

锚定“油气氢电服”战略 北京石油重塑综合加能生态

在新能源汽车普及与“双碳”目标深入推进的背景下,传统加油站的转型成为能源行业发展的关键命题。作为首都能源供应的重要力量,中国石化北京石油分公司以“油气氢电服”一体化战略为指引,深耕氢能 with 充电业务,推动传统加油站向综合加能站加速蜕变,不仅缓解了“充电一小时,排队四小时”的民生难题,更以精准的网络布局适配北京交通场景,为城市绿色出行与经济发展注入新动能。

“在保障传统加油业务稳定运营的基础上,我们用2年时间实现了充电网络从0到全覆盖(北京区域)的突破,还布局油氢综合加能站服务氢能重卡等车型,并通过技术升级破解充电排队难题。”北京石油副总经济师华磊在接受中国证券报记者专访时表示,未来,北京石油将同步探索换电、无线充电等新型补能方式,为首都“充电友好之都”建设与绿色经济发展提供支持。

● 本报记者 刘杨

提升充换电业务占比

“在网点布局方面,我们通过加速建设外部充换电和加氢设施,与现有加能站形成互补网络体系,确保转型方案既符合北京城市规划方向,又能满足市民多样化的能源需求。”华磊对记者表示,北京石油拥有北京最大的成品油加注网络,传统加油业务是公司发展的基础。面对非首都功能疏解、新能源替代等形势,公司坚持“油是基础、气是重点、氢是方向、电是趋势、服是未来”的发展定位。

在保障传统能源网络稳定运营、满足

技术升级破解瓶颈

在北京石油小武基充电站内,记者看到,新能源车主在易捷加油APP中点击“一键加电”即可自助操作充电,省去了此前复杂的操作流程,充电高效又便捷。

“通过优化充电站站布局、增加充电终端数量、推广超快充电技术等多种措施,有效提升了充电效率。”华磊告诉记者,目前,小武基充电站在充电高峰时段的平均排队时长已得到大幅缩短,解决了

构建新型补能生态

随着北京新能源汽车保有量持续增长,充电服务需求进入爆发式增长期。北京石油紧扣北京市“十五五”规划部署,以“网络全覆盖、技术高标准、服务多元化”为核心,擘画综合加能服务升级新蓝图。

北京石油有关负责人对记者表示,在网络扩容方面,未来三年,北京石油在北京



中国石化北京石油小武基充电站

本报记者 刘杨 摄

市民加油需求的基础上,北京石油主动增加充换电、加氢业务占比,推动向新能源的有效转型,确保两者协同发展,互不冲突。截至2025年8月底,北京石油在营充电站114座,其中超充场站29座;充电终端2771个,超充终端73个。

“短短2年时间,我们实现了充电网络从0到全覆盖(北京区域)的突破,充电站站布局涵盖了五环周边货运充电休息、高速路快速补电、重点商圈高质量充电等多个场景,与国家电网形成对北京公共领域

之前“充电一小时,排队四小时”的难题,基本实现了“一杯咖啡,满电出发”的服务目标。

北京石油有关负责人介绍,小武基充电站于2024年初投入运营,站内设有36个充电桩,其中包含68把快充枪和2把全液冷超充枪,可同时满足70辆新能源汽车的充电需求。“这座充电站的亮相,是北京石油加速新能源转型的缩影。”该负责人对

地区将进一步提升充电终端总量,这一布局将精准匹配北京“充电友好之都”建设需求,重点达成“中心城镇3公里全覆盖、周边村村有石化易电”的目标。

技术升级成为提升服务效率的关键抓手。面对市民对快速补能的迫切需求,北京石油将推行“技改+新建”双线策略:对既

充电的优势互补。”华磊称。

在加氢方面,北京石油也积极布局推进加氢站的建设工作。在北京石油青云店油氢综合加能站,中国证券报记者看到,一辆辆重卡缓缓驶入该加能站。

一位在加氢站等待加氢的货运司机对记者说:“公司的氢燃料重卡车都在这里加氢,从北京运货去天津,中途无须补能,一次加氢就能满足需求。”

北京石油有关负责人介绍,这里是北京南部地区首座油氢综合加能站,主要服

务于旅游大巴、环卫洒水车、渣土重卡、物流货运车等多种类型车辆,是中国石化京津冀、京沪氢能高速走廊的重要节点。站内有一台35兆帕加氢机,日加注能力最高可达2吨。

目前,北京石油围绕不同车辆的应用场景,大力推进大兴、昌平、通州、房山、延庆等地区加氢站建设运营。未来,将依托遍布全城的加能站网点优势,紧密结合北京市氢能产业整体规划统筹加氢站建设布局。

