

油价巨震加速“油改电”趋势

两轮电动车企加快出海步伐

●本报记者 李媛媛

3月23日,爱玛科技、新日股份逆势涨停,九号公司跟涨;港股雅迪控股一度涨超14%。有消息称,受中东地缘冲突加剧影响,东南亚地区的传统燃油摩托车使用成本激增,催生了该地区对电动摩托车需求的爆发式增长。

爱玛科技投关负责人回应中国证券报记者称,国际油价的剧烈波动加速了燃油摩托车电动化的趋势。出海是公司的重要战略,公司在越南和印尼均有生产基地,并积极拓展自主品牌的经销渠道。不止爱玛科技,近年来,国内多家两轮电动车企业正加速出海步伐,东南亚地区正是布局的重点。

加快出海战略落地

“全球两轮车电动化浪潮正加速到来。以东南亚为例,当前两轮电动车渗透率仅5%左右,油改电潜力巨大。叠加当地激励政策与市场需求释放,东南亚等市场已成为两轮电动车行业的重要增长极。”九号公司CEO王野对中国证券报记者表示。

台铃科技招股书显示,近年来,海外电动轻型交通工具市场持续保持强劲增长态势。其中,电动两轮车是主要增长动力,2020年至2024年,市场规模从452亿元扩大至1032亿元。“在绿色出行政策深入实施以及电子商务配送网络扩展等因素推动下,预计2029年两轮电动车海外市场规模将达到3374亿元。”台铃科技表示。

另一方面,随着国内市场逐渐进入存量竞争阶段,两轮电动车企业纷纷将目光投向海外。海关总署数据显示,2025年,在绿色出行领域,电动摩托车及脚踏车出口同比增长18.1%。

上述爱玛科技投关负责人对中国证券报记者表示,东南亚部分国家出台了燃油摩托车电动化转型的鼓励政策,消费者购买本土生产的电动摩托车可享受购车补贴,同时当地充电基础设施进一步完善,公司积极在当地拓展自主品牌的经销渠道。

今年年初,九号公司发布了“全球化+



视觉中国图片

双品牌”战略,启动了全球化出海战略。目前,九号智能电动车全球累计出货量已突破1000万台。

台铃科技表示,截至2025年9月30日,公司在海外有412家经销商及300多家零售门店,销售网络覆盖东南亚、非洲、欧洲。

业绩表现亮眼

业内人士表示,近年来,随着行业规范化进程加速,众多小规模企业相继退出,市场竞争格局逐步聚焦于领先企业之间的较量,高性价比、高品质服务与智能化水平,正成为竞争的焦点。

目前,已有多家两轮电动车企业预披露2025年业绩,整体表现亮眼。

其中,雅迪控股预计,2025年公司净利润不高于29亿元,而2024年同期净利润仅为12.7亿元。雅迪控股表示,业绩增长主要得益于两轮电动车销量提升与产品结构优化。

新日股份预计,2025年实现净利润4613万元-5766万元,同比增长80%-125%。新日股份表示,2025年公司通过持续提升产品竞争力,有效扩大市场需求,销量较上年同期有所增加,营业收入随之增长。

九号公司业绩快报显示,2025年公司实现营收213.25亿元,同比增长50.22%;归母净利润为17.55亿元,同比增长61.84%。

此外,九号公司日前发布的调研纪要显示,得益于公司在电动摩托车领域的产品布局 and 先发优势,自2025年起,电动摩托车销量占比已超过电动自行车。2026年一季度,公司将继续以电动摩托车作为核心驱动力,带动整体两轮车业务稳步增长。从目前经销商下单节奏及终端激活情况来看,电动摩托车已占据绝对主力地位,保持强劲增长态势。

加快智能化转型

智能化正成为两轮电动车竞争的新焦

点。艾瑞咨询调研显示,智能化功能在购车关注因素中排名第三,仅次于电池续航与车辆耐用性,行业智能化趋势显著。

爱玛科技表示,针对消费者对智能化功能的需求,公司将增加投入,重点提升地图快速回显、高灵敏度实时数据传输等智能功能。2026年推出的全系电动自行车及电摩产品将标配基础智能功能。

日前,新日股份发布了行业首个“主动式AI智能体”,推动电动车从功能集成迈入主动智能新阶段。

王野则表示,九号公司将感知、决策、交互及执行等机器人技术逐步应用于两轮车产品。未来,九号车辆将成为搭载感知、决策与交互能力的智能终端,与手机、云端乃至城市基础设施协同。

