



每周行业要闻

第 686 期

(2024 年 05 月 06 日—2024 年 05 月 12 日)

中国五矿化工进出口商会 综合部 编辑

目 录

一. 财经要闻	1
◇ 2024 年 4 月下旬流通领域重要生产资料市场价格变动情况.....	1
◇ 2024 年 4 月份工业生产者出厂价格同比降幅收窄.....	6
◇ 2024 年 4 月份居民消费价格同比上涨 0.3%	11
◇ 国家统计局城市司首席统计师董莉娟解读 2024 年 4 月份 CPI 和 PPI 数据 17	
二. 石化	20
国内	20
◇ 我国首个国家级陆相页岩油示范区一季度原油产量创新高.....	20
◇ 从原油到金属，大宗商品迎来“牛市”	21
国际	24
◇ 马来西亚深水勘探有望加速发展.....	24
◇ 油库遭袭！卢甘斯克突发大火.....	26
三. 五金建材卫浴	27
◇ 九大家居上市企业财报透露了哪些信息？	27
四. 矿产有色钢材	36
国内	36
◇ 生态环境部：加快建立现代化生态环境监测体系将从五方面发力	36
◇ 黄金价格近期有所回落 专家：央行增持黄金是大方向.....	37
国际	38
◇ 西澳冈尼维尔铜镍矿资源量上升 18%	38

◇ 澳大利亚杜博稀土矿获机构资助.....	41
-----------------------	----

一. 财经要闻

◇2024年4月下旬流通领域重要生产资料市场价格变动情况

2024/05/07 09:30 来源：国家统计局

据对全国流通领域9大类50种重要生产资料市场价格的监测显示，2024年4月下旬与4月中旬相比，29种产品价格上涨，20种下降，1种持平。

2024年4月下旬流通领域重要生产资料市场价格变动情况

产品名称	单位	本期价格 (元)	比上期 价格涨 跌 (元)	涨跌 幅 (%)
一、黑色金属				
螺纹钢 (Φ20mm, HRB400E)	吨	3679.7	58.7	1.6
线材 (Φ8-10mm, HPB300)	吨	3850.8	51.8	1.4
普通中板 (20mm, Q235)	吨	3901.8	28.8	0.7
热轧普通板卷 (4.75-11.5mm, Q235)	吨	3832.4	23.4	0.6
无缝钢管 (219*6, 20#)	吨	4455.6	-31.4	-0.7
角钢 (5#)	吨	3959.2	34.2	0.9
二、有色金属				
电解铜 (1#)	吨	79380.0	2606.4	3.4
铝锭 (A00)	吨	20396.7	31.0	0.2
铅锭 (1#)	吨	16658.3	161.9	1.0
锌锭 (0#)	吨	22525.0	15.0	0.1
三、化工产品				
硫酸 (98%)	吨	356.7	-8.2	-2.2
烧碱 (液碱, 32%)	吨	788.9	3.2	0.4
甲醇 (优等品)	吨	2497.1	62.6	2.6
纯苯 (石油苯, 工业级)	吨	8815.5	46.2	0.5
苯乙烯 (一级品)	吨	9610.7	-44.1	-0.5
聚乙烯 (LLDPE, 熔融指数2 薄膜料)	吨	8510.2	74.5	0.9
聚丙烯 (拉丝料)	吨	7569.0	15.4	0.2
聚氯乙烯 (SG5)	吨	5623.3	6.5	0.1
顺丁胶 (BR9000)	吨	13192.9	-126.1	-0.9
涤纶长丝 (POY150D/48F)	吨	7589.3	-135.7	-1.8
四、石油天然气				

产品名称	单位	本期价格 (元)	比上期 价格涨 跌 (元)	涨跌 幅 (%)
液化天然气 (LNG)	吨	4182.1	187.3	4.7
液化石油气 (LPG)	吨	5054.9	98.5	2.0
汽油 (95#国 VI)	吨	9755.0	-55.7	-0.6
汽油 (92#国 VI)	吨	9467.7	-54.0	-0.6
柴油 (0#国 VI)	吨	7878.3	-91.9	-1.2
石蜡 (58#半)	吨	8433.9	-36.1	-0.4
五、煤炭				
无烟煤 (洗中块)	吨	1135.0	81.7	7.8
普通混煤 (4500 大卡)	吨	632.0	3.1	0.5
山西大混 (5000 大卡)	吨	727.9	4.3	0.6
山西优混 (5500 大卡)	吨	826.6	3.0	0.4
大同混煤 (5800 大卡)	吨	871.6	3.3	0.4
焦煤 (主焦煤)	吨	1925.0	64.3	3.5
焦炭 (准一级冶金焦)	吨	1855.8	200.0	12.1
六、非金属建材				
普通硅酸盐水泥 (P.O 42.5 袋装)	吨	351.9	-5.5	-1.5
普通硅酸盐水泥 (P.O 42.5 散装)	吨	306.6	-3.0	-1.0
浮法平板玻璃 (4.8/5mm)	吨	1708.2	-21.5	-1.2
七、农产品 (主要用于加工)				
稻米 (粳稻米)	吨	4080.3	-5.7	-0.1
小麦 (国标三等)	吨	2598.5	-91.2	-3.4
玉米 (黄玉米二等)	吨	2270.3	-22.2	-1.0
棉花 (皮棉, 白棉三级)	吨	16320.9	-319.7	-1.9
生猪 (外三元)	千克	14.9	-0.2	-1.3
大豆 (黄豆)	吨	4528.0	32.9	0.7
豆粕 (粗蛋白含量 \geq 43%)	吨	3334.9	3.3	0.1
花生 (油料花生米)	吨	8750.0	0.0	0.0
八、农业生产资料				
尿素 (中小颗粒)	吨	2239.8	51.5	2.4
复合肥 (硫酸钾复合肥, 氮磷钾含量 45%)	吨	3023.0	-11.9	-0.4
农药 (草甘膦, 95%原药)	吨	26457.1	228.5	0.9
九、林产品				
天然橡胶 (标准胶 SCRWF)	吨	13434.5	-304.8	-2.2
纸浆 (进口针叶浆)	吨	6386.9	24.4	0.4
瓦楞纸 (AA 级 120g)	吨	2659.5	-53.8	-2.0

注：上期为 2024 年 4 月中旬。

附注

1. 指标解释

流通领域重要生产资料市场价格，是指重要生产资料经营企业的批发和销售价格。与出厂价格不同，生产资料市场价格既包含出厂价格，也包含有经营企业的流通费用、利润和税费等。出厂价格与市场价格互相影响，存在时滞，两者的变动趋势在某一时间段内有可能出现不完全一致的情况。