记者表示,近年来,北京石油积极融入首都发展战略,已在全市投运多座充电站,为新能源车车主提供更便捷的补能网络。

“值得一提的是,该充电站采用华为液冷超快充电技术,最高充电功率可达600千瓦,能够实现‘一秒一公里’的补能效率。”上述负责人介绍,在核心技术支持方面,北京石油不断升级充电设备,提高超快充电桩的功率,缩短充电时间。同时,通过

菲利华:拟定增募资不超3亿元投建石英电子纱项目

● 本报记者 罗京

10月13日晚,菲利华发布公告称,公司拟以简易程序向特定对象发行股票募资不超过3亿元,扣除相关发行费用后将全部用于石英电子纱智能制造(一期)建设项目,项目建成后,将新增年产1000吨石英电子纱的生产能力。

短期内供需缺口显著

资料显示,石英电子纱为石英电子布的原料,后者凭借其极低的介电常数、超低介质损耗、优异的耐高温性和超低热膨胀系数,是应用于高频高速覆铜板(CCL)的优选材料。就具体应用场景而言,石英电子布尤其适用于AI服务器、数据中心交换机、5G/6G基站射频模块及高端封装基板等高端领域,能有效保障信号在高速传输过程中的完整性与稳定性。

从需求方面看,AI服务器需求强劲,带动PCB迎来高景气周期。根据《2025年中国人工智能算力发展评估报告》,2024年全球人工智能服务器市场规模为1251亿美元,2025年将增至1587亿美元,2028年有望达到2227亿美元,全球AI服务器出货量的增长,将直接驱动印刷电路板产业产值的提升,进而带动石英电子布的需求增长。

同时,AI算力需求的快速增加促使AI集群规模不断提升,AI集群网络对AI芯片带宽、交换机端口速率等要求同步升级,相关设备需求同步释放;5G/6G通信基站的建



视觉中国图片

设持续推动高频PCB需求;新能源汽车的普及也显著增加了车用PCB的需求,带动了车规级电子布的需求。因此,下游PCB行业的高景气度,有望持续推动石英电子布保持较高的增长势头,进而带动对石英电子纱的需求增长。

从供给方面看,石英电子纱的生产工艺复杂,全球范围内具备石英电子纱量产能力的企业极少。同时,由于石英电子纱扩产严重受制于复杂的生产工艺和高技术壁垒,且良率提升需要长期工艺摸索,这些直接导致了高性能石英电子纱市场短期内供需缺口显著。

菲利华表示,公司是国内较早从事石英玻璃纤维研发生产的企业之一,在国内外市场具有较大影响力。公司自2017年开始研发石英电子布,不断自主研发多种高端极薄布、超薄布、极细纱、超细纱,并成功研发出超低介电、超低膨胀系数等高性能电子级玻璃纤维产品,使公司成为国内少数能提供该类产品的厂商之一。同时,在石英电子布产业链上,公司具备从石英砂、石英棒、石英电子纱到石英电子布全产业链环节垂直一体化的研发和生产能力。

菲利华表示,本次募投项目的实施,将进一步提升公司石英电子纱的产能,发挥公

司石英纱、布一体化的竞争优势,进而为公司下游产品石英电子布生产提供高性能原料保证,提升高端产品产能占比,满足下游AI服务器、5G通信等新兴需求,同时,较为充足的产能储备有助于缩短交货周期,增强对核心客户的供应稳定性,形成“规模-成本-技术-客户”的正向循环,进而不断巩固或提升行业地位。

项目总投资6.24亿元

本次发行采用简易程序向特定对象发行股票方式,在中国证监会作出予以注册决定后十个工作日内完成发行缴款;发行对象范围为符合中国证监会规定的证券投资基金管理公司、符合中国证监会规定的其他法人、自然人或其他合格的投资者,发行对象不超过35名。

根据公告,募投项目依托公司现有的石英纤维生产技术能力,以提升石英电子纱产能和质量为目标,开展建设新的石英电子纱生产线。项目建成后,将形成新增年产石英电子纱1000吨产品的生产能力。项目由菲利华全资子公司湖北鼎益新材料有限公司负责实施,总投资6.24亿元,拟投入募集资金3亿元,项目所得税后财务内部收益率为20.72%,含建设期税后投资回收期为5.93年。

上半年,菲利华石英电子布实现销售收入1312.48万元。公司表示,石英纤维需求回暖,订单持续恢复,目前公司已有多项高性能复合材料产品项目研发成功,通过了相关试验的考核,各项指标均满足要求,其中已有1个项目进入批量生产阶段。

