

# 天罡股份：强化研发 推动供热供水领域节能减排

6月8日，威海市天罡仪表股份有限公司（简称“天罡股份”）向不特定合格投资者公开发行股票并在北交所上市网上路演在中国证券报·中证网举行。

天罡股份董事长付涛在路演中表示，公司将以本次上市为契机，不断提升技术研发和产品创新能力，提高公司核心竞争力。本次上市及募集资金项目的实施，将进一步拓展公司的业务领域，提高盈利能力和品牌影响力，助力公司早日实现战略目标。

● 本报记者 张鹏飞



路演现场

## 专注供热计量及节能业务

天罡股份成立于1993年，专注供热计量及节能业务三十年，技术创新能力强，通过自主研发形成了多项核心专利和软件著作权，参与了20多项行业标准和规范的制定。公司专业从事超声波热量表、超声波水表等物联网超声计量仪表的研发、生产与销售，通过构建软硬件相结合的一体化产品生态为智慧供热和智慧水务提供系统解决方案。

据付涛介绍，自公司成立以来，技术研发能力、生产水平、质量控制、品牌形象等均取得了明显的进步和提升，“普劳”牌商标被评为“山东省著名商标”。经过三十年的研发、生产与销售，赢得了广大客户及有关机构的认同，获得了良好的声誉，形成了较强的品牌竞争优势。

多年来，公司在热量表行业始终处于市场领先地位，是行业领先企业。在超声波水表方面，公司凭借在超声波计量仪表领域积累的技术与品牌优势，把握智能水表对传统水表替代的历史机遇，实现快速发展。付涛说：“2022年公司超声波水表销售额较2021年增长约50%，呈现良好的增长态势，有望成为公司未来经营业绩的高速增长点。”

在客户资源方面，由于较早进入超声波仪表市场，公司积累了丰富的客户资源和产品应用经验。“目前公司已与众多供水、供热企业建立长期稳定的合作关系，其超声波热量表已对我国北方供暖15省市实现全覆盖，超声波水表业务已覆盖全国多个省、自治区和直辖市。”公司董事会秘书安坤介绍。

## 坚持技术创新优先

安坤在路演时介绍，公司自设立以来，一直专注于超声波流体测量技术领域，始终坚持市场需求为导向、技术创新优先的发展战略，技术研发是公司在市场中保持竞争地位的重要手段。“由于超声波热量表、超声波水表等产品相较于传统仪表在生产制造过程具有结构复杂、技术要求高等特点，同时在能源物联网和智慧城市建设背景下，企业必须加强对整体系统化方案提供方面的相关研发投入，以更好适应未来行业新一轮竞争角逐。”

数据显示，2020年至2022年，公司的研发费用分别为1220.81万元、1117.04万元和1127.27万元，占营业收入比例分别为5.3%、4.6%和4.72%，公司重视研发投入以紧跟市场需求变化，研发费用率总体较为稳定。

截至目前，公司在供热、水务计量及节能智能化管理核心领域，自主研发了20项发明专利、58项实用新型专利、14项外观设计专利以及68项软件著作权，在供热、水务超声计量与节能领域具有较强的技术创新优势。

其中，2011年，公司被认定为高新技术企业；2014年，公司被评为“国家火炬计划重点高新技术企业”；2015年，公司被认定为山东省省级企业技术中心；2019年，公司“山东省物联网智能计量仪表工程实验室”获批省级工程实验室（研究中心）；2021年，公司被认定为国家级重点“专精特新”小巨人企业；2022年，公司被认定为山东省制造业单项冠军企业。

此外，公司是超声波热量表、超声波水表制造企业中为数不多的走出国门、业务布局海外、与国外一线同行竞争的企业。公司全系列产品在欧盟地区获得MID认证。目前，公司在德国、波兰、意大利、英国、巴西、土耳其、奥地利、比利时、法国等数十个国家或地区均有产品销售。

付涛表示，未来，公司将继续以节能环保为己任，以“为民族复兴计民生为本，为国家富强图存绿水青山”为公司使命，积极投入智慧供热和供水领域，致力于中国节能减排事

业的发展。

## 募资2亿元加强主业

根据招股书披露，公司拟IPO募资约2亿元，用于物联网智能超声计量仪表产业化项目、研发中心升级建设项目、补充流动资金。

据介绍，“物联网智能超声计量仪表产业化项目”拟于公司现有厂区内新建物联网智能超声仪表产业线。项目建成后可新增智能户用超声波仪表30万只、智能管网超声波仪表（DN40-DN600）6万只、智能温控阀及数据传输系统5万只。

