

湖盐企业2026年 上半年经济运行 分析报告

汇报人：赵卫国

时间：2026年

2026



目录

CONTNETS

01

我国湖盐企业
的基本情况

02

主要经济指标
完成情况

03

湖盐企业生产
经营特点

04

下一步工作
建议



PART

01

我国湖盐企业 的基本情况

湖盐作为中国三大盐种之一，既有与井矿盐、海盐的相同之处，也有区别于其它两种盐的不同之处。

01 | 我国湖盐企业的基本情况

一是湖盐资源丰富。青海省察尔汗盐湖是世界第二、中国第一大盐湖，氯化钾储量达500亿吨，新疆玛纳斯盐湖储量达20亿吨，罗布泊目前仅废渣盐就超过1亿吨。

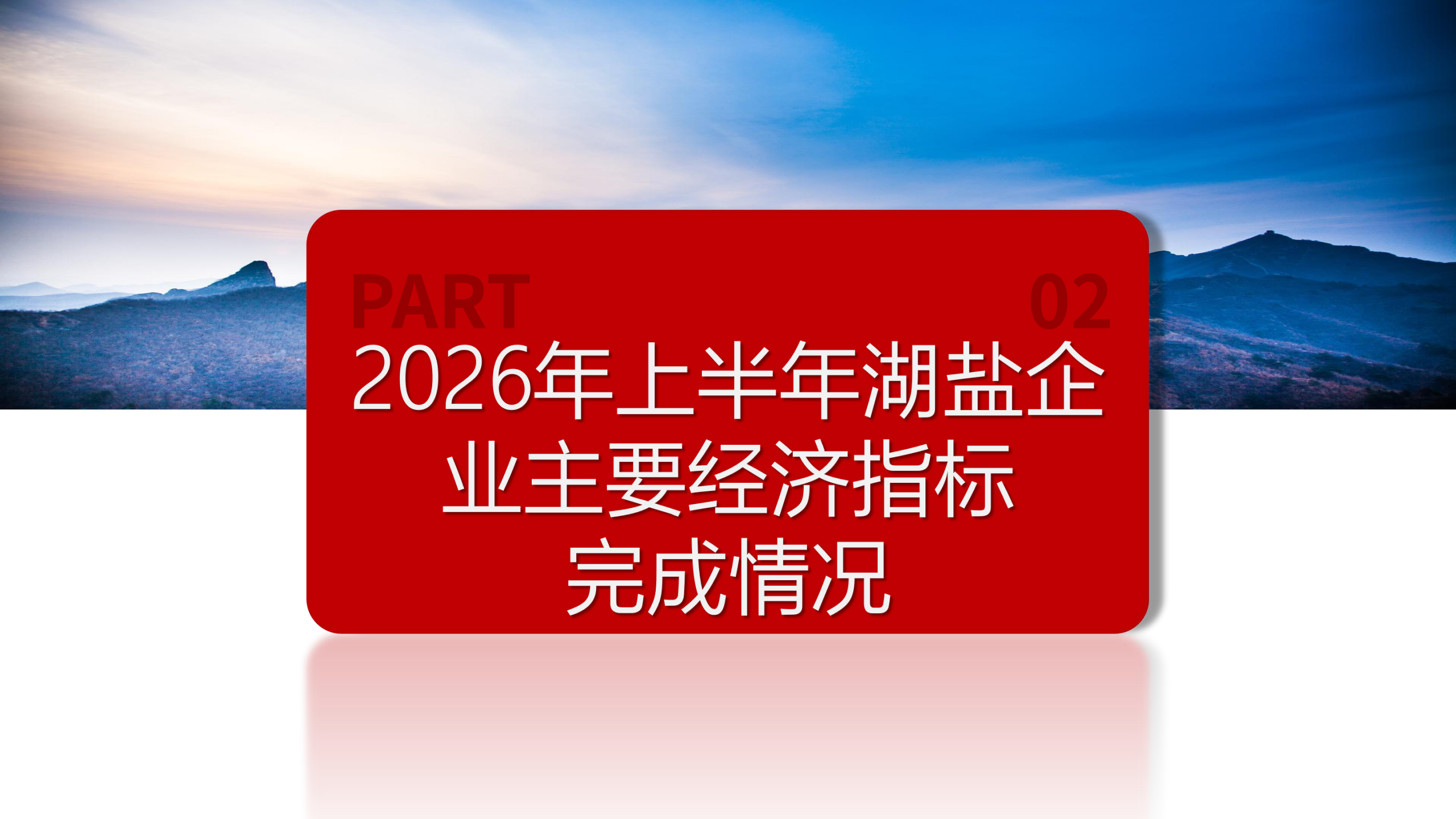
二是湖盐产量不高。2025年湖盐产量1500万吨，占全国盐产品的15%。

三是湖盐企业数量少、规模不大。根据全国达标企业统计，取得食盐定点生产许可证的湖盐企业仅有24家，占全国制盐企业的4.95%，单一生产食盐规模最大的为青海股份，年产30万吨。