台铃科技表示,台铃智能管理系统融入了NFC解锁、导航系统、远端车辆监控与诊断、智能照明及语音交互等多元智能功能。

淡季不淡 碳酸锂价格2月延续涨势

●本报记者 李媛媛

3月23日,中国有色金属工业协会锂业分会发文称,2月,碳酸锂价格延续涨势,春节后市场价格快速拉升,呈现“淡季不淡”的态势。2月,国内电池级碳酸锂价格从月初的14.8万元/吨上涨至月末的15.85万元/吨,涨幅7.1%。

市场价格回暖

中国有色金属工业协会锂业分会数据显示,2月,国内碳酸锂价格延续震荡上涨。工业级碳酸锂价格从月初的145万元/吨,上涨至月末的15.5万元/吨,涨幅达6.9%;期货主力合约收盘价从月初的13.24万元/吨,

涨至月末的17.6万元/吨,涨幅达32.9%。预计未来一段时间,碳酸锂期现基差仍将维持震荡运行。

2月,国内氢氧化锂价格上升。氢氧化锂价格从月初的15.6万元/吨,上涨至月末的16.55万元/吨,涨幅达6.1%。

市场成交方面,2月,碳酸锂期货日均成交量为50.4万手,比1月下降18.9万手;日均持仓量为66.9万手,比1月下降20.6万手。市场交易活跃度有所回落。

供应端方面,2月碳酸锂生产环比下降,全国碳酸锂产量约7.8万吨,环比下降3%;全国氢氧化锂产量约2.8万吨,环比下降5.6%。全国锂盐产量折合碳酸锂当量(LCE)约10.3万吨,环比下降3.7%。此外,2月津巴布韦暂停所有锂矿出口。

需求端方面,新能源车销量不及预期,同时电池产品增值税出口退税率下调,企业抢出口需求显著。

供需格局将逐渐改善

津巴布韦政府此前已释放出多重资源管控渐进式收紧的信号:2022年,津巴布韦出台锂原矿出口禁令,倒逼企业开展初级选矿加工;2023年,津巴布韦将锂正式列入战略资源清单,通过征收出口税等手段提高锂矿出口门槛;2025年,津巴布韦宣布2027年起全面禁止锂矿出口,仅允许硫酸锂等深加工产品出口。

宁德时代高管日前在业绩会上表示,全球范围内锂资源并不稀缺,本轮碳酸

青岛海泰新光科技股份有限公司关于部分募投项目延期的公告

证券代码:688777 证券简称:海泰新光 公告编号:2026-010

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,并对其内容的真实性、准确性和完整性依法承担法律责任。

青岛海泰新光科技股份有限公司(以下简称“公司”)于2026年3月23日召开了第四届董事会第十一次会议,审议通过了《关于部分募投项目延期的议案》,同意将募集资金投资项目“内窥镜医疗器械生产基地建设项目”和“营销网络及信息化建设项目”达到预定可使用状态的时间延期。保荐机构国泰君安证券股份有限公司(以下简称“保荐机构”)对本事项出具了明确的核查意见,本事项无需提交公司董事会审议。现将具体情况公告如下:

一、募投项目基本情况

经上海证券交易所科创板上市委员会2020年9月29日审核同意,并经中国证券监督管理委员会2021年1月12日《关于同意青岛海泰新光科技股份有限公司首次公开发行股票注册的批复》(证监许可[2021]190号)核准,同意本公司公开发行股票1,780,000股,发行价格为人民币56.76元/股。募集资金总额为人民币798,082,000.00元,扣除承销费(不含增值税)人民币6,529,271.20元,以及其他发行费用(不含增值税)人民币23,807,177.13元后,募集资金净额为人民币816,353,251.67元。实际到账金额人民币717,323,428.90元,包括尚未划转的发行费用人民币23,807,177.13元。上述募集资金于2021年02月28日到位,并经安永华明会计师事务所(特殊普通合伙)审计并出具了安永华明(2021)验字第61644479_303号验资报告验证。

公司按照约定对募集资金采取了专户存储管理,与保荐机构、募集资金专户监管银行签订了《募集资金三方监管协议》,与青岛海泰新光科技股份有限公司/海泰新光光电技术有限公司、保荐机构、募集资金专户监管银行签订了《募集资金四方监管协议》。

