

目 录

怀婵娟 (投资者关系管理代表)

emily_huai@hanbell.cn

ir@hanbell.cn

021-51365368

一、 市场动态

1. 德国工业 4.0 战略意图及对中国的启示
2. 绿色建筑标准加速中央空调节能发展
3. 磁悬浮中央空调获得认可需大量工程实践
4. 商用空调技术水平将成市场竞争根本因素
5. 中央空调市场国产品牌逐步掌握主导地位
6. 地源热泵成近代建筑行业的新亮点
7. 政策捆绑或将限制地源热泵市场健康发展
8. 我国氨制冷技术发展任重道远
9. 冷藏保温车的需求逐渐增大
10. 东地区最大、最先进的冷库在沪启用
11. 中国 LNG 船暨运输大会召开 压缩机企业迎来机遇与挑战
12. 工信部拟从六方面推动工业绿色转型
13. APEC 峰会助推天然气压缩机市场进入全新发展期
14. 铁路投资成热点 移动压缩机分享盛宴
15. 空压机企业积极备战 印度、俄罗斯高铁有望花落中国

16. 无油压缩机开启城市运输新时代
17. 太阳能光热产业迎来新常态新机遇
18. 国家能源局推新政促进光伏发电多元化发展
19. 我国光伏产品出口仍面临难题
20. 平板太阳能行业现积极发展趋势
21. 可再生能源新政将加速光伏行业发展
22. 太阳能光热从制造型产业向服务型产业发展
23. 绿能：太阳能硅片 2016 年将供不应求
24. 国产化高端 ITO film 真空镀膜机打破国外设备的市场垄断
25. 国内光伏电站 1/3 不合格 质量标准亟待统一

二、行业情况

1. 永磁变频压缩机产品与销售创新模式探究
2. 螺杆压缩机领域国内专利申请现状
3. 我国真空设备未来发展环境分析及需求预测
4. 国内真空干燥设备企业创新能力普遍较低
5. 中国低温余热 ORC 发电现状与分析

三、企业资讯

1. 比泽尔空调压缩机服务南京青奥会
2. 盾安离心式冷水机组再获金名片
3. 海尔的利润增长快于收入增长
4. 西屋康达螺杆机组航天行业再添佳绩

5. 开利母公司 UTC 将收购西亚特(CIAT)
6. 广州恒星荣获 2014 年中国暖通品牌“最佳用户满意奖”
7. 广州日立冷机螺杆机、离心机双突破
8. 开山 ORC 螺杆膨胀机“占领”北美市场
9. 宁波鲍斯能源装备股份有限公司拟深交所上市
10. 复盛无油螺杆空压机亮相重庆药机展
11. 信然公司为中船重工提供 11 台超大型空压机
12. 上海康可尔压缩机有限公司参展 ComVac ASIA 2014
13. 红五环 HCL7 全液压钻车项目通过验收评审
14. 思科涡旋公司 1000L 真空泵首次测试获得成功
15. 安捷伦科技在第七届慕尼黑上海分析生化展上

四、关于汉钟

1. 周二重点布局十大板块优质股
2. 冷链行业相关上市公司 汉钟精机深耕中小型冷库
3. 电商巨头掀冷链投资热 10 股暗藏暴涨因子
4. 百货零售行业恐继续承压
5. 6.9%，潜伏哪些投资机会？
6. 百货零售业承压 互联网消费成超预期增长关键
7. 点石成金：地热能开发规划将下发 利好概念股
8. 东莞证券：大盘延续回暖
9. 2014 年中国十大冷冻设备制造企业排名

-
10. 汉钟精机(002158)非公开增发预案点评:扩产能、产品升级、产品线延伸 着眼长远发展
 11. 汉钟精机 募资 8.5 亿发展主业 搭冷链物流快车
 12. 汉钟精机: 冷链景气+产品创新,公司业绩有望继续快速成长

一、市场动态

1. 德国工业 4.0 战略意图及对中国的启示

当中国人疯狂迷恋于金融、电商，天天喊着要颠覆这个颠覆那个的时候，德国已经进入了制造 4.0 时代，并作为它的国家战略被鲜明的提出，在整个德国企业界得到广泛应用。

反观中国还在小商业计谋上面争得不可开交时，把流通那点环节搞得不亦乐乎，但是实际上对提升国家的整体竞争力来说，都是虚幻的。

中国的企业竞争力到底在何方？到现在就像雾霾中的城市，老路仍然看不清方向。你再看看在中国满大街跑的奔驰、宝马、奥迪，外国企业几乎垄断了中国的所有高端品牌。而中国留恋于金融、电商、互联网思维这些“小技巧”里面，作茧自缚，这是一种没有远见的战略，我们应该好好地向德国学习。

所谓制造工业 4.0 的概念，是以智能制造为主的第四次工业革命，它把德国的传统制造技术与现代无处不在的互联网技术相融合，产生智能化的机械设备制造，将再次在全球范围内提升德国的全球竞争力。

一、德国工业 4.0 的本质与目标是什么？

工业 4.0 在德国被认为是第四次工业革命，是德国政府 2011 年 11 月公布的《高技术战略 2020》中的一项战略，旨在支持工业领域新一代革命性技术的研发与创新，保持德国的国际竞争力。

2013 年 4 月，德国机械及制造商协会、德国信息技术、通讯与新媒体协会、德国电子电气制造商协会合作设立了“工业 4.0 平台”，并向德国政府提交了平台工作组的最终报告——《保障德国制造业的未来——关于实施工业 4.0 战略的建议》。报告提出，德国向工业 4.0 转变需要采取双重策略，即德国要成为智

能制造技术的主要供应商和 CPS（信息物理系统）技术及产品的领先市场。报告还展望了德国工业 4.0 战略的发展前景。

1、本质是基于“信息物理系统”实现“智能工厂”

工业 4.0，其实就是实现“智能工厂”。第一次工业革命始于 18 世纪后半期由蒸汽机实现工厂的机械化；第二次工业革命始于 19 世纪后半期用电力来实现大规模化批量生产；第三次工业革命始于 20 世纪后半期通过电气和信息技术实现制造业的自动化。

工业 4.0 将在前三次工业革命的基础上进一步进化，基于信息物理系统（CyberPhysical System）实现新的制造方式。信息物理系统是指通过传感网紧密连接现实世界，将网络空间的高级计算能力有效运用于现实世界中，从而在生产制造过程中，与设计、开发、生产有关的所有数据将通过传感器采集并进行分析，形成可自律操作的智能生产系统。

2、核心是动态配置的生产方式

工业 4.0 报告中描述的动态配置的生产方式主要是指从事作业的机器人（工作站）能够通过网络实时访问所有有关信息，并根据信息内容，自主切换生产方式以及更换生产材料，从而调整成为最匹配模式的生产作业。动态配置的生产方式能够实现为每个客户、每个产品进行不同的设计、零部件构成、产品订单、生产计划、生产制造、物流配送，杜绝整个链条中的浪费环节。与传统生产方式不同，动态配置的生产方式在生产之前或者生产过程中，都能够随时变更最初的设计方案。

例如，目前的汽车生产主要是按照事先设计好的工艺流程进行的生产线生产方式。尽管也存在一些混流生产方式，但是生产过程中，一定要在由众多机

械组成的生产线上进行，所以不会实现产品设计的多样化。管理这些生产线的 MES（制造执行管理系统）原本应该带给生产线更多的灵活性，但是受到构成生产线的众多机械的硬件制约，无法发挥出更多的功能，作用极为有限。

同时，在不同生产线上操作的工人分布于各个车间，他们都不会掌握整个生产流程，所以也只能发挥出在某项固定工作上的作用。这样一来，很难实时满足客户的需求。工业 4.0 描绘的智能工厂中，固定的生产线概念消失了，采取了可以动态、有机地重新构成的模块化生产方式。

例如，生产模块可以视为一个“信息物理系统”，正在进行装配的汽车能够自律在生产模块间穿梭，接受所需的装配作业。其中，如果生产、零部件供给环节出现瓶颈，能够及时调度其他车型的生产资源或者零部件，继续进行生产。也就是为每个车型自律性选择适合的生产模块，进行动态的装配作业。在这种动态配置的生产方式下，可以发挥出 MES 原本的综合管理功能，能够动态管理设计、装配、测试等整个生产流程，既保证了生产设备的运转效率，又可以使生产种类实现多样化。

3、首要目标是工厂标准化

德国工业影响力的一个侧面就是“标准化”。PLC 编程语言的国际标准 IEC61131-3 (PLCopen) 主要是来自德国企业；通信领域普及的 CAN、Profibus 以及 EtherCAT 也全都诞生于德国。

工业 4.0 工作组认为，推行工业 4.0 需要在 8 个关键领域采取行动。其中第一个领域就是“标准化和参考架构”。标准化工作主要围绕智能工厂生态链上各个环节制定合作机制，确定哪些信息可被用来交换。为此，工业 4.0 将制定一揽子共同标准，使合作机制成为可能，并通过一系列标准（如成本、可用性

和资源消耗)对生产流程进行优化。

以往,我们听到的大多是“产品的标准化”,而德国工业 4.0 将推广“工厂的标准化”,借助智能工厂的标准化将制造业生产模式推广到国际市场,以标准化提高技术创新和模式创新的市场化效率,继续保持德国工业的世界领先地位。

目前,工信部等部委也正在借鉴德国经验,编制《中国制造 2025》,力求促使中国成为工业强国。笔者认为,德国工业 4.0 受到了空前的重视,但是如何借鉴工业 4.0 尤其是工业 4.0 中的标准化问题,值得我们深入思考。

二、德国工业 4.0 背后的战略意图

工业 4.0 在德国被认为是第四次工业革命,是德国政府 2011 年 11 月公布的《高技术战略 2020》中的一项战略,旨在支持工业领域新一代革命性技术的研发与创新,保持德国的国际竞争力。德国总理默克尔亲自不遗余力地推动工业 4.0,其实其背后还有很深的战略用意。

1、对抗美国互联网

实际上,工业 4.0 体现出德国对美国的危机感和极高的竞争意识。CPU、操作系统、软件以及云计算等网络平台几乎都由美国掌控。近两年来,Google 开始进军机器人领域,研发自动驾驶汽车;Amazon 进入手机终端业务,开始实施无人驾驶飞机配送商品……美国互联网巨头正在从“信息”领域加速进入“物理”业务领域。显而易见,这一趋势对制造业的破坏性影响只是时间问题,因此,德国产生了前所未有的危机感。

德国的工业 4.0 战略详尽描绘了信息物理系统(CyberPhysicalSystem)概念,希望通过信息物理系统开创新的制造方式,实现“智能工厂”。信息物理系统是指通过传感网紧密连接现实世界,将网络空间的高级计算能力有效运用于现实

世界中，从而在生产制造过程中，与设计、开发、生产有关的所有数据将通过传感器采集并进行分析，形成可自律操作的智能生产系统。

从某种意义上说，工业 4.0 是德国希望阻止信息技术不断融入制造业之后带来的支配地位。一旦制造业各个环节都被云计算接管，那么制造业还是制造业吗？所以，工业 4.0 希望用“信息物理系统”升级“智能工厂”中的“生产设备”，使生产设备因信息物理系统而获得智能，使工厂成为一个实现自律分散型系统的“智能工厂”。那时，云计算不过是制造业中的一个使用对象，不会成为掌控生产制造的中枢所在。

2、防守中国制造业

近年来，从中国机械产业的高速增长中，德国看到的更多是“德国制造”自身的危机。数据显示，德国以 16% 的份额占据 2013 年全球机械出口首位，中国以 11% 的份额，略低于美国位于全球第三。同时，在全球设备制造业的 32 个子行业中，中国已经在 7 个子行业中取得了领先地位。更有甚者，美国波士顿咨询公司的一篇相关分析报告曾提出警告：“欧洲机械制造商必须意识到，竞争环境已经改变，必须对越发明显的威胁做出反应，否则他们将被来自中国的咄咄逼人的挑战者打倒。”由此，德国《世界报》网站在今年 3 月 27 日报道称“中国机械制造业严重威胁德国”！

2014 年 6 月 24 日，德国机械设备制造业联合会(VDMA)在日本东京举行发布会，介绍了德国机械制造行业的情况。VDMA 拥有 120 多年的历史，涵盖机床工业联合会、机器人工业联合会等 38 个工业联合会，是德国横跨各个机械产业的庞大社团组织。VDMA 也是搭建“工业 4.0 平台”，实施德国工业 4.0 战略的重要牵头组织之一。

据日本媒体报道，当天，VDMA 主席菲斯特格(ReinholdFestge)旗帜鲜明地指出：“日本和德国的机械制造企业，应该为确保长期发展和经济上的成功进行深入合作，尤其在有交叉的一些产品领域，两国应该携手面对中国的挑战。”从中，德国对中国制造业的防备之心已显而易见。

3、对于工业 4.0，要借鉴也要应对

或许有专家认为，工业 4.0 不过是德国的一项高科技领域的国家战略，主要是在高端制造技术上对抗美国，跟主要以低端制造为主的我国没有多大关系。因此，我国也没有必要对工业 4.0 采取应对策略。笔者并不认同这种观点。

一方面，对于德国工业 4.0，我们应该深入研究，参考借鉴。工业 4.0 是德国举国实施的全球市场运动，我们应该搭乘这辆便车。借势借力，在德国推广“信息物理系统”过程中，通过学会生产制造过程与业务管理系统的深度集成，实现对生产要素的高度灵活配置，实现大规模生产高度定制化产品。从而让制造业紧跟时代趋势，提前迈向智能化，以适应未来的国际竞争。

另一方面，在《中国制造 2025》中应涵盖应对策略。据媒体报道，工信部正联合发改委、科技部和国资委等多个部门，由中国工程院院士一起参与研究起草的制造业中长期规划——《中国制造 2025》将阐述未来 10 年中国工业发展的整体理念。笔者希望在《中国制造 2025》中能够有效考虑到德国工业 4.0 带来的冲击和潜在竞争因素。因为我国一直是制造大国，却不是制造强国。工业 4.0 来了，物联网、服务互联网将取代传统封闭性的生产制造系统，成为未来工业的根基。而在物联网、服务互联网等信息产业领域更为落后的我们，未来还有没有成为制造强国的机会？

三、德国工业 4.0 的中国启示

德国工业 4.0 战略为我们展现了一幅全新的工业蓝图，深入分析其愿景与要点，可以洞察德国提出工业 4.0 的目的与战略意图。在新的发展背景下，将信息化的时代特征与我国工业化历史进程紧密结合起来，把两化深度融合作为主线，为推动工业转型升级注入新的动力，从而在向工业化迈进的过程中占得先机，这是 4.0 战略对我国推进工业转型升级的重要启示。

1、战略愿景与要点

与美国流行的第三次工业革命的说法不同，德国将制造业领域技术的渐进性进步描述为工业革命的四个阶段，即工业 4.0 的进化历程。

1) 工业 1.0 18 世纪 60 年代至 19 世纪中期，通过水力和蒸汽机实现的工厂机械化可称为工业 1.0。这次工业革命的结果是机械生产代替了手工劳动，经济社会从以农业、手工业为基础转型到了以工业以及机械制造带动经济发展的模式。

2) 工业 2.0 19 世纪后半期至 20 世纪初，在劳动分工的基础上采用电力驱动产品的大规模生产可称为工业 2.0。这次工业革命，通过零部件生产与产品装配的成功分离，开创了产品批量生产的新模式。

3) 工业 3.0 始于 20 世纪 70 年代并一直延续到现在，电子与信息技术的广泛应用，使得制造过程不断实现自动化，可称为工业 3.0。自此，机器能够逐步替代人类作业，不仅接管了相当比例的“体力劳动”，还接管了一些“脑力劳动”。

4) 工业 4.0 德国学术界和产业界认为，未来 10 年，基于信息物理系统（Cyber-Physical System, CPS）的智能化，将使人类步入以智能制造为主导的第四次工业革命。产品全生命周期和全制造流程的数字化以及基于信息通信

技术的模块集成，将形成一个高度灵活、个性化、数字化的产品与服务的生产模式。

工业 4.0 为我们展现了一幅全新的工业蓝图：在一个“智能、网络化的世界”里，物联网和务联网（服务互联网技术）将渗透到所有的关键领域，创造新价值的过程逐步发生改变，产业链分工将重组，传统的行业界限将消失，并会产生各种新的活动领域和合作形式。

1) 工业 4.0 将使得工业生产过程更加灵活、坚强。这将使得动态的、适时优化的和自我组织的价值链成为现实，并带来诸如成本、可利用性和资源消耗等不同标准的最优化选择。包括在制造领域的所有因素和资源间形成全新的循环网络、智能产品独特的可识别性、个性化产品定制以及高度灵活的工作环境等。

2) 工业 4.0 将发展出全新的商业模式和合作模式。这些模式将力争确保潜在的商业利润在整个价值链所有利益相关人之间公平地共享，包括那些新进入的利益相关人。同时，工业 4.0“网络化制造”、“自我组织适应性强的物流”和“集成客户的制造工程”等特征，也使得它追求新的商业模式以率先满足动态的商业网络而非单个公司，这将引发一系列诸如融资、发展、可靠性、风险、责任和知识产权以及技术安全等问题。

3) 工业 4.0 将带来工作方式和环境的全新变化。全新的协作工作方式使得工作可以脱离工厂，通过虚拟的、移动的方式开展。员工将拥有高度的管理自主权，可以更加积极地投入和调节自己的工作。同时，随着工作环境和工作方式的巨大改变，可以大幅度提升老年人和妇女的就业比例，确保人口结构的变化不会影响当前的生活水平。

4) 工业 4.0 将促进形成全新的信息物理系统平台。全新的信息物理系统平台能够联系到所有参与的人员、物体和系统，将提供全面、快捷、安全可靠的服务和应用业务流程，支持移动终端设备和业务网络中的协同制造、服务、分析和预测流程等。

德国工业 4.0 战略的要点可以概括为：建设一个网络、研究两大主题、实现三项集成、实施八项计划。

建设一个网络：信息物理系统网络。信息物理系统就是将物理设备连接到互联网上，让物理设备具有计算、通信、精确控制、远程协调和自治等五大功能，从而实现虚拟网络世界与现实物理世界的融合。CPS 可以将资源、信息、物体以及人紧密联系在一起，从而创造物联网及相关服务，并将生产工厂转变为一个智能环境。这是实现工业 4.0 的基础。

研究两大主题：智能工厂和智能生产。“智能工厂”是未来智能基础设施的关键组成部分，重点研究智能化生产系统及过程以及网络化分布生产设施的实现。“智能生产”的侧重点在于将人机互动、智能物流管理、3D 打印等先进技术应用于整个工业生产过程，从而形成高度灵活、个性化、网络化的产业链。生产流程智能化是实现工业 4.0 的关键。

实现三项集成：横向集成、纵向集成与端对端的集成。工业 4.0 将无处不在的传感器、嵌入式终端系统、智能控制系统、通信设施通过 CPS 形成一个智能网络，使人与人、人与机器、机器与机器以及服务与服务之间能够互联，从而实现横向、纵向和端对端的高度集成。

横向集成是企业之间通过价值链以及信息网络所实现的一种资源整合，是为了实现各企业间的无缝合作，提供实时产品与服务；纵向集成是基于未来智

能工厂中网络化的制造体系，实现个性化定制生产，替代传统的固定式生产流程（如生产流水线）；端对端集成是指贯穿整个价值链的工程化数字集成，是在所有终端数字化的前提下实现的基于价值链与不同公司之间的一种整合，这将最大限度地实现个性化定制。

实施八项计划：工业 4.0 得以实现的基本保障。一是标准化和参考架构。需要开发出一套单一的共同标准，不同公司间的网络连接和集成才会成为可能。二是管理复杂系统。适当的计划和解释性模型可以为管理日趋复杂的产品和制造系统提供基础。三是一套综合的工业宽带基础设施。可靠、全面、高品质的通信网络是工业 4.0 的一个关键要求。四是安全和保障。在确保生产设施和产品本身不能对人和环境构成威胁的同时，要防止生产设施和产品滥用及未经授权的获取。五是工作的组织和设计。随着工作内容、流程和环境的变化，对管理工作提出了新的要求。六是培训和持续的职业发展。

有必要通过建立终身学习和持续职业发展计划，帮助工人应对来自工作和技能的新要求。七是监管框架。创新带来的诸如企业数据、责任、个人数据以及贸易限制等新问题，需要包括准则、示范合同、协议、审计等适当手段加以监管。八是资源利用效率。需要考虑和权衡在原材料和能源上的大量消耗给环境和安全供应带来的诸多风险。

总的来看，工业 4.0 战略的核心就是通过 CPS 网络实现人、设备与产品的实时连通、相互识别和有效交流，从而构建一个高度灵活的个性化和数字化的智能制造模式。在这种模式下，生产由集中向分散转变，规模效应不再是工业生产的关键因素；产品由趋同向个性转变，未来产品都将完全按照个人意愿进行生产，极端情况下将成为自动化、个性化的单件制造；用户由部分参与向全

程参与转变，用户不仅出现在生产流程的两端，而且广泛、实时参与生产和价值创造的全过程。

2、对我国工业转型升级的启示

把两化深度融合作为主要着力点。德国工业 4.0 战略与我国提出的两化深度融合有很多相通之处。在某种程度上，两化融合可称为我国工业的 3.0，两化深度融合可以说是我国工业的 4.0。在新的发展背景下，只有将信息化的时代特征与我国工业化历史进程紧密结合起来，把两化深度融合作为主线，才能为推动工业转型升级注入新的动力，也才能在向工业化迈进的过程中占得先机。

1、超前部署建设国家信息物理系统网络平台。美、德等世界工业强国都高度重视信息物理空间构建，加强战略前瞻部署，并取得积极研究进展。中国要决胜未来的竞争，必须在构建信息物理系统网络平台上先行一步。一方面，在国家新的信息化发展战略中加强对 CPS 的总体布局，研究制定 CPS 建设的战略目标、重点任务、发展路径和政策举措。同时，在制造业发展、智慧城市建设、国家网络和信息安全等工作中加强前瞻部署和应用推广。另一方面，可借鉴美国组建“国家制造创新网络中心”的做法，组建一批国家信息物理系统网络平台，负责承担基础理论研究，组织力量研发突破 CPS 软件、传感器、移动终端设备等工具和装备，推动重点行业企业的开发应用。

2、启动国家智能制造重大专项工程。智能制造已成为全球制造业发展的新趋势，智能设备和生产手段在未来必将广泛替代传统的生产方式。当前，我国在智能测控、数控机床、机器人、新型传感器、3D 打印等领域，初步形成完整的产业体系。但总体看，我国制造业发展仍然以简单地扩大再生产为主要途径，通过智能产品、技术、装备和理念改造提升传统制造业的任务艰巨而迫

切。建议从国家层面启动实施智能制造专项工程，加强技术攻关，开展应用示范，推动制造业向智能化发展转型。一是重点突破智能机器人。

开展智能机器人及智能装备系统集成、设计、制造、试验检测等核心技术研究，攻克精密减速器、伺服驱动器、传感器等关键零部件。二是开展数字工厂应用示范。在全国范围内分行业分区域选取试点示范企业，给予扶持，建设数字制造的示范工厂，发挥其“种子”作用。三是推动制造业大数据应用。以行业龙头企业为先导，鼓励其应用大数据技术提升生产制造、供应链管理、产品营销及服务等环节的智能决策水平和经营效率。

3、用标准引领信息网络技术与工业融合。工业 4.0 战略的关键是建立一个“人、机器、资源互联互通的网络化社会，各种终端设备、应用软件之间的数据信息交换、识别、处理、维护等必须基于一套标准化的体系。为了保障工业 4.0 的顺利实现，德国把标准化排在八项行动中的第一位，同时建议在工业 4.0 平台下成立一个工作小组，专门处理标准化和参考架构的问题。我们在推进信息网络技术与工业企业深度融合的具体实践中，也应高度重视发挥标准化工作在产业发展中的引领作用，及时制定出台“两化深度融合”标准化路线图，引导企业推进信息化建设。同时，还要着力实现标准的国际化，使得中国制定的标准得到国际上的广泛采用，以夺取未来产业竞争的制高点和话语权。

4、构建有利于工业转型升级的制度保障体系。德国工业 4.0 战略十分重视产业创新、组织创新与现有制度相冲突的问题。工业 4.0 一方面增加了管控的复杂性，技术标准的制定需要符合相应的法律法规；另一方面也需要制定相应的规章制度促进技术创新。工业 4.0 采取了一系列措施以加强制度保障，比如设立处理各类问题的专职工作组，制定和实施安全性支撑行动，建立培训和再

教育制度等。我国在推动工业转型升级的问题上，也同样面临制度保障方面的相关问题。因此，非常有必要建立和完善有利于工业转型升级的长效机制，比如知识产权保护制度，节能环保、质量安全等重点领域的法律法规，人才培养和激励机制等，从而形成推动工业转型升级的制度保障。

5、产学研用联合推动制造业创新发展。德国工业 4.0 是由德国工程院、弗劳恩霍夫协会、西门子公司等联合发起的，工作组成员也是由产学研用多方代表组成的。因此，工业 4.0 战略一经提出，很快得到了学术界、产业界的积极响应。事实上，政府支持产学研合作的动机不单纯来自于市场考量，通过产学研合作创新促进竞争往往成为发达国家重要的战略意图。我国应该充分吸收和借鉴发达国家产学研用联合模式，一方面，针对不同类型自发的产学研合作网络或产业研发联盟，政府要通过引导和支持的方式促进其发展；另一方面，选择几个重点行业和关键技术领域进行试点，以行业骨干企业为龙头，联合科研实力雄厚的大学和科研机构，组建多种形式的产学研研发联盟，充分调动各方资源和力量，共同推进技术研发和应用推广。

<http://www.chinesevacuum.com/ShowArticle.aspx?id=45894&pid=39> Top↑

2. 绿色建筑标准加速中央空调节能发展

近日，北京市住房城乡建设科技促进中心组织召开了北京市地方标准《绿色建筑评价标准》编制(修订)工作组成立暨第一次标准编制(修订)工作会，正式启动标准修订工作。根据《关于印发 2014 年北京市地方标准制修订项目计划的通知》(京质监标发〔2014〕36 号)，该标准已列入北京市地方标准 2014 年修订计划。

据介绍，本次标准修订工作将充分发挥标准的引领作用，在最新修订的国家标准《绿色建筑评价标准》GB50378-2014(2015年1月1日起正式实施)基础上，紧密结合北京市气候、资源、经济发展水平、人居生活特点和节能减排要求，遵循“确保绿色效果、提升建筑品质”的基本原则，合理设置具有北京项目绿色特点的评价指标或内容，确保标准的科学性、适宜性和可操作性，推动北京市绿色建筑健康发展。预计该标准将于2014年11月正式对外征求意见，2014年底形成送审稿。

北京《绿色建筑评价标准》的修订，对于各行业节能指标或内容要求将更科学、更具有操作性，也将更加具体化。中央空调作为建筑行业重要的设备之一，其节能要求将更加严格。有利于进一步加速中央空调行业节能化的发展。

http://www.chinahvacr.com/News/Class1/201409/News_3114861.shtml Top↑

3. 磁悬浮中央空调获得认可需大量工程实践

在传统的制冷压缩机中，机械轴承是必需部件，要用润滑油及润滑油循环系统保证机械轴承的工作。机械轴承容易产生磨擦损失，影响换热效率、制冷效率。

磁悬浮中央空调应用了磁悬浮轴承技术，该技术最先用于航天工程、轨道交通，上世纪末逐渐应用到中央空调机组。该技术利用磁场使转子悬浮，制冷系统完全无油运行，克服了传统机械轴承式离心机的能效受限、噪音大、启动电流大、维护费用高等缺点，如其适用380V的通用电源，无需单独申请10KV的电源。

今年5、6月份，海尔、麦克维尔等厂商相继推出了国内目前最大冷量1500

冷吨的磁悬浮中央空调或机组，综合能效比值(IPLV)均称超过 12。磁悬浮离心机产品化已超过 10 年，但制冷量偏低一直制约磁悬浮技术在房地产市场的应用。扩大单机的冷量范围，是这些耕耘磁悬浮领域多年的企业研发方向之一。

因其高效节能、寿命周期长等特性，国内另一厂商格力今年 3 月也推出了磁悬浮变频离心式冷水机组，单机最大冷量达到 1000 冷吨。掌握磁悬浮技术的还有丹佛斯、约克、三菱重工、顿汉布什等外资企业。产品参数上的拼争诸如扩大冷吨是行业不可避免的趋势。这次，海尔、麦克维尔、格力各自推出的最大冷量离心机组，IPLV 值均称超过 12。

不过，尽管磁悬浮中央空调被业内专家誉为节能首选，目前在全球的应用项目却只有一两千个。在被称为成熟产品之前，磁悬浮中央空调需要大量的工程实践，以获得市场的认可。

http://www.chinahvacr.com/News/Class1/201409/News_3114867.shtml Top↑

4. 商用空调技术水平将成市场竞争根本因素

在家用空调市场竞争日趋激烈的情况下，商用空调市场成为未来空调制造企业重要的利润增长点。商用空调企业须积极应对市场进行转型升级，以便于在未来的市场格局中占领优势。

按照国际标准规定，商用空调是 3hp 以上空调机组的统称。随着炎热天气的到来，我国商用空调也迎来了销售的旺季。随着建筑节能市场的带动，商用中央空调节能市场份额将不断扩大。转变发展方向，调整产品结构，开拓商用空调市场，正成为众多企业的共同选择。

商用空调市场作为未来重要的利润增长点，日渐受到我国空调厂商的重视，

国产空调巨头纷纷进军商用中央空调领域，使得这一领域的竞争空前激烈。未来，只有依靠新技术，才能引领我国商用空调行业持续发展。

当前，国内很多知名空调企业凭借其在产品、技术、服务、营销网络等方面的优势，大举拓展商用空调市场，为用户提供技术先进、质量可靠、服务完善的产品。同时，国内很多中小品牌都在纷纷进入商用空调行业，由于行业特性，透明度不高，容易形成无序竞争；此外，除了中小品牌的冲击外，外资品牌依然强势，一直占据高端份额，对国产品牌造成极大的压力。

我国国内商用空调品牌在中央空调、压缩机、环保冷媒等领域已取得重大技术突破，技术创新已成为助推商用空调市场需求稳步增长的一支重要的力量，目前商用空调已普遍采用直流变频领先技术和 r410a 环保冷媒，相关产品达到国家一级能效标准。未来商用空调技术将沿着如何提高能效比以及提高房间舒适性、空气质量等方向进行发展，未来，商用空调的技术水平将成为市场竞争的根本因素。

http://www.chinahvacr.com/News/Class1/201409/News_3114869.shtml Top↑

5. 中央空调市场国产品牌逐步掌握主导地位

在中央空调领域，一直以来是外资品牌主导市场，但是近年来，中央空调市场营销数据表明，国外中央空调品牌的这一垄断地位逐渐遭到挑战。曾经是领导市场的外资品牌市场份额出现了不同程度的下降，美的、格力、天加、奥克斯、志高等一大批国内品牌的快速增长，形成了国内品牌整体走强趋势。

空调制冷大市场调查发现，2014 年上半年多联机销售占前三位的品牌分别是格力、大金和美的。海信日立增长较快，接下来是三菱电机、东芝。这些品

牌都有共同的特点，即比较重视专卖店的建设。格力几乎每个地市都有 3-4 家专卖店。以水机为经营主体的品牌中，传统的四大品牌如约克、麦克维尔、特灵、开利，除约克保持一定的增长外，其它品牌的市场份额逐渐被格力、美的等国产品牌占据。

