

泓淋电力董事长迟少林：

致力成为全球电源连接系统领军企业



公司生产车间 公司供图

3月17日，全球电源线组件行业龙头泓淋电力正式登陆创业板，迎来资本市场首秀。泓淋电力董事长迟少林在接受中国证券报记者专访时表示，上市后公司将凭借资本市场的助力，实现营业收入和净利润的快速增长，致力发展成为全球电源连接系统的领军企业。

● 本报记者 张鹏飞

深耕电源线组件领域

“作为泓淋电力的创始人，我带领团队深耕行业26年，从一个靠韩国来料加工的小厂做起，逐步转型建立自主产品，经过多年来不懈的努力，我们已成长为全球电源线组件龙头企业。”提起企业的发展史，迟少林言语中充满着自豪。

据迟少林介绍，泓淋电力是一家专业从事电源线组件和特种线缆的研发、生产和销售的企业。“公司为计算机、家用电器客户提供电源线组件产品，并为家用电器、船舶及焊枪等工业设备客户提供精密电器配线、橡胶线、特种电缆等产品。公司产品主要包括电源线组件与特种线缆两大类。”

长期以来，泓淋电力在计算机、家用电器等领域积累了戴尔、海尔、海信、三星、LG、冠捷、台达、惠普、小米、沃尔玛等优质客户并成为其核心供应商，公司电源线组件产品品牌和质量获得客户高度认可。公司成功打造了“泓淋”电源线组件知名行业品牌，并于2022年荣获工信部颁发的“制造业单项冠军示范企业”称号。

“公司在团队、体系、文化、产品及客户等方面经过二十多年的积累，拥有了领先业界的独特核心竞争力。

我们打造了行业最完整的产业链，头部品牌客户基础最优，同时在生产自动化和研发能力上达到业界领先水平。”迟少林表示，基于这些核心竞争力优势使得公司的业务基础稳定，发展增速远高于行业增长的速度。

较早国际化发展

在迟少林心中一直有个理念：“要做国内最强，要做全球电源线组

件行业的龙头企业。”这种理念源于公司很早就着眼全球化布局。

“我们最早起家及服务LG，自起家以来就对标国际标准，也是着眼于全球。”迟少林表示，公司是国内同行中最早在东南亚进行海外生产布局的企业之一。“泰国基地2021年收入规模超过6.7亿元，海外生产规模在A股同行业公司中算是较大的。”

迟少林介绍，依靠国际化布局，公司打入了沃尔玛、家得宝等零售市场，也进入了东南亚新能源汽车与电动车市场。同时，三星、LG、海尔、美的等老客户在当地销售的品类也进一步打入。“这都是国际化视野带来的收入保障，这种视野带来了多赛道、多产品的增长目标与可能。”

优质客户进一步保障了公司的行业领先地位和持续盈利能力，近年来，泓淋电力在各个领域都实现几倍于行业增速的快速发展。迟少林说，“2022年，公司经审计的营业收入达22.9亿元，净利润为1.79亿元，近3年营收和净利润的复合增长率均超20%，远超同行业平均水平。”

未来两大核心布局

公司招股书显示，本次IPO募投项目紧贴泓淋电力发展脉络，募集

资金将用于电源线组件智能制造及产能提升项目、特种线缆技术改造项目以及补充流动资金。迟少林表示，“随着募集资金投资项目的逐步建成投产，公司的产能规模将稳步提升，同时公司的技术和品牌优势也将得到充分发挥，有利于进一步提升公司的持续盈利能力和市场竞争力。”

根据最新披露的数据，泓淋电力预计今年一季度实现营业收入6亿元-7亿元，同比增长13.92%-32.90%；实现归属于母公司净利润4000万元-5000万元，同比增长29.03%-61.29%。

迟少林表示，未来除传统领域会保持高速增长外，公司的两大核心布局也将迎来新的发展空间。“一个是公司泰国生产基地的建立顺应了行业发展趋势，奠定了快速发展国际市场的坚实基础；另一个是利用新能源汽车充电产品的先发布局优势抢占了国内外新能源汽车产业爆发性增长的机遇，形成公司业绩增长新的支撑。”

在迟少林看来，泓淋电力是一个“过去有积累、现在有优势、未来有发展”的优质公司。“上市后，公司将借助资本市场的力量，实现营业收入和净利润的快速增长，致力发展成为全球电源连接系统的领军企业。”迟少林信心满满地表示。

