制造硬脊梁 · 资本新动能

中国先进制造业一线微观察

国产矿井装备的全球首创——

一套“常水液压支架”如何实现“以水代油”

<<上接A1版





中创智领灯塔工厂(左图),常水液压支架在华阳集团旗下煤矿工作场景(右图)。 赵黎昀/供图

据介绍,煤机产品定制化程度高,支架规格跨度大,这条产线覆盖40吨到100吨机型,搭配一旁的小型装备线,整体年产能可达5000台套,生产节奏快的时候,差不多每3天就要切换一次品类。该厂区负责人指着身旁200米长的装配主线说:“换作传统模式,这条主线单班需要40人,现在只配18人,人均效率提升大约90%,物料转运环节已基本实现零人工。”

今年3月,中创智领与山西华阳集团携手攻关落地的全球首套常水液压支架及智能成套系统联调成功下线,该套系统现应用于华阳集团泊里煤矿。

“常水液压支架表面看只是把传动介质从乳化液换成清水,但背后是整套液压系统的重新设计。”中创智领相关项目负责人表示,水本身润滑性能弱,还容易造成金属部件锈蚀、密封件快速磨损,这也是多年来全球同行多次尝试,却始终没能实现成套装备稳定井下应用的关键瓶颈。项目从下游生产环节的痛点着眼,结合传统乳化液支护体系主要存在的问题,给出了针对性解决方案。

中创智领推出的是常水支架而非纯水支架。纯水需制备成不含矿物元素、类似蒸馏水的高纯水介质,对水质要求极高,而常水支架以日常自来水为介质直接使用,对支架制造工艺、密封及材料提出了更高要求。

常水液压技术还在向更复杂地质条件延伸。近日,中创智领新品发布活动上,其联合蒙发集团研制的常水三伸缩液压支架及智能综采成套装备完成出厂评议,正向更多矿井推广。

创新重构 煤矿智能化经济账

不同于实验室理想环境,不少矿井煤层条件复杂,井下水质波动、粉尘持续侵蚀,长期以来都是水介质液压装备落地的拦路虎。

如今,常水液压支架已在华阳集团山西泊里公司复杂的采煤工况下平稳运行,不仅验证了支架运行介质替代的可行性,更为山西煤炭智能化、绿色化转型提供了装备层面的新解法。

华阳集团机电部矿井管理科副科长郝万成告诉证券时报记者,目前这套常水液压支架已经在泊里煤矿投入使用两个月,支架实际工作阻力匹配井下工况,结构件动作平稳,立柱、千斤顶、阀组等关键液压件未发生锈蚀,智能化供液系统整体运行稳定。

郝万成说,选择常水液压支架开展工业试验,主要看重四方面核心优势。一是突出的环保价值,破解了乳化液长期存在的污染痛点;二是介质获取便捷,有利于降低运行成本;三是设备适配性好,不用改变原有配套体系;四是智能化程度高,可助力培育成套装备应用。

新技术落地,带来了显著的环保效应,还有突出的经济价值。

据华阳集团测算,常水液压支架投用之后,由于不再需要采购乳化液原液,直接节省了这一项持续性耗材支出,同时省去乳化液废液收集、处置相关费用。截至目前,泊里煤矿15101工作面已回采两个月,累计产煤13.5万吨,减少乳化液相关成本投入约5.1万元。而设备检修方面,较传统液压支架维护保养,常水液压支架全周期运维、备件综合成本优化,实现备件更换量下降10%以上。

“华阳集团共有10座生产煤矿,泊里煤矿首套常水液压支架工业试验达到效果,集团计划在内部其余矿井逐步推广应用,全面提升集团绿色开采整体水平。”郝万成称。

据了解,当前常水液压支架已列入中创智领2026年至2030年细分市场技术及产品差异化方向,作为支架业务智能化、绿色化方向的重要增量产品。据该公司2026年度经营计划,常水液压支架的推广应用还将带动泵站、常水处理系统等配套装备协同销售,助力培育成套装备业务增长动能。

煤炭装备产业 打开增长空间

一套常水液压支架的落地,不是单点产品的偶然突破,而是国内煤炭行业沿着智能化、绿色化主线持续迭代的缩影。

长期以来,黑色能源产业链的转型,往往被外界简单理解为减产降碳,而一线制造与开采端的变革,更多藏在装备、工艺、生产体系的细微升级里。从井下工作面的减污降耗,到地面工厂的柔性智造,一批龙头企业正逐个啃下传统产业的硬核难题,把“绿色智能”从口号变成现实。

