奥瑞金：

专注技术革新 拓展可持续发展路径

从深耕覆膜铁工艺，到探索罐材减薄，再到建立循环体系，作为首家在国内A股市场上市的金属包装龙头企业，奥瑞金近年来持续探索可持续发展战略。

9月9日至10日，奥瑞金举办以“创新、溢出、永续”为主题的行业专家研讨会，为可持续发展战略建言献策。奥瑞金副董事长周原表示，奥瑞金将继续探索创新覆膜铁的实际应用，并积极拥抱大健康、大消费等历史机遇，以科技和绿色为核心，打造第二增长曲线，推动奥瑞金高质量发展。与会专家表示，从制罐供应商到综合包装解决方案提供商，奥瑞金通过技术创新、服务创新推动核心竞争力提升，带来了显著的溢出效应。未来奥瑞金在提升全球市场份额、拓展核心客户品牌上还有很大的上升空间。

▲ 奥瑞金办公大楼

▶ 奥瑞金技术人员在覆膜铁生产车间工作 公司供图

● 本报记者 段芳媛
见习记者 杨梓岩

技术革新促环保

作为一种金属包装用新型复合材料，覆膜铁技术是将金属基板加热后通过高温、高压的方式将PET薄膜贴合在其表面。相比于传统马口铁涂布技术，覆膜铁具备生产过程环保和产品抗腐蚀性能优异等优势，是金属包装产品理想的材料。

奥瑞金是国内在覆膜铁项目上投入最大的公司，也是推动该项技术在国内逐步普及的主力军。奥瑞金高级副总裁陈玉飞表示，2007年奥瑞金开始研发覆膜铁，这属于奥瑞金第三次技术革新，也是投资最大的一次。

16年来，经历了调研立项、测试生产、批量投产、稳定发展多个阶段，奥瑞金打破国外技术封锁，填补了国内覆膜铁及其应用技术空白。目前，奥瑞金在覆膜铁技术领域获授权专利40项，其中发明专利17项，并主导制定了国家《食品容器用覆膜铁、覆膜铝》的相关标准。

在环境保护和可持续发展方面，覆膜铁的作用不容小觑。原东洋钢钣上海商贸有限公司总经理胡连春介绍，传统的金属罐内侧必须经过涂布加工，涂布过程所含的物质可能出现溶出的问题，一旦溶出超标就会对使用者产生不良影响，而覆膜铁技术可以从根本上解决这个问题。

传统技术在涂布过程中需要进行喷涂、冲洗、烘干等环节，此过程会产生大量废气废水；而覆膜铁在其生产和应用过程中无废气、废水排放。《奥瑞金科技2022年ESG报告》显示，目前覆膜铁包装可减少69.95%的二氧化碳排放量，减少99.7%的固体废弃物，降低68.89%能源消耗，省去工业用水消耗及锡资源消耗。

除此之外，近年来奥瑞金在DR材应用方面取得科研突破，成为国内首家将厚度0.15毫米的DR材应用于食品罐规模化生产的企业，节材率达到25%-30%，大幅节约材料成本和降低碳排放。

赋能循环利用体系

在奥瑞金展厅，中国证券报记者看到了一台智能回收机。该装置可回收500毫升容量以下的废弃马口铁罐、铝罐和塑料瓶。记者将一个红牛饮料易拉罐投入机器后，大约用时4秒废弃罐便完成了挤压、分类。该机器上方还悬挂了玩偶、钥匙扣等纪念品，消费者在参与循环回收后可获得礼品。

回收机只是奥瑞金打造金属包装回收再利用体系的一个缩影。奥瑞金董事长周云杰表示，“以科技为核，与生态共荣”是奥瑞金秉承的价值观，始终将绿色发展放在最核心的位置。目前，奥瑞金联合地方政府、客户和供应商，在金属包装回收再利用领域中推动实现“Can to Can”（从罐子到罐子）的循环，已涵盖从保级重熔、铝带轧制、制罐与罐装，到消费回收、分拣、粉碎重熔的整个过程。

目前，我国食品接触用金属包装容器数量基数庞大且增长迅速，但有效回收尚是痛点。全国政协委员、中国工程院院士、北京工商大学校长孙宝国表示，2020年，我国铝质易拉罐年产约470亿罐，消耗原生铝约72万吨；我国钢罐食品接触金属容器（俗称“马口铁”）年消耗钢材约380万吨。预计易拉罐饮料行业未来5年的平均复合增长率为5%，2025年饮料用易拉罐的数量为600亿只左右。不过，我国废旧铝易拉罐回收再利用率虽然达到90%以上，但是原级再生利用率几乎为零；我国钢罐（如婴幼儿配方奶粉罐、罐头金属罐）全面回收也尚未实现。