2月商品住宅销售价格环比总体上涨

● 本报记者 连润

“2月，随着政策效果逐步显现及住房需求进一步释放，70个大中城市中商品住宅销售价格环比上涨城市个数继续增加，各线城市商品住宅销售价格环比总体上涨，一线城市商品住宅销售价格同比上涨、二三线城市同比降幅收窄。”国家统计局城市司首席统计师绳国庆16日表示。

统计数据显示，从环比看，2月，70个大中城市中，新建商品住宅和二手住宅销售价格环比上涨城市分别有55个和40个，比上月分别增加19个和27个。从同比看，新建商品住宅销售价格同比上涨城市有14个，比上月减少1个；二手住宅销售价格同比上涨城市有7个，比上月增加1个。专家表示，目前房地产市场还处在调整阶段，后期随着经济逐步改善，市场预期转好，房地产市场有望逐步企稳。

重回复苏通道

从环比看，数据显示，2月一线城市新建商品住宅销售价格环比上涨0.2%，涨幅与上月相同；二手住宅销售价格环比上涨0.7%，涨幅比上月扩大0.3个百分点。二线城市新建商品住宅销售价格环比上涨0.4%，涨幅比上月扩大0.3个百分点；二手住宅销售价格环比由上月下降0.3%转为上涨0.1%。三线城市新建商品住宅销售价格环比由上月下降0.1%转为上涨0.3%；二手住宅销售价格环比由上月下降0.4%转为持平。

“2月各线城市商品住宅销售价格环比总体上涨，提振了市场信心，说明房地产市场重回复苏通道。”易居研究院智库中心研究总监严跃进表示。

从房价环比上涨的城市数量看，2月房价环比上涨的城市数量明显增加。70个大中城市中，新房和二手房

环比上涨城市分别有55个和40个，比1月分别增加19个和27个。

对于房地产市场回暖原因，贝壳研究院首席市场分析师许小乐认为，去年以来保交楼、保民生、保稳定等各项政策举措有力保障了购房人的合法权益，房企的合理性融资得到改善，各地因城施策调整优化政策降低了购房成本，提升了消费者信心。

后续有望逐步企稳

对于房地产市场未来发展趋势，多位专家表示，房地产市场有望逐步企稳。

“从今年来看，在一系列政策作用下，随着经济转暖，房地产市场出现了一些积极变化。”国家统计局新闻发言人付凌晖日前表示，总的来看，目前房地产市场还处在调整阶段，后期随着经济逐步改善，市场预期转好，房地产市场有望逐步企稳。

短期房地产市场企稳势头明显。严跃进表示，3月各地交易数据继续向好，包括二三线城市的交易量也在回升。他建议，各地一方面要持续激活合理住房消费需求，确保房地产市场量价平稳；另一方面，也要监测房价炒作现象。

中指研究院研究报告认为，今年以来房地产市场好转更多表现为热点城市市场的修复。短期来看，热点城市新房市场活跃度仍有望保持，从而带动全国新房市场进一步修复企稳。

“对房地产市场企稳回升充满信心。”住房和城乡建设部副部长倪虹日前表示，稳住房地产，一方面要坚持因城施策、精准施策、一城一策，大力支持刚性和改善性住房需求，提振信心，促进房地产市场企稳回升、平稳健康发展；另一方面要增加保障性租赁住房供给和长租房建设，重点解决好新市民、青年人的住房困难问题。

接受度逐步提升 需求旺盛 上市公司加码布局培育钻石业务

● 本报记者 董添

3月16日，中国证券报记者在中国国际珠宝展培育钻石展区发现，培育钻石作为新兴珠宝品种成为中国国际珠宝展关注新焦点。展区吸引了大量观众围观，国内市场的接受度逐步提升。相比之下，天然钻石展区的人气远远不及培育钻石。

“国内培育钻石技术突飞猛进，同时品质大幅提升、价格也比之前更为亲民。同等级别的天然钻石和培育钻石的价格差别在10倍左右。培育钻石1克拉裸石卖价在4000元到6000元之间。”参会展商对记者表示。

价格优势明显

中国培育钻石库存网总监晁需对记者表示，培育钻石和天然钻石的主要成分都是碳，天然钻石是上亿年形成的，而培育钻石是模拟天然钻石生长环境培育而出的。二者的区别肉眼是看不出来的，需要在专业的检测机构才能检测出来。

