

# 锂电池被称为新能源汽车的“心脏”，已成为支撑产业发展的“动脉” 企业如何抢抓电池产业升级迭代新风口

随着“双碳”战略持续推进，带动新能源锂电池产业蓬勃发展。但电池安全性差、续航能力不足等问题凸显，这也成为产品痛点和企业创新的动力。

近日，在重庆潼南高新区的尼古拉科技产业研究院纳米级固态电池中试生产线上，第一块大容量高能量密度纳米固态钠离子电池中试产品下线，企业称其处于国内领先水平。

如今，电池领域的创新百花齐放，液态电池、锂电池、铝电池、磷酸铁锂电池应有尽有。工业和信息化部最新发布的数据显示，2023年，我国锂离子电池产业延续增长态势，行业总产值超过1.4万亿元。

面对电池产业升级迭代新风口，今年的全国两会上，代表委员纷纷献计献策，助力企业抢抓机遇实现跃升。天眼查专业版数据显示，目前我国有锂电池相关企业3.4万余家，其中38.5%的企业成立于1—5年内。

## 着力攻克电池产业“缺芯少电”痛点

眼下，快步进入“电车时代”已是大势所趋，新能源汽车产业也成为诸多城市争相布局的板块。然而，春运期间，遭遇极端天气的新能源车主，在回家途中经历了“长途续航焦虑”“不

敢开空调”等糟心的体验，折射出新能源汽车需求在前面跑，服务在后面追的错位关系。

对比传统的液态锂离子电池，固态电池的能量密度更高，内部的固态电解质可以防止电池爆炸，安全性远远高于普通液态锂电池，对比全固态电池，成本相对更低。

在重庆两江新区鱼复新城渝冠大道太蓝新能源厂房内，记者近日见到了国内首条半固态锂电池量产线，目睹了电芯的生产全流程。大小、外形犹如一台平板电脑，数十块组装成一块动力电池后，便可以让一台电动车跑起来。用剪刀将半固态锂电池剪成两半，与电池相连接的灯泡依然正常发光。

“我们的电池即便遭遇了严重破坏，也不会像传统液态电池一样起火燃烧，大大提升了新能源汽车的安全性。”太蓝新能源电池重庆工厂负责人说。

“缺芯少电”曾是中国汽车产业转型升级的痛点，重庆也不例外。”重庆市经济信息委汽车处负责人说，太蓝新能源的落地，恰好补齐了其中关键一环。太蓝新能源的半固态锂电池能够像手机一般实现超快充，即“充电5分钟，续航300公里以上”。

“力争未来三到五年，成为中国乃至全球第一家半固态锂电池商用企业，实现数十亿元级别的销售收入。”太蓝新能源CEO李彦说，企业通过半固态、准固态和全固态电池“三步走”战略持续进阶，吸引了资本大力关注，近期正推动B轮融资，计划2025年左右实现科创板上市。

## 为产业定义技术标准规范

今年政府工作报告中提到的两个数字引人注目：2023年我国新能源汽车产销量占全球比重超过60%，电动汽车、锂电池、光伏产品“新三样”出口增长近30%。

锂电池下游主要可分为动力、消费和储能三大领域，其中，动力电池主要应用领域为电动汽车、电动轻型车、电动工具等，是当前锂电池的主要应用场景。

新春时节，厦门远海码头依然忙碌，一排排锂电池从这里出口海外。据福州、厦门海关统计，2023年，福建省锂电池出口规模达1287.5亿元，同比增长49.5%，其中对共建“一带一路”国家出口增速达80.3%。按照中国化学与物理电源行业协会的统计分析，福建是2023年我国锂离子电池出口产品的最大来

源地，出口额占全国的28.1%。

新能源汽车和动力电池出海提速的背后，也面临着重重挑战。今年全国两会上，全国政协委员、宁德时代董事长曾毓群建议，提高国内动力电池的标准技术水平，通过标准引领提升技术进步，保持我国新能源汽车产业竞争优势。

事实上，2023年，中国企业在锂电产业链各个环节的“统治力”进一步巩固，接下来可预见的磷酸锰铁锂、钠离子电池乃至锂硫电池产业化进程中，中国这一产业高地恐怕将源源不断地“顺流而下”，为全球产业界制定议程与路线图，定义技术标准规范。

“我国已成为全球最大动力电池生产国，2023年产量占全球63%。”重庆交通大学吴金中教授说，研发动力电池运输安全防护装备关键技术，对健全我国运输安全风险预警与事故防控体系具有重要意义。

业内人士分析称，随着传统车企在新能源汽车领域的布局增加和造车新势力的持续爆发，我国的新能源汽车市场将继续保持高速增长的局面，锂电池出货量也将相应地呈现持续增长的态势。

(工人日报)