当然，中央空调也有很多种类。按照机型不同，中央空调分为冷水机组、制冷剂变流量机组、溴化锂机组、水地源热泵机组、单元机组、末端这 6 大主流产品系列。今年上半年，中央空调 6 大主流产品系列中 5 大系列增长。而国产的中央空调为什么能在大牌林立的中央空调市场占据一席之地并快速增长呢？我们认为，主要原因有以下几点：

第一，国内家用空调品牌进入中央空调市场，在营销思路借鉴了家用空调快速响应市场的理念，加速对中央空调的营销，同时借助家用空调渠道，不少企业将市场下沉到三级城市，使得中央空调市场进一步扩大。如格力美的等家用空调国内巨头，本身在国内拥有很高的人气以及众多的专卖店等渠道，在中央空调市场上，借助已经建立的渠道进行品牌的推广和宣传，很容易就能得到好的效果。

第二：在产品上，国产品牌巩固原来在单元机、模块机的优势，同时推出自主研发的大型离心机组，水冷螺杆机组等高端机型，直接抢占大金的市场份额。目前，在中央空调品牌格局中，市场份额超过 2% 的企业有 12 家，外资品牌有大金、约克、开利、麦克维尔、日立海信、特灵、东芝共占 8 席，自主品牌为格力、美的、海尔、天加占 4 席。

第三，消费者对品牌的认识，除了品牌本身具有的知名度外，还有价格、产品质量、售后服务等诸多因素。国产品牌目前在技术上已经成熟，售后也更

加完善，加上产品性价比高，消费者也更愿意选择国产品牌。虽然外资品牌席位数多，但居于行业前两位的是国内品牌。目前在中央空调市场国产品牌销售已占据 50% 份额，整体占有率还在提升。

最后，相对大型中央空调机组而言，多联机因适应海南酒店装修和小规模建筑的需求，本身就和家用空调市场差别不大，加上这几年格力美的海尔等国内家用空调行业巨头对多联机高度重视，大力推广和宣传，多联机近几年一直保持增长态势。同时受制于自然资源开发利用的加大，由于水地源热泵节能效果明显，水地源热泵等中央空调机组产品越来越多地在高层建筑和家庭住宅中得到使用。水地源热泵机组市场份额将有所提升。

http://www.chinahvacr.com/News/Class1/201409/News_3114874.shtml Top↑

6. 地源热泵成近代建筑行业的新亮点

目前，我国建筑运转能耗约占全社会总能耗的，建筑能耗总量持续快速增长、乡村地域建筑用能明显增长、建筑用能效率普遍偏低是我国建筑能耗的主要特征。降低建筑范畴的能耗，必需惹起足够注重。

地源热泵技术应用于工业范畴中，可将搜集起来的工业废气、废水中的余热中止再应用。一方面，热能可被再次应用，节约了煤炭资源；另一方面，可大大降低高温的废气废水排放到自然环境中构成的热污染，可谓一举多得。

地源热泵技术以前主要是应用公开水，经过技术和设备获取公开水的热量。浅层公开水即使储量丰厚，采集公开水究竟对地质状况的央求较为严厉，长时间采集容易构成一定区域内公开水匮乏，采集深层公开水还需配合回灌技术。

这些年，地源热泵技术开端普遍地应用于工业范畴，可将搜集起来的工业

废气、废水中的余热中止再应用。一方面，热能可被再次应用，节约了煤炭资源；另一方面，可大大降低高温的废气废水排放到自然环境中构成的热污染，可谓一举多得。

理论上，综合应用在建筑范畴中的应用还有许多。重庆于两年前启动了“建筑节能与废弃物综合应用”项目，盘绕建筑节能与典型废弃物综合应用的技术需求，展开新型节能围护构造、建筑用能系统、楼宇节能监测与控制系统应用技术攻关，开发和集成了经济适用的建筑节能技术和产品。在第七届国际绿色建筑与建筑节能大会暨新技术与产品博览会上还看到，一家公司展出了应用太阳光完成室内采光的一种新型设备，这种设备经过新技术和特殊资料，最大范围地吸收太阳光源，并经过管道折射到无光区域，把最普遍存在于我们四周的太阳能应用起来，节约了电能，同样完成了良好的经济效益和环保效益。除此之外，太阳能热水器、太阳能热泵的应用也越来越普遍。

一些科技企业坦言，新型节能技术确实具有良好的节能效果，但是由于本钱过高，在市场推行中还比拟困难。不过，由于置办一些建筑节能部件国度都有相应补贴，加之各级政府的注重并鼎力推行，建筑节能这些年展开得越来越好由此可见，建筑节能的展开，政策上的支持必不可少，同时，应进一步发挥科技的作用，增强研发以及市场推行，进一步推进建筑范畴的综合应用和节能降耗。

http://www.chinahvacr.com/News/Class1/201409/News_3115001.shtml Top↑

7. 政策捆绑或将限制地源热泵市场健康发展

数据显示，目前国内空调市场，地源热泵的市场份额不足 7%，地方政府

通过财政补贴等手段，给予使用地源地泵的企业和项目资金奖励与补贴，成为地源热泵产品走向市场的最大推动力。财政部与住建部的联合发文对地源热泵应用工程提供资金补贴的消息引起了业界的轰动，此举为地源热泵推广定下了奖励的基调。

地源热泵已经兴起多年，其中也不乏政府的政策支持，近几年，各地政府明显的资金补贴也逐渐加入，按理来说，地源热泵的发展应该已经进入蓬勃旺季才是，为什么还是这样一直处在政策捆绑下呢？

造成这样的现象的原因，业内专家认为主要有以下几点：

首先，地源热泵初投资成本太高，初期推广困难；就拿一个普通的几百平米别墅来说，装一套地源热泵系统不下 10 万，同样的价格安装家用中央空调，户式多联机，可以安装 3-5 套。

其次，我国地源热泵行业本身标准和技术应用规范尚不完善。我国低温地热资源开发利用存在的问题较多，首先是缺乏完善的国家地热泵产品制造标准和应用技术规范，二者不能有效统一，另外，国内大多数地源热泵推动者都是设备制造商，在提供地源热泵设备机组时不能提供整体系统的设计，造成机组节能而系统并不节能。

最后，我国缺乏地源热泵系统科学评价体系和严格的市场准入制度。还有政府奖励资金管理制度不完善，形成越奖励越不节能的怪圈。

http://www.chinahvacr.com/News/Class1/201410/News_3117498.shtml Top↑

8. 我国氨制冷技术发展任重道远

近年来，我国制冷设备行业经历了一个高速增长期，国产制冷产品在制造

技术、成本控制、市场占有率等方面拥有众多优势。氨制冷机组是大中型冷库的必选装备，但氨制冷的危险性导致其技术局限在少数厂商。与国外相比，我国还一直缺乏相应结合的标准，我国应当根据经济发展现状和制冷设备技术的发展现状，制定行业标准。此外，随着对能耗的日益关注，运营成本也成为影响制冷系统变革的一个重要因素。

氨制冷设备是以氨为工作介质的制冷系统，氨制冷设备主要应用于大型工业制冷和商业冷冻冷藏领域。多年来，氨一直是工业制冷领域的主流制冷剂，新应用范围和越来越高要求的规范依然不断的促进氨制冷技术向前发展，对氨制冷设备的要求也就与日俱增。由于氨具有毒性，在设计氨系统时有许多严格的限制。我国氨制冷设备企业与发达国家相比，科研投入较低，检测手段也相对落后，影响了制冷技术水平的提高。我国氨制冷设备应营造良好的制冷设备市场，才能突破行业发展的瓶颈。

从长远发展看，形成具有自主知识产权的核心技术和核心竞争力，我国才能真正实现由制冷行业制造大国向制造强国的迈进。对于如今安全环保的要求，氨制冷设备企业要积极发展节能环保设备研发，以应对气候变化、发展绿色经济和循环经济，加大科技投入，学习国外掌握关键技术的同时不断提高自身改板创新能力，找出并解决目前行业发展的的问题，抢占未来竞争制高点的战略选择。

随着各行业快速发展,对制冷设备的要求也越来越高,加上传统大型商业系统对环保的新诉求,越来越多的商用系统采用氨作为冷媒。我国制冷设备行业应对比国内外制冷设备发展的现状,把握制冷设备技术的发展方向,寻求新的发展。

9. 冷藏保温车的需求逐渐增大

近年来，随着我们经济的稳步发展，人民生活水平得到很大提高，消费观念向多样化、快速化的方向发展，冷藏运输需求大大增加。据有关资料显示，目前中国大约 85% 的肉类、77% 的水产品、95% 的蔬菜水果基本上是常温运输，每年仅果品腐烂近 1200 万吨。蔬菜腐烂 1.3 亿吨。中国冷链当前尚未形成完整的体系，从起点到消费点的流通、储存效率和效益无法得到控制和整合。

未来我国公路冷链运输效率分析

从运输方式来分析，有公路、铁路、水路和航空四大方式，其中公路和铁路运输是主要的运输方式，到 2009 年，全国共有 6587 辆铁路冷藏箱，占铁路货运车厢的 1.1%，公路冷藏车保有量在 5 万辆左右，仅占货运汽车的 0.3%。受国内铁路资源的限制，铁路冷藏运输与公路运输难以协同，也是成为严重影响冷藏运输效率的因素之一。

公路冷链运输份额继续上升

目前我国冷藏保温车辆有 5 万多辆，而且这其中只有一小部分是配备了制冷设备、能够达到一定规模和吨位的专业冷藏车辆。在美国，平均每 500 人就有一辆冷藏车。我国台湾是 1000 人一辆，而我国大陆人均冷藏车数量远低于这一水平。我国冷藏保温汽车占货运汽车的比例仅为 0.3% 左右，美国为 1%，德国等发达国家均为 2%-3%。

在冷藏运输方面，公路冷藏运输在网络、货源等方面具有明显优势，公路网要比铁路、航空等网络更发达，同样相比于其他运输方式组织货源也更容易。

与航空冷链、水陆冷链相比，公路运输的成本低是毋庸置疑的；与铁路冷链相比，研究发现运送里程在 800 公里以内的，公路运输最为经济；而运送历程超出 800 公里的则铁路更具成本优势。因此总体来说，就短途来看，公路冷链运输成本比较低。

由于冷藏汽车具有方便灵活的特点，在我国冷藏运输中扮演了越来越重要的角色。在未来几年内，我国公路冷藏运输的运量占冷藏货物运输总量的比例还将继续上升，未来还需要更多的冷藏保温汽车满足不断增长的冷链物流需求。

冷藏车是随着冷冻技术的需求发展起来的一种特种专用车辆，随着我国冷链需求的不断增长，未来冷藏车的需求也将大幅增长。其中中型车将有很大部分被轻型、微型和重型车所取代，液氮、二氧化碳、储冷板等新型制冷方式的新能源冷藏车会越来越受欢迎。随着环保要求的提高，采用新的无氟材料和新生产工艺所生产的新型无氟冷藏车将具有广阔的市场前景。

在公路冷藏运输方面，主要的运输区域集中在长三角、珠三角和环渤海区域，这三个区域的共同特点是经济比较发达，居民对冷藏食品的需求旺盛。目前，中国的公路冷链物流还没有形成一支独大的竞争局面，主要的冷链物流企业有山东荣庆、天津康新、河南双汇物流、永贵冷藏、重庆雪峰、中外运上海冷链物流有限公司、北京华日飞天、北京快行线食品物流、河南华夏易通物流有限公司等。

目前南方冷链物流市场几乎全部由公路运输垄断，许多长距离、高附加值的水果、蔬菜公路运输量也很大。果品、蔬菜等易腐货物运输约 3/4 被公路挤占，短途运输几乎全部被公路包揽。

空调制冷大市场专家预计，未来以下几个领域对公路冷藏车的需求将会不

断扩大。一是食品领域，主要有水产品、易腐食品、冷冻食品、水果等的运输。二是医疗卫生领域：医疗、卫生行业为确保药品的运输储存安全，对冷藏保温车的需求增大。三是电子领域，电子行业微电子的发展对冷藏保温车的需求也在逐渐增大。

http://www.chinahvacr.com/News/Class1/201409/News_3114898.shtml Top↑

10. 东地区最大、最先进的冷库在沪启用

9月18日上午，华东地区最大的、最先进的冷库之一——太古冷藏仓库在上海奉贤正式启用。据悉，这一冷链设施总投资额达人民币四亿四千万元，可以提供零下25℃到零上15℃的冷藏服务。

据了解，此次，太古冷藏仓库公司在中国内地设立首个全资冷藏设施，一定程度上填补了中国冷链行业的空白。据悉，这一新设施总投资额达人民币四亿四千万元，总占地43420平方米，提供50000托板位，共354000立方米温控空间，是华东地区最大的、最先进的冷库之一。冷库内分七个温控区，提供零下25℃到零上15℃的冷藏服务。

太古方面表示，2020年底前计划在中国内地建成十三个大型现代化冷藏设施，致力打造一个全国性的冷链网络，希望依托整套完备的配送和物流系统，为食品行业客户提供高效且经济的解决方案，提高食品安全的产业环境。

http://www.chinahvacr.com/News/Class1/201409/News_3115988.shtml Top↑

11. 中国 LNG 船暨运输大会召开 压缩机企业迎来机遇与挑战

根据国际能源机构报告，LNG 将成为天然气需求增长的主力。到 2019 年，

LNG 贸易将达 4500 亿方。由于天然气市场乐观，LNG 运输船市场需求增加，中国造船企业及其相关的压缩机行业等将迎来机遇和挑战。

中国 LNG 船暨运输大会(LNGShipping 2014)于 2014 年 10 月 15 日至 16 日在上海举办，吸引来自全球 200 多位专业人士参加。大会齐聚国内 LNG 船舶建造企业及相关船东，包括：能源局、交通运输部、中国石油、中国石化、中国海油、日本邮船株式会社、中海 LNG、Teekay、斯考根、沪东中华造船集团、大连船舶重工集团、江南造船集团、南通太平洋海洋工程公司、GTT、瓦锡兰、中国进出口银行、美国船级社、南钢集团等，共同探讨中国 LNG 船舶建造技术发展，剖析市场竞争与机会，交流行业最新动态和发展趋势，沟通潜在合作机会。

在过去 5 年间，国际上 LNG 船压缩机的年均市场规模接近 7 亿美元，每台产品的售价在 200 万~400 万美元不等。目前在国际市场上，LNG 船用压缩机的生产及销售主要由欧洲和美国的少数几家企业垄断。不过，随着产量扩大和技术水平的全面提高，中国自主生产的压缩机将逐步替代进口产品，并进而向国外市场出口。

据克拉克森统计，全球新造船市场上 LNG 运输船订单越来越多，去年 LNG 运输船新签订单量 46 艘，同比上升 21.5%。未来 5 年还将有至少 100 艘新船订单产生。

<http://www.compressor.cn/News/scdt/2014/1021/75567.html> Top↑

12. 工信部拟从六方面推动工业绿色转型

工业和信息化部节能司司长高云虎在近日召开的第十届环境与发展论坛

上表示，工信部将从调整结构、发展可再生能源等 6 个方面开展工作，促进工业绿色转型。

6 个方面分别是：

第一，加快工业结构优化发展，调整产业结构，优化工业布局。

第二，提高工业能源利用效率，目前利用效率为 33% 左右，低于世界平均水平。

第三，大力发展可再生能源，推进工业节水工作，加大钢铁纺织石化造纸等高耗水行业的节水工艺示范。

第四，生产过程向清洁化转变，加强过程管理。

第五，大力发展节能环保产业。

第六，健全工业绿色发展政策机制，加大财税信贷等促进力度。

<http://www.compressor.cn/News/scdt/2014/0924/75164.html> Top↑

13. APEC 峰会助推天然气压缩机市场进入全新发展期

近年来，随着我国天然气的快速发展，以及加快天然气开采和进口的步伐，使得天然气市场将全面进入经营主体多元化及供需由市场决定的全新发展时期。与此同时，与其休戚相关的压缩机等装备制造业也将迎来新的发展期。

APEC 北京峰会期间，中俄签署了一系列合作协议，其中中石油和俄罗斯天然气工业股份公司签订的有关天然气供应的协议备受关注。协议规定，俄方将从西伯利亚西部通过阿尔泰管道向中国每年供应额外 300 亿立方米天然气，为期 30 年。

这距离中俄上一个天然气供应大单还不足半年。今年 5 月，俄罗斯与中国

签订了 4000 亿美元的合作协议，旨在开通西伯利亚管线，并同意在 2018 年以后每年输送 380 亿立方米的天然气到中国。

有分析认为，此次订单的签订将有效缓解国内对天然气需求的缺口，促进天然气化工市场的开放，同时装备制造相关设备需求量也迎来加速释放期。从将要或正在启动的工程来看，中石化主导的新粤浙管线，总投资 1590 亿元，预计将拉动相关压缩机设备需求量的增加，需要注意的是，由于支线加城市管网的需求量呈主干线增长的 4-7 倍，那么对于压缩机的需求也将成倍增加，由此来看，预计未来压缩机销售市场将会呈持续快速增长态势。

<http://www.compressor.cn/News/hyqx/2014/1114/75998.html> Top↑

14. 铁路投资成热点 移动压缩机分享盛宴

2014 年 11 月 15 日，国家发改委再公布 5 条铁路投资项目获批复信息，分别为新建柳州至梧州铁路项目、多伦至丰宁铁路多伦至塔黄旗段复线工程、新建兰州至合作铁路、成昆铁路峨眉至米易段扩能工程、新建银川至西安铁路等，总投资额为 1526.97 亿元。分析人士认为，目前，国家不断加大基建投资力度，铁路建设投资无疑成为拉动投资需求，稳定经济增长的重磅武器，随着国内外市场的逐渐开启，预计明年的投资力度仍然不小，铁路建设行业的景气度将不断提升，移动压缩机等压缩机产业链值得关注。

国家发改委发布 7 个新批铁路项目

11 月初，国家发改委发布 7 个新批铁路项目，投资金额总计约 1998.6 亿元。至此，加上此前批复的相关铁路项目，2014 年以来新批复的铁路项目预估投资总金额已达 8976.02 亿元。批复的项目包括新建和顺至邢台、衢州至宁德、

格尔木至库尔勒、连云港至镇江、祥云至临沧、南昌至赣州、南宁至百色段二线工程等铁路项目。其中，和顺至邢台项目金额为 66.4 亿元，衢州至宁德项目金额为 304.85 亿元，格尔木至库尔勒项目金额为 376.4 亿元，连云港至镇江项目金额为 464.62 亿元，祥云至临沧项目金额为 155 亿元，南昌至赣州项目金额为 532.5 亿元，南宁至百色项目金额为 98.83 亿元，投资金额共计 1998.6 亿元。

“一带一路”乏力铁路建设

据中国国际经济交流中心总经济师、国务院研究室司长陈文玲介绍，“一带一路”体量十分巨大，不仅跨区域，而且跨国别，是世界上跨度最长的两条经济大走廊，也是世界上最具发展潜力的经济带。在后 APEC 时代，“一带一路”、互联互通正助推中国高铁走出去。

在发改委综合运输研究所研究员董焰看来，国家与地区之间的经贸合作、交流说到底无非是资金流、人流和物流的来往，而后两者离不开交通，只有交通基础设施建立和完善起来，亚太地区的合作才会更加顺畅。而作为中国高铁走向亚太的一部分，中西部铁路正发力建设，连接多国的国内线路正完成加速审批建设的过程。

铁路投资成为基建投资中的热点

据悉，今年铁路项目建设、规划、审批的进程明显加快。据发改委网站的信息显示，10月16日至今，已有16条铁路新项目公布。最近一个月以来，国家发改委批复的多个投资项目总额达7600亿元。铁总方面称，截至目前，今年计划的64个新开工项目已全部批复，年底前可全部开工。比年初计划的44个项目增加20个，铁路投资成为基建投资中的热点。

<http://www.compressor.cn/News/hyxx/2014/1119/76073.html> Top↑

15. 空压机企业积极备战 印度、俄罗斯高铁有望花落中国

11月25日，据印度媒体报道，中印两国正筹建一条造价约2000亿元人民币的高铁线路，计划名为“德里-钦奈高铁走廊”(Delhi-Chennai route)。该线路建成后全长约1754公里，为全球第二长高铁线。另据媒体21日报道称，俄罗斯铁路公司(俄铁)第一副总裁 Alexander Misharin 透露，该司筹建的莫斯科到北京的高速铁路，投资额可能高达2.8万亿卢布(约合600亿美元)。高铁线路的投建将带给移动压缩机、空气压缩机等企业又一次商机。在此背景下，铁路基建企业应积极关注。

此前，中国高铁走出去的争议时有耳闻，而上述消息的传出，对于铁路基建行业而言，无疑是一针强心剂。在国家面向未来长远发展而进行全球布局，规划国家战略的背景下。如何实现体制机制创新，突破固有藩篱，加快高铁装备走出去步伐，已成为业内关注的焦点。而结合“一带一路”和丝路基金等诸多政策的推动，产业链的上市公司更是闻风而动，欲借助政策东风让企业飞得更高。

综合各方的观点可知，“一带一路”的根本是实现互联互通，而互联互通的根本是打通“血脉”。通路，是“一带一路”解决战略问题的首要发力点和硬指标，只有基础设施建立和完善，区域间的合作与交流才会顺畅。据了解，中国现正研究并着手建设四条出境高铁线路，分别是：欧亚高铁、中亚高铁、泛亚高铁和中俄美加高铁。而将连接起整个中亚和欧洲的“一带一路”战略中的“丝绸之路经济带”，正需要欧亚高铁的支撑。

“一带一路”战略启动后，首先带动的是基础设施建设的步伐，中西部高铁

及欧亚的高铁建设将提振对于动车组的庞大需求。作为目前动车组市场的双寡头，中国北车和中国南车均获得了前所未有的新挑战。未来的，包括正在规划像泰国的高铁，新加坡到马来西亚的高铁等一些其他的项目，他们也都在紧盯。此外，西马高铁预计在短时间内也会启动。

回顾铁路发展，中国用 5 年时间走完国际上 40 年高速铁路发展历程，从引进时速 200 公里高速列车技术到自主开发时速 380 公里“和谐号”动车组，从国内运营到出口国外，中国迅疾跨入引领世界的“高铁时代”！

中国迎来“高铁时代”的同时，高铁的中央制动系统驱动、气动车门开关系统、车辆气动悬挂以及很多辅助应用也对空气压缩机的高品质提出需求。让中国的高铁和动车能用上世界一流的压缩空气系统，制动系统是车辆安全运行的关键部分，经过这 5 年的发展中国压缩机企业也进行了调整和规划，面对此次 印度、俄罗斯高铁有望花落中国消息，有分析认为中国压缩机企业应积极关注其趋势发展。

<http://www.etyjx.com/2014/11/26715539957.shtml> Top↑

16. 无油压缩机开启城市运输新时代

地铁是政府解决公共交通困顿的优先选项，被视为城市形象升级的符号。伴随着近期多个城市快速轨道交通建设规划获得国家批准，以通用机械而著称的压缩机行业迎来了新的发展机遇。

近些年压缩机行业在科学技术不断进步这一大环境下得到有效的发展与优化，其广泛应用在工程项目中的压缩机产品通过机械设计师们的潜心研究，进一步拓宽应用范围，开始延伸到城市交通新兴项目城市地铁之中，开启一个

城市的运输新时代。

机械从业人员都懂得，压缩机产品其实统分为两大类，一个是作为传统工业加工生产中的基础机械设备有油压缩机，它早期就为国民工业做出了突出的贡献，保障了多项加工制造业的有序进行。另外一种，就是在新兴交通工具地铁工程中广泛应用的无油压缩机。无油压缩机在地铁行业中提供至关重要的作用，尤其是在相关的地铁自动感应门项目中，无油压缩机产品可以在完全保证地铁开关门项目顺利进行的同时又能达到省电、低噪的效果，开创了地铁运行新时代，很大程度上带动了整个压缩机行业的发展。

地铁电动车辆以压缩空气作为制动机、电空控制装置、风动门及空气簧的工作介质。压缩空气的清洁程度对保障电动车辆的正常操纵、安全运行是至关重要的。

<http://www.compressor.cn/News/hyqx/2014/1125/76164.html> Top↑

17. 太阳能光热产业迎来新常态新机遇

近日，《2014年1-6月太阳能热利用产业运行状况报告》发布，《报告》指出，2014上半年，在国家稳增长、促改革、调结构、惠民生经济发展方针指导下，太阳能热利用产业坚持以市场为导向，应对光热新常态调整产业结构取得显著成绩，以科技进步为动力，促进了行业健康发展。

新常态发展成绩显著

《报告》显示新常态下的太阳能热利用更趋向建筑一体化发展，趋势代表是2014上半年工程市场全面飘红。上半年太阳能热利用工程与2013年同期相比实现28.2%增长，占到太阳能市场份额的38%。全国各地政府都在积极推

广太阳能光热产品。全国已经有 20 多个省 80 多个城市实施了太阳能安装或强制安装政策，并且推广力度越来越大。

产业结构升级，我国太阳能热利用出口出现逆势上扬趋势。2014 年上半年出口额达到 1.56 亿美金。已经出口到欧美、中东、南非、南美等 150 多个国家和地区。体现我国太阳能热利用技术已经达到世界领先水平，得到越来越多国家的认可，我国综合国力得以不断提升。

新常态发展下，太阳能利用多元化发展成果喜人。2014 年上半年，全国各地在建或已建成运行的太阳能采暖、制冷、烘干、蒸汽等各种太阳能新应用工程多个，并进入示范性市场推广阶段，与传统销售模式相比，新兴销售模式电子商务应用尚处初级发展阶段，但经过这两三年的摸索，在电子商务系统建设方面，形成了基本体系。目前正在占领新的销售高地，在未来的市场发展潜力巨大。

《报告》显示，太阳能产业结构调整成绩显著，其中，科技明显进步。低、中、高温技术形成；平板吸热体达到国际先进水平并形成工业化能力；自动化生产线形成工业化生产能力。集热器应用工程已经从应用示范成为推广重点。太阳能热发电列为行业的重点研究方向之一。

新常态发展仍有挑战

新常态发展下，产业结构进行调整，不可避免的给部分行业产值效益带来影响。2014 年 1 ~ 6 月份，综合真空管型和平板型集热器，全行业销售太阳能集热器及系统总面积为 2802 万平方米，总功率为 21015MWth，全行业总产值 420 亿元人民币，有所下降。

下降原因不仅有产业正处于结构调整的阵痛期影响，还有其他综合因素造

成：有宏观经济放缓和房地产市场影响;2009 年至 2013 年国家实施的太阳能下乡和节能惠民政策对零售市场透支较大，一些消费者消费观望，期待新的政策影响;新的应用市场又尚处开拓期等因素影响。但是随着城镇化、新应用市场的发展成熟、采暖等应用范围扩大，太阳能与其它能源多能源互补技术的开发，零售市场未来前景仍将看好。随着各地节能减排措施的落实，太阳能光热将会适应新常态，迎来新的发展时期。

体来讲，2014 上半年太阳能产业结构调整成绩显著，太阳能热利用行业呈现百花齐放之势。有专家分析，新常态下的光热产业发展，产业将会更加稳定，产品质量将不断提升。新常态，新风景，我国的太阳能热利用产业和市场发展，将迎来新的历史时期、新阶段和新水平。

http://www.chinahvacr.com/News/Class1/201409/News_3114891.shtml Top↑

18. 国家能源局推新政促进光伏发电多元化发展

日前，国家能源局印发《关于进一步落实分布式光伏发电有关政策的通知》，针对制约当前分布式光伏发电市场的诸多因素进行全面政策调整，大力推进光伏发电多元化发展，加快扩大光伏发电市场规模。

国家能源局相关负责人表示，在工业园区之外，政策鼓励利用废弃土地、荒山荒坡、农业大棚等建设光伏电站，纳入分布式光伏发电规模管理，执行当地光伏电站标杆上网电价;在网上网模式方面，允许选择“自发自用”或“全额上网”两种模式，在“自发自用、余量上网”用电负荷显著减少时，允许变更为“全额上网”;在融资方面，鼓励银行等金融机构与地方政府共建政银企合作平台，对“有市场、有订单、有效益、有信誉”的“四有企业”提供封闭贷款，探索以项目售电

收费权和项目资产为质押的贷款机制。

http://www.chinahvacr.com/News/Class1/201409/News_3115335.shtml Top↑

19. 我国光伏产品出口仍面临难题

从 2014 光伏领袖峰会上了解到，2014 年我国光伏产品预计出口量为 1760 万千瓦，出口总量渐趋平稳，但贸易保护主义仍虎视眈眈，光伏产品出口仍面临难题。

中国循环经济协会可再生能源专业委员会委员李俊峰说，中国是一个光伏制造大国，也是重要的光伏市场，市场份额占全球的三分之一。但未来我国光伏产品出口将难以再现几年前在欧洲或美洲市场快速增长的势头，靠大规模出口带动产业高速发展的局面将很难再现。

在全球经济复苏缓慢的大背景下，随着世界各国对新能源的重视程度增加，未来有关新能源产品的贸易争端将有增无减。据介绍，受国际贸易壁垒影响，我国光伏企业正在实施产业全球布局计划，通过到海外建厂等方式规避潜在的贸易风险。一是到终端市场建厂贴近市场，如中电光伏在土耳其新建电池产能为 100 兆瓦、组件为 300 兆瓦的工厂，以进入欧洲市场；二是到成本洼地新建工厂以降低生产成本，如英利正在泰国新建产能为 600 兆瓦的工厂，并以此为根据地瞄准全球市场；三是给国外工厂提供配套产品；四是通过签订代工协议，绕道布局全球市场。

《2014 中国光伏发展报告》指出，虽然由于贸易壁垒等因素导致的外部市场压力仍然存在，但随着欧盟对我国光伏“双反”达成配额方案以及我国对美韩多晶硅“双反”做出终裁，外部环境得以改善。在政策环境积极和市场环境趋优

双重利好作用下，光伏产品价格稳中有升，产业压力有所下降，我国前十大电池组件企业在 2013 年底多数实现扭亏为盈。

根据《2014 中国光伏发展报告》的基本情景，我国到 2050 年光伏累计装机有望达到 10 亿千瓦，占全国总电力装机的 25%左右，发电量占全国电力需求不到 12%。

http://www.chinahvacr.com/News/Class1/201409/News_3115660.shtml Top↑

20. 平板太阳能行业现积极发展趋势

“平板吸热体达到国际先进化水平并形成工业化能力、平板集热器自动化生产线形成工业化生产能力。2014 年 1-6 月份，全行业共计组装平板型集热器 285 万平方米，集热板生产总能力共 2080 万平方米。”2014 年上半年《太阳能热利用产业运行状况报告》中有关平板集热器部分的介绍中写道。

从报告中了解到，中国已具备了从平板集热器生产大国向应用大国迈进的基础。近几年，平板太阳能在褒贬参半的论调中稳定发展，其自身的节能属性及与建筑融和度高、系统稳定维修费用低等优势逐渐赢得了使用方的认可。基于可预见的广阔发展前景，越来越多的以房地产、玻璃、金融为主业的企业开始涉足平板太阳能领域。

平板太阳能行业呈现出以下几方面积极的发展趋势：

开发商对平板太阳能产品的认知度增高

在与企业的交流过程中，河北某企业表示：“之前对平板太阳能不感兴趣的开发商，现在主动找上门来安装了。”万科、绿城、保利等知名房产商的使用，很大程度上加快了平板太阳能被房地产领域认可的速度。甚至一些注重产