据民生证券投资银行事业部上海三部高级副总裁、保荐代表人朱先军介绍，本募投项目建设期计划为2年，项目达产后预计实现年销售收入2.75亿元，利润总额6699.25万元，税后利润5694.37万元。

天罡股份表示，本项目建设完成后，公司将进一步完善智能超声波水表、超声波热量表产线布局，丰富并拓宽公司产品矩阵，一方面有助于提高满足市场多样化需求的能力，进一步增强公司品牌的市场影响力，提高公司市场竞争力；另一方面，本项目的建设有助于提高公司产品附加值，规模化生产增强公司盈利能力，促进公司发展战略的实现。

# 平台业绩“高歌猛进” 国内旅游业强劲复苏

● 本报记者 于蒙蒙

6月8日，携程集团披露今年第一季度财报，至此国内两大在线旅游平台一季度业绩出齐。具体来看，携程集团净营业收入为92亿元，同比增长124%；同程旅行实现营收25.9亿元，同比增长50.5%。利润端，携程集团大幅扭亏，净利润升至34亿元；同程旅行经调整净利润为5亿元，同比增长105.6%。

相关公司高管分析称，今年一季度国内和出境旅游业务的快速增长，体现了我国经济不断增长的韧性。今年“五一”假期的强劲反弹，也显示出旅游热情高涨的趋势，再次提振了市场对我国旅游行业的信心。

## 核心指标修复

随着国内疫情防控政策的优化调整，国内旅游市场迎来新局面。

文化和旅游部公布的数据显示，第一季度，我国国内旅游总人次达12.16亿，同比增长46.5%；国内旅游收入达1.3万亿元，同比增长69.5%。全国旅游收入复苏明显快于旅游人次，折射出大众旅游消费升级的新趋势。

得益于，在线旅游平台的主营业务出现大幅反弹。今年一季度，携程集团住宿预订收入为35亿元，同比增长140%；交通票务收入为42亿元，同比增长150%；旅游度假业务收入为3.86亿元，同比增长211%；商旅管理业务收入为4.45亿元，同比增长100%。聚焦国内市场，今年一季度，携程集团国内本地酒店预订量较2019年同期增长150%。

同期，同程旅行的交通票务服务收入同比增长35.9%至13.83亿元的新高，其中机票票量相比2019年同期增长超过35%。住宿业务收入同比增长53.6%至8.34亿元的新高，其中酒店间夜数创下历史新高，较2019年同期增长超过130%。

围绕“基本功”，在线旅游平台各有侧重。今年以来，以一站式旅行服务体系为依托，携程集团“旅游营销枢纽”继续保持高效运转，在市场复苏中与合作伙伴共创增量价值。今年一季度，携程集团“联合会员计划”新增合作酒店数量同比增长近六成；累计

为会籍互相匹配的酒店输送店内服务用户数超2000万人次，并为酒店节约营销成本近4000万元。通过机票和酒店的交叉营销推荐，携程集团为酒店合作伙伴带来的新用户增量同比增长超1倍，订单增量同比增长超2倍，交易额增量同比增长超3倍。

同程旅行在会员业务层面继续“高歌猛进”。今年一季度，同程旅行的用户规模持续增长，再次创下历史新高。其中，平均月活跃用户（MAU）达到2.9亿，同比增长16.9%，较2019年同期增长43.6%。平均月付费用户（MPU）达到4140万，同比增长30.6%，较2019年同期增长79.2%。其中，同程旅行微信平台上约68.7%的新付费用户来自中国非一线城市。截至3月31日，同程旅行居住在中国非一线城市的注册用户约占注册用户总数的86.6%。同期，同程旅行平均月付费用户达到4140万，同比增长30.6%，较2019年同期增长79.2%。

## 将延续增长势头

延续一季度的强劲复苏势头，“五一”假期旅游市场的火爆，也为第二季度的业绩表现打下基础。

“五一”假期，携程集团平台的日均国内酒店预订增长超过70%，国内机票预订增长25%；出境酒店和机票预订分别恢复至2019年同期约80%和60%水平；许多热门目的地的预订在假期期间已完全恢复至2019年水平。同时，即将到来的暑期预订也表现出强劲势头。携程集团高管团队对今年夏季旅游市场依旧充满信心。

同程旅行的增长亦较为亮眼。“五一”假期，同程旅行的酒店间夜和机票预订量较2019年同期分别增长超150%和130%。

展望未来市场表现，同程旅行管理层表示对中国旅游行业的未来发展感到乐观。与旅游相关的基础设施将显著改善，尤其是在下沉市场，这将为旅游业带来更多供应，并为旅客带来更多便利。过去几年，中国旅游业在艰难时期中展现出了韧性。消费者行为习惯亦从根本上发生转变，例如短途旅行或本地度假越来越受欢迎，公司认为这将继续为旅游业带来额外的增长动力。

