



每周行业要闻

第 663 期

(2023 年 10 月 9 日—2023 年 10 月 15 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
✧ 习近平主持召开进一步推动长江经济带高质量发展座谈会强调 进 一步推动长江经济带高质量发展 更好支撑和服务中国式现代化	1
✧ 2023 年 9 月份居民消费价格同比持平 环比上涨 0.2%	5
✧ 国家统计局城市司首席统计师董莉娟解读 2023 年 9 月份 CPI 和 PPI 数据 10	
二. 石化	13
国内	13
✧ 《全球油气勘探开发形势及油公司动态（2023 年）》报告发布... 13	
✧ 自然资源部：“十四五”以来中国油气矿产勘查投入创历史新高 14	
国际	15
✧ 中东再度发生战争，石油危机会重现吗？	15
三. 五金建材卫浴	18
✧ 卫浴行业的机遇与挑战：如何应对市场变化和消费者需求..... 18	
✧ 泰国卫浴市场下滑 9%，进口 9 成来自中国	20
四. 矿产有色钢材	29
✧ 黑龙江新探获铁矿石量 3.81 亿吨..... 29	
✧ 山东找矿突破交出亮眼“成绩单” 省地矿局新发现矿产地三十一处， 新增金金属量超五十九吨	30

一．财经要闻

◇习近平主持召开进一步推动长江经济带高质量发展座谈会强调 进一步推动长江经济带高质量发展 更好支撑和服务中国式现代化

新华社南昌 10 月 12 日电 中共中央总书记、国家主席、中央军委主席习近平 12 日下午在江西省南昌市主持召开进一步推动长江经济带高质量发展座谈会并发表重要讲话。他强调，要完整、准确、全面贯彻新发展理念，坚持共抓大保护、不搞大开发，坚持生态优先、绿色发展，以科技创新为引领，统筹推进生态环境保护和经济社会发展，加强政策协同和工作协同，谋长远之势、行长久之策、建久安之基，进一步推动长江经济带高质量发展，更好支撑和服务中国式现代化。

10 月 12 日下午，中共中央总书记、国家主席、中央军委主席习近平在江西省南昌市主持召开进一步推动长江经济带高质量发展座谈会并发表重要讲话。新华社记者 谢环驰 摄

中共中央政治局常委、国务院总理李强，中共中央政治局常委、中央办公厅主任蔡奇，中共中央政治局常委、国务院副总理丁薛祥出席座谈会。

习近平在江西调研期间专门召开这次座谈会。座谈会上，国家发展改革委主任郑栅洁、重庆市委书记袁家军、江西省委书记尹弘、上海市委书记陈吉宁先后发言，就推动长江经济带高质量发展汇报工作情况、提出意见建议。参加座谈会的其他省份主要负责同志提交了书面发言。

10 月 12 日下午，中共中央总书记、国家主席、中央军委主席习近平在江西省南昌市主持召开进一步推动长江经济带高质量发展座谈会并发表重要讲话。新华社记者 鞠鹏 摄

听取大家发言后，习近平发表了重要讲话。他强调，长江经济带发展战略实施近 8 年来，沿江省市和中央有关部门认真贯彻落实党中央决策部署，坚持共抓大保护、不搞大开发，坚持生态优先、绿色发展，扎实推进长江生态环境保护修复，积极促进经济社会发展全面绿色转型，决心之大、力度之大前所未有，长江经济带发展发生了重大变化。思想认识发生重大转变，共抓大保护、不搞大开发成为共识；生态环境保护和修复取得重大成就，“一江碧水向东流”美景重现；发展方式发生重大变革，创新驱动发展全面起势；区域融合实现重大提升，区域协同联动不断加强；改革开放取得重大进展，全方位对内对外开放态势加速形成。总的看，长江经济带发展成就有目共睹，发展质量稳步提升，发展态势日趋向好。同时也要看到，长江流域生态环境保护和高质量发展正处于由量变到质变的关键时期，取得的成效还不稳固，客观上也还存在不少困难和问题，要继续努力加以解决。

习近平指出，从长远来看，推动长江经济带高质量发展，根本上依赖于长江流域高质量的生态环境。要毫不动摇坚持共抓大保护、不搞大开发，在高水平保护上下更大功夫。沿江各地生态红线已经划定，必须守住管住，加强生态环境分区管控，严格执行准入清单。各级党委和政府对于划定的本地重要生态空间要心中有数，优先保护、严格保护。要切实加强生态环境综合治理，持续强化重点领域污染治理，统筹水资源、水环境、水生态，扎实推进大气和土壤污染防治，更加注重前端控污，从源头上降低污染物排放总量。坚定推进长江“十年禁渔”，巩固好已经取得的成果。协同推进降碳、减污、扩绿、增长，把产业绿色转型升级作为重中之重，加快培育壮大绿色低碳产业，积极发展绿色技术、绿色产品，提高经济绿色化程度，增强发展的潜力和后劲。支持生态优势地区做好生态利用文章，把生态财富转化为经济财富。完善横向生态保护补偿机制，激发全流域参与生态保护的积极性。

习近平强调，要坚持创新引领发展，把长江经济带的科研优势、人才优势转化为发展优势，积极开辟发展新领域新赛道，塑造发展新动能新优势。要加强科教资源的优化组合和科技创新协同配合，围绕产业基础高级化和产业链现代化，积极布局新领域新赛道的引领性技术攻关，吸引集聚高层次科技创新人才，提升科技前沿领域原始创新能力，加快突破一批关键核心技术。大力推动产业链供应链现代化，

接续实施增强制造业核心竞争力行动，培育壮大先进制造业，加快发展战略性新兴产业和未来产业，促进数字经济和实体经济深度融合。加强产业链协同合作，推动优势产业延链、新兴产业建链。

习近平指出，要更好发挥长江经济带横贯东西、承接南北、通江达海的独特优势，更好联通国内国际两个市场、用好两种资源，提升国内大循环内生动力和可靠性，增强对国际循环的吸引力、推动力，为构建新发展格局提供战略支撑。在产业发展上，沿江省市既要各展优势，又要协同发展、错位发展、联动发展。要统筹抓好沿江产业布局和转移，优化重大生产力布局，引导资金、技术、劳动密集型产业从东部向中西部、从中心城市向腹地有序转移。积极推进高水平对外开放，积极拓展国际经济合作新领域、新渠道。更好发挥沿江省市自贸试验区作用，在制度创新方面先行先试，促进沿江省市自贸试验区联动发展，为建设更高水平开放型经济新体制积累新经验、探索新路径。

习近平强调，要坚持把强化区域协同融通作为着力点，沿江省市要坚持省际共商、生态共治、全域共建、发展共享，增强区域交通互联性、政策统一性、规则一致性、执行协同性，稳步推进生态共同体和利益共同体建设，促进区域协调发展。要从整体上谋划和建设区域交通基础设施，加快建设综合立体交通走廊，加强交通网络的相互联通和“公水铁”等运输方式的相互衔接，提升区域交通一体化水平。深化要素市场化改革，完善产权保护、市场准入、公平竞争、社会信用等基础制度，完善跨区域、跨部门、跨层级的数据信息共享和流程互联互通，深化政务服务合作，优化营商环境。深入发掘长江文化的时代价值，推出更多体现新时代长江文化的文艺精品。积极推进文化和旅游深度融合发展，建设一批具有自然山水特色和历史人文内涵的滨江城市、小城镇和美丽乡村，打造长江国际黄金旅游带。

