



聚焦细分市场 科技成色十足

# 金昌蓝宇：“小开关”勇闯国际大市场

位于沈阳经济技术开发区的金昌蓝宇是一家聚焦输变电领域细分市场的龙头企业。“小而美”的背后,是公司专注于输变电高压开关关键零部件的研发与生产。凭借多年的技术积累和过硬的产品质量,金昌蓝宇与国际大客户做起了生意,成为高压电气设备供应链的重要参与者。

● 本报记者 宋维东

## 细分市场龙头

高压开关是电力系统运行中起控制和保护作用的重要设备,也是重要的输变电设备。电源建设中发电厂的升压变电站、电网建设及输电工程的各类变电站都需要大量的高压开关设备。高压开关产品是电网安全、稳定运行的保障核心。

金昌蓝宇产品主要包括输变电装备领域高压、超特高压开关用钨铜合金以及铜基金电触头、触指、导体和结构件等相关产品。

“公司在全球高压和超高压以上市场占有率有举足轻重的地位,是国内乃至亚洲最大的超高压、特高压弧触头制造企业。”金昌蓝宇董事长梁殿清说。

梁殿清表示,220KV以下电压等级的高压开关触头市场容量相对较大,但这个电压等级区间的产品存在同质化情况,技术难度相对较低,参与企业主要采取低价策略角逐市场,会拉低整体毛利率水平。而220KV至1000KV电压等级产品技术含量相对较高。

“550KV以上的超高压、特高压开关触头市场容量相对较小,供应商更少。各家产品差异较大,供应商之间的竞争更多体现在技术水平上。”梁殿清说,“在这一细分市场,我们的技术能力领先。”

以钨铜合金触头为例,金昌蓝宇形成了独特完整的高压、超高压、特高压钨铜合金触头制造工艺体系。这种钨铜合金触头被广泛应用在550KV以上的超高压开



金昌蓝宇数控设备

关。金昌蓝宇在国内该细分市场早就处于领先地位。

“国际化发展,企业必须要具备参与全球竞争的能力,以实现产品的国际化和客户的国际化。”金昌蓝宇董事、财务总监、董秘魏宇说。目前,金昌蓝宇的高压、超高压开关产品客户涵盖SIEMENS、HITACHI ENERGY、GE、MITSUBISHI、HYOSUNG、HYUNDAI等全球知名企业,出口到欧洲、美洲、亚洲等市场。

## 深耕电力设备蓝海市场

业内人士表示,我国国土面积广阔,但能源分布不均衡,能源资源主要分布在西部、北部,电力消费大头却集中在东部、中部。要实现电力资源的长距离输送,最大限度减少损耗,大力发展特高压输电势在必行。

“新产业崛起对电力的需求也在加大。例如,新能源汽车产业发展就给输配电和充电桩等产业带来巨大需求,这些都是公司业务瞄准的重点方向。”梁殿清说,“电网领域的投资直接推动输变电行业快速发展,进一步推动高压开关市场和高压开关核心部件产业发展。”

梁殿清表示,在国际市场,高压开关触头的利润率稳定,市场开发容量大。公司目前的战略方向是扩大高端高压开关触头等核心零部件的销售,主要突破点是进入跨国电力装备生产企业的全球供应链系统。

值得一提的是,金昌蓝宇是工信部第二批专精特新“小巨人”企业、辽宁省“专

精特新”产品技术企业、沈阳市科技小巨人企业,在相关技术领域形成了深厚积累。

例如,为解决高性能钨铜合金高压开关触头材料问题,金昌蓝宇将超细纳米级铜钨粉末的制备及其制粉和烧结技术应用于粉末冶金,形成了专有的特种粉末冶金技术。应用该技术生产的新型复合强化钨铜合金触头材料纯度高,制造的产品电导率、抗弯强度、密度和耐高温电弧烧蚀性能均达到国家重点工程的技术使用要求。

