

恒誉环保董事长牛斌：

# 以研发为根基 打造裂解领域“航空母舰”



▲恒誉环保位于济南长清区的生产基地。  
▶恒誉环保新疆克拉玛依油田含油污泥热解项目运行现场。公司供图



今年5月份，在时隔一年后\*ST恒誉迎来“摘帽”时刻，股票简称变回“恒誉环保”。“我们通过了资本市场的严格审查，恒誉环保的质地和成色也得到验证。”恒誉环保董事长牛斌近日在接受中国证券报记者专访时表示。

作为国际上技术领先的裂解方案提供商，恒誉环保凭借多年研发构筑的宽深护城河，始终走在行业技术领域的前沿。如今，恒誉环保发展路径更加清晰、经营更加稳健。牛斌表示，公司将借助资本市场的力量，顺应“双碳”发展趋势，加快战略布局，努力打造全球领先的创新驱动型裂解行业“航空母舰”。

●本报记者 张鹏飞

## 实现困境反转

“我们不回避问题，用真实业绩、敬业精神和敬畏态度接受资本市场的检验，最终让大家看到了我们的水平。”谈起过去一年的经历，牛斌表示，“最重要的原则就是真实。”

恒誉环保注册成立于2006年，于2020年7月登陆科创板，成为国内热裂解行业唯一登陆科创板的企业。公司专注于有机废弃物裂解技术研发及相关装备制造、生产与销售，下游应用领域包括污泥、废轮胎、废塑料、医疗废弃物、金属矿还原、焦油渣、有机危废等，设备远销欧洲、南美等国家和地区。

“金属矿裂解还原、煤焦油渣处理属于世界级难题。”牛斌介绍，公司还于2022年将热裂解技术应用领域拓宽至生物质处理和炭黑处理，并实现了相关装备的销售。

## 融入工程师基因

除了上市公司董事长，牛斌的另一重身份是工程师，他的办公桌上摆满各类技术图纸，并乐在其中。“从业30多年来，我一直沉迷于研究技术，恒誉环保的底色就是工程师基因。”他表示。

对技术极致追求，坚持走自主创新道路，牛斌带领恒誉环保在热裂解领域不断实现突破，走到了世界领先地位。“恒誉研究技术，行业研究恒誉。”牛斌表示，业内流传的这个说法激励着自己不断前行。只有不断创新、不停研究，才能永远保持领先。

作为公司创始人，牛斌身上的工程师基因已深深融入恒誉环保的发展历程，技术研发和创新始终驱动公司成长。数据显示，2020年-2022年，恒誉环保的研发费用分别为1042.86万元、824.70万元、1224.68万元，占总营收的比重分别为5.97%、9.75%、7.41%。今年一季度，公司新获得一项国内发明专利授权。截至2023年3月31日，公司合计拥有国内专利83项，国外专利27项，共计110项。

恒誉环保自主研发的“工业连续化废橡

2021年，公司因触及“净利润为负+营业收入低于1亿元”的组合退市红线而遭到\*ST，并成为科创板首家\*ST公司。“这确实给我们敲响了警钟，在注重技术和研发的同时，销售成为亟待加强的工作。”牛斌坦言。

在牛斌的带领下，恒誉环保2022年抓住机遇主动“走出去”，扎实推进产品落地场景多样化，积极拓宽营销渠道，仅仅在一年内就将业务拉回正轨，实现困境反转。

年报显示，公司2022年实现营业收入1.65亿元，同比增长95.47%；实现扣非净利润1124.84万元，同比实现扭亏。同时，公司经营质量改善明显。报告期内，经营活动产生的现金流量净额达1.22亿元。各项指标均超额完成任务，达到“摘帽”标准，并于今年5月8日顺利“摘帽”。

胶废塑料低温裂解资源化利用成套技术及装备”被授予国家科学技术进步奖，印证了恒誉环保在技术研发方面的实力，也是公司以科技创新推动循环经济发展、助力“碳中和”目标实现的一个缩影。

牛斌告诉记者，裂解技术是有机废弃物无害化、资源化、减量化处理的有效手段。由于存在裂解系统易结焦、进出料难以动态密封、产物易聚合等技术痛点，如何实现在安全、环保前提下的工业连续化运行一直是裂解设备应用于有机废弃物处理面临的难题。

“该套装备通过对废塑料制品中的高分子聚合物进行较彻底的分解，使其回到小分子或单体状态，产出裂解油，纯化后可用作新塑料生产的原料，在安全、环保、连续稳定运行的前提下，真正实现了废塑料的循环利用和高值化利用。”牛斌介绍，公司已与国内外众多行业龙头企业达成合作，合作范围覆盖土壤修复、固废处理、危废处理、资源回收等领域，共同致力于通过化学循环技术解决废塑料污染世界难题。