二、募投项目基本情况

截至2026年2月28日,公司首次公开发行股票募集资金投资项目及募集资金使用情况如下:

序号	项目名称	募集资金承诺投资总额	截至2026年2月28日已投入募集资金金额	投资进度
----	------	------------	-----------------------	------

序号	项目名称	募集资金承诺投资总额	截至2026年2月28日已投入募集资金金额	投资进度
----	------	------------	-----------------------	------

序号	项目名称	募集资金承诺投资总额	截至2026年2月28日已投入募集资金金额	投资进度
----	------	------------	-----------------------	------

序号	项目名称	募集资金承诺投资总额	截至2026年2月28日已投入募集资金金额	投资进度
----	------	------------	-----------------------	------

序号	项目名称	募集资金承诺投资总额	截至2026年2月28日已投入募集资金金额	投资进度
----	------	------------	-----------------------	------

序号	项目名称	募集资金承诺投资总额	截至2026年2月28日已投入募集资金金额	投资进度
----	------	------------	-----------------------	------

注1:公司于2024年4月24日召开第三届董事会第十九次会议、第三届监事会第十五次会议,审议通过了《关于部分募投项目延期、增加实施主体、增加实施地点并重新分配募集资金投入金额的议案》,同意将募集资金投资项目“内窥镜医疗器械生产基地建设项目”达到预定可使用状态的时间延期,增加实施主体和实施地点并重新分配募集资金投入金额,将“营销网络及信息化建设项目”达到预定可使用状态的时间延期并增加实施主体和实施地点。详见公司于2024年4月25日在上海证券交易所网站(www.sse.com.cn)披露的《关于部分募投项目延期、增加实施主体和实施地点的公告》(公告编号:2024-016)。

注2:公司于2025年4月24日召开了第四届董事会第四次会议和第四届监事会第四次会议,审议通过了《关于部分募投项目延期、增加实施主体和实施地点的议案》,同意将募集资金投资项目“内窥镜医疗器械生产基地建设项目”和“营销网络及信息化建设项目”达到预定可使用状态的时间延期,并增加实施主体和实施地点。详见公司于2025年4月25日在上海证券交易所网站(www.sse.com.cn)披露的《关于部分募投项目延期、增加实施主体和实施地点的公告》(公告编号:2025-022)。

(一)内窥镜医疗器械生产基地建设项目

1.项目必要性分析

一方面,在国内市场,公司目前已成功注册完成多款内窥镜镜体、LED光源内窥镜摄像系统,上述产品均已进行生产销售。近年来,国家鼓励支持医疗器械相关研发,推动本土内窥镜行业创新发展,鼓励和支持采购国产设备,在此政策背景下,公司国内内窥镜产品销量持续快速增长。另一方面,公司海外市场的合作经销商不断增加,随着客户对产品和应用方案的扩展,公司与客户合作进一步深入,从腹腔镜产品向宫腔镜、泌尿镜研发生产产品拓展。公司积极响应行业政策,国家鼓励支持研发进行了超高端产品的研发,公司通过本项目的建设可以更好地把握市场趋势,积极进行超高端产品的研发、生产,扩大公司的产品线,以满足国内外市场的需求,进一步增强公司的竞争力。

公司研发产品,实现研发与生产环节的紧密配合,国际领先的产品研发,进一步提升公司产品的竞争力,目前已经与海外客户订单由美国和加拿大工厂生产发货。随着海外客户需求稳步增长,公司在美国和加拿大新建厂房和生产设施。

2.项目可行性分析

公司作为国内领先的医疗器械研发、生产和销售,在业内积累了深厚的研发、生产和销售经验,在国内医疗器械行业积累了丰富的研发经验,拥有完善的生产基地和供应链体系,具备较强的研发、生产和销售能力。同时,公司通过持续的研发投入,不断提升产品的技术含量和竞争力,为项目的顺利实施提供了有力保障。

美国子公司成立于2019年,通过六年多的生产和运营管理,美国公司已建立了一支专业的经营管理团队,能够保证公司生产运营的稳定性和可持续性,并适应市场变化。泰国子公司成立于2023年,现有租赁厂房3000平方米。2024年,泰国子公司取得泰国投资发展委员会(BOI)提供的投资激励特权,有利于公司产品成本和品牌。

