。当一只柯基犬的X光片被上传至云端,短短三秒内,系统就自动标记出疑似髌关节发育不良的区域,并提供了相似病例的治愈率数据参考。“过去读片全靠医生个人经验,现在AI能实现像素级分析。”值班医生指着屏幕上的高亮区域解释,这套系统已学习超过百万张标注影像,对常见骨科疾病的识别准确率达到95%以上,不仅大幅提升了诊断效率,还能帮助年轻兽医规避经验不足导致的误判。

除了宠物医疗健康,萤石网络股份有限公司公开资料显示,该公司推出的趣味养宠AI智能体,不仅能够为宠物做健康监测,还能实现远程视频剪辑、宠物身份识别等,为家庭提供全方位的养宠解决方案。

在保险行业,人工智能与大数据技术正在重塑宠物保险作业模式。某保险公司“宠物险”相关负责人向《证券日报》记者介绍:“在核保环节,可以通过宠物鼻纹识别、基因检测等技术建立‘数字身份证’,解决身份认证难题;在理赔环节,AI影像识别技术实现病历自动审核,将理赔周期缩短。”

## 发展瓶颈犹在

从市场规模看,近年来伴随着养宠观念的变化,“科学养宠”“精细化养宠”成为潮流,智能养宠、科技养宠促使宠物智能用品行业展现出强劲的增长势头。尽管AI赋能宠物经济前景广阔,但在调研中,记者也发现了一些亟待解决的问题。

“技术瓶颈、数据安全与隐私保护、市场同质化竞争等问题均是宠物智能产业发展所面临的挑战。”福建华策品牌定位咨询创始人詹军豪在接受《证券日报》记者采访时表示。

技术瓶颈首当其冲。宠物品类、品种的多样性对AI模型的泛化能力提出了极高要求。一套针对柯基犬训练的行为模型,可能完全无法理解暹罗猫的行为逻辑。不同物种间的行为差异巨大,需要大量针对性训练数据,这些都成为技术普及的主要障碍。

数据隐私同样是行业关注的焦点。宠物生物特征、行为数据、健康信息的所有权归属问题,目前仍处于法律灰色地带。一旦这些数据被滥用或泄露,不仅侵犯隐私权,还可能被用于宠物诈骗等新型犯罪。

此外,当前市场上部分产品噱头大于实效,一些所谓的“AI功能”仅是简单的逻辑判断,严重消耗了用户信任。如何让技术真正解决用户痛点,是整个行业需要思考的问题。

价格门槛也是阻碍技术普及的因素之一。目前高端智能宠物设备动辄数千元,如何通过技术创新降低成本,是行业市场规模扩大的关键。

尽管面临种种挑战,行业的未来依然令人期待。受访专家普遍认为,下一步,宠物智能产业发展的关键是将碎片化的AI应用整合成系统化解决方案,打造覆盖宠物全生命周期的数字服务体系。

# 生成式AI再向影视业发起挑战

■本报记者 李豪悦

10月9日,灯塔研究院发布的《2025年国庆档电影市场洞察报告》显示,2025年国庆档因缺少强势头部影片导致档期集中度下滑,国庆档票房排名前三影片合计票房贡献60%,为2016年以来最低,档期冠军票房贡献仅有25%。

而另一边,生成式AI正向影视行业发起挑战。日前,OpenAI推出的视频生成模型Sora2席卷全球。与前一版本相比,Sora2在物理上更准确、更逼真、更可控,并实现了同步生成音频和对话的能力。

2024年2月份,初代Sora发布后,不少传统影视工作者曾向《证券日报》记者表示,AI对于影视行业远远谈不上“颠覆”,想要实现院线级别商业化变现还需要时间。

一年多时间过去,影视行业对于Sora2的态度早已转变。据悉,Sora2首次实现了原生的音视频同步生成,并引入了真实物理引擎,能模拟浮力、碰撞等效果,使生成内容更加逼真。

“若达到这种水准,Sora2将直接挑战传统电影工业的高成本、长周期模式。这预示着未来电影制作的‘成本曲线’将被改写,大量中等成本的影视项目可能被AI高效替代。”北京

电影学院国家电影智库常务副秘书长刘正山向记者表示。

近年来,国产电影制作的高成本、长周期模式引发业内关注。在今年6月份的上海国际电影节上,万达电影股份有限公司董事长兼总裁陈祉希表示,电影工业标准提升使制作周期从1年至1.5年延长至3年以上,导致内容供给减少;光线传媒股份有限公司董事长王长田则提到,近几年行业非常大的问题就是电影的成本上升太快,而我们的市场还没有能力去消化。

不仅仅是国内,比中国电影投资成本更高、制作周期更长的好莱坞正

在面临票房逐年下滑的困境。2023年至2025年,北美票房分别为88.9亿美元、86.24亿美元和68.17亿美元(截至10月8日)。而在2020年之前,北美票房都稳定在100亿美元之上。

刘正山认为,Sora2等AI对中国电影的冲击体现在两方面:其一,AI技术的普及将加剧内容竞争,对依赖传统制作模式、缺乏核心创意的公司构成生存压力;其二,AI也为中国电影提供了“赶超”的机遇,中国拥有丰富的文化IP和庞大的市场,若能将其作为强大的创作工具,快速、低成本地将优质IP转化为影视内容,有望在全球市场形成差异化竞争力。