

董事长面对面

科力装备董事长张万武:

以上市为翼加速创新驱动发展

本报记者 张晓玉

新能源汽车市场的持续扩张如同一股强劲的东风,吹动着整个汽车产业链的蓬勃发展。在此背景下,河北科力汽车装备股份有限公司(以下简称“科力装备”)站在新的起点上,敲响资本市场的大门。

上市前夕,科力装备董事长张万武接受了《证券日报》记者独家专访,深入分享了公司决定上市的初衷、背后的战略考量,以及未来的市场定位与发展蓝图。

“当前,公司在国内汽车玻璃总成组件生产领域已具有一定的竞争力,然而,相较于全球知名的汽车零部件集团企业,公司在资金实力与整体规模上仍有提升空间。因此,上市成为公司抓住市场机遇,实现跨越式发展的必然选择。”张万武坦言。

不断加大研发投入 深耕汽车玻璃总成组件

科力装备主要从事汽车玻璃总成组件产品的研发、生产和销售。公司本次募集资金4.59亿元,主要用于汽车玻璃总成组件产品智能化生产建设项目和新能源汽车零部件研发中心建设项目。

“本次募集资金将直接助力我们实现核心技术成果的快速转化,进一步扩大生产规模,增强自主研发与产品设计能力。”张万武表示,长远来看,这将极大地提高公司主营业务的盈利能力和可持续发展的能力。

在汽车装备领域,技术创新是企业发展的关键。过去几年,科力装备不断加大研发投入,招股书显示,2021年至2023年,科力装备研发费用投入分别为1721.40万元、2066.43万元和2491.18万元,复合增长率为20.30%,累计投入超过6000万元。

“我们的研发项目主要聚焦新产品的开发与新工艺的探索,且多数成果已转化。”张万武进一步解释说,新产品是基于行业发展趋势和客户需求面向目标客户进行的研发,针对具有创新性的新产品公司申请了专利保护;新工艺则是基于降本增效的目标进行的非标准生产和工装设计,支撑生产持续降本。

持续的研发投入与技术追求为科力装备赢得了众多合作伙伴的青睐,在与张万武的交流中记者得知,公司已与多家国内外知名汽车玻璃厂商建立了长期稳定的合作关系。

汽车零部件行业的特殊性在于其高度的定制化需求,这要求供应商不仅要具备精湛的技术实力,还需经历下游客户严格而漫长的评价审核过程。正是科力装备多年来坚持与下游客户并肩作战,深度参与



图①科力装备办公室一角

图②公司员工讨论国际市场布局

图③科力装备董事长接受《证券日报》记者采访

图④科力装备生产园区

图①②③公司供图 图④张晓玉/摄

其同步设计开发环节,才赢得了这份信任与认可。

“我们与汽车玻璃厂商之间,已经超越了简单的供需关系,形成了一种良性的互动生态。”张万武强调,这种做法不仅让公司的产品性能得到了显著提升,还有效降低了成本,真正实现双赢。

正是这种深入骨髓的“客户思维”和“技术导向”,让科力装备在激烈的市场竞争中脱颖而出。截至目前,科力装备各类产品的规格型号超过6000种,形成多项首发应用于宝马、沃尔沃和蔚来等品牌多款车的新产品,与福耀玻璃、圣戈班、艾杰旭、Viro、耀皮玻璃、板硝子等国内外知名汽车玻璃厂商建立了长期稳定的业务合作关系。

深化产业链合作 加大国际市场开拓力度

在汽车零部件行业这片风起云涌的蓝海中,科力装备不仅敏锐地捕捉到了发展的无限机遇,更以清醒的头脑审视着自身面临的挑战。

张万武表示,公司拟以本次发行上市为契机,利用募集资金进一步完善业务结构,优化管理水平,提升研发实力,力争在两年至三年内,提升产能规模,提高市场占有率,加快营业收入与利润的增长。

与此同时,随着劳动力成本的上升,企业的生产成本面临着前所未有的考验。主要原材料如PBT、

PVC/MPR等塑料粒子的价格波动,也给汽车零部件生产企业的成本控制带来了更大挑战,要求企业具备更强的成本控制和议价能力。

张万武表示,为应对上述挑战,公司强化了产业链合作与供应链管理,采用“以产定购+安全库存”模式,确保原材料供应稳定。通过签署年度框架协议锁定基准价格,有效降低了采购成本。

而科力装备本次募集资金的投资项目更是直接瞄准了公司核心竞争力的提升,这些项目与公司主营业务紧密相连,核心目标就是全面增强生产能力。

“随着项目的推进,公司有望在市场需求适应性、产品加工精确度、质量稳定性及生产效率等关键领域实现稳步增强。”张万武表示,上市融资后,公司将新建高水准的生产车间,购置新的生产线,以扩大规模效应,构建更为稳固的成本竞争力。