(二)营销网络及信息化建设项目

1.项目必要性分析

医疗器械的销售具有渠道复杂、专业化强、客户分散等特点,本项目将加大营销网络建设和培训中心建设投入,重点包括营销团队和地推人员相结合的营销网络建设,扩大市场覆盖,提升客户服务能力,进一步优化公司的营销模式,营销团队、营销网络、营销效率、营销管理及物流配送能力,从而保障公司产品能够迅速占领市场,保障公司持续快速增长。

根据销售规划,公司将推广工厂工作根据公司产品注册进度首先从山东省内开始逐步扩展到海外。2022年,公司开始进行营销网络建设,到2023年底,基本覆盖了国内的主要市场。2023年11月,公司在海外进行了集中签约,销售网络初步扩展到全国多个重点省份,在经济下行的压力下,根据公司发展战略,公司的营销网络将扩展到海外市场,公司需要在营销网络建设方面持续投入,进一步提升公司销售服务水平及业务拓展能力。

公司研发产品,实现研发与生产环节的紧密配合,国际领先的产品研发,进一步提升公司产品的竞争力,目前已经与海外客户订单由美国和加拿大工厂生产发货。随着海外客户需求稳步增长,公司在美国和加拿大新建厂房和生产设施。

2.项目可行性分析

公司作为国内领先的医疗器械研发、生产和销售,在业内积累了深厚的研发、生产和销售经验,在国内医疗器械行业积累了丰富的研发经验,拥有完善的生产基地和供应链体系,具备较强的研发、生产和销售能力。同时,公司通过持续的研发投入,不断提升产品的技术含量和竞争力,为项目的顺利实施提供了有力保障。

美国子公司成立于2019年,通过六年多的生产和运营管理,美国公司已建立了一支专业的经营管理团队,能够保证公司生产运营的稳定性和可持续性,并适应市场变化。泰国子公司成立于2023年,现有租赁厂房3000平方米。2024年,泰国子公司取得泰国投资发展委员会(BOI)提供的投资激励特权,有利于公司产品成本和品牌。

(三)营销网络及信息化建设项目

1.项目必要性分析

医疗器械的销售具有渠道复杂、专业化强、客户分散等特点,本项目将加大营销网络建设和培训中心建设投入,重点包括营销团队和地推人员相结合的营销网络建设,扩大市场覆盖,提升客户服务能力,进一步优化公司的营销模式,营销团队、营销网络、营销效率、营销管理及物流配送能力,从而保障公司产品能够迅速占领市场,保障公司持续快速增长。

根据销售规划,公司将推广工厂工作根据公司产品注册进度首先从山东省内开始逐步扩展到海外。2022年,公司开始进行营销网络建设,到2023年底,基本覆盖了国内的主要市场。2023年11月,公司在海外进行了集中签约,销售网络初步扩展到全国多个重点省份,在经济下行的压力下,根据公司发展战略,公司的营销网络将扩展到海外市场,公司需要在营销网络建设方面持续投入,进一步提升公司销售服务水平及业务拓展能力。

公司研发产品,实现研发与生产环节的紧密配合,国际领先的产品研发,进一步提升公司产品的竞争力,目前已经与海外客户订单由美国和加拿大工厂生产发货。随着海外客户需求稳步增长,公司在美国和加拿大新建厂房和生产设施。

2.项目可行性分析

公司作为国内领先的医疗器械研发、生产和销售,在业内积累了深厚的研发、生产和销售经验,在国内医疗器械行业积累了丰富的研发经验,拥有完善的生产基地和供应链体系,具备较强的研发、生产和销售能力。同时,公司通过持续的研发投入,不断提升产品的技术含量和竞争力,为项目的顺利实施提供了有力保障。

美国子公司成立于2019年,通过六年多的生产和运营管理,美国公司已建立了一支专业的经营管理团队,能够保证公司生产运营的稳定性和可持续性,并适应市场变化。泰国子公司成立于2023年,现有租赁厂房3000平方米。2024年,泰国子公司取得泰国投资发展委员会(BOI)提供的投资激励特权,有利于公司产品成本和品牌。

(四)营销网络及信息化建设项目

1.项目必要性分析

医疗器械的销售具有渠道复杂、专业化强、客户分散等特点,本项目将加大营销网络建设和培训中心建设投入,重点包括营销团队和地推人员相结合的营销网络建设,扩大市场覆盖,提升客户服务能力,进一步优化公司的营销模式,营销团队、营销网络、营销效率、营销管理及物流配送能力,从而保障公司产品能够迅速占领市场,保障公司持续快速增长。

