

产品提价难抵原料涨势 轮胎行业盈利承压

■本报记者 冯雨瑶

今年以来,轮胎行业接连出现多轮提价。《证券日报》记者不完全统计发现,9月以来,已有80余家企业累计发布超100份涨价函,调价覆盖全钢胎、半钢胎、工程胎等品类,主流涨幅位于2%至5%区间,部分规格涨幅达6%。这已是轮胎行业年内掀起的第四轮涨价潮。

例如,仅10月19日一天,就有多家企业发布涨价函。广州万力轮胎发展有限公司宣布,10月23日起半钢内销产品涨价2%至5%,并提示不排除后续继续调价;双钱集团(重庆)轮胎有限公司则定于10月26日,旗下所有品牌上调3%至5%。此外,邯鄹一家轮胎经销商通知,自10月22日零时起,全规格轮胎上调50元/条至150元/条。

中国橡胶工业协会副秘书长朱红表示,2026年原材料涨价对橡胶行业形成冲击。天然橡胶、合成橡胶、炭黑三大主要原料价格同步冲高,合计占轮胎成本超过60%,原材料整体占生产成本70%以上;截至9月底,半钢胎、全钢胎原材料成本指数均同比上涨约25%。

10月21日,生意社数据显示,天然橡胶基准价为19341.67元/吨,与本月初的19100.00元/吨相比,上

涨1.27%,价格再创阶段新高。炭黑维持高位运行,当日基准价为10807.14元/吨。

值得注意的是,当前,轮胎行业的原料成本涨幅已跑赢相关产品售价涨幅。“尤其是摩托车轮胎企业,对成本更敏感。”朱红提到,小规格、低帘布层数产品天然橡胶占比高,通勤及中小排量胎竞争激烈,终端与整车配套涨价滞后,2%至5%的提价难以覆盖成本。

“本轮涨价核心原因是成本被动推升,而非终端需求驱动。”巨丰投顾高级投资顾问丁臻宇对《证券日报》记者表示,当前,原料涨幅明显超过轮胎企业的提价幅度,而渠道库存偏高、终端采购偏刚需,经销商议价能力增强,导致实际成交价难同步上行。叠加中小企业为保市场份额进行压价,价格传导滞后1个月至2个月,涨价整体存在滞后性。

卓创资讯预计,10月全钢轮胎综合需求走弱。配套端,受9月旺季高基数、国庆假期生产天数减少、前置订单交付、渠道去库、新车订单收缩等因素影响,商用车产量环比或下滑,配套需求随之回落;替换端,尽管高位原料带来涨价预期,对拿货存在一定支撑,但渠道前期备货充足,终端消耗慢,库存偏高,叠加季节性走弱,涨价落地,替换需求量预计难及9月。



9月以来
已有80余家企业累计发布超100份涨价函,调价覆盖全钢胎、半钢胎、工程胎等品类,主流涨幅位于2%至5%区间,部分规格涨幅达6%

图片素材来源:视觉中国

据隆众资讯监测,1月至10月全钢轮胎原材料成本指数平均值为13646.69,同比上涨9.78%。目前轮胎原材料成本远高于去年平均水平,行业利润继续承压。进入10月,各企业轮胎产品价格有不同程度上调,行业利润将有所修复,但短期仍难扭转亏损态势。

隆众资讯轮胎行业分析师崔

婷婷对《证券日报》记者表示,目前,半钢轮胎配套、出口、替换三大市场需求均承压,叠加新增产能释放,整体市场竞争加剧。配套端,乘用车增长红利减退,配套需求难现高增;出品端,原材料价格高企,价格优势减弱,出口增长空间受限;替换端,传统淡旺季特征继续弱化,终端刚需支撑不足,行业产能持续释放将进一步加剧

市场竞争。“后续行情更多受库存水平、价格策略影响,整体需求端缺乏强驱动力,半钢胎企业产销压力增加。”