习近平指出，长江经济带事关全国发展大局。要统筹好发展和安全，在维护国家粮食安全、能源安全、重要产业链供应链安全、水安全等方面发挥更大作用，以一域之稳为全局之安作出贡献。沿江省市无论是粮食主产区还是主销区、产销平衡区，都要扛牢粮食安全责任。强化耕地数量、质量、生态“三位一体”保护，逐步

把永久基本农田建成高标准农田，加强农业种质资源保护利用，实施生物育种重大项目，提高种业企业自主创新能力。把粮食增产的重心放到大面积提高单产上，加强良田良种、良机良法的集成推广，发展多种形式适度规模经营和社会化服务。坚持全国“一盘棋”，继续深化上游地区同中下游地区的能源合作。加强煤炭等化石能源兜底保障能力，抓好煤炭清洁高效利用，注重水电等优势传统能源与风电、光伏、氢能等新能源的多能互补、深度融合，加快建设新型能源体系，推进源网荷储一体化。努力建设安澜长江，科学把握长江水情变化，坚持旱涝同防同治，统筹推进水系连通、水源涵养、水土保持，强化流域水工程统一联合调度，加强跨区域水资源丰枯调剂，提升流域防灾减灾能力。

习近平强调，要坚持中央统筹、省负总责、市县抓落实的工作机制，中央区域协调发展领导小组要加强统筹协调和督促检查，中央有关部门对符合长江经济带高质量发展导向的项目要给予支持，在重点领域推动一批重大改革。要压实沿江省市各级党委、政府主体责任，确保工作落实落地。要以主题教育为契机，教育引导广大干部树立和践行正确政绩观，提高推动高质量发展的本领。要引导各类企业、社会组织积极参与长江经济带发展，加大人力、物力、财力等方面的投入，发挥好人民群众的积极性、主动性、创造性。要定期开展对实施《长江经济带发展规划纲要》的检查评估和监督，督促各地及时发现问题并加以纠正。

李强在讲话中表示，要认真学习领会、深入贯彻落实习近平总书记重要讲话精神，保持共抓大保护的战略定力，持续用力、久久为功。强化综合治理、源头治理，完善生态保护补偿等制度，深入探索生态产品价值实现路径。以主体功能区战略引导经济合理布局，立足比较优势，找准功能定位，发挥好长三角龙头作用，带动中上游地区共同发展。纵深推进统一大市场建设，提升区域内“软”“硬”联通水平，积极融入国际循环，增强两个市场两种资源联动效应。

丁薛祥在讲话中表示，要深入学习贯彻党的二十大精神和习近平总书记重要讲话精神，坚持共抓大保护、不搞大开发，突出生态优先、绿色发展，以高水平保护为高质量发展提供重要支撑；加强重大创新平台建设，推动创新链和产业链深度

融合，以高水平科技创新培育高质量发展新动能；牢固树立“一盘棋”思想，合理确定功能定位和发展方向，统筹沿海沿江沿边和内陆开放，以高水平协同联动形成高质量发展整体合力。

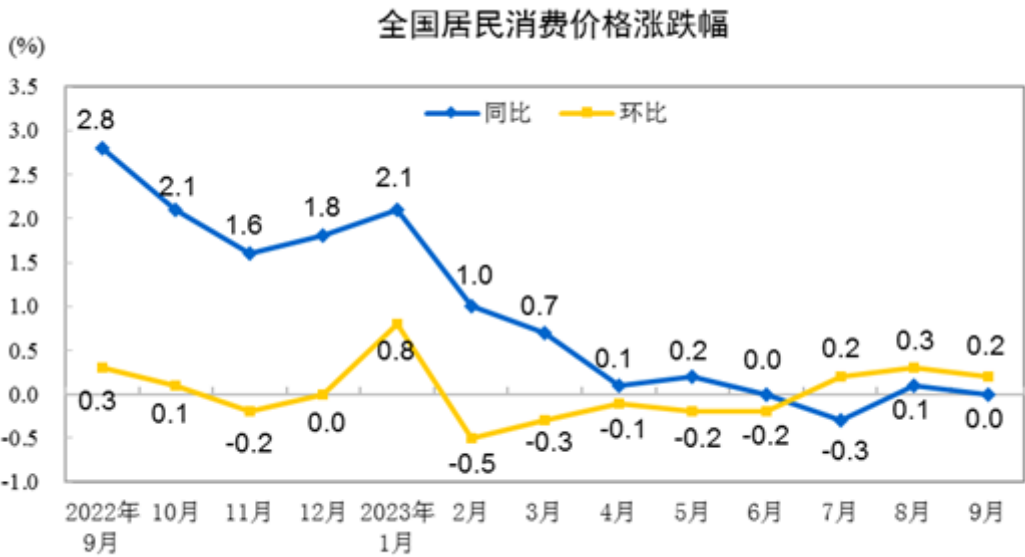
李干杰、何立峰、吴政隆、穆虹、姜信治出席座谈会，中央和国家机关有关部门、有关地方、有关企业负责同志参加座谈会。

✧2023 年 9 月份居民消费价格同比持平 环比上涨 0.2%

2023/10/13 来源：国家统计局

2023 年 9 月份，全国居民消费价格同比持平。其中，城市上涨 0.1%，农村下降 0.3%；食品价格下降 3.2%，非食品价格上涨 0.7%；消费品价格下降 0.9%，服务价格上涨 1.3%。1—9 月平均，全国居民消费价格比上年同期上涨 0.4%。

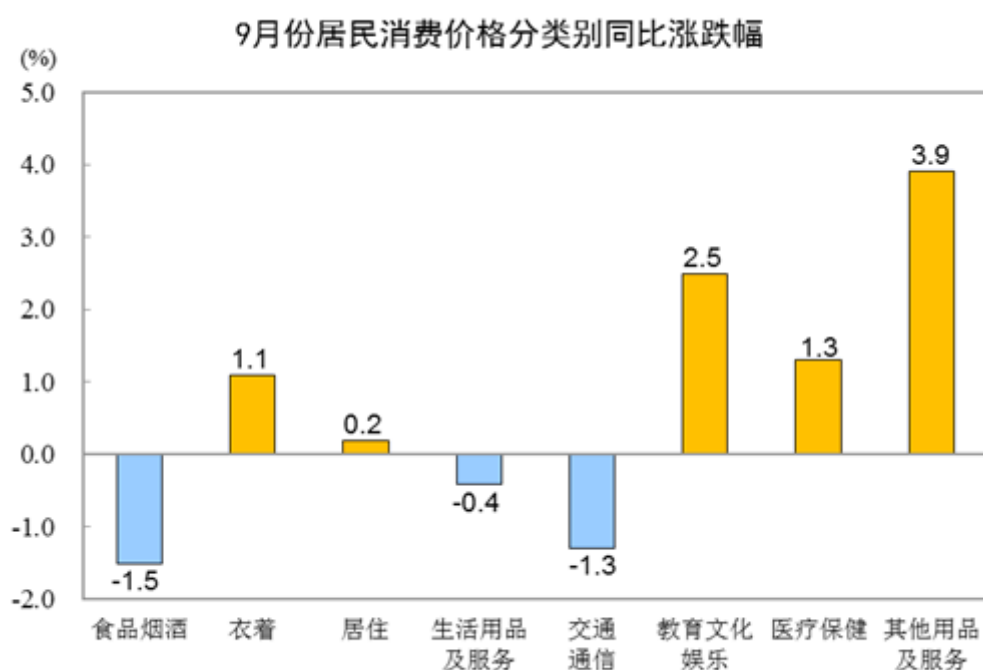
9 月份，全国居民消费价格环比上涨 0.2%。其中，城市上涨 0.2%，农村上涨 0.3%；食品价格上涨 0.3%，非食品价格上涨 0.2%；消费品价格上涨 0.4%，服务价格下降 0.1%。