2. 监测内容

流通领域重要生产资料市场价格监测内容包括 9 大类 50 种产品的价格。类别与产品规格说明详见附表。

3. 监测范围

监测范围涵盖全国 31 个省（区、市）300 多个交易市场的近 2000 家批发商、代理商、经销商等经营企业。

4. 监测方法

价格监测方法包括信息员现场采价，电话、即时通讯工具和电子邮件询价等。

5. 涨跌个数的统计

产品价格上涨、下降、持平个数按照涨跌幅（%）进行统计。

附表 流通领域重要生产资料市场价格监测产品规格说明表

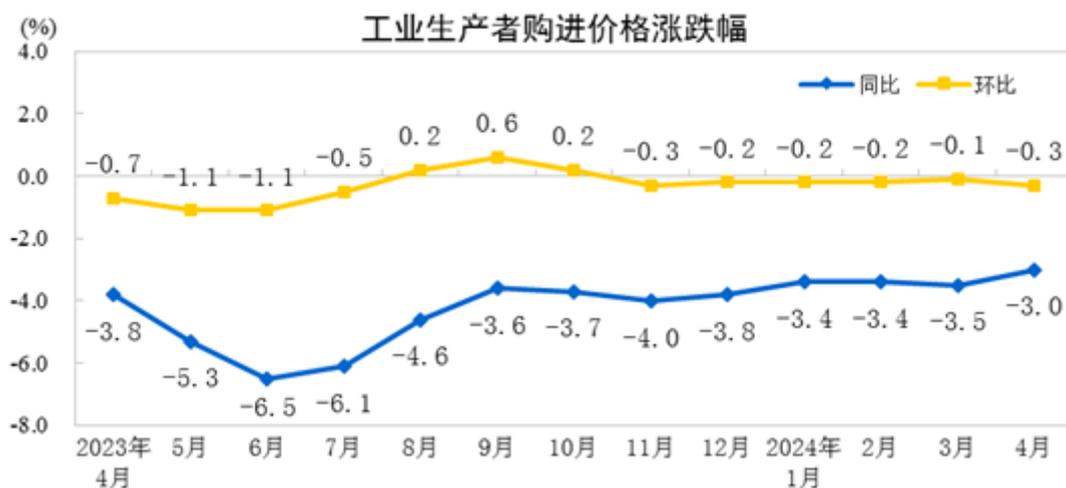
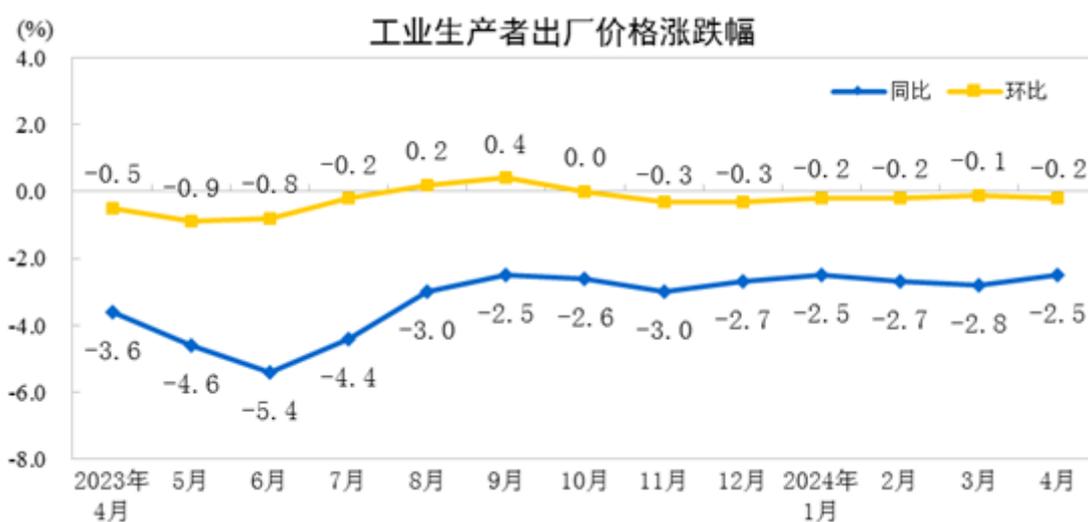
序号	监测产品	规格型号	说明
一、黑色金属			
1	螺纹钢	Φ20mm, HRB400E	屈服强度≥400MPa
2	线材	Φ8-10mm, HPB300	屈服强度≥300MPa
3	普通中板	20mm, Q235	屈服强度≥235MPa
4	热轧普通板卷	4.75-11.5mm, Q235	屈服强度≥235MPa, 宽度 1500mm
5	无缝钢管	219*6, 20#	20#钢材, 屈服强度≥ 245MPa
6	角钢	5#	屈服强度≥235MPa
二、有色金属			
7	电解铜	1#	铜与银质量分数≥99.95%
8	铝锭	A00	铝质量分数≥99.7%
9	铅锭	1#	铅质量分数≥99.994%
10	锌锭	0#	锌质量分数≥99.995%
三、化工产品			
11	硫酸	98%	H ₂ SO ₄ 质量分数≥98%
12	烧碱(液碱)	32%	NaOH 质量分数≥32%的离 子膜碱
13	甲醇	优等品	水质量含量≤0.10%
14	纯苯(石油苯)	工业级	苯纯度≥99.8%
15	苯乙烯	一级品	纯度≥99.5%
16	聚乙烯(LLDPE)	熔融指数2 薄膜料	熔融指数: 2.0± 0.5g/10min
17	聚丙烯	拉丝料	熔融指数: 3.0± 0.9g/10min
18	聚氯乙烯	SG5	K 值: 66-68
19	顺丁胶	BR9000	块状、乳白色, 灰分≤ 0.20%
20	涤纶长丝	POY150D/48F	半光 167 分特, AA 级
四、石油天然气			
21	液化天然气	LNG	甲烷含量≥75%, 密度≥ 430kg/m ³
22	液化石油气	LPG	饱和蒸汽压 1380-1430kPa
23	汽油	95#国 VI	国 VI 标准
24	汽油	92#国 VI	国 VI 标准
25	柴油	0#国 VI	国 VI 标准
26	石蜡	58#半	熔点不低于 58℃
五、煤炭			
27	无烟煤	洗中块	挥发分≤8%

序号	监测产品	规格型号	说明
28	普通混煤	4500 大卡	山西粉煤与块煤的混合煤, 热值 4500 大卡
29	山西大混	5000 大卡	质量较好的混煤, 热值 5000 大卡
30	山西优混	5500 大卡	优质的混煤, 热值 5500 大卡
31	大同混煤	5800 大卡	大同产混煤, 热值 5800 大卡
32	焦煤	主焦煤	含硫量<1%
33	焦炭	准一级冶金焦	12.01%≤灰分≤13.50%
六、非金属建材			
34	普通硅酸盐水泥	P.0 42.5 袋装	抗压强度 42.5MPa
35	普通硅酸盐水泥	P.0 42.5 散装	抗压强度 42.5MPa
36	浮法平板玻璃	4.8/5mm	厚度为 4.8/5mm 的无色透明玻璃
七、农产品 (主要用于加工)			
37	稻米	粳稻米	杂质≤0.25%, 水分≤15.5%
38	小麦	国标三等	杂质≤1.0%, 水分≤12.5%
39	玉米	黄玉米二等	杂质≤1.0%, 水分≤14.0%
40	棉花 (皮棉)	白棉三级	纤维长度≥28mm, 白或乳白色
41	生猪	外三元	三种外国猪杂交的肉食猪
42	大豆	黄豆	杂质≤1.0%, 水分≤13.0%
43	豆粕	粗蛋白含量≥43%	粗蛋白≥43%, 水分≤13.0%
44	花生	油料花生米	杂质≤1.0%, 水分≤9.0%
八、农业生产资料			
45	尿素	中小颗粒	总氮≥46%, 水分≤1.0%
46	复合肥	硫酸钾复合肥	氮磷钾含量 45%
47	农药 (草甘膦)	95%原药	草甘膦质量分数≥95%
九、林产品			
48	天然橡胶	标准胶 SCRWF	杂质含量≤0.05%, 灰分≤0.5% 抗张指数≥85.0N·m/g, 耐破指数≥
49	纸浆	进口针叶浆	6.5KPa·m ² /g, 撕裂指数≥9.0mN·m ² /g
50	瓦楞纸	AA 级 120g	120±5g/m ²

◇ 2024 年 4 月份工业生产者出厂价格同比降幅收窄

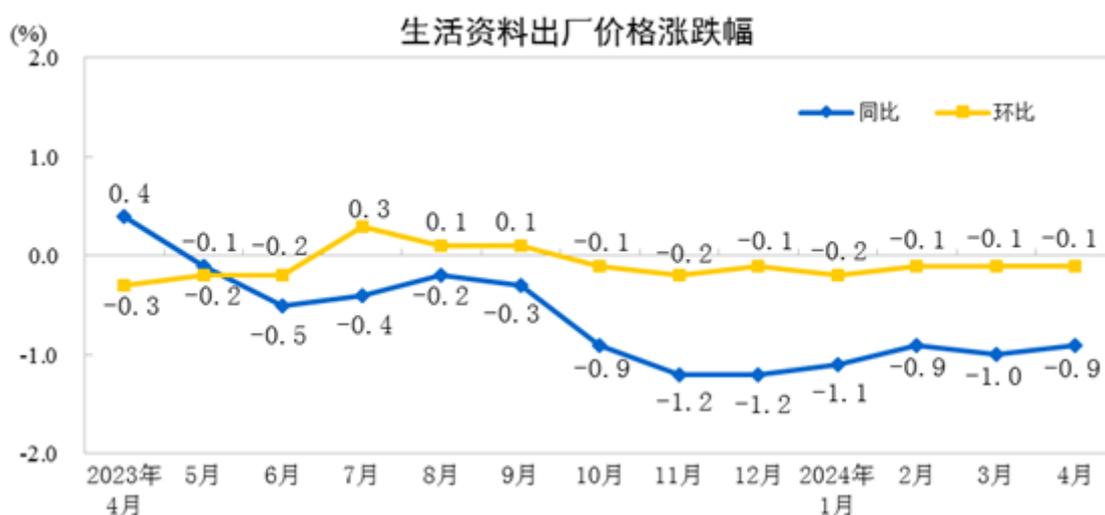
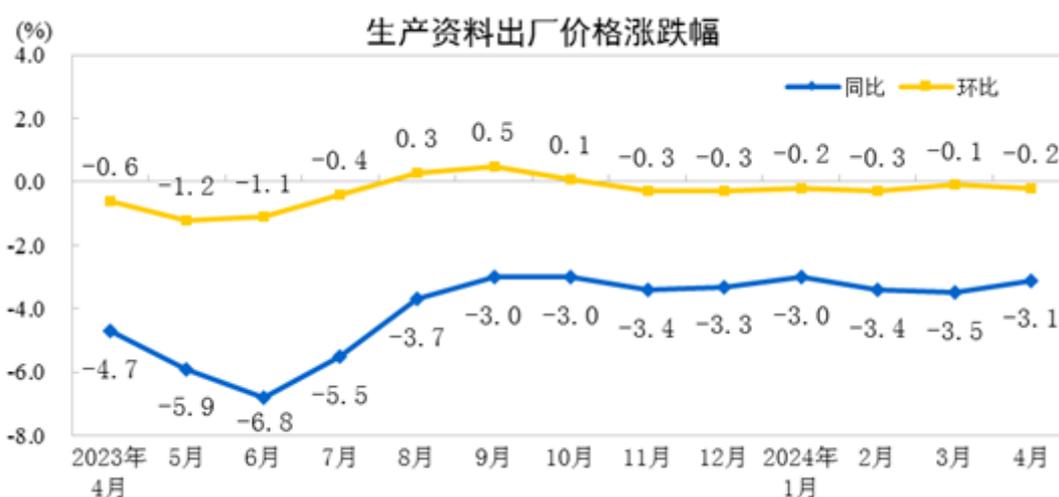
2024/05/11 09:30 来源：国家统计局

2024 年 4 月份，全国工业生产者出厂价格同比下降 2.5%，工业生产者购进价格同比下降 3.0%，降幅比上月分别收窄 0.3、0.5 个百分点；工业生产者出厂价格和购进价格环比分别下降 0.2%、0.3%。1—4 月平均，工业生产者出厂价格比上年同期下降 2.7%，工业生产者购进价格下降 3.3%。



一、4 月份工业生产者价格同比变动情况

工业生产者出厂价格中，生产资料价格下降 3.1%，影响工业生产者出厂价格总水平下降约 2.32 个百分点。其中，采掘工业价格下降 4.8%，原材料工业价格下降 1.9%，加工工业价格下降 3.6%。生活资料价格下降 0.9%，影响工业生产者出厂价格总水平下降约 0.22 个百分点。其中，食品价格下降 0.8%，衣着价格上涨 0.3%，一般日用品价格上涨 0.1%，耐用消费品价格下降 1.9%。