## 重塑商业模式

恒誉环保的商业模式、经营思路、公司治理也备受资本市场关注。

特别是在经历“摘帽”事件后，牛斌对公司的经营策略和商业模式进行了反思和完善。在市场拓展方面，恒誉环保大力推行“走出去”的销售策略。“目前这一策略已初见成效，我们将继续坚持和优化。”牛斌透露，公司销售团队不断扩充，素质不断提升，叠加公司技术和装备的领先优势，合力开拓市场，增加收入。

同时，公司对业务模式进行了探索创新。“一些项目过去只是卖设备，现在改为提供技术解决方案，从卖设备改为提供服务。”牛斌举例说，公司在湖北的一个项目每处理一吨废弃物便收取一定额度的处理费。一方面将给公司提供稳定的现金流，将技术优势转化为市场运营优势；另一方面有利于技术保密和技术提升。

年报显示，恒誉环保2022年新签合同11个，总额折合人民币约6.97亿元，较上年分别增长37.5%和260.46%；截至2022年末，公司在手订单金额约为7.1亿元（含税）。今年一季度，这一良好趋势得以延续，公司潜在订单推进顺利。在海外市场，公司再次斩获订单，实现新突破。2023年一季度，公司与欧洲某客户、韩国某客户分别新签订工业连续化裂解生产线及相关配套销售合同，合计总金额

894.2万美元。

“在欧美地区的一些项目，恒誉的产品是少数能够达到当地标准要求的产品之一。对我们来说，这不仅是一笔订单，更是对中国企业技术的认可。”牛斌言谈间透露着自豪。

在国内业务拓展方面，公司取得区域性突破。一季度，公司与上海某公司签署了污泥热裂解生产线货物销售合同，公司在长三角地区实现了又一突破。同时，公司与安徽一家知名企业达成合作，技术和装备拓展到生物质连续裂解处理领域，用于生产绿色替代能源，市场前景广阔。

饱满的订单在手，让公司对未来发展充满信心。在6月6日举办的一季度业绩说明会上，牛斌在回答投资者提问时表示，公司根据战略发展规划、2023年度经营计划，结合近年来的经营业绩及生产能力，编制了2023年度财务预算报告。2023年公司预计营业收入为2.98亿元，归属于上市公司股东的净利润为6000万元，研发投入1900万元。

牛斌表示，未来，恒誉环保将借助资本市场的力量，顺应“双碳”发展趋势，加快战略布局，力争成为固废、危废处理及资源利用领域热裂解综合解决方案服务商，努力打造全球领先的创新驱动型裂解领域“航空母舰”。

## 50家公司上半年业绩预喜

●本报记者 董添

Wind数据显示，截至6月29日收盘，A股共有62家上市公司披露了2023年半年度业绩预告，其中50家预喜。从行业角度看，医药生物、机械设备、电力设备等行业预喜比例居前。

### 整体业绩良好

在上述预喜的公司中，略增25家，扭亏4家，续盈5家，预增16家，已披露上半年业绩预告的公司整体业绩良好。进一步梳理发现，医药生物、机械设备、电力设备、轻工制造、国防军工、电子等行业预喜比例居前。市场回暖，需求增加，叠加降本增效等成为相关上市公司业绩增长主因。

部分公司表现亮眼。阿特斯、天键股份、亨迪药业、曼恩斯特、天宜上佳等9家公司预计上半年归属于上市公司股东的净利润同比增长超50%。

阿特斯预计，上半年营业收入为241.56亿元至303.20亿元，同比增长22%至53%；预计上半年归属于母公司股东的净利润为16.88亿元至20.74亿元，同比增长270%至355%；预计上半年扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润为14.28亿元至18.14亿元，同比增长218%至304%。

立讯精密预计，上半年归属于上市公司股东的净利润为41.62亿元至45.41亿元，同比增长10%至20%。公司称，外部形势依然严峻，机遇与挑战并存。自一季度始，公司积极开展一系列降本增效和开源拓局的措施，已初见成效。

招商证券认为，iPhone15潜望式镜头、USB-C等领域技术创新值得期待，叠加2023年下半年苹果将推出首款MR（混合现实）新品，继续看好立讯精密等苹果产业链优质公司。

### 股价出现异动

部分业绩预喜公司股价出现异动。露笑科技6月27日晚间披露，预计2023年上半年归属于上市公司股东的净利润为1.1亿元至1.3亿元，上年同期为亏损3359.75万元；扣除非经常性损益后的净利润为1亿元至1.19亿元，上年同期为亏损2343.04万元。对于业绩变动的原因，公司表示，不断优化产品、业务结构，精密制造业务取得快速发展，收入得到增长，利润得以提升。6月28日，露笑科技股价涨停。

海伦哲6月27日晚间披露，预计上半年归属于上市公司股东的净利润为6100万元至6500万元，同比增长51.61%至61.55%；扣除非经常性损益后的净利润为5500万元至5900万元，同比增长40.25%至50.45%；预计实现营业收入5.6亿元至5.8亿元，上年同期为41919.94万元。公司表示，主要子公司上海格拉曼国际消防装备有限公司上半年营业收入同比增长超过100%。6月28日，海伦哲股价同样出现异动。