在加强内部管理和成本控制的同时,科力装备还将目光投向了更为广阔的国际市场。公司不断加大国际市场开拓力度,完善全球化布局,通过积极参与国际竞争与合作,不断提升自身的国际竞争力。

据张万武介绍,在国际化方面,公司通过多年市场深耕,产品出口北美洲、欧洲、南美洲、东亚、非洲等区域。其中,在北美洲这一重要市场,科力装备更是通过设立子公司的方式,实现了对美国、加拿大及墨西哥市场的深度覆盖,有效克服了

时差带来的沟通障碍,确保了市场信息的即时掌握与快速响应能力。

随着国际化战略的深入实施,科力装备的境外业务收入持续增长,成为公司新的业务增长点。招股书显示,2021年至2023年,科力装备境外主营业务收入分别为6286.19万元、11770.81万元和11757.70万元。并且,公司目前已成功开发了北美第一大玻璃生产商Viro和南美AGP公司。

乘政策东风 驭新能源浪潮

近年来,我国汽车行业整体保持增长态势。据中国汽车工业协会数据,2021年至2023年,我国汽车产量分别为2608.2万辆、2702.1万辆和3016.1万辆,销量分别达2627.5万辆、2686.4万辆和3009.4万辆。

张万武表示,“随着居民生活水平的提升和城镇化进程的加快,汽车购买需求将持续存在,汽车零部件行业将迎来更广阔的发展空间。”

新能源汽车产业的迅猛发展,为科力装备等上游零部件企业带来了前所未有的历史机遇。根据《新能源汽车产业发展规划(2021—2035年)》,我国力争到2025年新能源汽车新车销售量占汽车新车销售总量的20%左右。

数据显示,在政策和市场的双重作用下,2023年,新能源汽车市场持续快速增长,新能源汽车产销分

别完成958.7万辆和949.5万辆,同比分别增长35.8%和37.9%,市场占有率达31.6%。

张万武表示,公司紧跟新能源汽车发展趋势,依托深厚的产业技术积累与产品开发经验,积极进军新能源汽车领域,推出了一系列相关产品。新能源汽车零部件已成为公司收入增长的重要引擎。

翻开科力装备的招股书,一串串数据跃然纸上。2021至2023年,科力装备新能源汽车相关产品销售收入显著增长,分别达到6801.77万元、10997.44万元和16690.09万元,占主营业务收入的比重也逐年提升。

据介绍,科力装备的新能源汽车零部件产品已经成功配套了众多知名车型,包括特斯拉的Model 3、Model Y和Model S系列,以及国内新能源汽车品牌比亚迪、蔚来、理想、小鹏、哪吒等。

对于未来发展,张万武表示,公司计划聚焦核心业务,通过强化内部管理,提升生产技术与研发实力,以及深化与现有客户的合作关系,来稳步增强市场份额并巩固行业地位。

“公司将审慎评估并积极推进国际市场拓展,以完善全球化战略布局。同时,公司将密切关注新能源汽车行业智能化、个性化的发展趋势,适时调整并拓展车身装饰件等相关业务,以顺应市场变化,力求在全球汽车零部件制造领域保持竞争力。”张万武如是说。

磷化工产业链景气度持续攀升 19家公司上半年业绩预喜

本报记者 李如星

磷化工产业链景气度持续升温。同花顺iFinD数据显示,截至7月21日记者发稿,磷化工板块已有23家公司披露2024半年度业绩预告。共有19家公司业绩预喜,其中,11家公司预计净利润同比增长幅度超100%。

此外,在相关政策引导下,磷化工公司积极加强技术创新和研发投入,推动行业的技术进步和升级。磷化工产业逐步向高质量、产业集群化方向发展。

多家公司预计净利增超100%

业绩预告显示,今年上半年,川金诺预计实现净利润5500万元至7500万元,同比增长254.47%至310.64%;六国化工预计实现净利润2700万元至3200万元,同比增长177.5%至228.89%;湖北宜化预计实现净利润5.1亿元至5.7亿元,同比增长102.09%至125.87%;鲁西化工预计实现净利润11亿元至12亿元,同比增长467.04%至518.59%。

对于业绩的增长,川金诺相关负责人对《证券日报》记者表示:“2024年上半年,磷化工行情有所修复,公司根据市场情况,发挥柔性产能的优势,重点转到毛利率较高的产品上,产品综合毛利率上升,盈利水平修复。”