## 企业观察

近日，记者走进位于江苏省徐州市沛县大屯街道的徐州华强塑业包装有限公司生产车间，这里无尘无味，全自动的Labthink气相色谱仪、智能化的科浦KPS薄膜管理系统、自动化的意大利MERO电晕机等系列先进生产设备让人目不暇接。

与车间一墙之隔是公司总经理温作令的办公室，只需触动手机，他便能清楚地了解到车间运行状况。“公司的信息化应用覆盖到采购、仓储、生产、销售各环节，可以说‘一机在手，天下在握’。”

占地30亩、建筑面积1.8万平方米，在这个体量不大的空间内，年产超200万吨食品级和药品级塑包，产品覆盖河南、安徽、浙江等省。

“这里的操作强度非常低，看好这4个面板就行了，它们连着公司的监控大屏和管理员的手机小屏，车间工人能看到的数，管理人员也能看到。”温作令说，不仅如此，远在德国的生产厂家也能实时看到设备参数情况，防止设备意外损坏，可以做到远程维修。

“好处还不止这些！以前生产旺季，我在办公室备个床，生怕出现火灾等安全事故。现在不一样了，用工少了，自动化程度高了，去年没发生任何安全事故。”温作令对“智改数转”深有体会。

2005年，温作令从浙江省温州市来到沛县创办华强塑业。“当时设备落后，产品层次低，生产环境恶劣，白衬衫压根都不敢穿。”温作令说，为破解发展瓶颈，他于2015年斥资900万元引进新设备，2020年又追加1000万元更新技术，研发生产食品级塑包产品。

1900万元是企业在沛县经营10多年的总利润，投入到设备升级和产品创新中，成效显著。温作令告诉记者，2020年之前，企业每年开票金额在2000万元左右，毛利仅在5%左右；提档升级之后，企业在2021年就实现开票收入近7000万元，去年新增一条药品级塑包生产线后，产值超1.2亿元，毛利提高至30%，能源消耗降低45%。

“当年同我一起来沛县做塑料包装的温州老乡不下百人，这两年塑料包装产品产能过剩，不少人都赔本，关键原因在于技术与设备跟不上。”温作令说，华强塑业如今在国内小有名气，靠的正是肯把资金用在技术升级和创新上，“只有不断创新，推动产品高端化、绿色化，才不会被时代淘汰。”

(新华日报)

## 创新为小产品闯出大市场

## 白卡纸头部企业联手布局4月份调价 稳定预期迎接需求旺季

划，预计产量整体将保持增长。

中国银河证券最新研报分析认为，目前线下社交、商务餐饮需求明显修复，进而驱动烟酒消费复苏，预计配套包装需求将得到保证。

## 旺季效应初步显现

同样在“涨声不断”中迎接需求旺季的还有文化纸行业。今年1月份，晨鸣纸业、太阳纸业等纸业纷纷发布文化纸涨价函：2月份提价100元/吨，3月份再提价200元/吨。对于提价的落地情况，据卓创资讯监测数据，从主要纸种双胶纸、铜版纸2月底的价格来看，提价都得以落地，需求端旺季效应初步显现。

卓创资讯分析师尹婷对记者表示，3月份进入了文化印刷用纸行业的旺季，随着出版招标工作陆续开展，同时叠加局部或有适量党建类订单放出，需求端整体或将呈现回暖态势运行。

从文化纸行业的产能变化来看，以双胶纸为例，2019年以来，双胶纸产能不断增加，新产能的释放主要集中在头部企业，其中带有配套浆线的产能占多数。2024年仍有187万吨产能计划投放，双胶纸市场产能规模将进一步扩大。

(证券日报)

继宣布2月份、3月份两次提价行动后，近日，包括三大头部纸企晨鸣纸业、太阳纸业和金光纸业在内的白卡纸企业集体“乘胜追击”，再布局4月1日起的新一轮提价，本轮提价幅度达300元/吨，超过2月份的100元/吨和3月份的200元/吨。

晨鸣纸业证券部工作人员对记者表示：“推动提涨原因有很多，主要是企业在成本端面临压力，同时也是在向市场传达积极信号。”

“春节后白卡纸市场处于供需逐步恢复阶段，随着纸厂价格不断拉涨，在市场需求季节性回升预期下，3月份纸价有望小幅上涨。”卓创资讯分析师孔祥芬对记者如是说。

## 市场价格或稳中向上

采访中，多位业内人士对记者表示，头部纸企的接连提价，更多是为了释放稳定市场预期积极信号，也是与下游产业链的一种博弈，如此或能推动市场价格稳中向上。

从卓创资讯监控到的数据可以看出，春节之前，白卡纸企业陆续发布涨价通知，计划2月份起价格提涨100元/吨，为节后市场预热。春节假期后，白卡纸市场买卖双方陆续开工、返市，虽