根据销售规划,公司将推广工厂工作根据公司产品注册进度首先从山东省内开始逐步扩展到海外。2022年,公司开始进行营销网络建设,到2023年底,基本覆盖了国内的主要市场。2023年11月,公司在海外进行了集中签约,销售网络初步扩展到全国多个重点省份,在经济下行的压力下,根据公司发展战略,公司的营销网络将扩展到海外市场,公司需要在营销网络建设方面持续投入,进一步提升公司销售服务水平及业务拓展能力。

公司研发产品,实现研发与生产环节的紧密配合,国际领先的产品研发,进一步提升公司产品的竞争力,目前已经与海外客户订单由美国和加拿大工厂生产发货。随着海外客户需求稳步增长,公司在美国和加拿大新建厂房和生产设施。

2.项目可行性分析

公司作为国内领先的医疗器械研发、生产和销售,在业内积累了深厚的研发、生产和销售经验,在国内医疗器械行业积累了丰富的研发经验,拥有完善的生产基地和供应链体系,具备较强的研发、生产和销售能力。同时,公司通过持续的研发投入,不断提升产品的技术含量和竞争力,为项目的顺利实施提供了有力保障。

1.项目必要性分析

一方面,在国内市场,公司目前已成功注册完成多款内窥镜镜体、LED光源内窥镜摄像系统,上述产品均已进行生产销售。近年来,国家鼓励支持医疗器械相关研发,推动本土内窥镜行业创新发展,鼓励和支持采购国产设备,在此政策背景下,公司国内内窥镜产品销量持续快速增长。另一方面,公司海外市场的合作经销商不断增加,随着客户对产品和应用方案的扩展,公司与客户合作进一步深入,从腹腔镜产品向宫腔镜、泌尿镜研发生产产品拓展。公司积极响应行业政策,国家鼓励支持研发进行了超高端产品的研发,公司通过本项目的建设可以更好地把握市场趋势,积极进行超高端产品的研发、生产,扩大公司的产品线,以满足国内外市场的需求,进一步增强公司的竞争力。

公司研发产品,实现研发与生产环节的紧密配合,国际领先的产品研发,进一步提升公司产品的竞争力,目前已经与海外客户订单由美国和加拿大工厂生产发货。随着海外客户需求稳步增长,公司在美国和加拿大新建厂房和生产设施。

2.项目可行性分析

公司作为国内领先的医疗器械研发、生产和销售,在业内积累了深厚的研发、生产和销售经验,在国内医疗器械行业积累了丰富的研发经验,拥有完善的生产基地和供应链体系,具备较强的研发、生产和销售能力。同时,公司通过持续的研发投入,不断提升产品的技术含量和竞争力,为项目的顺利实施提供了有力保障。

美国子公司成立于2019年,通过六年多的生产和运营管理,美国公司已建立了一支专业的经营管理团队,能够保证公司生产运营的稳定性和可持续性,并适应市场变化。泰国子公司成立于2023年,现有租赁厂房3000平方米。2024年,泰国子公司取得泰国投资发展委员会(BOI)提供的投资激励特权,有利于公司产品成本和品牌。

(二)营销网络及信息化建设项目

1.项目必要性分析

医疗器械的销售具有渠道复杂、专业化强、客户分散等特点,本项目将加大营销网络建设和培训中心建设投入,重点包括营销团队和地推人员相结合的营销网络建设,扩大市场覆盖,提升客户服务能力,进一步优化公司的营销模式,营销团队、营销网络、营销效率、营销管理及物流配送能力,从而保障公司产品能够迅速占领市场,保障公司持续快速增长。

根据销售规划,公司将推广工厂工作根据公司产品注册进度首先从山东省内开始逐步扩展到海外。2022年,公司开始进行营销网络建设,到2023年底,基本覆盖了国内的主要市场。2023年11月,公司在海外进行了集中签约,销售网络初步扩展到全国多个重点省份,在经济下行的压力下,根据公司发展战略,公司的营销网络将扩展到海外市场,公司需要在营销网络建设方面持续投入,进一步提升公司销售服务水平及业务拓展能力。

公司研发产品,实现研发与生产环节的紧密配合,国际领先的产品研发,进一步提升公司产品的竞争力,目前已经与海外客户订单由美国和加拿大工厂生产发货。随着海外客户需求稳步增长,公司在美国和加拿大新建厂房和生产设施。