今年上半年,磷化工板块景气度持续攀升。其中,在磷化工产业重要下游产品磷肥领域,磷酸一铵价格自2023年7月份最低点2616.67元/吨持续上涨。

隆众资讯磷酸一铵分析师李玲欣对《证券日报》记者表示:“今年5月份至6月份,磷酸一铵价格上涨较快,下半年以来,秋季备肥结束后需求转淡,价格平稳。但预计随着冬储需求的出现,又会出现价格反弹。”

隆众资讯磷酸二铵分析师魏倩对《证券日报》记者表示:“2024年上半年,国内磷酸二铵市场高位盘整,湖北64%磷酸二铵出厂价为3715元/吨。具体核算,上半年磷酸二铵利润均值(湖北出厂)在296元/吨左右,每吨同比增长142.62元。”

在此情况下,磷化工公司灵活调节生产节奏,积极应对市场机遇。云天化表示,上半年,公司“矿化一体”和全产业链运营优势持续发力,主要产品的产销量同比增加;硫磺、煤炭等主要大宗原材料采购成本同比下降,有效对冲了产品价格波动的不利影响。六国化工表示,公司不断加大市场运营管控,产品销量保持增长。湖北宜化称,公司紧跟主导产品尿素、磷酸二铵、PVC、烧碱市场行情,动态调整生产节奏。

磷矿石是我国重要的经济矿产和战略性非金属矿产资源。作为磷化工产业链的上游原材料,磷矿石上半年价格高位,支撑了产业链的景气度。据生意社数据监测,截至2023年12月31日,我国国内30%品位磷矿石主产区参考价在1056元/吨附近,较去年年初价格上涨53.04%。此后,磷矿石价格一直保持高位运行。

隆众资讯磷矿石行业分析师翟阳对《证券日报》记者表示:“预计今年下半年,秋季肥及冬储的需求将对磷矿石提供支撑,新能源赛道支撑整体平稳,预计磷矿石整体需求面呈稳定趋势,其价格在第三季度还将有窄幅上调。”

向高质量集群化方向发展

华福证券研报显示,近年来,随着“三磷”整治的开展,环保能耗政策趋严,国内中小落后磷矿、磷化工产能持续出清,且行业新增产能受限。

另外,2023年底,工业和信息化部等八部门印发《推进磷资源高效高值利用实施方案》,旨在立足我国国情,加强全产业链统筹规划,引导磷化工产业加快转型升级,提升磷资源可持续保障能力和高效高值利用水平,实现高质量发展。

魏倩表示:“环保及高质量发展政策的引导,也促使磷矿企业加强技术创新和研发投入,推动行业的技术进步和升级。目前主要有两类技术发展趋势:一是资源综合利用技术。开发磷矿选矿技术,提高磷矿品位,同时回收利用伴生资源,如氟、硅、镁等,可以增加资源的附加值,减少废弃物的排放。二是节能降耗技术,降低磷矿生产过程中的能源消耗。采用先进的节能设备和工艺,优化生产流程,提高能源利用效率。”

近日,六国化工表示,正在加大高附加值产品研发及市场开发力度。澄星股份计划以数字化、智能化促进企业转型升级,建设磷化工产业链智慧工厂。川发龙蟒表示,今年将继续立足磷化工主业深厚的产业基础,积极整合、延伸“磷—磷—铁—锂—钙”多资源循环经济产业链。

此外,磷化工产业向集群化发展的趋势也较为显著。5月19日,湖北省当阳市、枝江市、松滋市、宜都市、荆门市东宝区五地联合发布行动宣言,携手打造宜荆荆磷化工先进制造业集群。此外,贵州省福泉一瓮安千亿级磷化工产业园区、云南省低磷循环化的磷化工产业集群也正在逐步建成。

南矿集团董事长李顺山:

延伸价值链就是延伸企业生命链

本报记者 曹琦

当前,砂石行业市场低迷,对于上游矿机设备企业来说,如何避免陷入低价竞争、延长产业链、提升自身的核心竞争力?

2024年,南矿集团提出“三转一优”的发展战略,从矿机设备制造商转型为全生命周期解决方案提供商,南矿集团面临哪些机遇和挑战?

