



润农节水董事长薛宝松：

登陆北交所为公司注入强劲发展动力



公司供图

“公司2011年成立，历经新三板创新层、精选层、北交所上市，公司的一步发展都离不开资本市场的支持，机动灵活的融资政策，为公司持续高速发展注入了强劲动力。”润农节水董事长薛宝松日前在接受中国证券报记者采访时表示。

● 本报记者 潘宇静

力争实现全产业链发展

薛宝松介绍，上市一年来，润农节水继续在研发、市场开拓、生产管理等各方面保持投入。截至目前，河南、山西市场的开拓效果显著；公司拥有专利技术100余项，其中发明专利7项、软件著作权12项。

北证50于近期正式亮相，润农节水成功入选成分股。“公司入选北证50样本股票名单，是市场对公司的肯定。北交所上市是起点，努力把公司做大做强实现企业价值最大化是目标。”薛宝松说，

加大节水灌溉领域投入

从全球市场来看，农业生产经历了几个重要的发展时期，从规模化、机械化、数字化、网络化再到智能化。“在探索农业节水灌溉模式创新方面，农机装备转型升级、设计理念和软件系统三个板块是相辅相成的。软件是大脑，装备是身体，设计是灵魂。”薛宝松说，从市场容量方面看，农机装备升级的市场份额最大，市场前景更为广阔；从技术创新方面看，软件系统未来的发展道路更长，更具有挑战性。

“我们可喜地看到，我国的节水灌溉即将实现弯道超车。我国是农业大国，但

公司一直在探索模式创新、管理创新、技术创新，力争区域业务实现突破，为公司发展注入新的活力。

薛宝松表示，公司顺应灌溉行业向着集约化、智能化发展的大趋势，探索后期服务、运营管理、智慧农业等经营模式。目前，公司在河北、内蒙古、河南、甘肃、四川、山西的智慧农业项目已取得了良好社会效益和经济效益，公司将努力打造成全产业链发展的综合性企业。

节水装备普及起步较晚，以色列滴灌为首的节水灌溉装备主要强在精细化、自动化控制。我国正在凭借工程施工优势朝着智能化方向发展，同时利用决策模型实现云平台控制智能化。相信在不远的将来，我国的灌溉行业会领先于世界，我们有信心把自己的智慧农业云平台管理系统做得更实用、更便捷。”薛宝松说。

2022年第一季度，润农节水发布变更部分募集资金用途公告。公告称，公司拟使用募集资金增加对山西润农新材生态科技有限公司节水灌溉装备产业基地

近年来，PPP模式将基础设施投资、建设、运营协同起来，在此基础上，地方政府和社会资本进一步发展EPC模式，即设计、采购、施工一体化的总承包模式，EPC+O则是在EPC总承包模式基础上向后端运营环节延伸。

薛宝松称：“现阶段公司仍以EPC为主要业务模式，零星工程项目推行了EPC+O模式。业绩是公司生存的基础，良好的现金流是公司健康运转的有力保障。”

项目的投入。

“加大节水灌溉装备产业基地项目的投入，是公司对于以山西为中心的中部市场发展潜力的判断。增加中西部地区生产基地，有效降低运输成本，是公司的战略决策。在粮食安全和水资源短缺的大背景下，智慧农业建设已经迫在眉睫。”薛宝松称，我国水资源紧缺，利用率低是需要解决的一大难题，大力发展循环经济产业是解决该问题的根本途径。依托当地政府的大力支持，山西润农呈现出较好的发展势头。

《2021中国水资源公报》显示，我国农田灌溉水有效利用系数仅为0.568，远低于发达国家0.80的平均水平。薛宝松称，目前，节水灌溉行业内的企业普遍规模较小，行业集中度不高。

“差距就是机遇，就是市场，节水行业未来仍是一个机遇与挑战并存的行业。我们有信心把自己的智慧农业云平台管理系统努力提升到领先地位。”薛宝松表示。

行业发展前景广阔

记者从近日举行的首届全国智慧灌溉论坛上了解到，到今年年底，全国将建成10亿亩高标准农田，累计建成高效节水灌溉面积超过4亿亩。农业农村部农田建设管理司副司长吴洪伟在论坛上表示，下一步应从加强工程节水、农艺节水、品种节水三方面加快推进高效节水灌溉。

“公司感受到了产业繁忙，我们感恩国家的强盛对农业的投资有增无减，庆

幸所处的行业正处于发展的洪流中，作为国内节水装备第一梯队的公司感觉责任重大。”薛宝松表示，“藏粮于地，藏粮于技”不只是一句简单的口号，而是需要技术过硬及田间地头的实际操作才行。

薛宝松介绍，随着土地流转和规模化种植模式大范围推广，节水灌溉企业将通过招标的形式获取更多施工项目，行业市场化程度进一步提升。

车企加速出海 国际业务或成第二增长曲线

● 本报记者 金一丹

日前，长城汽车在泰国曼谷召开2022海外经销商大会，并发布“ONE GWM”全球品牌行动纲领。近期，长城汽车、比亚迪等自主品牌频频拓展海外市场，新能源汽车出口量快速增长。业内人士表示，随着国内新能源车市场竞争加剧，海外业务有望成为中国车企的第二增长曲线。

