

锂资源供应偏紧 行业竞争趋向综合能力比拼

■本报记者 曹琦

据江西省自然资源厅最新公示,近日宜春地区四家核心锂云母矿已完成采矿权出让收益评估报告公示。经多方消息确认,上述四家矿山预计于2026年5月份起全面停产,并启动主矿种由“陶瓷土”变更为“锂矿”的换证审批流程。

4月10日,《证券日报》记者深入宜春一线调研,一位当地矿企负责人告诉记者:“宜春地区准备换证的这些企业,正集中开展开采,提前消耗本年度额度。若企业能在明年上半年完成换证手续,则对企业今年和明年累计总产量的影响整体可控。”

有业内人士认为,上述举措将进一步收紧本已偏紧的锂资源供应。

供应紧张逐步显现

上游资源是锂电产业链的“基石”,锂作为“白色石油”占电池成本的15%至20%,其价格波动更是成为产业链景气度的“晴雨表”,主导着行业的周期走向。

进入2026年二季度,此前市场预期的锂资源供应偏紧正从预期转为现实,二季度以来锂资源端供应紧张态势已逐步显现。截至4月10日,碳酸锂价格较2025年低点反弹超170%。

本轮价格上涨主要是因为全球第二大锂出口国津巴布韦出台的锂矿出口禁令,叠加海外锂矿产进度延后,打破了原本宽松的供给格局。与此同时,国内政策层面持续加码,新矿产资源法将锂矿纳入战略性矿产目录实行统一管理,宜春等地规范锂矿权管理,推动供给端“反内卷”,进一步优化了资源供给结构。

据了解,此次涉及停产换证的

四家矿山,是宜春地区八矿整改名单中的第二批企业。此前,宜春地区的一些主要锂矿长期以陶瓷土(高岭土)矿种名义获批开采,实际主产高价值锂云母资源。

随着2025年7月份修订的新矿产资源法正式实施,锂被明确确定为战略性独立矿种,监管层要求开采矿种必须与实际一致。国家审计署亦指出宜春部分矿权存在“证矿不符、越权审批”等问题。为彻底整改,上述矿山必须将主矿种变更为“锂矿”,并补缴历史开采的锂资源出让收益。

记者了解到,当前全球锂产业链库存已降至历史低位,成为放大供应紧张的关键变量。据上海钢联数据,国内电池级碳酸锂社会总库存从2025年10月份的13.3万吨降至2026年3月中旬的9.89万吨,库存周转天数仅27.8天,低于行业安全线。

此次四矿停产,是宜春锂云母产区的又一轮集中供应收缩。

有宜春当地锂矿企业相关负责人表示,宜春的八个矿合计年产能约20万吨LCE(碳酸锂当量),占全国锂云母产能超80%,2026年全球锂供应量的6%左右。本次停产的四矿产能占比大,月均供应量预计6000吨LCE,若库存消耗完后预计对供给有显著影响。

“经过前两年的深度调整,锂行业市场竞争早已从单纯的产能扩张,转向资源掌控能力、成本控制能力与抗风险能力的综合较量。在此背景下,锂资源自给率成为企业核心竞争力,头部企业凭借全球优质矿权布局与技术突破,筑牢成本优势,在行业周期波动中占据主动,也进一步拉开了与中小企业的差距。”国际智能运载科技协会秘

书长张翔表示。

值得一提的是,当前全球优质、低成本、可规模化开采的锂矿资源,已被国际巨头与中国头部企业长期锁定。以天齐锂业、赣锋锂业、雅保公司为代表的头部企业,不惜重金直接收购、控股核心矿山。例如,赣锋锂业耗资6亿多美元收购非洲马里Goulamina锂矿(全球第二大锂矿)100%股权;天齐锂业通过收购股权,锁定格林布什矿的稳定供应,从而确保对资源的绝对控制权。

“优质矿”品位高、开采成本低,能够显著降低企业综合原料成本,形成天然的成本护城河。与此同时,头部企业持续加大国内资源开发力度,在四川锂辉石、江西锂云母等资源方面加大投入,推动境内外资源互补,进一步提升整体资源自给率,从源头保障产业链供应链稳定。未来,优质矿权的稀缺性与不可复制性,正构筑起行业最深的护城河,推动锂产业加速进入“资源为王、强者恒强”的时代。”张翔表示。