一、各类商品及服务价格同比变动情况

9 月份，食品烟酒类价格同比下降 1.5%，影响 CPI（居民消费价格指数）下降约 0.44 个百分点。食品中，畜肉类价格下降 12.8%，影响 CPI 下降约 0.45 个百分点，其中猪肉价格下降 22.0%，影响 CPI 下降约 0.37 个百分点；鲜菜价格下降 6.4%，影响 CPI 下降约 0.14 个百分点；水产品价格下降 1.5%，影响 CPI 下降约 0.03 个百分点；鲜果价格下降 0.3%，影响 CPI 下降约 0.01 个百分点；蛋类价格上涨 0.7%，影响 CPI 上涨约 0.01 个百分点；粮食价格上涨 0.7%，影响 CPI 上涨约 0.01 个百分点。

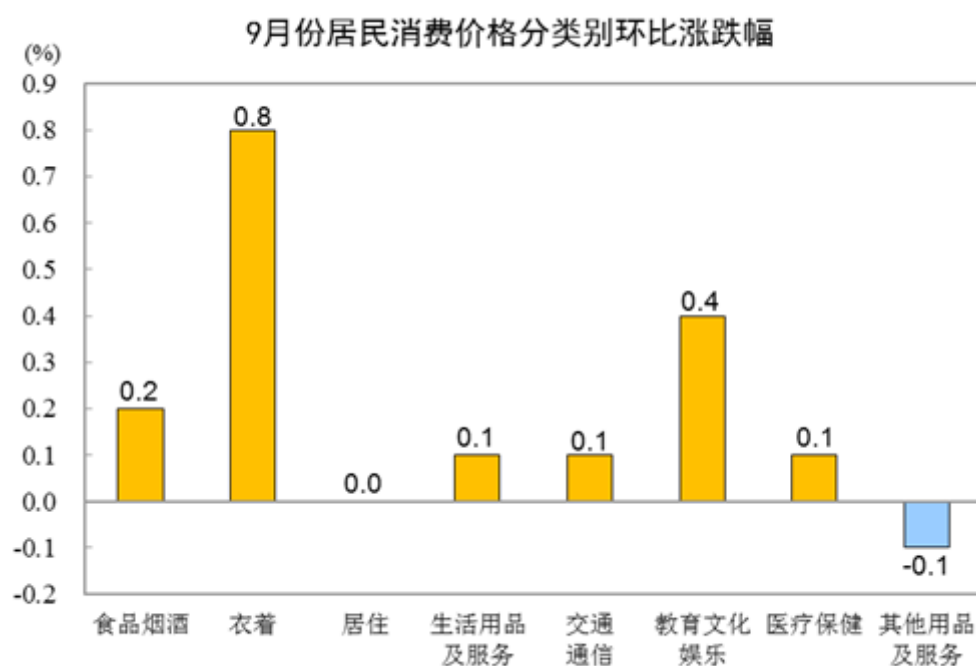
其他七大类价格同比五涨两降。其中，其他用品及服务、教育文化娱乐、医疗保健价格分别上涨 3.9%、2.5%和 1.3%，衣着、居住价格分别上涨 1.1%和 0.2%；交通通信、生活用品及服务价格分别下降 1.3%和 0.4%。



二、各类商品及服务价格环比变动情况

9 月份，食品烟酒类价格环比上涨 0.2%，影响 CPI 上涨约 0.07 个百分点。食品中，鲜菜价格上涨 3.3%，影响 CPI 上涨约 0.07 个百分点；蛋类价格上涨 2.8%，影响 CPI 上涨约 0.02 个百分点；粮食价格上涨 0.4%，影响 CPI 上涨约 0.01 个百分点；畜肉类价格上涨 0.3%，影响 CPI 上涨约 0.01 个百分点；水产品价格下降 0.8%，影响 CPI 下降约 0.02 个百分点；鲜果价格下降 0.3%，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，衣着、教育文化娱乐价格分别上涨 0.8%和 0.4%，生活用品及服务、交通通信、医疗保健价格均上涨 0.1%；居住价格持平；其他用品及服务价格下降 0.1%。



2023 年 9 月份居民消费价格主要数据

	环比涨跌幅 (%)	同比涨跌幅 (%)	1—9 月 同比涨跌幅 (%)
居民消费价格	0.2	0.0	0.4
其中：城市	0.2	0.1	0.5
农村	0.3	-0.3	0.3
其中：食品	0.3	-3.2	0.9
非食品	0.2	0.7	0.3
其中：消费品	0.4	-0.9	0.0
服务	-0.1	1.3	1.0
其中：不包括食品和能源	0.1	0.8	0.7
按类别分			
一、食品烟酒	0.2	-1.5	1.1
粮 食	0.4	0.7	1.2
食用 油	-0.6	-3.1	2.4
鲜 菜	3.3	-6.4	-3.1
畜 肉 类	0.3	-12.8	-3.3
其中：猪 肉	0.2	-22.0	-6.8
牛 肉	0.6	-4.9	-2.4
羊 肉	-0.2	-5.1	-3.3
水 产 品	-0.8	-1.5	0.2
蛋 类	2.8	0.7	3.0
奶 类	-0.2	0.0	0.7
鲜 果	-0.3	-0.3	6.0
卷 烟	0.1	1.4	1.4
酒 类	-0.4	0.1	0.8
二、衣着	0.8	1.1	0.9
服 装	0.9	1.2	0.9
鞋 类	0.4	0.8	0.6
三、居住	0.0	0.2	-0.1
租赁房房租	-0.1	0.0	-0.3
水电燃料	0.3	0.5	0.2
四、生活用品及服务	0.1	-0.4	0.2
家用器具	0.0	-1.7	-1.2
家庭服务	0.1	1.9	1.7
五、交通通信	0.1	-1.3	-2.4
交通工具	-0.3	-4.6	-3.7
交通工具用燃料	2.3	-1.1	-6.9
交通工具使用和维修	0.0	0.5	0.8
通信工具	0.1	-3.1	-2.1
通信服务	0.0	-0.4	-0.3
邮递服务	0.0	0.1	0.2
六、教育文化娱乐	0.4	2.5	1.9

教育服务	1.4	1.8	1.3
旅 游	-3.4	12.3	9.3
七、医疗保健	0.1	1.3	1.1
中 药	1.0	7.3	5.0
西 药	-0.1	0.0	0.2
医疗服务	0.0	1.1	1.0
八、其他用品及服务	-0.1	3.9	3.2

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 2023 年 9 月份 CPI 和 PPI 数据

2023/10/13 来源：国家统计局

国家统计局今天发布了 2023 年 9 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 环比上涨，同比持平

9 月份，消费市场持续恢复，CPI 环比继续上涨，但受上年同期对比基数走高影响，同比由涨转平。

从环比看，CPI 上涨 0.2%，涨幅比上月回落 0.1 个百分点。其中，食品价格上涨 0.3%，涨幅比上月回落 0.2 个百分点，影响 CPI 上涨约 0.06 个百分点。今年中秋、国庆节前市场供应较为充足，食品价格涨幅略低于历史同期平均水平。食品中，开学季叠加双节临近，鲜菜和鸡蛋价格分别上涨 3.3%和 3.2%；休渔期结束供应增加，虾蟹类和海水鱼价格分别下降 2.6%和 0.8%；猪肉、鲜果、禽肉类等食品价格基本稳定。非食品价格上涨 0.2%，涨幅与上月相同，影响 CPI 上涨约 0.14 个百分点。非食品中，工业消费品价格上涨 0.5%，涨幅比上月扩大 0.1 个百分点，其中受国际油价上行影响，国内汽油价格上涨 2.4%；秋装换季上新，服装价格上涨 0.9%。服务价格由上月上涨 0.1%转为下降 0.1%，其中暑期结束出行减少，飞机票、宾馆

