

动力电池回收市场蓄势崛起 产业发展初期难题何解?

■本报记者 曹琦

随着新能源汽车渗透率的持续提升,动力电池退役后的回收利用也受到广泛关注。一般来说,动力电池容量衰减至额定容量的80%以下就面临退役,但仍可进行梯次利用,例如用于低速电动车等。有机机构预计,到2025年,我国动力电池退役量将达82万吨;2028年后,将超过260万吨,届时动力电池“退役潮”或将到来。动力电池回收行业在2030年前后市场规模或将达到千亿元。

面对如此庞大的市场空间,宁德时代、比亚迪、赣锋锂业等相关企业均积极布局,试图抢滩这一蓝海市场。同时,政策端对动力电池回收利用的支持力度持续加大,四川、广东、安徽、福建等地陆续出台鼓励政策。

动力电池退役后 流向了哪里?

动力电池回收是新能源汽车可持续发展的关键环节。动力电池退役后如果处置不当,随意丢弃,不仅会对资源造成浪费,还将严重污染环境。

“动力电池的正负极、隔膜和电解液等关键部件中含有大量的有价金属,具备较高的再生利用价值。”有业内人士称,“尽管市场潜力巨大,但当下动力电池回收利用产业尚处于发展初期。”

相关数据显示,2023年我国废旧动力电池退役量超过58万吨。那么,这些电池流向了哪里?

近日,《证券日报》记者多方走访调查发现,当下动力电池回收利用产业体系尚不完善,回收渠道不规范导致不少废旧动力电池流向了小作坊,而有资质的正规企业市占率并不高。

据高工锂电统计,正规渠道回收的退役动力电池仅占20%至30%。“尽管公司拥有电池回收的资质,但是回收的动力电池占比较低,目前的回收业务还是以储能电池为主。这主要是因为一些小作坊以高价回收为噱头,导致行业恶性竞争。”江西一电池回收



企业相关负责人告诉记者,“正极材料的资源价值最高,为再生利用的主要对象。其中正极材料由锂、镍、钴、锰等高价金属化合物构成,其成本占比高达51%,价值含量最高。”

记者在走访中发现,因为贬值率较高,动力电池乃至新能源汽车在二手车市场并不吃香。南昌红谷滩二手车市场某店主表示,“动力电池回收价格一般在一万元左右。”

除了回收利用,还有一些废旧动力电池只能进入报废流程。江西南物环保科技有限公司熊经理告诉记者:“去年来公司报废的新能源车差不多有几十台,一般是按照重量给钱。例如,一辆江铃E200如果拿来报废,通常价值在2300元,如果电池性能还可以,回收价格也不会超过6000元。”

加快推进动力电池 回收利用体系建设

对于动力电池回收行业来说,在

产业发展初期难免会碰到一些难题,当前最主要的是明确“谁来回收”的问题。

要解决这一问题,需要政策端的推动。去年12月份,工信部发布《新能源汽车动力电池综合利用管理办法(征求意见稿)》(以下简称《办法》),鼓励电池生产企业优先使用再生原材料,鼓励有条件的地方在政府投资工程、重点工程、市政公用工程中使用获证梯次利用产品。

《办法》明确,原则上汽车生产企业应承担报废的动力电池回收主体责任,电池生产企业承担直接销售至市场的动力电池回收责任,梯次利用企业承担生产的梯次利用产品回收责任;电池租赁运营机构、机动车维修经营者、报废机动车回收拆解企业、回收服务网点、回收经营者、综合利用企业及其他产生废旧动力电池的单位应在各环节履行相应责任。

与此同时,多地也相继出台了动力电池回收相关政策。今年1月份,

福建省工信厅、财政厅联合制定了《支持全省新能源汽车废旧动力电池回收利用的若干措施》,提出促进布局优化和结构调整、推进上下游产业联动发展、支持规范化规模化再生利用、强化技术创新和标准引领等举措。

真锂研究创始人墨柯告诉《证券日报》记者,“原则上规定了‘谁卖谁回收’,即整车厂承担回收责任,但这又需要拥有车辆和电池产权的车主配合才能做到,我认为这是目前存在的一大问题。”

江铃汽车股份有限公司冲压厂三车间党支部书记、模具钳工首席技师刘辉向《证券日报》记者表示,建议加强动力电池回收的法律法规和监管体系,制定相关政策明确企业的回收责任和义务,并建立统一的回收渠道和管理平台,确保电池的规范回收和处理。同时,鼓励和支持企业开展动力电池回收利用的技术研发和创新,注重环境保护,推动电池的二次利用。

康达新材持续转型抢占新赛道 深度融入全球供应链

■本报记者 徐一鸣
见习记者 张文湘

近日,康达新材宣布拟推出第五期员工持股计划,促进公司长期、持续、健康发展。具体来看,本期员工持股计划所持有的公司股票总数,累计不超过公司股本总额的10%,参加对象包括公司董监高、核心管理人员及核心技术人员等。