2.项目可行性分析

公司作为国内领先的医疗器械研发、生产和销售,在业内积累了深厚的研发、生产和销售经验,在国内医疗器械行业积累了丰富的研发经验,拥有完善的生产基地和供应链体系,具备较强的研发、生产和销售能力。同时,公司通过持续的研发投入,不断提升产品的技术含量和竞争力,为项目的顺利实施提供了有力保障。

美国子公司成立于2019年,通过六年多的生产和运营管理,美国公司已建立了一支专业的经营管理团队,能够保证公司生产运营的稳定性和可持续性,并适应市场变化。泰国子公司成立于2023年,现有租赁厂房3000平方米。2024年,泰国子公司取得泰国投资发展委员会(BOI)提供的投资激励特权,有利于公司产品成本和品牌。

(三)营销网络及信息化建设项目

1.项目必要性分析

医疗器械的销售具有渠道复杂、专业化强、客户分散等特点,本项目将加大营销网络建设和培训中心建设投入,重点包括营销团队和地推人员相结合的营销网络建设,扩大市场覆盖,提升客户服务能力,进一步优化公司的营销模式,营销团队、营销网络、营销效率、营销管理及物流配送能力,从而保障公司产品能够迅速占领市场,保障公司持续快速增长。

根据销售规划,公司将推广工厂工作根据公司产品注册进度首先从山东省内开始逐步扩展到海外。2022年,公司开始进行营销网络建设,到2023年底,基本覆盖了国内的主要市场。2023年11月,公司在海外进行了集中签约,销售网络初步扩展到全国多个重点省份,在经济下行的压力下,根据公司发展战略,公司的营销网络将扩展到海外市场,公司需要在营销网络建设方面持续投入,进一步提升公司销售服务水平及业务拓展能力。

公司研发产品,实现研发与生产环节的紧密配合,国际领先的产品研发,进一步提升公司产品的竞争力,目前已经与海外客户订单由美国和加拿大工厂生产发货。随着海外客户需求稳步增长,公司在美国和加拿大新建厂房和生产设施。

2.项目可行性分析

公司作为国内领先的医疗器械研发、生产和销售,在业内积累了深厚的研发、生产和销售经验,在国内医疗器械行业积累了丰富的研发经验,拥有完善的生产基地和供应链体系,具备较强的研发、生产和销售能力。同时,公司通过持续的研发投入,不断提升产品的技术含量和竞争力,为项目的顺利实施提供了有力保障。

美国子公司成立于2019年,通过六年多的生产和运营管理,美国公司已建立了一支专业的经营管理团队,能够保证公司生产运营的稳定性和可持续性,并适应市场变化。泰国子公司成立于2023年,现有租赁厂房3000平方米。2024年,泰国子公司取得泰国投资发展委员会(BOI)提供的投资激励特权,有利于公司产品成本和品牌。

(四)营销网络及信息化建设项目

1.项目必要性分析

医疗器械的销售具有渠道复杂、专业化强、客户分散等特点,本项目将加大营销网络建设和培训中心建设投入,重点包括营销团队和地推人员相结合的营销网络建设,扩大市场覆盖,提升客户服务能力,进一步优化公司的营销模式,营销团队、营销网络、营销效率、营销管理及物流配送能力,从而保障公司产品能够迅速占领市场,保障公司持续快速增长。

根据销售规划,公司将推广工厂工作根据公司产品注册进度首先从山东省内开始逐步扩展到海外。2022年,公司开始进行营销网络建设,到2023年底,基本覆盖了国内的主要市场。2023年11月,公司在海外进行了集中签约,销售网络初步扩展到全国多个重点省份,在经济下行的压力下,根据公司发展战略,公司的营销网络将扩展到海外市场,公司需要在营销网络建设方面持续投入,进一步提升公司销售服务水平及业务拓展能力。

公司研发产品,实现研发与生产环节的紧密配合,国际领先的产品研发,进一步提升公司产品的竞争力,目前已经与海外客户订单由美国和加拿大工厂生产发货。随着海外客户需求稳步增长,公司在美国和加拿大新建厂房和生产设施。

2.项目可行性分析

公司作为国内领先的医疗器械研发、生产和销售,在业内积累了深厚的研发、生产和销售经验,在国内医疗器械行业积累了丰富的研发经验,拥有完善的生产基地和供应链体系,具备较强的研发、生产和销售能力。同时,公司通过持续的研发投入,不断提升产品的技术含量和竞争力,为项目的顺利实施提供了有力保障。