住宿和旅游价格分别下降 12.6%、5.5%和 3.4%；新学期开学，教育服务价格上涨 1.4%。

从同比看，CPI 由上月上涨 0.1%转为持平。其中，食品价格下降 3.2%，降幅比上月扩大 1.5 个百分点，主要是上年同期食品对比价格走高，影响 CPI 下降约 0.60 个百分点。食品中，猪肉和鲜菜价格分别下降 22.0%和 6.4%，降幅分别扩大 4.1 和 3.1 个百分点，合计影响 CPI 下降约 0.51 个百分点，占食品价格总降幅近九成；羊肉和食用油价格分别下降 5.1%和 3.1%，降幅均有扩大；水产品 and 鲜果价格由涨转降，降幅分别为 1.5%和 0.3%。非食品价格上涨 0.7%，涨幅扩大 0.2 个百分点，影响 CPI 上涨约 0.57 个百分点。非食品中，工业消费品价格下降 0.3%，降幅收窄 0.5 个百分点，其中汽油价格下降 1.2%，降幅收窄 3.4 个百分点。服务价格上涨 1.3%，涨幅与上月相同，其中飞机票、旅游和宾馆住宿价格分别上涨 14.0%、12.3%和 10.4%，涨幅均有回落；教育服务价格上涨 1.8%，涨幅有所扩大。

据测算，在 9 月份的 CPI 同比变动中，翘尾影响约为-0.2 个百分点，上月为 0.2 个百分点；今年价格变动的新影响约为 0.2 个百分点，上月为-0.1 个百分点。扣除食品和能源价格的核心 CPI 同比上涨 0.8%，涨幅与上月相同。

二、PPI 环比涨幅扩大，同比降幅收窄

9 月份，受工业品需求逐步恢复、国际原油价格继续上涨等因素影响，PPI 环比涨幅扩大，同比降幅收窄。

从环比看，PPI 上涨 0.4%，涨幅比上月扩大 0.2 个百分点。其中，生产资料价格上涨 0.5%，涨幅扩大 0.2 个百分点；生活资料价格上涨 0.1%，涨幅与上月相同。国际原油价格继续上行，带动国内石油和天然气开采业价格上涨 4.1%，石油煤炭及其他燃料加工业价格上涨 3.1%。需求改善、供给偏紧，推动有色金属冶炼和压延加工业价格上涨 1.2%，煤炭开采和洗选业价格上涨 1.1%。黑色金属冶炼和压延加工业价格持平。另外，文教工美体育和娱乐用品制造业价格上涨 0.7%，农副食

品加工业价格上涨 0.6%，纺织业价格上涨 0.2%；计算机整机制造价格上涨 0.7%，智能消费设备制造价格上涨 0.5%；锂离子电池制造价格下降 1.5%，新能源车整车制造价格下降 0.1%。

从同比看，PPI 下降 2.5%，降幅比上月收窄 0.5 个百分点。其中，生产资料价格下降 3.0%，降幅收窄 0.7 个百分点；生活资料价格下降 0.3%，降幅扩大 0.1 个百分点。主要行业价格降幅收窄：煤炭开采和洗选业下降 15.6%，收窄 0.6 个百分点；化学原料和化学制品制造业下降 7.1%，收窄 3.3 个百分点；石油煤炭及其他燃料加工业下降 6.7%，收窄 2.9 个百分点；黑色金属冶炼和压延加工业下降 5.0%，收窄 1.6 个百分点；石油和天然气开采业下降 3.3%，收窄 7.3 个百分点。上述 5 个行业合计影响 PPI 同比下降约 1.42 个百分点，占总降幅的近六成。另外，文教工美体育和娱乐用品制造业价格上涨 5.7%，有色金属冶炼和压延加工业价格上涨 2.7%；新能源车整车制造价格下降 4.5%，计算机通信和其他电子设备制造业价格下降 1.8%。

据测算，在 9 月份 2.5% 的 PPI 同比降幅中，翘尾影响约为 -0.2 个百分点，上月为 -0.3 个百分点；今年价格变动的新影响约为 -2.3 个百分点，上月为 -2.7 个百分点。

二. 石化

国内

◇ 《全球油气勘探开发形势及油公司动态（2023 年）》报告发布

2023-10-10 来源：中国石油报

10 月 9 日，国家油气战略研究中心、中国石油勘探开发研究院和中国石油国际勘探开发有限公司在北京发布《全球油气勘探开发形势及油公司动态（2023 年）》报告（简称报告）。国家能源局党组成员、副局长任京东，中国石油集团党组成员、副总经理张道伟出席发布会。

报告分析，2022 年，国际油价高位波动运行，上游投资持续回升。全球油气勘探投资达 483 亿美元，比 2021 年增加 74 亿元，显示出逐渐恢复到新冠疫情前勘探投资水平的趋势。2022 年，全球油气产量达 79.2 亿吨油当量，同比增加 2.1 亿吨油当量，油气增量各占一半。

深水油气资源作为近年来油气增储上产的主力军，对全球油气供给保障的贡献大幅增加。报告认为，2022 年，全球常规大中型油气发现集中分布于深水超深水领域，全球深水超深水领域获得 21 个大中型油气田发现，可采储量达 20.06 亿吨油当量，储量同比增幅达 86.42%。

全球油气资源开发潜力巨大，中国的石油公司“走出去、走进去、走上去”前景依然广阔。报告建议，中国的石油公司发挥比较优势，借鉴合作经验，立足“一带一路”沿线陆上常规油气田开发，大力实施油气提高采收率开发先导试验；提升海域油气作业能力，推动致密/页岩油气经济高效开发，不断提高海外核心竞争力、增强核心功能，有效保障国家能源安全，满足人民对美好生活的能源需求。

部分两院院士和来自自然资源部、中国石油、中国石化、中国海油等单位的共 200 多名代表参加发布会。

◇ 自然资源部：“十四五”以来中国油气矿产勘查投入创历史新高

2023-10-10 来源：中国新闻网

中国正全力推进新一轮找矿突破战略行动。

中国自然资源部部长王广华 9 日在北京透露，“十四五”以来，中国新一轮找矿突破战略行动取得阶段性成果。全国矿产勘查投资连续两年实现正增长，油气矿产勘查投入创历史新高。

自然资源部当日召开“学习贯彻习近平总书记给山东地矿六队重要回信精神一周年”座谈会。王广华在此间透露，中国矿产勘查投资连续两年实现正增长，油气矿产勘查投入创历史新高。2022 年达到 822 亿元(人民币，下同)，同比增长 3.1%；非油气矿产勘查投入回升势头明显，2022 年达近百亿元，同比增长 15.6%。

据介绍，“十四五”以来，油气企业在塔里木、鄂尔多斯、四川、渤海湾等盆地，新发现 8 个亿吨级油田和 11 个千亿立方级气田。各地新发现 157 处大中型矿产地，圈定找矿远景区 112 个，提交可供商业勘查找矿靶区 102 个。山东金矿、江西钨矿和锂矿、贵州锰矿、甘肃晶质石墨矿、新疆铁矿、四川和内蒙古锂矿、河南煤层气等取得找矿重大进展，新增一批资源量。

