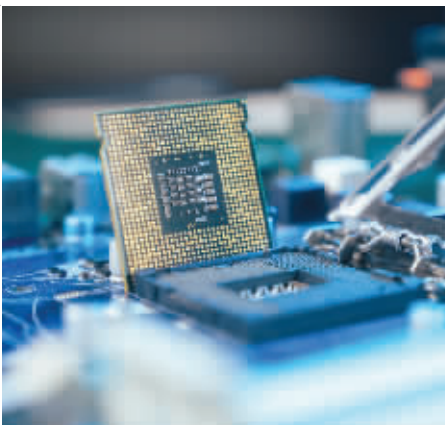


# 北交所上市公司积极挖掘成长机遇



近日，多家北交所上市公司积极通过购买资产、开展新业务、投资设立子公司等方式寻找成长机遇。分析人士表示，这有助于完善北交所上市公司业务体系，提高北交所上市公司整体竞争力。

● 本报记者 吴科任



## 拓展新增长点

部分北交所上市公司根据整体发展战略布局，积极把握产业机遇，拓展新的业务和利润增长点。

利通科技9月7日公告称，公司拟投资设立控股子公司漯河利洁工程服务有限公司，主要经营市政管网疏通业务。新公司拟注册资本1000万元，其中公司拟认缴出资600万元。

利通科技表示，开展市政管网疏通业务是公司基于产品战略和发展规划作出的审慎决策。一方面，此举有利于公司超高压清洗软管业务的拓展，提高公司整体竞争力。另一方面，市政管网疏通业务是每个城市面临的现实问题，整个市场前景预期良好，如能顺利开展相关业务，不仅能提高公

司终端市场服务能力，还能与公司现有超高压清洗软管形成较好的协同效应，将对公司生产经营带来积极影响。

利通科技主要制造产品有液压橡胶软管及总成、工业橡胶软管及总成、混炼胶、连接件。如公司所言，新业务能助推公司由单一产品制造向“产品制造+工程服务”业务模式转型。

昆工科技9月6日公告称，公司拟与昆明市晋宁区二街镇人民政府签署《项目投资合同书》，并以全资子公司晋宁理工恒达科技有限公司为实施主体，投资建设“昆明市晋宁区大容量铅炭长时储能电池板栅及储能电池项目”，项目计划投资额约10亿元；拟与曲靖市麒麟区人民政府签署投资协议，并以云南理工恒达新能源公司作为实施主体，投资建设“麒麟区新型铅炭储能电池生产基地项目”项目，项目计划投资额约12亿元。

昆工科技以节能降耗电极新材料及电极产品为主业，下游客户主要为有色金属冶炼企业。公司表示，投资新业务是公司实施新能源产业战略的重要布局，也是公司驶入

新能源赛道的重大机遇，是公司经营业务长远发展的需要。项目建成后，能够使公司快速进入储能电池行业，并具备大容量铅炭长时储能电池规模化生产能力和极具效应的市场推广基础，有利于公司进一步拓展现有电极材料业务，同时开拓新的业务领域。

## 扩大业务布局

继追加不超过4800万元为核心零部件研发及产业化验证项目提供设备采购等方面支持之后，凯德石英9月7日公告称，拟收购沈阳芯贝伊尔半导体科技有限公司（简称“芯贝伊尔”）70%股权，交易价格为6100万元。这是公司根据业务发展规划做出的经营决策，目的在于扩大经营规模、拓展市场份额、优化客户结构，提高市场竞争力。

凯德石英与芯贝伊尔业务协同。前者主营业务为石英仪器、石英管道、石英舟等石英玻璃制品的研发、生产和销售。公司产品作为下游企业的生产耗材，广泛应用于半导体集成电路芯片领域、光伏太阳能行业领域及其他领域。后者主要为国内半导体设

视觉中国图片

备制造厂商、LED外延及芯片生产基地、微电子公司研发及生产石英制品。

2021年及2022年上半年，芯贝伊尔分别实现营业收入3101万元、2235万元，分别实现净利润881万元、783万元。截至6月底，其资产总额、净资产分别为3798万元、2451万元。

中国证券报记者注意到，除了通过收购资产的方式扩大业务布局之外，8月下旬以来，海泰新能、奥迪威、盖世食品、天润科技等多家北交所公司拟对外投资设立全资子公司，借此扩大主业。

海泰新能加码光伏组件业务。公司9月7日公告称，拟出资1000万元设立全资子公司曹妃甸海泰新能有限公司，其主营业务为光伏组件、太阳能电池的技术研发、制造、销售。本次投资对公司的长期发展和战略布局具有重要意义。

奥迪威8月29日公告称，为促进公司在先进材料及换能元器件方面的研究开发、生产与销售，扩大业务布局，拟在江西省景德镇市设立全资子公司，第一期投资金额为5000万元。该公司主营业务为“先进材料、电子元器件的研究开发、生产与销售”。