工业生产者购进价格中，建筑材料及非金属类价格下降 8.5%，黑色金属材料类价格下降 5.5%，农副产品类价格下降 5.2%，燃料动力类、化工原料类价格均下降 4.3%；有色金属材料及电线类价格上涨 3.3%，纺织原料类价格上涨 0.5%。

二、4 月份工业生产者价格环比变动情况

工业生产者出厂价格中，生产资料价格下降 0.2%，影响工业生产者出厂价格总水平下降约 0.17 个百分点。其中，采掘工业价格下降 1.0%，原材料工业价格上涨 0.3%，加工工业价格下降 0.4%。生活资料价格下降 0.1%，影响工业生产者出厂价格总水平下降约 0.03 个百分点。其中，食品价格下降 0.1%，衣着价格持平，一般日用品价格上涨 0.3%，耐用消费品价格下降 0.5%。

工业生产者购进价格中，黑色金属材料类价格下降 1.8%，燃料动力类价格下降 1.4%，建筑材料及非金属类价格下降 1.2%，农副产品类价格下降 0.3%；有色金属材料及电线类价格上涨 2.8%，化工原料类价格上涨 0.1%；纺织原料类价格持平。

2024 年 4 月工业生产者价格主要数据

	环比涨跌幅 (%)	同比涨跌幅 (%)	1—4 月 同比涨跌幅 (%)
一、工业生产者出厂价格	-0.2	-2.5	-2.7
生产资料	-0.2	-3.1	-3.3
采掘	-1.0	-4.8	-5.5
原材料	0.3	-1.9	-2.6
加工	-0.4	-3.6	-3.4
生活资料	-0.1	-0.9	-1.0
食品	-0.1	-0.8	-1.0
衣着	0.0	0.3	0.3
一般日用品	0.3	0.1	0.0
耐用消费品	-0.5	-1.9	-2.0
二、工业生产者购进价格	-0.3	-3.0	-3.3

燃料、动力类	-1.4	-4.3	-5.6
黑色金属材料类	-1.8	-5.5	-2.8
有色金属材料及电线类	2.8	3.3	1.5
化工原料类	0.1	-4.3	-5.3
木材及纸浆类	-0.1	-3.4	-4.8
建筑材料及非金属类	-1.2	-8.5	-7.3
其它工业原材料及半成品类	-0.2	-1.8	-1.8
农副产品类	-0.3	-5.2	-5.6
纺织原料类	0.0	0.5	0.2
三、主要行业出厂价格			
煤炭开采和洗选业	-3.0	-14.2	-15.0
石油和天然气开采业	3.4	9.4	5.8
黑色金属矿采选业	-5.8	0.6	8.8
有色金属矿采选业	3.4	7.6	5.6
非金属矿采选业	-0.2	-2.3	-2.2
农副食品加工业	-0.4	-3.6	-3.9
食品制造业	-0.2	-1.2	-1.0
酒、饮料和精制茶制造业	-0.1	0.3	0.4
烟草制品业	0.4	1.0	0.7
纺织业	0.0	-0.7	-0.9
纺织服装、服饰业	0.1	0.3	0.4
木材加工和木、竹、藤、棕、草制 品业	-0.1	-1.3	-1.1
造纸和纸制品业	-0.7	-4.1	-5.0
印刷和记录媒介复制业	-0.5	-1.2	-0.9
石油、煤炭及其他燃料加工业	1.0	-1.0	-3.6
化学原料和化学制品制造业	-0.1	-5.4	-6.1
医药制造业	-0.1	-0.7	-0.5
化学纤维制造业	-0.2	-0.6	0.5
橡胶和塑料制品业	-0.2	-2.5	-2.8
非金属矿物制品业	-1.0	-9.0	-8.2
黑色金属冶炼和压延加工业	-2.5	-8.5	-5.9
有色金属冶炼和压延加工业	3.2	3.6	1.2
金属制品业	-0.2	-1.9	-1.8
通用设备制造业	-0.3	-0.8	-0.6
汽车制造业	-0.6	-2.0	-1.6
铁路、船舶、航空航天和其他运输 设备制造业	0.0	-0.1	-0.3
计算机、通信和其他电子设备制造 业	-0.2	-2.0	-2.4
电力、热力生产和供应业	-0.6	-2.1	-1.7
燃气生产和供应业	-1.3	-1.2	-1.6
水的生产和供应业	0.0	0.7	0.8

附注

1. 指标解释

工业生产者价格指数包括工业生产者出厂价格指数（Producer Price Index for Industrial Products，简称 PPI）和工业生产者购进价格指数。

工业生产者出厂价格指数反映工业企业产品第一次出售时的出厂价格的变化趋势和变动幅度。

工业生产者购进价格指数反映工业企业作为中间投入产品的购进价格的变化趋势和变动幅度。

2. 统计范围

工业生产者出厂价格统计调查涵盖 40 个工业行业大类、1300 多个基本分类的工业产品价格；工业生产者购进价格统计调查涵盖 9 大类、800 多个基本分类的工业产品价格。

3. 调查方法

工业生产者价格调查采取重点调查与典型调查相结合的调查方法，涉及全国 4 万多家工业企业。

4. 统计标准

工业行业划分标准的依据是《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017）。

5. 数据说明

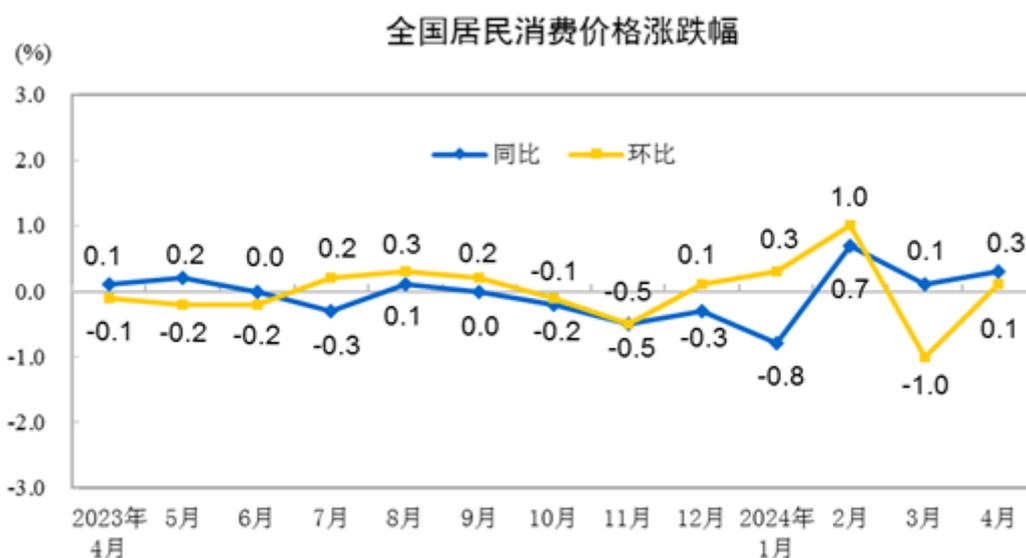
由于“四舍五入”原因，有时会出现合计数据与分类数据高值或低值相同的情况。部分分类或行业价格变动幅度较小，按“四舍五入”保留1位小数后涨跌幅为0，在表述价格变动情况时视为持平。

◇ 2024年4月份居民消费价格同比上涨0.3%

2024/05/11 09:30 来源：国家统计局

2024年4月份，全国居民消费价格同比上涨0.3%。其中，城市上涨0.3%，农村上涨0.4%；食品价格下降2.7%，非食品价格上涨0.9%；消费品价格持平，服务价格上涨0.8%。1—4月平均，全国居民消费价格比上年同期上涨0.1%。

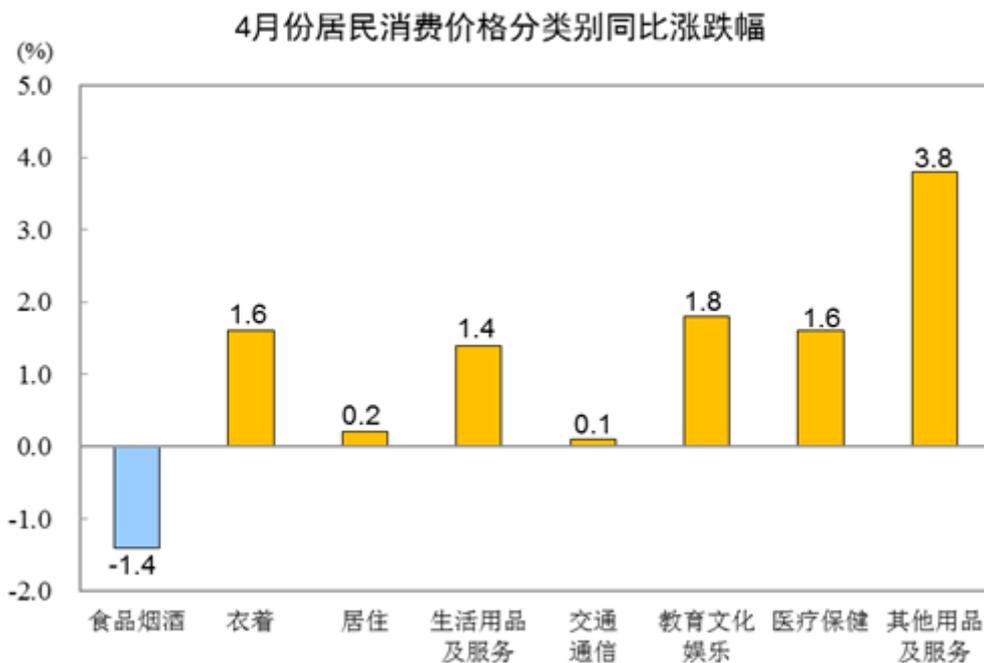
4月份，全国居民消费价格环比上涨0.1%。其中，城市上涨0.1%，农村持平；食品价格下降1.0%，非食品价格上涨0.3%；消费品价格下降0.1%，服务价格上涨0.3%。