以新能源矿产锂为例，王广华表示，新增锂氧化物探明资源量 119 万吨，提前完成“十四五”找矿目标，为加快能源矿产资源国内勘探开发和增储上产奠定良好基础。

他指出，下一步，各级自然资源主管部门要进一步压实各方责任，进一步繁荣矿业市场，进一步发挥科技、装备、人才作用，凝聚各方力量全力推进新一轮找矿突破战略行动，为保障国家能源资源安全，全面建设社会主义现代化国家作出新贡献。

与会代表还就完善矿业权管理制度、找矿突破激励机制、找矿领域基础研究等提出意见建议。

国际

✧ 中东再度发生战争，石油危机会重现吗？

2023-10-11 来源：能源新媒

这场冲突或许对油价的影响有限。

10月7日，中东局势突然以难以想象的方向恶化开来。

哈马斯从加沙地带向以色列发射了3000多枚火箭弹，大量哈马斯武装人员穿越边境围栏进入以色列，双方军队展开大规模的巷战。

而以色列则是针锋相对，宣布全国进入战时状态，并对哈马斯武装分子进行空袭。仿佛第六次中东战争就在眼前。

这很难不让人想到1973年的第四次中东战争。当时中东产油国们为了支持自己的阿拉伯兄弟，开始联手对西方国家实施石油禁运，导致油价飙升，引发著名的1973年石油危机。

1973年石油危机的影响无疑是深刻而且悠久的。首先它直接刺激了欧美国家在能源自给和储备方面做出了巨大进步。IEA就是这次危机的产物。此外法国也开启了“梅斯默计划”，大规模建设核电。

除了核电，风电、光伏技术的跨越式发展也起源于1973年石油危机。危机爆发之后，风电、光伏技术的创新和研发都得到了西方国家政府的大力支持。1975年

美国第一个风电场并网发电，1977 年 ARCO 石油公司并购一家太阳能公司并更名为 ARCO Solar（后发展成为全球最大的太阳能制造商），1978 年维斯塔斯生产出第一台风力发电机，1979 年美国总统卡特开始在白宫屋顶安装太阳能热水器。

那么这次巴以冲突呢？

首先，这次冲突的双方巴勒斯坦和以色列都不是主要的产油国，因此对国际石油供给的直接影响并不存在。但冲突所在的中东地区却是主要的石油出口区域，所以必须考虑到冲突潜在升级带来的影响。

这就必须提到冲突爆发前正在进行的“三方协议”了。

10 月 6 日，有媒体报道称沙特向美国表达出增产意愿，以促成“美沙共同防御协议”。沙特称，石油生产行动将取决于市场条件。如果油价偏高，沙特愿意在 2024 年年初采取行动。

拜登政府希望在未来六个月内促成沙特与以色列恢复外交关系，作为交换，美国将为沙特提供安全保障并提供民用核技术援助。

这也成为 10 月第一周油价暴跌的最主要原因。在此之前，国际油价一路飙升，已经开始触及到 100 美元的门槛。但 10 月第一周，WTI 和布伦特原油价格的累计下跌都超过了 8%。

有分析认为哈马斯的突然袭击正是因为不希望看到沙特和以色列关系的正常化。对此我们不做国际政治方面的分析。仅从冲突对能源的影响来看，战争状态无疑会打断“三方协议”的进程，油价停止下跌甚至恢复上涨都是顺理成章之事。

不过，目前冲突爆发已经 2 天，但主要产油国并没有表态会在增产、减产等方面做文章。

此外，当下的石油市场和 1973 年也完全不同。

直观地来看，即便是欧佩克采取类似减产、禁运等措施，也不会产生和 1973 年一样的效果。一方面是因为全球石油生产格局更加多元化，另一方面是因为石油在国际能源结构中也发生了变化。

1973 年全球能源消费中超过 50% 是石油，约 20% 是天然气。而到了 2022 年，石油占比降至 30%，天然气依然是 20% 左右的份额。石油的重要性大大下降了。

不过即便是石油的比重下降了，产油国依然可以通过大幅减产增加油价（暂且不讨论它是否会这么做）。但沙特或者说欧佩克有这样强烈的意愿么？

除了 2020 年因为疫情油价暴跌之外，欧佩克在最近几年都不太愿意采取极端的减产保价政策。这其中有一个核心逻辑在于：在当前能源转型的背景下，过高的油价可能会导致石油被替代的进程加快，反而使得石油需求减少，影响产油国利益。

在 2023 年的今天，即便欧佩克采取减产措施，也可能出现俄罗斯这样的减产不确定因素。因此在不触及核心利益的情况下，沙特为代表的产油国不大可能重新恢复类似 1973 年的应对措施。

此外，现在与 1973 年的另一大不同正是 1973 年危机所导致的结果：美国、欧洲都有着一定量的石油储备。

美国石油储备成为近年来影响油价的关键因素。尽管根据高盛的估算，美国石油储备处于 40 年以来的最低点。但是如果真的存在极端石油危机，这部分预算依然可以对冲部分影响。

三. 五金建材卫浴

✧ 卫浴行业的机遇与挑战：如何应对市场变化和消费者需求

2023-10-13 来源：良品乐购官网

随着经济的发展和人们生活水平的提高，卫浴行业面临着前所未有的机遇和挑战。市场变化快速，消费者需求也在不断升级。本文将探讨卫浴行业的发展趋势，以及如何应对市场变化和满足消费者需求，为相关企业提供有益的参考。

一、卫浴行业的机遇与挑战

1. 机遇

随着科技的进步，卫浴行业不断涌现出众多新技术、新材料，为行业发展提供了强大的动力。例如，智能家居的兴起，使得智能卫浴产品受到消费者的热烈追捧。此外，国家大力推进环保和节能减排政策，为绿色环保卫浴产品带来了广阔的市场空间。

2. 挑战

尽管卫浴行业面临着诸多机遇，但也存在不少挑战。首先，市场竞争日益激烈，企业需要不断提高自身创新能力，以区别于其他竞争者。其次，消费者对卫浴产品的需求日益多元化，企业需要不断优化产品设计以满足不同消费者的需求。此外，随着人们对环保意识的提高，企业需要注重产品的环保性能，推动绿色环保产品的研发和推广。

二、卫浴行业的发展趋势

1. 环保趋势

随着人们对环保意识的不断提高，卫浴行业正朝着绿色环保的方向发展。企业需要关注环保法规，推行环保生产，提高环保产品的研发和生产能力。例如，采用可再生材料、节能技术等，以降低产品对环境的影响。

2. 智能趋势

智能家居的兴起，推动了卫浴行业的智能化发展。智能卫浴产品具有诸多优点，如方便、舒适、节能等，深受消费者的喜爱。企业应加大智能卫浴产品的研发力度，提高产品的科技含量和附加值，以满足市场对智能卫浴产品的需求。

三、消费者需求的变化

1. 舒适度需求

消费者对卫浴产品的舒适度要求不断提高。企业需要关注人体工程学，从产品设计、材料选择、工艺优化等方面提高产品的舒适度。例如，设计合理的浴室柜高度、坐便器宽度等，以提高使用的舒适度。

2. 功能需求

消费者对卫浴产品的功能需求日益多样化。企业需要针对消费者的不同需求，不断优化产品功能。例如，设计具备节水功能的坐便器、兼具储物功能的浴室柜等，以满足消费者对功能的需求。

