

集泰股份总经理邹珍凡：

# 深化有机硅胶领先优势 发力电子胶新市场

●本报记者 万宇



集泰股份总经理邹珍凡日前在接受中国证券报记者专访时表示，新一届高管团队增添了更多年轻力量，公司将以此为契机，继续深化在建筑胶和集装箱水性漆行业的领先优势，紧抓建筑产业转型升级及新能源产业高速发展的历史机遇，拓展水性漆、光伏胶、电子胶、装配胶及新能源汽车用胶等新市场的发展空间。

同时，集泰股份还积极开拓建筑胶的电商市场。邹珍凡介绍，目前有大量旧房进入装修高峰期，而80、90后群体更习惯电商采购，公司于2015年针对性开发了“免钉胶”等独创品种上线商城，在同类产品中实现销量和口碑领先。目前，在京东、天猫、拼多多等电商平台，公司已推出了绿色环保的家装门窗密封胶、厨卫防霉胶、环保免钉胶、瓷砖美缝剂、小罐漆、墙面修补膏等产品，为千家万户提供健康家居解决方案。



CNAS实验室制样室 公司供图

## 建筑用胶受益地产集采

集泰股份2020年报显示，公司有机密封胶销售收入为8.57亿元，是公司最重要的销售收入来源，产品主要应用于建筑工程市场。公司安泰建筑胶完成了多个门窗幕墙重大项目的配套和服务，助力亚洲第一高铁站雄安站、柬埔寨最高商业大厦The Peak香格里拉综合体等一批标志性项目的落成，夯实了公司品牌在门窗、幕墙领域的领跑地位。

邹珍凡介绍，公司有机密封胶产品定位于中高端市场，已成功进入多家大型房地产企业的品牌库。近年来房企集中度不断提升，加上精装修政策强化了地产集采空间，各细分品类的市场渠道和资源不断向一线品牌聚拢，公司作为头部企业将明显受益。

据介绍，公司深耕建筑胶行业多年，在有机密封胶领域积累了大量宝贵的技术和经验，具有较高的声誉和品牌影响力，获得了大型房地产公司的品牌指定。目前，公司已与江河创建等2000多家客户建立了长期合作关系，公司旗下“安泰建筑胶”品牌成功入围了超过90%的百强房地产企业品牌库，继续夯实在地产领域的领先地位，并连续7年蝉联“中国房地产TOP500首选密封胶品牌”前三强、连续16年荣获“建筑胶十大首选品牌”。

银河证券分析师指出，随着下游地产精装占比提升以及消费升级，拥有品牌优势的龙头企业市占率有望逐步提升。

同时，集泰股份还积极开拓建筑胶的电商市场。邹珍凡介绍，目前有大量旧房进入装修高峰期，而80、90后群体更习惯电商采购，公司于2015年针对性开发了“免钉胶”等独创品种上线商城，在同类产品中实现销量和口碑领先。目前，在京东、天猫、拼多多等电商平台，公司已推出了绿色环保的家装门窗密封胶、厨卫防霉胶、环保免钉胶、瓷砖美缝剂、小罐漆、墙面修补膏等产品，为千家万户提供健康家居解决方案。

## 水性漆“开疆拓土”

2021年，海运市场出现集装箱“一箱难求”的火爆情况，集泰股份生产的集装箱用密封胶和水性底架漆产品以全球50%以上的市场份额始终维持领跑。

邹珍凡表示，在集装箱市场全面推行“油改水”政策的大环境下，公司产品研发和市场开拓走在前列，集装箱用密封胶和水性底架漆产品质量稳定、性能优越，获得越来越多的箱东和集装箱制造企业的认可和使用。

“未来，公司将在领跑集装箱行业的基础上，重点开拓石化、钢结构防腐水性漆业务。”邹珍凡指出，石化行业防腐将迎来快速增长，预计未来3年增

速将达到50%-60%。他表示，公司的水性漆作为一种环境友好型涂料，具有安全环保、无毒低味、VOCs含量低、非易燃易爆等特点，顺应市场需求及社会发展潮流，具有先发优势。

为此，集泰股份正在研发投入上持续加码。据悉，在涂料领域，公司重点研发环保、高性能的水性工业涂料产品，包括水性集装箱涂料系列产品、水性罐内导电金属防腐涂料、水性钢结构防腐涂料等，以替代在目前市场占主流的高污染、高能耗、易燃易爆的溶剂型涂料产品。

## 打造新盈利增长点

新一届董事会换届完成，更多年轻人进入高管序列，邹珍凡对此寄予厚望：“随着更多新鲜血液的加入，我们的业务也将进军更多新市场，打造新的盈利增长点。”

2019年10月，集泰股份并购兆舜科技，切入电子胶领域。2020年，公司电子胶全年实现营业收入7469.85万元，实现产品毛利额1900.2万元，业务实现了快速增长。