一、各类商品及服务价格同比变动情况

4月份，食品烟酒类价格同比下降1.4%，影响CPI（居民消费价格指数）下降约0.39个百分点。食品中，蛋类价格下降10.6%，影响CPI下降约0.07个百分点；鲜果价格下降9.7%，影响CPI下降约0.22个百分点；畜肉类价格下降3.2%，影响CPI下降约0.10个百分点，其中猪肉价格上涨1.4%，影响CPI上涨约0.02个百分点；鲜菜价格上涨1.3%，影响CPI上涨约0.03个百分点；粮食价格上涨0.5%，影响CPI上涨约0.01个百分点。

其他七大类价格同比均上涨。其中，其他用品及服务、教育文化娱乐价格分别上涨3.8%和1.8%，衣着、医疗保健价格均上涨1.6%，生活用品及服务、居住、交通通信价格分别上涨1.4%、0.2%和0.1%。

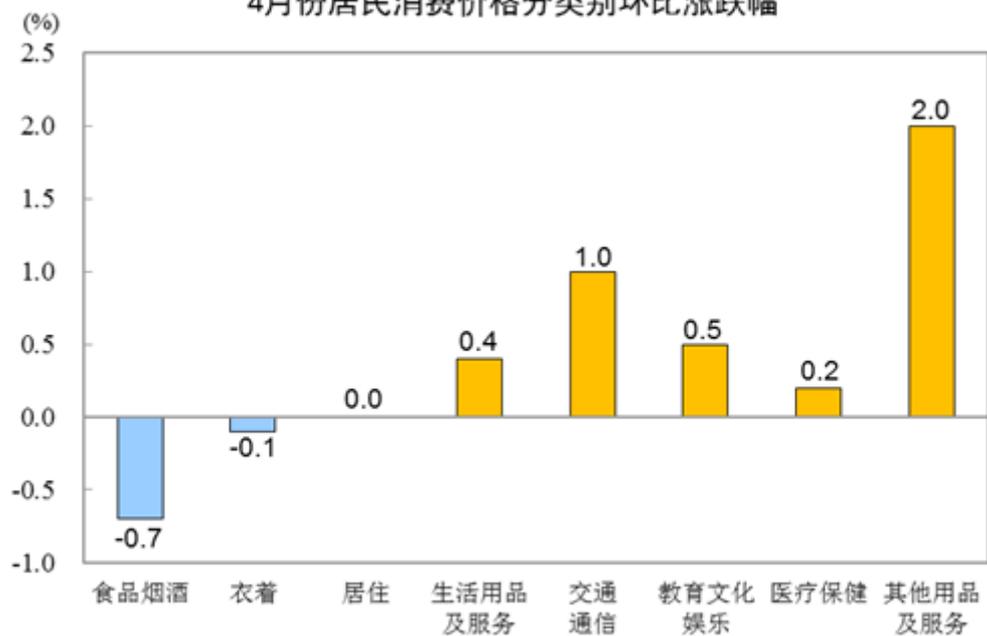


二、各类商品及服务价格环比变动情况

4月份，食品烟酒类价格环比下降0.7%，影响CPI下降约0.19个百分点。食品中，鲜菜价格下降3.7%，影响CPI下降约0.08个百分点；鲜果价格下降2.0%，影响CPI下降约0.04个百分点；蛋类价格下降2.0%，影响CPI下降约0.01个百分点；畜肉类价格下降0.8%，影响CPI下降约0.02个百分点；水产品价格下降0.5%，影响CPI下降约0.01个百分点。

其他七大类价格环比五涨一平一降。其中，其他用品及服务、交通通信价格分别上涨2.0%和1.0%，教育文化娱乐、生活用品及服务、医疗保健价格分别上涨0.5%、0.4%和0.2%；居住价格持平；衣着价格下降0.1%。

4月份居民消费价格分类别环比涨跌幅



2024年4月份居民消费价格主要数据

	环比涨跌幅 (%)	同比涨跌幅 (%)	1—4月 同比涨跌幅 (%)
居民消费价格	0.1	0.3	0.1
其中：城市	0.1	0.3	0.1
农村	0.0	0.4	0.0
其中：食品	-1.0	-2.7	-3.1
非食品	0.3	0.9	0.8
其中：消费品	-0.1	0.0	-0.6
服务	0.3	0.8	1.0
其中：不包括食品和能源	0.2	0.7	0.7
按类别分			
一、食品烟酒	-0.7	-1.4	-1.6
粮 食	-0.2	0.5	0.5
食用 油	-0.4	-5.3	-5.3
鲜 菜	-3.7	1.3	-2.7
畜 肉 类	-0.8	-3.2	-5.6
其中：猪 肉	0.0	1.4	-5.1
牛 肉	-2.7	-10.4	-8.4
羊 肉	-1.3	-6.8	-5.7
水 产 品	-0.5	0.2	0.5
蛋 类	-2.0	-10.6	-7.7
奶 类	-0.5	-1.8	-1.3
鲜 果	-2.0	-9.7	-7.9
卷 烟	0.1	1.2	1.2
酒 类	0.1	-1.0	-0.9
二、衣着	-0.1	1.6	1.6
服 装	-0.1	1.8	1.7
鞋 类	-0.1	0.8	1.1
三、居住	0.0	0.2	0.2
租赁房房租	-0.1	-0.1	0.0
水电燃料	0.0	0.6	0.4
四、生活用品及服务	0.4	1.4	1.0
家用器具	-0.1	-0.3	-0.4
家庭服务	0.0	1.7	1.9
五、交通通信	1.0	0.1	-1.0
交通工具	-0.6	-4.3	-5.0
交通工具用燃料	2.9	6.9	2.4
交通工具使用和维修	-0.1	0.3	0.6
通信工具	-0.9	-2.9	-2.3
通信服务	0.0	-0.4	-0.4
邮递服务	0.0	-0.3	-0.3
六、教育文化娱乐	0.5	1.8	2.2

教育服务	0.0	1.7	1.7
旅 游	2.7	4.1	8.6
七、医疗保健	0.2	1.6	1.4
中 药	0.3	5.4	5.7
西 药	-0.2	-0.7	-0.5
医疗服务	0.3	1.9	1.6
八、其他用品及服务	2.0	3.8	3.1

[点击下载：相关数据表](#)

附注

1. 指标解释

居民消费价格指数（Consumer Price Index，简称CPI）是度量居民生活消费品和服务价格水平随着时间变动的相对数，综合反映居民购买的生活消费品和服务价格水平的变动情况。

2. 统计范围

居民消费价格统计调查涵盖全国城乡居民生活消费的食品烟酒、衣着、居住、生活用品及服务、交通通信、教育文化娱乐、医疗保健、其他用品及服务 etc 8 大类、268 个基本分类的商品与服务价格。

3. 调查方法

采用抽样调查方法抽选确定调查网点，按照“定人、定点、定时”的原则，直接派人到调查网点或从互联网采集原始价格。数据来源于全国 31 个省（区、市）约 500 个市县、近 10 万家价格调查点，包括商场（店）、超市、农贸市场、服务网点和互联网电商等。

4. 数据说明

由于“四舍五入”原因，有时会出现合计数据与分类数据高值或低值相同的情况。

◇ 国家统计局城市司首席统计师董莉娟解读 2024 年 4 月份 CPI 和 PPI 数据

2024/05/11 09:30 来源：国家统计局

国家统计局今天发布了 2024 年 4 月份全国 CPI（居民消费价格指数）和 PPI（工业生产者出厂价格指数）数据。对此，国家统计局城市司首席统计师董莉娟进行了解读。

一、CPI 环比由降转涨，同比涨幅略有扩大

4 月份，居民消费需求持续恢复，全国 CPI 环比由降转涨，同比涨幅扩大。扣除食品和能源价格的核心 CPI 环比上涨 0.2%，上月为下降 0.6%；同比上涨 0.7%，涨幅比上月扩大 0.1 个百分点。

从环比看，CPI 上涨 0.1%，上月为下降 1.0%。其中，食品价格下降 1.0%，降幅比上月收窄 2.2 个百分点，影响 CPI 环比下降约 0.19 个百分点。食品中，市场供应较为充足，鲜菜、虾蟹类、牛肉、鸡蛋和鲜果价格分别下降 3.7%、2.8%、2.7%、2.3% 和 2.0%，合计影响 CPI 环比下降约 0.16 个百分点。非食品价格由上月下降 0.5% 转为上涨 0.3%，影响 CPI 环比上涨约 0.27 个百分点。非食品中，受小长假期间出行增多影响，飞机票、交通工具租赁费、宾馆住宿和旅游价格均由降转涨，涨幅分别为 15.3%、9.0%、4.0% 和 2.7%，合计影响 CPI 环比上涨约 0.12

个百分点；受国际金价和油价上行影响，国内金饰品和汽油价格分别上涨 8.7%和 3.0%，合计影响 CPI 环比上涨约 0.15 个百分点。

从同比看，CPI 上涨 0.3%，涨幅比上月扩大 0.2 个百分点。其中，食品价格下降 2.7%，降幅与上月相同，影响 CPI 同比下降约 0.49 个百分点。食品中，鸡蛋、牛肉、鲜果、羊肉和禽肉类价格分别下降 12.4%、10.4%、9.7%、6.8%和 2.6%，降幅均有扩大；猪肉和鲜菜价格分别由上月下降 2.4%和 1.3%转为上涨 1.4%和 1.3%。非食品价格上涨 0.9%，涨幅比上月扩大 0.2 个百分点，影响 CPI 同比上涨约 0.77 个百分点。非食品中，能源价格上涨 3.6%，涨幅扩大 2.3 个百分点；扣除能源的工业消费品价格上涨 0.4%，涨幅扩大 0.3 个百分点，其中燃油小汽车和新能源小汽车价格分别下降 4.8%和 6.5%，降幅均有收窄；服务价格上涨 0.8%，涨幅与上月相同。