四、品牌推广策略

1. 加强品牌建设

企业应注重品牌形象的塑造，提高品牌知名度和美誉度。通过优质的产品和服务，积极履行社会责任，提升企业的形象和价值。同时，要注重线上线下的统一性，形成良好的品牌口碑。

2. 与消费者建立紧密联系

企业应通过多种渠道与消费者建立紧密联系，了解消费者的需求和喜好。例如，通过社交媒体、电商平台等渠道收集消费者反馈，及时调整产品和服务策略。此外，还可通过举办线下活动、参与展会等方式与消费者互动，提高品牌认同度。

3. 不断创新产品和服务

企业应关注市场变化和科技发展，不断创新产品和服务，以满足消费者的需求。例如，推出智能卫浴产品、绿色环保产品等，为消费者提供更多选择。同时，要注重产品与服务的个性化，满足消费者的个性化需求。

五、总结

随着市场变化和消费者需求的变化，卫浴行业面临着前所未有的机遇和挑战。企业需要关注环保、智能等发展趋势，以及消费者对舒适度和功能的需求，不断创新产品和服务，以满足市场需求。通过加强品牌推广，与消费者建立紧密联系，卫浴企业将在新的市场环境下取得更好的发展。

✧泰国卫浴市场下滑 9%，进口 9 成来自中国

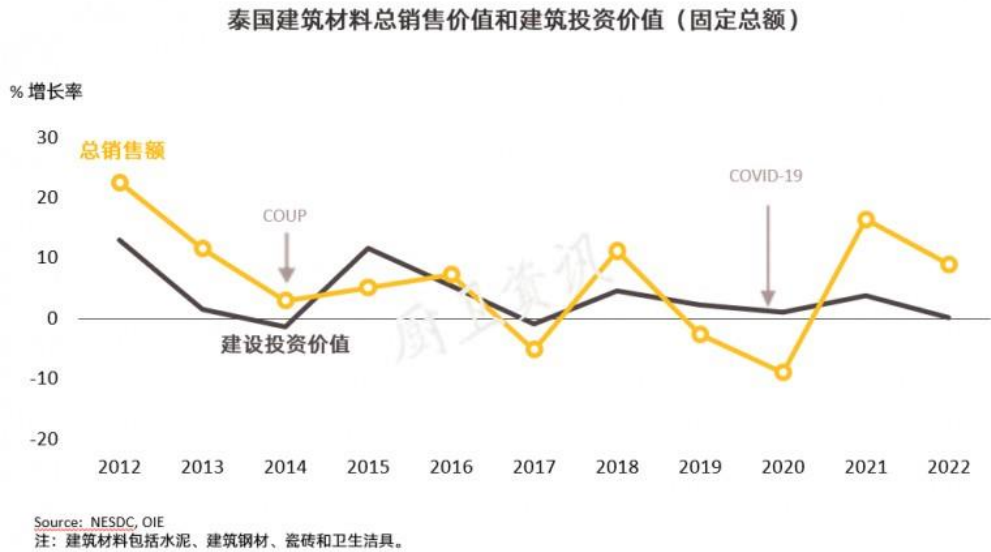
2023-10-11 来源：厨卫资讯-公众号

2022 年泰国建筑业低迷，卫生陶瓷产量受到生产和运输成本上升的双重打击，同比下降 14.1%至 650 万件。而需求端，通胀打击消费者购买力，虽然国内市场销

量增长 6.5%至 320 万件，出口下滑，其中美国市场销量下降 49.8%。进口量也有所放缓，卫生陶瓷进口 46,100 吨，同比下降 6.5%，来自中国的数量下降 7.0%。



大城银行预计，建材行业将在 2023 年增长 1.5-2.0%。



今年 1-8 月卫生陶瓷行业整体下滑

2022 年，受到曼谷大都市区、清迈、春武里、呵叻和孔敬等重点区域新建住宅数量增长 1.8%的影响，国内市场销量增长 6.5%至 320 万件。但今年 1-8 月，泰国国内外市场全部呈下滑态势。

根据 OIE 数据，厨卫资讯分析，2023 年 1-8 月，泰国卫生陶瓷行业总产量 372 万件，同比下滑 20.1%。国内销量实现 209 万件，同比下滑 1.89%；出口量 180 万件，同比下滑 30.39%；1-8 月行业收入实现 67 亿泰铢，同比下滑 8.75%。

2023年1-8月泰国卫生陶瓷行业运行情况

商品	产量	国内销量	出口量	总销售额 (千泰铢)	产能
卫生陶瓷	3,724,151	2,087,044	1,795,801	6,702,357	8,142,277
YOY	-20.10%	-1.89%	-30.39%	-8.75%	-4.94%

Source:OIE , 厨卫资讯

值得注意的是 MOC 海关数据统计口径与 OIE 略有区别，在出口数量上相差巨大。根据 MOC 的数据，2023 年 1-8 月，泰国卫生陶瓷出口量达到 4795 万件，同比下滑 32.83%。出口总价值下滑 27.96%。前十大出口国中，仅马来和新加坡增长，美国、老挝、中国等市场下滑。泰国前十大进口国中，中国占比达到 92.63%，前 8 月来自中国的进口数量略微增长 0.48%，进口总额下滑 5.88%。进口总量下滑 1.59%，进口额下滑 7.66%。

2023年1-8月泰国卫生陶瓷前十大出口市场

地区	出口量	YOY	出口额	YOY	占比
World	47,945,029	-32.83%	4,063,664,727	-27.96%	100.00
1 U.S.A.	12,574,658	-45.08%	1,019,295,968	-37.29%	25.08
2 CHINA	7,125,068	-30.54%	740,387,773	-27.47%	18.22
3 JAPAN	5,959,919	-25.68%	666,497,738	-18.95%	16.40
4 CAMBODIA	4,857,566	-25.80%	312,123,966	-22.45%	7.68
5 MYANMAR	5,399,254	-14.29%	246,414,519	-15.74%	6.06
6 PHILIPPINES	1,625,070	-25.58%	159,043,698	-11.61%	3.91
7 LAOS	1,665,913	-13.35%	99,163,178	-40.41%	2.44
8 MALAYSIA	914,059	45.32%	83,309,168	41.95%	2.05
9 VIETNAM	691,451	-55.73%	82,727,036	-50.29%	2.04
10 SINGAPORE	824,232	11.58%	77,147,210	23.86%	1.90

Source: MOC,厨卫资讯

No	地区	2023年1-8月		
		进口量	进口额	占比
	World	32,376,606	1,467,457,132	100.00
1	CHINA	31,076,441	1,359,322,040	92.63

Source: MOC,厨卫资讯

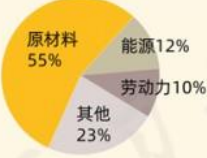
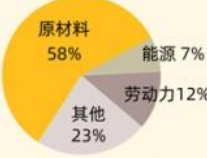
根据大城银行数据，一季度主要建材企业（包括水泥等领域）整体收入增长了 12.0%，达到 3,980 亿泰铢，但 10 家最大制造商的净利润率收紧至 3.0%，低于 2021 年的 5.8%。

其中，卫浴瓷砖企业数据较好，4 家瓷砖卫浴企业整体收入增长 11.4%，卫浴仅 COTTO 一家。平均净利润从 2.4% 增至 4.8%。其中 COTTO 母公司 SCG Ceramics Public Company Limited 1-6 月合并营收 68.5 亿泰铢（合人民币 13.47 亿元），同比增长 4%，其中卖地赚取了 1.41 亿泰铢；相对于卫浴，瓷砖总销售量 3,520 万