1.项目必要性分析

一方面,在国内市场,公司目前已成功注册完成多款内窥镜镜体、LED光源内窥镜摄像系统,上述产品均已进行生产销售。近年来,国家鼓励支持医疗器械相关研发,推动本土内窥镜行业创新发展,鼓励和支持采购国产设备,在此政策背景下,公司国内内窥镜产品销量持续快速增长。另一方面,公司海外市场的合作经销商不断增加,随着客户对产品和应用方案的扩展,公司与客户合作进一步深入,从腹腔镜产品向宫腔镜、泌尿镜研发生产产品拓展。公司积极响应行业政策,国家鼓励支持研发进行了超高端产品的研发,公司通过本项目的建设可以更好地把握市场趋势,积极进行超高端产品的研发、生产,扩大公司的产品线,以满足国内外市场的需求,进一步增强公司的竞争力。

公司研发产品,实现研发与生产环节的紧密配合,国际领先的产品研发,进一步提升公司产品的竞争力,目前已经与海外客户订单由美国和加拿大工厂生产发货。随着海外客户需求稳步增长,公司在美国和加拿大新建厂房和生产设施。

2.项目可行性分析

公司作为国内领先的医疗器械研发、生产和销售,在业内积累了深厚的研发、生产和销售经验,在国内医疗器械行业积累了丰富的研发经验,拥有完善的生产基地和供应链体系,具备较强的研发、生产和销售能力。同时,公司通过持续的研发投入,不断提升产品的技术含量和竞争力,为项目的顺利实施提供了有力保障。

美国子公司成立于2019年,通过六年多的生产和运营管理,美国公司已建立了一支专业的经营管理团队,能够保证公司生产运营的稳定性和可持续性,并适应市场变化。泰国子公司成立于2023年,现有租赁厂房3000平方米。2024年,泰国子公司取得泰国投资发展委员会(BOI)提供的投资激励特权,有利于公司产品成本和品牌。

(二)营销网络及信息化建设项目

1.项目必要性分析

医疗器械的销售具有渠道复杂、专业化强、客户分散等特点,本项目将加大营销网络建设和培训中心建设投入,重点包括营销团队和地推人员相结合的营销网络建设,扩大市场覆盖,提升客户服务能力,进一步优化公司的营销模式,营销团队、营销网络、营销效率、营销管理及物流配送能力,从而保障公司产品能够迅速占领市场,保障公司持续快速增长。

根据销售规划,公司将推广工厂工作根据公司产品注册进度首先从山东省内开始逐步扩展到海外。2022年,公司开始进行营销网络建设,到2023年底,基本覆盖了国内的主要市场。2023年11月,公司在海外进行了集中签约,销售网络初步扩展到全国多个重点省份,在经济下行的压力下,根据公司发展战略,公司的营销网络将扩展到海外市场,公司需要在营销网络建设方面持续投入,进一步提升公司销售服务水平及业务拓展能力。

公司研发产品,实现研发与生产环节的紧密配合,国际领先的产品研发,进一步提升公司产品的竞争力,目前已经与海外客户订单由美国和加拿大工厂生产发货。随着海外客户需求稳步增长,公司在美国和加拿大新建厂房和生产设施。

2.项目可行性分析

公司作为国内领先的医疗器械研发、生产和销售,在业内积累了深厚的研发、生产和销售经验,在国内医疗器械行业积累了丰富的研发经验,拥有完善的生产基地和供应链体系,具备较强的研发、生产和销售能力。同时,公司通过持续的研发投入,不断提升产品的技术含量和竞争力,为项目的顺利实施提供了有力保障。

美国子公司成立于2019年,通过六年多的生产和运营管理,美国公司已建立了一支专业的经营管理团队,能够保证公司生产运营的稳定性和可持续性,并适应市场变化。泰国子公司成立于2023年,现有租赁厂房3000平方米。2024年,泰国子公司取得泰国投资发展委员会(BOI)提供的投资激励特权,有利于公司产品成本和品牌。