中国食品发酵工业研究院标准与数字化部副主任仇凯表示，目前我国的钢罐回收体系尚不完善，对应食品级钢罐的定向回收机制还没有完全建立。再生环节中很重要的技术节点就是保障回收质量，奥瑞金多年来推行的“一罐一码”为破解回收质量难题提供了可能。

奥瑞金的“一罐一码”服务即通过“可变二维码”技术，继而把商品包装变成一个唯一性的互联网入口和信息触点。目前，奥瑞金“一罐一码”服务品牌客户超50家，其中深度合作客户包括红牛、加多宝、战马、青岛啤酒、元气森林、今麦郎等；已赋码的产品，年均扫码量超6亿次，覆盖全国34个省区市、500多个城市、4000多个区县。一物一码赋予了每件产品防伪码的同时，可追溯、可查询也为钢罐的有效回收创造了便利。

科特勒咨询集团全球合伙人曹虎认为，奥瑞金已不是当初只为红牛制罐的供应商，而是摆脱了单纯的制罐企业的角色，进阶成为综合的产品个性化定制企业。覆膜铁技术、循环回收等战略为企业建立要素品牌和深度国际化提供了有力依托，未来奥瑞金在提升全球市场份额、拓展核心客户品牌上还有很大的上升空间。

33家A股公司披露前三季度业绩预告

过半预喜

● 本报记者 董添

Wind数据显示，截至9月10日晚，A股上市公司中共有33家披露2023年前三季度业绩预告。其中，17家预喜，预喜比例达到51.52%。已发布业绩预告的上市公司业绩整体分化较为明显。

17家公司前三季预喜

已发布前三季度业绩预告的33家A股上市公司中，预增3家，续盈3家，略增11家。

净利润数值方面，预计2023年前三季度归属于上市公司股东的净利润下限超过1亿元的有9家，立讯精密、三七互娱、恩华药业、容百科技预计前三季度归属于上市公司股东的净利润数值居前。

立讯精密预计前三季度实现归属于上市公司股东的净利润70.4亿元至76.8亿元，同比增长10%至20%。报告期内，公司聚焦价值创造，致力创新赋能，凭借扎实的底层研发与精密制造能力，为业界、客户、产品的创新发展提供完整的落地解决方案，推动公司业绩进一步提升。

恩华药业预计，2023年前三季度归属于上市公司股东的净利润为8.16亿元至9.64亿元，同比增长10%至30%。公司表示，业绩变动的主要原因是主营业务收入增长所致。

根据恩华药业半年报，上半年，恩华药业实现营业收入24亿元，同比增长19.95%；归属于上市公司股东的净利润为5.45亿元，同比增长21.72%。业绩驱动因素主要包括：根据临床需求及痛点，公司制定重点产品品牌策略，建立产品差异化竞争优势；公司高度重视市场准入及医学服务支持等工作，获批的麻醉系列产品实现快速增长；公司下沉业务，深度挖掘县域基层与民营医院市场。

净利润增幅方面，泰凌微、儒竞科技、乖宝宠物、众辰科技、金帝股份、波长光电等公司预计归属于上市公司股东的净利润增幅居前。

部分公司第三季度业绩增长明显。以三七互娱为例，公司预计2023年前三季度归属于上市公司股东的净利润为22亿元至23亿元，同比下降2.51%至增长1.92%。其中，第三季度实现归属于上市公司股东的净利润9.5亿元至10.5亿元，同比增长69.17%至86.98%。随着新产品陆续进入稳定增长期，公司预计第三季度销售利润率将环比提升。

多个行业迎旺季周期

目前，虽然很多上市公司并未披露前三季度业绩预告，但是所在行业迎来“金九银十”传统旺季周期，业绩有望改善。这在房地产、钢铁、建材、造纸、钛白粉等传统行业中表现尤其突出。

以造纸行业为例，临近中秋、国庆、“双十一”等传统旺季节点，多个品种的包装纸、瓦楞纸接连出现价格上涨。

卓创资讯包装纸分析师吕艳烁对中国证券报记者表示，国庆、中秋等节日订单稳定增加，下游备货热情较高，预计9月瓦楞纸市场将延续高景气。

针对瓦楞纸行情，百川盈孚包装纸分析师马芫对记者表示，瓦楞箱板涨价是从8月中旬开始的，下游备货主要是迎接“双十一”。目前，规模纸厂提价态度较为坚决，预计9月以落实前期涨幅为主。