头部企业成本优势凸显

除了资源端的全球化布局,头部企业还将技术突破作为巩固成本优势的重要抓手,持续攻关盐湖提锂、锂云母高效分选、直接沉淀法等关键技术,大幅提升资源综合利用效率与产品品质。

“针对我国盐湖高镁锂比特点,国内企业创新性提出吸附法、电渗析法等工艺,实现一步法提取电池级碳酸锂。与此同时,当前江西宜春地区锂云母提锂技术迭代至第四代,进一步降低能耗和成本,提升锂回收率。”五矿期货相关负责人向记者表示。

上述五矿期货相关负责人称,未来那些手握优质资源、掌握核心技术的头部企业,将凭借高自给率构筑起强大的成本壁垒,在周期波动中保持稳健经营,并依托资金、渠道与技术优势持续整合行业资源,

推动行业集中度进一步提升。

短期仍依赖进口

目前,我国锂资源产业仍然面临一些问题,如资源对外依存度高,长期处于70%至80%的高位,是新能源产业链最突出的“卡脖子”环节之一。尽管近年国内勘探取得重大突破,但短期仍难以改变高度依赖进口的格局。

与此同时,上游资源开发与中游冶炼产能错配,中游材料与下游电池、整车需求衔接不紧密,关键技术攻关“散、弱、慢”,导致产业链效率偏低、抗风险能力不足等问题依然严峻。

要解决上述问题,构建上下游协同联动,建立稳定供需共同体变得愈发重要。

多位业内人士一致表示,一方面产业链应建立“产能互配、价格联动、风险共担”机制,缓解供需错配与价格大幅波动。例如,电池企业与资源企业联合开发矿山、共建锂盐产能,整车企业与锂企业锁定长期锂资源供应,保障产业链稳定运行。

另一方面,产业链上下游应共同打造“资源—生产—应用—回收—再生”的闭环生态,以产业协同破局回收痛点,构建全生命周期价值链,在保障锂资源安全的同时,实现绿色低碳发展。

2026年4月1日,《新能源汽车废旧动力电池回收和综合利用管理暂行办法》正式施行。新规明确“车企首责、电池企业连带”的责任体系,要求镍钴锰综合回收率不低于98%、锂回收率不低于85%,并实行“车电一体报废”与全生命周期溯源管理。

在此背景下,单打独斗的回收模式难以维系,产业链上下游协同成为合规运营、降本增效的核心路径。

真锂研究创始人墨柯表示:“回

收不是单一环节的生意,产业协同也不仅是主体联合,更推动技术协同、渠道协同、标准协同深度融合,激活回收产业效能。技术层面,电池企业应在研发阶段植入‘回收基因’,采用模块化、易拆解设计,配合回收企业开发高效工艺;渠道层面,供销合作社网络、车企4S店、电池企业服务站、回收企业网点应实现互联互通。”

新兴需求多点开花

今年以来,锂电池行业已告别新能源汽车“单轮驱动”时代,进入储能、电动重卡、AI数据中心、低空经济、固态电池等新兴需求多点开花的新阶段,成为锂价上行与行业复苏的核心动力。

其中,储能是当前锂行业最强增长引擎,增速远超电动车,需求刚性、价格韧性较强,叠加AI新场景,储能正系统性地重塑锂行业供需格局。

多家机构预计,今年储能领域将迎来爆发式增长。与此同时,动力电池领域呈现结构性变化,重卡、船舶等新应用场景崛起。

“我们近几个月的储能订单量很大,已经排到了几个月以后,海外储能订单甚至排到了下半年。”江苏一家锂矿企业相关负责人告诉记者,“在动力电池领域,公司订单主要来自重卡,且需求还在持续增长。”

上海钢联电子商务股份有限公司高级研究员方李喆表示:“对于锂行业来说,2026年将成为格局重构和创新突围的关键节点,唯有突破核心技术瓶颈,保障资源安全,推动绿色低碳发展,才能在全球能源转型中发挥核心作用。”

