

算力金属“期中考试” 上游矿企业绩爆发 中游铜箔企业乘势而起

AI算力基建扩张重塑有色金属需求逻辑，铜、钨、钼、锡、锑等“算力金属”站上行业风口。近期，A股多家“算力金属”概念上市公司披露2026年半年报，上游资源企业凭借矿产品价格上行与产能释放收获亮眼业绩；中游加工企业则紧抓AI服务器、光模块、高端PCB（印制电路板）的材料红利，依靠高附加值产品打开盈利空间。

● 本报记者 罗京



视觉中国图片

龙头企业交出亮眼成绩单

所谓“算力金属”，即支撑AI服务器、数据中心、光模块及半导体封装等算力基础设施的关键金属材料。业内通常将其分为两大类：一是铜、铝等大宗金属，用于数据中心供电、散热等基础架构；二是钨、锡、铜、锑、镓等小金属，广泛用于先进封装、光通信和存储芯片环节，堪称算力产业链的“工业维生素”。

今年以来，AI算力基建浪潮持续涌动，铜、锡、钨、钼等“算力金属”迎来高光时刻。中国有色金属工业协会数据显示，上半年，钨、钼、锡、锑三种核心小金属价格涨幅分别突破40%、158%和60%，铜、铝价格分别上涨31.4%、18.8%，均维持高位运行。从行业层面看，12362家规模以上有色金属企业合计实现营业收入57696.8亿元，同比增长21.78%；利润总额4183.9亿元，同比增长94%。

在此背景下，多家龙头企业交出亮眼的半年报。紫金矿业上半年实现营业收入1941.78亿元，同比增长15.78%；归母净利润391.70亿元，同比增长68.17%。业绩增长主要受益于金、铜、锂三大核心矿种价格大幅上涨及产量稳步释放。紫金矿业表示，铜的战略价值在算力时代愈发凸显，矿端供应不及预期叠加关税政策扰动，铜价创下历史新高。

洛阳钼业主营铜、钴、金、钼、钨等产品，上半年，公司实现营业收入1353.20亿元，同比增长42.78%；归母净利润161.52亿元，同比增长86.27%，主要经营指标再创历史新高。

厦门钨业上半年实现营业收入350.14亿元，同比增长81.70%；归母净利润22.01亿元，同比增长127.04%。公司表示，钨作为PCB钻针及六氟化钨的关键原料，需求持续旺盛，公司PCB钻针用硬质合金棒材销量同比大增386%。在钨、钴、碳酸锂等主要原材料价格上涨的背景下，公司推动产品售价联动上涨，盈利能力显著提升。

锡业股份锡资源储量全球第一，是全国最大的原生锡生产基地，上半年，公司紧抓AI算力爆发带来的锡锡需求机遇，实现营业收入315.73亿元，同比增长49.68%；归母净利润15.04亿元，同比增长41.60%。

云南锗业上半年实现营业收入7.32亿元，同比增长38.21%；归母净利润7426.99万元，同比增长235.31%；扣非归母净利润6690.36万元，同比增长770.09%。业绩增长主要受益于下游数据中心、光通信等领域需求旺盛，公司化合物半导体、材料级锗产品、光纤级锗产品毛利率及销售收入较上年同期增长。

高附加值成突围关键

上游矿企业绩增幅可观，中游加工环节同样可圈可点。在铜箔、高端铝加工等领域，一批企业通过产品结构优化与高附加值产品放量，实现盈利水平的显著提升。

铜箔板块表现尤为突出。德福科技主营产品为锂电铜箔和电子电路铜箔，分别

用于各类锂电池和覆铜板、印制电路板的制造。上半年实现营业收入91.97亿元，同比增长73.54%；归母净利润2.63亿元，同比增长580.66%；扣非净利润2.36亿元，同比增长1916.9%。

德福科技表示，报告期内，公司反转处理铜箔RTF-3、RTF-4产品已通过多家头部覆铜板厂商认证并实现批量供货，应用于高端AI服务器、高端交换机及光模块的超低轮廓铜箔HVL P1-4系列已实现批量供货，公司高端电子电路铜箔出货占比在加速提升。