然市场成交整体偏淡，但期间少数贸易商也在头部纸企的拉涨带动下，有试探性拉涨，如此使得市场主流价格延续了稳定状态。整个2月份，白卡纸的价格未出现剧烈波动。

进入3月份，多数规模企业计划提涨白卡纸价格200元/吨，对市场走势形成一定利好带头作用。再到此次头部纸企将提前一个月集体布局4月份的白卡纸提价，亦是持续向市场释放这一信号。

孔祥芬说：“规模企业的价格政策对市场具有引导性，国内白卡纸企业数量有限，从乐观角度来看，若规模企业价格同步上调，将带动市场情绪由观望逐步向看涨转化，贸易商陆续拉涨，从而将价格上涨陆续向下游传导。”

正如晨鸣纸业等公司反映的情况，今年以来，白卡纸行业成本端纸浆的价格也处在震荡上行的态势中，这为纸企的提价行动带来了支撑。

从需求方面来看，3月份进入传统需求旺季，通常纸价将迎来上涨。孔祥芬表示，随着订单恢复，市场刚性需求存在增加趋势，目前白卡纸厂开工情况普遍良好，以迎接即将到来的需求小旺季，而且3月份纸厂暂无检修计

## 开拓量贩渠道 优化资源配置 零食量贩连锁渠道红利延续有望

日前，国内休闲零食头部企业相继发布去年业绩快报，其在公告中均重点提及了零食量贩渠道，其他企业也宣布将进一步开拓零食量贩渠道。

业内人士认为，过去几年，休闲零食行业快速发展，零食量贩模式成为行业头部企业竞相布局、资本加码的赛道。在行业竞争加码背景下，零食量贩渠道已成为推动市场扩张的关键动力。今年以来，各大品牌加强在此渠道的战略部署和资源配置，力求在市场角逐中占据优势地位，量贩连锁带来的渠道红利有望延续。

## 业绩有所承压

盐津铺子近日发布的2023年度业绩快报显示，公司实现营业收入41.15亿元，同比增长42.22%；营业利润5.82亿元，同比增长70.77%；归母净利润5.05亿元，同比增长67.57%。

谈及业绩大幅增长，盐津铺子表示，主要得益于公司多渠道、多品类的快速发展，以及营业收入同比大幅度增长。公司持续聚焦辣卤零食、深海零食等七大核心品类，除优势散装外，全力发展定量装、小商品以及量贩装产品。渠道方面，在保持原有大型连锁超市优势外，重点发展电商、零食量贩店、校园店等，并与零食量贩品牌零食很忙、赵一鸣、零食有鸣等深度合作，在直播平台的品牌影响力和渠道势能持续增强。

原材料价格影响也是盐津铺子业绩增长的一大原因。报告显示，相比前年，去年大豆油、棕榈油、黄豆等部分原材料价格有所回落，白糖价格上涨，整体生产成本有所下降。

洽洽食品近日发布的2023年度业绩快报显示，公司实现营业收入68.06亿元，同比下降1.13%；归母净利润8.05亿元，同比下降17.5%；扣非净利润7.09亿元，同比下降16.27%。

长江证券称，今年预计国内葵花籽种植面积有所提升，在供需相对稳定的情况下，葵花籽原材料价格大概率下降进而有望改善公司毛利；坚果业务规模效应逐步显现以及原材料替代带来业务毛利提升，预计洽洽食品盈利能力将进入逐季修复通道。

## 加码零食量贩渠道

随着生活节奏的加快和消费者对便捷性的追求，零食量贩渠道因其便利性和丰富性受到了广大消费者的青睐，也让该赛道成为去年最出圈的领域之一，融资、并购、参股等消息不断传出。

而在市场层面，近一年来，零食量贩渠道更是成为休闲零食市场的重要增长引擎。各大品牌纷纷加大在这一渠道的布局和投入，以期在激烈的市场竞争中抢占先机。

实际上，零食量贩渠道也是洽洽食品加码的重点。洽洽食品日前在线上会议中表示，公司与头部零食量贩店都进行了合作，目前销售情况良好，公司会加大零食量贩渠道的布局，开拓新的产品，不断提升在零食量贩渠道的渗透率。此外，公司电商总体发展较稳定，公司在抖音渠道增长良好，目前由于盒马渠道自身的变化，电商在盒马渠道的合作受到一定的影响。

近期还有多家休闲食品公司宣布将加码零食量贩渠道布局。良品铺子近日在互动平台称，公司一直关注并坚持积极布局零食量贩赛道，当前投资参股的量贩零食品牌，以多品类、全覆盖态势，用高效供应链为消费者提供极致性价比的零食。未来公司还将持续投资布局把握零食市场机遇。