品质量的房地产商开始和平板企业结为战略合作伙伴，此举有效的对平板产品质量起到了督促作用。

平板吸热体性能提高及自动化生产装备水平提高

作为平板吸热体的重要组成部分，中国企业积极提高膜层的性能指标。其中，福建新越等企业斥巨资从德国阿登纳进口蓝膜生产线，一举取代了进口膜层。同时，平板集热器生产线制造企业也在积极提升装备的自动化水平。如，济南新五岳在 2014 年 5 月份推出了 03C 型平板集热器自动组装设备，为满足客户的价格、生产模式等个性化需求，在未改变产品核心技术前提下降低了生产成本。

产品质量日益受重视，产品标准将陆续出台

随着行业的发展，市场上不可避免的出现了产品同质化严重、质量让位于利润的现象。协会正在尽其所能严控产品质量。2014 年上半年南京展会上，对 14 家膜层企业所生产的集热板进行测试，并在行业内公开公布结果；即将召开的无锡搪瓷水箱会议以“坚守质量，珍惜行业”为主题，并将有《2014 太阳能搪瓷水箱行业自律无锡公约》；平板集热器生产装备的标准也有意向制定。

问题是客观存在的，但相信经过众企业的共同努力，必将重塑一个良好的市场环境。

通过整个系统的销售带动太阳能单品

从用户的实用角度出发，通过配套方案设计来销售太阳能产品，以如何使太阳能与辅助能源如壁挂炉、热泵更有效的结合为设计初衷，而不是单单实现太阳能与建筑的简单叠加。如，北京海林的标签是较好的订单量及高价位，和其他平板企业最大的不同是，它的核心是控制。而其能得到好的发展恰恰是因

为不单一做太阳能，在很多项目上其控制系统相对提升了太阳能的优势。

向采暖、工业热水等应用领域扩展

目前，工业用热水的预加热、农业大棚的温室采暖甚至农村市场的采暖都是一个广阔的市场，这几方面耗能较多使用传统能源费用负担过重，且处于新能源产品取代传统能源产品的尝试阶段。甚至太阳能可以和储能材料相结合，企业可提早布局在此市场中占尽一席之地。

太阳能强制安装政策及对应的太阳能应用补贴政策将持续增加

据产业运行报告显示，全国已有 20 多个省 80 多个城市颁布了太阳能强制安装政策。而随着能源的日益紧张及国家对节能减排力度的加强，可以预见，利好行业的政策必将持续出台。

http://www.chinahvacr.com/News/Class1/201409/News_3115806.shtml Top↑

21. 可再生能源新政将加速光伏行业发展

近日，据媒体报道，《可再生能源电力配额考核办法(试行)》已经由国家发展改革委主任办公会讨论并原则通过，目前正在向政府部门和电力企业征求意见，之后将上报国务院审定。所谓配额指标，即本地区消费的可再生能源电量与全社会用电总量的占比。《考核办法》将配额指标分为基本指标和先进指标两级，要求各省(自治区、直辖市)均须达到基本指标，完不成任务将被问责。其中，2015年各省的配额基本指标大都在4%以上，几乎是2013年实际数的2倍以上。

配额制的出炉，对电网、发电企业和地方政府都起到了强制性约束作用，并网这一最大难题将得以缓解，中国新能源产业，尤其是风电、光伏将再次迎来前所未有的“盛宴”。

在中央空调行业，一直以来，中央空调都是众所周知的电老虎，其运转耗电量极其巨大。据相关统计数据显示，目前中国建筑能耗总量占到全社会能源总消费量的 27.45%，而在建筑能耗中，中央空调和采暖的能耗大约占到 65%。如何让中央空调大幅降低能耗、提升能效，甚至是变消耗能源为创造能源，是一个缓解公共电网压力、关乎可持续发展的课题。

光伏技术的引用让空调行业发展进入新的里程碑。随着国家政策对于光伏行业的大力支持，未来中央空调对于光伏技术应用将继续延伸，推动整个行业的快速发展。

http://www.chinahvacr.com/News/Class1/201409/News_3116352.shtml Top↑

22. 太阳能光热从制造型产业向服务型产业发展

在刚刚发布的 2014 年上半年太阳能热利用产业运行状况报告中显示：中国太阳能光热产业已进入了新的发展阶段，正在从粗放型向集约型发展，从数量规模型向质量效益型转变，从产量大国向品质大国迈进，从制造型产业向服务型产业发展。

其中，专家对“从制造型产业向服务型产业发展”的解读大抵是这样的：原来整个产业的重点在产品制造与销售方面，而在已经开始的新的转型阶段，产业发展不再只是制造研发和卖几个太阳能热水器那么简单了，而是以向消费者提供多方面的服务为发展方向。

新阶段，服务被赋予新的含义

在这里，服务被赋予了新的含义。我们一般讲到的服务是什么？是售后：敲敲打打地维修，换个管子，装个仪表等等诸如此类，称为服务。

那新服务是什么概念呢？太阳雨集团总裁陈荣华说，“太阳雨始终秉承创造性地为客户提供有价值的服务”，而这种有价值的服务体现在两个方面，就是以客户体验为导向的产品和售后两方面构成的价值体系。将产品的研发、制造与创新都归类于服务，不断满足消费者对产品的多种要求，而不局限于销售与售后的多方面服务。

创造了好的产品就是提高了为用户服务的价值。在产品服务方面，太阳雨抓住消费者的使用痛点在研发上发力，2104年创造性地推出了第二次革命性换代产品——太阳雨无电增压太阳能，从根本上一次性解决了传统太阳能水压小、水量少、忽冷忽热等使用问题。

此外，新服务还包含为客户提供各种解决方案：太阳能、太阳能-空气能及多能源结合的热水、采暖、制冷及发电等单项或综合性解决方案。2014年，太阳雨集团确定的以“阳光、空气、水”为核心的发展战略，就是以为用户提供多种解决方案的有价值的产品与服务，产品体系升级也作为服务体系升级的一部分。

售后服务独立，成新增长点

新服务为用户提供产品与解决方案后，就剩下售后了。售后作为传统意义上的服务始终是行业痛点，饱受诟病。不管是因为经销商的流动或丢失而导致消费者售后无门，还是因为售后服务的不规范、不标准引发客户的种种不满，都极大影响了企业的品牌信誉度，更突显出行业在服务环节上的不规范、无标准等缺陷，伤害了行业在消费者心目中的整体形象。

在这种情形下，就需要新的思路对售后服务进行变革。例如，太阳雨近两年实行的一系列改革措施，包括太阳雨可视化信息管理系统创立、售后服务

400 系统化升级，以及太阳雨星级服务中心的建立和太阳雨星级服务支持方案的出台等等，颠覆了传统的服务模式。

就拿太阳雨星级服务中心来说，服务中心是以服务为主要内容，它的焦点核心是售后的一系列咨询与服务。这区别于太阳能专卖店等形式，把售后服务从企业众多业务中独立出来，自成一体，相应地独立运营。

都知道，经过十多年的发展后，太阳能众多应用用户的产品面临老化、损坏等问题，更新产品与配件成为一件工作量巨大的活。因此，售后服务将成为企业新的效益增长点。

不得不说，太阳雨总是走在其他企业的前面。这不，继去年在山东建立第一家省级星级服务中心以来，今年 8 月，太阳雨集团河南省首家星级服务中心又在沈丘正式落户。

在目前行业整体升级转型的大背景下，在产品不断创新、工程市场迅速增长，以及消费者对服务不断提出高要求、高标准、高规范的当下，太阳雨创立的新服务体系和模式给其他企业带来很大的启示意义，或能打造行业服务标杆。

<http://www.chinesevacuum.com/ShowArticle.aspx?id=45956&pid=39> Top↑

23. 绿能：太阳能硅片 2016 年将供不应求

国际太阳光电展高峰论坛昨日举行。绿能总经理林士源表示，现在屋顶、商用及家用式的需求已愈来愈多，进而带动高效率硅片需求不断成长。相对的，硅片厂业者却逐步减少投资，尤其 2、3 线厂运营更面临沉重压力，未来高效率硅片有可能出现供不应求情况。

另外，茂迪执行长张秉衡表示，中国大陆是全球太阳能最大市场，且制造

具有成本优势，而台商太阳能屋顶是中国大陆分布式电站重要的资源，因此台湾太阳能业者拥有进军中国大陆市场的优势。而台系厂商应以技术补强成本的劣势，例如，茂迪将同时利用本身技术与大陆成本优势，持续扩充中国大陆产能，直接利用大陆制造，满足当地需求。

<http://www.chinesevacuum.com/ShowArticle.aspx?id=46680&pid=39> Top↑

24. 国产化高端 ITO film 真空镀膜机打破国外设备的市场垄断

薄膜具有高的电导率和可见光范围内的高透过率，是一种重要的透明导电氧化物薄膜，其制备工艺成熟，并得到了广泛的应用。在平板显示器、触摸屏等领域大量使用，特别是智能手机、平板电脑的不断普及及更新换代推动了触摸屏产业的迅猛发展。

近年来终端厂商对触摸屏轻薄化、柔性化和低成本提出了更高的要求，采用柔性 ITO film 薄膜式电容触摸屏的用量越来越大。以 2013 年为例，手机电容式触摸屏市场采用 ITO film 原料的 GFF 结构电容屏的市场占有率为 41% 左右，同期平板、电脑电容式触摸屏市场 GFF 电容屏则约占近 70%。GFF 电容屏之所以能够有这么高的市场份额，缘于具有以下产品优势：

采用 ITO film 使得触摸屏模组更轻；

采用 ITO film 使得触摸屏模组更薄；

GFF 触摸屏模组成本更低。首先 PET 基材比玻璃便宜，其次 Film 电容屏不需要曝光显影等高端制程，成本可大幅度降低；

良品率更高，主要原因是 film 和面板玻璃贴合工艺更易实现；

触摸屏产品试制打样周期短成本低；

ITO film 具有可弯曲特性,能够迎合未来市场对柔性及可弯曲显示的需求;

ITO film 可大面积加工生产;

ITO film 更便于贮运;

目前国内高端的 ITO film 柔性导电膜材的供应商主要是日韩厂商,供货价格高。随着国内触摸屏产业的竞争力越来越强,市场越来越集中,近年来在国内已经有企业开始引进一些针对 ITO film 的高端真空镀膜设备,全部是进口设备。由于 ITO film 柔性导电膜镀膜设备严重依赖国外进口,而国产镀膜设备由于技术水平落后只能用于一些针对低端应用的产品市场(比如电阻屏等),在高端 ITO film 领域国产装备一直是空白。国外设备的昂贵价格和技术服务费用,耗材、配件成本高及维修效率低等问题,无形中大大提高了行业的准入门槛,并导致 ITO film 产品的使用成本居高不下。而且进口设备还存在交期长的问题,极大地制约国内 ITO film 产业规模的扩展速度。综合以上种种原因,市场对国产化高端 ITO film 卷绕镀膜机有着迫切的需求。

广东腾胜真空技术工程有限公司(TECSUN VACUUM)是一家有着多年研制各种卷绕式真空镀膜机的国家级高新技术企业,近三年通过与德国著名的真空科研机构强强联合,依照不低于甚至高于目前国际主流高端 ITO film 柔性导电膜镀膜设备性能指标开发研制的卷绕式真空镀膜设备,完全能满足目前市场所需 ITO、AR+ITO、ITO+金属层等柔性材料的真空镀膜工艺。ITO film 产品达到国际先进水平,同时设备的生产效率大幅度提高,具有更高的投资回报率。设备体现出如下的技术优势:

- 100%德国设计,在成熟的技术方案基础下进行了进一步的优化,按照德国制造标准进行加工装配;

- 双镀膜辊设计，实现不同工艺分区隔离，保证了工艺的稳定性；
 - 共有八个镀膜腔室,最多可以安装 8 对(16 个)阴极,可以实现复杂膜系的镀膜工艺或者更高的镀膜生产效率；
 - 单阴极和双阴极灵活组合和互换,镀膜工艺灵活转换,而且更有利于应对新的镀膜工艺；
 - 配内置多段式布气式阴极,在保证镀膜的工艺均匀性前期下,实现靶材的高利用率；
 - 放卷室、收卷室和工艺室独立隔离设计,装卸料无需破坏工艺室真空,保证了工艺室的真空洁净度,利于镀膜的品质控制。大幅度节省抽真空时间,实现更高的生产效率和更高的产能；
 - 配置进口溅射电源、镀膜闭环控制系统及在线膜层电阻及光学检测系统,确保制程的稳定性和膜层的高质量；
 - 配置进口真空泵及 polycold 机组,抽速稳定,效率高；
 - 配置加热前处理以及离子前处理装置,实现基材的除气和表面活化处理,有效改善膜层附着力；
 - 配置自动纠偏装置及张力闭环控制系统,实现整齐、恒速的收放卷；
- 设备除了具有上述技术性能优势外,其超高竞争力还体现于以下方面:
- 可以完全替代进口同类产品,无需再舍近求远；
- 设备在国内加工和组装,交货期更短,投产周期快意味着可以更快产生投资效益；
- 设备有更高的性价比,投资回报率更高。设备折旧及制造成本更低的缘故,产品的成本优势明显

更快捷的配件供货，更有效率的售后服务，让用户有更高满意度；

提供 ITO 及高透 ITO 镀膜工艺方案及生产调试支持（交钥匙工程），用户具有更低的投资风险

可以为客户提供长期的设备及工艺升级服务，设备的可塑性最大化，确保用户无后顾之忧。

总而言之，腾胜真空公司（TECSUN VACUUM）依照德国先进设计方案及制造标准，在国内加工装配、调试模式制造的高性能 ITO film 双辊真空镀膜设备，不仅填补了多年来高端 ITO film 镀膜设备依赖进口的空白，更能让用户以较低的投资成本、较短的投产周期、较少的设备维护成本、更高的产能及更好的技术支持，迅速在 ITO-film 产品领域实现更高的盈利水平，大幅度提升市场竞争力。

随着腾胜真空公司推出的高端 ITO film 卷绕式真空镀膜机进入市场后，相信一定能够推动中国触摸屏产业的更大发展。

<http://www.chinesevacuum.com/ShowArticle.aspx?id=46771&pid=39> Top↑

25. 国内光伏电站 1/3 不合格 质量标准亟待统一

11 月 10 日消息,《光伏电站性能检测与质量评估技术规范(征求意见稿)》于 10 月 30 日在 2014 中国光伏电站性能检测与质量评估技术研讨会上发布。该规范是由中国科学院电工研究所光伏技术检测中心制定的。《规范》解读人邹新京表示,我国的光伏电站规模和数量在逐年增加,并逐渐向商业化电站转变,在这样的背景下,光伏电站质量检测显得尤为重要。

“讲故事的时代已经过去,现在发电量是最重要的。”国家应对气候变化战

略研究和国际合作中心主任李俊峰在会上打了个比方，“小孩子不管怎么样都是很可爱，但是光伏到了一千多万千瓦装机之后不能再是小孩了，而是很重要的发电力量，质量的保证就变得尤为重要。”“要求在部件上，包括电池板、逆变器、控制器，甚至包括阵列排列方式，可能都要有很明确的技术规范”。

李俊峰认为，光伏的成本其实在投资成本中占的很低。质量是生命，关键看能不能真正做到 25 年、30 年。但是现在出了很多问题，质量和原料都参差不齐。主要原因是一味追求造价低，低价中标模式造成装备的利润率急速下滑，只有从质量上动手脚。

最近光伏行业协会公布的数字称，目前建成的电站里大概 1/3 左右质量不合格，还有一部分电池 3 年已经衰减了原来规定 25 年应该衰减的量，甚至当年衰减 30% 多。李俊峰强调，这个问题已经成为光伏行业的害群之马。光伏行业必须按照标准技术规范要求自己，要解决质量标准统一性和一致性问题，现在不是急于降低价格，也不是急于技术创新，而是生产出稳定可靠、一致性的产品，为大规模电站建设提供标准化装备。“如果到了‘十三五’，电站还是那么千奇百怪，各种各样的东西都有，那就有问题了”。

国电光伏总工程师吴协祥从技术角度深入探讨了光伏标准问题，认为标准大而全是很难一下子做好的，应该专业细化。

吴协祥认为，光伏产业的质量是动态的质量，不是静态的。从太阳能整个产业链来说，从各种部件到运输、生产到设计、安装、运维，所有环节全部都充满风险，只解决其中一个部分或几个部分是不够的。他将问题总结为三类：发电量保证、可靠性、运维。电站问题，90% 甚至 95% 以上是安装、施工问题。“怎么看待整个产业质量的风险，最最重要就是在施工上，会两三年以后爆发，

十年以后爆发的基本上是材料问题”。吴协祥建议，改变低价中标的体制，从成本管控角度，将每瓦成本转化为度电成本。

“长远战略来看，这个产业一定要发展智能化”。吴协祥认为，国内普遍急功近利，只看短期发电，增加几毛钱成本就不乐意，不看长远发电能力。光伏整个系统的结构就是串并联，灰尘、各种外界遮挡影响，还有内部衰减等固有特征，要尽快采用智能化的解决方法。“真正一致是靠智能芯片的管理。”“大概三年左右，智能芯片的组件是这个产业里几乎唯一的选择”。

<http://www.chinesevacuum.com/ShowArticle.aspx?id=46915&pid=39> Top↑

二、行业情况

1. 永磁变频压缩机产品与销售创新模式探究

节能是趋势

纵观压缩机发展历程，社会上下广泛参与的有活塞式压缩机和双螺杆压缩机，我们称之为活塞机时代和螺杆机时代。经过活塞机时代和螺杆机时代之后，随着市场竞争的升级和节能降耗国家新形势的要求，变频压缩机，尤其是永磁变频压缩机被少数卓有远见的压缩机企业提上发展日程，但还有很多人对其并不是非常熟悉。

目前，许多规模较大的压缩机企业（主要为外资品牌和部分大型内资品牌）都在做永磁变频压缩机：国内螺杆压缩机领军企业——开山集团董事长曹克坚之前表示，将要发起一场以“绿色之战”为核心的革命，开始全面推广永磁变频螺杆空压机产品并继续着力推广一级能效大功率螺杆空压机产品，目前是在三年后，一级能效螺杆空压机产品和永磁变频螺杆空压机产品将成为我国空气

压缩机市场的主流产品。也有国际品牌商预言，在未来的三至五年内，全球性的常规螺杆压缩机将更换为永磁机。这一切无不意味着永磁变频机是未来几年空气压缩机发展的一大趋势。

20世纪40年代到70年代，科学技术迅速发展，使得活塞压缩机得到很大的发展和进步。随着人们对机器可靠性、能耗、环保以及政策方面的综合考量，螺杆式压缩机迎来发展黄金期，从1995年到2005年这十年间，国内的活塞机被螺杆机大量替代。这次永磁变频节能压缩机替代普通常规螺杆机，即是市场经济条件下的必然要求，又是压缩机行业的一次转型、一次革命。革命就意味着利益重新分配，抓住了这次契机，就可以在压缩机市场中切得一大块“蛋糕”；反之，坚守原来的常规工频压缩机阵地，只能是“坐以待毙”。面对稍纵即逝的市场商机，需要的是市场敏锐性。回头看，在螺杆机替代活塞机的进程中，原来有资金、有客户资源的活塞机代理商绝大部分都没有抓住这段黄金时期，当螺杆机已成气候之时，虽亡羊补牢，但为时已晚，真正赚到大钱的几乎没有，反而是很多新进入空压机行业的后来者居上。主要是因为原活塞机代理商没有紧跟潮流，及时转变产品和经营观念。现在，永磁变频压缩机替代工频常规机与其何其相似？压缩机销售精英们，是时候转换我们的理念了（见表1）。

	结构设计	维修	噪音	价格	能耗
永磁变频空压机	压缩机、电机一体化	易于拆卸	满载负荷大	较高	变频节能明显
螺杆空压机	皮带、联轴器、齿轮箱	较为复杂	一般	较低	受电压影响大

从用户的角度看，物美价廉的产品是客户想要的，永磁变频空压机的价格目前远高于传统的螺杆空压机价格（由于产业不断成熟和长期持续的价格战，导致常规机价格不断下降），这也成为束缚永磁变频空压机释放市场潜能的最大

“障碍”。但如果从生产、运行和维保的长远角度来看，永磁变频空压机的价格并不贵，且还有大幅下降空间。

其一，从结构设计看，永磁变频空压机在传动方面去除了常规螺杆空压机所应有的皮带、联轴器以及齿轮箱等，取而代之的是转子和电机的一体化。一般来说，永磁变频电机较常规电机效率提高 5%，传动效率提升 3-6%，这在耗材和动力损耗等方面直接降低了成本。同时，由于少了很多器件，机构设计简化，更方面了机器的维修和保养；

其二，永磁变频空压机在电能使用层面相对螺杆空压机能效更高。永磁变频压缩机通过变频器改变电机工作的电源频率方式来控制交流电动机的电力，根据电机的实际需要来提供电源电压，进而达到节能、调速的目的；

其三，永磁变频空压机目前还处于萌芽期，还未完全实行量产，一旦量产成本会大幅度降低，最终和普通压缩机价格持平。

正常的经济活动中，各市场主体（压缩机生产厂家、压缩机经销代理商以及最终用户）都需要有利可图，有钱可赚才可以推动市场发展。目前永磁变频压缩机成本远远高过常规工频机，其主要贵在两个地方：第一是变频器，第二就是永磁电机。但是这个成本可以随着产量的增加而降低，假如现在一年 10000 台是这个价格，增长到 100000 台后，采购价肯定可以大幅下降。永磁变频机的传动方式不光节能，还省成本，之前是用皮带、联轴器、齿轮箱传动，现在没有这些东西了，也就没有成本了。从成本上分析，永磁变频压缩机在年产总量达到 5 万台时肯定会比常规机便宜。

理念须转变

活塞机被螺杆机替代，有将近十年时间的黄金期，1995 年到 2005 年这段时

间，利润很大。入行较早的活塞机代理商持有大量的销售人才和客户群体，但他们为什么没有在这段时间内成功转型？转型基本都到 2005 年以后，就是说黄金期已经过去了才去转型。因为没有全力以赴。初入压缩机行业就是“光脚”的，老代理商是“穿鞋”的，光脚不怕穿鞋的。所以说，螺杆机替代活塞机是一次革命，永磁变频机替代工频机也是一次革命，要想成功必须公司一把手带头全力以赴去做。

例如，苏州牧风压缩机设备有限公司一家新晋代理商签约时只有 4 个人，第一个月销售五六台机器，第二个月十来台，第三个月达到数十台，平均利润远远超过常规机，现在月平均 30 多台。其实他们做的市场不是很大，连一个县的面积都不到。这家代理商预计 2014 年盈利会超过 1000 万，目前已经扩展到近 30 名员工。

首先，知难行易，不要被还未着手去做的事吓到，对尝试新事物心存恐惧。首先要将自己的视野打开，提高到一定高度，不要认为像以前做常规机一样，面临的是一部分客户群体，其实永磁变频压缩机的客户群体很大，包括所有潜在的新领域用户和在役压缩机的业主。希望大家真正能够意识到，这是一次机会，不是翻身的机会，而是提升整个公司实力的一次机会。

其次，要学会放弃，有舍才有得。举个例子，今年你可能赚 100 万，从明天起全力做永磁变频机，首先你会少 20 万，因为很多工作转给别人去做了，肯定会有损失。但是今年销售 200 台永磁变频机也是很容易的（看近两年永磁变频机的市场表现可知）。亏 20 万，赚 600 万，但是很多人现在放弃不了这 20 万，所以也就赚不到那 600 万。假设你不做永磁变频机，今年能赚 100 万，明年利润肯定会下降，因为以前维保赚钱的部分机器会被别家的永磁变频机替换掉，

而且常规机会越来越难卖。另外，市场讲的是商机，今天永磁变频机的平均利润是3万，3个月以后平均利润可能就变成2万，同样200台机子，少赚100万。或许到年底就剩1万，到明年的时候，跟常规机利润一样了，高利润的商机不会一直停留在这个状态，所以时机很重要。

要真正代理好永磁机，必须清晰地转变自己3个观念：产品观念、营销观念和经营观念！产品观念是指必须认可永磁机的发展趋势；营销观念的转变是指必须抛弃原有空压机的销售理念，以事实来证明永磁机的节能，让客户先体验再购买；经营观念是需要加强团队的执行力和凝聚力。

手段：挂电表

销售永磁变频压缩机，手段很简单，就是挂电表，把电表挂在客户在用的压缩机上。为什么要挂电表，原因有三：

第一是防守反击。压缩机品牌和销售人员众多，他们也要推广，你之前卖出去的设备也会被别人挂电表，等到自己的设备被别人挂电表，再去应战的时候效果就完全不同了。这个时候客户会这样认为：你原来有这样的设备为什么不推给我？当被别人挂电表的时候客户会对你的信任大打折扣。

第二是直观可信。人最不可信的就是嘴巴，挂上电表后，再在机器上张贴经过用户盖章确认的《节能效果确认表》能够很直观的体现节能效果，客户对产品的信任度就会大幅度提升。现在卖空压机很多是靠人情、靠面子卖机器，客户老板这个时候的心态是卖了人情给你，是一个施舍，包括管设备的人员，因为现在很多老板不知道一台空压机能节能多少。但是当把电表挂上之后，他就知道一年帮他省了多少钱，这个钱本来要给供电局的，以后每年他都能节约这么多电费，客户会对你有一种感恩的心。客户的心态发生很大的变化，会在

朋友圈里提到，帮产品做口碑宣传。心态转变的还包括作为销售人员的我们自己，有的人做了好几年永磁变频机的代理商，但他认为永磁只是多了一个亮点，而不是产品的一次革命，到底这台机器能省多少电，自己心里也没底。挂了电表以后，自己也清清楚楚了。

第三是潜在客户。挂电表会带来大量的潜在客户，直观的也有。一旦电表挂出去取得一定销量成效，会刺激很多空压机企业都通过挂电表作为竞争手段，这样的行为成为行业销售标配后，会促使市场上所有的客户都关注是否有挂电表和电费，同时，会为真正有竞争力的压缩机产品带来大量的潜在客户。原来寻找潜在客户获得有效信息的成本很高，但电表和挂电表的成本不高，成功挂一个成本在 50-200 元之间，一些有想法的代理商公司已经做出如果员工成功挂出一块电表奖励 50-100 元的规定，有的甚至对用户企业压缩机设备管理人员都有一定的提成。

这就是做永磁变频压缩机销售的新手段，首先要全力以赴做这个产品，其次一定要挂电表，二者必须同时具备，这样可以说已经成功了一半。

方法：点和面

方法一个是点一个是面。点是一个量化分数，是样板客户；面是一个曲面，片区或行业推广。从点来说，是相对比较零散的，但是又具有一定的集聚性，代理商或经销商在做永磁机推广时应该从点着手，而不是面面俱到，这个点更多指代的是老客户，这些老客户会对经销商或代理商有一定的心理倾向性，这样新产品才能更好的推广出去。当然也有人全面的去做市场，这也无可非议，但是摊子太大，拣了芝麻丢了西瓜的事也是会发生的。现在的信息技术高度发达，消息的传播速度是以光速在传播。因此在做好老客户的同时也是在做新客

户，一个好的产品，人人都乐于去尝试和分享，所以不要认为做老客户就是放弃新客户的开发，这两者是不矛盾的，关键点在于这个平衡点你如何把握。

现阶段，对永磁变频压缩机的销售，我倒强烈建议不要去做客户，而是全部去做老客户，一方面是做自己的老客户，另一方面是做别人（别的品牌）的老客户。现在行内销售，普通的做法是，客户本身没有对节能设备的需求，或者购买欲望不是很强烈时，业务人员请吃饭，拉拢关系，人情营销，最终搞的对方不好意思不得已而购买。现在销售永磁变频压缩机，我们可以换一种营销模式——不报价，不送样本，不做介绍方案。很多代理商可能不能接受这个理念，但这正是有别于常规机销售的地方。

大致销售过程是这样，代理商老板 A 去找客户老板 B，告诉其最近压缩机行业出了一种机子反响很不错，据介绍能够节能 30-50%，较 B 现有的设备一年就能省 10 多万的电费，想在本地区代理这个产品，但对具体能效不太相信，就想拿来做一下实验，但自己也没有样的工作环境，就放在你这里做个测试。由于这样的客户都是经过前期筛选，一般都会同意试用。在 B 同意之后顺便提出挂两个电表，最好是 A 付钱给客户方提供电表。为什么要两个电表，还有 B 的电表呢。有的客户会认为由 A 提供的电表拨快了，现在同时提供两个电表就不存在这个疑惑。七天之后，实验所用新设备运到客户 B 处并调试安装到位，再加 7 天，到了 15 天的时候，A 带一份节能效果确认表去找 B：“谢谢你，这个设备节能效果确实很好，我们对比表也出来了，你看一下，如实的话帮我签个字盖个章，我做宣传用。旁边有几家厂准备买，你这台设备我下午就派人来拉走。”作为代理商的老板，在这个过程中要在客户老板 B 处出现两次，谈样机实验合作的时候出现一次，实验结束填节能效果确认表的时候出现一次。人其实都想

省钱，同样的东西如果 200 元能买下绝对不会掏 500 元。当客户老板 B 看到节能效果确认表的时候第一感觉很多是不信，他肯定会问为什么这样省钱。A 只要说电机不一样、主机也不一样，是永磁变频的，至于具体什么原因，不知道。这样一是留一些神秘感，二是避免自己做的报价方案、节能方案里节能数据出现差错解释不清，三是避免客户在别处寻价后过来压价。

调整显示，通过上述销售方式，结果大概呈 3-4-3 的概率分布：30% 的客户购买了，40% 的时候不停地诱导去买，还有 30% 最终没买或买别家的了，目前可以把主要精力放在前面这 30% 的客户身上，这就需要一个合理的定价。个人觉得，目前，22KW 的永磁变频机均价在 5 万算是比较合理。

在做样板工程的同时，第一步是要尽快把《空压机使用情况调查表》发出去，全力以赴完成；第二步是挂电表，售后服务工程师在维修或者保养就可以做这个事情，挂表有奖励，挂了别人的奖励更多，这是一个基础工作，要尽快完成，前两步是可以同步进行的。第三步就是筛选，在统计分析《空压机使用情况调查表》的行业特点后，重点选择一个运行时间长、负载率相对较低的行业，然后寻找里面直接可以跟客户老板面谈的用户去做最初的样板工程。

推广：六步走

第一步是被动型，就是把样板工程做完，什么都不用干，等着客户上门；由于挂了电表，客户会自觉帮你去做一定的推广共组。同时，由于客户清楚知道永磁机为他们节约了多少电费，他们会主动提出更换其它在用的空压机。

第二步是主动营销，可以称为主动营销，以给予样板客户维护保养的优惠政策，来推动样本客户主动推荐永磁变频机。

第三个是寻求推广机会。代理商老板出马，让样板工程企业老板联系三五

个同行好友，请客喝茶。拿出节能测试表现场说法，然后挂电表、做测试。

第四步是小规模推广，区域性、行业性的推广，通过销售人员主动在样板客户几公里范围之内或该行业内进行推广，这个前提是要做好挂电表和《空压机使用情况调查表》等准备工作，利用样板工程集中参观宣传。

第五步是大规模推广。与区域性的区县节能办联系，做节能推广。关系好的客户老板是某个行业协会会员的，协会每年有几次会议也可以去参加，从而增加商机。

第六步是与政府合作，这个有一定难度，但是做成了，商机无限。比如和某个市县的经信局下属节能办合作，发红头文件，全区域进行空压机使用情况调查等，争取空压机节能补贴。空压机补贴主要包括四类：第一类是电机补贴，比如某款压缩机电机总功率达到 10 万千瓦；第二个是针对空压机的补贴，有国家和地方政府之分，但都有时效性，不会一直都有也不会每个地区都有；第三个是地方政府的节能补贴，凭节能认证证书到地方政府拿钱，这个钱拿多少，有没有都由地方政府决定，不是全国统一的一个标准；第四是节能专项经费。国家每年都有大量节能资金下拨，能不能争取到，就要看企业实力。这个层次要求相对较高。

