



主管主办: 新华报业传媒集团

江苏经济报



江苏经济网



江苏经济报官方微信

今日 4 版 国内统一连续出版物号:CN 32-0016 代号:27-50 全国发行

星期五 2026年5月29日 丙午年四月十三 总第10365期

破解“无材可用、有材不好用、好材不敢用”难题

江苏绿色建材在“规范”中迈向“高端”

制造强省 材料先行

□江苏经济报记者 沈玉青

为推动制造强省建设,规范建筑保温材料行业发展,推动绿色建材创新应用与产业链协同升级,日前,“制造强省·材料先行”建筑保温材料专题活动在南京成功举办。活动聚焦政策解读、需求发布、技术对接等核心任务,汇聚政府部门、权威专家、重点项目建设单位与新材料企业,搭建起全链条交流合作平台,为江苏建筑保温材料产业高质量发展指明方向、凝聚合力。

专家发声 政策标准直达一线

建筑保温材料是江苏新材料产业集群的重要组成部分,既是发展绿色建筑、推进建筑节能的基础材料,也是保障建筑消防安全、提升居住品质的重要支撑。江苏作为制造业强省、建筑大省,建筑保温材料产业根基深厚。目前,全省已形成涵盖岩棉、玻璃棉、聚苯乙烯泡沫板、真空绝热板、气凝胶、建筑保温砂浆等产品的完整产品体系。

当前,建筑保温材料行业发展正处在关键转型期。工业和信息化部、住房和城乡建设部等五部门联合发布《建筑保温材料行业规范条件(2025年本)》,明确了行业发展准则,为行业提质升级、规范发展划定了清晰路径。同时,随着“双碳”目标的推进、建筑安全标准的提升,市场对保温材料防火安全性、绿色低碳性、高效节能性提出了更高要求,推动行业向高端化、绿色化转型已成为必然趋势。

活动中,省工业和信息化厅新材料

产业处负责人系统解读江苏新材料“四位一体”政策支持体系,明确新材料推广、核心技术攻关、金融贴息等支持举措,破解“无材可用、有材不好用、好材不敢用”的难题,以政策红利激发企业创新活力。中国建筑材料工业规划研究院绿色低碳处处长郭晓华深刻解读《建筑保温材料行业规范条件(2025年本)》和《建材工业鼓励推广应用的技术和产品目录(2025年本)》,全国绝热材料标委会秘书孟浩现场解读《建筑用绝热材料及制品燃烧性能安全技术规范》,打通政策落地“最后一公里”。

江苏省国防科学技术工业办公室副主任涂家飞表示,近年来,江苏持续推进建筑保温材料产业规范化、高端化发展,不断推进全链条整治,加快推动产品迭代升级,为我省绿色建筑发展、超低能耗建筑推广提供了坚实材料保障。接下来,省工业和信息化厅将一如既往地为企业发展保驾护航,以优质材料夯实建筑产业根基,以创新转型助推行业提质增效。一是强化政策供给,持续优化新材料产业扶持举措,加大首批次新材料推广应用、短板技术攻关支持力度。二是加快产业集群,支持南京等重点地区依托现有产业基础,培育壮大建筑保温材料特色产业集群,持续放大区域产业优势。三是搭建对接平台,推动大中小企业协同发展,深化产学研用深度融合,畅通产业链上下游合作渠道。

需求发布 锚定市场应用导向

在需求发布环节,江苏省建筑设计研究院股份有限公司、金基集团南京城市公司、中建安装集团南京建设有限公司、中建八局第三建设有限公司等项目实施企业,结合项目实践集中发布建筑保温材料采购与技术需求,形成清晰、明确、可落地的市场导向,为生产企业研发创新提供精准靶向。

金基集团深耕南京,开发足迹遍布各大核心板块,打造了从高端别墅、科技洋房到品质高层的多元化项目矩阵。“建筑保温是通过在建筑围护结构上使用保温隔热材料,减少室内外热量传递,实现建筑节能、提升居住舒适度与环境质量的关键技术,覆盖建筑主体的多个关键部位。其中外墙是建筑能耗最主要的部位,占比通常超过50%。目前主流采用外墙外保温做法,能有效保护主体结构,避免热桥效应并延长建筑寿命。”金基集团南京城市公司设计管理部总监徐悦表示,公司目前使用的保温材料存在透气性差、易吸水受潮、易开裂等问题,希望能有在强度、环保、防火、防水、隔声等方面均满足公司使用要求的产品。