据测算，在 4 月份 0.3%的 CPI 同比变动中，翘尾影响约为-0.1 个百分点，今年价格变动的新的影响约为 0.4 个百分点。

二、PPI 环比有所下降，同比降幅收窄

4 月份，工业生产继续恢复，部分行业需求阶段性回落，全国 PPI 环比有所下降，同比降幅收窄。

从环比看，PPI 下降 0.2%，降幅比上月扩大 0.1 个百分点。其中，生产资料价格下降 0.2%，降幅扩大 0.1 个百分点；生活资料价格下降 0.1%，降幅与上月相同。受国际原油、有色金属价格上行影响，国内石油和天然气开采业、石油煤炭及其他燃料加工业价格分别上涨 3.4%和 1.0%；有色金属冶炼和压延加工业价格上涨 3.2%，其中金冶炼、铜冶炼价格分别上涨 8.0%和 5.8%。煤炭供应充足，电煤需求季节性回落，煤炭开采和洗选业价格下降 3.0%。4 月中旬以来，钢材市场供需略有改善，价格有所上涨，全月平均仍为下降，黑色金属冶炼和压延加工业

价格下降 2.5%。装备制造业中，汽柴油车整车制造、新能源车整车制造价格分别下降 0.9%和 0.2%，计算机通信和其他电子设备制造业价格下降 0.2%。消费品制造业中，文教工美体育和娱乐用品制造业、纺织服装服饰业价格分别上涨 1.7%和 0.1%。

从同比看，PPI 下降 2.5%，降幅比上月收窄 0.3 个百分点。其中，生产资料价格下降 3.1%，降幅收窄 0.4 个百分点；生活资料价格下降 0.9%，降幅收窄 0.1 个百分点。主要行业中，煤炭开采和洗选业价格下降 14.2%，化学原料和化学制品制造业价格下降 5.4%，电气机械和器材制造业价格下降 4.2%，农副食品加工业价格下降 3.6%，计算机通信和其他电子设备制造业价格下降 2.0%，石油煤炭及其他燃料加工业价格下降 1.0%，降幅均收窄；非金属矿物制品业价格下降 9.0%，黑色金属冶炼和压延加工业价格下降 8.5%，汽车制造业价格下降 2.0%，降幅均扩大；石油和天然气开采业价格上涨 9.4%，有色金属冶炼和压延加工业价格上涨 3.6%，涨幅均扩大。

据测算，在 4 月份-2.5%的 PPI 同比变动中，翘尾影响约为-1.8 个百分点，今年价格变动的新的影响约为-0.7 个百分点。

二. 石化

国内

◇我国首个国家级陆相页岩油示范区一季度原油产量创新高

日期：2024-05-08 来源：中国石油报

记者 5 月 4 日从中国石油新疆油田获悉，我国首个国家级陆相页岩油示范区——吉庆油田作业区，一季度页岩油产量达 21.5 万吨，目前页岩油日产达 2800 吨，均创历史新高。

自今年 1 月以来，新疆油田吉庆油田作业区新开钻井 53 口，钻井进尺累计达 28 万米。目前已完成 40 口钻井作业，平均完井周期 34 天，钻井效率较去年同期提高 5%。

“页岩油是附着在页岩石或者缝隙中的石油，属于最难开采的油之一。因此，开采页岩油，在业内也被称为从石头缝里‘挤’石油。”新疆油田吉庆油田作业区石油工程高级工程师王伟介绍，新疆油田吉庆油田作业区位于准噶尔盆地东部，面积 1278 平方公里，资源储量估算超过 10 亿吨。2012 年首口水平井——吉 172-H 体积压裂获日产 69.5 吨高产油流，新疆油田陆相页岩油勘探开发取得突破。截至目前，吉庆油田作业区累计生产页岩油 179.26 万吨。

近年来，新疆油田多措并举破解了页岩油效益动用的难题，截至 2023 年底，吉庆油田作业区页岩油累计完钻产能井 252 口，建成产能 129.3 万吨，累产油 216.3 万吨。同时，通过市场化改革以及推动技术提升，单井投资较之前下降 36%，实现了页岩油效益开发。

按照计划，吉庆油田作业区今年将完成钻井 100 口，压裂井 110 口，建设产能规模将达历史之最，2025 年页岩油年产量将达到 140 万吨。

新疆页岩油资源量丰富，主要分布于吉木萨尔、玛湖、五彩湾-石树沟三大凹陷区，总资源量超 30 亿吨，勘探开发前景广阔，发展潜力巨大。

◇从原油到金属，大宗商品迎来“牛市”

日期：2024-05-08 来源：中国能源报 作者：王林

今年以来，大宗商品市场开始回升。市场认为，受工业大宗商品供应紧张、清洁能源技术对工业金属需求高涨等因素影响，后续原油、工业金属等主要能源资源商品价格均有望得到支撑。

今年以来，大宗商品市场结束了过去两年的“熊市”，开始稳步回升。无论是“大宗商品之王”的原油，还是全球经济“晴雨表”的工业金属铜，今年以来表现都相当亮眼。市场认为，这主要是受地缘风险加剧、工业大宗商品供应紧张、清洁能源技术对工业金属需求高涨等因素影响所致。后续，原油、工业金属等主要能源资源商品价格均有望得到支撑。

大宗商品价格稳中走高

世界银行最新发布的《全球大宗商品展望》指出，全球大宗商品价格在急剧下跌后正在趋于平稳，给通胀带来的压力也有所缓解。不过，如果中东地区紧张局势升级，能源供应无疑将受到进一步冲击，进而推高能源价格，导致全球通胀再次走高。

根据世界银行数据，2022 年年中至 2023 年年中，全球大宗商品价格暴跌近 40%，其中原油、天然气价格明显下降，这在一定程度上推动同期全球通胀率回落约 2%。

世界银行预计，如果地缘紧张局势不再升级，布伦特原油今年平均价格将维持 84 美元/桶，略高于去年平均水平，到 2025 年将达到 79 美元/桶。基于这一预期，2024 年全球大宗商品价格将小幅下降 3%，2025 年下降 4%，但仍比 2015 至 2020 年间大宗商品平均价格水平高出约 38%。

不过，如果中东地区紧张局势再度升级，势必波及油价，预计布伦特原油价格将突破 100 美元/桶，届时大宗商品价格也将进一步走高，进而导致全球总体通胀率上涨 1 个百分点。欧洲央行行长克里斯蒂娜·拉加德强调，需要高度关注大宗商品价格走势。

美国 CNBC 新闻汇编数据显示，截至 4 月 24 日，追踪全球大宗商品表现的标普高盛商品指数，自年初以来已上涨 12%，超过标普 500 指数约 7% 的涨幅。

工业金属需求持续增长

世界银行副首席经济学家艾汉·科斯表示，大宗商品价格居高不下，全球经济增长却在放缓。这种分化标志着一个新时代的开始，上一次出现这种情况是在 2008 年全球金融危机之后。

世界银行首席经济学家兼高级副行长英德米特·吉尔表示：“全球通胀仍未被战胜，当前的大宗商品牛市是阻碍通胀走低的关键力量，这意味着今明两年的利率仍可能高于目前的预期。”

对此，挪威主权财富基金挪威央行投资管理机构首席执行官尼古拉·坦根认为，飙升的能源、金属等原材料价格可能会成为央行继续抗击通胀的一个重大问题。“目前，金融市场存在许多不确定因素，但最大隐忧是大宗商品上涨对通胀的影响。如果大宗商品市场‘过热’，将影响到终端产品价格。”

事实上，全球能源投资两位数增长给工业金属需求带来额外压力，促使其价格保持在较高水平。4月以来，受制造业活动改善提振需求影响，工业金属价格普遍上涨。4月26日，伦敦金属交易所铜期货价格自2022年以来首次突破1万美元/吨关口，与年初相比，今年迄今价格已累计上涨超16%。

大宗商品市场分析师劳埃德·史密斯表示，一方面，全球最大露天铜矿关闭，使得今年全球铜精矿供应转为短缺；另一方面，新能源和电动汽车发展推动铜、镍等金属需求上扬，价格随之上涨。

大宗商品交易活跃度高

麦肯锡日前发布最新报告指出，去年，大宗商品交易利润达到创纪录的1040亿美元，尽管部分大宗商品交易巨头盈利下滑，但传统能源交易量增加、电力交易回报率增长，加上新参与者加入，使得大宗商品交易流动性增强、利润池扩大。

彭博社报道称，全球最大对冲基金之一信拓城去年大宗商品交易利润超40亿美元，大部分利润来自旗下负责大宗商品交易业务的能源部门以及欧洲天然气和电力交易。信拓城是成立以来获得利润最多的对冲基金，截至去年底净赚约740亿美元。信拓城近年来一直活跃于大宗商品市场，大宗商品已成为其5大核心业务之一。

麦肯锡合伙人罗兰·雷希施泰纳指出，去年，电力和天然气交易利润同比增长47%，显示出这些大宗商品的重要性。其他低碳能源产品如氢、生物燃料等，也为大宗商品交易商创造了新的交易机会。

“随着时间的推移，我们将看到几乎所有大宗商品交易商都将重点放在电力上。”罗兰·雷希施泰纳表示，“这从侧面显示出全球能源转型和绿色发展的重要性。”

值得关注的是，维多和贡渥等大宗商品交易巨头去年盈利均出现同比下滑，但得益于对原油、天然气的交易，整体收益依然颇丰，其中，贡渥去年净利润同比减半，但仍是其有史以来第二高净利润。

“尽管石油交易利润同比下降 19%，但仍是去年大宗商品交易利润最大单一贡献者。”罗兰·雷希施泰纳强调，“石油贸易仍将在很长一段时间内保持高位。全球范围内，能源需求依然强劲。”