丁臻宇表示,预计四季度轮胎需求仍弱,轮胎企业盈利修复滞后。“明年若原料价格回落、海外产能承接订单、新能源配套与替换需求释放,轮胎行业有望逐步修复,但节奏仍需观察。”

锂价抬升 锂企前三季度业绩整体向好

■本报记者 舒娅疆

近日,A股锂行业多家上市公司相继披露2026年三季报或前三季度业绩预告,业绩整体向好。其中,锂价上行是锂企前三季度实现业绩同比增长的重要原因。

具体来看,10月20日晚间,天齐锂业股份有限公司(以下简称“天齐锂业”)发布2026年前三季度业绩预告,公司预计2026年前三季度实现归属于上市公司股东的净利润51亿元至60亿元,同比增长2734.97%至3235.26%。

江西赣锋锂业集团股份有限公司(以下简称“赣锋锂业”)日前

发布的三季报显示,该公司在前三季度实现营业收入、归属于上市公司股东的净利润分别同比增长147.24%、19540.5%。

上述两家龙头企业均在公告中提及,相关锂产品的售价同比增长,对企业业绩增长带来了积极影响。

藏格矿业股份有限公司前三季度营业收入、归属于上市公司股东的净利润同比增速分别为38.23%和122.09%,其营业收入增长的主要原因是碳酸锂收入增加。

青海盐湖工业股份有限公司预计,今年前三季度实现归属于

上市公司股东的净利润88.4亿元至90.5亿元,同比增长87.96%至92.42%,报告期内,公司碳酸锂产能同比大幅提升,成本优势叠加产品价格回暖,成为业绩增长的关键。

今年以来,国内电池级碳酸锂现货价格整体呈现“快速上涨、高位震荡、再度冲高后震荡回落”的走势,价格中枢较2025年明显抬升。值得一提的是,近期碳酸锂期货价格出现明显波动,受到市场多方关注。截至10月21日收盘,广期所碳酸锂期货主力合约价格已跌破10万元/吨。

上海钢联锂行业分析师李攀

对《证券日报》记者表示:“近期碳酸锂期货急跌,本质是‘近端偏紧、远期趋松’预期下的预期抢跑与资金集中交易。盘面已从当期的去库存、旺季排产切换到2027年前后矿山复产、新增产能释放及需求增速下修,同时宏观情绪和期货资金博弈放大了跌幅。目前,碳酸锂库存仍在去化、正极与电芯排产保持韧性,说明现货尚未出现全面过剩,因此暂不能仅凭期货回调确认行业进入持续下行拐点,但价格趋势已转弱,需要观察下游承接力度、仓单及库存是否由去化转为累积。预计第四季度碳酸锂仍然维持去库存

态势。”

众和昆仑(北京)资产管理有限公司董事长柏文喜认为,近期碳酸锂期货价格回调不是确认向下拐点,而是“强现实vs弱预期”的宽幅寻底。该行情短期是成本线附近的震荡磨底,不是趋势反转,锂价是否迎来拐点还要看矿端的实际复产节奏与第四季度排产是否继续下修。

“对于相关锂行业公司来说,目前的行情可能会造成锂价红利窗口缩小,企业在资源端成本曲线、一体化与供应链韧性、海外交付能力等方面的实力,在未来竞争中将愈发重要。”柏文喜表示。

广告营销类上市公司迎技术变革与业务升级窗口期

■本报记者 李雯珊
见习记者 张美娜

日前,市场监管总局等七部门联合印发《广告产业发展“十五五”规划》(以下简称《规划》)。《规划》提出,到2030年,广告产业规模年均增长10%左右,经营主体发展质量持续提升;产业研发和创意投入持续加大,数智化水平显著提升;广告支撑产业升级、消费提振更加有力,推动“品牌全球化”迈进;大中小企业融通发展,产业链上下游深度协作,区域协调发展实现新突破;广告作品质量显著提升,涌现一批彰显文化自信、讲述中国故事的广告精品,公益广告创作传播机制更健全;广告法律法规进一步完善,监管执法效能显著提升,人