销售推广前三步任何一个代理商都可以做到；第四步就需要有一定业务素养和营销能力，才能做到小规模推广；第五、六步，要求较高，是从点到面的推广步骤，这就需要压缩机厂家的配合了。

资料来源：《压缩机》杂志 2014 年 9 月刊 Top↑

2. 螺杆压缩机领域国内专利申请现状

引言

螺杆压缩机作为容积式压缩机的一种，具有结构简单、工作可靠、效率高、维修方便等优点，广泛应用于矿山、石油、化工、交通运输、航海等行业。近年来，随着行业市场需求的不断增长，国内螺杆压缩机行业迅猛发展，螺杆压缩机制造企业越来越多，涉及螺杆压缩机领域的专利申请更是增长迅猛。

早期涉及螺杆压缩机的专利申请主要集中在日本、美国。随着我国可研水平的提高，国内螺杆压缩机制造企业的研发能力也不断提高，生产制造技术愈加成熟，国内企业专利申请的数量增幅明显。

随着国内螺杆压缩机技术的日益成熟，螺杆压缩机制造企业的数量不断壮大，行业竞争激烈程度加剧，螺杆压缩机制造企业只有紧跟市场需求，加强可研力量，才能迎接巨大的市场发展机遇和挑战。本文将通过专利分析透视螺杆压缩机行业的发展趋势、技术动态，寻求突破点。

螺杆压缩机中国专利申请状况

本文所采用的检索系统是中国专利文献数据库 CNPAT。螺杆压缩机的分类主要集中在 F04C18/16(带螺旋齿，如人字齿、螺杆式的)、F04C29/02(润滑)、F04C29/04(冷却)、F04C29/06(消音)以及 F04C29/12(工作流体吸入或排除装置，如入口或出口的结构特征)。经过初步检索，截至 2013 年 9 月 2 日公开的螺杆压缩机专利申请总量为 1228 件（不包括外观设计专利申请），这些专利申请作为研究数据库（分析样本），其时间区域（申请日）开始于 1985 年 4 月 1 日。

由于专利申请具有延迟公开的特点，有 2012 年以及部分 2013 提交的申请目前还没有公开。因此，在分析样本中，2012 年的数据不全，2013 年的数据仅包括 2013 实际申请的一小部分数据。

1、近年申请量的走向

从图 1 可以看出近年来螺杆压缩机发展迅速，申请量总体呈上升趋势，越来越多人意识到螺杆压缩机的优点和巨大的市场需求，而想要抢占市场，必须重视研发，提高压缩机的质量，降低压缩机的能耗。国内专利申请人的比重也是逐年递增，我国螺杆压缩机生产企业无论在产业还是在技术研发方面都取得了显著进步。

2、国家申请量统计

从图 2 可以看出，国外螺杆压缩机制造企业在中国的申请占据很大的比重，申请量最多的是日本，占来华专利申请总量的 51.7%，可见，日本在螺杆压缩机领域对中国市场的重视程度。其次是美国，占来华专利申请总量的 18.1%，还有德国、比利时以及瑞典在螺杆压缩机领域也有少量申请。

3、申请人的申请类型对比

图 3 显示了专利申请人的申请类型对比情况，在螺杆压缩机领域，中国国内的申请人申请的实用新型占在华申请实用新型总量的 99.2%，国内申请人申请的实用新型占国内申请量的 68.5%，发明占 31.5%，而日本和美国的发明申请量分别占 99.3% 和 97.9%，充分说明了日本和美国在螺杆压缩机领域的含金量较高，而我国国内申请大部分以实用新型为主，专利质量和专利稳定性与日本、美国存在较大的差距。

我国螺杆式压缩机的生产和应用起步较晚，早期主要仿制日本、美国、德国等国的产品。我国专利制度建立初期时，在我国申请螺杆压缩机的专利大部分为国外申请人，其中包括瑞典转子机械公司，日本的日立以及美国的开利公司等。20 世纪 90 年代中期，国外部分高端螺杆压缩机企业进入我国市场，随着

我国对国外技术的引进、吸入、再创造，国内螺杆压缩机生产企业发展迅速，外资企业独占市场的时代终结。

从图 4 可以看出，国内主要申请人占据的比例较少，较多的是上海斯可络、上海汉钟精机、烟台冰轮、锡压、中船重工以及西安交大，占据总申请量 11%；国外主要申请人申请较多的是日本的神户制钢、大金以及瑞典转子公司和美国的开利，占据总申请量的 14%，其他 75%，绝大部分申请人的申请量在 30 件以下，申请的类型以实用新型为主，其中有多数申请人的申请量低于 5 件，也就是说，国内申请人的申请总量虽然很多，但申请人分散、申请没有持续性。

4、申请人类型分布

图 5 是该领域专利申请申请人类型分布情况。可以看出，企业申请人占有的比重非常大，占 83%，院校或科研院所的申请仅占 5%，个人申请占 12%。从这组数据也能看出，近年来螺杆压缩机的市场需求不断增大，企业意识到为了维持或增加市场份额，必须重视技术的研发。而在个人申请中，实用新型申请占 66%，个人申请的发明人由于受到研发条件的制约，导致创新高度偏低。

5、核心技术分布

专利核心技术的分布是专利技术趋势的重要参考依据（如图 6），是正确布局专利地图的前提，充分反映了本领域技术分支，以及各分支技术的成熟度和延续性，在一定程度上也反映了市场的需求。

在螺杆压缩机的技术分布中，润滑约占 13%；降噪约占 3%；控制约占 13%；转子型线设计占 8%；冷却占 13%；吸排出口设计占 6%；其他部分占 44%，这部分包括与螺杆压缩机相关的阀门技术、过滤技术、密封技术。余下的是申请量很少、没有形成明显优势的其它技术要点。

润滑和降噪虽然仅仅是众多压缩机技术要点中的一个技术要点，但是，在压缩机领域涉及它们的申请量却占据着相当的数量，润滑和降噪在所公开专利申请总量中占有较大比重，至今这两大技术要点仍然是企业和研究机构申请专利的主要方向。润滑能够减少磨损，提高效率，是节能研究的一个方向，在螺杆压缩机的润滑方式分为有油润滑和无油润滑，螺杆压缩机的一些常见故障都与润滑有关，例如，润滑油消耗量大、润滑油失效早等问题。对于无油螺杆压缩机，例如申请号 201110287935.9，润滑技术点主要是固体润滑材料的选择，参数配比；涉及润滑技术比较多的以油润滑为主的喷油螺杆压缩机，在喷油螺杆压缩机中，由于大量的润滑油被喷入所压缩的气体介质中，同时，起着润滑、密封、冷却和降噪的作用，喷油的参数——油滴尺寸、喷口位置、油温、油气质量以及油的粘度等对螺杆压缩机的工作过程影响很大，因而，润滑技术的研发对喷油螺杆压缩机至关重要，申请号 03801707.5，200680013540.7、200920078397.0、201180012839.1 技术点都是对润滑油路的设计和控制，此外，由于大量油被喷入喷油螺杆压缩机的齿间，这些油和被压缩的气体形成的油气混合物，为了降低排气的含油量，并且循环使用润滑油，对润滑油分离技术以及油循环也是目前的研发热点，例如，申请号 200610154989.7、200780014230.1、200920212017.8、200980129792.X、201020260657.9 都是对油分离结构的改进；而降噪更是环保的需要，螺杆压缩机的转速通常较高，转子齿经过进排气孔口时，产生的噪声很大。目前普遍采用的是隔声罩，控制噪声的传播，例如，申请号 200480037298.8、201120317793.1 技术点为对消声器内部结构的改进，还有专门针对进气口噪声、油气灌噪声、电机和冷却风扇噪声以及机械振动噪声等问题的专利核心技术，因此，螺杆压缩机的降噪技术一直是研究的热点技术。

随着经济全球化的竞争力需要，对企业来说，节能是降低成本，提高产品竞争力的重要途径，因而，对螺杆式大型压缩机的性能和效率要求越来越高，实现压缩机变容量调节、润滑控制等高效节能运转的控制方面的相关技术的专利申请迅速增长。控制分为系统控制、变容量控制、变频控制，冰箱和空调系统控制所占的比重大。

转子作为螺杆压缩机的核心部件，转子型线直接关系到螺杆压缩机的效率和可靠性。转子型线的不断改进，结合转子加工能力的不断进步，是螺杆压缩机性能大幅度提高以及市场份额迅速扩大的根本原因。转子的端面型线一般由若干段不同类型的曲线组成，它们之间的不同组合构成了不同的齿型，转子齿型的参数变化对螺杆压缩机的噪声和 COP 具有决定性的影响，从而转子型线设计一直是国内外研究的热点。西安交通大学作为国内压缩机领域的重要研究机构，近年来对转子型线的设计方法不断创新，例如，申请号 200510096391.2、201210513439.5、201310011109.0 其技术点都是通过对转子型线的改进，改善螺杆压缩机的效率，降低转子加工成本。

对我国螺杆压缩机企业建议

1、国内螺杆压缩机需求量逐年增大，国内企业对螺杆压缩机的研发力度加大，但国内专利申请的特点是，申请人的分布广，而且申请没有持续性。国内申请人中，烟台冰轮、锡压、上海汉钟精机、上海斯可络是申请量较多的企业，但是申请量相对于日本的日立、大金、神户制钢的来华申请量有一定差距。虽然国内申请人绝大部分都仅申请实用新型，国内申请人申请质量明显低于国外申请人申请质量，这也充分体现出我国螺杆压缩机领域起步晚，科研水平薄弱，专利申请量受市场影响大，企业缺乏对螺杆压缩机领域的专利整体布局。

2、纵观市场，把握技术方向

在大力倡导低碳、环保、节能的新形势下，技术的研发也需要紧跟新形势。从对来华申请的国外专利申请人的专利技术分析来看，日本近年来在华申请的专利技术偏重于控制技术，通过精准的控制方式，达到节能的目的。而国内申请人的主攻方向依然是以螺杆压缩机相关的零部件，这也充分说明国内申请人对市场敏锐度不强、螺杆压缩机技术领域成熟度不够。

3、加强合作，实现双赢

面对全球激烈的市场竞争，我国企业应充分利用本土资源，建立与科研院所之间的战略合作，整合各方面的资源，推进新的专利技术的实施、推广、抢占市场。仅仅通过简单的复制、销售，企业难以在竞争中立足；只有不断进行技术创新，拥有自主知识产权，才能保持企业的竞争力。

资料来源：《压缩机》杂志 2014 年 9 月刊 Top↑

3. 我国真空设备未来发展环境分析及需求预测

我国真空设备行业自改革开放的 20 多年来有了很大的发展和长足的提高，这不只反应在产值、产量上的大幅度增加，而且在种类、规格还是在综合技术程度上都获得了可观的成就。中国真空设备行业自改革开放的 20 多年来有了很大的发展和长足的提高，这不只反应在产值、产量上的大幅度增加，而且在种类、规格还是在综合技术程度上都获得了可观的成就。尤其是九五以来，行业各企业抓住时机，调整产品结构，鼎力推动技术创新，获得了许多大行业级以及国家级的新产品、新技术效果，为我国的人民经济建立，科学技术的发展，国防高新技术的提升做出了奉献。同时，也彰显了这样一个事实：高新技术的

发展及应用增进和带动了真空设备行业的发展和技术晋级，高新技术的发展离不开真空技术的广泛应用和强有力的技术支持。

发展环境分析及需求预测

(1) 冶炼及冶金行业我国炉外脱气精炼今后要增加 50 以上（根据不同品种）。真空脱气机组的需求约为 10~15 亿元/年。其次是真空冶金炉，如真空感应炉、真空电弧炉和真空电阻炉等冶炼高级合金钢的基本设备。

(2) 真空热处理行业

我国真空热处理行业提出 2010 年基本完成以少氧化热处理为中心的技术改造，预计至少需要 5000~8000 台先进设备。

(3) 电工行业今后我国电机制造业的目标是上品种、上档次、降低能耗和物耗，扩大出口。

(4) 电子信息行业

2010 年我国将成为世界上第二大半导体集成电路市场。总需求量为 1000 多亿块，达到 1000 亿以上的总金额。

(5) 食品工业

用于食品工业中的主要真空设备有真空冷冻干燥机、真空包装机、真空封罐机、真空浸渍和真空保鲜装置等。食品保鲜与加工设备，拥有巨大的市场潜力。

虽然中国真空设备行业尽管面临着诸多的问题和艰难，使它同时也面临着宏大的时机。中国的和平突起与宏大的市场，为我国的经济连续发展创造了十分好的条件，只要经济每年以 7~8 的增加速度发展，真空设备的潜在市场同样会一直扩张，只要我们每个企业选好自己的定位，发挥自己的奇特优势，肯定

就会有作为，就会在强烈地市场竞争中求得生活空间。

同时我们也要正视与国外企业存在的差距，不要以现实的可以到达饥寒而疏忽了企业久远的发展策略。因而，我们必需以力保中国真空设备行业的发展为己任，振兴民族工业，扩张中国真空设备制作业在世界的影响。

<http://www.chinesevacuum.com/ShowArticle.aspx?id=46256&pid=39> Top↑

4. 国内真空干燥设备企业创新能力普遍较低

在制药领域，干燥设备是必不可少的装备，随着行业要求的提升及技术的发展，干燥设备的种类不断增多，真空干燥设备凭借其优势迅速占领了药机市场。

真空干燥机，在低压下干燥时氧含量低，能防止被干燥物料氧化变质，可干燥易燃易爆的危险品；可在低温下使物料中的水分汽化，易于干燥热敏性物料；能回收被干燥物料中的贵重和有用的成分；能防止被干燥物料中有毒有害物质的排放，可成为环保类型的绿色干燥。因为这种种的优点，真空干燥的应用越来越广泛。

业内人士指出，国内企业已经加快研究真空干燥技术，某些企业还取得了突破性的进展，一定程度上降低了能耗，减轻了污染，为社会带来了更多的效益和价值，为实现绿色生产，低碳生产做出应有的贡献。但是值得注意的是在现阶段，我国真空干燥机革命还未真正的成功，因此还需要不断努力。总的来说，我国真空干燥设备生产企业的创新能力普遍较低，能够推出自主知识产权的新技术、新产品的企业少的可怜，导致干燥技术发展缓慢。知识成果没有有效地转化为现实生产力，目前干燥设备领域技术的研发和革新主要依靠高

校和科研院所，由于与企业的脱节，知识成果很难有效的化为企业的生产力。

虽然真空干燥设备企业已经逐渐开始注意自身的不足，但要想真正实现升级，就必须深入学习新版 GMP 的相关知识，使整个行业需朝着信息化、数字化、自动化的方向发展，提升行业综合实力。

<http://www.chinesevacuum.com/ShowArticle.aspx?id=46254&pid=39> Top↑

5. 中国低温余热 ORC 发电现状与分析

余热发电是指利用生产过程中多余的热能转换为电能的技术。余热发电不仅节能，还有利于环境保护。小编就国内低温余热 ORC 发电现状进行简要的解析。

一、整体观点

1. 国内 ORC 市场刚刚起步，空间非常大；
2. 现在的 ORC 主要应用于工业余热发电领域，未来的发展将是新能源领域，尤其看好在光热发电、地热领域的应用；
3. ORC 由于工质的不同导致各家都具有技术“机密”，ORC 企业未来的商业模式将类似于奥玛特，以发电项目经营为主，设备销售为辅。

二、中国 ORC 发展现状

国外 ORC 发电机组的动力机以透平为主，国内透平发展的不行，所以 ORC 一直没有发展起来。主要问题包括：

1. 工质问题，现在世界上用在中低温的工质基本都是美国、德国生产的，日本都不行。
2. 时间积累短，在积累了 30-40 年的后，1997 年我国在轴流型大型汽轮机

机组设计以及软件设计方面取得重大突破，最终做到世界第一；而以向心为主的中小型汽轮机到目前技术都非常薄弱，落后发达国家很多年。近几年 ORC 一直做不出来，主要在于向心透平一直做不出来。

3. 材料一直没过关。

开山股份 ORC 走的是“捷径”，成功开发了技术难度相对较小的螺杆膨胀机。中国螺杆压缩机产能世界第一，但在开发 ORC 螺杆发电机组上就开山股份成功了，其他的都失败了，主要问题在于泄露一直不能解决。而 ORC 使用的工质氟利昂很昂贵，如果泄露，导致整个机组成本会上升很多，开山股份是把外泄露做成了内泄露，把内泄漏的工质返回去再循环使用，虽然损失了一定效率，但是彻底杜绝了泄漏。

三、ORC 透平和水汽轮机区别：

1. 水汽轮机使用统一的焓焓表，各个厂家可根据焓焓表进行统一设计，商品基本标准化。

2. ORC 发电机组各个厂家使用的工质基本都不一样，焓焓表也不统一，导致叶片设计、组装方式等都各不相同。

四、ORC 商业模式：

ORC 企业比较成熟的商业模式是做运营，不向任何人出售设备。成功者是奥玛特，奥玛特除了向 GE、CAT 等大客户不得已出售产品之外，其他客户基本不考虑出售。比如国内很多公司都想与奥玛特合作开发中国市场，但都没有成功。奥玛特要求不提供技术细节、不卖设备，只负责投产后的回收效率。

五、ORC 未来的市场：

ORC 行业的未来市场不在工业余热，而是在新能源领域。

1.工业余热的合同能源管理电价不容易统一费用,但是新能源可以根据国家政策进行效益核算,比如光热发电上网电价就是1.2元/度。

2.工业余热发电通常工况不稳定,要根据各个热源进行个性化的设计,不容易实现标准化、批量化生产。

3.但是,中国目前ORC的市场仍然是以工业余热,新能源领域是未来时。

六、美国、欧洲的ORC市场定位不同:

1.美国的ORC设备75%-80%是用于地热发电,15%是天然气尾气发电,主要原因是各个州都有地热支持政策,企业可以享受高额的补贴;

2.欧洲70%-80%的ORC是用于生物质发电,补贴最高达到3欧元/度,现在也有0.7-0.8欧元/度,欧洲ORC企业订单一般都在2-3年以后了,型号也基本比较单一,主要是应用于生物质发电的。这与欧洲地热资源、太阳能资源一般有关。

市场环境决定了两个区域的ORC使用温度范围的不同,美国以150°C以下为主,欧洲以260°C以上为主。

七、中国ORC未来最看好的市场是光热发电:

1.光热发电相比风能发电、太阳能发电的优势

中国ORC未来最看好的市场是光热发电。目前的太阳能光伏发电和风能发电都存在窝电现象,比如光伏发电时间是上午9点到下午4点,发电量很大,但受电网负荷影响,不能全部输送,如果进行蓄电,成本又会增加很多。而风能发电也存在不稳定问题,来风了,发电量就会突然很大,风没了也就没电了,电网稳定运行非常困难,也有中心机房爆炸的情况。正是这个问题存在导致我国超高压电网做得很好,已经世界第一。

2. 少水的地方不能应用水蒸汽光热发电

光热是目前比较好的新能源应用领域，可实现线性的连续可调，杜绝了窝电现象。但是现在的水蒸汽光热发电是除盐水冲击透平叶片，而大部分光热发电地处沙漠地带，使用除盐水难度非常大，除盐水的成本占到了 25%-30%，运营成本占 40%-50%。发改委、电科院、水科院圈定了 1000 万 kw 的水资源丰富的区域招标进行水蒸汽的光热发电，其余地域都是少水的地方，使用水蒸汽光热发电则比较困难。

3. 光热电价需要设备国产化为前提

影响光热的核心原因在于电价没出来，国家没有定价，导致地方没法批，厂家无法核算成本。如果高于 1.35 元/度，所有光热发电公司都会用水蒸气光热发电技术，并且会疯狂的上项目。但是高温收集的温度很高，对材料的要求非常高，白天 300°C，晚上零度以下，基本需要按照月球车的标准来做，所有的系统的设置都得达到临界，技术只有通用和西门子掌握。所以如果电价 1.35 元/度以上，80%以上的器件都得买西门子的。国家发改委一旦启动项目，就是 2 万-3 万亿的市场，并且都会被国外企业拿走。国家希望设备 80% 国产。比如一个阀门，国内阀门 300-350°C 都可以做，提高到 400°C 国内不到 20 家可以做，500-600°C 只有西门子、GE 能做，一套设备可能需要 5000 到 10000 个阀门，而且不是关键零部件，这如果都需要外购的话，经济性显然是不行的。

所以在温度的控制上，光热发电基本会在 250°C，会使用 ORC 技术。中国未来的 ORC 都是做 250°C 以下，效率大于美国，但会小于欧洲。市场上万亿元。

八、余热发电市场看法：

不是特别看好，实际回收周期比较长，但是在目前仍是我国 ORC 的主要下

游。

九、工业余热下游：

工业余热最大的下游是石化，如果都用 ORC 可能有上百亿的规模。但之前存在发电外售的问题。

十、ORC 企业基因：

ORC 技术的开发一定是要按照制冷压缩机的思路来，没有对冷媒研究过很难进入这个领域，开山股份之所以能够开发成功 ORC 螺杆膨胀机就是因为技术研发人员有制冷压缩机技术基础。国内现在制冷企业经营整体较差，如果开始对 ORC 有行业认识，将会大举进入这个行业。但是中国制冷企业进入 ORC 领域也有一个问题，那就是国内制冷企业的压缩机都是进口的，以组装为主，都还缺乏做透平的经验。雪人和武冷没有做透平的经验，擅长的是换热器技术以及组装，没有相关技术积累，所以只能从外部引进人才，比如雪人股份和奥普康的合作。某股份挖了普惠的透平专家过去，也是希望把 ORC 的谱系做全。

十一、ORC 系统四大设备：

ORC 的系统主要有四大设备：膨胀机，工质泵，冷凝器，蒸发器。

<http://www.chinesevacuum.com/ShowArticle.aspx?id=46409&pid=39> Top↑

三、企业资讯

1. 比泽尔空调压缩机服务南京青奥会

2014 年 8 月 16 日，第二届夏季青年奥林匹克运动会在南京开幕，来自世界各地的 3700 多名青年运动员齐聚一堂。作为全球最大的独立压缩机供应商——

德国比泽尔公司也服务其中，助力青奥会。

据了解，本次青奥会南京共新增车辆两千余台，辐射青奥场馆、运动员驻地、宾馆与机场等多条交通干线。在这些车辆中，传统客车空调共 1035 台，分别由四家国内外知名空调厂商提供。四家空调厂商中，除一家配自有压缩机外，其余的全都不约而同地选用了比泽尔空调压缩机产品。此次青奥会的举办理念是绿色、低碳，比泽尔运输用制冷压缩机高效率，低能耗正是这一理念的具体体现。比泽尔压缩机可靠性高，性能优异，维护保养简便。因此，也一直为客车厂商所信赖、使用。北京奥运会，深圳大运会，广州亚运会等大型赛事用车中都有比泽尔运输用制冷压缩机的身影。这也正是对比泽尔压缩机品质的肯定和认同。

在南京，德国比泽尔压缩机除了服务于大巴客运领域，在轨道方面也一展身手。比泽尔近 600 台全封闭螺杆压缩机应用于南京地铁两条线的列车车厢空调，为乘客送去清凉。

http://www.chinahvacr.com/News/Class9/201409/News_3114887.shtml

Top↑

2. 盾安离心式冷水机组再获金名片

近日，盾安离心式冷水机组顺利通过 AHRI 认证。

AHRI 认证(The Air-Conditioning, Heating, and Refrigeration Institute, 美国制冷空调与供暖协会)是全球暖通空调领域最具权威的认证机构之一。

一流的品质+一流的服务，盾安离心式冷水机组，你值得信赖!

http://www.chinahvacr.com/News/Class9/201409/News_3114895.shtml

Top↑

3. 海尔的利润增长快于收入增长

据青岛海尔和海尔电器(01169.HK)2014年半年报,今年上半年,海尔依然保持着稳健增长的态势,其中,分销和物流等渠道综合业务实现了高速增长。在“产品+服务”的大框架下,服务收入的比重不断提升,这似乎意味着海尔正加快向互联网式的“轻公司”转型。

一直以来,海尔都是家电圈中最为坚决的变革者。时至互联网时代,海尔不断加快向互联网转型的步伐,并提出了全新的网络化发展战略。而青岛海尔(600690.SH)日前发布的2014年上半年业绩,也给投资者吃了一颗定心丸。

海尔集团董事局主席、首席执行官张瑞敏认为,互联网时代,企业与用户实现了零距离,为了更快地响应用户个性化的需求,员工必须直面市场,找到自己的订单(用户需求),“员工不是听领导的,而是听市场的”。

正是在这一背景下,海尔集团战略推进的主题颠覆为“企业平台化、用户个性化、员工创客化”,加速向互联网转型。但是,又该如何转呢?

转型“轻公司”

据青岛海尔和海尔电器(01169.HK)2014年半年报,今年上半年,海尔依然保持着稳健增长的态势,其中,分销和物流等渠道综合业务实现了高速增长。在“产品+服务”的大框架下,服务收入的比重不断提升,这似乎意味着海尔正加快向互联网式的“轻公司”转型。

从收入结构看,在青岛海尔2014年上半年的总收入中,冰箱占近三分之一,空调约占四分之一,渠道综合服务业务约占五分之一,洗衣机占十分之一强,热水器占二十分之一。渠道综合服务业务的收入占比,已经排到第三位。

受去年上半年节能惠民政策刺激形成的行业高基数以及房地产市场走低等

因素影响，2014 年上半年整个家电市场呈现出相对疲软的态势，这似乎能从已经公布的家电企业业绩中看出端倪。不过，海尔的利润增长却快于收入增长，毛利率也实现了提升。

http://www.chinahvacr.com/News/Class9/201409/News_3115369.shtml Top↑

4. 西屋康达螺杆机组航天行业再添佳绩

凭借良好的产品品质，西屋康达中央空调签约“超大型航天器总装测试试验中心厂房”项目，中标产品主要为螺杆机组，据了解，该项目的成功中标，是西屋康达公司在航天行业上的又一佳绩。

据介绍，天津超大型航天器总装测试试验中心项目，是由中国空间技术研究院投资建设，占地约 100 亩，建筑面积约 10 万平方米，由 17 个子项目组成，共分为总装、测试区、热学试验区、力学试验区等 9 个功能模块，承担着中国载人空间站的总装、测试和试验任务，兼顾通信卫星、大型遥感卫星等超大型航天器的研制需求。项目建成后，具备年总装、测试和试验 6 至 8 颗超大型航天器能力，将满足中国未来 15 至 20 年研制生产载人空间站、超大型通信卫星、大型遥感卫星、大型空间精密展开机构等需求。

http://www.chinahvacr.com/News/Class9/201409/News_3115308.shtml Top↑

5. 开利母公司 UTC 将收购西亚特(CIAT)

近日，美国联合技术公司(英文：United Technologies Corporation;简称 UTC)建筑及工业系统将收购西亚特(CIAT)，具体收购金额没有透露。此次收购完成后，美国联合技术公司建筑及工业系统将保持并扩大西亚特(CIAT)品牌。西亚特的加

入, 扩大了美国联合技术公司现有的国际暖通空调产品范畴, 包括开利和东芝。此外, 美国联合技术公司计划加强扩大西亚特全球经销渠道及网点, 并完善其现有的售后服务。

CIAT 集团在热泵供热、中央空调、空气处理和热交换器的设计、生产及为住宅、服务业、医疗和工业市场提供解决方案的领域一直处于引领行业发展的地位。CIAT 集团目前在全球有 9 大生产基地, 分布在法国(6 个生产基地, 其中 3 个在罗阿大区), 西班牙, 意大利和中国。销售子公司和分销网络分布更是超过 70 个国家和地区, 在法国、西班牙、比利时和北非占有重要市场份额, 并且正在欧洲的剩余地区和亚洲逐步取得重大的进展。2011 年, CIAT 集团凭借 2200 名员工(1500 名在罗阿大区的生产基地)创造了 2.975 亿欧元的销售额。

美国联合技术公司(UTC)是全球多元化制造企业之一, 主要为全球航空航天和建筑业提供高科技产品和服务。其制造领域涵盖航空发动机、直升机、商用航空设备和系统、电梯、扶梯和自动人行道、暖通空调和制冷系统、消防和安防设备、楼宇自动控制设备和其他航空和建筑工业产品。

在中国市场, 开利已经与三家中国领先的弱电承包商北京铭基、杭州中程与广州粤安建立了合资企业, 并与深圳达实智能股份有限公司建立了战略合作伙伴关系, 以进一步加强其在楼宇自控解决方案领域的的能力。在 2011 年 8 月, 开利完成了对中国水地源热泵企业富尔达的收购。

http://www.chinahvacr.com/News/Class9/201409/News_3115307.shtml

Top↑

6. 广州恒星荣获 2014 年中国暖通品牌“最佳用户满意奖”

2014 年 9 月 5 日, 第四届中国暖通品牌节(暨 2014 暖通创新大会)在深圳银

湖度假村举行。恒星董事长袁博洪和市场部经理邹国海出席参加。在暖通品牌节的《互联网革命和暖通业创新之辩》论坛上，袁博洪董事长和多位暖通业内人士就互联网革命和暖通空调行业的创新等话题开展了深入讨论。广州恒星冷冻机械制造有限公司被中国暖通品牌节组委会评定为 2014 年中国暖通品牌“最佳用户满意奖”，董事长袁博洪荣获“2014 年度中国暖通标志人物奖”。

http://www.chinahvacr.com/News/Class9/201409/News_3115471.shtml Top↑

7. 广州日立冷机螺杆机、离心机双突破

从 2014 年广州日立冷机苏锡常南经销商推广会上了解到，2014 年上半年，广州日立冷机在苏锡常南地区的销售量达到了 40% 的增长率，超越了去年同期成绩。2014 年广州日立冷机不仅在螺杆机产品上完成了较快的增长，而且在离心机领域也取得了较大的突破。据悉，目前广州日立冷机的所有主机产品都已全部采用环保冷媒，并用一定的价格优势，有效的提高了产品市场占有率。更迎合了今年“绿色建筑”的要求和宗旨，为国内绿色建筑的发展做出了自己的贡献。

http://www.chinahvacr.com/News/Class9/201409/News_3115669.shtml Top↑

8. 开山 ORC 螺杆膨胀机“占领”北美市场

9 月中旬，美国热高（Aerco）国际股份有限公司与浙江开山压缩机股份有限公司签署了由热高公司在北美代理销售开山股份 ORC 螺杆膨胀机产品意向书。此前，美国联邦政府能源部长 Ernest Moniz 博士、阿拉斯加州联邦参议员 Lisa Murkowski，在阿拉斯加 Chena 度假村参观了由中国浙江开山集团研究生产的螺杆膨胀发电机。

为保证双方合作顺利，热高公司承诺不会代理或销售竞争性产品，并提供合格的、受过培训的全国销售及服务网络负责全天候安装和服务应答体系，开山股份协助为热高公司的工作人员提供系列的培训服务。除此之外，意向书还要求开山股份必须保证在北美销售的产品符合 ASME 和 UL 标准，并取得相关的认证。