逸豪新材主营高性能铜箔及下游印制电路板的研发、生产和销售。上半年，受益于AI服务器、高速交换设备等领域对高频高速铜箔、大功率厚铜箔等高性能产品的需求爆发式增长，逸豪新材业绩扭亏为盈，实现归母净利润2150.20万元。

宝鼎科技上半年实现营业收入21.57亿元，同比增长54.69%；归母净利润1.36亿元，同比增长518.63%。旗下控股子公司金宝电子主营电子铜箔、覆铜板的设计、研发、生产及销售，报告期内覆铜板、电子铜箔产品销量及销售价格持续上升，实现营业收入18.87亿元，账面报表净利润9542.45万元，分别比上年同期增长54.76%、665.52%。

短期供需格局不变

展望后市，“算力金属”的高景气能否延续，成为市场关注的焦点。从需求端来看，AI算力基础设施建

设仍在加速。中国有色金属工业协会副秘书长兼重金属部（矿产资源办公室）主任段绍甫表示，当前全球铜需求的驱动逻辑已从传统基建、地产转向人工智能与新能源产业，上半年海外AI算力基建、储能赛道的需求增长明显超出市场预期。

天风证券研报表示，全球AI产业正从模型训练向规模化推理部署跨越，算力基础设施的硬件形态与材料需求随之变化，这一趋势将对部分金属的需求结构产生重构成效应。东吴证券亦认为，全球AI资本开支正进入非线性加速阶段，从单一芯片范畴逐步覆盖服务器整机、高速网络元器件及数据中心供电基建等细分领域，为上游基础原料带来持续需求红利。

从供给端来看，刚性约束在短期内难以缓解。段绍甫表示，业内普遍判断“算力金属”短期供需格局未发生根本性改变，价格中枢存在支撑。但他同时提醒，当前宏观层面美联储政策信号及美元走势持续构成估值压力，地缘局势也存在不确定性，市场情绪高度敏感，行情波动风险不容忽视。

在产业应对层面，段绍甫提出了三个方向：一是提升产品品质适配能力，算力产业链对材料的高纯度、定制化要求与传统标准化供给存在错配，企业应着力提升产品品质和一致性；二是强化上下游供需对接，上游原材料涨价已对中下游用户形成成本压力；三是增强供应链韧性，与算力相关的有色金属上游矿产资源对外依存度较高，企业应加快并购布局，夯实资源保障能力。

把握新能源等发展机遇 北方稀土全产业链突围

● 本报记者 王佳飞

国内新能源产业蓬勃扩容，下游市场需求持续释放，带动稀土行业迎来结构性发展机遇。北方稀土立足白云鄂博资源禀赋，依托完整的全产业链布局与集团化精益管控，紧抓新能源等产业发展风口，2026年上半年交出一份量效齐升的亮眼答卷。

“上半年，公司营收、利润、产值等保持行业领先，磁性材料板块子公司营收同比大幅增长，新能源配套磁性材料产品销量稳步提升，钕钐类产品销量同比增长，进一步消化了历史库存。”北方稀土表示。

上半年，公司实现营业收入257.99亿元，同比增长36.75%；归母净利润为20.53亿元，同比增长120.46%；扣非净利润为20.51亿元，同比增长128.79%；经营活动产生的现金流量净额为12.08亿元，同比增长30.57%；毛利率提升至15.03%，资产负债率为36.98%。良好的经营质量与健康的现金流，为公司布局新能源新材料项目、构建全元素全品类高质化稀土产业体系提供了充足资金保障。

新能源赛道高景气 下游需求拉动量效齐升

稀土是新能源产业不可或缺的关键战略材料，高性能稀土永磁、储氢材料是风电、新能源汽车、氢能装备等领域实现技术迭代的核心基础。2026年上半年，新能源赛道延续高景气度，直接拉动高性能钕铁硼永磁材料等产品需求。

专家表示，相关产业的扩张，使新能源汽车成为稀土永磁第一大下游应用增量领域，海外补库则进一步打开稀土产品市场空间。

需求端底盘稳固、供给端延续严监管，推动稀土主流产品价格整体走强、震荡运行。北方稀土主要产品产销两旺，上半年稀土冶炼分离产品、稀土金属产品、稀土功能及应用产品产量均创同期历史最高水平。公司构建“长协+零售”营销模式，以长协订单保障基本盘，以零售订单灵活调整销售策略，产品实现对国内头部磁材企业全覆盖供货。