与天然钻石定价相似，随着克拉数增加，培育钻石的定价并非线性增加，而是指数级增长。记者在现场看到切割好的10克拉左右的成品钻石饰品，定价在几百万元不等。

除切割、镶嵌好的成品外，记者在现场还看到不少40克拉左右的培育钻石裸石。“除去杂质后，可以切割出来十几克拉的成品。目前，这些大个的培育钻石只是展示，还没定价。”培育钻石参展商对记者表示。

宁波崑崙科技股份有限公司销售助理李洪展对记者表示，我们的产品和天然钻石的主要区别是产品来源不同。恰当的比喻就像冰箱中的冰和大自然冰山的冰，在元素组成、物理、化学性质上没有不同。近年来，国内外对培育钻石首饰佩戴市场的认可度在提升，公司对于未来市场开拓充满信心。

上市公司积极布局

上市公司方面，目前力量钻石、黄河旋风、中兵红箭、四方达、惠丰钻石等上市公司都涉及培育钻石业务。

此次展会上，A股上市公司中兵红箭旗下中南钻石副总经理张帅对记者表示，培育钻石是近年来的科

技产物，随着技术不断提升，培育钻石的克拉数不断增大。50克拉的毛坯已经生产出来了，颜色都能达到DE色的顶级颜色，净度级别均达到VS级以上。

据张帅介绍，培育钻石的制造方法有两种，一种是高温高压法，这是模仿天然钻石的形成环境，由石墨通过高温高压转变过来的；第二种是CVD化学气相沉积法，也是在实验室里通过碳原子的气相沉积后形成的。高温高压法和CVD法制造出来的都是真钻石，它的材料性能包括光学、力学性能都和天然钻石完全一模一样的。

“目前国内诸多珠宝品牌商都在打造培育钻石品牌，人们对培育钻石的认知也不断提升，培育钻石行业发展势头良好。”张帅对记者表示。

不少头部珠宝行业上市公司近期纷纷表态，积极推进培育钻石业务。潮宏基表示，公司将紧紧抓住市场机会，培育钻石业务正在推进中。中国黄金称，公司计划孵化培育钻石及新材料研发项目，设立培育钻石（新材料）推广事业部，寻找新的业绩增长点。

市场发展前景广阔

原地质矿产部部长宋瑞祥对记者表示，培育钻石不是人造钻石。从消费者来讲，培育钻石和天然钻石从本质上讲没有区别，从我国进口的培育钻石已经很多了，但我国消费者还不太能接受。在工业利用上，特别是在某些尖端产品的利用上，培育钻石还是不能替代天然钻石的某种特性。

记者从展会获悉，目前，培育钻石厂商很大一部分销售是出口国外。“我国培育钻石的技术已经很成熟，只是国内消费者接受程度不如国外消费者高。随着国内消费者对培育钻石的了解程度逐步加深，国内市场有望进一步打开。”

国金证券研究院数据显示，2022年全球培育钻石产能约为1853万克拉，其中，我国培育钻石产能826万克拉，占全球产量的40%-50%。

在培育钻石需求旺盛的背景下，相关上市公司加速扩产。惠丰钻石在2022年业绩快报中表示，加大对原有产品及培育钻石的研发力度，进一步延伸产业链，为后续规模化生产及产业链纵深布局奠定基础。

坚持渠道转型

绿盟科技力争2027年渠道业务营收达百亿元

● 本报记者 康曦

作为国内网络安全行业领军企业之一，近年来绿盟科技坚定推进渠道战略转型，与合作伙伴共同服务客户数量已累计突破5万家，渠道业务营收占比持续提升。

绿盟科技总裁胡忠华日前在接受中国证券报记者采访时表示：“国家出台一系列网络安全政策方针，各行各业数字化转型催生了更广泛的安全需求，政务安全、工业安全、行业安全、城市安全等业务场景越来越丰富，网络安全产业正在迸发前所未有的活力。2023年，公司会持续加强研发和市场两端的战略投入，构建可信可控的网络和数据安全综合防控体系。”

行业前景广阔

数字经济的发展离不开网络安全的支撑，网络安全是数字经济发展的基础性保障。

近年来数字经济相关产业得到大力发展，5G、人工智能、区块链、云计算等新一代技术蓬勃发展，不断推动着各行业数字化转型变革，为网络安全产业带来新的发展机遇。

2月，中共中央、国务院印发了《数字中国建设整体布局规划》，明确数字中国建设按照“2522”的整体框架进行布局，即夯实数字基础设施和数据资源体系“两大基础”，推进数字技术与经济、政治、文化、社会、生态文明建设“五位一体”深度融合，强化数