此外，热高公司还将通过自己的渠道和品牌推广开山水地源热泵以及螺杆热泵。开山水地源热泵在水地源领域具有领先的技术优势，其产品高效节能、应用范围广、噪音低、运行平稳可靠。开山螺杆热泵以全球最高能效的压缩机为核心，采用专利的淋液式蒸发技术，使得其产品的效率超过一级能效标准。而且产品系列中有全球最大的单机制热量产品，以及冷热源温度最大可达到 123 度温差的超高温热泵产品，这些产品均在行业中处于首创和领先的地位。

美国热高公司成立于 1949 年，是北美以及全球著名的商用锅炉以及热水器制造公司，在商用锅炉和热水器领域居于技术和品牌领导地位，其快速热水器系列产品的热效率可以达到 99%，在业界处于绝对领先的水平。与热高公司的合作，将进一步为开山股份拓展北美市场，提供一个更为广阔的平台。双方就热高开拓北美和国际市场达成战略共识，一致认为这一强强携手，必将对于热高的战略发展以及开山在中国开发的新技术和新产品在全球和北美的推广具有重大意义和广泛的发展前景。

<http://www.compressor.cn/News/scdt/2014/1010/75312.html>

Top↑

9. 宁波鲍斯能源装备股份有限公司拟深交所上市

中国证监会公布了最新 IPO 预披露名单，其中宁波鲍斯能源装备股份有限

公司拟深交所上市，本次发行不超过 2112 万股，发行后总股本不超过 8448 万股，保荐机构为海通证券公司。

宁波鲍斯能源装备股份有限公司主要从事螺杆压缩机核心部件及整机研发、生产及销售，是目前国内主要的螺杆主机供应商和领先的工艺流程用螺杆压缩机制造商。公司产品主要包括螺杆压缩机主机和整机，其中螺杆主机包括排气量在 1m³/min~120m³/min 系列产品，主要用于螺杆空压机、螺杆工艺机整机的生产装配，是螺杆整机的“心脏”部件；螺杆整机主要应用于煤层气、天然气、石油伴生气、沼气、工业尾气等可燃气抽采、增压和回收利用。公司产品可广泛应用于矿山、冶金、电力、电子、机械制造、医药、食品、纺织轻工、石油化工及可燃气回收利用等众多行业、领域。

<http://finance.eastmoney.com/news/1354,20140829418126231.html>

Top↑

10. 复盛无油螺杆空压机亮相重庆药机展

第 48 届（2014 年秋季）全国制药机械暨中国国际制药机械博览会(简称“药机展”)于 2014 年 11 月 7 日至 10 日在重庆国际博览中心举行。复盛公司携无油螺杆空压机亮相第 48 届药机展。

复盛参展的无油螺杆空压机 SWT 和 ZW 系列在饮料、罐装食品行业、制药及医疗器械等行业已广泛使用。复盛 ZW 无油单螺杆空压机及 SWT 无油干螺杆空压机，满足行业最新无油应用需求。复盛无油螺杆空压机从源头控制，压缩过程无任何润滑油参与，经 ISO8573-1 CLASS0 完全无油认证。

在中压无油应用领域，复盛 VFW 中压无油空压机同样经市场多年验证，在 PET 吹瓶、饮料、包装及制药等行业获得广泛认可。

展会期间，复盛与行业观众分享无油螺杆空压机技术的应用，部分寻找无油纯净气源的行业观众现场表明需进一步洽谈。

第 48 届全国制药机械暨中国国际制药机械博览会展会有近 900 家展商、其中包含原料药机械与设备、药品包装机械、制剂机械、药物检测设备展商。

<http://www.compressor.cn/News/qyzc/2014/1115/76026.html> Top↑

11. 信然公司为中船重工提供 11 台超大型空压机

近日，上海信然压缩机有限公司为中船重工提供 11 台柴油移动空压机。据介绍，此次提供给中船重工的空压机是信然目前生产的最大排量柴油移动空压机：功率 550 马力，排气量达 50 立方/分钟，压力为 1.4Mpa，双级压缩主机，本产品主要应用于河道清淤，采沙等工程。

<http://www.compressor.cn/News/qyzc/2014/1117/76030.html> Top↑

12. 上海康可尔压缩机有限公司参展 ComVac ASIA 2014

2014 年 10 月 27 日—30 日，2014 上海国际压缩机及设备展览会(ComVac ASIA 2014)在上海浦东国际展览中心隆重开幕。上海康可尔压缩机有限公司携带携带相关产品参展，康可尔优秀的展品和员工热情的接待，吸引参展者纷纷驻足。

<http://www.compressor.cn/News/qyzc/2014/1118/76047.html> Top↑

13. 红五环 HCL7 全液压钻车项目通过验收评审

2014 年 11 月 13 日，浙江省科技厅委托衢州市科技局对 2014 年度浙江省特色工业设计项目进行验收评审，该评审会议由红五环集团承办。与会人员有衢

州市科技局领导、行业专家以及其他 3 家参与项目验收评审的公司主管。

评审专家组按照浙江省科技厅项目验收管理规定的有关要求，对浙江红五环机械股份有限公司承担的省级特色工业设计项目“HCL7 履带式全液压露天凿岩钻车操作系统人机工程设计”(计划编号：2012D40036)仔细查看验收材料，认真听取了情况汇报，对项目进行了质询，提出了验收意见和建议。该项目为红五环集团与浙江大学合作的重点科研项目，红五环公司由该项目主设计工程师桂华良、财务周恒德、电气技术部余利芳、总师办黄晋华及合作单位浙江大学徐国仙、王卫星共同接受答辩。

评审专家认为红五环 HCL7 钻车采用先进的 LS 液压负载变量控制及 PLC 电液控制技术，经长时间工地实际工作数据统计分析，本产品油耗是目前大量使用的中高风压潜孔钻车油耗的一半左右，实现无粉尘作业，节能减排效果明显，符合国家工程机械节能减排科学发展观。各项指标达到标准要求，同意通过验收。

另外 3 个项目美亿佳家具“多功能学习桌产品开发项目”、永力达“高速数控轮毂全自动加工技术的研发与应用”、通顺科技“汽车真空助力器 BA 功能设计与使用”因圆满完成了项目任务书规定的各项指标，达到预期目标，形成了一批具有自主知识产权的新技术、新产品，产生了良好的经济社会效益，由验收组一致同意通过验收。

<http://www.compressor.cn/News/qyzc/2014/1118/76048.html> Top↑

14. 思科涡旋公司 1000L 真空泵首次测试获得成功

2014 年 10 月，思科涡旋公司 1000L 涡旋真空泵在上海某制药企业（上市公

品和不断完善的行业解决方案。安捷伦科技总裁兼首席运营官、候任首席执行官 Mike McMullen 先生专程来到上海，与安捷伦科技副总裁、化学分析事业部大中华区总经理丁再福博士（Dr. Teng Chai Hock），安捷伦科技生命科学事业部大中华区总经理顾宪进先生等安捷伦中国高层经理一同出席慕尼黑分析生化展的系列活动，与中国分析行业用户分享安捷伦在生命科学、诊断和应用市场的最新动态，并重点阐述全新安捷伦的中国战略。

安捷伦科技总裁兼首席运营官、候任首席执行官 Mike McMullen 先生向到会媒体介绍安捷伦公司新战略

Mike McMullen 先生被任命为安捷伦科技总裁兼首席运营官、候任首席执行官之后，选择首先访问中国市场。对此，他表示：“中国是安捷伦全球第二大市场，中国的发展转型以及政府对民生的重视和投入给行业带来了广阔的市场空间，也为我们的发展提供了机遇。安捷伦仍将致力于提供一流、全面的实验室工作流程解决方案。在安捷伦专注的食品、环境、制药、诊断、能源化工和科研等六大市场，我们将继续发挥我们的专长，以提升公众生活品质为最终目标，并将会一如既往地贯彻聚焦中国、服务用户的战略。”

Mike McMullen 先生与安捷伦科技副总裁兼化学分析事业部大中华区总经理丁再福博士（Dr.Teng Chai Hock），安捷伦科技生命科学事业部大中华区总经理顾宪进先生一起回答媒体问题凝聚多年积淀 展现顶尖技术实力

新安捷伦将全心专注于生命科学、诊断和应用市场，精攻实验室分析测试领域。经过多年的积淀和对未来技术的不断探索努力，安捷伦稳稳占据了全球分析测试行业的领先地位，也获得了全球用户的信任。2014 年是安捷伦发展道路上的关键一年，全球用户共同见证了安捷伦公司发展史的又一里程碑，Mike

中国是全球最具活力的市场，也是安捷伦的全球第二大市场。伴随着中国行业市场的增长，安捷伦自身也不断走向成熟。Mike McMullen 先生表示，随着中国经济发展的转型和分析测试行业利好政策的不断出台，安捷伦未来增长的前景广阔。食品、环境、制药、诊断、能源化工和科研等六大重点市场领域的迅猛发展为安捷伦提供了持续的增长动力，而新能源、新材料等新兴市场领域也为安捷伦带来新的机遇。今后，安捷伦将对中国市场投入更多研发力量，深挖潜在用户需求，培养市场增长点。

与中国用户紧密协作、推动中国行业发展也是安捷伦深入中国市场的重要举措之一。安捷伦不断加强同中国权威研究机构、行业用户、特别是思想领袖的合作，为中国用户提供更有针对性的解决方案和创新应用。2013 年，安捷伦首次将“思想领袖奖”授予了中国的行业领袖——中科院生态环境研究中心江桂斌博士及中科院生物与化学跨学科研究中心袁钧瑛博士，帮助他们在各自相关的研究领域实现突破。安捷伦与行业领袖的合作成果都将及时推荐给中国的行业 and 用户。

助力实验全流程 服务提升品牌价值

当今实验室正在发生变化，时间的紧迫、资源的减少、分析技能的短缺、成本/收益的控制以及数据分析的瓶颈都是实验室目前面临的问题和挑战。此外，实验室管理者最为关注的是如何提高生产效率，这就需要优化的操作流程、先进的分析技术以及分析人员操作水平的提高。洞悉行业态势的同时，安捷伦对用户的关注已提升到实验室的整个工作流程层面。

在位于上海新国际博览中心 N2 号展厅 2102 号的展位上，安捷伦精心设置了三大功能区，包括一个涵盖食品、环境、制药、诊断、能源化工和科研等六

大重点行业解决方案展示区、一个食品检测模拟实验室以及一个多媒体互动区，向参会各方集中展示了从样品制备、进样、分离、检测到生成报告的全面实验室工作流程解决方案。安捷伦全流程解决方案将帮助用户在整个流程中高效完成分析检测工作，确保用户的检测结果真实可靠，实现业务的成功。

安捷伦一直被用户称道的不止是高品质仪器硬件和软件，还有全方位的支持服务。这不仅包括了色谱柱与仪器配件以及售后服务支持，还有 CrossLab 配件和服务，为其它品牌仪器提供配件和服务支持，将高品质的服务提供给更多用户。2013 年，安捷伦在中国率先推出双休日技术服务热线，成为业内第一家能够在周末节假日提供技术服务的公司。优质的支持服务，以及通过安捷伦 CrossLab 所实现的对跨品牌的产品支持，更为安捷伦客户提供了更多价值。

安捷伦还将参与第七届上海国际分析化学研讨会、2014 年“组学与个性化治疗”专题研讨会以及 2014 功能材料国际会议 (ICFM 2014)。届时，安捷伦资深科学家将权威发布最新的前沿技术解决方案，并现场同与会嘉宾探讨交流。

关于安捷伦科技

安捷伦科技公司（纽约证交所：A）是全球领先的测试测量公司，同时也是化学分析、生命科学、诊断、电子和通信领域的技术领导者。公司拥有 20,600 名员工，遍及全球 100 多个国家，为客户提供卓越服务。在 2013 财年，安捷伦的净收入达到 68 亿美元。了解关于安捷伦的详细信息，请访问 <http://www.agilent.com.cn/>

安捷伦于 2013 年 9 月 19 日正式宣布拆分为两家上市公司，并通过免税剥离方式拆分出电子测量公司。新的电子测量公司名称为 Keysight Technologies（是德科技）。2014 年 8 月 1 日，是德科技作为安捷伦的全资子公司开始运营。预

计整个拆分将于 2014 年 11 月初完成。

<http://www.chinesevacuum.com/ShowArticle.aspx?id=46305&pid=39>

Top↑

四、关于汉钟

1. 周二重点布局十大板块优质股

非银行金融行业周报:券商杠杆增加净利润增长 34%;寿险回升趋势确立

类别: 行业研究 机构: 申银万国证券股份有限公司

非银行金融子行业近期表现:本周非银行金融子行业均下跌,且均跑输沪深 300 指数。多元金融行业下跌 1.84%,证券行业下跌 1.47%,保险行业下跌 1.44%,非银金融总体下跌 1.49%,沪深 300 指数下跌 1.14%。公司层面看,中国人寿、鲁信创投和国金证券涨幅领先,中国太保、香溢融通和长江证券表现落后同业。

非银行金融子行业观点:

证券:

中报回顾:净利润增加 34%,杠杆增加,佣金占比下降。受益于 IPO 重启和融资融券业务的增长,上市券商上半年营业收入同比增长 29%;净利润同比增长 34%。投行、资管、利息收入大幅增加,证券承销业务收入同比大幅增长 145%;资产管理业务收入同比大幅增长 104%;利息净收入大幅增加 42%。

代理买卖证券业务收入占比继续下降,仅占 32%,行业佣金率由万分之 8 下降至万分之 7.5。2014H 上市券商代理买卖证券业务总收入 154 亿元,占比 31.7%;相比 2013H37.4%的占比下降 5.7 个百分点。券商杠杆水平大幅增加,大券商的有效杠杆显著高于中小券商。

随着监管放松,行业 ROE 空间打开,券商股的股价弹性将进一步增加,从而

打开上涨空间。持续看好估值便宜的中信、光大和华泰。

保险:

中报总体符合预期,寿险回升趋势确立,静待政策催化。1)四家上市保险公司合计净利润同比增长 21%,上半年新业务价值同比增长 16%,其中新业务价值增速为 2010 年最高。2)综合投资收益率接近 6%,受益于投资收益改善和债券市场上涨,上市公司净资产和内含价值较年初大幅增长 10%左右。3)资本公积项下可供出售金融资产浮亏由年初的 316 亿减少至 75 亿元。

“基本面+政策”双轮驱动,维持看好,公司排序中国平安>中国人寿>新华保险>中国太保。行业基本面持续乐观:1)期待养老支持政策实施,税延型养老保险预计 2015 年试点。2)保费/投资基本面持续好转,进入良性循环区间。股价催化剂:1)寿险保费增速持续改善,投资收益稳步提升,业绩不断超预期,2)养老、健康险等行业税收优惠支持政策的试点推出,3)沪港通。

多元金融:

信托业仍给予中性评级。二季末信托资产规模 12.5 万亿,首现月度负增长。二季度末信托资产总规模为 12.48 万亿元,再创历史新高,但增速放缓。伴随着规模增速的放缓,信托公司的经营收入增速和利润增速出现回落。上半年信托业实现经营收入 399 亿元,同比增长 13.68%,实现利润总额 290 亿元,同比增长 12.39%。

租赁行业:国务院发文要求重点发展融资租赁等十一项生产服务业;自贸区 FTA 账户启动或将便利融资租赁公司跨境融资交易。推荐物产中大、渤海租赁。

行业排序及重点公司推荐

行业推荐排序为证券>保险>租赁>信托,重点推荐中国平安、新华保险、光大证券、中信证券、华泰证券。

重点事件及点评

新华保险 2014 年中报点评:价值转型效果显著,险种结构改善

中国人寿 2014 年中报点评:个险渠道重要性进一步加强,综合投资收益率达 6.2%

海通证券 2014 年中报点评:佣金收入占比仅 25%,杠杆水平大幅增加

中信证券 2014 年中报点评:并表和转让资产导致本次收入大幅增加,未来杠杆倍数将继续逐步提升 有色金属周报:首推高温合金、3D 打印等新材料,关注稀土政策红利

类别: 行业研究 机构: 申银万国证券股份有限公司

投资建议:首推中重型稀土。上周有色金属行业下跌 2.80%,跑输沪深 300 指数 1.66 个百分点。上周申万有色发布发布《新材料系列报告之六高温合金深度研究——航空发动机为核心的多重领域驱动高温合金行业进入井喷式增长》,首推钢研高纳,建议关注炼石有色、抚顺特钢等个股;我们认为未来 7 年高温合金行业年复合增速将达到 17.5%,主要因为航空发动机,汽车,核电,石油石化等领域高温合金需求迅速的增长。该行业供需缺口有拉大趋势,国产化率逐年稳步提升,给予高温合金行业看好评级!上周申万有色调研了亚太科技等 3D 打印公司,2014 年铝合金产能预计 10 万吨以上,2014、2015 年预计实现净利润 2.1 和 2.7 亿元,对应 EPS0.48/0.65 元,成长稳健,建议关注!我们认为稀土行业即将进入政策密集推送期,特别是反腐和矿山集中度提高有助于提升政策作用,同时需求将保持稳定,价格筑底向上是我们为此轮政策能够刺激价格上行的一大关键;申万有色强烈看好战略小金属中重型稀土(五矿稀土、广晟有色、厦门钨业等)的触底上行空间。

我们认为新能源汽车产业链具有中长期投资价值,维持高性能钕铁硼和锂电行业看好评级,强烈关注中科三环、宁波韵升,维持正海磁材买入评级,赣锋锂业增持评级;我们认为赣锋锂业短期股价或跟随大盘波动,建议 20 元以下可积极关注!。此外建议关注:东睦股份,业绩 3 年复合增长 50% 以上。

天通股份,等待消费类电子领域蓝宝石手机屏幕供货突破。本周投资组合:厦门钨业,中科三环,天齐锂业、钢研高纳。

俄乌全面战争预期激增,大宗商品大幅震荡。上周美国经济数据优异、中国定向降息、俄罗斯被认为入侵乌克兰领土引发市场避险情绪,大宗商品大幅震荡。上周 LME 三月期铝、锌、镍和 COMEX 黄金分别上涨 1.62%、0.30%、0.27% 和 0.60%;LME 三月期铜、铅和锡分别下跌 1.33%、0.55% 和 1.13%;上周 LME 锌库存单周大涨 12.30%、持续下降库存的大幅回升暗示供给端人为的紧张可能暂告一个段落,铝成为最后的多头;我们密切留意中国进口铜、锌情况,青岛港事件后贸易融资遭遇打击进口数量锐减,在价格预期向下时容易放大上述事件的影响,从而导致大宗商品价格断崖式下跌。本周五美国将公布 8 月非农数据与失业率,是本周所有数据的重中之重! 首批免征购置税新能源车目录发布,稀土价格再现僵局。工信部 29 日发布了首批免征车辆购置税的新能源汽车车型目录。共有来自广汽、比亚迪、东风、上汽等 11 个内资企业的 23 款新能源乘用车入围首批目录。其它小金属方面,国外钼价开始下跌,美国钼铁 15.4(跌 0.4)-16(跌 0.5)美元/千克钼,欧洲钼铁 32.3(涨 0.5)-32.5(涨 0.4)美元/千克钼,下游需求整体未见明显好转。稀土方面,上周稀土价格稳定,市场成交量一般,商家观望后市。关于收储货物是否上交,打黑到什么阶段,还没有确定消息,另外各个阶段商家资金流困难,现款成交为主流,大厂出货价格坚挺。上周,氧化镨钕维持报价在 30.8-31

万元/吨,氧化镉报价在 145 万元/吨,氧化铽 285 万元/吨,均无明显变化。 机械
行业周报:东莞每年 2 亿补贴机器换人,国务院出台水治理政策

类别: 行业研究 机构: 国泰君安证券股份有限公司

机器人:慧聪工业机械网讯,8 月 27 日,东莞市经信局组织召开“机器换人”专项资金管理办法宣讲会,市政府从 2014 年起每年给予 2 亿元的“机器换人”专项资金扶持,目的是惠及所有的大中小企业。正如我们 8 月 28 号机械策略报告的观点,产业政策持续为机器人板块提供催化剂。预计继东莞之后,还将有更多的地方出台类似的实质性补贴政策,甚至不排除中央层面出台类似的补贴政策。①从产业链角度,我们目前相对看好以系统集成为主的企业或者与外资合作的企业,代表企业有机器人、博实股份、慈星股份、上海机电、亚威股份等。②从行业现状与产业政策角度,那些受益产业政策且市值较小的公司更有市值弹性。受益标的包括华昌达、新时达、京山轻机、东方精工等。③综上分析,重点推荐巨星科技、博实股份、亚威股份。

环保设备:人民网 8 月 28 日讯,国务院办公厅近日印发《关于进一步推进排污权有偿使用和交易试点工作的指导意见》,部署充分发挥市场机制在环境保护和污染物减排中的作用,促进主要污染物排放总量持续有效减少。我们认为,除了常见的大气和固废污染之外,市政和工业水污染已经严重威胁到了居民的健康安全,为了解决污水处理问题,国务院、环保部相继出台了一系列水资源治理政策,污水处理业务有望迎来快速发展期,推荐新界泵业,重点推荐新界泵业、兴源过滤、双良节能,受益公司包括隆华节能、南方泵业。

电梯:共利电梯网讯,8 月 26 日,山东省质监局公开征求意见,电梯维护保养单位应为每台电梯建立单独的台账,其维护保养记录、急修和自检记录的保存期

应不少于 4 年。我们认为,此次山东质监局出台电梯维保征求意见稿,对电梯日常维保做了进一步的细化,表明地方政府开始陆续重视电梯维保,维保政策将提高行业进入门槛,加速行业集中度提升,行业供给开始收缩,龙头电梯企业市占率提升将推动盈利能力提高,重点推荐上海机电、康力电梯、广日电梯。

公司基本面跟踪及点评:①中国北车“海外成长路径逐渐清晰”更新报告;②徐工机械、汉钟精机、雪人股份、东方电热、北方创业、恒泰艾普、新界泵业、巨星科技、中国北车 2014 年中报点评。

总体观点:围绕成长与变革,重点推荐徐工机械、巨星科技、中国北车、上海机电、云内动力、博实股份。汽车行业:购置税减免落地,行情有望再启动

类别: 行业研究 机构: 海通证券股份有限公司

事件:

2014 年 8 月 29 日,工信部、国税总局联合发布《免征车辆购置税的新能源汽车车型目录(第一批)》,其中进入目录的纯电动乘用车 17 款,纯电动客车 75 款,纯电动专用车 5 款,插电式混动乘用车 6 款,插电式混动客车 10 款;购置税减免落地,多种车型性价比凸显。

点评:

购置税减免将进一步刺激销量提升。购置税减免政策落地,反映政府推广新能源汽车的决心和力度,未来可能采用购置税减免目录作为全国目录,贯彻并取代地方目录。目前看,多种新能源车型在补贴到位后,对比传统燃油车竞争车型,在不考虑节油和牌照优惠的情况下,具有价格优势,性价比优势凸显。新能源公交购置税减免纳入,体现未来公交电动化决心。

首批目录纳入微型电动车,未来补贴范围有望扩大。首次减免购置税车型纳

入吉利汽车下属的“康迪”两款电动车型,微型电动汽车进入目录范围,体现国家对微型电动汽车的鼓励态度。我们预计,包括众泰品牌下属“时空”、“新大洋”等微型电动车,有望进入未来批次的《目录》当中。

新能源汽车行情仍未结束,等待“销量兑现+政策加码”。新能源汽车政策已逐步落地,我们在等待什么?等待连续两年行业增速 300%的高弹性。9 月份宝马(i3)、启辰(晨风)、比亚迪(腾势)等多款重量级车型将上市,加上购置税减免的强有力刺激,预计全行业销量有望从 5500 台跃升至 8000 台以上。9 月新能源汽车销量确认之后,板块有望迎来“业绩预期+估值”水涨船高的戴维斯双击!此外,预计未来行情催化剂来源于 5 个方面:一是中国近期传闻设立千亿基金投入新能源汽车产业;二是削减公交客车燃油补贴鼓励新能源公交;三是地方政府补贴政策落地;四是新能源乘用车独立生产资质发放;五是新车型陆续投放以及购置税减免后销售放量。

“短周期爆发”之后,还有“长周期成长”。中国政府目标推动本土中低端产业链高弹性(微型电动车),而全球汽车龙头(宝马、通用、日产等)正在搭建全球新能源汽车的核心供应链,三星、LG 等动力锂电池正在加快布局。三星和 LG 在华动力锂电池的投资和规模远超预期,宝马电动车不只是 i3、i8,还有全品系插电版,空间扩容十倍!影响未来十年的新能源汽车产业链架构将在 2015 年形成,推荐全球产业链成长型公司均胜电子,重点关注当升科技、新宙邦。此外,新能源公交产业链条,产值大、利润高、政府主导、确定性高,跟踪政府订单方向,推荐松芝股份、沧州明珠,重点关注拓邦股份。经过产业链验证的多氟多(微型电动车)、比亚迪(比亚迪产业链)依然是行情龙头,调整充分仍建议配置。

风险提示。新能源汽车推广低于预期。机械行业周报:重点关注航空发动

机产业革命

类别：行业研究 机构：申银万国证券股份有限公司

国防军工:关注航空发动机产业革命。参考罗罗公司市值从 1988 年的 19.15 亿美元上升到 2013 年的 397 亿美元,26 年市值增长超过 20 倍,其市值的扩大主要体现了欧美航空发动机体制的革新——重视预研和 AA 制多元化经营。我们认为制约中国航空发动机产业发展的核心因素在于投入不足和体制机制的落后,未来随着我国设立航空发动机重大专项和成立单独的发动机公司,中国航空发动机产业链的公司将有望复制罗罗公司 20 倍成长的路径。我们认为随着中国航空发动机产业体制机制和定价体系改革的推进,航空发动机产业链将充分分享未来中国国防军工、燃气轮机及民机行业发展的机遇。龙头总装企业航空动力的市值空间将从目前的 500 多亿上升至 2020 年的 1000-1500 亿,复合增长率为 12%-20%。同时关注航空发动机产业链的钢研高纳、炼石有色、中航动控等公司的成长性。

北斗导航:方向明确,下半年是关键。总参谋部日前发布《中国人民解放军卫星导航应用管理规定》,自 2014 年 6 月 1 日起施行。北斗军事领域的应用尤其是通装集采一直低于市场预期,《规定》出台或将加快采购的进程;发改委下发了《关于组织开展北斗卫星导航产业重大应用示范发展专项的预通知》主要在电力授时、公安警务、建筑安全监测、海关物流监管、保险综合应用、海洋开发利用、林业生态保护、消费电子等 8 个行业领域的示范应用和消防救援、智能公共交通、民生关爱、城市物流配送、市政精细管理、地下管网安全、精准农业、智慧旅游等领域的区域推广应用。政策密集出台,显示在国家安全驱使下,北斗导航应用加速。政策出台后,效果要等下半年检验,建议稳健的投资者买

入中国卫星(行业启动+事业单位改制受益)、海格通信,进攻型投资者可以关注振芯科技、北斗星通、华力创通。

能源设备:“华龙一号”自主三代核电品牌通过专家组评审,示范工程已具备开工条件。8月21日至22日,由国家能源局、国家核安全局牵头,我国43位院士专家组成的专家组对“华龙一号”总体技术方案进行评审,认为“华龙一号”成熟性、安全性和经济性可满足三代核电技术要求,设计技术、设备制造和运行维护技术等领域的核心技术具有自主知识产权,是目前国内可以自主出口的核电机型。目前中核集团和中广核集团目标示范工程前期准备工作进展良好,具备开工条件。国际能源署在《2040全球能源展望》中提出几乎在未来30年间全球核电的增长主要集中在发展中国家,发达国家最显著的特征将是更换使用寿命即将到期核电站的设备。据媒体在7月29日中国核电可持续发展高峰论坛上获悉,国务院总理李克强在近期一次会议上表态称“(核电)年底之前怎么样都要启动了”。我们认为:核电项目重启后,后续核电装机规划的调整以及项目核准及开工的节奏直接影响核电板块相关投资标的的选择以及空间判断。我们判断,2014年和2015年为已开工核电项目投入商业运营以及新开工项目数量的第一高峰期,十三五内陆核电的放开将打开成长空间且迎来第二高峰。从投资上看,核电项目重启将带来整个板块估值提升;实际受益次序上看,长周期设备早于短周期设备,但短周期设备弹性更佳。对长周期设备来说,2014-2015年的订单能否超预期主要取决于2016-2017年左右的新开工数量,核心关注核电装机规划的上调以及“十三五”内陆核电站是否放开;对于短周期设备,其招标基本同项目开工时间同步,因此目前核电开工数量的明显回暖将增强短周期设备公司近1-2年订单的相对确定性增长,建议关注丹甫股份、佳电股份、东方电气、中国一重等。

此外,重点关注余热发电合同能源管理首选标的天壕节能。

轨道交通:土地综合开发意见出台,铁路投融资体制改革再进一步。8月11日国务院办公厅印发《关于支持铁路建设实施土地综合开发的意见》,提出土地综合开发三大原则,明确现有铁路用地以及新建铁路站场的开发要求,提出了相关配套政策和监管措施。本次《意见》的发布是对13年8月《铁路投融资体制改革方案》中土地综合开发的细化,存量和增量土地都给出了明确建议。多地跃跃欲试,实际效果值得期待。我们认为,国际经验来看,香港地铁"地铁+物业"的盈利模式值得借鉴,目前港铁收入构成中客运占比64%,多元业务(车站商务、物流发展、租赁管理等)占比36%,且多元业务营业利润率高达74%高于客运的44%,使得港铁ROE超过10%高于广深的5%-6%。方案出台后,包括广东、福建、江西、安徽、四川等明确表示要通过铁路沿线土地开发来弥补铁路建设资金不足。8月绿地地铁投资发展公司的成立(绿地集团牵头联合申通地铁和上海建工等沪上企业在全国多地开展地铁投资者开发业务)标志着未来土地综合开发的新模式开启。此外,税费优惠或减免政策值得期待。我们认为,从铁路设备板块的投资驱动力来看,常规订单对股价影响不大,核心是国家战略的调整,包括投资规划的上调以及影响铁路行业长期发展的投融资体制改革。2014年固定资产投资的上调预期已在不断验证和强化过程中(已三次上调至8000亿),且继续上调仍具可能性,设备投资额增至1430亿,同比增长38%。铁路投融资体制改革的持续深化、近期铁总可能性的动车组招标以及"高铁外交"带来的出口业务都将成影响行业发展的积极因素,我们继续推荐业绩确定性高且估值便宜的(601766)中国南车和(601299)中国北车,积极关注7月深度报告推荐的(300011)鼎汉技术,以及永贵电器和北方创业。

智能装备:日本工业机器人巨头 2016 年起将在华生产核心部件。据《日本经济新闻》8 月 12 日报道,日本控制设备巨头纳博特斯克将自 2016 年起开始在中国生产工业机器人用核心零部件精密减速器。预计投资将近 50 亿日元,力争 2016 年年产 10 万台工业机器人,到 2020 年提高至 20 万台。目前正在江苏、上海等地寻找工厂用地。纳博特斯克目前在全球市场占有率有约 60%的份额,该公司整体的年产能力将增加约 20%,达到 70 万台。作为该公司唯一的生产基地,日本三重县工厂的开工率已经超过 90%,增产空间越来越小。此外,2013 年不二越和安川电机在国内建立了工业机器人生产基地,而川崎重工业也将于 2015 年启用新工厂。据国际机器人联合会统计,外资企业在华销售工业机器人总量超过 27000 台,较上年增长 20%。2013 年国内机器人企业统计数据,2013 年国内企业在我国销售工业机器人总量超过 9600 台,相比 2012 年同比增长了 3 倍。综合两份数据,2013 年中国市场共销售工业机器人近 37000 台,约占全球销量的五分之一,总销量超过日本,成为全球第一大工业机器人市场。A 股在标的的选择上,我们更加看重往机器人产业链上游延伸的企业,即拥有机器人单体和关键零部件技术的企业,看好上海机电、汇川技术、机器人、博实股份、新时达和巨轮股份,同时建议关注慈星股份。