米奥会展6月28日晚间公告，预计上半年归属于上市公司股东的净利润约为6500万元至8500万元，上年同期亏损1495.53万元；预计扣除非经常性损益后的净利润约为6500万元至8500万元，上年同期为亏损1753.83万元。报告期内，公司主营业务收入同比大幅增长，实现扭亏为盈。6月29日，米奥会展开盘涨幅一度超过10%。截至收盘，公司股价收报43.5元/股，涨幅为4.57%。

### 沪市公司半年报预约时间表出炉

近日，上交所上市公司半年报预约时间表出炉。康缘药业预计将于7月13日率先披露半年报。博迈科紧随其后，将于7月22日披露半年报。此外，华铁应急、东威科技两家公司将于7月25日披露半年报。

康缘药业一季度共实现营业收入约13.52亿元，同比增长25.39%；实现归属于上市公司股东的净利润约1.41亿元，同比增长28.6%。

统计发现，7月份将有34家上交所上市公司披露半年报，包括华能国际、万华化学等市值超过千亿元的公司。

华能国际一季报显示，公司共实现营业收入约652.69亿元，同比增长0.03%；实现归属于上市公司股东的净利润约22.5亿元，同比增长335.3%。

部分公司一季度业绩欠佳。万华化学一季报显示，公司共实现营业收入约419.39亿元，同比增长0.37%；实现归属于上市公司股东的净利润约40.53亿元，同比下降24.58%。

# 酒企频跨界 扩大消费群体

●本报记者 张冉

近日，舍得酒业联合圣悠活共同推出的冰淇淋产品在盒马APP上市，引发市场关注。同时，洋河股份、泸州老窖等酒企纷纷跨界进入冰淇淋赛道。此外，多个酒企跨界文旅行业，探索打造“白酒+旅游”IP。业内人士表示，白酒产业从增量发展进入存量竞争时代，酒企通过文化引领、消费体验提升等跨界融合动作，扩大消费群体。

## 扎堆卖冰淇淋

近日，盒马APP上架“圣悠活X舍得酒业”联名款冰淇淋。此前，已有泸州老窖、古越龙山、贵州茅台、洋河股份等多家酒企试水冰淇淋赛道。2019年，泸州老窖联手钟薛高推出限量版“断片雪糕”。2020年，江小白携手蒙牛推出为成人专属定制的心巧克力冰

淇淋。2021年，古越龙山与钟薛高推出联名款黄酒青梅雪糕，丰富了酒类冰淇淋的口味。2022年，洋河股份推出文创盲盒雪糕，在自有渠道限量发售。

对此，广东省食安保障促进会副会长朱丹蓬认为，冰淇淋受众为年轻消费者，多数酒企通过跨界冰淇淋赛道的方式提升消费者对于其品牌的关注度，实现品牌年轻化战略。

值得关注的是，茅台将冰淇淋定义为战略级产品。2022年5月，茅台联合蒙牛推出盒装“茅台冰淇淋”。今年3月，茅台推出新品，外形酷似mini版飞天茅台的酒瓶装冰淇淋。截至今年5月底，茅台冰淇淋旗舰店共计34家，茅台冰淇淋累计销量近1000万杯。

除了卖冰淇淋，多家酒企布局文旅赛道。茅台集团打造的“三亚海棠湾茅台度假村”于去年底开业，是茅台集团首个滨海酒旅融合项目。去年12月，茅台文旅与贵旅文产签

署战略合作框架协议，探索“酒旅融合”深度协同和高质量发展。今年5月11日，茅台集团与长隆集团签订战略合作协议，将探索各类跨界联动项目。

金徽酒打造的金徽酒文化生态旅游景区成为国家级文明旅游示范单位。该景区结合金徽酒文化，打造了金徽酒文化展览馆、生态休闲园、飞天广场、樱花大道、万吨不锈钢酒库、生态酿酒车间等一系列景点。

泸州老窖旅游区是国家工业旅游示范基地。该景区以介绍泸州酒文化为主，有中国现存建造最早、持续使用时间最长、保存最完整的原生古窖池群落。公开报道显示，截至去年12月，近4年来，泸州老窖景区累计接待游客超过240万人次，实现文旅类综合收入超过30亿元。

朱丹蓬认为，依托自身的品牌流量，叠加地方政府扶持，文旅旅未来可能成为酒企的新增长点。

## 行业进入调整期

近日，中国酒业协会发布的《2023中国白酒市场中期研究报告》显示，白酒基础消费出现明显的结构性分化，白酒行业进入新一轮调整期，将呈现缓慢增长、理性增长的趋势。

报告以今年1月至6月酒类市场特别是白酒市场为切入点，观察春节前后、“五一”前后酒类消费市场的表现，春节以来白酒市场动销缓慢，库存较高，酒水市场复苏低于预期。