近日,《证券日报》记者走进位于江西南昌的南矿集团,专访公司董事长李顺山,探究公司转型升级、高质量发展的路径和方法。

重心转向金属矿山领域

记者在南矿集团生产车间看到,一排排数控机床整齐排列,显示屏上指令不断更新,技术工人熟练操作设备,机床上的工件被精准地加工成型。

据现场工作人员介绍:“从去年到现在,公司已连续交付了多批次海外订单,随着海外市场开拓力度加大,公司迎来了一波海外销售热。”

南矿集团是国内领先的中高端

矿机装备供应服务商之一,公司深耕矿机装备领域二十余年,开发出满足砂石骨料和金属矿山全系列破碎、筛分和给料设备,以及环保、除尘等配套产品,成为行业内产品系列最丰富的企业之一。

2024年,公司提出“三转一优”的发展战略,即业务重心逐渐转向金属矿山市场、海外市场和后市场,持续优化骨料市场客户结构,在产品研发、客户服务上下更大功夫,帮助矿山企业提质增效。

其中,业务重心由砂石骨料行业转向金属矿山领域,是公司实现转型升级发展的重要一环。李顺山告诉记者:“金属矿山业务的占比要从30%提升至70%,不同于砂石骨料行业,金属矿山领域的市场需求依然广阔,未来随着更多企业加大资本开支增加原矿处理量,将拉动筛分机、破碎机等设备的需求。”

整体来看,海外的破碎筛分设备行业发展已有百年历史,呈现高度集中度的特点,主要龙头企业有芬兰美卓、瑞典山特维克等外资品牌。

对于南矿集团来说,现在的愿景是进入海外市场,抢占国际巨头占有的市场份额,成为国际知名品牌。曾在瑞典山特维克工作多年、

长期耕耘这一行业的李顺山告诉记者:“作为一个内资中高端品牌,南矿集团的技术水平与国际巨头比是有一点差距的,但是这个差距在不停地缩小。我们的优势也很明显,一方面是价格优势,仅为国际巨头品牌的三分之二,另一方面是工作效率更高,服务意识更强。”

为了尽快把海外市场做大做强,南矿集团还积极实施本土化战略,在瑞典设立研发中心,也是国内同行中唯一一家在海外设立研发中心的。此外,公司在马来西亚、澳大利亚、南非等地设立子公司,使国际市场版图稳步扩张。

记者注意到,2023年,南矿集团在金属矿山领域和海外业务方面实现了稳健增长,特别是在南非和北美市场。公司坚持技术创新和服务优化策略,成功巩固了市场地位。

今年,公司将继续加大在非洲、美洲等地区的投资力度,优化组织架构,提升运营效率,并重点关注赞比亚和津巴布韦地区的矿区开发。

此外,海外市场的高毛利也是推动企业“出海”的重要因素。“通常海外市场的毛利率要高出10个百分点以上,公司计划今后海外市场的

占比要提升至70%左右。”李顺山透露。

打造全生命周期服务体系

当前,如果仍然靠单一的产品打天下,企业的抗风险能力就很弱,对于上游矿机设备企业来说,延伸价值链就是延伸生命链。尤其是在原来的主业砂石骨料行业遭遇周期低谷的情况下,布局后市场业务,为下游矿山企业打造全生命周期的服务体系,对南矿集团来说至关重要。

据了解,随着行业内各头部品牌的产品系列和产品性能逐渐同质化,产品之间的互补性、替代性不断提高。对破碎筛分设备制造而言,为客户提供后市场相关的设备维修保养、配件更换、生产线代运营、技术改造升级等服务,都有望成为转型的切入点。

由传统设备制造企业向“装备制造+服务”型企业升级,是南矿集团近年来的发展重点。以成套破碎筛分设备生产线为例,公司可以为下游客户提供配件销售、整机保养与维修、生产线运营管理等服务,以帮助下游客户实现生产效率最大化,成本和故障率最小化,实现产能

和效益双提升。

“从设备制造商向解决方案提供者的升级,意味着破碎筛分设备企业不再仅仅关注产品的生产,而是将经营触角延伸至产品的整个生命周期,持续为客户创造更高的价值。”李顺山告诉记者,“做服务是没有天花板的,转型服务化能够大大增强公司的抗风险能力,所以一定要有自己的定力,死死咬定这一目标不放松。”

在延伸业务体系的同时,南矿集团也在积极优化管理体系,提升智能制造水平。李顺山解释称:“智能制造一方面解决了产品品质的问题,另一方面是解决了工作效率的问题,从而解决了成本方面的问题,提升了公司的核心竞争力,这也将为公司开拓金属矿山市场、海外市场和后市场提供有力支撑。”

为推动“三转一优”发展战略,公司计划加强海外仓储和维修设施的建设,以提升客户服务能力,并推动从主机制造业向制造加服务业的战略转型,力求实现全面、高效的战略拓展。

“风物长宜放眼量。中国企业需积极拥抱全球市场的竞争,走出去提升全球价值链参与度。”李顺山表示。