在山西,华阳集团不断完善智能控制系统,依托智能巡检机器人、透明地质系统,不少综采工作面已经实现常态化少人值守;同在煤炭装备赛道,中创智领除常水液压支架外,也在持续推进液压系统能耗优化、废旧支架再制造业务,探索装备全生命周期减碳路径。

放眼国内,天玛智控、三一重装等厂商,也在智能采煤控制算法、低功耗井下装备、井下废水闭环回用等方向持续投入,一批新装备陆续下井验证。这些创新各有侧重,却指向同一个方向,即不再只追求开采效率,而是在安全、降本、环保三者之间寻找最优解。

这一转型方向,正契合国家能源转型与先进制造业发展指引。

今年9月,全国先进制造业大会提出,着力推动制造业智能化、绿色化、融合化发展,推动传统产业焕新升级,加大对企业数智化转型引导支持力度。《煤炭工业发展“十五五”规划》也明确,煤炭作为我国的基础能源,要在保障能源供应基础上,持续推进节能降碳、绿色开采。

“煤机行业从整机设备改造转向液压介质、密封材料等底层基础环节攻关,是行业高质量发展由表及里的脚注。”中国商业经济学会副会长宋向清认为,过去煤机智能化改造更多聚焦传感器、控制系统等上层硬件,而液压介质、密封件属于装备的“内脏”,直接决定设备在井下高温、粉尘、高腐蚀环境下的寿命、能耗与环保水平。

他认为,现阶段绿色智能煤机大范围普及最核心的痛点,是装备成本高企、不同矿井地质条件差异巨大带来的经济性难题,叠加井下复杂工况对材料、传感器可靠性的严苛考验,同时行业接口、数据标准尚未完全统一,中小矿井投入回报周期偏长,企业改造意愿受限。

后续破局,需要坚持产学研用协同攻关,持续优化耐磨、耐腐蚀基础材料与介质方案,通过规模化量产摊薄装备成本,同时,完善行业统一技术标准,打通不同厂商设备的数据接口,让绿色智能煤机兼顾安全效益与经济效益,推动从少数标杆矿井向更广范围复制推广。

皇台酒业董事会即将换届 白酒资深操盘手入围候选

证券时报记者 唐强

10月26日,皇台酒业(000995)高开高走,股价迅速放量涨停,成交总金额为5.6亿元,换手率24.35%。

消息面上,皇台酒业董事会换届临近,5名非独立董事、3名独立董事候选人出炉,将于11月10日提交临时股东会表决。值得一提的是,有白酒行业资深操盘手入围其董事会候选名单,市场关注点从资本博弈转向主业扭亏的现实话题。

董事会结构将迎调整

皇台酒业历史上的多次董事会改组,大多与实控人变更、股东纷争相关。国资出让、鼎泰亨通入主、上海厚丰接盘,每一次公司控制权易主,往往伴随管理层、战略路线、营销政策等内容调整。

此次换届之前,皇台酒业已曾多次澄清,上市公司、控股股东及实控人不存在关于公司应披露而未披露的重大事项,市场目光不再聚焦资本故事,而是等待新董事会拿出可落地的经营方案。

10月22日晚间,皇台酒业披露董事会换届方案,将提名赵海峰、胡文曦、杨建明、修卫华、杨利兵等5人为非独立董事候选人,贾明琪、杨强、高玉洁3人为独立董事候选人。

需要指出的是,皇台酒业董事会候选人结构的调整,是此次换届最核心的看点。一方面,赵海峰等盛达体系核心人员留任,维持资本层面稳定;另一方面,白酒营销实战履历最突出的修卫华被纳入董事候选名单,有望改变过去皇台酒业董事会以资本、矿业背景人员为主的格局。

资料显示,修卫华有相当长时间从事酒水行业的经历,2013年3月至2025年3月,任成县红川酒营销有限责任公司总经理。

2025年5月底,修卫华获聘担任皇台酒业副总经理兼营销总监一职;2026年1月,修卫华晋升为总经理。

中国酒业分析师肖竹青对证券时报记者表示,修卫华是陇酒本土实战派,兰州大学市场营销科班出身,在红川酒业深耕十余年,擅长区域酒企的渠道治理、控货稳价、厂商共同体建设,熟悉甘肃本地经销商资源、流通生态和消费习惯,这也是皇台引进他的核心价值。

经营承压亏损扩大

当前,摆在新一届董事会面前的现实压力十分明确,皇台酒业经营持续承压。

2026年半年报显示,报告期内,皇台酒业实现营业收入4850.51万元,同比下降15.99%;净利润则亏损1711.73万元,亏损同比扩大;经营活动产生的现金流量净额为-4167.45万元,同比下降60.27%;6月末,资产负债率接近69%,资金仍依赖控股股东盛达集团的借款支持。