民群众满意度不断提高。

中关村物联网产业联盟副秘书长袁帅在接受《证券日报》记者采访时表示,《规划》立足我国广告产业发展实际,把创新驱动摆在首要位置,明确数智化转型、品牌“出海”、创意提质、产业治理等重点方向,为未来五年广告产业划定清晰发展路线图。AI(人工智能)大模型、多模态生成技术加速向广告全链路渗透,叠加政策引导,A股广告营销类上市公司迎来技术变革与业务升级的窗口期,产业将从流量竞争转向技术、创意、服务的综合实力比拼。

当前广告产业正经历深刻变革,传统广告模式面临创意产出周期长、投放颗粒度不足、效果归因难等痛点。AIGC(生成式人工智能)、营销大模型、产业智能体等新

技术的落地,为广告产业转型升级提供技术支持。

从市场规模来看,国家市场监督管理总局公布的数据显示,2025年,全国事业单位和规模以上企业广告业务收入首次突破2万亿元,广告业务增速达16.8%。

近期,多家A股广告上市公司加快技术底座建设,推进AI与业务深度融合。

广东因赛品牌营销集团股份有限公司在接受机构调研时表示,公司将AI营销作为重要战略方向,引入因赛专业方法论,围绕“一个AI技术底座支撑品、效、销三大场景”的总体思路,逐步构建覆盖策略创意、内容生产、媒介投放、声誉管理与效果优化的智能营销体系。

分众传媒信息技术股份有限公司(以下简称“分众传媒”)相关负责人对《证券日报》记者表示,近年来,分众传媒积极投入技术创新,持续推动产业升级。分众传媒的高质量发展目标,不仅要帮助广告主提升传播效率、降低营销成本,更要提升品牌建设的效率,让品牌的每一分营销投入都能沉淀为长期品牌资产。同时,分众传媒积极布局海外市场,在多个国家和地区铺设电梯媒体网络,为众多中国品牌走出去提供了深度支持。

易点天下网络科技股份有限公司近日通过投资者互动平台表示,公司是OpenAI探索广告业务的早期合作伙伴,目前已在广告营销领域为OpenAI提供相关服务并开展代理业务合作。

同时,广告产业也清醒看到发展中的现实挑战。业内人士认为,产业数智化转型仍存在现实门槛:AI营销技术研发投入较高,中小经营主体转型资金压力大;广告产业复合型技术创意人才供给不足;生成式广告内容合规、版权保护等问题仍需持续完善。

国研新经济研究院创院长朱克力对《证券日报》记者表示,《规划》坚持促进发展与监管规范并重,后续随着配套细则落地、技术方案迭代成熟,人才体系逐步完善,广告产业数智化转型进程将持续加快。广告产业将进一步提升链接生产与消费的纽带功能,既助力国内大循环,也服务中国品牌走向全球,实现产业规模扩张与社会价值提升的双向共进。

电力现货市场新规拟支持新能源配储联合参与报价

■本报记者 殷高峰

储能产业发展再迎政策利好。国家发展改革委日前发布《电力现货市场基本规则(公开征求意见稿)》(以下简称《征求意见稿》)。《征求意见稿》提出,支持新能源与场站内配套储能作为联合报价主体参与电力现货市场申报、出清、调用、结算和考核等。

对此,内蒙古清洁能源产业协会会长张楠在接受《证券日报》记者采访时表示,《关于深化新能源上网电价市场化改革促进新能源高质量发展的通知》(以下简称

“136号文”)取消强制配储,《关于完善发电侧容量电价机制的通知》(以下简称“114号文”)为独立储能确立容量电价,上述联合报价机制补上了现货变现这一环,“电能量+容量+辅助服务”三重收益框架,轮廓骤然清晰。