平方米，同比下降 12%，主要原因是出口销售量下降。本期利润 4.34 亿泰铢，同比增长 15%；EBITDA 为 8.12 亿泰铢，同比增长 3%。



截至 2022 年，泰国中型和大型建材企业总计达到 122 家。规模较小的有 205 家。相比较瓷砖企业，卫浴企业在原材料、劳动力等成本上均高于瓷砖企业。在市场份额上，瓷砖市场主要以当地企业为主，尤其是 SCG 生态链上的企业，覆盖、水泥、钢材、木材、管道、运输等重工业交通等领域。卫浴市场高端版块以欧美日等外资为主，COTTO 以中高端市场份额为主，低端市场近三年逐渐被进口自中国的产品占领。

泰国市场格局分析		
	瓷砖	卫生洁具
产能和投资情况	大多数制造商都是中小企业，通常按订单生产。 大型企业有较高的资源和资本优势，企业能够利用大量技术资源并开发自己的产品。按价值计算，这些也控制了约90%的市场。	卫生洁具行业是重资产和重投资，大多数企业都是从上游到下游的一体化生产。 市场上有5家大型企业较为活跃，其中包括泰国本土企业，泰国和外国合资企业，以及在泰国建立工厂的外资企业。
市场情况	只有17%的产量用于出口，因此泰国国内市场是当地产能消化的主要市场。 该细分市场的竞争主要来自进口的激烈竞争（特别是价格竞争）和广泛的替代产品。	国内市场和出口市场的销售额比例为54：46，主要渠道是房地产。 目前，压力主要来自中国的进口卫浴，尤其是低端产品。
成本结构		
2018-2022年主要指标（年平均值）		
产量	133.5 百万平方米/年	7.4 百万件/年
国内销售	162.5 百万平方米/年	3.4 百万件/年
出口	32.5 百万平方米/年	4.0 百万平方米/年
进口	60.5 百万吨/年	40,382 吨/年
产能利用率	58.4%	57.3%
主要运营商		
So+A1:C15urces: OIE, MOC,ISIT, 大城银行		

上半年五家流通巨头合计营收 511.64 亿元

泰国流通业主要由五家大型企业主导，HomePro（HomePro 集团旗下分了两块，一块是 HomePro 面向零售和家装，另一块是 MegaHome 则面向批发和贸易市场）、Central Retail（Thai Watsadu）、Siam Global House、Dohome 、SCG HOME（retail）。

2023 年 1-6 月，五家企业合计营收 2587.34 亿泰铢（合人民币 511.64 亿元）。Central Retail 遥遥领先，当期利润增长 36.6%，其他增长皆是个位数。

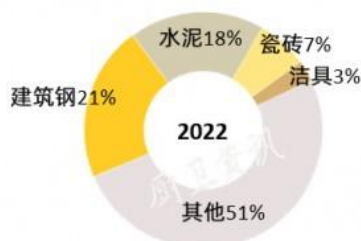


截至 2022 年，流通渠道总计约 980 家，其中包括 35 家大型企业、127 家中型运营商和 818 家小型公司。整体业绩增长 15.0%，净利润平均增长 6.0%。上述五家企业合计占建材零售商所有收入的 75%。Thai Watsadu、DoHome 等几家大型商超近两年在曼谷大都市区、清迈、春武里、呵叻和孔敬等重点区域快速开店扩张，2022 年这些区域新房登记量合计占总登记量的 38%。

跟中国建材超市或者卖场不同，泰国这些商超企业为消费者提供包括从水泥、钢材等传统建材到卫浴家电等硬装软装等全流程的服务，甚至包括建造、扩建、装修及翻新；这些平台除了分销合作品牌的商品，也在扩大自有品牌商品的销售，因为自有品牌商品的营销成本较低，比其他品牌产品更有成本优势。同时，这些平台都建立独立站并开始实现线上线下同步。

按市场品类的销售额划分，2022 年瓷砖和卫生陶瓷市场份额合占 10%。瓷砖主要集中在国内市场，销量占比达到 83%；卫生陶瓷出口更多，内外销比例为 54:46。

按主要产品划分的销售额份额占比



Source: OIE

按产品和市场划分的销量份额占比
(2018-2022)



Sources: OIE, MOC, ISIT

(图片来源: 厨卫资讯-公众号, 侵权)

3 年内 泰国国内洁具业增速最高达 3%

根据泰国大城银行发布的《2023 年-2025 年建筑材料行业展望》，预计 2023 年至 2025 年泰国建筑材料行业景气指数将有所改善。国内建筑总支出预计将每年增长 3.0-3.5%。

预计 2023-2025 年期间,泰国卫生陶瓷的国内销量将 2.5-3.0%的速度增长 , 出口将增长 0.8%。预计 2021 年至 2026 年住宅建设支出将增长 11.5%, 柬埔寨的销售将受益。同样,随着国内住宅、商业和工业地产市场的走强,瓷砖和卫生陶瓷(主要来自中国和越南)的进口预计每年将分别增长 1.6% 和 2.0%。