“无论是公司的回购和股权激励,还是控股股东的增持,都是基于对公司长期投资价值的认可,也是切实维护广大投资者权益和资本市场稳定的重要举措。”康达新材董秘沈一涛日前在接受《证券日报》记者采访时表示,高质量发展仍是公司目前的工作主题,公司的三个转型目标是“从单一胶粘剂产品进军高端新材料领域”“从核心零部件向系统集成发展”“从国内市场为主到国际化全球布局”。

立足主业稳中求进

公开资料显示,康达新材成立于1988年,并于2012年4月份上市,公司控股股东为唐山金控产业发展集团有限公司(以下简称“唐控产业集团”),公司实际控制人为唐山市人民政府国有资产监督管理委员会。

近年来,康达新材通过并购重组等方式,切入电子科技、电子信息材料及医药中间体业务,完成由单一化工胶粘剂产品生产型企业向新材料生产、研发企业的快速转型。目前,康达新材主要业务分为胶粘剂与特种树脂新材料、电子信息材料、电子科技三大板块。

2022年,公司胶粘剂业务收入为15.8亿元,占总收入的64.06%,产品广泛应用于风电叶片制造、包装材料、轨道交通、汽车、电子电器等领域。另外,康达新材电子科技板块产品包括微波混合集成电路、滤波器、电源模块等,而电子信息材料板块业务则涵盖显示材料、医药中间体及新能源材料等。

“公司中长期发展战略是立足主业稳中求进,以转型升级、抢占新赛道为基本路径,持之以恒打造‘新材料+电子科技’国家级专精特新小巨人企业集群。”沈一涛对记者表示。

沈一涛介绍称,在胶粘剂业务上,公司通过投资项目的实施和加大技术创新力度,逐步扩大产品市场份额,通过外部技术引进、兼并收购等方式拓展新产品方向,实现关键材

料、中间物料的特色创新。随着中国在新能源、基础设施建设等多个方面的持续投入,将持续拉动国内胶粘剂市场需求,康达新材的行业地位也有望得到进一步巩固。

与此同时,康达新材将电子信息材料作为公司的“第二增长极”,在积极提高研究开发能力的同时,新业务也有望与传统的化学品业务形成协同;在电子科技板块,则利用上市公司平台优势,整合现有资产,内生外延并举,将电子科技板块做大做强。

加大国际市场布局

近年来,康达新材开始逐步加大国际市场布局力度。数据显示,其国外收入占比逐步提升,2021年和2022年,公司国外地区收入占比分别为0.7%和1.22%。2023年上半年,公司国外地区收入为1719万元,占营业收入的比重提升至1.34%。

“公司风电系列产品目前的海外销售,主要通过叶片一起出口,海外直供主要是LM Windpower公司的海外叶片制造基地。公司于2020年底正式进入西门子歌美飒供货体系,西门子歌美飒在中国区域内所指定的叶片制造企业已切换公司的风电结构胶产品,实现稳定批量供货,我们将逐步扩大与相关客户的合作,加快拓展海外市场。”沈一涛对《证券日报》记者表示。

康达新材表示,公司一直致力于为海外客户提供优质的胶粘剂产品,出口销售收入逐年递增,不断进行市场开拓,努力构建多地域、多渠道的运营架构,形成国内、国外双市场销售体系。

“未来,公司将继续保持风电结构胶、无溶剂复膜胶的市场地位,深度融入全球供应链,加快在海外设立分支机构。”沈一涛如是说。

深圳华道研究咨询有限公司合伙人王志球在接受《证券日报》记者采访时表示,我国胶粘剂产业规模已稳居世界首位,近年来,国内企业对外国际合作、投资并购逐步增加,产品质量和档次也日渐提升,逐渐进军中高端市场,部分取代了进口产品,国内企业走出去的前景值得看好。

沈一涛表示,公司一直在全面推进加强成本管控、增强融资能力等进程,不断优化公司的经营战略、治理水平,强化市场预测和研判,提升现有业务盈利空间,加快新项目的拓展创效,持续挖掘“降本增效”潜能。

上市公司科技赋能 智能农机为春耕按下“加速键”

■本报记者 李如是

进入春耕时节,全国各地农资产生产忙、田间耕作忙。一幅幅“春耕图”中的智能科技含量越来越高:流水包装线上机械臂码齐一袋袋化肥,高速插秧机穿梭在早春田野,搭载北斗系统的无人机精准喷洒农药……

“智能员工”提升生产耕作效率

春耕备耕,农资先行。在云天化子公司天安化工磷肥制造中心,14条流水包装线上的机械臂尤其显眼。机械臂将一袋袋磷酸二铵化肥整齐码放,再由工人驾驶叉车将其堆存,这些“智能员工”可做到24小时连续运行,进一步提高了化肥生产效率。