据介绍，公司已以“安泰电子胶”的全新品牌形象开拓市场，快速提升安泰电子胶在LED驱动电源、新能源汽车等领域的品牌知名度和市场份额。目前，英飞特等知名企业均已成为公司的

重大客户，产品已进入欧司朗、比亚迪等多家大型客户的供应体系。

邹珍凡告诉记者，在新能源汽车市场，有机硅灌封胶凭借其低密度、低黏度、良好的导热性能和阻燃性能等优势在新能源汽车电池的灌封防护中拥有广阔的前景，保守估计需求量增速不低于50%，预计至2021年市场规模达到36亿元。公司产品已通过汽车行业IS16949认证，并进入了比亚迪、欣旺达等大型客户的供应商名录。

此外，光伏胶作为公司全力推出的新品，在去年已完成了光伏龙头企业晶科能源的导入并达成合作，成功实现破局。“光伏胶市场正在快速增长，预计市场规模达到50亿元。”邹珍凡对记者表示。

2021年，公司完成定增，募资近3亿元用以提升产能，项目建成后，广泛应用于在LED驱动电源、新能源汽车、电子电气和电力变压器等领域的双组份硅橡胶产能将大大提升。

邹珍凡表示：“公司在切入每个细分行业之前，都做过详细地测算和规划，有把握做到行业前三才会真正推动落实。公司三十余年的发展很好地印证了这个路径。”他强调：“未来，我们计划用3-5年时间在50亿级别的光伏胶市场和中空玻璃胶市场做到行业前三。而对于新能源车用胶市场，目前没有哪家绝对领先，对此我们有更高期待。”

## 水井坊召开股东大会 将强化高端白酒定位

●本报记者 康曦

6月8日，水井坊召开2020年年度股东大会，公司代总经理朱镇豪表示：“公司高端产品发展滞后了，要追上来。”对于高端白酒的市场前景，朱镇豪比较看好，他指出：“消费升级将持续，次高端和高端产品增长最快，预计到2025年，次高端以上的产品将占白酒市场较大份额。”

## 坚持高端化路线

水井坊的愿景是成为高端浓香头部品牌之一，持续健康成长，成为备受尊敬与信赖的白酒公司。朱镇豪表示：“公司珍惜高端浓香的基因，高端化路线是水井坊的核心战略。”

朱镇豪透露，水井坊从二季度开始会持续加大对品牌、供应链、人力资源等的投资力度。未来，水井坊50%以上的市场费用将投向高端产品。同时积极创新，尤其是在高端产品打造上。

从行业发展来看，白酒行业集中度不断提高，同时高端化的基本面依然存在。一方面，疫情影响了消费者对食品安全及健康生活方式的态度，使得“少喝酒、喝好酒”的理念再次深入人心，客观上为高端品牌创造了较为有利的市场地位；另一方面，消费升级的趋势不改。二者叠加客观上提高了消费者对高端白酒的需求，加速了白酒高端化的进程。

朱镇豪判断：“在次高端300元-600元价格带中，400元-600元价格带的增长率将超越300元-400元价格带，占据更多市场份额。在高端600元以上的市场中，‘超次高端’即600元-800元价格带正在形成。”

近年来，酱酒热持续升温，但朱镇豪依然看好浓香型白酒市场。

他指出，浓香型白酒市场的增长将持续，预期与整体行业速度一致，5年后还是市场份额最大的香型。

## 涉足酱酒领域

随着酱酒热的兴起，水井坊也开始涉足酱酒领域。

4月10日水井坊公告，4月8日，公司与梁明锋、国威公司在成都签署了框架协议。水井坊拟与梁明锋共同出资新设一家合资公司，合资公司注册资本至少为8亿元，水井坊以现金形式出资，占合资公司注册资本的70%。国威公司是一家主要从事酱香型白酒的研发、生产和销售的公司，在酱香型白酒领域拥有产品和技术优势。合资项目旨在将国威公司在酱香型白酒领域的产品和技术优势，与水井坊在白葡萄酒领域和上市公司规范化管理方面的经验和资源相结合，打造全新的一系列一线酱香型白酒知名品牌，促进和推动该系列新品牌的产品销售。截至目前，双方合作还在进一步协商中。

朱镇豪表示：“随着消费升级，消费者需求会越来越多元化，不仅是酱酒，其他香型也会有成长空间。预期酱酒将占有白酒市场30%以上的份额。”同时，朱镇豪判断：“酱酒也跟所有白酒产品一样，会经历调整期。目前尚无法判断调整期何时到来，但一旦调整期来临，强者恒强，部分品牌将被慢慢淘汰出去。要想保持企业的竞争力，就要持续把品牌、品质、产品做好。”