# 产品结构升级 消费场景深化 啤酒行业有望实现量价齐增

● 本报记者 潘宇静

夏季来临，北京高温天气增多，中国证券报记者日前实地走访了“超接地气儿”的立水桥夜市。晚上九点左右，这里灯火辉煌，露天餐桌已经坐满了食客，夜市负责人告诉记者：“基本桌桌必点啤酒。”

每年二三季度都是啤酒的销售旺季，啤酒企业也赶在这一时段扎堆推出新品。随着各地支持夜经济的政策不断出台，啤酒消费场景不断丰富。券商认为，啤酒板块盈利修复确定性较强。

## 旺季酒企新品频出

在北京某夜市经营规模达百桌以上的一餐饮店向记者介绍，6月1日-6月6日，店内共销售大瓶啤酒4277瓶。其中，燕京U8销量为1342瓶，燕京鲜啤为1174瓶，勇闯天涯为602瓶，燕京纯生为319瓶，老雪花为132瓶，大乌苏为118瓶。

立水桥夜市的负责人称，店内啤酒销售中，燕京啤酒旗下的品牌销量靠前。炮啤和小瓶啤酒中，百威啤酒的销量领先。燕京U8是上市公司燕京啤酒旗下的大单品。年报显示，2022年，燕京U8销量39万升，同比增长超50%。对于未来规划，燕京啤酒方面称，在产品层面，公司将不断推陈出新，形成由系列产品组成的大单品矩阵，用于满足消费者的多样化需求。

夏季一直是啤酒销量的旺季。燕京啤酒年报显示，2022年，燕京啤酒一季度净利润为86.39万元，第二季度为3.5亿元，第三季度为3.22亿元。随着天气升温，燕京啤酒新动作不断。5月31日，燕京狮王精酿全新TVVC上线。6月5日，公司推出了围绕燕京V10的特调清单。

除了燕京啤酒，多家啤酒上市公

司在旺季来临之际推出新品。比如：5月25日，珠江啤酒推出4款各具特色的新产品，以及全新首发超高端产品“珠江啤酒-南粤虎尊”。华润雪花啤酒则选择在包装形式上创新，5月29日，华润雪花啤酒旗下的勇闯天涯superX用AI绘图技术做的定制款包装啤酒正式发售。

## 板块盈利有望修复

湘财证券食品饮料团队认为，进入旺季以来，餐饮及夜场消费表现良好，啤酒板块明显反弹，端午节将进一步催化市场情绪。另外，近日气象组织表示今年晚些时候出现厄尔尼诺现象的可能性正在增加，高温天气将进一步提升啤酒销量，叠加啤酒产品结构升级，行业有望实现量价齐增。从成本端来看，包材价格进一步下调，啤酒板块盈利修复确定性较强。

华创证券调研显示，行业4月-5月销量降速引发市场对消费复苏担忧，但近期调研反馈企业对结构升级趋势较乐观。啤酒在夜场及高端餐饮场所性价比较高，亦有消费者从洋酒转向啤酒。存量升级时代核心关注点在于产品结构，当下复苏方向无虞，月度总量表现无需过于担忧。

6月7日，记者从北京市商务局获悉，今年北京朝阳大悦城通过室外改造，广场区域将焕活27000平方米的园林空间，这里可以尝美食、品小酒、听音乐，是北京的又一夜经济地标。放眼全国，越来越多的城市重视并出台专门措施支持夜经济发展。长沙、广州、成都、重庆、西安、淄博等城市，以闻名全国的“夜态”为城市发展带来了大量的关注和资源。

智研咨询行业分析师称，啤酒是低度发酵酒，是酒类中酒精度最低的产品，作为快消品，受众群体广泛，消费频次高，啤酒的消费场景正逐渐多样化。

# 冀东发展集团：加速转型升级 助力行业低碳绿色发展

● 本报记者 董彦

中国证券报记者日前在金隅集团旗下冀东发展集团调研了解到，围绕服务国家“双碳”目标，冀东发展集团持续调整产业结构、优化产业布局，在提产、节能、减排、降耗等方面升级传统产品，发力高端、智能、绿色、节能环保装备制造，助力水泥企业打造一级能耗示范企业。

## 加速产业升级

“升级传统产品，积极研发智能、绿色、节能环保装备，是转型升级必由之路。”调研过程中，冀东发展集团相关负责人表示。

2021年6月28日和2023年4月28日，对于冀东发展集团来说，是两个颇具纪念性的日子——冀东水泥铜川日产10000吨熟料水泥生产线和冀东水泥磐石日产4500吨熟料水泥生产线分别点火。作为两条绿色化、数字化、智能化“第二代”新型干法水泥生产线的建设者，冀东发展集团也借此实现全链条装备制造与综合服务能力的全面提升。