(三)营销网络及信息化建设项目

1.项目必要性分析

医疗器械的销售具有渠道复杂、专业化强、客户分散等特点,本项目将加大营销网络建设和培训中心建设投入,重点包括营销团队和地推人员相结合的营销网络建设,扩大市场覆盖,提升客户服务能力,进一步优化公司的营销模式,营销团队、营销网络、营销效率、营销管理及物流配送能力,从而保障公司产品能够迅速占领市场,保障公司持续快速增长。

根据销售规划,公司将推广工厂工作根据公司产品注册进度首先从山东省内开始逐步扩展到海外。2022年,公司开始进行营销网络建设,到2023年底,基本覆盖了国内的主要市场。2023年11月,公司在海外进行了集中签约,销售网络初步扩展到全国多个重点省份,在经济下行的压力下,根据公司发展战略,公司的营销网络将扩展到海外市场,公司需要在营销网络建设方面持续投入,进一步提升公司销售服务水平及业务拓展能力。

公司研发产品,实现研发与生产环节的紧密配合,国际领先的产品研发,进一步提升公司产品的竞争力,目前已经与海外客户订单由美国和加拿大工厂生产发货。随着海外客户需求稳步增长,公司在美国和加拿大新建厂房和生产设施。

2.项目可行性分析

公司作为国内领先的医疗器械研发、生产和销售,在业内积累了深厚的研发、生产和销售经验,在国内医疗器械行业积累了丰富的研发经验,拥有完善的生产基地和供应链体系,具备较强的研发、生产和销售能力。同时,公司通过持续的研发投入,不断提升产品的技术含量和竞争力,为项目的顺利实施提供了有力保障。

美国子公司成立于2019年,通过六年多的生产和运营管理,美国公司已建立了一支专业的经营管理团队,能够保证公司生产运营的稳定性和可持续性,并适应市场变化。泰国子公司成立于2023年,现有租赁厂房3000平方米。2024年,泰国子公司取得泰国投资发展委员会(BOI)提供的投资激励特权,有利于公司产品成本和品牌。

(四)营销网络及信息化建设项目

1.项目必要性分析

医疗器械的销售具有渠道复杂、专业化强、客户分散等特点,本项目将加大营销网络建设和培训中心建设投入,重点包括营销团队和地推人员相结合的营销网络建设,扩大市场覆盖,提升客户服务能力,进一步优化公司的营销模式,营销团队、营销网络、营销效率、营销管理及物流配送能力,从而保障公司产品能够迅速占领市场,保障公司持续快速增长。

根据销售规划,公司将推广工厂工作根据公司产品注册进度首先从山东省内开始逐步扩展到海外。2022年,公司开始进行营销网络建设,到2023年底,基本覆盖了国内的主要市场。2023年11月,公司在海外进行了集中签约,销售网络初步扩展到全国多个重点省份,在经济下行的压力下,根据公司发展战略,公司的营销网络将扩展到海外市场,公司需要在营销网络建设方面持续投入,进一步提升公司销售服务水平及业务拓展能力。

公司研发产品,实现研发与生产环节的紧密配合,国际领先的产品研发,进一步提升公司产品的竞争力,目前已经与海外客户订单由美国和加拿大工厂生产发货。随着海外客户需求稳步增长,公司在美国和加拿大新建厂房和生产设施。

2.项目可行性分析

公司作为国内领先的医疗器械研发、生产和销售,在业内积累了深厚的研发、生产和销售经验,在国内医疗器械行业积累了丰富的研发经验,拥有完善的生产基地和供应链体系,具备较强的研发、生产和销售能力。同时,公司通过持续的研发投入,不断提升产品的技术含量和竞争力,为项目的顺利实施提供了有力保障。

合理调价 保障经济平稳运行

——专家解读本次汽油、柴油价格调控

●新华社记者 魏弘毅 戴锦铭

国家发展改革委23日发布消息,根据现行价格机制计算,自3月23日24时起,国内汽油、柴油价格(标准品)每吨分别应上调2205元、2120元,调控后实际上调1160元、1115元。

专家表示,本次汽油、柴油价格上调受美以伊冲突加剧带动国际原油价格大幅上涨影响。

中国宏观经济研究院能源所经济中心副主任田磊表示,近期受美以伊冲突加剧影响,国际市场原油价格大幅上涨,各地区价格涨幅普遍在40%以上,特别是中东地区原油价格快速大幅攀升至每桶150美元以上,连创历史新高,比冲突前大涨超过130%。

“我国是石油进口大国,原油外采比例超过70%,国际原油价格上涨直接抬升我国进口和用油成本。”田磊说。