天安化工磷肥制造中心主任李清禄表示:“每条包装线每分钟大概有10袋化肥下线,每天包装量在6500吨左右。除了袋装化肥,公司还有大量散装化肥进行灌装。这些化肥每天用火车发运,直达田间地头。”

在生产高峰期,云天化化肥市场投

放量日均超过2万吨。公司磷肥制造中心的繁忙景象是化肥生产企业全力“保供”的一个缩影。

中国企业资本联盟副理事长柏文喜对《证券日报》记者表示:“智能制造正在逐步渗透进化肥生产经营的各环节。云天化、司尔特、中化化肥、湖北宜化等上市化肥企业在智能制造方面走在前列,其中一些化肥公司被评为智能制造示范企业,并在积极探索‘5G+智慧工厂’的模式,推动企业生产方式和管控模式变革。”

智能农机的加入,也为春耕按下“加速键”。在有“洞庭粮仓”之称的湖南省常德市,中联重科G60C高速插秧机在早春的田野中穿梭,一番变速、转向、过埂、栽插后,地里很快便种满了整齐的秧苗。

“当前新型农艺及耕作要求对农机产品的智能化、节能环保及可靠性提出新的要求。”中联重科表示,在超强电液仿形、操纵舒适仿真、智能化集成控制等核心技术的赋能下,G60C高速插秧机可有效促进水稻单产提升。

搭载北斗系统的农机在农业生产

中的应用领域也不断扩大,服务形式不断增加,基于“北斗+5G”的无人驾驶农机、植保无人机等智能化设备受到农户青睐,在广东、山东、湖北等地的春耕画卷中都可可见到其身影。

“黑科技”助力解决多项难题

在典型山区农地——云南省昭通市,今年春耕,小型拖拉机、轨道运输机等成为主角。昭通市农业农村局工作人员表示,当地积极探索和引进新型的适用小微型农机装备,轨道运输机解决了化肥、种子等农资的运输难题,全市已安装轨道2.6万余米。

近年来,农业农村部会同工业和信息化部,将丘陵山区适用小型机械作为重点,大力实施农机装备补短板行动。2023年以来,通过专项支持开展样机试制和田间试验推广,已有丘陵山区履带式拖拉机、油麦兼用播种机、山地玉米播种机等产品在四川、贵州等地开展田间实地应用。

云内动力相关负责人对《证券日报》记者表示:“公司通过中外合作的形

式引入具备国际先进水平的农机技术及农机产品,自主逐步开发出适应山地、丘陵使用的特色农机产品。相比平原地区而言,开在地上的拖拉机更要耐磨损、灵活轻便。”

此外,山区农地更易出现季节性缺水现象,为有效解决这一难题,相关“黑科技”大展身手。

云南省元谋县和弥渡灌区被水利部列入第一批推进现代化灌区建设试点名单,大禹节水与当地合作,使用了高效节水的“黑科技”滴灌设备,将元谋县的灌区农田灌溉水利用系数从0.5提高到了0.9,滴灌技术推广普及率达98%。这些灌区的规模还在继续扩大,将惠及以后的每个春耕。

浙大城市学院文化创意研究所秘书长林先平对《证券日报》记者表示:“进行春耕还需因地制宜,各地应根据自身地形、气候、作物等特点,制定相应的农业生产方案,充分发挥当地资源优势。不仅要加强农机和化肥储备,还要强化农民的农业技术培训,提高科学种植意识,促进农业现代化。”

爱科科技拟收购ARISTO德国100%股权 进一步完善全球化战略布局

■本报记者 冯思捷

3月24日晚间,爱科科技发布公告称,拟通过全资子公司爱科科技亚洲有限公司IECHO Asia Limited(以下简称“爱科亚洲”)以自有资金收购Bochmann Holding GmbH所持有的ARISTO德国100%股权。本次交易对价约为370万欧元,约合人民币2877.45万元。交易完成后,ARISTO德国将成为爱科亚洲的全资子公司。

爱科科技认为,上述交易是公司长期发展战略落地的重要举措,是公司在智能切割领域的一次产品延伸和技术

提升,拓宽了公司智能切割产品系列,有利于提升公司核心竞争力,对于公司业务发展具有重要的战略意义。

据悉,ARISTO品牌创立于1862年,总部位于德国汉堡。目前,ARISTO德国作为德国领先的智能切割设备制造商,生产的智能切割设备可用于非金属材料CAD/CAM(计算机辅助设计/计算机辅助制造)加工,凭借高精度的切割要求、高质量的切割效果、高稳定的设备状态受到全球客户青睐。