方李喆认为,未来锂行业的竞争不仅仅取决于产能,更是核心技术、成本控制、供应链安全和全球化运营等综合能力的比拼。

匹克球兴起
新兴赛事如何激活体育消费

■本报记者 张晓玉

4月9日晚,2026年JOOLA匹克球明星表演赛在北京国家网球中心钻石球场正式落下帷幕。匹克球这项新兴运动迎来在中国的“高光时刻”。而在其背后,赛事经济正成为激活体育消费的新引擎。

据了解,在中国网球协会的推动下,中国匹克球赛事体系实现从无到有,从少到多,从基层到高端的跨越式发展,构建起覆盖全民、分层分级、多元融合的赛事矩阵,以赛事经济撬动产业增长。

2024年3月份,中国网球协会推出核心赛事IP——中国匹克球巡回赛(CPC)及配套积分体系,打造从国家到省市区县、竞技性与群众性并存、全年龄段衔接的竞赛生态。短短两年间,CPC赛事规模呈指数级增长,从2024年的80站/年飙升至2026年计划600余站/年。

除CPC外,中国网球协会还推出了代表全国最高水平的锦标赛、面向国际和国内高水平选手的冠军赛、匹克球与网球融合的双拍赛,老少皆宜的社区运动会等赛事,形成从基层普及到专业竞技、从全民参与到国际交流的完整赛事链条,满足不同人群的参与需求。

顶级赛事的落地,进一步提升了中国匹克球运动的国际影响力与商业价值。

锋体育推广有限公司CEO、二环文化产业有限公司总经理封致对《证券日报》记者表示:“2024年初,公司开始布局匹克球。此后,举办的PPA亚洲职业匹克球巡回赛香港公开赛2025,受到了广泛好评。今年,公司还有两场顶级的匹克球国际赛事,一场是5月底在中国澳门举办的公开赛,一场是10月份在中国香港举办的世界大满贯赛。”

近年来,中国匹克球运动迎来蓬勃发展的黄金机遇期。在2025年国务院办公厅印发《关于释放体育消费潜力进一步促进体育产业高质量发展的意见》提出“丰富体育赛事活动”“支持新兴体育项目赛事活动健康规范开展”的基础上,国家体育总局正式将匹克球与乒乓球、游泳等传统项目一起列为2026年第二届全国全民健身大赛总决赛规定项目。中国网球协会副秘书长孙文兵告诉记者表示,此举标志着匹克球不再是少数人的“小众运动”,而是全民健身的新选择、体育消费的新热点。

孙文兵介绍,作为匹克球运动主管机构,中国网球协会先后出台《中国匹克球运动竞赛规则》《中国匹克球积分排名管理办法》,并制定球、球拍、场地三项团体标准,开展器材认证工作,填补国内匹克球赛事与器材标准空白,推动行业规范化、标准化发展。

据了解,在人才培养层面,中国网球协会建立健全裁判员、教练员培训体系,2025年新增各级裁判员2334人,较2024年增长近6倍;推出A、B、C、D级教练员培训体系,年均开展培训40站,报名人数远超录取规模,为行业发展储备专业人才。

洁雅股份去年净利润
同比增长296.97%

■本报记者 徐一鸣

4月10日,洁雅股份发布2025年年度报告,报告期内,该公司实现营业收入7.72亿元,同比增长41.02%;归属于上市公司股东的净利润为7726.98万元,同比增长296.97%。

作为国内湿巾类领域的头部企业,洁雅股份在海外市场的快速发展与内部降本增效双重驱动,是此次业绩表现良好的关键。

2025年,该公司境外销售收入达5.20亿元,同比增长99.00%,占营收比重为67.30%。

上海大学悉尼工商学院讲师王雨婷对《证券日报》记者表示,洁雅股份海外订单的大幅增长,一方面源于公司与国际知名品牌客户合作的深化,产品品质与交付能力获得全球市场认可;另一方面,得益于公司近年来持续推进的全球化布局,产能适配海外需求,供应链响应速度提升,成功抢占了海外湿巾、护理用品的市场份额。