在材料挤压成型技术、材料焊接技术等方面,金昌蓝宇具有独特的技术优势。这涉及多学科间的交叉应用,也是打造输变电高压开关全产业链的技术支撑。

目前,除沈阳总部厂区外,金昌蓝宇还在辽宁省铁岭市建有新厂区,与总部厂区形成涵盖熔渗烧结、型材熔炼拉拔、冷热挤压、特种焊接、机械加工、成品镀银等工序的较为完整产业链,综合竞争力和整体盈利能力不断提升。

梁殿清表示,金昌蓝宇是全球著名高压开关设备厂家的战略供应商,即便在疫情期间也是订单不断。“十四五”时期,高新技术制造业将迎来重大发展机遇,电气设备相关领域企业将因此受益,新机会不断涌现。无论是电网建设,还是新能源产业的快速发展,尤其是新基建中百万伏智能电网的大规模建设,将给公司带来广阔的发展空间。

## 扩大竞争优势

2015年,金昌蓝宇引入沈阳国资创投入股,实现股权多元化。“这种模式完善了

公司治理结构。”梁殿清表示,经过多年发展,公司已跻身高压开关“金字塔”产品结构的顶部位置。该领域属于资本密集型产业,壁垒很高。公司的高压开关触头产品可靠性高、安全性强,相对于其他拟进入该领域的竞争对手优势显著。

在金昌蓝宇沈阳总部车间,中国证券报记者看到墙壁上悬挂着“控制每一道工序,做好每一件产品”的标语。工人们正在加班加点生产,加工好的产品被转运到特定区域等待发运。

“现在订单排得很满,很多时候干不过来。”金昌蓝宇董事、总经理苗晓丹边走边说,公司产品具备小批量、多品种的显著特点。有的订单产品数量只有几个,而公司每个月生产的品种多达七八百种。公司的全产业链优势叠加精细化管理流程让生产更为主动,核心竞争力更加突出,保障了客户不同要求订单的完成率,并降低对外部配套厂家的依赖。

“公司客户质量好,核心业务及客户份额一直保持稳定增长态势,且新品研制进展顺利。公司产品同步面向输变电超、特高压线路建设领域,客户黏性强,为未来发展提供了重要支撑。”苗晓丹说。

对于今后发展,梁殿清表示,北交所的设立为金昌蓝宇这样的科技型中小企业带来巨大发展机遇,提供了重要融资平台。公司将以此为重要契机,不断提升科技创新能力,提高管理水平和装备水平,更加聚焦主业,进一步扩大生产规模,保持并扩大公司在高压开关领域的核心竞争优势,推动经营业绩持续增长。

公司供图

## 水泥行业节能降碳成效显现 集中度料进一步提升

● 本报记者 董涛

近期,多地晒出2021年水泥行业节能降碳“成绩单”。从数据上看,水泥行业根据能源结构调整政策,积极推进产业结构调整,节能降碳成效显现。业内人士表示,在节能减排的目标下,整合日产2500吨及以下生产线,进一步提高区域水泥产业集中度,建设至少日产4000吨以上甚至日产8000吨及以上的超大规模水泥熟料项目,促进能效提升,将是“十四五”时期水泥产业结构调整的趋势。

## 加大技改力度

以水泥生产大省湖南省为例,在碳达峰、碳中和目标下,当地水泥和钢铁企业加大节能技改力度,优化产品能源结构,节能降碳成效明显。

湖南省重点用能企业能耗数据监测智慧云平台数据显示,前三季度,湖南省水泥行业相关能耗指标稳步下降,万元产值综合能耗同比下降4.47%。

中国证券报记者此前了解到,水泥行业不断推进绿色节能、低碳减排转型。行业加快整合,升级生产线,提高水泥窑协同使用效率,推进智能化清洁生产转型,并取得较为显著的成效。数字水泥网指出,与2015年相比,2020年规模以上企业吨水泥熟料综合能耗下降3.6%。2020年,水泥企业可比熟料综合能耗最低为91.75千克标准煤/吨熟料。过去5年,水泥行业加大科技创新力度,实施节能改造,促进提质增效。2021年以来,新的能效要求进一步提升,未来水泥行业仍面临较大压力。