爱科科技在十多年前就已开始在海外市场布局。近年来,其海外营业收入占公司总营业收入的比例逐年增长,

已达50%左右。在近期接受投资者调研时,爱科科技表示:“经过多年的市场开拓,公司已在全球范围内形成了一定的品牌效应,实现了全球化的市场布局。”

对于海外收购的必要性,爱科科技表示,为进一步完善全球化战略布局,提高公司产品在欧美市场的占有率,实现公司欧美市场本地化销售及服务的战略目标,收购海外优质品牌企业是公司的迫切需求。

“加之公司现阶段经营状况良好,现金流状况允许公司用自有资金收购海外一定规模的企业。”爱科科技表示,从业绩表现来看,2023年,公司实现营

收3.84亿元,同比增长29.27%;实现归母净利润7582.25万元,同比增长67.15%。

浙江大学管理学院特聘教授钱向劲在接受《证券日报》记者采访时表示,若成功收购ARISTO德国,将给爱科科技带来多方面的协同效应,助力公司全面提升在海外市场竞争力。

“收购ARISTO德国,相当于拥有了优秀海外企业的客户资源,有利于爱科科技迅速抓住市场机会。同时,也能快速融合标的公司的专利技术,通过共享研发资源等方式,促进双方的技术革新,助力爱科科技在高端技术层面更快突破。”钱向劲认为。

2023年酿酒行业 累计实现利润2628.2亿元

■本报记者 李静
见习记者 梁傲男

日前,中国酒业协会公布了2023年度多项酒业数据。根据中国酒业协会行业统计分析及测算,2023年,全国酿酒行业累计完成产品销售收入10802.6亿元,同比增长9.3%;累计实现利润总额2628.2亿元,同比增长7.6%。

数据显示,2023年,全国酿酒行业完成酿酒总产量6131万千升,同比增长1.1%。其中,饮料酒产量4758万千升,同比增长0.9%;发酵酒精产量1373万千升,同比增长5.7%。

分酒种来看,作为中国酒业最为核心的品种,2023年,全国白酒行业实现总产量629万千升,同比下降5.1%;完成销售收入7563亿元,同比增加9.7%;实现利润总额2328亿元,同比增长7.5%。

“从目前的数据来看,白酒产量实际上处于持续下滑中,销量与利润依然在上升通道中,不过增速也明显放缓,说明整个酿酒行业承压严重。”白酒行业分析师、知趣咨询总经理蔡学飞表示。

蔡学飞进一步分析称,目前,行业的生产规模与利润进一步向头部名酒聚集,存在市场、品牌与消费等深度分化的现象。整个酿酒行业依然处于调整周期,库存、价格体系与需求波动风险依然较大。

2023年,啤酒行业在产量稳定的基础上,继续延续效益增长的态势,再次实现“量价齐升”的良好发展局面。数据显示,2023年全国啤酒行业实现酿酒总产量3789万千升,同比增长0.8%;实现销售收入1863亿元,同比增长8.6%;实现利润总额260亿元,同比增长15.1%。

葡萄酒方面,产量、收入、利润均实现微增。2023年,全国葡萄酒行

业完成酿酒总产量30万千升,同比增长3.4%;累计完成销售收入90.9亿元,同比增长4.8%;累计实现利润总额2.2亿元,同比增长2.8%。

中国酒业协会理事长宋书玉表示,2023年,啤酒产业量价齐升;白酒产业的高频词是去库存与价格倒挂;葡萄酒持续受到国际市场冲击,产业艰难前行;黄酒在复苏中努力拓展市场,创新消费;露酒增量较好。

在宋书玉看来,消费场景、商业模式的创新热度持续升温,持续的自我更新已成为酒类产业绽放新活力的关键,更是深刻理解并适应消费需求新变化的重要途径。

业内人士普遍认为,中国白酒已迈入存量竞争新阶段,重视价值增长成为行业共识。

华糖云商总经理柳旭波表示,酒业新周期下,白酒进入存量竞争时代,“香型”已然成为白酒企业持续推动自身价值增长的方向之一,品牌将用不同的香型价值来满足消费者对高端健康白酒的需求。同时以香型为基准的品牌竞争,已经成为国内白酒市场竞争的重要特征。

他认为,站在酒业新周期下,“香型价值”已成为近年酒业发展的重要方向。

“中国白酒现已进入存量竞争、结构性增长、品牌集中的高质量发展阶段。白酒行业向龙头集中的倾向愈发明显。”河北衡水老白干酿酒(集团)有限公司总经理王占刚表示,面对酒业新周期风口,面对差异化、高端化、全国化发展趋势,企业尤为重要的是保持自身的战略定力。

“2024年,中国酒类产业平稳增长,理性增长、增量拓展、优势集聚将成为主要特征,市场和消费的价值规律将进一步走向多元化、复合化、复合化。”宋书玉如此分析称。