渠道端的收缩更为棘手。皇台酒业大本营甘肃省内收入降幅相对可控,2025年上半年省内营收为4514.81万元,2026年上半年微降至4253.32万元;不过,省外营收则从去年同期的1259.23万元降至597.2万元,降幅为52.57%。截至2026年上半年末,皇台酒业在甘肃武威市经销商数量从2025年末的40个骤降至6个,降幅达到85%;在甘肃省其余地区及外省,其经销商数量则从104个降至76个,降幅为26.92%。

与此同时,皇台酒业持续加大市场宣传及渠道投入,使得销售费用同比增加35.02%至1994.98万元。其中,业务宣传费增长超170%,市场投入尚未转化为销售收入。

务实的自救动作

从岗位脉络来看,修卫华将从单纯的营销操盘手,上升到参与皇台酒业战略决策的层面,不再只管卖货,要参与产品规划、资源分配、长期路线制定。肖竹青认为,皇台这次人事安排,传递出非常明确的信号,修卫华进入董事会,利好在于营销战略能够稳定、连贯,避免频繁换帅带来政策摇摆。

肖竹青表示,这次人事变动,是皇台务实的自救动作,选择本土成熟实战派,优先夯实大本营,属于“对症下药”;但这是改善变量,不是决定性变量。皇台面临的困境是系统性的,不只是营销问题,还有历史包袱、资金、品牌定位多重压力。营销强将入场,有利于稳定渠道战略、稳住甘肃基本盘,但单一营销高管很难快速扭转基本面。后续,重点要看大本营动销、经销商信心能不能真实修复。

算一算煤机装备智能化的“长期经济账”

证券时报记者 赵黎昀

踏入中创智领2.0灯塔工厂,映入眼帘的不是预想中令人眼花缭乱的大屏监控,而是一套稳步推进的柔性产线。

过去很长一段时间里,煤机智能化叙事容易陷入一种惯性,即给综采设备加装巡检机器人、远程操控模块,把井下画面传回地面调度中心,便视作智能化落地。此外,绿色改造也多聚焦后端治理,在污染产生之后再做收集、处理。这种叠加式升级见效快,却没能触碰液压系统运行根本工况的痛点。

常水液压支架的探索,恰恰跳出了这套惯性框架。

它没有在原有液压体系上叠加环保配套,而是直接对液压传动介质、防腐密封、供液配套等整套底层体系重新设计。支撑采煤行业数十年的乳化液体系,附带耗材采购、危废处置、渗漏污染等一连串长期包袱,这些痛点伴随行业多年,却很少有方案敢于从介质本身入手。这种创新,考验的不只是材料、密封、防腐等单点技术,更是一整套适配井下复杂环境的系统思维。

走访中,证券时报记者发现,当前煤机赛道纷繁的技术选择背后,产业升级的评价标尺正在悄然转变。即不再只以开采效率作为唯一标尺,而是主动锚定智能化、绿色化方向,在保障开采效能的前提下,统筹兼顾安全、低碳、全周期效益等多重目标。对于煤机这类能源装备而言,升级不再是可选的加分项,而是产业链迈向高质量发展、夯实自主可控能力的必然选择。

当然,矿山装备的技术落地,不是实验室指标达标,就万事大吉。井下水质波动、粉尘长期侵蚀,加之各个矿井地质条件各不相同,都是样机走向规模化路上绕不开的现实门槛。

过去不少科研成果卡在产业化阶段,根源在于只解决了技术问题,没能解决经济适用问题。绿色技术想要扎根矿山,不能只靠政策驱动,装备的创新转型也不能只算眼前一笔账,要穿透开采、运维、治污全链条,看见安全、降本、减污叠加的“长期经济账”,才能获得持续推广的内生动力。

煤炭承担着我国能源保供的“压舱石”作用,行业装备升级始终在路上。创新技术在井下工业示范阶段,仍需要矿方、装备企业、科研机构持续在现场迭代试错。单点样机突破的一束微光,照亮了更多藏在液压介质、新材料、系统适配里的微小变革,为煤机产业技术进步、自主可控探明了一条可触可及的转型路径。

多家平台披露“双11”阶段战报 首发经济成大促亮点

证券时报记者 曹晨

“双11”大促火热进行,各大平台陆续发布战报,新品首发成为品牌抢抓大促增量的重要抓手,首发经济在本次大促中持续显现活力。

盘古智库高级研究员江瀚对证券时报记者表示,今年“双11”平台集中发力新品首发,本质是大促逻辑从单纯价格战转向供给效率竞争。把新品首发作为核心抓手,说明行业已经意识到,存量竞争下真正能拉动用户复购和品牌黏性的,是能创造新需求的供给。这种变化是零售行业从流量驱动转向产品驱动的明确信号。