“公司拥有建筑工程特级、石化工程特级、工程设计建筑行业建筑工程专业甲级等18项资质,以及多项特种设备设计、制造安装许可。通过多年的工程实践,我们深刻认识到,优质的建筑保温材料是保障工程质量、落实节能规范、响应‘双碳’目标的关键。但在实际施工中,仍面临防火与节能性能难平衡,现场施工质量难把控等痛点,制约项目交付与行业升级。”中建安装集团南京建设有限公司科技质量部高级经理周天宇表示,希望新材料企业能研发出具备优异综合性能的新型材料,全面提升建筑的安全与品质。并希望保温系统能融入智慧建筑体系,打破传统“被动式”维护的局限,实现对建筑保温全生命周期的主动式、智能化监测与管理。

供给对接 创新产品赋能产业

在技术推介环节,江苏珈云新材料有限公司、无锡瑞科建筑材料有限公司、南京法宁格节能科技股份有限公司、南京恒翔保温材料制造有限公司等省内头部保温材料企业集中亮相,发布

新一代高性能、绿色化、安全型产品与系统解决方案,覆盖挤塑板、岩棉、保温砂浆、气凝胶等主要产品,充分体现江苏建筑保温材料产业的创新实力与供给能力。

江苏珈云新材料有限公司项目工程师杨圣奇带来了节能防火气凝胶产品。据了解,气凝胶是一种具有三维纳米网络多孔结构的轻质材料,已大规模落地于实际商业场景。“气凝胶建筑保温板可减少制冷机组容量配置,直接节省设备初始投资和配电费用。按6000平方米外墙面积、年制冷1200小时、电价0.8元/kWh估算,仅制冷能耗每年即可节约数万元至十余万元。”杨圣奇介绍,相比传统保温材料,气凝胶涂料具有空间效率高、施工便捷的优势。传统保温层需要相当厚度才能达到理想效果,而气凝胶涂料仅需薄层施工即可实现同等甚至更好的隔热性能,2mm—3mm厚气凝胶绝热涂料即可达到原35mmEPS保温板保温隔热效果。且气凝胶涂料可直接涂刷在现有结构表面,不需要大规模拆除原有结构,大大降低了改造难度和成本。

南京法宁格节能科技股份有限公司深耕高分子发泡节能保温材料20余年,不仅掌握核心制造工艺,更具备强大的智能装备研发能力。公司业务经理王忠友介绍,公司核心产品高抗压挤塑板由特殊工艺制成,压缩强度远超普通挤塑板,承载能力极强。其在长期重压下也能保持形状稳定,不易变形,结构持久稳固。且延续XPS材料低导热率核心优势,能够提供优异的节能保温效果。该产品可应用于机场跑道、高速公路等重载路基的保温与防冻胀处理,大型广场、停车场及重载仓库地面的结构保温与支撑,以及倒置式屋面保温系统,提供防水保温一体化解决方案。作为技术源头企业,我们将发挥引领作用,带动行业技术进步与产业升级,积极践行“双碳”使命。”王忠友表示。



南京建宁路长江隧道通车进入倒计时

目前,南京建宁路长江隧道江北段施工全部完工,配套设施就位,江南段收尾施工有序推进。该隧道全长约6.8公里,为距离南京长江大桥最近的过江隧道。江苏经济报记者 王津摄

南京都市圈一条新建高铁开始静态验收

本报讯 5月27日,新建巢湖至马鞍山高速铁路(简称巢马高铁)正式启动静态验收工作,标志着该高铁主体工程基本完成,向着开通运营目标迈出了至关重要的一步。

巢马高铁起于巢湖东站,向东经马鞍山市含山县、和县、郑蒲港新区、当涂县、经开区、雨山区、花山区等地,终至马鞍山东站,新建正线约61公里,联络线约12公里,正线桥隧比79.6%。全线设巢湖东、含山、郑蒲港、马鞍山南、马鞍山东5座车站,其中含山、郑蒲港、马鞍山南为新建车站。

巢马高铁江南段于2021年5月全线开工建设,江北段于2022年10月全线开工建设。自项目开工以来,上铁集团全面加强工程管理和运营前期介入工作,通过强化标准化管理、创新工艺工法、优化施工方案等措施,确保项目高质量建设。