# 通威股份签千亿元多晶硅大单

● 本报记者 康曦

通威股份9月9日晚公告称，2022年9月—2026年12月期间，晶科能源及其子公司计划向通威股份旗下子公司合计采购38.28万吨多晶硅产品，预计销售总额1033.56亿元（不含税）。据中国证券报记者统计，今年以来，通威股份已签订6份重大销售合同，累计销售金额达3573.66亿元，签约对象包括美科硅能源、双良硅材料、隆基绿能子公司等。

## 已签6份重大销售合同

公告显示，晶科能源及其子公司计划向

通威股份旗下子公司合计采购38.28万吨多晶硅产品。具体订单价格另议，合同交易总额以最终成交金额为准。如按照中国有色金属工业协会硅业分会2022年8月31日公布的国内单晶致密料成交均价30.51万元/吨（含税）测算，预计销售总额1033.56亿元（不含税）。

中国证券报记者梳理发现，加上此次签订的合同，2022年以来通威股份已签订6份重大销售合同，累计销售金额达3573.66亿元。

通威股份表示，近年来，由于硅料环节供不应求，下游硅片企业积极与硅料企业商议长单采购合作，以保障自身生产运营安排，硅料企业与下游签订长单销售合同已成为较为普遍的商业行为。

## 加大投资力度

目前，通威股份高纯晶硅产能规模已达到23万吨/年，太阳能电池产能规模已达54GW/年，产能规模位居全球第一。通威股份表示，基于光伏行业广阔的发展前景，公司将进一步加大对高纯晶硅业务的投资力度，规划2024年—2026年公司高纯晶硅年产能规模达到80万吨—100万吨，并持续优化产能的工艺、成本和质量。

今年上半年，通威股份实现高纯晶硅产量10.73万吨，同比增长112.15%，国内市占率近30%。中国光伏行业协会统计数据显

示，1—6月我国多晶硅产量约36.5万吨，产量同比增长53.4%，但仍不能满足下游需求，价格同比继续上涨。

今年8月，通威股份中标华润电力3GW组件集中采购订单，引发市场关注。对此，通威股份董事长谢毅表示，公司自2013年收购合肥赛维时即有部分组件产能，并在此基础上一直保持着研发推进和少量扩产，也积累了一定的技术与市场基础。基于目前国家“双碳”目标要求和行业一体化发展趋势加强，公司也会顺势而为，考虑在组件业务上作进一步论证规划。未来公司也将继续提升高纯晶硅和太阳能电池的核心竞争优势及市占率，继续为产业链合作伙伴做好“车间主任”。

# 东北制药：研发销售互促共进 厚植竞争新优势

● 本报记者 宋维东

东北制药相关负责人日前在接受中国证券报记者采访时表示，近年来，公司不断加大技术研发力度，加快研发成果落地，进一步完善产品结构；同时，充分发挥销售龙头作用，强化市场动态跟踪，向销售市场挖潜，实现研发与销售互促共进，不断增强发展韧性和活力。

## 多管齐下搞研发

近年来，东北制药通过自主研发、联合开发、项目引进等多种方式全速推进研发进度。今年以来，凭借“原料+制剂”一体化优势，公司又有卡前列素氨丁三醇原料药、卡前列素氨丁三醇注射液、左乙拉西坦片、他达拉非片、铝碳酸镁咀嚼片等新产品获批，进一步丰富了公司产品管线。

公司新研发药品盐酸羟考酮注射液国内首仿获批后，已于今年1月份成功转化并实现上市销售。此外，仿制药一致性评价工作也快速推进。仅8月份，公司重点产品左卡尼汀注射液及盐酸金刚烷胺片两个产品通过仿制药一致性评价，进一步增强了公司产品的话语权。

“研发创新是药企做强做大的关键。”上述负责人表示，东北制药自加入辽宁方大集团以来，提出“研发是给将来打基础，是赢得未来发展的保证”理念，不断加大研发力度，稳步提高新产品收入占比，进一步增强可持续发展能力。

根据东北制药总体研发规划，公司将在现有优势产品基础上聚焦抗肿瘤、生殖系统（妇科和男科）、内分泌和代谢、心血管、神经系统、麻精系类药物、抗艾滋病药物等领域，重点布局高质量仿制药，持续补充新品种，形成大产品集群。