国际

◇ 马来西亚深水勘探有望加速发展

日期：2024-05-10 来源：能源舆情

随着越来越多的投资流向未开发地区，马来西亚的深水勘探预计将加速发展。

惠誉解决方案（Fitch Solutions）旗下研究公司 BMI 的分析师在最近发给 Rigzone 的一份报告中表示，马来西亚已经在深水开发方面取得了成功，随着政府授予更多深水区块进行勘探，2024 年及以后的投入将进一步加强。

分析人士在报告中表示：自 1994 年以来，马来西亚一直在深水地区提供勘探区块，但直到 2021 年，深水勘探的势头才真正开始加快。这是由于马来西亚越来越重视开发以前未勘探的深水地区储量，作为其实现石油和天然气生产目标的长期目标的一部分。从 2021 年到 2023 年，通过马来西亚的石油招标轮次 (MBR) 提供了 10 多个深水区块，其中 7 个区块被授予了外国和当地公司的财团。

分析师在报告中强调，MBR 2021 提供了 4 个深水区块，MBR 2022 提供了 3 个深水区块。分析师指出，MBR 2023 还包括三个深水区块，MBR 2024 包括两个已发现的资源机会 (DROs)，位于沙巴州东海岸的仙本那镇和山打根深水盆地。

在报告中，分析人士表示，国际石油公司将继续对马来西亚的深水成功至关重要。自 2022 年以来，马来西亚国家石油公司与壳牌、道达尔公司 (TotalEnergies) 和国际石油开发帝石控股公司 (Inpex Corporation) 签署了几份产量分成合同 (psc)。壳牌在深水开发中发挥着重要作用，持有三个深水区块 (SB2W, SB-X 和 SK3B) 的运营股权，这些区块分别在 MBR 2021 和 MBR 2022 中获得。

道达尔公司拥有沙巴州超深水区块 SB2K 34.9% 的权益，并与马来西亚国际石油公司和壳牌合作运营该区块。MBR 2022 的发射标志着日本勘探公司 Inpex 公司的回归，该公司参与了水深 2000 米的深水区块 4E。此前，Inpex 持有沙巴州深水区块 S 和 R 的权益，然后将其出售给桑托斯。Inpex 拥有沙捞越海上深水区块 SK4E 52.5% 的股份，目前与马来西亚国家石油公司和沙捞越石油有限公司 (Petros) 一起是该区块的运营商。

分析师强调，挪威的 Longboat Energy 是深水开发的新进入者，“现在作为运营商拥有 SK2A 区块 36.75% 的股份，MBR 2022 授予”。BMI 分析师在报告中指出，随着国际石油公司准备履行 PSC 条款下的钻井承诺，马来西亚 2024 年的勘探支出可能会大幅增加。他们还表示，最近深水油气的发现为油气生产带来了巨大的潜在收益。

分析人士在报告中强调：根据马来西亚石油管理公司 (MPM) 的数据，自 1974 年以来，马来西亚沿海地区只钻探了 116 口深水勘探井，占该国钻井总数的不到 10%。由于最近在 psc 中做出的许可承诺，有相当大的机会加强钻井活动。

根据能源研究所 (Energy Institute) 去年发布的最新世界能源统计报告，马来西亚在 2022 年每天生产 56.7 万桶石油。这一数字标志着 2022 年全球石油产量同比下降 1.7%，占全球石油产量的 0.6%。从 2012 年到 2022 年，马来西亚的石油产量平均每年下降 1.5%。评估显示，在天然气产量方面，该国 2022 年的产量为 824

亿立方米。到 2022 年，这一数字将同比增长 5.7%，占全球天然气产量的 2.0%。根据 EI 的评估，从 2012 年到 2022 年，马来西亚的天然气产量平均每年增长 1.8%。

✧油库遭袭！卢甘斯克突发大火

日期：2024-05-08 来源：中国能源报

5 月 7 日，乌克兰对卢甘斯克一油库发动袭击，造成油库输电线受损，天然气管道起火。

据俄罗斯卫星社 5 月 8 日报道，俄方任命的卢甘斯克地区领导人列昂尼德·帕谢奇尼克 5 月 7 日发布消息称，乌军当天夜间对卢甘斯克的一座油库发动袭击，造成 5 名油库工作人员受伤，输电线受损，天然气管道起火。

据报道，帕谢奇尼克在“电报”社交平台上称：“乌克兰用袭击民用设施来弥补在所有战线上的失败……据初步信息，5 名油库工作人员受伤，他们已住院治疗。”

帕谢奇尼克说：“打击造成输电线受损，油库区房屋部分断电。高压天然气管道起火。卢甘斯克紧急情况部所有分队都参与灭火。”帕谢奇尼克称，此次夜间打击疑似是用美国制造的陆军战术导弹系统（ATACMS）导弹实施的。

三. 五金建材卫浴

◇九大家居上市企业财报透露了哪些信息？

截至4月29日，九大软体家居上市企业2023年FY财报已经悉数发布，相关营收、净利数据如下表：

9大软体家居上市公司 2023年度业绩总表

企业信息	营收	营收增长	净利润	净利润增长
顾家家居	192.12亿	6.67%	20.06亿	10.7%
敏华控股	177.89亿港元	-18.35%	19.15亿港元	-14.8%
喜临门	86.78亿	10.71%	4.29亿	80.54%
梦百合	79.76亿	-0.52%	1.07亿	157.74%
慕思股份	55.79亿	-4.03%	8.02亿	13.25%
麒盛科技	31.03亿	16.5%	2.06亿	625.17%
匠心家居	19.21亿	31.37%	4.07亿	21.76%
中源家居	11.01亿	52.52%	2135.99万	151%
趣睡科技	3.05亿	-5.53%	2386万	-35.32%

注：港股敏华控股财年时间为2022年4月1日至2023年3月31日

(图片来源：家居人物-公众号)

根据列表数据可以看出，2023年全财年，9家上市软体企业中，保持营收、净利润双增长的为5家(9大定制企业该数据也是5家)，平均营收增长率达9.93%；平均净利润增长率达112.23%，整体延续了Q3时向好的势头。其中顾家家居在营收、净利润数据上仍稳坐榜首，并保持住营收、净利润双增长。营收增长方面，中源家居、匠心家居和麒盛科技分别以52.52%、31.37%和16.5%分别位列增长率前三甲；净利润增长排名上，麒盛科技、梦百合和中源家居分别以625.17%、157.74%和151%分别占据前三。

9大定制家居上市公司 2023年度业绩总表

企业信息	营收	营收增长	净利润	净利润增长
欧派家居	227.82亿	1.35%	30.36亿	12.92%
索菲亚	116.66亿	3.95%	12.61亿	18.51%
志邦家居	61.16亿	13.5%	5.95亿	10.78%
尚品宅配	49亿	-7.8%	6484.54万	40.06%
金牌厨柜	36.42亿	2.5%	2.94亿	6.29%
好莱客	22.65亿	-19.78%	2.17亿	-49.6%
我乐家居	17.11亿	2.7%	1.57亿	12.5%
皮阿诺	13.16亿	-9.35%	8597.89万	-44.03%
顶固集创	12.84亿	19.65%	1985.33万	-19.49%

(图片来源:家居人物-公众号)

对比 9 大软体上市企业与 9 大定制上市企业的 2023 年度财报数据,可以看出 9 大软体阵营对 9 大定企阵营,总营收为 634.87 亿元(敏华控股营收按当时汇率换算为人民币 156.12 亿元)比 556.82 亿元,9 大软体阵营胜出 78.05 亿;总净利润 56.82 亿比 57.3 亿,差距不大,9 大定企阵营比 9 大软体阵营略胜 5000 万。

自 2023 年 5 月份以来,根据对软体、定制这两大上市版块的数据进行刻意的对比,而数据也逐渐显示出一定的规律:软体家居品牌普遍较早注重海外业务,不少品牌海外业务占比还比较重——其中顾家家居海外业务 75.15 亿元,占比 40%,喜临门海外业务 16.67 亿元,占比 20%;梦百合海外业务 63.27 亿,占比 82%;定制企业的主要发展方向是国内市场的整家定制,不过从去年开始更多定制企业开始强化出海战略,海外市场占比也在提升。

具体看 9 大软体企业 2023 年度财报,表现如下:

1、 顾家家居 2023 年营收 192.12 亿元,净利润 20.06 亿元

4月29日，顾家家居(SH603816)发布2023年年度报告。公告显示，2023年，顾家家居实现营业收入192.12亿元，同比增长6.67%；实现归属于上市公司股东的净利润20.06亿元，同比增长10.70%。

顾家家居业务覆盖全球120余个国家和地区，运营6000多家品牌专卖店，旗下拥有主品牌“顾家家居”（包含九大系列矩阵：“顾家经典”、“顾家悦尚”、“顾家功能”、“顾家乐活”、“顾家木艺”、“顾家生活单椅”、“顾家整家定制”、“顾家星选”、“顾家C店”）、高端子品牌“居礼”、德国高端品牌“ROLFBENZ”，并与美国高端功能沙发品牌“LAZBOY”、意大利高端家居品牌“NATUZZI”战略合作。

2、 梦百合 2023 年营收 79.76 亿元，净利润 1.07 亿元

4月26日，梦百合(603313.SH)发布2023年年度报告。2023年，梦百合实现营业收入79.76亿元，同比下降0.52%，归属于上市公司股东的净利润1.07亿元，同比增长157.74%。2022年梦百合营收80.17亿元，同比降1.5%。

2023年，梦百合卧具产品销售数量为45.59万件，销售比去年同比降46.12%。此外，截至2023年年末，梦百合货币资金5.55亿元，同比降44.18%。据查，梦百合主要从事致力于提升人类深度睡眠的家居产品—记忆绵床垫、记忆绵枕头、沙发、电动床及其他家居制品的研发、生产和销售。

3、慕思股份 2023 年营收 55.79 亿元，净利润 8.02 亿元

4月27日，慕思健康睡眠股份有限公司(以下简称：慕思股份，股票代码：001323.SZ)披露2023年年度报告。报告显示，慕思股份2023年营业收入55.79亿元，同比下降4.03%；净利润8.02亿元，同比增长13.25%。基本每股收益2.01元；经营活动产生的现金流量净额19.35亿元，同比增长1.99倍。