巢马高铁是合肥与马鞍山间的直达高铁线路,由安徽省投资集团控股投资,预计今年9月具备开通运营条件。项目建成运营后,将在皖江两岸建起一条快速新通道,进一步拉近合肥都市圈与南京都市圈之间的时空距离,对于完善区域路网布局,打造“轨道上的长三角”,服务长三角一体化发展和长江经济带发展等具有重要意义。(田墨池 王建朋)

醋系列赚的钱,被酒系列、酱系列吃掉了相当一部分

恒顺醋业:“破圈”未捷,现金流却已“破防”

虎踞调查

□江苏经济报记者 金彩

5月22日,在恒顺醋业召开的2025年度股东大会上,公司正式启动了2026年度股东专属回馈活动。根据活动方案,在2026年5月15日至6月30日期间,任意一个交易日收盘时持有100股(含)以上恒顺醋业股票的股东,即可免费领取调味品四件套,并以优惠价格购买公司旗下礼盒产品。与此同时,恒顺醋业还推出高比例现金分红方案,拟每10股派发现金红利1.2元(含税),合计派现约1.33亿元,分红比例超过90%。这一“现金分红+实物福利”的组合拳,在资本市场引发不小的关注。

然而,当视线从股东回馈的热闹场面移向恒顺醋业最新财报数据时,一幅相对复杂的图景开始呈现。一方面,恒顺醋业2025年全年营收和净利润均保持稳健增长态势;另一方面,其经营活动产生的现金流量净额同比腰斩,合同负债大幅缩减,并且酒系列、酱系列产品收入双双下滑。这表明,恒顺醋业在非醋领域的规模化扩张之路,似乎仍未找到有效的突破口。针对上述业绩表现与经营策略等问题,记者向恒顺醋业发出采访请求,然而截至发稿时仍未获得回复。

“宠粉”背后是发展焦虑

恒顺醋业此次推出的股东专属回馈活动,不仅在A股消费类上市公司中引发关注,更释放出其试图在投资者关系管理层面进行强化的信号。从活动设计来看,恒顺醋业在回馈股东的力

主业稳健难掩“失血”问题

如果说股东回馈活动是恒顺醋业向外界展示的“A面”,那么2025年年报中揭示的财务隐忧则是其不容回避的“B面”。财报显示,2025年恒顺醋业的核心业务继续

稳健增长,醋系列实现营收13.21亿元,同比增长4.38%;毛利率达46.27%,同比增长0.95%。同时,公司在渠道建设方面持续发力,终端网点突破38万家,直销渠道在电商及新零售带动下实现同比81.84%的增长。这些数据表明,恒顺醋业在食醋主赛道的竞争优势依然牢固,品牌地位较为稳固。

然而,恒顺醋业的财务状况也传递出令人忧虑的信号。2025年,公司经营活动产生的现金流量净额为2.46亿元,同比下降50.17%,已经腰斩。对此,恒顺醋业方面解释称,“主要系预收货款减少、支付的采购款项及各项费用增加所致。”更值得警惕的是,2025年末恒顺醋业合同负债(主要为商品销售预收款)为2.06亿元,较2024年末降幅达17.6%。作为一家以经销模式为核心的企业,合同负债的较大幅度下降在一定程度上折射出经销商提前打款、备货的意愿有所减弱,这对其资金周转效率和销售稳定性形成不小的考验。

此外,恒顺醋业整体毛利率也在承压。2025年公司毛利率为32.39%,同比下降6.71%,其中第四季度毛利率降至20.4%,同比下降10.9%。恒顺醋业方面表示,毛利率下滑主要系低毛利率的新品收入占比提升、部分产能投产带来折旧增加等因素所致。尽管其净利率在费用管控优化下有所改善,但盈利能力的结构性质变仍然值得关注。从这些数据不难看出,当下恒顺醋业主业根基尚稳,但现金流“失血”和库存压力上升正考验着公司的经营韧性,且利润率的结构性下滑也在提示——多元化的成本远比想象中沉重。