数字水泥网分析师李琛表示,2021年10月修订发布的《水泥单位产品能源消耗限额》显示,标杆水平为可比熟料综合能耗100千克标准煤/吨熟料,基准水平为可比熟料综合能耗117千克标准煤/吨熟料。《冶金、建材重点行业严格能效约束推动节能降碳行动方案(2021—2025年)》要求,到2025年水泥行业能效达到标杆水平的产能比例超过30%。

## 行业整合提速

平安证券研报显示,水泥为传统能耗大户。2020年,我国水泥行业碳排放占全国比重约13.5%,在工业行业中仅次于钢铁。从生产工艺看,主要包括生料纸杯、熟料煅烧和水泥制成等环节,生产过程中耗费大量能源,部分行业头部企业能耗成本占生产成本的比重超过50%。水泥行业推进产业结构调整是高质量发展的关键,也是实现“碳达峰”和节能降碳的重要措施。

李琛指出,目前我国日产2500吨及以下规模水泥熟料生产线占总产能的28%。这些生产线无法达到新的能效要求。而日产2500吨及以下规模水泥熟料生产线有相当一部分是单体企业,技术改造能效提升水平和投资回报空间有限。在节能减排的目标下,整合日产2500吨及以下生产线,进一步提高区域水泥产业集中度,建设至少日产4000吨以上甚至日产8000吨及以上的超大规模水泥熟料项目,促进能效提升,将是“十四五”时期水泥产业结构调整的趋势。

目前,水泥产业整合,生产线升级已经取得较为明显的成效。根据平安证券研报,水泥主要应用于地产、基建、农村建设,属于典型的周期性行业。产品容易受潮凝固,库存周期短,运输半径短,水泥通常以直销为主,具有较强的区域属性。受错峰限产、严禁新增产能等政策影响,大批低端水泥产能被市场淘汰。2010年至2019年,水泥企业从5100家下降至2400家。

能耗双控叠加“金九银十”旺季因素,9月以来,全国水泥价格快速上涨。10月份全国水泥均价同比上涨幅度接近50%。机构认为,随着冬季错峰生产来临,叠加下游地产、基建等开工率下滑,水泥供需两弱特征明显,价格或维持高位震荡态势。

## 掘金投资机会

Wind数据显示,18家水泥上市公司披露了2021年三季报,14家公司实现营业收入同比增长,7家公司实现归属于上市公司股东的净利润同比增长。不过,前三季度归属于上市公司股东的净利润同比增长的公司,增幅普遍较小。而海螺水泥、冀东水泥、华新水泥、亚泰集团等头部企业则出现不同程度的业绩下滑。

产量不足叠加成本端压力较大是水泥企业业绩不佳的重要因素。同时,南方地区水泥企业受7、8月份雨季影响较大,影响了第三季度产销量。

华新水泥11月5日在投资者互动平台表示,过去2—3年西南地区新增供给较多(产能置换),今年1—8月,云南的水泥价格逐步走低,市场竞争激烈,9月中下旬,受重点行业加强能耗管控政策影响,水泥价格才出现恢复性上涨。

部分水泥公司第三季度业绩下滑明显。2021年前三季度,海螺水泥实现营业收入1217.11亿元,同比下降1.89%;实现归属于上市公司股东的净利润223.9亿元,同比下降9.5%。第三季度,公司实现营业收入412.78亿元,同比下降17.53%,环比下降10.25%;归属于上市公司股东的净利润为74.39亿元,同比下降14.09%,环比下降18.64%。

华创证券研报显示,海螺水泥盈利能力环比降低,主要是受到煤炭价格大幅上升的影响。收入端主要受限产影响,公司产能分布地江苏、广东、广西9月份均出现不同程度限产。

针对四季度水泥股行情,首创证券研报显示,预计四季度能耗双控背景下,水泥价格仍会维持高位,水泥企业四季度业绩弹性较大,而目前估值位于历史底部,存在修复机会。

贺岁档春节档备受期待

# 电影市场年末或迎来转机

● 本报记者 于蒙蒙

受疫情等因素扰动影响,电影市场暑期档鲜有大片上线,票房不佳直接影响了电影行业相关上市公司三季度业绩。从三季报看,12家电影上市公司业绩呈现“冰火两重天”特征,内容端公司由于收入确认等原因,多数实现盈利,院线类公司则清一色亏损。