西麦食品近日在披露的机构调研纪要中表示，公司零食量贩渠道的销售增速较快，从去年的情况来看，零食渠道自身的增速较为可观，各零食渠道品牌均在快速拓店，仍处于红利期。

## 加快全产业链资源整合

实际上，零食量贩渠道已成为休闲零食市场的重要增长引擎，是各大零食厂商加码布局的一大背景。美团数据显示，元旦以来，“零食折扣店”相关关键词搜索量同比去年上涨394%，评论量同比增速达到250%。同期，平台上的“零食折扣店”交易额较去年同期增长518%，订单量较去年同期增长233%，用户数较去年同期增长241%。

东海证券研报显示，零食板块在今年春节的备货需求较大，零食年货礼盒等产品的销售节奏明显好于去年同期。预计量贩零售、新型电商等零食销售渠道在今年仍将保持较快增速。随着零食市场规模的不断扩大和行业内需的提升，具有强大产品成长及规模效应，以及快速渠道扩展速度的头部企业，预计将优先享受市场红利。

中商产业研究院称，在“Z世代”成为消费主力军后，消费者需求迭代速度加快的趋势更加明显。面对主力消费群体不断变化和迭代的消费需求，休闲食品企业不仅需要快速响应不断涌现的新需求，更要把控产供销全链条的产品品质与交付质量，这势必考验休闲零食企业的全渠道、全产业链的资源整合能力与运营效率。

(中国食品报)

## 加快构建废弃物循环利用体系 推动家电产业绿色低碳发展

《关于改革废弃电器电子产品处理基金的提案》预计，2023年我国有超过两亿台家电报废。另外，家电市场的换新需求也进入集中释放阶段。

“我国家电产品的‘超预期服役’问题普遍存在。加快构建废弃物循环利用体系，推动废弃物循环利用产业发展，对加速淘汰超预期服役产品，推广绿色节能、智能科技产品有着十分积极的意义，也将是推动家电行业快速复苏及高质量发展的重要举措。”中国电子视像行业协会副会长彭健锋对记者表示。

为推进再生资源循环利用的相关政策，已经在我国逐步落地。2024年1月份，商务部等9部门联合印发的《关于健全废旧家电家具等再生资源回收体系的通知》提出，到2025年，全国废旧家电家具回收量比2023年增长15%以上，废旧家电家具规范化回收水平明显提高。

同时，家电回收产业链也显现出巨大的发展空间。信达证券报告显示，我国家电回收环节产业规模已超过250亿元，带动更新消费规模预计将超过千亿元。

中国家用电器协会副理事长徐东生在接受记者采访时表示：“政府工作报告的发布，为我国的废弃物循环利用产业

指明了发展方向。未来各地还有望出台一系列政策，包括提供财政支持、优惠税收等，以鼓励更多的消费电子企业参与到废弃物循环利用产业中来。”

## 多家企业积极推进体系构建

作为市场的主体，家电企业也正在积极推进废弃物循环利用体系构建，并有力落实。在第一、二批家电生产企业回收目标责任制行动中，海尔、格力、美的、长虹、新飞等多家家电企业积极参与、主动作为，形成了一批可复制、可推广的经验做法，推动了绿色低碳发展和家电产业的更新消费。

据了解，目前，主流家电企业已经建立了完善的废旧家电回收体系，通过专业的回收渠道，将废旧家电进行分类、拆解、再利用，从而实现资源的最大化利用，也为产业链带来了新的发展机遇。

长虹控股集团相关负责人对记者表示：“推动废弃物循环利用产业发展的明确及细则落地，将进一步激活存量市场，既是扩大内需的有力之举，也是推动制造业高端化、智能化、绿色化、融合化发展的必要之举。”

他称，长虹在生产时采用环保可回收材料，通过环保产业链，将家电报废

后产生的可回收材料进行回收。目前，长虹控股集团子公司长虹格润已经形成了家电回收处置及精深加工等全生态体系，在全国范围内已建成上千个回收网点。

格力电器方面对记者书面回复表示，加快构建废弃物循环利用体系至关重要。完善回收产业链及消费品以旧换新，将刺激市场换新需求，同时也有助于格力根据市场需求优化产能布局、提升竞争力。

加快构建家电废弃物循环利用体系，对于家电产业复苏、拉动内需、减少资源浪费、推动可持续发展等均意义非凡。中国家用电器商业协会副秘书长张剑锋表示，建立健全废旧物资循环利用体系，将对提高资源循环利用水平、促进绿色低碳循环发展起到重要作用。主流家电企业加大对回收产业的布局，也将有利于产业链的打通及多个新兴产业的规模化发展。

在中国电子音响行业协会常务副会长陈立新看来，推进家电回收体系建设，将促进循环经济的发展，并推动产品创新升级。企业坚持绿色低碳发展道路，将有望在行业掀起一场全生命周期、全产业链条的“循环升级革新”。

(证文)