今年一季度，水井坊实现营业收入12.4亿元，同比增长70.17%；实现归属于上市公司股东的净利润4.19亿元，同比增长119.66%。水井坊透露，2021年，公司力争实现主营业务同比增长43%左右，净利润同比增长35%左右的经营目标。

## 5月钢材出口价增量减 行业将保持长周期景气

●本报记者 张军

受出口政策等因素影响，5月钢材出口量环比下降三成，均价环比增长超两成。机构认为，虽然钢价短期调整力度较大，但钢材需求将维持旺盛，库存持续去化，钢价将高位震荡运行。在经济复苏背景下，钢铁行业有望保持长周期景气。

## 出口量下降

海关数据显示，5月，国内出口钢材527.1万吨，环比减少270.2万吨，环比下降33.9%；均价为1141.5美元/吨，环比增加213.2美元/吨，环比增长23%。

5月的钢材出口量为何锐减？“一方面是出口退税取消对出口形成一定抑制；另一方面是在市场大幅波动下，报价频率快、变化大，导致海外买家观望心态较强，使得订单减少。”兰格钢铁网研究中心主任王国清告诉中国证券报记者。

近期，国内钢价继续走低。兰格钢铁云商平台监测数据显示，6月8日，国内重点城市Φ25mm三级螺纹钢平均价格为5090元/吨，较上一日跌43元/吨；国内重点城市Φ6.5mm高线平均价格为5673元/吨，较上一日跌21元/吨；国内重点城市5.5mm热轧卷板平均价格为5470元/吨，较上一日跌61元/吨；国内重点城市1.0mm冷板的平均价格为6231元/吨，较上一日跌49元/吨；国内重点城市20mm中板平均价格为5479元/吨，较上一日跌59元/吨。

兰格钢铁认为，短期来看，钢市经过此番调整利润已降至成本线附近，同时多空因素博弈，持续

调整空间有限，不排除个别时间段小幅反弹，但若无重大利好来打破胶着，节前反弹空间亦不会很大。

不过，钢材社会库存出现下降。兴业证券数据显示，5月31日至6月6日，五大钢材品种社会总库存较前一周下降15.45万吨至1391.26万吨；钢厂总库存587.35万吨，较前一周下降36.94万吨。其中，螺纹钢社会库存下降13.72万吨，钢厂库存下降22.11万吨。

## 钢价有支撑

对于后市，王国清认为，在成本因素支撑下，钢价下有底、上有顶，将呈现区间震荡格局，震荡幅度明显弱于5月。

华菱钢铁在日前披露的调研纪要中称，钢材价格是由市场决定的，近日由于受政策和市场情绪影响，钢价有所回调，部分钢企面临较大经营压力。但在“压减粗钢产量”背景下，国内外下游需求依然旺盛，对钢价形成支撑。欧美市场在货币宽松和刺激消费政策下，下游需求和制造业生产恢复快于钢铁产能恢复，导致热卷等钢材产品供应与需求之间产生短暂失衡，钢材价格大幅升高，且国际市场同期钢材价格涨幅明显高于国内，造成热卷等产品国内外较大价差。

国泰君安认为，上周五大品种钢材表现消费量1151.41万吨，较2015年-2020年同期平均水平高了96.70万吨。钢材需求将维持旺盛，库存持续去化，钢材价格将保持高位震荡运行。在全球复苏背景下，欧美钢价持续上涨，国内钢材需求旺盛，钢铁行业将保持长周期景气。

## 构建新格局共享新机遇 第二届中东欧博览会开幕

●本报记者 高佳晨

6月8日，第二届中国-中东欧国家博览会暨国际消费品博览会（简称“中东欧博览会”）在宁波市开幕。本次博览会主题为“构建新格局，共享新机遇”。作为我国唯一面向中东欧国家的国家级展会，中东欧博览会为中国与中东欧国家企业合作，特别是中小企业合作创建了一个重要平台。同时，通过加速布局云端经济、首发经济等新消费模式，做优供应链平台，构建一站式贸易服务平台，畅通“双循环”通道。

据悉，本届博览会共设置20项重要活动，涵盖经贸、科技、健康等多个领域。其中，会议论坛活动7场，经贸合作活动13项。展会设立了中东欧展、国际消费展、进口商品常年展三大展区，总面积达20万平方米。

## 加强经贸合作与人文交流

据悉，本届博览会将聚焦内外循环互联互通、线上线下融合发展，全面深化与中东欧国家在贸易、投资、人文等方面的交流合作，设置了投资合作洽谈会、产业合作对接会等经贸活动，安排了教育、美食、青年交流等丰富多彩的人文活动。今年新增的内外贸一体化展，将集中展示内外贸一体化企业的优秀案例和优质商品。