字技术创新体系和数字安全屏障“两大能力”，优化数字化发展国内国际“两个环境”。

胡忠华表示，数字中国建设需要网络安全行业纵横双向全方位支撑，以应对多变、复杂的网络攻击和数据安全威胁。

随着网络安全上升为国家战略，近年来国家不断颁布及实施的信息安全相关法律法规推动了产业不断发展。智研咨询统计数据表示，2017年-2021年，我国网络信息安全市场规模上升趋势明显，从409.6亿元增加到926.8亿元，预计2022年我国网络信息安全市场规模达到1144.2亿元。

1月，工业和信息化部等十六部门联合印发《关于促进数据安全产业发展的指导意见》，提出到2025年，数据安全产业规模超过1500亿元，年复合增长率超过30%。

国家顶层政策文件的出台，将着力推动数据安全产业高质量发展。中信证券认为，数据安全的旺盛需求将带动网络安全行业保持高景气度，网络安全公司凭借产品线扩展能力、解决方案提供能力、行业客户资源沉淀，有望充分受益。

重点布局云安全和数据安全

近年来，绿盟科技围绕云安全和数据安全等方向进行重点投入，核心是提供坚实有力的安全运营能力，真正为客户去构建一个网络安全全生命周期的综合防控体系。

“网络安全的本质是攻防，这是一个动态化过程，需要攻击和防御双方不断积累能力。在网络安全产业发展过程中，整个环境在不断变化。一方面国家监管要求在发生变化，另一方面客户的需求也发生了变化，以前客户的诉求是满足监管要求，现在是满足实际业务的需要。同时，网络安全的业务形态也在发生变化。过去客户是采购设备和硬件，现在是采购整体解决方案。”绿盟科技副总裁孙冀平说，围绕客户新的需求，需要去构建一个能够快速反应，甚至能真正实现精准防护、动态防护、提前防护要求的网络安全体系。

绿盟科技正在打磨自身的全方位能力。在云安全方面，公司持续加大在云安全领域的投入，并持续推进云化战略。2022年，绿盟科技在云安全领域市场份额跃居全国第二，与国内主要云平台厂商达成深度合作。

在数据安全方面，绿盟科技进一步发展“知识控察行”的数据安全理念，开展跨境数据安全评估等系列数据安全服务，完善数据安全产品体系，构建数据安全平台，推出体系化的数据安全解决方案。

在安全攻防方面，绿盟科技持续致力于安全攻防研究及前沿技术的研究，开展类ChatGPT技术在安全领域应用的尝试，在安全攻防及安全运营实践和类GPT技术的风险分析和应对等方面取得了初步成果。公司基于类GPT技术的智能安全客服机器人将在2023年第三季度发布，实现对安全运营的智能化工具支撑，进一步提升安全运

营服务效能。

坚定推进渠道战略转型

过去4年，绿盟科技坚定推进渠道战略转型。“2019年公司制定渠道战略转型时规划了一个远景目标，即在2027年渠道业务营收能够达到100亿元。”孙冀平表示。

围绕这一目标，绿盟科技制定了渠道业务1.0、2.0、3.0的规划。在渠道业务1.0阶段，公司的目标是筑巢引凤，跟合作伙伴形成良好的合作。“我国网络安全市场非常大，客户类型和需求也非常多，我们非常欢迎各种类型的合作伙伴共同加入进来。”孙冀平告诉记者。

截至目前，绿盟科技与合作伙伴共同服务客户数量已累计突破5万家，渠道业务营收占比持续提升。同时，绿盟科技与合作伙伴共同打造了面向客户的联合营销、专业产品、解决方案、运营服务共计9大类70多种300多款型高质量安全产品，以及7大行业50多个细分行业前瞻性安全解决方案，携手合作伙伴成立多个合作运营中心，为客户创造网络安全新价值。孙冀平表示，公司渠道业务1.0阶段的发展目标已达成。

当前，绿盟科技已迈入渠道业务2.0阶段。在渠道业务2.0阶段，公司提出了更高的目标，一方面围绕100亿元目标进行了任务分解，另一方面，打造“同路人”文化，全面推进从销售型伙伴到能力型伙伴的进程。