在强制配储阶段,储能是新能源项目核准并网的前置条件,但却缺乏市场化收益出口。“对新能源投资方而言,储能是满足准入要求的成本项,部分投资方只追求低成本达标,不重视储能性能与实际运行价值,出现了‘为并网而建、建而不用’的问题。”中

国科学院工程热物理研究所所长、中关村储能产业技术联盟理事长陈海生对《证券日报》记者表示。

136号文将配储从并网前置条件中剥离,把储能推向独立市场主体;114号文首次从国家层面明确新型储能的容量价值,为电网侧独立储能提供基础保底收益。而此次《征求意见稿》提出的联合报价机制,则把新能源场站内的配储也拉进了现货市场的收益通道。

在张楠看来,136号文、114号文与此次联合报价机制三者叠加

后,储能收益结构正从单一政策补偿转向多渠道叠加。

政策路径清晰,但从“可以联合报价”到“能够稳定赚钱”,张楠认为,在实际执行过程中还有不少需要明确的细节,例如,储能容量如何折算、充放电损耗如何分摊、考核责任如何划分等。

新规则出台只是第一步,不能让联合报价机制在各地走稳,取决于配套细则能否把收益算清,把风险设防。从更长时间维度看,这恰恰是储能从规模扩张转向高质量发展的必经一步。

“联合报价把‘发电’和‘储能’

两个变量绑在一起,企业需具备三方面能力:精准功率预测、现货报价策略、偏差管理。”张楠表示,中小电站缺专业交易和预测人才,建议其通过虚拟电厂、负荷聚合商或者售电公司代理参与,或者委托专业交易服务商。

陈海生表示,“十五五”期间,新型储能行业将从高速发展进入到高质量发展阶段。企业层面应由以规模扩张为主转向以技术迭代与精细化运营为主;机制层面应加快电力现货市场化改革、健全储能价格机制、优化成本传导机制等。

西部矿业前三季度净利润同比增长130.5%

■本报记者 李立平

10月21日晚间,西部矿业股份有限公司(以下简称“西部矿业”)发布2026年三季报,今年前三季度,公司实现营业收入597.88亿元,同比增长23.42%;实现利润总额111.34亿元,同比增长86.68%;实现归属于上市公司股东的净利润67.89亿元,同比增长130.50%。

其中,第三季度,西部矿业实现营业收入203.45亿元,同比增长20.94%;实现归属于上市公司股东的净利润26.20亿元,同比增长143.48%。

西部矿业表示,业绩变动主要系报告铜矿、锌及其含金、含银产品价格较上年同期增长。

从产量看,前三季度,西部矿业矿产铜产量为128129吨,完成年度计划的74.97%;矿产锌产量为90401吨,完成年度计划的70.9%;矿产铅产量为42535吨,完成年度计划的67.04%;矿产钼产量为3532吨,完成年度计划的79.59%。

在业绩稳步增长的同时,公司在资源端的布局同步提速。

2025年10月,西部矿业控股子公司西藏玉龙铜业股份有限公司(以下简称“玉龙铜业”)以86.09亿元竞得安徽省宣州区茶亭铜多金属矿勘查探矿权。西部矿业在今年三季报中披露,2026年7月,玉龙铜业向其全资子公司安徽西矿玉龙茶亭矿业有限公司(以下简称“茶亭矿业”)增资38亿元,并同步将所持勘查探矿权转让至茶亭矿业。其中,增资事项已于2026年8月26日办理完毕;探矿权转让相关手续于9月10日办结,并已申请换发新探矿权证。此次增资及探矿权转让,被视作西部矿业推进该矿山开发运营、落实“增储上产”战略的关键一步。