非醋板块何时能挑起大梁

如果说现金流的隐忧是财务层面的“近忧”,那么非醋业务长期难有起色,则暴露出恒顺醋业

发展中最深层的“远虑”。

从产品结构来看,恒顺醋业对醋主业的依赖程度极高。2025年,醋系列收入占公司调味品总收入的比例约为58%。相比之下,酒系列收入3.04亿元,同比下滑7.60%;酱系列收入1.74亿元,同比下滑3.34%。酱系列毛利率更从上年同期的10.58%暴跌至2.39%,几乎贴着成本价在卖。这表明,酒和酱不仅未能成长为公司的第二增长曲线,反而面临收缩风险。

面对主业增长空间有限、非醋品类难以突破的现实,恒顺醋业近年来频繁尝试跨界“破圈”。从2022年推出“酸甜抱抱”气泡水,到同年推出香醋、酱油、黄酒口味的文创雪糕,再到2025年打造百花牌气泡黄酒,直至2026年初上线的香醋可乐,其跨界尝试可谓层出不穷。

热闹背后,实际的商业回报却颇为骨感。以香醋可乐为例,这款定价42元/6瓶的产品上线后,短期内吸引了不少消费者“尝鲜”,但后续销售遇冷,话题热度与真实市场接受度之间存在明显落差。文创雪糕的销售则集中于恒顺博物馆等特定线下场景,本质上更接近打卡式消费而非规模化复制的商业模式。有品牌定位专家直言不讳地表示,恒顺围绕“醋”进行概念延伸试图切入休闲消费场景,但“这类跨品类尝试风险颇高”。

更深层的问题在于,恒顺醋业的多元化路径缺乏系统性协同。分析人士指出,与海天味业依托7000家经销商网络和超60%的餐饮渠道占比实现从酱油到蚝油、料酒、复合调味料的“相关多元化”不同,恒顺的“醋+酒+酱”三大品类之间并未形成显著的渠道复用效应和消费场景叠加。

对于恒顺醋业而言,跨界不是目的,破局才是。无论是高调派发股东福利,还是频繁推出跨界新品,最终检验这些举措成效的,仍然是能否真正打开第二增长曲线,改善经营性现金流。

虎踞 财评

“垃圾不够烧”背后的真问题

○周维

最近一段时间,多地开挖“垃圾山”、企业“抢垃圾”的反常识事件频频出现,“垃圾不够烧了”“垃圾没必要分类了”的话题也不时引发关注。本周是全国城市生活垃圾分类宣传周,热议再起,不妨先来将争议背后的真问题。

首先,“垃圾不够烧”,这话对,也不对。二三十年前,受限于垃圾焚烧技术水平不足,填埋是我国生活垃圾处理的主流方式,“垃圾围地”成为许多地方的共同烦恼。而后,政策鼓励采用焚烧处理方式,加之焚烧处理技术不断进步,特别是逐步解决了公众普遍关切的二噁英排放问题,另外还能实现变废为宝,于是垃圾焚烧行业迅速发展,我国垃圾焚烧处理能力在全球处于领先地位。

到2024年底,全国有1137座生活垃圾焚烧厂在运行,日均实际焚烧处理生活垃圾115.8万吨,平均负荷率88.7%。整体看,负荷处于合理区间。然而,局部地区一些垃圾焚烧厂确实出现焚烧炉负荷不足、停烧等情况。问题主要出在焚烧处理能力区域不均——

从区域分布来看,垃圾焚烧厂多集中在东部沿海经济发达城市,越靠近西北部越稀疏,与中国人口地理分界线“胡焕庸线”大致走向相似;从产能利用率来看,西北地区垃圾焚烧相对饱和,东南地区容易出现“吃不饱”问题;从城乡视角来看,一些城市由于垃圾分类全覆盖、可燃垃圾减少,焚烧厂不够烧,偏远农村则仍存在露天随意堆放和露天焚烧,甚至是“垃圾围村”的情况。

说到底,大型垃圾焚烧厂的建设和运营具有显著的规模效应,投资方向倾向于在人口密度大、支付能力强的地方布局,导致经济发达地区焚烧设施处理能力冗余,经济不发达的西部地区、边远地区县城焚烧设施处理能力不足,“吃不饱”与“吃不下”并存。

其次,“垃圾不够烧”,只是“冷热不均”的一个侧面。面对“冷热不均”,有两种解决思路:一种是双向协助,“吃不下”的把料分给“吃不饱”的,皆大欢喜;一种是各自努力,“缺料”的想办法减小“胃口”,“堆存”的提搞焚烧“消化”能力。