发布全球化品牌战略

在2022海外经销商大会上，长城汽车进一步明确了全球化品牌建设与产品布局，并公布最新全球化品牌战略。长城汽车总裁穆峰表示，长城汽车将聚焦“ONE GWM”，打造聚合渠道与明星大单品。同时，加大研发投入，以森林生态体系为依托，构建覆盖全球的研发布局。

长城汽车副总裁史青科表示：“在哈弗、坦克、长城皮卡、魏牌、欧拉五大品牌数十款车型精耕品类市场的同时，长城汽车将倾注更多资源在全球打造粉丝节、购车节、体育营销等活动，吸引更多用户加入长城汽车大家庭。”

数据显示，今年10月，长城汽车海外

31.1%

10月，全国汽车商品出口金额为151.4亿美元，环比增长3.1%，同比增长31.1%。1-10月，全国汽车商品出口金额为1299.9亿美元，同比增长26.2%，增速比1-9月略有提升。

销量首次超过2万辆；1-10月，长城汽车海外累计销量超13万辆，同比增长18.6%。记者从长城汽车了解到，近年来公司在海外着力构建全产业链生态。

长城汽车泰国子公司相关负责人表示，公司通过打通线上线下信息和体验环节，推出上门服务。同时，通过推出超级充电站、快速充电设施，为泰国用户提供更好的使用体验。

长城汽车本次海外经销商大会共有来自澳洲、非洲、中南美洲、东盟等50多个国家和地区的200多家经销商代表参会，是长城汽车自1997年出海以来，首次在其他国家举办海外经销商大会。

中信证券表示，目前全球各国正积极推出新能源汽车引导政策，如政府补贴、低关税等，为我国电动汽车出海提供了黄金窗口期。预计到2025年、2030年，我国车企海外销量有望达到300万辆、550万辆；2030年，我国电动汽车的海外销量有望达到250万辆。

加快拓展海外市场

近期，多家自主品牌通过增加新车型供给、与当地经销商开展合作等方式，快速切入国际市场。

11月30日，比亚迪在第39届泰国国际汽车博览会上，重点展示了进入泰国乘用车市场的首款车型——元PLUS，同时两款旗舰车型（唐EV和汉EV）以及四款热销车型（秦PLUS DM-i、宋PLUS DM-i、海豚和海豹）也亮相车展。11月29日，比亚迪宣布与Grupo Continental等8家墨西哥经销商达成合作，并首次在墨西哥推出汉、唐两款新能源车型，预计于2023年在该国上市。今年7-8月，比亚迪还正式宣布进入瑞典、德国以及日本市场。

10月26日，长城汽车与SO集团汇鸿汽车正式达成合作，共同开拓菲律宾市

场。这是继登陆泰国、马来西亚市场后，长城汽车在东盟区域进一步拓展市场。8月，长城汽车连续开拓了欧洲及阿曼市场。长城汽车8月8日与埃米尔福莱（Emil Frey）集团举行签约仪式，双方就魏牌和欧拉在欧洲市场的进口和分销达成战略合作，新车将于今年第四季度正式交付。8月12日，长城汽车宣布与阿曼汽车代理商Bahwan集团子公司OTE正式签署分销授权协议，并达成中长期战略合作。长城汽车旗下哈弗、长城皮卡两大品牌多款車型在阿曼市场的发布计划和服务模式升级计划即将落地。

中国汽车工业协会整理的海关总署数据显示，10月，全国汽车商品出口金额为151.4亿美元，环比增长3.1%，同比增长31.1%。1-10月，全国汽车商品出口金额为1299.9亿美元，同比增长26.2%，增速比1-9月略有提升。

乘联会秘书长崔东树表示，我国新能源汽车出口主要是亚洲和欧洲两大市场，近期西欧市场表现较强，东南亚等市场持续高销量。在疫情下，由于海外供应链的问题，中国汽车出口强势崛起，2022年出口继续保持强势，体现出中国汽车产业的世界竞争力大幅提升。

“第三支箭”拓宽渠道

10余家上市公司抛出融资计划

● 本报记者 张军

12月5日晚，冠城大通发布公告，公司拟筹划非公开发行股票事项。据中国证券报记者不完全统计，“第三支箭”发出以来已有逾10家上市公司抛出融资计划。业内人士表示，“第三支箭”政策有望改善房企融资局面，各地“保交楼”工作料持续推进。

筹划定增方案

冠城大通公告显示，经公司管理层讨论，为满足公司业务发展的需要，优化公司资本结构，公司拟向不超过35名特定投资者非公开发行股票，募集资金拟用于投资满足公司转型需求的业务扩张和产业链上下游并购项目、与“保交楼、保民生”相关的房地产项目及符合公司再融资政策要求的补充流动资金、偿还债务等。