上述窘境或在四季度得到改观。业内人士指出,随着《长津湖》登陆国庆档,10月国内票房创下档期历史第二的好成绩。同时,多部好莱坞影片在10月下旬陆续登陆国内院线,多部影片也已宣布定档贺岁档、春节档,年末电影市场蓄势待发,备受期待。

## 院线公司普遍亏损

今年第三季度电影市场陷入低谷,国内电影票房达73亿元(含服务费),而2018年和2019年同期票房基本在169亿元附近。而受疫情影响的2020年第三季度,全国影院直到7月末才恢复营业,两个月收获60.53亿元的票房成绩。

院线端上市公司业绩充分体现了电影市场的冷暖。作为国内院线龙头,万达电影第三季度净利润亏损3.48亿元。其余公司亦“同病相怜”,上海电影亏损1858.21万元,中国电影亏损4361.95万元,金逸影视亏损1.29亿元,横店影视亏损1.36亿元。对于亏损原因,金逸影视的解释具有代

表性。公司称,三季度历年因为有暑期档成为全年票房的重要支柱,国内票房排名第一的《战狼2》、第三的《哪吒之魔童降世》均出自于暑期档。但2021年三季度,电影行业持续受到暴雨、台风、疫情等多重因素冲击,导致暑期档重点影片纷纷撤档,其中就包括备受瞩目的《长津湖》,致使暑期大盘持续低迷。相比2019年三季度,2021年三季度票房下跌57.30%,不及2017年、2018年三季度票房的一半,为近8年来历史最低。

万达电影亦坦言,7月以来,多地发生局部聚集性疫情,全国超过3000家影院暂停营业,最多时其国内下属近200家影院停业,截至9月30日仍有40家影院为停业状态。最终,第三季度全国整体票房产出仅66.5亿元(不含服务费)、观影人次2亿,分别较2019年同期大幅减少57.3%和58.5%,对公司业绩产生较大影响。

而由于确认收入的时点原因,内容端公司的三季度业绩普遍向好。光线传媒第三季度净利润为6831.38万元,同比增长58.32%,但增速环比明显放缓,公司前三季度净利润同比增长767.66%。

ST北文第三季度实现营收1.37亿元,同比增长1746.48%,归母净利润达1733.95万元。其中,ST北文第三季度营收占据前三季营收的86%,营收大增受益于报告期确认了电影《你好,李焕英》《沐浴之王》等项目收入。

有的公司甩卖资产。华谊兄弟第三季度净利润达4.7亿元,但扣非净利润则亏损1.18亿

元。公司称,非经常性损益主要包括长期股权投资及金融资产的处置损益,以及因股价变动引起的金融资产公允价值变动损益。

## 10月票房超三季度总和

经历了沉寂的暑期档,国庆档为四季度国内电影市场带来较大改观。

今年国庆档总票房达43.89亿元(含服务费),仅次于2019年同期创下的44.66亿元票房成绩,位居中国影史国庆档票房第二位。其中,《长津湖》以31.27亿元的票房成绩在国庆档影片中独占鳌头,自上映以来实现口碑与票房双丰收,打破16项影史纪录。

华泰证券研报指出,今年国庆档电影市场总体表现较好,主要由于《长津湖》的带动。该片口碑不错,其制作阵容、故事题材引发社会广泛关注,上座率、排片率居于高位,支撑其票房维持较高水平,单日票房出现罕见的逆势上涨,成为国庆档票房冠军。

在《长津湖》的助力下,10月票房达75.77亿元(含服务费),超过7月—9月的票房总和。

值得注意的是,在优质内容支撑下,院线端上市公司经营业绩得到积极改善。万达电影的观影人次等核心数据持续改善,促进总票房收益和市场份额增加。在今年国庆档票房大盘与2019年同期持平的情况下,万达电影国庆档5.5亿元的票房成绩较2019年同期增长6.2%,实现逆势上涨,表现超过市场预期。同时,期间公司整体市占率较2019年