值得一提的是,为进一步拓展海外布局,提升全球市场竞争力,洁雅股份拟与全资子公司洁雅投资(铜陵)有限公司共同在埃及设立子公司埃及洁雅卫生用品公司(暂定名,最终以当地核准登记为准)并投资建设一次性卫生用品生产基地,项目预计总投资约人民币4.67亿元(最终以项目建设实际投资额为准)。

洁雅股份表示,通过在埃及设厂,公司将更好地贴近海外市场需求,降低物流成本,提升交付效率,增强公司产品国际竞争力。

内部降本增效则进一步丰厚洁雅股份净利润。2025年,该公司销售费用同比下降32.42%,主要因咨询费、市场推广广告费等缩减,而研发费用同比增长37.67%至2819.09万元,在降本的同时持续加大技术投入,为产品迭代与客户拓展提供支撑。此外,经营活动现金流净额为9917.03万元,同比增长32.02%。

基于良好的业绩表现,公司推出利润分配预案:拟以总股本1.13亿股为基数,每10股派发现金红利1.5元(含税),积极回馈股东。

前海开源基金首席经济学家杨德龙对《证券日报》记者表示,2025年,洁雅股份海外业务快速发展,盈利大幅增长,通过现金分红,既彰显了管理层对当前经营基本面的信心,也体现了该公司稳健的财务策略与回报股东的责任意识。

王雨婷表示,短期来看,海外需求的持续释放与产能利用率的提升,有望支撑该公司业绩持续增长态势。长期而言,该公司需在巩固海外代工优势的同时,加快国内产品结构调整,推进自有品牌培育,平衡内外销布局,同时强化研发创新与成本管控,应对行业竞争与外部风险挑战。

深圳玩具展AI专区排长队 国潮产品“出海”忙

■本报记者 王镜茹

在灯光交错的展间,孩童与机器互动的欢笑声此起彼伏:有人举起“拍学机”对准展品轻轻一扫,屏幕随即呈现出详尽的百科知识;有人蹲在地上与一只“会长”的AI宠物狗对话,尝试训练新指令;还有不少家长围在展台前,反复询问产品的学习功能与数据安全……科技与童真在此碰撞,勾勒出玩具产业智能化、全球化的崭新轮廓。

4月9日至11日,2026深圳玩具展在深圳国际会展中心(宝安区)举办。作为全球头部玩具与潮玩专业展,本届展会依托广东完善的制造业基础,规模持续扩容、品类全面升级,不仅是全球玩具行业的交流盛宴,更成为观察新质生产力赋能传统产业、AI技术落地消费场景的重要窗口,也是“中国制造”到“中国智造”跨越式发展的一个生动缩影。

“AI+童趣”从单向输出到多模态交互

4月10日,《证券日报》记者早早来到展会现场,只见11号馆AI智能玩具专区入口已排起长队,不少参观者拖着展箱等候入场,还有不少国际团队穿梭其间,洽谈氛围热烈。

步入展厅,在上千平方米的展区内,各类色彩鲜明、功能多元的AI智能玩具集中亮相。这里不仅汇聚了实丰文化发展股份有限公司(以下简称“实丰文化”)、深圳市唯味博士科技有限公司(以下简称“唯味博士”)等行业领军企业,更集结了AI解决方案、产品设计、跨境“出海”服务等产业链上下游企业。现场人气爆棚、人声鼎沸,不少商家手持麦克风与客商高效沟通,尽显行业火热态势。

“从去年开始,行业发生了翻天覆地的变化。”一位多次参展的采购商坦言,如今的玩具早已跳出传统发声、发光的单一模式,依托语音识别、多模态交互等技术,可实现精准对话、深度互动,让孩子获得更沉浸、更具参与感的玩乐体验。