公告披露，本次非公开发行拟发行的股票数量不超过本次发行前公司总股本的30%，最终发行数量以证监会核准的发行数量为准，本次非公开发行股票事项不会导致公司控股股东和实际控制人发生变化。

冠城大通主要业务为房地产开发、电磁线生产销售、新能源锂电池电解液添加剂生产经营等。前三季度，公司实现营业收入90.40亿元，同比增长41.20%；实现归母净利润2800.37万元，同比增长42.38%。

冠城大通表示，公司非公开发行股票事项尚需经公司董事会、股东大会审议批准，以及中国证监会等主管部门的核准。截至目前，公司筹划非公开发行股票事项尚处于初期筹划阶段。

多家公司发布融资计划

11月28日，证监会发布房地产行业股权融资方面调整优化措施。

中银证券房地产行业首席分析师夏亦丰表示，此次适时引入“第三支箭”是对信贷、债券“两支箭”的补充，支持力度递进，支持面互补。至此，房地产行业初步形成信贷、发债、信托、预售资金、股权融资等多维度融资支持政策体系。

据记者不完全统计，上述政策发布以来已有福星股份、世茂股份、北新路桥、天地源、华夏幸福、陆家嘴等逾10家上市公司发布融资计划。

“‘第三支箭’落地后房企融资局面将改善，各地‘保交楼’工作有望持续推进。同时，各地因城施策力度有望加大，部分核心一二线城市或继续优化限购限贷等政策，以进一步支持合理住房需求的释放。”中指研究院企业事业部研究负责人刘水对记者表示。

多地陆续启动错峰生产 水泥价格小幅走高

● 本报记者 董添

多地日前陆续启动水泥错峰生产，部分地区停窑时间超过100天。业内人士表示，四季度是水泥行业的传统旺季，除需求拉动外，错峰生产带来的供给缩减也是助推价格走强的重要因素之一。

错峰生产政策密集出台

陕西省水泥协会日前印发《陕西水泥行业2022-2023年冬季错峰生产方案》的通知，要求全省所有水泥熟料生产线2022年12月1日至2023年3月10日期间错峰停产100天。承担居民供暖任务的水泥熟料生产线可不进行错峰生产，但需在非采暖季、非错峰生产期间补足错峰时间；水泥熟料生产企业达到重污染天气重点行业绩效评价A级的，所属水泥熟料生产线可自主开展错峰生产。

河北省出台的《河北省水泥熟料企业2022-2023年采暖季错峰生产计划公开信息》显示，多地水泥熟料企业采暖季错峰停窑天数为120天。

在此之前，山东省、河南省、宁夏回族自治区等地相继出台错峰生产计划，错峰生产天数基本上都超过100天。

宁夏回族自治区工信厅发布的《关于2022-2023年冬春季部分重点工业行业开展错峰生产的通知》要求，宁夏所有水泥熟料生产企业均要错峰生产130天，时限内未完成错峰生产的天数在2023年6月底前补足。

河南省则明确，按照省生态环境厅企业环保绩效等级评定结果，A级企业按照2022年11月20日至次年1月5日、2023年1月21日至同年3月15日两个时间段实施错峰停产；B级企业按照2022年11月15日至同年12月31日、2023年1月16日至同年3月15日两个时间段实施错峰停产；C级企业按照2022年11月15日至次年1月31日、2023年2月11日至同年3月15日两个时间段实施错峰停产；D级企业和未完成超低排放改造验收的企业，自2022年11月15日至次年3月15日采暖期间，实施错峰停产。

价格有所回升

从水泥价格看，季节性旺季叠加错峰生产等因素影响，水泥价格短期小幅走高。

12月4日，国家统计局发布的水泥最新报价显示，2022年11月下旬，普通硅酸盐水泥（P.O 42.5袋装）报价453.6元/吨，相比11月中旬上涨了12.6元/吨，涨幅达2.9%。普通硅酸盐水泥（P.O 42.5散装）报价416.4元/吨，相比11月中旬上涨了2.0元/吨，涨幅达0.5%。

对于价格小幅走高的原因，东北证券表示，房地产政策密集出台，楼市有望回暖，竣工端工程量有望提升，带动建材市场基本面边际修复，全国水泥均价环比有所抬升。

百川盈孚研报显示，原材料价格处于高位，全国水泥价格涨多降少。分地区来看，南方地区水泥原材料价格高位运行，水泥成本走高，企业生产压力增加，加之错峰停窑带动，局部地区水泥价格上涨；北方地区受冬季寒冷天气影响，整体施工外在条件不好，市场需求较弱，水泥价格小幅下降。整体来看，全国水泥价格涨跌互现。

天风证券认为，企业提涨意愿较强，且受益于供给端错峰限产，水泥价格已经进入上行通道，预计吨毛利环比将会好转，南方地区价格弹性更高，下半年基建实物工作量有望加快形成，将支撑水泥销量同比逐步转正。