2024 年，一季度慕思股份实现营收 12.01 亿元，同比增长 25.5%；归母净利润 1.41 亿元，同比增长 39.48%。截止今年 3 月末，慕思股份总资产为 70.85 亿元。慕思最核心的渠道，经销模式收入 41.64 亿元，同比增长 7.03%；电商业务收入 10.1 亿元，业绩同比增长 29.18%。经销和电商收入的增长暂且弥补了退出欧派直供渠道的损失。

同时，慕思的产品毛利率显著提升，床垫、床架的毛利率分别为 62.33%、46.64%，同比前一年增加 3.41、6.88 个百分点。高达 62%的床垫毛利率已是 A 股软体市场中的最高水平。高毛利也直接拉升了慕思 2023 年的整体利润。

4、喜临门 2023 年营收 86.78 亿元，净利润 4.29 亿元

4 月 25 日晚间，软体头部企业之一喜临门（603008.SH）发布 2023 财报。财报显示，公司实现营业收入 86.78 亿元，同比增长 10.71%；归属于上市公司股东的净利润为 4.29 亿元，同比增长 80.54%。

从产品收入来看，喜临门的床垫收入首次突破 50 亿元，创公司历史新高。财报显示，床垫收入增长 23.94%至 50.16 亿元，2022 年同期为 40.48 亿元。其次，软床配套收入 26.61 亿元，出现 1%的微幅下滑；沙发收入下滑 14.63%至 7.7 亿元，已经是自 2022 年以来连续两年倒退，历史最高是 2021 年的 10.54 亿元。

从渠道收入来看，2023 年喜临门的经销业务收入 36.86 亿元，同比增长仅 2%，增长乏力；但大宗业务和线上销售收入均出现 1 成以上的增长。财报显示，喜临门线上销售收入 18.03 亿元，同比增长 22%；大宗业务收入 30.89 亿元，同比增长 16.6%。

5、麒盛科技 2023 年营收 31.03 亿元，净利润 2.06 亿元

4月18日，麒盛科技发布2023年年度报告显示，2023年，公司实现营业收入31.03亿元，同比增长16.50%；实现归属于上市公司股东的净利润2.06亿元，同比增长625.17%；实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润2.54亿元，同比增长78.61%。

报告显示，公司目前主要销售仍集中于北美市场，报告期内，公司海外市场销售收入有所增长，同时受益于产品结构的优化、汇率、海运费下降等正面影响，毛利率较上一年同比有所提升。公司积极探索优化营销渠道，着力打造“舒福德”品牌知名度及影响力，助力“舒福德”品牌抢占智能床品类，品牌效应逐步显现。据了解，麒盛科技以电动床、记忆棉床垫、智能床为产品矩阵，为全球消费者提供辅助睡眠、健康睡眠的智能化家居产品。

6、匠心家居2023年营收19.21亿元，净利润4.07亿元

匠心家居（301061）4月25日披露2023年年报。2023年，公司实现营业总收入19.21亿元，同比增长31.37%；归母净利润4.07亿元，同比增长21.76%；扣非净利润3.56亿元，同比增长23.07%；经营活动产生的现金流量净额为5.30亿元，同比增长100.87%；报告期内，匠心家居基本每股收益为3.18元，加权平均净资产收益率为14.23%。公司2023年年度利润分配预案为：拟向全体股东每10股转3股派5元（含税）。

分产品来看，2023年公司主营业务中，智能电动沙发收入14.26亿元，同比增长46.26%，占营业收入的74.21%；智能电动床收入2.87亿元，同比增长4.95%，占营业收入的14.93%；配件收入1.87亿元，同比增长2.79%，占营业收入的9.74%。分产品看，智能电动沙发、智能电动床、配件2023年毛利率分别为33.00%、36.69%、35.67%。

7、中源家居2023年营收11.01亿元，净利润0.2136亿元

4月28日晚，中源家居（603709）公布的2023年度报告显示，2023年公司实现营业收入11.01亿元，较上年同期增长52.52%；归属于上市公司股东的净利润2135.99万元，同比增长151%，实现扭亏为盈。公司不仅在营收和净利润上实现了双增长，更在跨境电商领域取得了突破性进展。

在国内外经营环境复杂多变的背景下，中源家居经过多年的持续投入与积累，在跨境电商领域展现出过硬的韧性和竞争力。2023年年报数据显示，公司的跨境电商线上销售收入5.8亿元，同比增长114.44%，在整体业务中占比超过50%，成为公司业绩增长的新引擎。毛利率达到30.09%，同比增加5.8个百分点，高于公司整体毛利率5.15个百分点，充分展现了跨境电商业务的盈利能力和市场竞争力。

8、趣睡科技2023年营收3.05亿元，净利润0.2386亿元

趣睡科技（SZ 301336，收盘价：30.49元）4月29日晚间发布公告称，2023年营业收入约3.05亿元，同比减少5.53%；归属于上市公司股东的净利润约2386万元，同比减少35.32%；基本每股收益0.6元，同比减少45.95%。截至发稿，趣睡科技市值为13亿元。

9、敏华控股2023年营收177.89亿港元，净利润19.15亿港元

2023年5月15日，敏华控股发布截至2023年3月31日止年度末期业绩公告显示，公司实现总收益177.89亿港元，同比下降18.4%；公司权益拥有人应占纯利19.15亿港元，同比下降14.80%；整体毛利率（不包括其他收入）约38.5%，上年同期约为36.7%；毛利66.78亿港元，同比下降15.36%。

在收益方面，沙发及配套产品收益为122.99亿港元，同比下降15.9%，床具及配套产品收益为27.27亿港元，同比下降19.4%，其他产品收益为14.17亿港元，同比下降36.6%。

敏华控股在公告中介绍，得益于多元化的市场分布以及快速应对中美贸易战出口危机，同步积极发展内销业务，三年时间，集团业务已经由出口代工为主逐渐转变为品牌销售为主的商业模式，目前，中国区品牌销售业务占比已超过 60%。2019-2022 年度期间，本集团中国市场主营业务收入由 54.95 亿港元增长至 135.64 亿港元，增长 146.8%；海外市场主营业务收入由 57.63 亿港元增长至 79.33 亿港元，增长 37.7%。此外，受到疫情影响，回顾期内，集团中国市场主营业务收入 110.93 亿港元（不包含房地产、商场物业等其他业务收入），同比下降 15.9%。敏华控股介绍，集团将在智能制造、数字化管理、品牌影响力等方面加大投入。通过生产过程自动化一体式作业，实现沙发生产工艺再次突破创新，降低人工劳动密度与生产成本，提升长期竞争力。

截至目前，九大定制家居上市企业 2023 年财报也已经悉数发布：

 九大定制家居上市企业2023年财报					
序号	企业	营收(元)	同比	净利润(元)	同比
1	欧派家居	227.82 亿	1.35%	30.36 亿	12.92%
2	索菲亚	116.66 亿	3.95%	12.61 亿	18.51%
3	志邦家居	61.16 亿	13.50%	5.95 亿	10.78%
4	尚品宅配	49 亿	-7.80%	6485 万	40.06%
5	金牌厨柜	36.42 亿	2.50%	2.94 亿	6.29%
6	好莱客	22.65 亿	-19.78%	2.17 亿	-49.60%
7	我乐家居	17.11 亿	2.70%	1.57 亿	12.50%
8	皮阿诺	13.16 亿	-9.35%	8597.89 万	-44.03%
9	顶固集创	12.84 亿	19.65%	1985.33 万	-19.49%

(图片来源：家居人物-公众号)

如图所示，欧派家居依然一家独大、一骑绝尘，欧派家居的营收比二三四名的总和（226.82 亿）还多，欧派家居的净利比二到九名的总和（约 26.95 亿）还多。

志邦家居依旧一支独秀、特立独行，志邦家居去年是唯一实现营收及净利同比两位数双增长的定制家居上市公司，并且，截止去年，志邦家居已经连续十年实现了营收及净利的同比双增长。

索菲亚、金牌、我乐稳健增长，都实现了营收及净利的同比双增长。

好莱客、皮阿诺营收、净利同比双双负增长，顶固净利同比负增长，尚品宅配营收同比负增长。

定制家居挥别高增长，进入低增长乃至负增长时代

从去年的财报看，营收同比增长，欧派 1.35%、索菲亚 3.95%、金牌 2.5%、我乐 2.7%，而尚品宅配、好莱客、皮阿诺则是负增长，可以说，定制家居已经彻底挥别了高增长进入了低增长乃至负增长阶段。

历史的看，定制家居行业的巅峰时刻是在 7 年前即 2017 年，那一年，有 7 家定制家居企业上市，整个行业的平均增速也达到了历史的最高点，但是，自 2018 年开始，行业竞争加速，行业的平均增速也一直在下行，三年疫情叠加地产调控就更是雪上加霜，只有在 2021 年有所反弹，到去年，整个行业平均增速达到了有史以来的最低点。

“时代的一粒尘埃，落在每个人身上都是一座山”，人如此，企业亦然

“大环境变了”。这是定制家居决策者和操盘手公认的事实。

这个“大环境”，一是指我国经济增长已然告别了高增长时代，二是指我国也告别了人口红利时代，三是指告别了地产红利时代。

特别是房地产，作为定制家居的上游产业，其发展直接影响到了下游定制家居的兴衰，近几年来，地产爆雷及房地产增量和存量销售双双腰斩，严重波及到了定制家居行业的发展，“房地产过冬，定制家居行业进入冰河时代”，就是对这种现象最生动的描述。