在实丰文化展台前,一只可灵活摆动耳朵的“AI飞兔”吸引大量观众驻足。简单对话后,它便能



图①观众试用参展产品
图③AI玩具展区人潮涌动

图②外商咨询产品细节
王镜茹/摄

拿起麦克风为小朋友即兴演唱。

“它不仅是玩具,更像是孩子进入AI世界的一个入口。”现场工作人员向《证券日报》记者介绍,作为实丰文化的明星产品,“AI飞兔”内嵌性格系统、记忆系统及用户画像系统,可在与孩子的持续交互中,形成差异化“成长路径”,实现“千人千面”的陪伴体验;同时,通过故事共创、正向引导等方式,帮助孩子在日常场景中表达与思考。

在唯味博士展台,不少家长正兴致勃勃地体验AI拍照。一位家长告诉记者,现在的玩具确实更聪明了,随手一拍就能进行科普和英语讲解,这种边玩边学的模式,对孩子很有吸引力。

唯味博士品牌负责人向《证券日报》记者表示:“作为专注于儿童AI启蒙的品牌,公司参展带来了专为3岁以上儿童打造的AI拍学机Cap轻巧版新品,其形态类似儿童相机,搭载自研多模态大模型,可将日常拍摄内容实时转化为学习素材并进行讲解,形成‘拍摄—识别—学习’的闭环体验。”

作为AI技术快速落地、直达C

端用户的核心载体,玩具行业正迎来黄金发展期。京东集团股份有限公司与深圳市玩具行业协会联合发布的《AI玩具消费趋势白皮书》预计,到2030年,AI玩具全球市场规模将突破百亿元。

艾媒咨询最新发布的《2026年中国AI玩具行业发展状况与消费行为调查数据》数据显示,2019年至2025年,中国人工智能市场规模从1372亿元增长至10457亿元,其迅猛扩容为AI玩具行业的技术迭代、供应链完善、消费普及与产业升级提供了坚实支撑与强劲动力。

广东省玩具协会会长陈黄漫表示:“玩具行业本身具有创意驱动、对热点敏感的特点。自生成式人工智能兴起以来,企业已在设计、生产等多个环节引入AI,例如在设计阶段生成产品草图、包装视觉元素等,推动产业效率提升与创新加速。”

“出海”加速 玩具产业迈向全球化竞争

在AI技术深度赋能的同时,“出海”成为本届展会另一核心关键词,中国玩具正以“科技+文化”

双轮驱动,获得全球订单,开启全球竞争新征程。在12号馆、14号馆、16号馆的潮玩展区内,大量融入传统文化与东方美学的产品集中亮相。无论是融合岭南醒狮元素的原创盲盒,还是叠加非遗刺绣、传统纹样设计的毛绒玩具,均为海外买家重点关注的热门品类。

一家来自广东省汕头市的参展企业负责人向《证券日报》记者透露,该公司AI编程积木系列在开展仅两小时内便接待超过20组海外客户咨询,客户不仅关注产品本身,更看重内容持续更新能力与系统迭代能力,目前正与海外渠道商推进合作细节。

主办方数据显示,本届展会共有来自52个国家和地区的海外买家预订到场,同比增长137.5%,其中北美、欧洲及东南亚买家占比超过60%。多家参展企业在展会首日即达成百万元级意向订单。

中国AI玩具的全球竞争力持续凸显。在此背景下,玩具行业的竞争逻辑正悄然变化,由过去依赖成本与制造优势,逐步转向以算法能力、数据沉淀及用户情感连接为

核心的综合竞争力。

实丰文化副总经理时杰在接受《证券日报》记者采访时表示:“‘出海’不仅是语言层面的调整,更涉及文化与合规适配。大模型的核心在于数据,目前公司已针对不同文化背景开发定制化AI模型,并进入内测阶段;在部分特殊场景中,则采用小模型以提升效率与安全性。”

广州艾媒数据信息咨询有限公司CEO张毅对《证券日报》记者表示:“AI玩具行业将呈现阶段性发展路径,初期有望在IP及传统玩具领域诞生头部企业。进入成长期后,竞争将向电子制造与算法能力倾斜。在成熟阶段,具备情感交互能力的类机器人产品,或成为重要形态。”

从深圳展会的火热现场,到全球市场的广阔蓝海,中国玩具产业正以AI为翼完成从传统制造到智能创造的华丽转身。