前者主要面临经济合理性问题。垃圾平均价值低,长距离运输不划算,人口密度低还会导致垃圾分散、收运效率低,进一步推高处理成本。人口密度低的欠发达地区,需要答好“钱从哪来”的关键之问。

后者主要面临技术与经济双重挑战。我国大型垃圾焚烧技术较为先进,小型垃圾焚烧技术突破却相对缓慢,不管哪种路线,在燃烧稳定、排放达标、经济可行等方面都还有进步空间。

最后,再来说说垃圾分类。如果混合垃圾直接送入焚烧厂,其中的厨余垃圾会导致垃圾含水率高、燃烧不充分,降低发电效率,增加燃料消耗;废电池、废药品等有害物质还容易破坏生态环境,危害人体健康。分类,利于焚烧厂高效稳定运行,也是从源头规避污染风险的重要举措。

其实,垃圾分类的主要目的不是更好地“烧”,而是更好地“转”。例如,回收1吨废纸,可再造800公斤优质纸张,能保护17棵大树,节约造纸能耗40%—50%。若是没有分类,直接当作混合垃圾烧了,产生的电能与上述收益相比,几乎可以忽略不计。同理,回收利用废塑料相当于节约石油,废玻璃回炉再生生产也能够节省煤炭资源,等等。

垃圾焚烧是能量回收,而垃圾分类最重要的目标,是将可回收物尽可能分离出来,实现物质回收利用,物质回收利用的全生命周期综合环境绩效远高于能量回收利用。不区别价值高低将所有垃圾一烧了之,实为资源浪费。源头减量、垃圾分类,是一笔资源账、生态环保账。

我国首部海洋生物医药产业发展的政策文件发布

新华社电 5月28日,自然资源部等8部门发布《关于加快海洋药物和功能制品高质量发展的指导意见》,这是全国层面首部海洋生物医药产业发展的政策文件。

指导意见强调统筹加强产业“资源链+科技链+产业链+应用链”全链条创新体系建设,推动科技创新和产业创新深度融合,到2030年实现多项海洋创新药上市,产业增加值突破1300亿元。

海洋药物来源广泛,结构新颖、活性独特、差异性强的,目前我国自主研发的海洋药物占全球已上市品类的近30%。

前4月江苏社零总额超1.6万亿元

本报讯 5月28日,省统计局发布公告,1至4月全省实现社会消费品零售总额16110.3亿元,同比增长0.7%,消费增长内生动力仍待进一步增强。

“4月份,在‘苏新消费’系列活动及清明假期叠加‘中小学暑假’的带动下,市场活力阶段性释放,全省消费市场运行基本稳定。”省统计局贸易外经统计处有关负责人分析。

消费市场运行基本稳定,餐饮收入好于商品零售。分消费类型看,1至4月全省限上餐饮收入同比增长2.2%,高于限上商品零售4.1个百分点。

居民刚需消费展现韧性,基础生活类平稳增长。4月份,全省限上粮油食品类、饮料类、服装鞋帽类商品零售额同比分别增长3.1%、0.6%、3.9%,合计拉动全省当月限上零售额增长0.7个百分点。

1至4月,全省限上粮油食品类、饮料类、烟酒类、服装鞋帽针纺织品类、日用品类五种基本生活类商品合计拉动全省限上零售额增长1.9个百分点。

消费提质持续推进,品质升级销售向好。当前,居民消费趋向优质化、多元化,带动改善升级类商品销售快速增长。4月份,全省限上化妆品类、金银珠宝类商品零售额同比分别增长8.8%、5.7%,合计拉动全省当月限上零售额增长0.2个百分点;限上能效等级为1级和2级的家电类商品零售额同比增长29.3%,拉动全省当月限上零售额增长0.5个百分点。

电商销售带动作用明显,线上消费活力持续释放。国补政策叠加电商平台日常促销,推动线上消费潜力持续释放。1至4月,全省网上商品和服务零售额同比增长5.5%,其中网上商品零售额同比增长3.3%,高于全省社会消费品零售总额2.6个百分点。

省统计局贸易外经统计处有关负责人表示,下一阶段,要纵深推进提振消费专项行动,持续打响“苏新消费”品牌,健全全链条消费长效机制,丰富多品类消费供给,深度释放改善型消费潜力,不断提升居民消费意愿,推动全省消费市场持续向好。(李晴)