为了承接跨越式大工程，冀东发展集团首先对自身产业进行全面升级改造。据冀东发展集团介绍，公司聚焦水泥产业供给侧结构性改革，准确把握“双碳”技术研发新趋势，持续转换科技创新动能，优化业务结构，加速产业升级。

依托重点科研项目，冀东发展集团建立了水泥粉磨系统智慧实验室，利用大数据收集分析试验粉磨装备节能领域最佳系统运行模式，为科技创新及时提供科学数据、验证创新成果，进一步提高了研发效率和成功率，实现了参数化设计。下一步，冀东发展集团将依托智慧实验室，聚焦市场需求，



冀东水泥公司结车车间供图

进行个性化研发设计。

积极探索智能运维的数字化、智能化服务模式，全力建设工程信息化管理系统和施工作业远程管控平台，并顺利投入运行，打造了建设施工管理“智慧工地”。

紧扣“万物互联、人工智能”科技创新时代主题，全面启动数字化矿山建设，生产作业信息化管理模块开发成果已成功应用于左权金隅水泥公司。

## 市场开拓见成效

上述负责人介绍，公司积极践行“三三营销”战略，坚持超越客户期待的服务理念，在建材装备领域的品牌影响力和市场竞争力持续提升，冶金行业市场开拓取得新突破。1至4月，公司整体外部市场新签合同额同比增长30%，市场开拓见成效。

“一个企业同时启用三支营销团队去做市场开拓，在其他企业是不可想象的。正是这种竞赛式的营销策略，让冀东发展集团的市场开拓打开了新局面。”上述负责人表示。

除了狠抓营销，冀东发展集团还

从成本管控端着手，增强企业在行业中的综合竞争力。据冀东发展集团相关负责人介绍，公司从生产流程起点——物资采购着手，深入推进战略集采直采工作，集采直采范围涵盖公司装备制造板块所有企业的52大品类，已与SEW、FAG、ABB、弗兰德、菲尼克斯、湘潭电机等173家一流供应商签订集采直采战略合作协议，通过集采直采，公司整体成本下降4.37%。

“冀东发展集团通过建立定期走访供应商机制，深入扩大与行业一流供应商对接合作，打造互利互信‘朋友圈’，构建‘外为内用、共同发展，以外促内、良性竞争，内部结构与管理不断提升，外部生态与协同不断优化’的产业链生态圈，建立资源供应、产品开发、售后服务等全方位优质的生态环境。”上述负责人表示。

## 双轮驱动发展

据冀东发展集团介绍，公司紧扣高质量发展这一首要任务，以打造高端装备制造和国际国内贸易双轮驱动专业化企业集团为目标，传承百年装备制造

的匠心，致力推动高端装备产业的变革发展，助力制造强国目标实现。

据悉，“十四五”以来，冀东发展集团围绕服务国家“双碳”目标，发力高端、智能、绿色、节能环保装备制造，拥有建材装备、冶金装备、工程机械等多领域自主科研能力，拥有国内领先的8万吨重型装备制造和机加工能力与12万吨大型金属结构件加工能力，具备国际先进的增材制造技术；高效节能风机优于国家一级能效标准，水泥立磨系统电耗性能指标超越国家“第二代新型干法水泥”标准，工业回转窑协同处置、危废垃圾焚烧处置、辊压机、智能工厂建设等核心技术产品均处于行业领先水平；自主研发的总线型智能配电柜填补了国内空白，冶金装备制造综合能力保持行业领先地位，克级精密铸件到百吨级大型铸件全链条金属材料成型制造竞争优势显著。

冀东发展集团国际贸易业务连续三年高质量完成年度主要经营指标，2022年营业收入突破252亿元，携手汇丰银行成功开立跨境区块链信用证，响应国家“公转铁”“散改集”（散装货物改集装箱运输）的发展趋势，整合中蒙、中俄铁路运输资源，突破性实现煤炭业务班列运行。

冀东发展集团主要业务涵盖建材及矿山等行业重型机械设备制造与设备成套、电气设备及自动化设备制造及成套系统集成、大宗商品贸易、工业及民用建筑安装施工、设备维修、水泥生产线工程设计、新型耐火材料制造、矿山开采及修复治理、电站瓷套系列产品制造、金属件精密制造、高频焊方矩管制造等。具备集工艺设计、设备成套、生产维护和安装施工为一体的EPC总承包服务能力，为客户提供一站式全流程的系统化解决方案。截至2022年底，冀东发展集团资产总额达251亿元，年度实现营业收入302亿元。