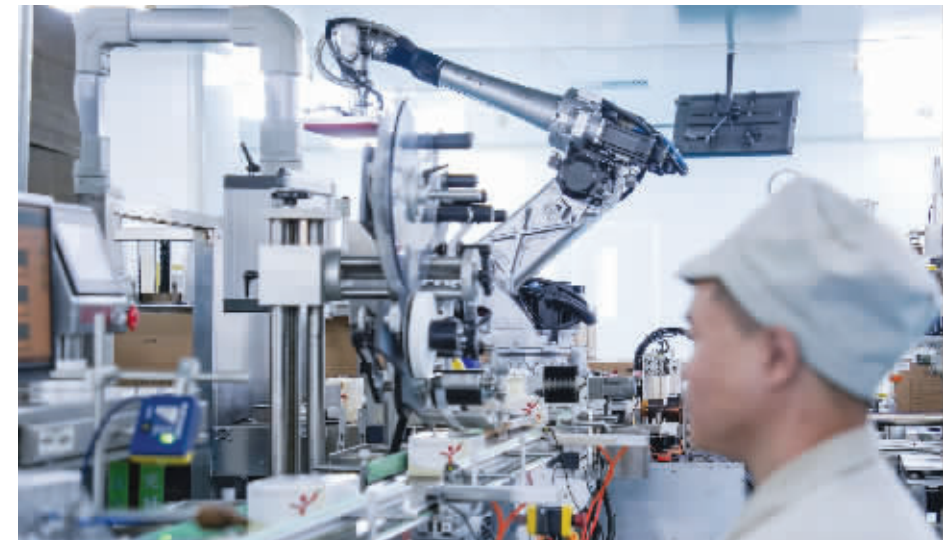
目前，东北制药以化药业务为主。面对医药行业日益加剧的竞争压力，公司在持续做强现有产品、全速推进企业在研产品基础上，积极寻求前沿生物技术领域突破，培育对外竞争新优势。

东北制药日前从美国MedAbome公司处引进MAb11—22.1抗体项目。MAb11—22.1是MedAbome公司研发的可选择性识别恶性肿瘤细胞、而不与正常外周血细胞和主要脏器组织反应的单克隆抗体。该抗体在抗体偶联药物（ADC药物）和CAR—T上的应用目前处于临床前研发阶段。东北制药通过此举将获取MedAbome公司在抗肿瘤抗体药物开发方面的研发优势，引进该项目在美国、加拿大、墨西哥三个国家以外的全球临床开发、注册、生产和商业化权益，加速布局大分子创新药领域，进一步丰富肿瘤药物研发管线。

“公司从以仿制药为主转移到‘仿创并举’，再从‘仿创结合’过渡到‘创新驱动’，最终形成以创新药为主、仿制药为辅的业务结构。”上述负责人说。

## 主动对接市场

今年以来，面对多种不利因素挑战，东北制药采取更主动的销售策略拓展市场，充分发



东北制药制剂药品生产线

公司供图

挥品种结构优势，抢占更大市场。

“公司原料药销售业务板块以差异化的营销策略为客户提供更有针对性的解决方案，进一步提高客户黏度。”东北制药原料销售公司总经理李立表示，原料药销售业务要积极寻找合适的细分市场，抓稳销售品种结构，灵活制定并实施销售策略，实现效益最大化。

为此，东北制药更注重高端客户的开发，强化与国际主流食品、保健品生产商等重要客户的合作，获取长期优质订单，实现国际客户多元化。同时，在人员激励上，在满产满销原则上将指标分解穿透至每个销售人员，通过“赛马机制”充分调动大家积极性，实现销

售数量、销售收入、销售利润全面达标。

制剂销售业务方面，东北制药全面做好产品策划招商推广攻略，建立问题反馈平台，将前方销售与后方服务紧密联动。“我们以‘日提醒’方式盯进度、盯产品结构，以纯销为手段，实现销售最大化，推动降本控费，确保指标进度无偏差，助力公司经营业绩增长。”东北制药制剂销售公司制剂市场部副部长袁启龙说。

在一系列积极措施作用下，今年上半年，东北制药实现营业收入44.20亿元，同比增长10.23%；实现归属于上市公司股东的净利润1.13亿元，同比增长86.46%。

## 中秋激活本地经济 平价月饼成消费首选

● 本报记者 高佳展

中秋假期在即，全国各地过节氛围渐浓，多地餐厅、景区、酒店纷纷推出中秋、赏月主题的服务和套餐，简装平价月饼成为消费者首选，大闸蟹订单更是爆满。美团数据显示，中秋当晚“团圆餐”线上订座率同比增长49.6%；8月20日至9月5日的月饼销量同比增长24%，其中30元以下的简装小份月饼销量占95%；鲜活大闸蟹销量同比更是大增144%。

## “团圆餐”线上订座率增长

如今，线上提前预订餐厅成为消费者的消费习惯，不少餐饮门店已经提前迎来了“团圆餐”预订潮。美团数据显示，中秋当晚，平台上餐厅的预订量同比增长49.6%，受消费者欢迎的品类是本帮江浙菜、粤菜和火锅，座位预订量分别占比34.8%、15.5%和9.2%，上海、北京和杭州三城的预订量最高。