围绕资源开发,西部矿业还在勘查、配套服务和清洁能源三个方向搭建支撑体系。

具体来看,2026年8月,西部矿业联合中国地质科学院、中国地质科学院矿产资源研究所共同成立西藏西矿地质科技有限公司,注册资本1亿元,其中该公司持股70%、中国地质科学院持股15%、中国地质科学院矿产资源研究所持股15%,已于8月5日完成设立登记。

同月,玉龙铜业出资500万元成立安徽西矿玉龙茶亭工程咨询服务有限公司,持股100%,已于8月7日完成设立登记;玉龙铜业还联合昌都市康电清洁能源投资发展集团有限公司共同成立昌都市玉龙康电新能源有限公司,注册资本5000万元,其中玉龙铜业持股51%、昌都市康电清洁能源投资发展集团有限公司持股49%,已于8月14日完成设立登记。

“从战略逻辑看,西部矿业正将资源储备转化为盈利增长。随着新能源等领域铜需求持续增长,西部矿业的中长期盈利确定性有望进一步夯实。”北方民族大学经济学院教授张晓凤向《证券日报》记者表示。

值得注意的是,资源开发资本开支大、周期长,项目兑现节奏仍需持续跟踪。宁夏嘉丰基金管理有限公司总经理卢柯青对《证券日报》记者表示,增储上产提升的是盈利确定性,而非当期弹性。对投资者而言,更应关注的是公司能否在价格高位兑现现金流、优化资本结构并提升分红,把周期利润转化为实际股东回报,同时持续跟踪铜价边际变化与矿山项目投产进度。

恒顺醋业持续夯实主业壁垒

■本报记者 陈 红

10月21日下午,江苏恒顺醋业股份有限公司(以下简称“恒顺醋业”)举办2026年半年度业绩网上说明会。公司董事长邵益农、财务总监巫明杰、董事会秘书魏陈云等管理层参会,围绕上半年经营成效、成本管控举措、新品赛道布局、品牌年轻化转型及未来发展规划等市场关注的热点,进行解读与回应。

根据2026年半年度报告,报告期内,恒顺醋业实现营业收入12.24亿元,同比增长8.79%;归属于上市公司股东的净利润1.21亿元,同比增长9.21%;归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后净利润1.18亿元,同比增长17.78%。主业盈利质量稳步改善,调味品核心板块收入实现稳健增长。

巫明杰对《证券日报》记者表示:“报告期内,公司在销售结构上做了调整,重点销售主产品,带动利润增长明显。下一步,面对原材料价格波动的情况,公司将进一步加大研发力度以及集采力度,降低原材料价格对成本的影响,同时在产品销售上保持上半年的销售策略,确保全年销售任务的完成。”

报告期内,恒顺醋业围绕“工艺提质、醋进健康”两大方向开展技术攻坚,深化与江南大学、瑞金医院等机构的产学研协同攻关,推进药食同源产品研发。

依托报告期内研发工作与产品储备,大健康成为恒顺醋业重点布局的第二增长曲线。邵益农表示:“公司将围绕大健康赛道进行重点发力,将药食同源和醋的功能进行结合;在围绕大健康发力的同时,也不放松在传统调味品赛道的推广力度。”

品类扩容方面,邵益农表示,目前,公司酱油新扩产项目已顺利建设完成,酱油品类已成长为公司第三大品类,未来将根据产能稳步释放节奏,有序推进市场推广与品类渗透。

当前调味品行业步入存量市场,市场竞争日趋激烈,行业整体经营压力凸显。对此,邵益农坦言,目前行业竞争十分激烈,但公司凭借稳健经营,近两年销售、利润始终保持平稳增长。

为持续夯实主业壁垒、构建差异化竞争优势,该公司坚守百年酿造根基。邵益农对《证券日报》记者表示:“恒顺醋业将持续投入研发巩固香醋领域技术优势;严守香醋产品品质底线,保障香醋核心产品质量;同时持续开展品牌升级,加大香醋市场推广力度,稳固香醋主业的市场优势。”