中宠股份前三季营收稳增 北美市场产能加速落地

● 本报记者 傅苏颖

10月13日晚间,中宠股份披露2025年第三季度报告,公司第三季度实现营业收入14.28亿元,同比增长15.86%。前三季度实现归母净利润3.33亿元,同比增长18.21%。

拥有超千个品种

中宠股份以宠物食品的研发、生产和销售为主要业务,产品覆盖犬用及猫用宠物食品主粮、湿粮、零食、保健品等品类。公司目前主要产品包括:宠物主粮、宠物湿粮、宠物零食,每个大类包含多个品种,包括宠物鲜肉粮系列、宠物主食湿粮系列、冻干零食系列、烘焙粮系列、鸡肉零食系列、鸭肉零食系列、牛肉零食系列、鱼肉零食系列、宠物饼干系列、洁齿骨系列等十余个产品系列,总计1000多个品种。

国内市场方面,公司主要通过抖音、小红书等新媒体投放,参加国内展会、冠名赞助大型的宠物活动和网站推广等方式开拓国内市场。

公司日前披露的投资者关系活动记录表显示,从市场规模上看,随着居民生活水平提升、情感陪伴需求增长,养宠人群不断扩大,城镇宠物消费市场规模持续攀升,宠物消费也从基础生存型向品质消费、个性化消费升级。从市场集中度来看,与发达国家成熟市场相比,我国宠物行业的市场集中度仍处于较低水平,行业内存在大量中小规模企业,产品同质化现象较为明显。

不过,公司表示,近两年随着消费者对宠物食品认知不断深化,消费心智持续增强,消费者在选择产品时更加注重品牌口碑、产品品质、安全性能以及个性化需求等因素。这种消费理念的转变,正推动着行业品牌集中度逐步提升。一些具备较强研发实力、完善供应链体系、清晰品牌定位和良好市场口碑的企业,能够更好地满足消费者的高品质需求,从而在市场竞争中占据更有利的位置,市场份额逐步向头部品牌集中。公司拥有全球化的产能布局,强大品牌矩阵和稳定供应链,在目前的消费趋势下,有望凭借自身的综合优势,进一步提升品牌影响力和市场占有率,在行业整合与升级过程中把握更多发展机遇。

深化全球产业链布局

海外业务方面,公司主要通过网站推广、参加国外展会、投放广告以及长期客户推荐等方式开拓国外市场,产品销往欧盟、美国、东南亚等国家和地区。国外主要客户为当地拥有品牌的宠物食品经销商,这些经销商大多不从事生产,主要依靠从生产企业购买加工完成的宠物食品,再贴牌销售,少数客户为当地的宠物用品零售商店。在欧美等发达国家和地区,宠物食品市场发展已非常成熟,一些大型品牌商已树立牢固的品牌形象,并占据大部分市场销售渠道,新进品牌的营销成本和经营风险相对较高。因此,公司采取与当地知名厂商进行合作的方式,以OEM/ODM模式进入当地市场。

同时,国际营销中心专设自主品牌部,专门负责自主品牌在海外市场的推广与销售,公司通过参加国际展会、投放广告等方式逐步加强自主品牌在海外市场的推广力度,积极培育自主品牌市场,扩大自主品牌境外市场销售渠道,增强自主品牌在国际上的影响力,深化自主品牌发展的核心战略。

公司在日前披露的投资者关系活动记录表中称,面对宠物食品市场结构升级的浪潮,中宠股份正以全球化视野加速产业链布局。目前,集团已在全球范围内建成超22间现代化生产基地,另有10余个新项目正在稳步推进中。公司除了在国内设有大型生产基地外,在美国、加拿大、墨西哥、新西兰、柬埔寨等国家均设有工厂,在宠物行业快速发展的背景下,公司坚持打造行业领先的供应链平台,站在未来发展的高度和全面发展的视角进行产能规划,着眼于打造产品品质优良、供应链体系稳定、抗风险能力突出的全球供应链护城河。

公司表示,北美市场是公司最大的销售市场,中宠股份已构建起美国、加拿大、墨西哥三国工厂协同运营的格局,形成了深度植根当地的生产体系。本年度,加拿大工厂第二条生产线顺利建成,墨西哥工厂亦同步完成建设。按照规划,2026年美国第二工厂也将建成,产能布局完成后,将显著提升公司在北美区域的即时产能与市场响应效率,将进一步巩固公司在北美核心市场的生产规模。



视觉中国图片