对于文化纸，百川盈孚文化纸分析师成姣姣对记者表示，旺季行情下，9月文化纸市场有望延续当前震荡偏强趋势，但预计上涨空间有限。

钛白粉行业方面，三季度以来，多家钛白粉龙头公司宣布产品涨价。其中，中核钛白、安纳达两家公司对国内客户销售价格上调700元/吨，金浦钛业的金红石型钛白粉和锐钛型钛白粉销售价格对国内各类客户分别上调800元/吨和1000元/吨。

卓创资讯钛白粉分析师孙文静告诉记者，预计后期价格或延续偏稳基调。9月至10月终端旺季来临，需求端季节性支撑下，或仍能延续稳价。不过后期需求再次进入冬季淡季，需求支撑不足的情况下价格有回落可能。但鉴于今年价格都在偏低位置运行，预计价格调整幅度有限。

钢铁行业方面，业内人士普遍认为，受下游地产、建材开工率回升等因素影响，钢铁行业需求在“金九银十”刺激下有望逐步企稳。

开创电气拟投2000万美元加码电动工具及零配件产能

● 本报记者 罗京

9月10日晚，开创电气公告称，公司拟通过新设新加坡公司在越南投资建设年产80万台手持式电动工具及零配件生产项目，项目总投资为2000万美元。公司表示，本次项目的实施有利于迎合市场需求，助推原产地多元化，有效防范贸易摩擦，增强公司盈利能力。

原产地多元化

公告显示，新设新加坡公司的名称为星河科技有限公司，系公司的全资子公司，并由其100%控股项目公司开创电气（越南）有限公司。项目公司注册地址为越南太平，经营范围为电动工具的研发、生产、销售，零配件制造和销售（压铸、喷涂等），国际贸易等。

本次项目总投资2000万美元，其中拟使用募集资金6102.01万元人民币（约为835.90万美元），剩余部分主要以公司自有、自筹资金投入。项目分两期建设，一期为手持式电动工具生产项目，建设周期23个月，预计2025年8月正式投产；二期为压铸、喷涂等零部件加工项目，建设开工时间计划在一期项目正式投产后，根据市场情况确定。

机构预计，2020年至2027年全球电动工具市场将保持4.2%的年复合增长率，到2027年将达到409亿美元左右。北美、欧洲和亚太地区是全球电动工具三大市场，占比近90%。此外，随着国内外经济复苏和基础设施建设投资加大，中国电动工具行业将迎来新一轮的增长机遇。尚普咨询集团数据显示，2021年，中国电动工具行业销售收入达到1569亿元，同比增长9.6%；2022年至2026年，国内电动工具行业将保持8.5%的年均复合增长率。

开创电气表示，本次项目是公司结合当前市场环境、公司整体经营发展布局及战略规划等客观情况审慎做出的合理调整，有利于迎合市场需求，助推原产地多元化，有效防范贸易摩擦，提升盈利水平，增强公司盈利能力。

海外销售占比较高

开创电气成立于2015年，是国家专精特新“小巨人”企业，主要从事手持式电动工具整机及核心零部件的研发、生产、销售及贸易，产品出口至北美、欧洲、亚洲以及南美、大洋洲等地区。公司业务以ODM/OEM（原始设计制造商/代工生产商）类业务为主，并为德国博世、美国史丹利百得、法国安达屋等国外知名企业提供产品。

开创电气表示，公司海外销售占比较高且主要以美元进行结算，汇率波动直接影响公司经营业绩。上半年，公司受人民币对美元的汇率波动影响，公司财务费用同比增长21.77%。

目前，我国电动工具行业的市场集中度较低，行业内部竞争较为激烈。尚普咨询集团数据显示，2022年中国电动工具行业规模以上企业数量为950家，其中年销售收入超过1亿元的企业有110家，占比11.6%；年销售收入超过5亿元的企业有25家，占比2.6%；年销售收入超过10亿元的企业有8家，占比0.8%。

开创电气表示，公司将通过实施质量控制、产品创新、技术研发、品牌建设等战略，逐步增强公司市场竞争力，向具有较高品牌知名度的电动工具生产企业发展。

目前，开创电气正在开展自主品牌业务，线下自有品牌Galaxia瞄准共建“一带一路”国家的广阔市场，产品定位中高端，主要面向专业工具使用者和高端消费者。线上自有品牌主要为Galaxy Pro和Enventor两个品牌，Galaxy Pro品牌目标市场为欧美家用DIY工具；Enventor品牌定位科技、创新，目前产品以电动工具、手工具组套、小家电、庭院类等偏家庭使用场景为主。