上海市民李佩告诉中国证券报记者，自己一早就在线上预订了徐家汇路的一家本地菜餐厅，还购买了店里的“中秋10人宴”堂食套餐，准备中秋节当晚和家人吃顿团圆饭。“套餐价格有优惠，刚好又是吃螃蟹的季节，也正好尝尝。”李佩说。

很多餐饮商家都在为迎接中秋客流提前筹划，线上主题套餐。紫光园相关负责人告诉记者，为迎中秋，门店的备货量已经提升至日常的3倍多，清真烤鸭、手撕鸡、扒肉条、月饼都是中秋当天的热销产品。“顾客在来门店消费前，已经习惯先在美团、大众点评等平台搜索套餐。为此，我们已通过平台上线了月饼团购、多人团圆套餐等多种特色套餐供给，以便更好地满足本地消费需求。”该负责人表示。

上海滩餐厅（BFC外滩金融中心店）是上海一家黑珍珠一钻餐厅，餐厅相关负责人任女士告诉记者，门店在中秋节当晚及小长假前的座位早已订满，今年中秋节的订座情况超出预期。

美团数据显示，9月以来，平台上“中秋赏月”等关键词搜索量同比增长191.9%。在出行安排上，北京、上海、陕西、湖北、湖南等地均有近四成的市民，选择提前2天以上预订景点门票。

## 简装平价月饼成大众首选

作为中秋标配的月饼，也成为消费者近期的必备食品之一。日前，国家发改委等四部门联合发文指出，坚持月饼的大众食品属性，减少包装材料的过度使用。从各个平台数据来看，平价、传统成为今年中秋月饼的关键词，月饼市场逐渐回归理性。

美团优选数据显示，今年中秋，各地消费热情不减。8月20日至9月5日半个月内，平台上的月饼销量相比8月初增长460%，相比去年同期增长24%。其中，30元以下的简装、小份月饼销量占到95%，平价月饼成为消费者首选。地方特色“老月饼”销量同比上涨79%。其中，老鼎丰销量同比增长248%，知味观销量同比增长223%，金九销量同比增长108%，有“中华老字号”之称的广州酒家月饼销量同比增长22%。

广州酒家全国销售总监赖小剑表示，近几年，广州酒家加速线上零售布局，尤其是通过社区电商新模式布局城乡市场。从成交量上可逐渐看到效果，社区电商的销售额增长幅度最突出，吸引了很多年轻消费者。

家乐福采购相关负责人表示，这些年来，家乐福一直在强化月饼供应链和消费场景的建设，今年中秋也是家乐福月饼种类最为丰富的一年。根据各大区月饼消费的差异化，家乐福联合各区域头部品牌，搭建特色化中秋消费专区，并在“特色”基础上，将各地代表品牌的爆款实现跨区域供应。“散装和简装月饼销量相比往年持平，整体价格变化不大，主流消费价格带仍在80元—150元左右。此外，还有实付500元返100元、部分爆款买一送一等活动。”上述负责人表示。

## 大闸蟹销量大增

秋风起，蟹脚痒，如今开始进入吃蟹的季节。美团外卖数据显示，今年中秋前一周，平台上的鲜活大闸蟹搜索量同比增长超30倍，销量也同比增长144%，北京、成都、深圳、广州、武汉成为中秋前吃蟹最多的几大城市。

“即时零售能够做到大闸蟹‘最快30分钟送达’，最大程度保证了商品的新鲜，而且许多人驻平台的商家还提供‘死蟹包赔’服务。”美团外卖相关负责人介绍，近期每天下午17点是购买大闸蟹高峰期，16点至18点的订单占全天订单量的近35%。

盒马相关负责人表示，今年是2015年以来中秋来得最早的一年，虽然阳澄湖产区的大闸蟹“缺席”了中秋，但商家备足了其他产区的大闸蟹助阵节日，比如来自江苏盐城大纵湖产区5000亩基地的直采大闸蟹已摆上盒马的货架。

“今年大闸蟹出现了中秋前供货紧张的现象，原因除了中秋来得早，还有8—9月华东地区的持续高温干旱，抑制了大闸蟹的脱壳与生长。江苏占据我国大闸蟹产量超过四成，盒马在江苏盐城大纵湖产区有5000多亩大闸蟹养殖基地，从年初开始，我们的基地采购团队就通过多方调研，做足了提前筹备。”盒马水产采购负责人李子涵告诉记者。

去年用蟹券兑换大闸蟹的北京市民徐海乔，今年选择了外卖订购。“去年在网上买了蟹券兑换大闸蟹，准备中秋当作礼物送给亲戚，结果排了好几个月才兑上，索性今年就直接用外卖买了。虽然阳澄湖大闸蟹还没下来，但其他地方的螃蟹也不错，下完单立刻可以收到新鲜活蟹，很方便。”徐海乔表示。