本届博览会上，还将发布一批重要成果，比如在宁波市成立中国-中东欧国家动植物卫生检疫措施工作组并设立秘书处、启动中国-中东欧国家电子商务合作对话机制、发布《中国-中东欧国

家地方合作研究报告2020》、组建中国-中东欧国家公众健康产业联盟等。

## 构建一站式贸易服务平台

6月8日上午，中东欧博览会重头戏之一的中东欧国家特色商品常年馆在宁波开馆。

据介绍，中东欧国家特色商品常年馆设在宁波国际会展中心9号馆，一期面积1.6万平方米，有综合馆、国别商品馆、专业品牌馆三种展厅表现形态，目前展示的商品包括酒类、食品、日化美妆、工艺品等共计4000多种单品。整个场馆内呈现欧式建筑风格，配以个性化的橱窗艺术、街角艺术、美陈道具等打造中东欧风情街区。

中国证券报记者了解到，中东欧国家特色商品常年馆还搭建了VR全景网上场馆，全时段、全方位展示中东欧商品，打造“永不落幕”的博览会。博览会现场还会有中东欧国家使节、留学生为家乡特色产品直播带货活动，为参会者带来沉浸式的购物体验。

据悉，中东欧国家特色商品常年馆将商品贸易与直播经济、品牌经济、首发经济和服务贸易有机结合，在立足商品展示交易功能的同时，加速布局新消费模式，打造中东欧特色商品“首发首秀”秀场，并在此基础上做优供应链平台，不断提升物流配送和综合服务能力，构建一站式贸易服务平台，畅通“双循环”通道。

中东欧商品采购联盟也在当日成立，并举行了项目签约仪式。其中，采购联盟与中东欧农促会达成战略合作协议，意在在中东欧商贸领域开展广泛和深

人的合作；与中信保、进出口银行、浦发银行、中国人寿等签订合作协议，首创“采购贷”“采购保”“品质保”等金融产品为中东欧贸易保驾护航。据了解，采购联盟成员单位集中签订5个项目共计6.5亿元采购意向协议。

## 扩大中东欧进口规模成效显著

在6月8日下午举行的中国-中东欧国家“丝路电商”发展高峰论坛上，宁波市商务局副局长陈利珍通过跨境进口数字化展示平台，展示了宁波帮助中东欧国家商品通过跨境电商模式进入中国市场的合作成果。

近年来，中东欧国家的优质商品借助宁波的港口物流、智能通关、营商环境等优势，源源不断地进入中国市场，食品、化妆品、乳制品、智力玩具等热卖商品逐步为中国人所熟知，成为重要的消费选择。截至目前，宁波跨境电商零售进口中东欧国家商品已累计申报380万单，交易额高达7.2亿元人民币。其中，2021年已累计申报77.8万单，交易额已达1.5亿元人民币，同比增长31%。

浙江省商务厅副厅长王坚介绍，作为我国唯一面向中东欧国家的国家级展会，中东欧博览会为中国与中东欧国家企业合作，特别是中小企业合作创建了一个重要平台。

“1-4月，浙江省对外贸易大幅增长。其中，自中东欧17国进口40.7亿元，同比增长117.2%，扩大中东欧进口规模的成效十分显著。我们要力争今后5年，累计进口中东欧商品200亿美元，实现农产品进口

额翻倍。而中东欧博览会，就是浙江扩大进口采购的最佳平台。”王坚表示。

6月7日，在宁波召开的第五届中国-中东欧国家海关检验检疫合作对话会上，由海关总署和宁波市人民政府共同编制的中国-中东欧国家贸易指数首次发布。当前，中国-中东欧国家贸易指数综合指数为273.80点，环比上涨4%，同比上涨28.6%，表明中国对中东欧国家进出口贸易持续稳定增长。

据海关总署新闻发言人、统计分析司司长李魁文介绍，中国-中东欧国家贸易指数从贸易规模、贸易结构和贸易对象三个维度，建立了科学客观且具有特色的指标体系，直观展示了我国与中东欧国家之间进出口贸易发展水平，是中国对中东欧国家贸易发展状况的“晴雨表”和“风向标”。该指数有望为制定有关贸易政策提供科学决策依据，也将为我国企业与中东欧国家企业开展贸易提供信息支撑。

中国证券报记者还从宁波保税区市场监管分局获悉，全国首个“中东欧商品”防伪追溯平台亮相中东欧博览会。该平台通过溯源式、科学化、渗透式的监管手段，实现了数字经济背景下，进口商品的“源头可追溯、数据可集成、信用可查询”。

“目前，首批600余个品类、30000余件中东欧商品已完成赋码追溯。商品上加贴的‘溯源防伪二维码’相当于一张身份证，为中东欧商品进入中国消费市场‘正名赋能’，也为消费者权益保驾护航。”宁波保税区市场监管分局副局长周荣介绍。