市场监管总局出台企业标准化促进办法

明年1月1日起施行

● 本报记者 金一丹

9月10日，市场监管总局官方微信公众号披露，近日，市场监管总局修订出台了《企业标准化促进办法》（简称《办法》），将于2024年1月1日起正式施行。《办法》聚焦政府职能转变，着力激发企业主体创新活力，规范企业标准化工作，引领企业标准化水平提升。

规范标准化工作

本次《办法》修订的主要内容包括四个方面。

一是调整企业标准管理模式。根据《标准化法》和加快建设全国统一大市场、营造稳定公平透明可预期的营商环境的新要求，对企业产品和服务标准自我声明公开和监督制度进行细化，强化企业主体地位、落实企业主体责任，政府标准化工作职能重心从标准管理转为服务企业标准化工作，将规章名称由“企业标准化管理办法”调整为“企业标准化促进办法”。

二是构建企业标准政策体系。首次明确企业标准公开的功能指标和性能指标项目少于或者低于推荐性标准的，应当在自我声明公开时进行明示，进一步加强企业产品和服务质量标准信息披露，提升市场透明度。同时，建立标准创新型企业制度、标准融资增信制度、企业标准“领跑者”制度，开展对标达标活动和企业标准化良好行为创建等，多层次、多角度引导和激励企业提升标准化工作水平。

三是完善产品包装标准的明示要求。首次明确要求公开限制过度包装商品的包装标准，明确企业应当按照有关规定公开其产品包装物所采用的包装标准，为强化社会监督，制止商品过度包装提供法治保障。

四是强化企业标准事中事后监管。建立“双随机、一公开”的企业标准监管制度，有针对性地明确各类违法行为的处罚措施，确保《企业标准化促进办法》各项规定落地见效。

坚持制度创新

《办法》在修订过程中还进行了多方面制度创新。一是建立标准创新型企业制度。建立标准创新型企业制度是标准化运行机制的深度创新，一方面以标准创新先行带动各类创新要素向企业集聚，促进企业不断追求标准与技术创新的内在机能和运转方式。另一方面促进企业及时将先进适用科技创新成果融入标准，提升标准技术水平，以标准创新助推创新技术和产品市场化、产业化和国际化。

二是实施企业标准“领跑者”制度。“标准决定质量，有什么样的标准就有什么样的质量，只有高标准才有高质量”，企业标准“领跑者”以高水平标准引领产品和服务高质量发展，扩大中高端产品和服务供给，支撑高质量发展，助推形成“标准领跑、产品领跑、企业领跑、品牌领跑”的高质量发展格局。

三是实施标准融资增信制度。通过建立支持企业标准创新的专项基金，给予标准化水平高的企业信贷支持，支持符合条件的企业开展标准交易、标准质押等活动，为广大企业扩充融资渠道，有效解决企业，特别是创新型中小企业融资难、融资贵的问题。

市场监管总局标准创新司相关负责人表示，《办法》出台是为落实优化营商环境提出的新要求，同时适应企业标准化工作管理方式变化的要求。此外，将实践中一些行之有效的做法也纳入到了《办法》。

优化营商环境

为给企业标准化工作营造更加优良的环境、激发企业标准化工作内生动力，在《企业标准化促进办法》修订中，市场监管总局用企业标准自我声明公开和监督制度代替企业标准备案管理制度。与备案制相比，企业在公共服务平台上公开一项标准，仅仅需要10分钟左右的时间，并且不需要任何费用，企业标准自我声明公开为企业节约了大量的经济成本和时间成本。

同时，市场监管总局以“双随机、一公开”监管方式，依法进行监督检查。除特殊重点领域外，县级以上人民政府标准化行政主管部门、有关行政主管部门以“双随机、一公开”监管方式，对企业的标准化工作进行管理监督，“无事不扰”，为企业正常生产经营活动提供更加优良的环境。

此外，市场监管总局加大对企业标准化工作的激励和服务力度。加大对具有自主创新技术、起到引领示范作用、产生明显经济社会效益的企业标准奖励力度，支持将先进企业标准纳入科学技术奖励范围；加强标准化人才培养，丰富标准化服务供给，支持企业参与国际标准化交流与合作，为企业参加国内、国际专业标准化技术组织、参与政府和国际标准制定提供便利。

地址：北京宣武门西大街甲97号 邮政编码：100031 电话：编辑部63070357 发行部63070326、63070324 广告部63072603 传真：编辑部63070483、63070480 广告部63071029 零售价格：4.00元 广告许可证：京西工商广字0019号