本周是申万机械组合第三期第一周,推荐三一重工、中联重科、山推股份、中国卫星、北斗星通、陕鼓动力、尤洛卡、亚威股份、开山股份、杰瑞股份。
平媒及互联网行业周报:政策利好拉动平媒上涨

类别: 行业研究 机构: 上海证券有限责任公司

传媒板块一周表现回顾:

受相关政策支持及利好消息的影响,上周传媒板块表现突出,呈大幅上涨趋

势,涨幅为 8.91%,各子板块呈全线上涨,其中平面媒体板块涨幅最大,上涨 13.99%;其次是整合营销,涨幅为 7.90%;互联网上涨 7.73%;广播电视上涨 6.13%,电影动画上涨 4.17%。板块整体表现好于同期沪深 300 指数 10.27%,在所有板块中表现居于第一位。同期沪深 300 指数上涨 1.36%。个股方面,受传媒板块整体影响,除了掌趣科技、长江传媒和东方明珠仍属于停牌状态,其他重点个股全线上涨:其中人民网涨幅高达 37.60%;浙报传媒、新华传媒和出版传媒分别上涨 36.41%、36.02%和 35.58%,居于板块涨幅前列;粤传媒、凤凰传媒和华智控股,分别上涨 17.27%和 16.70%和 16.59%;中文传媒和华谊嘉信分别上涨 15.92%和 10.75%,以上均为两位数幅度上涨;华数传媒、中南传媒和蓝色光标分别上涨 9.96%、9.24%和 8.32%;吉视传媒上涨 8.29%,时代出版和皖新传媒分别上涨 7.79%和 4.92%。

行业最新动态:

平媒及互联网行业:

政策利好拉动平媒上涨。凤凰传媒 8 月 20 日发布公告称,凤凰教育的全资子公司获得包括迪斯尼、孩之宝、芝麻街工作室在内的 13 家公司的卡通形象出版许可授权转让,涉及 25 个产品系列 100 多个卡通形象。此前,公司旗下的凤凰云计算中心通过了省通信管理局、互联网协会的核准,成功取得两大互联网运营执照。时代出版公司与中国联合网络通信有限公司安徽省分公司签署《合作协议》。为积极助推公司“时光流影 TIMEFACE”数字平台项目。此前公司与科大讯飞股份有限公司签署《战略合作框架协议》。主要着眼于数字化发展趋势和企业可持续发展,推动双方在在线教育、互动数字幼教领域等方面的重点合作。人民网公司上半年实现营业收入 6.2 亿元,同比增长 50.18%;净利润 9620.71

万元,同比下降 4.25%;基本每股收益 0.17 元。人民网 2013 年新拓展的互联网彩票服务业务,今年上半年实现营收近 9000 万元,毛利率高达 82.59%。顺网科技公司拟以超募资金 9360 万元收购杭州浮云网络科技有限公司 80% 股权。此次收购弥补了公司在休闲游戏方面的不足,对于提升互联网娱乐平台影响力及丰富面向互联网用户的产品和服务均起到积极的推进作用。

投资建议:

未来十二个月内,维持传媒行业“增持”评级

受相关政策支持及利好消息的影响,上周传媒板块表现突出,呈大幅上涨趋势,涨幅为 8.91%,各子板块呈全线上涨,其中平面媒体板块涨幅最大,上涨 13.99%;其次是整合营销,涨幅为 7.90%;互联网上涨 7.73%;广播电视上涨 6.13%,电影动画上涨 4.17%。板块整体表现好于同期沪深 300 指数 10.27%,在所有板块中表现居于第一位。同期沪深 300 指数上涨 1.36%。继上周中央审议通过《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》,明确支持新型媒体集团发展,旗帜鲜明的政策极大推动了市场,上周传媒行业表现突出,在所有行业中涨幅排名第一。基于传媒行业处于改革推动行业发展的拐点,以平面媒体为首的国有传媒集团原先处于传媒行业改革步伐的末端,迎来了政策支撑和市场期待的发展机遇。我们认为相关重点个股近期会表现良好,建议继续关注:其一,估值相对较低、转型在即的大型国资传媒集团。其二、中期业绩良好,收购活跃的互联网及其他传媒类公司。相关上市公司:凤凰传媒、时代出版、人民网、顺网科技。医药生物行业周报:药品招标持续推进,医疗服务准入放宽

类别: 行业研究 机构: 太平洋证券股份有限公司

上周市场回顾:

上周医药板块涨幅居中,排在第 14 位,增幅为 3.93%,同期沪深 300 指数涨幅为 1.36%。各行业板块中传媒表现最好,大涨 9.06%。医药各子板块中化学制药(+5.24%)和医药商业(+5.01%)、医疗服务(+4.65)表现相对较好,其中化学制药中化学原料药大涨 7.79%。医疗器械(++3.91%)、生物制药(+3.71%)和中药(+2.25%)相对滞后。最近一月医药板块表现相对疲软,增幅为 11.56%,弱于沪深 300 指数(11.66%)。

行业热点:

- 1) 李克强总理提出简政放权,“先照后证”鼓励社会资本办医;
- 2) “三保合一”或将成立一个类似“医保基金管理中心”的第三方机构进行统一管理;
- 3) 安徽省发布《关于加强医疗机构静脉输液管理的通知》以降低不合理使用静脉输液比例;
- 4) 国家卫计委召开推进国产医疗设备发展应用会议,重点推动三甲医院应用国产医疗设备;
- 5) 国家食品药品监督管理总局(CFDA)正着手研究制定首批网上放开销售的药品目录,利好医药电商业发展;
- 6) 四川、浙江发布 2014 年医疗机构药品集中采购实施方案征求意见,招标政策相对温和,实行量价结合,独家产品优质产品相对获益。

投资建议:

上周行情受到众多消息影响。网上放开销售的药品目录将出的消息影响下医药电商有较大幅度增长;安徽省关于静脉输液的管制导致大输液和中药注射液相关企业股价有所下滑,但由于市场早有预期,调整幅度有限。

上周医疗服务和医疗器械政策层面均有利好消息,我们预期未来仍有政策出台,建议重点关注。浙江和四川作为用药大省,招标较为强势,建议持续关注与招标进展相关的药企,包括莱美药业、恩华药业,持续关注天士力、东阿阿胶。

风险提示:

政策变化。 食品饮料 2014 年半年报综述&三季度前瞻:关注 3Q14 业绩高增长或增速环比明显改善品种

类别: 行业研究 机构: 平安证券有限责任公司

摘要:白酒 2Q14 营收降幅收窄,茅五中报风险已释放,投资者可择机增持。葡萄酒、啤酒 3Q14 业绩仍难改善。食品行业营收将保持平稳增长,毛利率提升将推动乳制品与调味品净利增速快于营收。3Q14 食品龙头股有望获得基金增持。我们建议投资者关注两类品种:(1)3Q14 净利增速环比明显改善品种,包括大北农、安琪酵母、伊利股份等;(2)净利增速较快的品种,包括南方食品、海天味业等。

白酒 2Q14 营收降幅收窄,茅五中报风险已释放。白酒 2Q14 营收降幅明显收窄。展望 3Q14,考虑到整风运动导致茅五在政务和国企领域需求在 1H13 被基本挤出,2H14 将不再受此因素影响,一线白酒营收有望同比持平;非一线白酒营收降幅有望继续收窄,不过由于渠道、产品调整仍有不确定性,营收可能继续延续下滑态势。2Q14 茅台营收、净利出现小幅下滑,报表调整意味着见底;高基数导致五粮液 2Q14 收入继续下降,2H14 可能展现出销量和业绩的高弹性。中报结束后,茅五报表调整压力已充分体现,建议投资者可择机增持。

白酒重点公司中,3Q14 净利增速由高至低分别为:顺鑫农业(707%)、五粮液(15%)、古井贡(10%)、青青稞酒(5%)、贵州茅台(-8%)、洋河股份(-13%)、泸州

老窖(-41%)、山西汾酒(-45%)、老白干(-39%)、沱牌舍得(扭亏)。

其它酒类未来业绩仍难改善。葡萄酒行业调整仍可能延续,主要考虑需求端并未见回升,且经济不景气可能进一步拖累需求,进口酒仍将推动国产葡萄酒企业降级降价;啤酒收入可保持平稳增长,行业竞争格局未稳,盈利能力难有明显提升。其它酒类重点公司中,3Q14 净利增速预测由高至低分别为:青岛啤酒(13%)、张裕(-4%)、古越龙山(-37%)。

估计 3Q14 食品行业营收将保持平稳增长,毛利率提升带动乳制品、调味品净利增速快于营收。乳制品 3Q14 提价效应将会减弱,但降价及促销将刺激产品需求,预计乳制品营收增速可达 15%;猪价回升带来屠宰子行业收入增速有望同比改善,消费旺季带动肉制品销量环比改善,预计肉制品 3Q14 营收增速在 10% 左右。渠道拓展与品类扩张仍可推动调味品营收增 15%。整体看食品行业营收将保持平稳增长,受益于毛利率提升,乳制品与调味品净利增速将快于营收。食品重点公司中,3Q14 净利增速预测由高至低分别为:南方食品(201%)、大北农(57%)、中炬高新(45%)、海天味业(28%)、安琪酵母(21%)、伊利股份(21%)、双汇发展(8%)、贝因美(-15%)。

3Q14 食品龙头股有望获得基金增持。2Q14 食品饮料占基金股票比例降至 6.4%,已经连续四个季度回落。2Q14 基金持有重仓股中,除五粮液外其余白酒及大部分食品龙头均被减持。我们判断受益于白酒渠道体系逐步恢复,部分食品龙头估值回落,业绩成长相对确定,3Q14 食品龙头股有望重获市场增持。

建议投资者 3Q14 可关注两类品种:(1)3Q14 净利增速环比明显改善品种,包括大北农、安琪酵母、伊利股份等;(2)净利增速较快的品种,包括南方食品、海天味业等。

风险提示:白酒产业链调整的时间超出我们预期。大众品成本上涨幅度超出我们的预期。 机械军工周报:继续看好海工装备、铁路设备、智能装备

类别: 行业研究 机构: 广发证券股份有限公司

上周市场观察:汇丰银行公布 8 月中国制造业 PMI 指数初值为 50.3,反映了工业品需求和投资增速回落的态势。政策方面,国家审计署进行全国首次土地财政审计,媒体集中报道国企管理层薪酬问题。上周,沪深 300 指数上涨 0.2%,创业板综指上涨 4.5%再创历史新高,而机械设备指数上涨 2.7%,国防军工指数上涨 3.1%。

机械观点与组合:近期经济数据表明国内经济增速是区间波动,上下行的空间有限,但外需平稳、政策积极意味着系统性风险相对可控,为转型升级的企业提供了良好环境。基于需求分化明显,我们维持机械行业“持有”的投资评级,建议通过海外平稳复苏、国内转型改革两条主线把握机会,重点看好海工装备、铁路设备、智能装备等高端装备板块,给予“买入”评级的推荐组合包括:中集集团、润邦股份、振华重工、中国船舶、中国北车、中国南车、海油工程、南方泵业、机器人、亚威股份、巨星科技、长荣股份。

军工观点与组合:上周军工板块表现较强,长期来看,军工行业的高估值将会在未来军工证券化率不断提高、技术不断提升、军民领域充分发展的过程中逐渐得到消化。因此,投资军工需要适应军工行业自身业务的长周期基本面和短期市场波动性较大的特点。综合市场和催化剂因素,我们继续推荐受益于军民融合政策、强军装备需求的公司,维持军工组合为:中航光电、航天电器、海格通信、海特高新、航空动力、国睿科技。

风险提示:宏观经济变化导致机械产品需求的大幅波动;原材料价格上升压

制机械企业盈利能力;汇率变化导致出口占比较高企业的盈利波动;国防军工领域相关资产证券化进程具有不确定性等。 航空航天军工:新军事革命号角吹响,军工迎来新机遇

类别: 行业研究 机构: 国泰君安证券股份有限公司

应对世界军事革命挑战,加大国防投入是必然。据新华社报道,近日习近平在主持中共中央政治局第十七次集体学习时强调:①世界新军事革命既是机遇,也是挑战。要准确把握世界军事发展新趋势,与时俱进大力推进军事创新,有针对性推进国防和军队建设改革。②这场前所未有的军事大变革,以信息化为核心,以重塑军事体系为主要目标,不仅反映在科技进步、理论创新,还反映在军事制度深刻变革上。③世界新军事革命直接影响着国家综合国力,与世界政治经济等领域发展变化相互呼应、相互影响。我们认为,此次会议背景是加快推动中国的新军事变革的起点,特别强调了世界新军事革命与国际关系变革的一致关系,预计我国军事改革步伐将加快,国防投入将维持在15%左右较高增速。

改革号角已吹响,预计四中全会前后将加速落地。在最高决策层对国防和军队建设作出的战略筹划和顶层设计后,我们预计我国军队系统在体制编制、组织编制、装备体系、战略战术、管理模式等的改革,将有望在四中全会前后取得突破。根据此次会议论述,我们推测未来我国军事体制化改革的主要方向可能有:①成立联合作战领导机构:以“改变单一军种作战的思维定势,树立诸军兵种一体化联合作战的思想观念”。②成立新兵种:为符合信息化作战的需求,预计我国有望效仿美国,加快组建网军、天军等新的军事部队构成。③成立新陆军:加快推进陆军由机械化向信息化转型,弱化陆军在总部的影响力,改变陆军独大的局面。

一系列变革将催生国防装备的结构性调整:①习近平此番讲话多次强调信息化的重要性,我们预计我国对信息安全、网络攻防、精确制导、通信联络等信息化装备的采购投入将呈现持续高强度地增加,并有望超出市场预期。②若成立联合作战领导机构和新兵种,将有利于我国太空作战部门和通讯指挥的加速整合。③为了促进军事创新,预计我国军品定价体系和采购机制也将做出调整。我们预计,军工短期催化剂不断,这可能将引起市场对军事改革预期的积极变化,维持行业“增持”评级。

受益标的:从板块看,我们认为航天系和电子系最为受益。具体标的有:①信息化类:奥普光电、国睿科技、长城信息、四创电子、卫士通、杰赛科技、金信诺、同方国芯、中航电子等;②空间作天动力、航天长峰、航天晨光、中国卫星、航天通信等。

风险因素:国防改革进度慢于预期的风险;国防开支低于预期的风险。

<http://www.opsteel.cn/news/2014-09/020D1F8A8C9C2F49E050080A7EC923C3.html>

Top↑

2. 冷链行业相关上市公司 汉钟精机深耕中小型冷库

以电商为代表的下游企业对冷链的大规模投资,直接带动了整个产业上中游,尤其是冷链装备的需求。而冷链装备企业又大致可分为五类,第一类是做制冷设备核心部件压缩机的企业;第二类是压缩机的下游,如制冰机企业;第三类是能提供整套制冷设备的企业;第四类是冷链运输相关企业;第五类是冷库建设企业。对于不同类型的企业,《每日经济新闻》记者选取了典型个体,对它们最新的动态进行了调查采访。

汉钟精机:深耕中小型冷库/

资料显示，汉钟精机（002158，SZ）主要从事螺杆式压缩机相应技术的研究开发、生产销售及售后服务，主要产品包括螺杆式/离心式制冷压缩机、螺杆式冷冻压缩机、螺杆式空气压缩机等。

汉钟精机7月7日在投资者关系互动平台上称，在国家政策规划下，冷链物流是重点项目，特别是中小型冷库需求很大，值得公司深耕细作，力求让其成为公司另一个新的增长点。

值得注意的是，以中小型冷库为主，正是汉钟精机追求差异化竞争的主要策略，竞争对手大冷股份、烟台冰轮擅长的都是大型冷库。

汉钟精机证券部人士告诉《每日经济新闻》记者，未来几年整个冷冻冷藏行业大概有20%左右的增速，“我们希望每年能达到30%左右的增速，这是公司制定的一个目标。”

华泰证券分析师徐才华曾表示，中小型冷库市场正处于快速成长期，我国的冷链宅配网络基本是从零做起，宅配所需的中小型冷库投资规模小，容易放量，因此生鲜电商的崛起将拉动中小型冷库建设的高速增长。

据华泰证券测算，冷链宅配所需中小型冷库的规模在2015年前将达到900万~1200万吨，投资规模为270亿~360亿元。同时，由于冷链宅配网络在2013年才初步启动，因此未来2~3年是中小型冷库需求的爆发期。作为适用于中小型冷库的压缩机类型，半封闭活塞机、小型螺杆机等未来三年有望保持50%以上的增速。

雪人股份：业务延伸至上游/

在巩固原有制冰业务的基础上，雪人股份（002639，SZ）在6月初又计划向压缩冷凝机组迈进。

6月9日晚，雪人股份发布非公开发行股票预案，公司拟募集资金总额不超过43360万元用于投资冷冻冷藏压缩冷凝机组组装及配套项目以及补充流动资金。雪人股份董秘周伟贤在接受《每日经济新闻》记者采访时表示，公司看好冷链行业的发展前景。

雪人股份于2011年底登陆资本市场。主营业务为制冰、储冰、送冰设备及系统的研发、生产及销售等，是中国最大的制冰设备及制冰系统生产商和供应商之一。

雪人股份在公告中表示，在庞大的市场需求背景下，我国的冷链物流产业已面临重大的发展机遇，尤其是为已经开始建设自有冷链系统、冷冻冷藏设备设计生产企业、温控物流系统提供及维护企业提供了巨大的商机。

虽然看好这个行业的发展前景，但是周伟贤对行业的一些现状也感到忧虑。他认为，冷链行业目前存在制冷效率低、行业标准未规范、节能环保问题未彻底解决等挑战。

烟台冰轮：推广新型制冷系统/

烟台冰轮（000811，SZ）是国内综合性制冷设备企业，公司正在推广的新设备叫“NH₃/CO₂复叠制冷系统”，可以解决周伟贤所提到的节能环保问题。据烟台冰轮董秘孙秀欣介绍，新的设备是“用二氧化碳的制冷系统来替代氨制冷系统。”

科学研究表明，常用制冷物质氟利昂对臭氧层有较大破坏作用，目前全球都在逐步禁用这种制冷剂。氨在工商业制冷领域应用较广，有价格低廉、性能优良等特点，但其致命弱点是可燃、有毒，容易引发安全事故。

氨制冷剂的这种潜在危险性引发业内深思，研发氨制冷系统的替代技术迫

在眉睫。烟台冰轮“NH₃/CO₂ 复叠制冷系统”的成功推出，是这方面的巨大进步。孙秀欣向记者表示，烟台冰轮已经在海外推广该产品。

据悉，这种复叠制冷系统虽然也会用到氨，但注入量只有原来的十分之一，安全性能得到较好保障。二氧化碳制冷剂对臭氧则不产生破坏作用，也几乎没有温室效应。

东兴证券在一篇研究报告中提到，烟台冰轮上述新产品大幅降低氨使用量，具有安全、环保、节能优势。系统后期运营成本低，但初始投资比氨制冷成本高 30% 以内。

今年 2 月，由獐子岛集团、日本报水株式会社等共同投资建设的獐子岛中央冷藏物流项目落成，该项目由烟台冰轮承建，是中国目前最大的应用二氧化碳制冷系统的冷藏物流项目。

大冷股份：全产业链布局/

大冷股份（000530，SZ）的产品涉及工业制冷、冷冻冷藏、中央及商用空调等领域，公司称“覆盖了制冷产业链的关键领域，打造了中国最完整的冷热产业链”。

所谓“最完整”是指，公司本部的大中型冷库机组对接冷链干线建设；联营企业三洋压缩机的涡旋机、半封闭活塞机供应中小型冷库和冷藏车用机组；三洋冷链的冷库项目覆盖超市冷链市场。

公司董秘宋文宝在接受《每日经济新闻》记者采访时表示，大冷股份是家老公司，产品布局目前没有变化。

不过，记者也注意到，宋文宝 7 月份曾对外表示，菱重冰山制冷（大连）有限公司目前正在按计划筹建，下半年有望开始生产。该公司主要从事离心式

冷冻机的制造、销售和服务，其资本金为 8000 万元，三菱重工占 55% 股份，大冷股份占 45%。

宋文宝告诉记者，公司对冷链行业的发展充满信心，会积极关注行业的发展。

福田汽车：开拓定制冷藏车市场/

福田汽车（600166，SH）是较早涉足冷链汽车的企业之一。

6 月 29 日，福田商务汽车携旗下冷链行业定制冷藏车首次在上海与消费者见面。据了解，该车具有较好的保鲜性能和承载力，是福田汽车拓展冷链物流行业的新举措。

公开资料显示，福田冷藏车类型较多，以小型冷藏车为代表的车型有福田时代驭菱冷藏车，货厢长度为 2.6 米左右，这一系列车型主要用于一些市区及乡镇的超市、酒店、宾馆的冷藏冷冻食品物流配送。

更大一些的车型有福田欧马可冷藏车，货厢长度在 4 米~4.2 米之间。另外还有一些属于中重卡系列的冷藏车，例如福田欧曼 ETX 冷藏车，厢体长度较长，这种中重型冷藏车主要适用于一些长途运输。

福田奥铃品牌负责人于今年 3 月在第七届全国冷藏运输及冷藏库高峰论坛上表示，今年奥铃确立 10 万台的销售目标，专用车市场是重要的增长点，特别是冷链物流市场更是奥铃重点开拓的市场。

<http://money.163.com/14/0909/01/A5LNPDUK00253B0H.html>

Top↑

3. 电商巨头掀冷链投资热 10 股暗藏暴涨因子

自 2013 年以来，冷链行业因电商巨头的介入而变得热闹非凡——天猫、

菜鸟、京东、苏宁易购、顺丰优选等企业宣布或者已经斥巨资建设冷链物流。獐子岛、雨润食品等食品企业，则是将自身的经营贴上冷链的标签，以抢占更多的市场份额。

冷链究竟是一个什么样的行业，电商巨头们为何不约而同地追捧，甚至有“电商不做生鲜等死，做了生鲜找死”这样激进的论断？

《每日经济新闻》记者在采访中发现，冷链行业前景广阔，发展态势迅猛。与此同时，这个行业也充满了挑战、困难和无奈，一些公司还未看到黎明，便倒在了前进的路上。

做还是不做生鲜冷链，对众电商而言，已经不再是一个艰难的抉择。

《每日经济新闻》记者调查了解到，近两年电商发起的冷链产业投资热潮，直接原因是天时地利同时形成。所谓天时，是指中国城镇化迅速推进，居民消费水平普遍提高，对更高品质的生鲜食品的消费需求提高；所谓地利，是电商特有的优势，如物流优势，消费群体广泛的优势，减少了中间环节，降低成本并提高毛利。

巨头争相布局冷链/

2013年4月，1号店上线生鲜品类“1号果园”，今年4月，其自营蔬菜也正式上线，蔬菜品类对供应链的要求更高，1号店采用自建冷链(占70%)和外包方式进行全程冷链运输。

2013年7月，天猫宣布试水生鲜冷链物流，与第三方物流企业合作，把冷链运输、高端快递、宅配、航空等物流资源统一整合在一个平台上，部分线路全程冷链配送，其他则是半冷链的“二段式配送”，依托B2B冷链城市间运输，配合“最后一公里”的落地完成冷链宅配。

同在 2013 年 7 月，苏宁易购正式上线“阳澄湖大闸蟹”，通过冷链运输实现全国下单配送。苏宁易购还表示将来有可能自建冷链仓库及物流配送体系。

早在 2012 年 7 月，京东已正式推出生鲜频道，2013 年 9 月又上线自营生鲜频道。据了解，其生鲜频道冷链配送环节一般采取与第三方合作（包括顺丰速运和快行线）的方式进行，而生鲜自营频道采取自建冷链物流的方式，B2C 支配体系分为城市配送+“最后一公里”两个环节。

除了平台类电商，垂直类电商也不甘示弱。

2012 年 5 月 31 日，顺丰速运旗下全球美食优选网购商城顺丰优选正式上线，涵盖生鲜食品等九大品类，超过 70% 为进口食品。到 2013 年底，其冷链生鲜商品已覆盖北京、上海、广州、深圳等 11 个城市。顺丰优选的生鲜食品依托顺丰速运实行“全程冷链配送”，即当商品离开库区后分拣和包装操作场地具备温控条件、装入温控箱运输、收派员将商品装入保温袋上门派件。

2013 年 10 月 17 日，专门提供生鲜类商品的 B2C 网上商城沱沱工社，面向全国 32 个城市正式开通冷链物流生鲜品类商品的配送服务，除北京地区以外的生鲜业务将与第三方物流合作，全程冷链服务。

国泰君安证券分析师黄琨在一份研报中表示，平台类电商偏好采用第三方物流原有的 B2B 冷链业务延伸，利用已有的 B2B 配送网络，在主要供货商与销售网点之间进行物流配送之外，向下延伸 B2C 业务，这类第三方物流企业的代表是快行线。相比自建冷链直配体系，采取这类模式的运营成本更低，产品价格便宜（较直配模式便宜约 50%）；但由于在末端投递环节采用了大量的第三方合作模式，响应时间较长，服务质量明显不如 B2C 冷链宅配企业。垂直类电商如顺丰优选和沱沱工社则偏好自建冷链直配体系，从站点到末端配送所需的

冷库、冷藏车、冷藏箱、冷柜全部自行购置，同时负责运营服务，优点是响应时间短，服务质量好，缺点是配送成本高。

冷链成电商眼中“蓝海” /

6月19日上午，从事冰鲜鱼生意的简海平(化名)从佛山大沥海鲜批发市场批发了10吨鲜带鱼，打包之后，他电话联系了物流公司的冷藏车，经过近2小时的运输，抵达广州南部番禺区银建路20号的禺山冷库，而在此期间他要时刻提防着司机，防止其将冷冻空调关闭。

随后，裹着大棉衣的禺山冷库叉车师傅将带鱼卸下，存入禺山冷库的仓库，标记好位置和质量。在禺山冷库营业处开好货物存库发票之后，简海平回到禺山冷库的办公室，打电话给周边菜市场的生鲜货品客户，客户批发一部分带鱼卖给菜市场周边的消费者。

简海平的上述工作便是冷链运输的大致流程。狭义的冷链，即农副产品的低温供应链，是指农副产品从生产、加工、贮藏运输、销售，到消费前的各个环节中始终处于规定的低温环境下，以保证食品质量，防止食品腐烂变质的供应链。广义而言，冷链涉及的不仅仅是农副产品，还有包括药品、化学制剂等对温度有特殊要求的物品。

“有货就拉一车过来，放到冷库里慢慢卖，”6月25日下午，简海平对《每日经济新闻》记者坦言，近两年，由于市场竞争较为激烈，下游订单不温不火，而冷库固定成本不低，包括商铺租金为2000元/月，冷藏货物成本为3.5元/吨/天，生意不是很好做。

实际上，在传统冷链商家浑然不觉中，包括马云旗下的天猫和菜鸟，刘强东旗下京东等电商巨头正不断加码冷链生鲜领域。

“冷链生鲜这一块，基本上是电商 B2C 的蓝海和净土，因为传统电商领域比如服装、电子等都做得差不多了，切入其他领域又面临严重的竞争压力。”上海锦江低温物流发展有限公司(以下简称锦江低温公司)食品供应链市场部总监郑淳对《每日经济新闻》记者表示。锦江低温公司是业内规模较大的冷链物流企业。

来自前瞻产业研究院的分析报告显示，目前中国是世界上的农业生产和消费大国，每年蔬菜产量约占全球总产量的 59%，水果和肉类产量占 46%，禽蛋和水产品产量占 35%。

跟产量和消费量形成鲜明对比的是，目前我国冷链物流处于非常低的水平。前瞻产业研究院的数据显示，我国的铁路冷藏运输设施非常陈旧，大多是机械式的速冻车皮，缺乏规范保温式的保鲜冷冻冷藏运输车厢，冷藏食品运量仅占总货物运量的 1%。在公路运物中，易腐保鲜食品的冷冻冷藏运输只占运编总量的 20%，其余 80% 多采用普通卡车运输。

值得注意的是，发达国家预冷保鲜率为 80%~100%，冷藏运输率 80%~90%。这也就意味着，如果我国冷链物流水平能跟上发达国家，将会出现一个巨大的增量空间。

冷链消费需求提升/

冷链产业在最近两年爆发，根本上是受中国经济的发展阶段和居民消费结构变化的推动。

广州市渔人码头投资管理有限公司运营总监罗志榕对《每日经济新闻》记者表示，城镇化程度和消费者生活水平提高，消费者食品消费结构也发生了变化，肉制品、乳制品、果蔬和冷饮等易腐食品消费增多，对冷链物流提高了

要求，“比如广州这边越来越多人喜欢吃三文鱼，就需要通过冷藏手段直接从北欧那边运送过来”。

近日，商务部研究院重要商品研究预测中心主任赵玉敏公布的一组数据显示，近5年中国进口食品规模年均增长21.2%，比同期进口增速多3.2个百分点；食品贸易逆差持续扩大，5年来食品净进口扩大了2.3倍。进口食品中，近5年牛肉、猪肉、羊肉进口量年均增速都在40%以上，尤其是牛肉的年增速高达115%。

大量进口生鲜食品，对食品加工物流和商贸企业提出了更高要求，也不断提升了冷链行业标准。

罗志榕认为，很多电商涉足生鲜冷链领域是因为其拥有的物流优势，可以减少“雁过拔毛”的中间环节，降低成本，提高毛利。

京东冷链配送相关负责人分析指出，按照国际标准，城镇化率超过50%、人均GDP超过4000美元，是冷链食品需求快速增长的一个标志。中国2012年人均GDP达到5450美元，城镇化率到达52.6%，已经超过这一标准。另外，随着各大电商物流体系的成熟以及新技术的运用，冷链的物流成本已显著降低。

香港亨泰集团(00197, HK)子公司金涛果蔬物流有限公司市场部负责人王文庆则认为，新生代居民的生活消费方式改变，也促使冷链行业出现快速发展。80后、90后这些白领更喜欢超市，对生鲜速冻品宅配消费方式接受程度高于父辈。

“像其他产品一样，生鲜电商具有便捷性，且生鲜是生活必需品，生鲜电商的配送在很大程度上减少了消费者的出行购物时间，节约了消费者的时间成本。”苏宁易购生鲜负责人接受《每日经济新闻》记者采访时表示。

支持政策连续不断/

“冷链这几年这么火热，也与国家对整个冷链以及食品安全标准的提升有密切关系。”郑淳对《每日经济新闻》记者表示，食品腐烂变质是导致食品安全事故的重要原因。

公开资料显示，国家对食品安全标准不断加码。2009年2月，全国人大常委会表决通过了以食品安全为主题的法律《食品安全法》，2009年7月国务院颁布《食品安全法实施条例》，2012年6月，国务院发布《国家食品安全监管体系“十二五”规划》，2013年11月十八届三中全会《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》进一步要求保障食品药品安全。

国家对于冷链产业的发展也出台了具体的政策。2010年6月，发改委发布《农产品冷链物流发展规划》，提出到2015年我国果蔬、肉类、水产品冷链流通率分别达到20%、30%和36%以上，冷藏运输率分别提高到30%、50%和65%左右，流通环节产品腐损率分别降至15%、8%和10%以下。《国家新型城镇化规划(2014~2020年)》也提到，要统筹规划农产品市场流通网络布局，重点支持重要农产品集散地、优势农产品产地批发市场建设，并要求健全覆盖农产品收集、存储、加工、运输、销售各环节的冷链物流体系，加快发展农产品电子商务，降低流通费用。