从行业整体看，我国稀土产业正处于由大到强的转型关键期，头部企业依托资源与技术优势加快向高附加值环节延伸，产业链自主可控能力与核心竞争力持续增强，为北方稀土这样的全产业链龙头提供了更为有利的竞争环境。

全产业链协同发力 新材料与终端应用加速突破

资源、全产业链等核心竞争优势，是北方稀土穿越周期、把握新能源机遇的底气所在。公司控股股东包头钢铁（集团）有限责任公司拥有全球最大的铁和稀土共生矿——白云鄂博矿的独家开采权，稳定的稀土精矿供应为公司生产经营提供了坚实原料保障。经过多年发展，北方稀土在行业内率先成为集稀土冶炼分离、功能材料、应用产品、科研和贸易一体化的集团化上市公司，形成以稀土资源为基础、冶炼分离为核心、新材料领域建设为重点、终端应用为拓展方向的产业结构，构筑了行业领先的全元素、全产业链竞争优势。

稀土新材料是衔接资源与新能源终端市场的关键枢纽。北方稀土聚焦新能源等产业需求，推进高性能钕铁硼速凝合金、氢碎粉等重点项目达产见效，稀土磁性材料产能位居全球前列，储氢材料产销量保持国内领先，产品覆盖风电永磁部件、新能源汽车配套磁材、储氢合金等品类。公司自主研发新型高容量La-Y-Ni系储氢合金材料，实现储氢容量与循环寿命双重突破；稀土阻燃改性剂完成产业化突破，拓展了稀土在新能源配套助剂领域的应用边界。

在终端应用端，公司围绕磁性材料—稀土永磁电机、储氢材料—氢能两轮车两条主线加快落地。上半年，公司成功实现2.2kW、1.1kW稀土永磁电机全流程自主制造，适配风电装备、工业节能、新能源装备等多类场景；首批1000台稀土氢能两轮车在包头投入商业化示范运营，累计安全行驶里程达17万公里，为稀土固态储氢商业化落地积累了宝贵实践经验。

“首批稀土氢能两轮车投入商业化示范运营，意味着固态储氢技术的规模化应用迈出了关键一步，为公司布局氢能终端场景积累了经验。”北方稀土介绍。与此同时，公司绿色冶炼升级改造项目一期已投产、产线全线贯通，二期建设有序推进，冶炼综合回收率持续提升，绿色低碳发展成为全产业链底色。公司二次资源利用项目实现量增和质效提升，数智化改造步伐加快，全产业链绿色化、智能化水平不断跃升，发展质量更加坚实。

科技创新驱动 锚定“两个稀土基地”蓝图

科技创新，是稀土对接新能源产业的核心驱动力。上半年，公司围绕产业链部署创新链，聚焦绿色冶炼、高端磁材、储氢装备、永磁电机等新能源相关领域开展技术攻关，搭建“研发—中试—产业化”创新孵化体系。上半年，公司新申请专利84个，其中发明专利63个；授权专利65个，其中国际专利5个、发明专利47个；持续推进国家重点项目6项、省级项目14项。目前，公司拥有国家级创新平台2个、部委级平台8个、院士工作站2个、博士后工作站2个、省级科研平台13个，下属稀土院是全球最大的综合性稀土研发机构，协同科研竞争力突出。撬装式固态加氢站获得内蒙古自治区“首台套”认定，多项新材料新装备实现自主可控。

以资本为纽带，北方稀土加快向高附加值环节延伸。上半年，公司出资3820.73万元增资控股子公司中鑫安泰，支持其稀土金属产能扩产；出资1.12亿元与宁波复能稀土新材料股份有限公司合资建设稀土金属合金生产线项目；出资1.16亿元与宁波铈腾新材料有限公司合资建设含钕钕铁硼磁性材料项目，扩大钕元素在稀土永磁中的占比，以高性价比优势推动稀土永磁广泛使用；出资7.79亿元实施稀土高能级科技创新平台建设项目，建设世界一流稀土科技创新基地；出资4864.71万元增资包头稀土研究院，增强工艺改造与新材料应用研发能力。