各大电商平台纷纷将新品首发设置为本次大促核心运营策略。

天猫将本届“双11”的重心放在AI消费规模化落地上,上线“AI万能搜”“AI帮我挑”等6款导购应用,并联合英特尔、AMD推出50余款AIPC,超百款AI硬件集中首发。天猫“双11”开卖前一个月,在淘宝天猫首发新品的商家数同比增长64%,首发新品规模再创新高。

美妆是天猫新品首发的核心赛道:10月15日预售首日,李佳琦直播间带货美妆商品425款,近30款产品销量突破10万件;修丽可AGE面霜成为直播间首日GMV最高单品,AGE家族矩阵GMV超3.5亿元;珀莱雅主品牌在该直播间GMV约5.1亿元,位列预售首日品牌销售额第一。截至目前,已有近30款新品在李佳琦直播间完成全网首发。

依托直播生态,抖音电商同样放大新品与新商家增长潜力。近日,抖音电商发布2026年“双11”开门红数据:10月15日至18日,消费券带动成交额破亿的商家数量同比增长200%;首次参加“双11”且成交额突破百万元的达人数量同比增长30%。

京东在今年“双11”同步发力新品首发与AI应用。Apple、华为、海信、波司登、飞鹤等品牌在平台集中首发新品,京东拍卖推出全球首款可变形个人机器人等创新单品;JoyAI App上线支持实时视频购物的AI数字人。

直播电商机构也在加码AI落地。遥望科技引入CarryGo世界模型,今年“双11”将AI从被动辅助工具升级为“数字经营助手”,让AI深度渗透经营环节,搭建起覆盖直播、内容、投放、品牌经营的AI驱动业务链路。

平台扎堆布局首发经济,背后有顶层政策持续引导。今年8月,商务部等部门印发《关于推动商品消费扩容升级的实施意见》,积极推进首发经济,支持举办首发、首秀、首展活动,鼓励内外贸企业打造自主品牌。近期,商务部等部门出台《关于实施品质电商“五优”行动的通知》,支持优质海外商品首发首秀首展,创新“国家馆+直播”渠道。

10月19日,2026阿里速卖通年度峰会暨“双11”商家大会举办。会上,速卖通联合天猫正式启动“中国品牌全球增长计划”。

“线上电商首发对比传统线下首展首秀,优势集中在三个层面。一是不受地域和场地限制,新品信息当天就能触达全国用户,不用等线下巡展。二是数据反馈更快,首发当日即可拿到点击、转化、用户复购意愿等数据,品牌可以快速调整策略。三是成本结构更轻,无需承担高额展位费与线下场景搭建成本,中小品牌也有机会拿到首发资源。”江瀚表示。

国科微前三季度净利大增超56倍

证券时报记者 康殷

国科微(300672)10月26日晚间发布三季报,公司前三季度营业总收入23.76亿元,同比增长102.71%;归母净利润4.25亿元,同比增长5640.94%。其中,公司第三季度实现营业总收入9.98亿元,同比增长131.81%;归母净利润2.29亿元,同比增长1903.77%。

公开资料显示,国科微专注于芯片的设计研发,是国内领先的集成电路设计企业,致力于端侧AI、AI视觉、媒体显示、车载电子、物联网、数据存储等领域大规模集成电路及解决方案开发。

从业务结构来看,智慧视觉与超高清智能显示是国科微的两大核心引擎。同时,国科微的商显芯片GK67系列已在主流教育机、会议机及泛屏商显终端中稳定出货,且全面兼容鸿蒙生态,已通过鸿蒙4.0及5.0的兼容认证。目前,公司正携手运营商及教育、电力、金融等行业客户,积极推动鸿蒙方案的国产替代进程。

与此同时,国科微正加快向车载电子领域拓展。公司在车载AI芯片、MCU芯片及电源管理芯片上持续投入研发,并积极布局更高算力(8TOPS以上)的车载AI芯片,以及更完善的MCU和电源管理产品矩阵,力求在智能汽车供应链中占据有利地位。

此外,国科微在端侧AI领域持续加码研发,其正着手布局更高算力的端侧AI芯片,为AI智能交互、泛机器人、工业控制等新兴场景提供更优的芯片解决方案。

零售价:RMB 4元 HKD 5元 北京 济南 西安 杭州 上海 无锡 长沙 成都 深圳 福州同时印刷 本报地址:深圳市福田区彩田路7006号深科技城A座37~47层 邮编:518035 北京市朝阳区金台西路2号人民日报社新媒体大厦32层 邮编:100733