泰国瓷砖市场预测



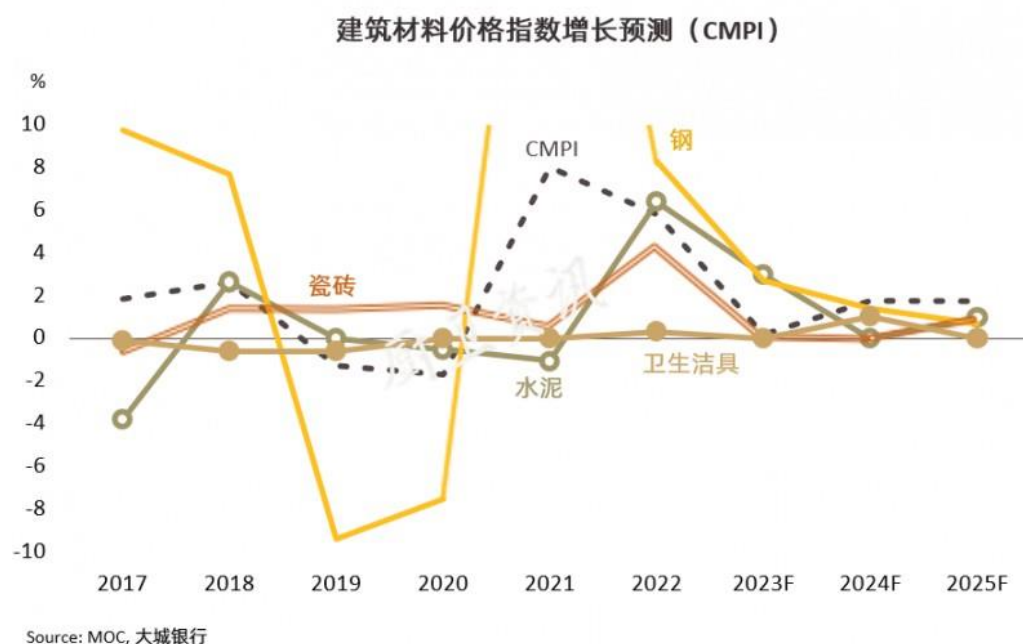
Sources: OIE, MOC, 大城银行

泰国洁具市场预测



Sources: OIE, MOC, 大城银行

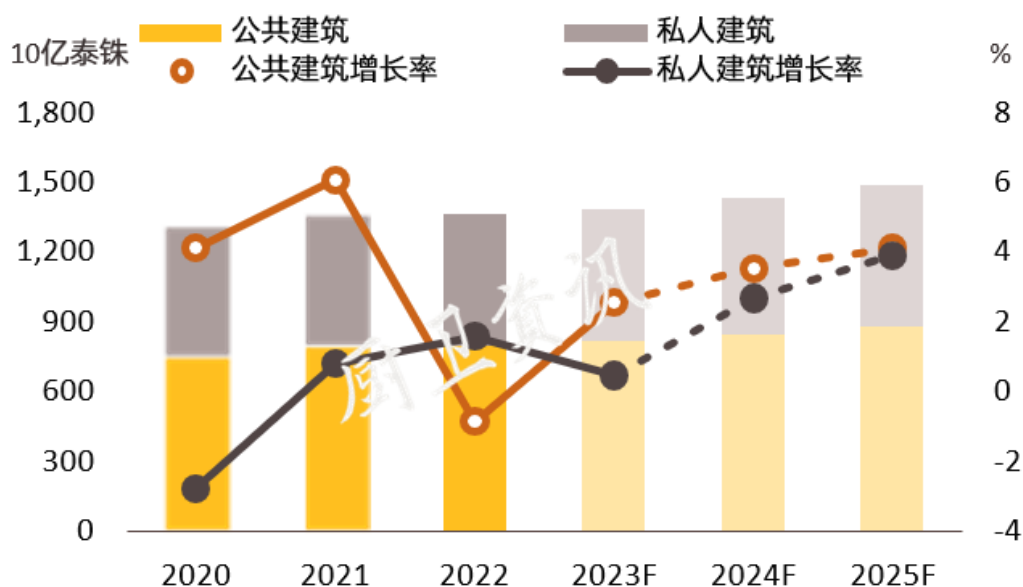
(图片来源: 厨卫资讯-公众号, 侵权)



(图片来源: 厨卫资讯-公众号, 侵权)

2023-2025 年期间, 流通渠道将受到房地产市场的增长以及房屋维修和装修的需求而同步增长。零售端企业将更青睐小商店规模, 以便更大程度地扩展到当地社区; 流通商与制造企业的关系将更加紧密, 出现更多合作类型的门店, 以更好地满足个别客户群体的个性化需求; 更加重视独立站和移动端营销, 包括在 Lazada 和 Shopee 等加大投入力度; 加速在东南亚开店。而制造商将越来越多地直接与小型建筑公司合作。

泰国建筑业投资预测



Source: NESDC, 大城银行

从长远来看，随着全球大趋势的展开以及对 ESG 的加强，制造商和分销商预计将形成更紧密的合作关系。

四. 矿产有色钢材

✧ 黑龙江新探获铁矿石量 3.81 亿吨

2023-10-12 来源：中国自然资源报

黑龙江省自然资源厅日前透露，近年来，黑龙江全力推进新一轮找矿突破战略行动，按照自然资源部、财政部等部门出台的关于推进矿产资源管理改革政策，持续深化改革。伊春市汤旺县大胆探索，组织实施了黑龙江省首例由县级财政出资的公益性地质勘查项目——汤旺县曙光钒铁矿公益性勘查项目，探获铁矿石量 3.81 亿吨，并在探索找矿成果转化方面积累了经验。

该项目以汤旺县自然资源局为主体，由黑龙江厅备案，基于 2007~2008 年吉林大学地质调查研究院 1：5 万地质矿产调查成果和 2011~2013 年黑龙江省地质调查

研究总院《小兴安岭地区航磁异常查证》成果，由黑龙江省第十一地质勘查院实施，于 2021 年 8 月启动地勘工作。2023 年 4 月，经黑龙江省矿业联合会专家组评审，项目勘探获得资源量为：铁矿石量 3.81 亿吨，磁性铁平均品位 7.84%，伴生五氧化二钒 60.281 万吨，平均品位 0.158%，达到了大型岩浆岩型磁矿床标准，为《黑龙江省钢铁产业高质量发展规划》的深入实施提供了必要条件。

✧ 山东找矿突破交出亮眼“成绩单” 省地矿局新发现矿产地三十一处，新增金金属量超五十九吨

2023-10-12 来源：中国自然资源报

10 月 8 日，在习近平总书记给山东省地矿局第六地质大队全体地质工作者回信一周年之际，山东省地矿局召开学习贯彻习近平总书记重要回信精神专题汇报会。汇报会透露，去年 10 月以来，山东省地矿局牢记总书记嘱托，持续加大矿产资源勘查开发力度，地质找矿实现新突破，地质科技创新取得新成效，新时代“英雄地质队”建设取得新进展。

一年来，山东省地矿局持续加大矿产资源勘查开发力度，找矿突破捷报频传，新圈定找矿靶区 30 余处，新发现矿产地 31 处，新增金金属量 59.2 吨、银金属量 190 吨、铜金属量 1661 吨、铅锌金属量 75669 吨、铁矿石量 6093 万吨、氯化钠矿物量 8.82 亿吨、氯化钾矿物量 7.54 亿吨。在乳山市西涝口探获一处大型金矿床，累计查明金金属量近 50 吨；在高唐县郭店地区有望探获富铁矿 1500 万吨，为国内罕见富铁矿。

山东省地矿局聚焦绿色低碳高质量发展，统筹做好地质勘查与生态环境保护，共实施各类水工环地质项目 1854 个，其中新开工项目 1346 个，累计完成各类调查面积 10.3 万平方千米，完成山水林田湖草沙生态修复治理面积 1620 公顷。同时，加强地热能开发利用，成立山东省地热能勘查开发研究院，为山东省地热能勘查开发提供高层次平台支撑。

围绕加强地质科研攻关，一年来，山东省地矿局新获批承担省重点研发计划（重大科技创新工程）项目 2 个，获自然资源科技进步奖二等奖 2 项、中国黄金协会科学技术奖特等奖 1 项，“胶东大尹格庄超大型金矿床找矿技术方法创新与找矿重大突破”入选中国地质学会 2022 年度地质找矿十大重大成果。加强科技创新平台建设，2 个野外观测站获批自然资源部野外科学观测研究站。获批国家自然科学基金项目 3 个、山东省自然科学基金项目 5 个，新增山东省数据开放创新应用实验室 4 个、院士工作站 2 个、博士后创新实践基地 1 个。

聚力加强新时代“英雄地质队”建设，山东省地矿局在全国率先制定新时代“英雄地质队”创建的 10 条标准，在省内全面启动新时代“英雄地质队”建设，在全国树起创建新标杆。发起成立了沿黄九省（区）新时代“英雄地质队”创建联盟，举办黄河流域地质系统应急救援地质保障高峰研讨会、新时代“英雄地质队”先锋对话会，与相关单位联合举办黄河流域地质系统应急岗位职业技能竞赛等活动，汇聚地矿系统力量，奋力书写新时代“英雄地质队”新篇章。

山东省地矿局局长张晓海表示，山东省地矿局将深入实施新一轮找矿突破战略行动，统筹省内省外、境内境外、陆域海洋，注重“攻深找盲”，以国家级重点勘查区及重要成矿区带为重点，加强基础地质调查，加大战略性矿产找矿力度，重点围绕金、富铁矿、铀、锂、稀土、晶质石墨等关键性紧缺矿产开展勘查工作。开展地热能勘查开发利用全产业链科技攻关，打造地热能不同应用场景示范工程。在省外，主要面向西部地区，重点实施新疆、青海、内蒙古、广西等地区的金、有色金属、铌钽等矿种勘查；在境外，主动服务“一带一路”建设，积极对接中国地质调查局、有关企业，承担基础地质调查、矿产资源调查等地质服务工作。



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