面向未来，全球能源转型持续推进，稀土战略价值将进一步凸显。“公司将持续深耕风电、新能源汽车、氢能储能等新能源赛道，推进上游提锂、中源提锂、下游提量、科创提效，持续丰富高端稀土新材料与终端产品供给，完善稀土全产业链闭环体系，全力建设全国最大稀土新材料基地和全球领先稀土应用基地。”北方稀土表示。

科沃斯集团董事长钱东奇： 人形机器人进家庭需熬过“隧道期”

● 本报记者 杨洁

从2000年启动扫地机器人研发到2009年才正式进入家庭——科沃斯在扫地机器人上用了近十年穿越市场培育的“隧道期”。面对当下热度空前的人形机器人赛道，科沃斯集团董事长钱东奇近日接受记者采访时判断，人形机器人进入家庭同样需要熬过这段“隧道期”，“乐观3年、悲观5年”，且必须明确划定安全底线。

供应链仍需降本

“今天我们感觉具身智能机器人遇到的，和十年前我们做扫地机器人时遇到的情况是类似的。”钱东奇表示，当前具身智能机器人产业的核心瓶颈，不在于技术Demo（演示）能否实现，而在于产业链尚未形成规模效应，关键零部件成本仍然居高不下，因此整体无法支撑面向消费者的合理售价。

他以科沃斯做扫地机器人的经历举例：“扫地机器人研发初期，一个激光马达组件里的CMOS芯片价格高达300元，如今整个LDS模组价格能降低到三十几元，由此整个机器人产品实现了规模化生产，走向消费级市场。”在他看来，产业链降本的关键在于“链主”能将量带动起来，上下游企业才愿意投入资源将质量做高、成本做低。

钱东奇认为，在产业初期，作为“链主”有责任培养一些供应链环节走向成熟，扫地机器人积累的部分供应链能力可以得到复用，但在灵巧手、传感器、算力芯片等很多领域都需要去找新的解决方案。

近日科沃斯发布的半年报显示，在供应链端，公司持续构建全链条垂直一体化能力，在电机、塑胶制品、电池、传动系统等核心零组件领域实现自主可控，投资建设机器人核心部件及本体制造项目，聚焦传动、减速、关节等核心部件及各类具身智能机器人本体的研发与生产，进一步夯实从技术研发到精密制造的系统化竞争能力。上半年公司研发支出5.54亿元，同比增长9.14%，上市至今累计研发投入超52亿元。截至报告期末，公司累计获得授权专利3105项，其中发明专利920项；在具身智能领域，公司已提交专利申请75项，43项为发明专利。

企业必须具备足够耐心与韧性

“机器人进家庭是很难的。”钱东奇在采访中反复强调这一判断。他介绍，科沃斯扫地机器人从2000年开始研发，真正进入家庭是2009年；首款擦窗机器人2011年发布，直到近两年才迎来市场爆发。数据显示，科沃斯旗下擦窗机器人2025年销量突破100万台，全球累计销量超260万台，近5年复合增长率达50%；2026年一季度，天猫

平台成交同比增长超70%，租赁订单同比激增376%。

钱东奇将这段漫长过程称为“隧道期”——产品从先锋人群使用到大众家庭接受，企业必须具有足够的耐心与韧性。“做Demo是一件事，但是真正要把它做到商用场景、实现商业闭环，这是另外一件事。”钱东奇表示，对于人形机器人进家庭，科沃斯有足够的经验和耐心去穿越这条“隧道”。

而对于时间表，钱东奇判断：“乐观的预期是3年，悲观一点的预期是5年。”他预计需经历1—2代产品打磨，方能穿越从早期用户到大众市场的周期。

划定安全底线

家庭场景对机器人提出了区别于工业场景的硬性要求。钱东奇将其归纳为三项：静音运行、交互流畅、消除用户的压迫感。“我们看到有很多人形机器人走路还是声音很大，在居家环境中，楼上楼下邻居肯定难以忍受。”钱东奇表示，机器人进家庭是“近距离的关系”，不能让用户产生不适感，尤其是和老人、儿童等敏感人群的交互，在安全侧必须提前划定明确边界。

钱东奇介绍，科沃斯在扫地机器人、擦窗机器人等产品进入家庭之前的安全把控方面有充分的场景经验，“扫地机器人如