这个“大环境”也直接影响到了消费者的消费信心和消费预期，消费信心不足、消费预期降低，对于属于耐用消费品的定制家居的冲击远远大于快销品。

悲观者正确，乐观者前行

纵观世界级卓越企业发展史，顺境中产生不了伟大的企业，逆境里才能淬炼出百年品牌。

中国定制家居产业在近三十年的发展历程里积淀了独具特色的抗逆境的竞争基因：

这种基因，首先体现在创造需求，德鲁克说过“企业的本质就是创造需求”，定制家居“大规模非标定制”就是创造需求的经典体现，也是定制家居颠覆成品家居的杀手锏，整家和整装则是定制家居行业创造需求的最新体现；

其次体现在不断创新，商业模式创新是一方面，更重要的是技术创新，从信息化到数字化再到智能化，从前端设计到后端智造，从互联网技术到人工智能，定制家居行业总能够将最新的最前沿的技术及时应用到营销及制造环节，从而在中国家居建材家装领域率先实现技术变革，引领中国家居建材家装行业发展。

（文章来源：家居人物-公众号）

四. 矿产有色钢材

国内

◇生态环境部：加快建立现代化生态环境监测体系将从五方面发力

时间 :2024-05-09 14:06:10 来源：中国矿业网

生态环境部新闻发言人裴晓菲日前介绍，当前和今后一段时期将从五方面发力，加快建立现代化生态环境监测体系。

他表示，“十四五”期间，我国建成了全球规模最大、要素齐全、布局科学合理的监测网络体系，目前国家直接监测的站点达到 3.3 万个，监测质效有效提升，技术能力不断增强，监管力度持续加大，为生态环境保护工作提供了重要支撑。

据介绍，加快建立现代化生态环境监测体系，生态环境部将抓好以下五方面重点工作：

一是加快构建与美丽中国建设相适应的监测体系。对标美丽中国建设评价考核要求，加快补齐监测领域短板，制定相应的监测标准，客观反映美丽中国建设成效。

二是提升精准分析和预测能力。做好监测数据的关联分析和溯源分析，不断完善空气质量预报工作机制，当好精准、科学、依法治污的“法宝利器”，指引污染治理直达病灶、对症下药。

三是提升从山顶到海洋一体化监测能力。统筹考虑山上山下、地上地下、岸上水里、城市农村、陆地海洋以及流域上下游的生态环境各要素，全方位、全地域推进一体化监测能力建设。

四是提升监测科技支撑能力。面向降碳、减污、扩绿等重大业务监测需求，研究提出监测关键技术研发项目，开展技术攻关，系统性提升监测科技水平。

五是提升监测监管能力。多措并举、多管齐下遏制环境监测数据造假问题，推动形成“不敢造假、不能造假、不想造假”的氛围。（新华社）

◇黄金价格近期有所回落 专家：央行增持黄金是大方向

发表时间：2024-05-09 14:03:14 来源：中国矿业网

5月7日，我国央行黄金储备数据出炉。截至2024年4月末，我国央行黄金储备报7280万盎司，环比上升6万盎司。我国央行自2022年11月份开启本轮黄金储备增持，至此已实现连续18个月增加。

东方金诚首席宏观分析师王青在接受《证券日报》记者采访时表示，近期央行持续增加黄金储备，背后主要是受国际储备结构优化需求推动，后期央行增持黄金仍是大方向。

在此前不断刷新历史新高后，近期黄金价格有所回落。以国际现货黄金（伦敦金现）为例，Wind数据显示，伦敦金现在4月12日盘中创历史新高，触及2431.78美元/盎司后开始震荡回落。4月12日至5月8日记者发稿时，价格跌幅约达2.75%，期间还一度跌破2300美元/盎司关口，目前在2310美元/盎司上下波动。

谈及黄金价格未来走势，领秀财经首席分析师刘思源对《证券日报》记者表示，黄金价格上涨的动力来自全球央行出手现货市场的买盘，其创历史新高后的回调来自短线获利盘离场带来的抛压。近期美国公布的就业数据出现松动，未来美国通胀数据也有机会继续回调触及美联储降息标准。黄金价格经过调整后还有再次接近历史高点的可能。

世界黄金协会近日发布的 2024 年一季度《全球黄金需求趋势报告》显示，一季度全球黄金需求总量（包含场外交易）同比增长 3%至 1238 吨，是自 2016 年以来最强劲的一季度需求表现。同时，除我国央行在持续增加黄金储备外，全球央行也继续保持迅猛的购金态势，一季度全球官方黄金储备增加了 290 吨。

世界黄金协会中国区 CEO 王立新对《证券日报》记者表示，随着全球央行破纪录的购金步伐持续受到关注，零售投资者对黄金的兴趣也将持续高涨。

从普通消费者最常接触到的饰品金价看，以周大福饰品金价为例，金投网数据显示，5 月 8 日，周大福饰品金价为 710 元/克，较 4 月份最高点（4 月 16 日，737 元/克）已有所回落。5 月份以来基本在 703 元/克至 713 元/克之间波动。

王立新表示，一季度，中国国内金饰需求总量为 184 吨，同比下降 6%；但从价值角度看，一季度国内金饰需求同比上涨 9%，约 900 亿元人民币，是有统计以来以价值计的最高的一季度金饰需求，以及第二高的单季度金饰需求（仅次于 2013 年二季度）。然而，同比小幅下降主要是由于 3 月份金价的持续飙升抑制了消费者和零售商的需求。尽管如此，一季度金饰需求仍然高于十年均值（182 吨），这主要得益于春节假期前后通常会迎来金饰消费高峰；黄金在市场上的坚挺表现激发了消费者的保值型、储蓄型消费动力；反弹过后趋于稳定的金价通常利好需求；以及国内一季度 GDP 增长对金饰消费产生助力。

刘思源认为，未来美联储货币政策动向依旧是影响黄金价格的重要推手，地缘政治等都蕴含较大不确定因素。黄金的避险属性预期还会推升其价格接近 2500 美元/盎司。

国际

◇西澳冈尼维尔铜镍矿资源量上升 18%

时间：2024-05-07 15:40:18 来源：中国矿业网

2023年，查理斯矿业公司(Chalice Mining)在西澳州的冈尼维尔(Gonneville)铜镍铂族金属矿床概略研究结果遭到市场冷遇，一年后，该公司提出了一项更大胆但更具挑战性的开发计划。

此前的研究令市场担心的是该公司是否有能力开发这个大型铜镍钴铂族金矿山。因此，修订后的方案充分考虑了可行性。

新方案提出，在胡里马尔(Julimar)州立森林公园边上建设一个露天和地下采矿设施。

市场对新方案仍有怀疑。

浅部硫化物资源量边界品位从之前的 0.35-0.4%镍当量(NiEq)提升至 0.6%NiEq。

边界品位提高后，可露天开采的矿石资源量为 5900 万吨，3E(铂-钯-金)品位 2 克/吨，镍 0.2%，铜 0.21%，钴 0.019%，即 3E 金属 380 万盎司，镍 12 万吨，铜 12 万吨，钴 1.1 万吨。

一半资源量位于 200 米以浅，60%资源量属于探明和推定级别。

冈尼维尔矿床新资源量铂族金属品位提高了 25%，铜品位提高了 17%，有望提高其经济性。

此项研究的重要意义不仅在于应对当今低迷的镍钴市场，更重要的是表明一个小规模的启动项目的可行性。

深部钻探表明资源可延伸至地表 1100 米以下，而且未钻透。

目前,该项目估算矿石资源量为 6.6 亿吨,3E 品位 0.79 克/吨,镍品位 0.15%,铜 0.083%,钴 0.015%,即 3E 金属量为 1700 万盎司,镍 96 万吨,铜 54 万吨,钴 9.6 万吨。

如何扩大资源量需要进一步考虑。

重新定位

查理斯公司称,更新资源量只是重新定位开发战略的第一步,证明可选择以更低成本开发这个“可生产数十年的世界级项目”。

该项目开发有选择余地,可大规模露天矿坑开采,具备提高回收率的潜力。

预可行性研究将在 2025 年中完成,距离该矿发现仅 5 年。

去年以来,该公司一直在寻找合作伙伴,加大开发规模需投资 23 亿澳元,可年采选 3000 万吨。另外也可以考虑投资 16 亿澳元,年采选 1500 万吨。

冈尼维尔位于珀斯以北 70 公里。

寻找合作伙伴

查理斯公司希望能在 2026 年做出最终投资决定之前找到一个合作伙伴,2027 年开工建设。

查理斯公司股价去年曾从 8 澳元跌至 0.86 澳元,原因是市场担心其是否有能力开发该项目。

新资源量公布会并未打消投资者的怀疑,股价下跌 12%至 1.13 澳元,市值为 4.41 亿澳元。

◇ 澳大利亚杜博稀土矿获机构资助

时间 :2024-05-07 15:33:12 来源: 中国矿业网

澳洲战略材料公司 (Australian Strategic Materials) 将融资 1640 万澳元资金, 其中 1500 万澳元来自一家未具名机构, 另外 140 万澳元来自包括伊安·甘德尔 (Ian Gandel) 在内的大股东 520 万澳元权益要约的订金。

定价为每股 1.16 澳元, 贝尔波特 (Bell Potter) 参与了融资计划。

截至 3 月底, ASM 公司手中有 3850 万澳元, 新资金将锦上添花。

ASM 公司正在考虑其在新南威尔士州的旷日持久的杜博 (Dubbo) 稀土矿融资决定, 该项目需要大约 17 亿澳元。

杜博稀土矿大部分元素为镨钕, 是电动汽车电机和风力发电机所需永磁的关键原材料。

ASM 公司还试图增加用于永磁的铽和镝的产量, 以进一步扩大融资回报和杜博项目经济性。

为此, 该公司最近宣布与初级勘探公司卡斯宾签署一项协议。此前, 公司发现其在西澳的矿权也存在这些元素。



- ✚ 如有意见或建议，请联系五矿商会综合部。
- ✚ 电话：010-85692735，传真：010-65884109，
- ✚ Email: zonghe@cccmc.org.cn