苏宁易购人士表示，2014年中央一号文件强调大力发展农产品网上交易，进一步促进了电商企业对生鲜市场的期望。

“生鲜是消费者日常生活的一部分，消费者对于生鲜的支出也比较固定，这对于电商企业来说是一个商机，谁能在生鲜市场分得一份属于自己的蛋糕，谁就在生鲜行业占有一定的地位。”苏宁易购生鲜负责人对记者说。(每日经济

新闻)

冷链产业链 10 大概念股价值解析

个股点评:

烟台冰轮: 业绩低于预期, 后续机会来自于行业整合

类别: 公司 研究机构: 国泰君安证券股份有限公司 研究员: 黄琨, 吕娟,

王浩 日期: 2014-08-08

本报告导读:

公司公告 2014 年 1-6 月收入 and 利润增速低于预期, 受加工冷库和工业冷库投资需求萎靡影响, 预计下半年业绩仅将小幅回升, 下调评级至谨慎增持。

投资要点:

结论: 公告 2014 年 1-6 月收入、归母净利润、扣非利润 6.95、0.61、0.59 亿元, 同比下滑 18.36%、44.31%、18.67%, EPS0.16 元, 低于预期。受加工冷库和工业冷库投资需求萎靡影响, 预计下半年业绩仅将小幅回升, 下调 2014-16 年 EPS 至 0.52(-0.08)、0.63(-0.07)、0.72(-0.11)元, 下调目标价至 12.5 元, 相当于 2014 年 24 倍 PE, 下调评级至谨慎增持。

加工冷库和工业冷库下游需求萎靡, 收入低于预期: 公告 2014 年 1-6 月收入 6.95 亿元, 同比减少 18.36%, 主要归结于: ①宏观经济萎靡导致工业冷库投资需求下滑; ②雨润、双汇等食品龙头企业和獐子岛、圣农发展等农产品加工企业加工冷库投资不足; ③客户资金紧张致延期提货现象仍然持续存在; ④传统旺季时间点从 4 月初推迟到 5 月下旬。预计宏观经济将逐步好转, 客户资金也将得到缓解, 下半年收入将缓慢回升。

投资收益大幅下滑进一步拖累公司业绩增速: 公告投资收益 3318 万, 较

2013 年同比大幅减少 59.2%，进一步拖累公司业绩，其中参股公司荏原、顿汉布什、冰轮重工分别贡献投资收益 979、1189、-1752 万元，同比分别增加-45%、23%、-559%，判断下半年投资收益将回归正常水平。

冷链物流景气度持续向好，公司最大机会来自于行业整合加速：冷链投资品属性很强，尽管加工和储存环节投资需求较弱，运营环节的同质化和低盈利拖累下游投资积极性，但冷链物流仍然处于持续高景气状态，行业最大机会来自于整合加速，判断公司后续成长机会依然较大。

风险提升：行业复苏低于市场预期、新产品销售滞后。

大冷股份：公司重新起航，行业景气度攀升

类别：公司 研究机构：信达证券股份有限公司 研究员：谢从军 日期：

2014-06-24

事件：

近期，我们实地调研了大冷股份(000530.sz)公司，与公司董秘进行了充分交流。我们对公司的判断如下：

1、公司基本情况

公司是中国最大的工业制冷设备生产企业，致力于发展工业制冷、食品冷冻冷藏、中央及商用空调以及制冷部件事业，覆盖了制冷产业链的关键领域，打造了中国最完整的冷热产业链。

2013 年年度销售收入中，工业制冷事业约占 40%、食品冷冻冷藏事业约占 30%、中央及商用空调事业约占 10%、制冷零部件事业约占 10%、工程和服务事业约占 10%。公司利润主要来自合资公司的投资收益(2013 年联营和合营企业的投资收益 9090 万，占公司净利润的 62.6%)。

2、股权激励进程或将加快

公司在 2006 年股权分路改革中曾作出承诺“尽快制定和实行管理层股权激励和约束机制”。

承诺内容：在本次股权分路改革完成后，将授权大冷股份董事会按照国家有关政策法规，尽快制定和实行管理层股权激励和约束机制。公司关于未完成履行的具体原因的解释及下一步计划：大冷股份管理层股权激励因客观条件不成熟暂未实行。基于上述股改承诺履行情况，为保证大冷股份管理层股权激励的最终实行，对大连冰山集团有限公司所持限售股份的 25% (19213921 股)继续予以锁定，待大冷股份管理层股权激励最终实行后申请解除限售。

关于股权激励一直未实施的主要原因。我们认为主要是因为管理层未能实现顺利交接，前两任董事长由于年龄原因不适合参与股权激励计划。而 2014 年公司的管理层交接完成。纪志坚当选公司董事长，刘凯为公司总经理。

纪志坚：男，1967 年生，大连理工大学毕业，管理学博士。1992 年 7 月-1996 年 7 月，任大连大洋运输冷冻工程有限公司董事兼副总经理。1996 年 7 月-2003 年 5 月，任大连三洋饮食设备有限公司董事兼总经理。2003 年 5 月起至今，任大连三洋冷链有限公司董事兼总经理。2014 年 2 月 14 日起，任大连冰山集团有限公司总经理。

刘凯：男，1974 年生，西安交通大学机械设计及制造专业毕业，大连理工大学工商管理硕士学位。1998 年，任本公司产品开发部螺杆室设计员。2000 年，任大连冰山集团有限公司团委书记。2006 年，任本公司机械加工事业部部长。2009 年，任本公司生产管理部部长。2011 年至今，任本公司总经理助理，兼生产管理部部长。2013 年 1 月 11 日至今，任大连冰山集团有限公司董事。

新的管理层上任后，股权激励不能顺利进行的年龄因素消除(新任董事长47岁、总经理40岁)，我们认为股权激励的推进速度有望加快。

3、公司迎来新的发展机遇期：我们认为公司发展机遇主要表现在以下几个方面。

受前期管理层过渡不畅的影响，公司经历了几年原地踏步走的过程，在制冷主业上被烟台冰轮赶超，丧失行业龙头老大地位。目前管理层过渡结束，新任管理层年富力强，新管理层上任后(2014年3月)提出公司快速发展战略，公司经过几年沉寂，有望迎来新的快速增长期。

冷链行业机会。由于人们收入水平提高、城镇化推进、政府对食品安全的重视以及我国冷链物流水平整体偏低的多重因素的助推，预计未来市场对冷链的需求增速将会出现攀升的局面，增速有望超过15%，此外，目前京东等大型电商企业布局冷链，是近两年市场重要的增长点。目前公司董事长原为大洋冷链总经理，长期的冷链行业管理经验或能带领大冷股份更好把握冷链行业的整体性机会。

公司的全产业链优势。公司的核心竞争力，主要体现在产业链和综合服务能力上。产品链方面，公司已通过自主研发与合资合作，拥有了大多数冷链关键节点设备，打造了中国最完备的冷热产品链。今后，公司将围绕核心产品规划，对现有产品进行优化升级。业务链方面，公司已在设计、采购、生产、销售、安装等关键业务环节形成竞争力，接下来将在售后维保、节能服务、远程监控等业务环节积极拓展。

公司对产业链进行了优化。跟据行业和公司情况做了“加减”法。减法项：先后处路了大连三洋空调机、沈阳三洋空调机、大连三洋家用电器、大连佳乐

股权，主要原因是经营欠佳，产品不符合公司发展大局；加法项：先后完成对三洋制冷、武汉新世界制冷、冰山进出口的增资，并与三菱重工合资生产离心式压缩机，来提升公司压缩机的竞争力。

4、公司投资收益相对稳定

公司投资收益是公司利润的主要来源。2013 年联营和合营企业的投资收益 9090 万，占公司净利润的 62.6%。

从近几年联营公司利润情况可以看出，大冷股份联营公司总体经营比较稳健，其中利润主要贡献点三洋压缩机经营趋势良好，加上联营公司主要产品主供消费领域，未来行业趋好，所以我们认为公司投资收益将会继续给大冷贡献可观业绩。

隆华节能：短期业绩增速放缓，中长期受益于节能环保领域较快发展前景

类别：公司 研究机构：东北证券股份有限公司 研究员：黎焜 日期：

2014-08-14

报告摘要：

公司公告：2014 年上半年，公司实现营业收入 4.72 亿元，同比增长 57.93%，归属于母公司的净利润 4868 万元，同比增长 12.25%；净利润增速处于此前业绩预告中预计增长 10%-40%的下限区域。

在主营业务中，冷却(凝)设备的收入为 2.72 亿元，同比增长 19.25%，水处理设备的收入 1.25 亿元，压力容器收入 0.30 亿元。

期间费用率上升较快。公司营业收入增长较快主要是由于中电加美收购后并入报表，期间费用率上升使净利润增速低于营业收入增速。公司期间费用率为 15.65%，比去年同期上升 4.48 个百分点，主要是由于管理费用率与财务费

用率分别上升 2.15、2.04 个百分点。

化工、电力等是公司重点开拓的下游行业。报告期内，在主要下游行业中，化工行业的销售收入为 2.57 亿元，销售占比为 54.42%，电力行业的销售收入为 1.32 亿元，销售占比为 27.99%。

公司与中石化洛阳工程有限公司、神华宁煤项目签订相关合同，标志着在石化等行业的大客户开拓取得新进展。在电力行业，与神华国能宁夏煤电有限公司签订首个电站空冷系统改造总承包业务合同，在大型电厂改造项目示范带动下，大电厂新建项目订单有望将会获得突破。

公司将立足于节能环保领域发展。公司的高效复合型冷却(凝)设备、水处理技术等主要业务符合节能环保领域的发展趋势；“蒸发式冷却(凝)器装置”入选国家鼓励的工业节水工艺、技术和装备目录(第一批)，此外，公司正在开发余热回收利用技术，积极进行市场拓展。

盈利预测与投资评级：考虑到公司部分合同交货延期与费用率上升等因素，下调盈利预测，预计 14 年-16 年的 EPS 分别为 0.47、0.62、0.78 元。公司短期业绩增速有所放缓，看好在节能环保领域的中长期发展前景，给予增持评级。

风险因素：石化等下游客户交货延期，钢材等原材料价格大幅波动，9 月份部分限售股解禁或将短期影响股价。

雪人股份对外投资合作点评：进军螺杆膨胀发电机领域，打开新的成长空间

类别：公司 研究机构：国泰君安证券股份有限公司 研究员：黄琨，吕娟，

王浩 日期：2014-07-09

结论：雪人股份公告拟与瑞典 OPCON AB 公司合资成立螺杆膨胀发电机

制造公司，即将正式进入潜在市场空间达千亿的余热回收领域，打开了公司新的成长空间，维持 2014-16 年 EPS 为 0.34、0.55、0.81 元不变，上调目标价至 17.6 元，相当于 2015 年 32 倍 PE，增持。

事件：公司 7 月 8 日午间公告拟与瑞典 OPCON AB 公司合资成立公司，主营螺杆膨胀发电机及配件的生产和销售，雪人占比 51%，主要负责提供服务、专业知识和融资，合资公司未来将向 OPCON 支付特许权费。

点评：

1)双方技术合作是排他性的，保障了公司掌握的螺杆膨胀发电机技术在国内具有高壁垒性。OPCON 将以市场价格或技术转让许可为合资公司的经营活动提供服务、专业技能和技術，同时授予合资公司在中国生产、组装、推广、销售和安装 OPCON 螺杆膨胀发电机的独家的生产和营销权利，以及在台湾、泰国、越南、印度尼西亚、马来西亚和北朝鲜区域内独家的生产权利和非独家营销权。

2)正式进入螺杆膨胀发电机领域，打开公司新的成长空间：螺杆膨胀发电机适用于钢铁、化工、炼化、建材、资源回收等行业的余热回收和地热、生物质、光热发电等新能源领域，预计国内潜在市场空间达千亿，通过与 OPCON 成立合资公司，公司将快速掌握全球领先的 SRM 螺杆膨胀发电机技术，竞争优势较大，且跳过研发储备阶段快速进入生产制造阶段，在目前良好的行业竞争环境背景下，有望成为公司新的利润增长点。

风险提示：产能投放进度低于预期、螺杆膨胀发电机合作进展不顺。

股价催化剂：冷链扶持政策出台、压缩机和螺杆膨胀机大额订单签订。

汉钟精机：专注主业，快速增长可期

类别：公司 研究机构：华鑫证券有限责任公司 研究员：魏旭锟 日期：
2014-07-30

2014 上半年，公司收入及利润延续高增长。公司专业从事螺杆式压缩机相应技术产品的研发，生产和销售。2004-2013 年公司收入年均复合增速高达 17.16%；归属母公司所有者净利润年均复合增速更高达 28.37%。2014 年 1-6 月，公司延续快速增长势头，实现营业总收入 4.73 亿元，同比增长 21.75%；归属母公司所有者净利润 8586 万元，同比增长 41.26%。

冷冻、冷藏是公司近年成长的主要动力。冷冻、冷藏压缩机在制药、空气分离、工业冷却、制冰等不同领域有着大量和广泛的应用，但冷链物流领域对冷冻、冷藏压缩机的需求最大。我国农产品在储藏、运输过程的冷链流通比率与发达国家差距亦非常大，中国未来冷链流通率达到发达国家的水平，设备投入至少有 3 倍以上的成长空间。近年，涉冷链物流行业的政策法规及行业标准规范的不不断出台，加速冷链物流需求的普及，促进冷冻、冷藏压缩机需求快速增长。保守估计未来三年公司冷冻、冷藏业务的收入增速将不低于 30%，是公司近年成长的主要动力。

空调和空压机是公司业绩主要支撑力量。公司空调压缩机产品自 2008 年-2013 年销量年均复合增长 10.94%，与商业地产基本同步。预计公司空调业务收入增速将略高于 GDP。空压机需求与工业增加值相关，随着“稳增长，调结构”的政策延续，我们预计公司空气压缩机收入将维持 10%-20% 的增长。空调和空压机占公司收入的七成，是业绩稳定的支撑。

新产品保证盈利能力稳定。包含螺杆压缩机在内的压缩机行业处于完全竞争状态，国内外企业价格竞争较为激烈。有鉴于此，公司紧紧围绕螺杆压缩机

这一技术，不断开发出新产品，以保障公司盈利能力保持稳定。公司开启式压缩机和双段低温系统压缩机已逐步开始量产，永磁无刷和无油空压产品，将在2014年将全面展开销售，螺杆膨胀机有望在国内实现几个样板工程，为将来大批量投放市场奠定基础。新产品是为公司长期成长奠定基础的同时保证公司盈利能力稳定。

盈利预测与投资评级：我们预计公司2014年-2016年每股收益为0.71元、0.82元和0.96元，对应于昨日收盘价17.60元，动态市盈率分别为25倍、21倍、18倍。鉴于公司稳健的经营风格以及新产品不断投放市场，未来将维持稳健增长，维持公司“推荐”的投资评级。

风险提示：1)政策低于预期；2)价格竞争加剧。

中集集团：多点开花，中集海工在持续升级

类别：公司 研究机构：广发证券股份有限公司 研究员：罗立波，刘芷君，刘国清，真怡 日期：2014-08-06

今年以来，中集集团海洋工程业务在积极推进在建项目的同时，在产品拓展、产业升级等方面进展积极，龙头企业突破之势正在形成：超级豪华游艇品牌加强：8月4日，中集集团旗下PRIDE MEGA YACHTS(普莱德游艇公司)宣布88.8米ILLUSION项目已售出。根据此前媒体报道，这艘拥有六层甲板的超级豪华游艇在烟台完成建造，对外报价约9,000万欧元，其成功售出标志着公司已经打入世界大型超级豪华游艇市场，并成为具有独特竞争优势和成熟工艺的游艇品牌。

全球首艘CNG运输船订单签约：近期，印尼国有电力公司PLN与青岛武船重工签订了全球首艘CNG运输船的建造协议，市场预测价格在1.8~2.0

亿美元。该 CNG 运输船由位于上海的中集船舶海洋工程研究院设计，标志着该研究院继超大型集装箱船、LNG 运输船后，产品进一步实现延伸。

烟台来福士进展不少：7 月上旬，来福士建造的 JU2000E 完成全程升降试验，并得到船东、船检认可，这意味着公司自升式钻井平台产品从 300 英尺顺利拓展到 400 英尺。7 月中旬，工银租赁在巴西购买了两座由中集来福士建造的超深水钻井平台，总价达到 10.8 亿美元，并出租给巴西国家石油公司旗下企业。7 月下旬，随着 4#推进器提升到位，中集来福士承建的第七座半潜式钻井平台 COSLProspector 推进器水下部分按计划安装完成，这意味着中集在接手来福士后，将有望首次实现半潜式钻井平台的按时交付。

盈利预测和投资建议：我们预测公司 2014-2016 年分别实现营业收入 67,506、78,697 和 90,118 百万元，EPS 分别为 0.857、1.131 和 1.371 元(按增发后股本计算)。基于公司集装箱业务已在底部企稳回升，海工业务盈利在望，参考可比公司估值水平，我们继续给予公司“买入”的投资评级。

风险提示：全球经济复苏乏力导致集装箱需求低迷风险；海工项目进度低于预期的风险；深圳前海地块未来进行商业开发的获益程度具有不确定性。

铁龙物流：布局未来，受托经营亚欧班列，铁路冷链物流进藏

类别：公司 研究机构：申银万国证券股份有限公司 研究员：谢平，张西林 日期：2014-08-11

借道新丝绸之路，进军欧亚跨境物流市场。受托经营蓉欧快铁短期盈利增厚有限，长期将借道新丝绸之路，打开欧亚跨境物流巨大的市场空间。目前境内的运能瓶颈将随着兰新铁路第二双线年内贯通而打开。方案中利润增量提成的分配机制将促进双方合作共赢，确保利润持续增长。

铁路冷链物流进藏，未来发展犹可期。铁龙冷藏箱业务短期仍受制于货源需求特征与供给能力不匹配，运能释放与市场化经营有望缓解矛盾，而冷库配套与终端配送体系支持或成为真正解药。放眼未来，在冷链物流进入快速发展阶段的背景下，铁路冷藏运输具备得天独厚的竞争优势，未来发展值得期待。

全年业绩承压。受煤炭、钢材、铁矿石等大宗运输需求下降影响，预计沙鲛线全年运量同比下降 9% 以上；干散货箱与不锈钢罐箱在新箱投放和新项目引入的推动下，预计全年增速高于 2013 年，扣除木材箱、水泥箱等老旧箱型退出影响，预计特种箱业务全年盈利增速有望接近 20%；全年地产业务结算收入预计小幅低于去年水平；营改增全年对利润的负面影响预计将达 10%。

维持“增持”评级。我们下调 2014-15 年 EPS 25.4%、10.5% 至 0.29、0.34 元，并增加 2016 年 EPS 预测 0.39 元，对应 PE 为 18.1、15.6 和 13.7 倍。虽存短期业绩压力，我们仍看好公司特箱资产、专业经营及其服务网络的长期价值，以及铁路市场化改革过程中铁路集装箱业务的增长前景，维持“增持”评级。

短期“蓉欧快铁”事件可能带来交易性机会，长期投资建议进一步确认业绩拐点，等待更好买点。股价的催化剂将来自于新箱投放、低危化工品入箱获批、蓉欧专列延伸服务拓展盈利点，存在的主题性机会包括丝绸之路经济带政策、中日韩自贸区政策、大连金普新区政策、冷链物流发展政策、铁路改革事件。

核心假定的风险主要来自沙鲛线货运需求低于预期、特种箱投放进度低于预期、铁路改革带来的政策风险。

新大陆：净利润增速超预期，移动支付浪潮打开未来新空间

类别：公司 研究机构：平安证券有限责任公司 研究员：符健 日期：
2014-04-23

投资要点

事项：公司发布 2013 年年报：13 年公司实现营收 18.60 亿元，同比增 38.21%；营业利润同比增 283.9%；归属于母公司净利润为 2.20 亿元，同比增 174.6%，EPS 为 0.43 元；归属于母公司的扣非后净利润同比增 262.5%。公司利润分配预案为 10 派 0.5 元。公司营收与净利增速超出市场预期。

平安观点：

主营业务维持高速增长，盈利能力进一步提升

公司 13 年营收增速 38.21%。主要由于公司收入的主要来源信息识别和电子支付业务增速较快，同比增长 35.7%；另外，今年公司房地产项目第一期交房确认收入也贡献了 17.69% 的营收。未来，随着移动支付的持续推进，预计公司营收将继续维持高速增长。

公司主营毛利率同比提高 6.12 个百分点，主要受两方面影响，一是行业应用与软件开发服务业务毛利率水平提升，另一方面是因为增加了高毛利的房地产行业收入。软件开发服务业务收入占比可能进一步下降，而房地产收入确认波动较大，未来公司毛利率可能会有所浮动。

公司销售费用率管理费用率分别下降 2.5 和 1.6 个百分点，系公司 13 年构建更为合理、完善的渠道构架，优化营销渠道所致。13 年公司持续加大在条码识读芯片、引擎技术的投入，研发投入占营收比重上升 1.2 个百分点。未来，公司将长期受益于优化的营销渠道，费用率将会维持在较低水平。

移动支付大势所趋，技术和渠道优势确保公司业绩高增长

前段时间，关于央行暂停二维码的争论纷纷。然而，无论采取是 NFC 或是二维码技术，移动支付的发展都是大势所趋，2013 年，我国移动支付市场规模达到 200 亿美元。公司多年以来积极布局第三方支付市场，在市场中占有领先地位，渠道布局全面。公司是国内终端厂商中唯一掌握终端核心芯片设计技术和二维码自动识别核心技术的企业，拥有美国和欧洲多项专利。公司 13 年金融 POS 机销量超过 60 万台，同比增长超过 40%，此外，公司在新兴支付产品(如 IPOS)领域市场份额遥遥领先。随着移动支付技术条件、标准、商业模式的逐渐成熟，中国移动支付将进入爆发式增长期，公司未来延续高增长是大概率事件。

首次覆盖给予“推荐”评级，目标价 25.5 元

在不考虑外延式收购情况下，我们预测公司 14-15 年 EPS 分别为 0.61、0.85 元。我们认为公司目前股价仍然存在一定程度低估，给予“推荐”评级，目标价 25.5 元，对应 15 年 30 倍 PE.

风险提示：市场竞争风险、技术变革风险、政策风险。

福田汽车 7 月产销数据点评：公司看点已经发生重大变化

类别：公司 研究机构：广发证券股份有限公司 研究员：广发证券研究所

日期：2014-08-11

事件：公司发布 7 月产销快报，福田康明斯发动机销量同比增长 81.4%

公司发布 7 月产销快报，首次披露福田康明斯内销、外销的数据，7 月销售福田康明斯发动机 1.3 万台，同比增长 81.4%。对此我们有如下点评：1 公司未来看点发生巨大变化，福田康明斯发动机成为核心增长点卡车行业的利润集中在发动机上。轻卡排放监管力度提高，导致轻型发动机行业进入门槛提高，

部分疏于技术储备的发动机厂商可能将被淘汰，从而导致行业竞争格局优化，由之前比拼价格转变为比拼技术，产品升级、供给改善、竞争下降三者共同作用有望提高行业的盈利水平，拥有核心技术的企业获得价值链的延伸和净利润率的增长。福田康明斯发动机将成为公司未来的和新增长点。发动机技术的开发需要较长时间的积累和较为昂贵的试错成本，福田康明斯作为合资品牌，公司的技术来源有康明斯支持，未来增长的确定性较高。

7月福田康明斯发动机内销6031台，同比增长

约133.9%轻卡排放监管升级背景下，众多轻型柴油发动机厂商产量继续大幅下滑，而公司福康发动机国内销量逆势大幅提升，公司公告14年7月福康发动机内销量同比增长约133.9%。随着排放未达标的库存9、10月份逐渐消化完成，公司福田康明斯发动机国内销量有望进一步提升，此外，我们估计福田康明斯重型发动机14、15年也处于快速爬坡期，未来公司有望成为国内发动机的明星企业。

投资建议

我们预计公司14-16年EPS分别为0.15元、0.35元和0.55元，对应PE分别为37.2倍、15.3倍、9.8倍。在轻卡排放监管升级的大背景下，公司福康发动机有望成为轻型发动机第一品牌，给予“买入”评级。

风险提示

宏观经济增速低于预期；轻卡排放监管力度低于预期。

双良节能14年一季报点评：机械利润翻番，BOT运营好转

类别：公司 研究机构：国泰君安证券股份有限公司 研究员：黄琨，吕娟，

王浩 日期：2014-04-29

投资要点:

结论:公告 2014 年一季度收入、利润 12.27、0.62 亿元,同增-5.84%、62.29%, EPS 0.08 元,符合市场预期,判断 2014 年热泵成长加快,苯乙烯利润小幅增长,维持 2014-16 年 EPS 0.77、0.92、1.10 元不变,分别赋予 2014 年化工、机械 12、25 倍 PE,维持目标价 16 元不变,维持增持。

机械利润翻番,BOT 项目经营大幅好转:报告期公司实现利润 6216 万元,同增 62.3%,其中机械业务实现收入 4.27 亿元,同增 16.5%,实现利润 7095 万元,同增 113.8%,主要来自于热泵产品收入小幅增长和毛利率提升,预计后续热泵产品毛利率将维持稳定;苯乙烯和山西朔州 BOT 项目合计亏损约 880 万元,而 2013 年同期实际亏损约 2800 万(剔除 4500 万元的税前财政补贴收入),即不考虑财政补贴,报告期苯乙烯和山西朔州 BOT 项目合计减亏 2000 万,考虑到苯乙烯业务 2014 年一季度归属母公司利润同比减少约 1000 多万,BOT 项目减亏约 2500-3000 万,经营状况大幅好转。

化工业务利润逐月改善,热泵成长加快:进入 4 月后,苯乙烯和原材料乙烯、苯价差逐渐拉大,判断 2014 年苯乙烯利润较 2013 年将小幅增长;2014 年京津冀地区燃煤锅炉整顿将加速,受制于天然气紧缺和高成本,集中供热是最佳方案,从而催生溴冷机(热泵)巨大需求,判断公司将加强与合同能源管理公司战略合作,市占率将从目前不到 10%大幅提升,保守预计新增收入 1.5 亿,中性 2.4 亿,热泵成长加快。

风险提示:纯苯、苯乙烯价格波动、铜等原材料价格波动、经济下滑。

股价催化剂:海水淡化项目交付、大额订单签订。

http://stock.eastmoney.com/news/1405,20140909421669546_0.html

Top↑

4. 百货零售行业恐继续承压

国家统计局9月13日发布的数据显示，8月份社会消费品零售总额21134亿元，同比名义增长11.9%，较7月份的12.2%进一步下滑0.3个百分点，业内预计9月消费增速将继续回落。

不过，相比传统消费，互联网消费仍然保持较高增速。市场人士指出，在整体消费弱势和电商的冲击下，百货零售及部分行业业绩恐继续承压。另一方面，互联网消费已成为家纺行业不可或缺的零售模式，将是超预期增长的关键点之一。

消费整体偏弱

数据显示，8月份消费整体偏弱格局仍未改善，淡季特征显著，社会消费品零售总额增速放缓符合市场预期。

分析人士指出，宏观经济增速放缓，消费者信心不足。同时，房地产行业连着投资和消费，对经济增长影响较大。8月份，房地产市场继续调整，商品房销售面积和销售金额持续下降，直接影响房地产投资和相关投资的增长。

在餐饮消费中，8月份，限额以上单位餐饮收入685亿元，增长-0.8%。1-8月份，限额以上单位餐饮收入5114亿元，增长2.4%。

在商品零售中，8月份，限额以上单位商品零售9781亿元，增长9.8%。1-8月份，限额以上单位商品零售77909亿元，增长10.2%。

商品零售中的13个品类中，有8个品类8月单月销售额同比增速高于1-8月份同比增速。其中，通讯器材8月消费增长迅速，同比增长31.8%，其1-8月份消费同比增长为23.6%。金银珠宝8月份消费金额同比增长7.3%，而其

1-8 月份消费同比下降 4.6%。此外，粮油食品、纺织服装和中西医药等行业 8 月单月销售额同比增速高于 1-8 月份同比增速。

汽车 8 月消费达 2527 亿元，行业占比最大，不过同比增长仅 5.3%，低于 1-8 月份同比增长 9.5%。文化办公用品、家具和建材等行业 8 月增速亦表现不佳。

百货零售业承压

消费低迷首先将使百货零售行业业绩承压。

野村亚洲（除日本外）中国消费行业研究主管刘洋表示，今年上半年国内售出的消费卡金额同比下降 20%。从售卡到消费，一般有三个月到半年的滞后期，这是一个先行指数，意味着下半年中国百货、超市零售企业的增长有进一步下滑的可能。

上市公司方面，以申万零售行业 72 家上市公司为样本，2014 年上半年营业总收入合计 3668.29 亿元，同比增长 0.75%，增速较去年同期下降 12.38 个百分点；归属母公司净利润 95.62 亿元，同比大幅下滑 13.18%，增速较去年同期下降 18.46 个百分点。上半年收入/利润增速为 10 年来的历史低位。上半年零售行业综合毛利率上升 0.02 个百分点至 17.47%，基本与去年同期持平；而期间费用率上升 0.96 个百分点至 13.26%。

目前已有 18 家零售行业上市公司公布了三季度业绩预告，大多数企业业绩预告类型为续盈或者略增。其中，天虹商场预计实现净利润 34091 万元-46123 万元，增长区间为-15%至 15%；徐家汇和友阿股份预测净利润增长区间均为-10%至 10%；红旗连锁预计净利润同比增长 3%-6%。目前还在转型之中的苏宁云商预计前三季度亏损约 9.55 亿元-10.55 亿元，不过，公司预计第三季度单季亏损

情况有所改善。

网购成重要渠道

网络购物、电子商务等新业态继续高速增长。8 月份，线上单位网上零售额同比增长 53%，比上月加快 3.4 个百分点。这显示出网购仍然处于高速增长之中。

网购已经成为部分行业业绩增长的重要来源。8 月发布的《2014 上半年家电网购分析报告》显示，电商渠道已经成为购买家电的主力渠道。2014 年上半年，平板电视、空调、冰箱、洗衣机线上销售量占比分别达到整体市场的 15%、10.5%、13% 及 12.3%，而去年同期已经“破 10”的手机销售量占比更是达到 16.5%。

服装鞋帽是目前网购的第一大品类，家纺上市公司也是“触网”主力。三家家纺上市公司中报均显示，电商渠道日益成为公司保增长的“利器”。富安娜中报显示，公司电商业务同比增长 40%，成为拉动增长的主要动力。罗莱家纺相关人士对中国证券报记者表示，电商已经是家纺行业不可或缺的零售模式，将是超预期增长的关键点之一。罗莱家纺电商专属品牌 LOVO2014 年上半年销售额同比增 80%，该品牌目前占线上销售总额比例超过 90%。

起步较晚的梦洁家纺今年成立了新的电商团队。公司表示，2014 年公司电商销售额有望突破两亿元。截至目前，公司电商销售额实现了同比翻番。

市场研究机构莫尼塔指出，网购对传统消费品企业的影响已由过去的冲击逐步转变为补充。随着“双 11”及年底促销活动的启动，下半年网购市场将迎来又一波小高潮，有望推动部分企业销售的进一步增长。

此外，来自网购的需求直接促进了部分行业的发展。自 2013 年起，各大

电商纷纷介入生鲜行业，生鲜物流的发展带动了对上游冷链设备的需求。受冷冻冷藏业务增长促进，汉钟精机上半年实现销售收入 4.73 亿元，同比增长 21.68%，归属于上市公司股东的净利润 8580 万元，同比增长 41.2%，公司预计 1-9 月业绩增长区间为 5%-35%。同时，随着网购的迅速发展，产业链上的移动支付、信息安全等公司也有望从中受益。

<http://stock.sohu.com/20140916/n404343630.shtml>

Top↑

5. 6.9%，潜伏哪些投资机会？

楚天金报讯 6.9%，8 月规模以上工业增加值同比增长的数据，乃近 63 个月的低点，令市场惊异。但在博览研究员看来，任何事物都有两面性，总量不好，并非代表所有结构分类的数据都不好。如何从中找到较好或很差的数据，来指导投资机会与避免风险呢？

博览财经研究结果表明，铁路、船舶、航空航天和其他运输设备制造行业以及硫酸、乙烯、发电设备、有色金属类产品，短期运行走势景气度较高；而黑色金属冶炼和压延加工业（包括生铁、粗钢、钢材）、汽车制造业以及移动通信手持机、化学纤维、电力、热力生产和供应业（负增长）、平板玻璃（负增长）、微型计算机设备、发电量（火力发电量）等商品，短期运行十分不景气。

【判断标准一】

8 月数据与 1-8 月数据的偏离度

●我们首先从一组数据、一个标准来展开研究。

●一组数据是指，规模以上工业增加值，它代表了行业与商品的短期景气

状况；

●一个标准是指，将8月数据与1-8月数据进行比较；

●方法：凡8月数据高过或接近1-8月数据的行业或商品，我们认为投资的基本面较好，作为短期看多依据。反之，8月数据小于并远离1-8月数据的行业或商品，我们认为投资基本面不好，需规避的，作为短期看空依据。

【看多行业】

铁路、船舶、航空航天、机械

●铁路、船舶、航空航天和其他运输设备制造业行业，是所有行业分类中，唯一一个增速超过1-8月的行业。铁路建设的超快，是国家政策的强力推进，反映了政策的落实到位，而船舶、航空航天行业的超速，令股市中军主题概念炒作得到了基本面的支持。

●而化工、医药、有色金属、金属制品、通用机械虽然低于1-8月数据，但相对比较接近平均数。

按商品产量 硫酸、乙烯、有色金属、发电机组、水力发电按行业划分 化工、医药、有色金属、金属制品、通用机械、

铁路、船舶、航空航天

同比增速比较分类标准 明显高于6.9%

【看空行业】

黑色金属冶炼、汽车制造、移动通信手持机

●我们选取的标准是8月增速只有1-8月近一半或更低，甚至出现负增长。

●黑色金属冶炼和压延加工业8月是3.5，1-8月是6.3，这表明当前产值只有平均数近一半，这一行业数据也体现在商品分类中，如生铁8月数据只有

1-8 月的 1/4，钢材也是 1/4，粗钢只有 1/38。

●而汽车制造业 8 月数据只有 1-8 月的 66%，具体体现在商品中，我们也发现，汽车 8 月数据只有 1-8 月的 1/3，轿车只有 1/10。

●另外，电力、热力生产和供应业、平板玻璃、火力发电量均出现负增长，而移动通信手持机由 1-8 月的 11.2%，到 8 月单月增加值却为-2.3%，这是超过市场预期的，对当前股市中手机制造的上市公司，我们给出严重规避信号。

按行业增加值 纺织、黑色金属冶炼、电力、热力生产和供应按商品产量 房地产业、氧化铝、轿车、火力发电按三大门类 采矿业 电力、热力、燃气及水生产供应

同比增速比较分类标准 明显低于 6.9%

【判断标准二】

从固定资产投资 1-8 月同比增速视角筛选

●我们将 1-8 月全国固定资产投资增速 16.5% 作为比照基准。

●如果细分行业 1-8 月固定资产投资的同比增速高于该基准 1% 以上，我们认为该行业景气度向好，并据此作为短期看多依据。

●如果细分行业 1-8 月固定资产投资的同比增速低于该基准 1% 以上，我们认为该行业景气度走差，并据此作为短期看空依据。

【看多行业】

零售、物贸、食品饮料

●按照上述板块景气度的评判标准，博览研究员将 1-8 月行业固定资产投资同比增速明显高于 16.5% 的细分板块列示如下，并挑选出其中有代表性的投资标的供读者参考。

按产业分按行业分按项目隶属关系

同比增速比较分类标准

第一产业、第三产业农林牧渔、食品制造、交通运输、物流、金属制品、水利地方项目（仅 16.7%）

明显高于 16.5% 投资标的

N/A

中百集团(8.60, -0.21, -2.38%)、外高桥(30.36, 0.04, 0.13%)、重庆啤酒(15.85,-0.50, -3.06%)顺鑫农业(15.65, -0.59, -3.63%)、重庆啤酒、交运股份(6.37, -0.19,-2.90%)、华茂物流、上海物贸(11.40, -0.10, -0.87%)、重庆水务(5.60, -0.12, -2.10%)

【看空行业】

煤炭开采、黑色金属冶炼、汽车制造

●按照上述板块景气度的评判标准，博览研究员将 1-8 月行业固定资产投资同比增速明显低于 16.5%的细分板块列示如下。

按行业分 煤炭开采、黑色金属冶炼、汽车制造、计算机通信按产业分 第二产业

同比增速比较分类标准 明显低于 16.5%

结论

●大家可能注意到了，我们从上述两个维度出发，筛选出的看多板块和个股重叠性并不大，但并不意味着这两种方法之间存在矛盾。

●原因是：由于工业增加值同比增速反映更多的是当前的行业景气度（如汽车的速度），而固定资产投资反映更多的是市场对行业前景的预期，折射行

业发展的后劲（如汽车的加速度），因此，投资者可根据个人投资期限长短偏好，选择合适的时间维度对上述投资板块、标的进行跟踪观察。

●总体来看，机械、化工、交运、食品饮料、零售等板块当前存在着相对确定的投资机会，前景相对军工、国企改革等板块更容易把握。而对于煤炭采选、黑色金属冶炼、汽车制造等行业景气度，博览研究员相对谨慎看待。投资标的上：重庆啤酒、外高桥、交运股份、新疆城建(8.63, -0.39, -4.32%)、汉钟精机(18.32, -0.75, -3.93%)等可适当关注。

●最后想提醒投资者，本文视角未考虑到行业政策这个重要的变量在现阶段经济调结构下的重要影响力，仅适用于中、短期行业的研判。

<http://finance.sina.com.cn/roll/20140917/054020312471.shtml>

Top↑

6. 百货零售业承压 互联网消费成超预期增长关键

国家统计局9月13日发布的数据显示，8月份社会消费品零售总额21134亿元，同比名义增长11.9%，较7月份的12.2%进一步下滑0.3个百分点，业内预计9月消费增速将继续回落。

不过，相比传统消费，互联网消费仍然保持较高增速。市场人士指出，在整体消费弱势和电商的冲击下，百货零售及部分行业业绩恐继续承压。另一方面，互联网消费已成为家纺行业不可或缺的零售模式，将是超预期增长的关键点之一。

消费整体偏弱

数据显示，8月份消费整体偏弱格局仍未改善，淡季特征显著，社会消费品零售总额增速放缓符合市场预期。

分析人士指出，宏观经济增速放缓，消费者信心不足。同时，房地产行业连着投资和消费，对经济增长影响较大。8月份，房地产市场继续调整，商品房销售面积和销售金额持续下降，直接影响房地产投资和相关投资的增长。

在餐饮消费中，8月份，限额以上单位餐饮收入 685 亿元，增长-0.8%。1-8月份，限额以上单位餐饮收入 5114 元，增长 2.4%。

在商品零售中，8月份，限额以上单位商品零售 9781 亿元，增长 9.8%。1-8月份，限额以上单位商品零售 77909 亿元，增长 10.2%。

商品零售中的 13 个品类中，有 8 个品类 8 月单月销售额同比增速高于 1-8 月份同比增速。其中，通讯器材 8 月消费增长迅速，同比增长 31.8%，其 1-8 月份消费同比增长为 23.6%。金银珠宝 8 月份消费金额同比增长 7.3%，而其 1-8 月份消费同比下降 4.6%。此外，粮油食品、纺织服装和中西医药等行业 8 月单月销售额同比增速高于 1-8 月份同比增速。

汽车 8 月消费达 2527 亿元，行业占比最大，不过同比增长仅 5.3%，低于 1-8 月份同比增长 9.5%。文化办公用品、家具和建材等行业 8 月增速亦表现不佳。

百货零售业承压

消费低迷首先将使百货零售行业业绩承压。

野村亚洲(除日本外)中国消费行业研究主管刘洋表示，今年上半年国内售出的消费卡金额同比下降 20%。从售卡到消费，一般有三个月到半年的滞后期，这是一个先行指数，意味着下半年中国百货、超市零售企业的增长有进一步下滑的可能。

上市公司方面，以申万零售行业 72 家上市公司为样本，2014 年上半年营

业总收入合计 3668.29 亿元，同比增长 0.75%，增速较去年同期下降 12.38 个百分点；归属母公司净利润 95.62 亿元，同比大幅下滑 13.18%，增速较去年同期下降 18.46 个百分点。上半年收入/利润增速为 10 年来的历史低位。上半年零售行业综合毛利率上升 0.02 个百分点至 17.47%，基本与去年同期持平；而期间费用率上升 0.96 个百分点至 13.26%。

目前已有 18 家零售行业上市公司公布了三季度业绩预告，大多数企业业绩预告类型为续盈或者略增。其中，天虹商场预计实现净利润 34091 万元-46123 万元，增长区间为-15%至 15%；徐家汇和友阿股份预测净利润增长区间均为-10%至 10%；红旗连锁预计净利润同比增长 3%-6%。目前还在转型之中的苏宁云商预计前三季度亏损约 9.55 亿元-10.55 亿元，不过，公司预计第三季度单季亏损情况有所改善。

网购成重要渠道

网络购物、电子商务等新业态继续高速增长。8 月份，线上单位网上零售额同比增长 53%，比上月加快 3.4 个百分点。这显示出网购仍然处于高速增长之中。

网购已经成为部分行业业绩增长的重要来源。8 月发布的《2014 上半年家电网购分析报告》显示，电商渠道已经成为购买家电的主力渠道。2014 年上半年，平板电视、空调、冰箱、洗衣机线上销售量占比分别达到整体市场的 15%、10.5%、13%及 12.3%，而去年同期已经“破 10”的手机销售量占比更是达到 16.5%。

服装鞋帽是目前网购的第一大品类，家纺上市公司也是“触网”主力。三家家纺上市公司中报均显示，电商渠道日益成为公司保增长的“利器”。富安

娜中报显示，公司电商业务同比增长 40%，成为拉动增长的主要动力。罗莱家纺相关人士对中国证券报记者表示，电商已经是家纺行业不可或缺的零售模式，将是超预期增长的关键点之一。罗莱家纺电商专属品牌 LOVO2014 年上半年销售额同比增 80%，该品牌目前占线上销售总额比例超过 90%。

起步较晚的梦洁家纺今年成立了新的电商团队。公司表示，2014 年公司电商销售额有望突破两亿元。截至目前，公司电商销售额实现了同比翻番。

市场研究机构莫尼塔指出，网购对传统消费品企业的影响已由过去的冲击逐步转变为补充。随着“双 11”及年底促销活动的启动，下半年网购市场将迎来又一波小高潮，有望推动部分企业销售的进一步增长。

此外，来自网购的需求直接促进了部分行业的发展。自 2013 年起，各大电商纷纷介入生鲜行业，生鲜物流的发展带动了对上游冷链设备的需求。受冷冻冷藏业务增长促进，汉钟精机上半年实现销售收入 4.73 亿元，同比增长 21.68%，归属于上市公司股东的净利润 8580 万元，同比增长 41.2%，公司预计 1-9 月业绩增长区间为 5%-35%。同时，随着网购的迅速发展，产业链上的移动支付、信息安全等公司也有望从中受益。

<http://economy.jschina.com.cn/system/2014/09/16/021872148.shtml>

Top↑

7. 点石成金：地热能开发规划将下发 利好概念股

据媒体报道，《地热能开发利用规划》由能源局报请发改委并获得国务院审批，有望近期下发。

到 2015 年，全国地热供暖面积达到 5 亿平方米，地热发电装机容量达到 10 万千瓦，地热能年利用量达到 2000 万吨标准煤。地热能有望成为新的替代

能源，前景无限，后市或进一步走强。

据了解，地热直接利用以地源热泵为主。至 2020 年全球地热直接利用设备能力将为 2010 年的 3 倍。地源热泵占直接利用比例在 70%，至 2020 年世界地源热泵规模为现状的 3 倍。

方正证券分析，目前我国地源热泵技术基本成熟，激励政策是驱动地源热泵行业发展的主要动力，随着各省(区、市)地热能开发利用规划的逐步出台(能源局要求 2014 年 12 月底前上报)，我国地源热泵将进入爆发式增长阶段。

从 A 股投资标的来看，与地热相关标的都是设备公司，且现在处于主题投资阶段，国外公司发展经历表明，地热设备公司大多数转型为地热能源开采经营+地热设备公司，成为地热产业的经营主体。

上市公司中，海鸥卫浴、汉钟精机等涉足地热能的开发和利用，有望直接受益地热能产业的大发展。

<http://hy.stock.cnfol.com/bankuaijijiao/20140918/19011425.shtml> Top↑

8. 东莞证券：大盘延续回暖

盘面研判：

周四，大盘延续回暖，继续小幅收红。早盘指数一度跌破 2300 点，但随着金融、煤炭等板块的走强，指数有所企稳，午后有所反复，但尾盘小幅回升，最终上证指数收盘上涨 0.35%，收出两连阳。而创业板上涨 0.79%。个股板块上涨居多，军工、地产、有色等板块走势偏弱。两市成交量继续缩量，沪市 1400 多亿。

消息面上，国务院总理李克强 9 月 17 日主持召开国务院常务会议，部署

进一步扶持小微企业发展推动大众创业万众创新。会议要求，各地各部门要确保政策尽快落实，并适时提出进一步措施，帮助小微企业赢得“大未来”。统计显示，2014年以来，国务院常务会议公告至少已是第7次直接涉及到小微企业相关政策。在税收政策方面，在现行对月销售额不超过2万元的小微企业、个体工商户和其他个人暂免征收增值税、营业税的基础上，从今年10月1日至2015年底，将月销售额2万-3万元的也纳入暂免征税范围。由此可见管理层对于中小微企业的持续支持，有助于未来就业的提升。此外，央行周四开展100亿14天正回购操作，中标利率继续持平于3.70%，至此，本周公开市场净投放80亿元，这是继上周净回笼后又重返净投放。央行的动作也显示在季末时点维稳资金面的迹象。不过，下周面临密集的新股发行，共有12只新股发行，其中下周一1只，周三8只，周四3只，除了IPO发行之外，市场还将面临季末、国企长假资金备付等多重因素，将可能对资金面带来冲击。而统计局也公布了8月份房价数据，与上月相比，70个大中城市中价格下降的城市有68个，持平的城市有1个，上涨的城市有1个。房价处于持续下行压力，对地产行业带来一定的压制。

综合来看，经历了周二的大跌之后，大盘在周三、周四小幅回暖，暂守住2300点，但成交量的持续缩量也显示出市场谨慎态势。短线市场在2300点附近可能仍有争夺，但考虑到下周资金压力的上升，而经济数据暂时很难得到明显改善，因此预计大盘震荡后仍面临调整压力。建议仍需保持谨慎，操作上控制好仓位，等待市场抛压释放充分后再考虑介入机会。

趋势预测：

短线市场在2300点附近可能仍有争夺，但考虑到下周资金压力的上升，

而经济数据暂时很难得到明显改善，因此预计大盘震荡后仍面临调整压力。

操作建议：

建议保持谨慎，操作上控制好仓位，等待市场抛压释放充分后再考虑介入机会。

【热点聚焦】

地热能板块领涨周四大盘继续震荡调整。板块个股大多翻红，其中地热能板块领涨，全天上涨 2.47%，海鸥卫浴涨停，汉钟精机上涨 8.67%。

消息面上，据媒体报道，《地热能开发利用规划》由能源局报请发改委并获得国务院审批，有望近期下发。据了解，地热直接利用以地源热泵为主。至 2020 年全球地热直接利用设备能力将为 2010 年的 3 倍。地源热泵占直接利用比例在 70%，至 2020 年世界地源热泵规模为现状的 3 倍。

近年世界地热直接利用呈现出良好发展态势，从设备能力排名来看，美国地热直接利用设备能力全球第一。从构成方式来看，地源热泵占直接利用的比例达到 70%，为主要地热直接利用方式。地热直接利用以其节能、环保等优势得到了很好的发展，根据政府间气候变化组织地热能特别报告(IPCCSRREN)预测，至 2020 年、2030 年、2050 年全球地热直接利用设备能力将分别达到 143600MW、407800MW、800000MW，分别为 2010 年的 3 倍、8 倍、16 倍，成长空间巨大。我国地热直接利用发展迅速，已广泛应用于工业加工、民用采暖和空调、洗浴、医疗、农业温室和灌溉、水产养殖等各个方面，既节约了能源，又取得了良好的效果。根据 2010 年世界地热大会数据，2010 年中国地热能直接利用的设备能力达到 8898MW,居世界第二，年产生热能 20931.8GWh，居世界第一。

根据《可再生能源发展“十二五”规划》，到 2015 年我国地源热泵供热制冷面积达到 5 亿平方米，而截至 2012 年，我国浅层地热能建筑供热制冷面积为 2.4 亿平方米，因此 2013-2015 年新增地源热泵应用面积应为 2.6 亿平方米。按照平均每平方米 250 元投资计算，2013-2015 年我国地源热泵系统新增投资额在 650 亿左右。长期来看，我国到 2020、2030、2050 年浅层地热能(地源热泵)利用目标为 10000MWt、20000MWt、50000MWt，按照每兆瓦浅层地热能对应供热面积 8 万平方米计算，到 2020、2030、2050 年我国地源热泵应用面积将分别达到 8 亿平方米、16 亿平方米、40 亿平方米，预计相应新增投资额分别为 750 亿元、1600 亿元、2880 亿元。

地热能板块受到政策推动逆市大涨，随着相关政策法规的逐步落实，板块个股仍有上涨动力。此外，随着政府对经济领域改革的逐步深入，传统的高耗能、高污染产业将被逐步摒弃，而政策将向新能源领域倾斜，行业板块长期走势向好。建议投资者积极关注板块动态，可关注汉钟精机、大冷股份等。

<http://sc.stock.cnfol.com/gppdgdzx/20140920/19028233.shtml> Top↑

9. 2014 年中国十大冷冻设备制造企业排名

随着我国经济的持续快速发展，人民生活水平的显著提高，对冷冻冷藏产品的需求比重也越来越高，以及中国在世界经济体系中占据的地位越来越重要，国内对外进出口业务的不间断扩大，都为冷冻冷藏设备行业的快速发展创造了良好的机遇。近年来，中国冷链物流市场规模和需求增速加快，仅食品行业冷链物流的年需求量就在 1 亿吨左右，年增长率在 8% 以上。估算目前中国已有冷藏容量仅占货物需求的 20%-30%，冷链产业蕴藏着巨大商机，是冷冻设备重要

的市场。行业在不断升级，行业产品逐渐由中低端向中高端产品转变，行业研发水平在不断提高。随着中国冷冻冷藏需求的增加，预计中国冷冻冷藏行业企业数量与资产规模将不断增加，冷冻冷藏设备行业前景广阔。

前瞻产业研究院《2015-2020 年中国冷冻设备制造行业市场前瞻与投资战略规划分析报告》统计数据显示，2014 年中国十大冷冻设备制造企业年报如下（排名不分先后）：

2014 年中国十大冷冻设备制造企业名称：

- 1 大连冷冻机股份有限公司
- 2 上海汉钟精机股份有限公司
- 3 青岛马士基集装箱工业有限公司
- 4 青岛中集冷藏箱制造有限公司
- 5 烟台冰轮股份有限公司
- 6 浙江盾安人工环境股份有限公司
- 7 浙江三花股份有限公司
- 8 约克（无锡）空调冷冻设备有限公司
- 9 比泽尔制冷技术（中国）有限公司
- 10 四川丹甫制冷压缩机股份有限公司

资料来源：前瞻产业研究院整理

<http://www.qianzhan.com/guide/detail/250/140922-706d451a.html> Top↑

10. 汉钟精机(002158)非公开增发预案点评:扩产能、产品升级、产品线延伸 着眼长远发展

（华泰证券 2014-09-29）

投资要点：

公司拟定向增发不超过 5100 万股，募集资金不超过 8.5 亿元，增发价格不低于 16.92 元，用于压缩机零部件自动化生产线投资项目、新建兴塔厂项目、企业技术中心项目、浙江汉声机械零部件精加工生产线技改项目。达产后，预计将增加产值 12 亿元，实现利润 2 亿元。本次非公开发行完成后，参与本次发行的特定投资者认购的股份自发行结束之日起十二个月内不得转让。

提升核心零部件（转子）生产能力，解决产能瓶颈。2013 年以来，公司冷冻冷藏压缩机销量同比增速保持 40% 以上。在中央空调用压缩机行业的占有率持续提升，增速远快于行业。2013 年公司产量超过 5 万台，已经接近产能上线，产能不足已经成为制约公司发展的主要障碍。本次募投的年产 3.9 万对转子项目建成投产后，公司产能将达到年产近 9 万台，核心零部件生产能力大幅提升。

产品往节能环保方向升级，加快高端产品进口替代。国家节能减排政策背景下，围绕环保与节能而开发的变频技术在压缩机产品应用中越发广泛。变频系列螺杆式压缩机具备以下优势：节省电费平均在 20% 以上；运行成本降低；压力控制稳定，可以使主机的系统压力变化保持在 $\pm 0.01\text{MPa}$ 变化范围内；降低机组噪音和振动，噪音平均降幅达 3~7dB (A)；延长使用寿命，专用低压变频器可根据压缩机的运行特点，减少机组启动时电流的波动，降低对电网和其他设备用电的影响；适应大范围的气量调节，低速频率可达到基准频率的 15% 以下。本次募投的 1.2 万台环保节能变频智能空调冷库压缩机、1000 台变频永磁无刷空压机组投产后，公司高端产品占比将大幅提升，对外资品牌的进口替

代的进程也将加快。

产品线延伸：1) 新建螺杆膨胀机产能 150 台。公司在台湾合资设立汉力，技术合作方为台湾工业研究院，负责台湾市场的开拓。在上海成立新能源事业部负责螺杆膨胀余热发电大陆市场的开拓也在计划之中。预计公司今年将在电厂、化工厂、建材、石化、钢铁等行业开拓示范性项目，目前在谈的项目 8-10 个，预计年内会有突破性进展。2) 新建 15000 台涡旋压缩机机体生产线升级建设项目。涡旋压缩机下游主要应用于小型冷库、冷藏车用制冷压缩机、家用空调领域，我们看好公司在冷藏车领域的进展。3) 新建 90 台离心热泵机组、90 台变频离心空压机。

持续的创新和产品升级是公司成长速度持续超预期的源泉。汉钟从生产螺杆空压机、螺杆制冷压缩机起步，业务逐渐拓展到真空泵、离心压缩机领域，具备螺杆膨胀机、涡旋压缩机等技术储备，体现出公司强劲的内生性增长和创新拓展能力，这是公司能够保持竞争优势地位的核心。正是由于具备这样的核心竞争力，使得公司能不断推出新产品，促进产品升级，完善产品结构，提升利润水平，并且在产业景气向上的外部环境下，迅速地占领市场，提升收入增速。2013 年中期以来，公司率先走出了经济周期的低谷，率先抢占冷链物流市场需求，市场份额快速提升，公司业绩不但远快于行业增速，也不断超出市场预期。

我们看好冷链物流市场需求，看好热泵产品替代燃煤锅炉的市场需求以及在地热发电市场的应用，看好螺杆膨胀发电市场。我国作为农业生产和农产品消费大国，随着果蔬、肉类和水产品冷链流通率和冷藏运输率稳步提高，冷链物流及冷库用中低温螺杆式制冷压缩机需求迅猛；国家节能减排政策背景下，

淘汰燃煤小锅炉为热泵技术的应用提供了市场，汉钟的高温热泵可替代工业用燃煤锅炉提供蒸汽和冷热水，市场空间巨大；同时国家鼓励发展地热利用，地源热泵是目前最有可能进行产业化的产品；在中低温余热发电市场，螺杆膨胀发电机市场空间巨大。我们长期看好公司在冷链物流和节能环保市场的发展。

维持“买入”评级！公司预计 1-9 月业绩增长区间为 5%~35%，我们判断靠近上限。调高公司 2014~2016 年盈利预测至 0.76、0.94 和 1.1 元（暂未考虑增发后股本摊薄），对应 PE 为 26、21 和 18 倍，给予公司 2015 年 30 倍估值，合理股价 27~30 元。

风险提示：资金紧张，影响下游需求；新产品推广进度低于预期。

http://www.chinastock.com.cn/yhwz_about.do?methodCall=getDetailInfo&docId=4435888 Top↑

11. 汉钟精机 募资 8.5 亿发展主业 搭冷链物流快车

汉钟精机(002158,股吧) (002158) 9 月 26 日公告，公司拟不低于 16.92 元/股定增募资不超过 8.5 亿元用于项目建设，其中，拟 3.5 亿元投向压缩机零部件自动化生产线投资项目；拟 1.98 亿元投向新建兴塔厂项目；拟 1 亿元用于企业技术中心项目；拟 2.02 亿元投向机械零部件精加工生产线技改项目。

持续增长 冷链物流还在发展初期

汉钟精机是一家专注于螺杆式压缩机产品研发、制造及销售的企业，拥有完整的螺杆压缩机产品型号、自主创新研发能力、国际先进生产设备和工艺、专业自动仓储系统等。公司产品主要应用于中央空调、冷链物流、机械工程和矿冶等行业。

公司在近十年维持了增长的态势，收入从 2004 年的 2.04 亿元增长至 2013

年 8.50 亿元，年均复合增速高达 17.16%，期间仅在 2009 年和 2012 年收入出现负增长。归属母公司所有者净利润从 2004 年的 1577 万元增长至 2013 年的 1.49 亿元，年均复合增速更是高达 28.37%，期间仅在 2012 年归属母公司所有者净利润下滑。今年公司延续增长势头，1-6 月实现营业总收入 4.73 亿元，同比增长 21.68%；归属母公司所有者净利润 8581 万元，同比增长 41.18%。今年中报预计 2014 年 1-9 月归属于上市公司股东的净利润变动幅度 5%至 35%，净利润变动区间 11801.66 万元至 15173.57 万元（上年同期净利润 11239.68 万元）。

公司的制冷产品是主营收入的主力军，半年报显示占主营收入的 61.79%，同比增长了 24.22%，公司的制冷产品主要应用于中央空调和冷藏冷冻领域。

目前，中国物流行业的冷链发展仍处于初级阶段，综合冷链物流流通率仅为 19%左右，而发达国家的这项指标超过 90%。中低温冷冻冷藏设备在农、渔、牧行业的发展前景广阔。国家对于冷链产业的发展出台了具体的政策。提出到 2015 年我国果蔬、肉类、水产品冷链流通率分别达到 20%、30%和 36%以上，冷藏运输率分别提高到 30%、50%和 65%左右。华鑫证券研报认为随着国家的政策不断出台，相关标准的逐步完善，冷链物流业仍将保持快速增长态势，保守估计未来三年公司冷冻、冷藏业务业务的收入增速将不低于 30%。

公司在冷藏冷冻领域销售增长迅猛，这主要是冷链物流发展催生了中小型冷库和制冷设施需求，公司的冷藏冷冻系列压缩机机型已完善，以优越性能获得客户广泛认可。国泰君安研报认为冷链物流行业持续景气，公司生产的冷冻冷藏压缩机主要应用于中小物流冷库，未来将持续快速增长。

定增加码主业 强化核心技术

目前,我国制冷压缩机企业众多,绝大多数从事中低端制冷压缩机的生产。而生产螺旋式制冷压缩机的大部分企业的主要核心零部件双螺旋转子(占总成本 25%以上)其线型复杂,加工精度要求高,是制造工艺中的瓶颈。正是由于国内大多数企业不具备核心技术,只能提供整机产品,从而很大程度上抑制了国内制冷压缩机行业的发展。

据悉,汉钟精机坚持自主创新和新产品研发,已拥有自主知识产权的制冷压缩机、空气压缩机,是少数专注于设计及制造螺杆式压缩机的世界性制造服务供应商之一。公司拥有转子螺旋齿形技术——新型 5:6 非对称转子齿形,是业界公认的最先进的第三代齿形,达到世界先进水平。公司此次定增的重头戏——压缩机零部件自动化生产线投资项目,将生产螺杆式压缩机的关键零部件转子、壳体,在既有转子自动化加工生产线基础上增加相应的自动化加工设备,增加转子自制化比例,减少外购转子费用。项目投产后第 3 年达产,产能完全释放,年产转子设备 39840 对,预计建成达产后年新增收入 5.74 亿元,新增利润总额 9693.62 万元。

其他三个项目也是沿着延伸公司上下游产业链、提高产品附加价值、打造低碳环保产品、让公司成为高端流体机械制造装备企业的发展方向进行,项目全部达产后,年均可实现销售收入 8.64 亿元,新增利润 1.58 亿元。公司称通过此次募集资金投资项目的实施,能有效提高企业的整体经济效益,进一步提升公司在国内螺杆式压缩机行业的规模优势和市场地位。

<http://stock.hexun.com/2014-10-10/169206097.html>

Top↑

12. 汉钟精机：冷链景气+产品创新,公司业绩有望继续快速增长

2013 年公司综合毛利率 36.12%,创历史新高。毛利率大幅提升主要有两方面原因:1)公司持续进行产品创新,冷冻冷藏压缩机中的低温系列、中央空调压缩机中的大功率产品等高毛利产品的占比持续提升;2)主要原材料价格下降以及成本控制得当,营业成本增幅小于收入增幅。2013 年公司期间费用率 14.87%,基本持平。市场份额快速提升,中央空调压缩机市场占有率扩大,增速大幅超越行业。2013 年水冷螺杆中央空调销售规模同比增长 4.6%,汉钟冷媒压缩机实现收入 5.48 亿元,同比增长 23.7%,显著高于行业增速。超越行业的主要原因:公司不断进行产品创新,抓住机遇抢占竞争对手市场份额,中央空调销量增速加快。

冷链物流行业景气上升,冷冻冷藏压缩机销量同比增长较大。为了加快农产品冷链物流发展,2013 年开始农业部针对产地端库实行农业补贴,同时农产品电商兴起,对农产品品质要求提升,促发产地冷库投资热情,小型冷冻冷藏压缩机需求旺盛。公司开启式压缩机和双段低温系统压缩机已逐步开始量产,冷冻冷藏系列压缩机机型已较完整,可全面覆盖行业需求。公司将深耕与细作,力求让其成为公司新的增长点。

【点评】 公司股价近期高位回落,成交量不断萎缩至地量,跌破多条均线支撑,5 日线下插 10 日,20 日,30 日线,MACD 已翻绿下行,周五股价虽已止跌,但量能并未放大,预计难以走强,60 日线将接受考验,中线 10 周线即构成压力,不宜过早介入。

<http://stock.huagu.com/f10/002158/news/2291170.html>

Top↑