四是湖盐产区面积大，人口少，市场相对封闭。新疆、西藏、青海、宁夏、甘肃五省区合计410万平方公里，占全国陆地面积的43%，五省区人口6777万，占全国人口的4.8%。由于人口少，食盐市场就小，五省区食盐年销量20万吨左右。中盐新疆公司、青海盐业、格尔木盐化等经济效益较好的企业多靠工业盐，没有工业盐做支撑的企业多数经营举步维艰。

01 | 我国湖盐企业的基本情况

五是盐改后湖盐企业情况。盐改之后，湖盐企业也力争去开拓内地市场，如青海盐业采取了设立分公司的做法。实践证明，设立分公司的做法也是不成功的。中盐新疆公司、青海盐业、内蒙古盐业多与内地盐业主渠道对接，市场开拓取得了一些成绩，湖盐以其天然、纯净、无添加的特性得到了众多消费者的好评。同时，湖盐产区市场也受到了来自井矿盐企业的“内卷式”竞争，多数是打价格战，井矿盐在湖盐产区食盐市场份额没有超过20%。湖盐产区积极开展资源综合利用，青海盐湖钾肥年氯化钾产量500万吨，2025年实现利润80亿元；新疆罗布泊钾肥营业收入每年90亿元，2025年利润达25亿元，生产硫酸钾150万吨；青海盐湖提锂、茶卡盐湖旅游成为湖盐产区综合利用的知名企业，取得了良好的经济效益。



PART

02

2026年上半年湖盐企业 主要经济指标 完成情况

上半年，各湖盐企业共生产各类盐产品约620万吨，其中工业盐585万吨，食用盐20.54万吨，畜牧盐2.5万吨。产能与去年同期基本持平。部分企业产量有所下降，雅布赖盐化受自治区非煤矿山企业专项验收等原因，上半年未生产。

01 | 生产情况

湖盐企业上半年生产情况统计表				
统计截至2026年6月30日部分小微企业未列入统计			单位：万吨	
企业	工业盐	食用盐	畜牧盐	其他用盐
中盐新疆公司	148.4	4.97	1.47	0.8
青海省盐业股份公司	202	4.52		
内蒙古盐业集团公司	20	3.4	0.5	
格尔木盐化	215.5	3.5		0.44
雅布赖盐化	未生产	0.91		
合计	585.9	17.3	1.97	1.24

**2026年上半年，共销售湖盐约570万吨，
其中工业盐551.4万吨，食用盐17.89万
吨，畜牧盐2.04万吨，其他盐0.69万吨。**

02 | 销售情况

湖盐企业上半年销售情况统计表				
统计截至2026年6月30日部分小微企业未列入统计			单位：万吨	
企业	工业盐	食用盐	畜牧盐	其他用盐
中盐新疆公司	148.5	4.9	1.48	0.42
青海盐业股份 公司	165	3.6		
内蒙古盐业集 团公司	7	3.7	0.5	
格尔木盐化	214.3	3.4		0.27
雅布赖盐化	16.6	1.22		
合计	551.4	15.82	1.98	0.69

03 | 收入及利润情况

湖盐企业上半年收入情况统计表			
单位	总收入	实现利润	较去年同期变化率
中盐新疆公司	37465.45	5859.55	↑ 13.78%
青海盐业股份公司	312045	8060	↓ 1.58%
格尔木盐化	11524.44	5,765.53	-
雅布赖盐化	4240	237	↓ 27.96%
蒙盐集团	13000		

从以上数据分析，湖盐企业今年生产经营未受到大的影响。其中中盐新疆公司利润同比增长13%，其余企业均有小幅度下降；从盐种利润贡献率分析，工业盐仍然是利润的主要来源，特别是中盐新疆公司、青海盐业股份公司、格尔木盐化集团等企业的工业盐具有“压舱石”作用；从销售渠道来分析，本省区客户仍然是销售主渠道。



PART

03

上半年湖盐企业生产 经营特点

01 | 上半年湖盐企业生产经营特点

一是注重产品质量与创新管理。上半年，各湖盐企业认真履行国有企业政治责任、社会责任、经济责任，把维护产品安全作为提升企业核心竞争力来抓，在中盐协会组织的产品抽检中合格率达98%以上。青海省盐业集团、格尔木盐化集团严格执行盐湖生态保护与排污管控标准，全面推进清洁生产，严控能耗指标，上半年无环保违规事件发生，顺利完成盐湖环境保护根治行动的省、州、市三级验收工作；中盐新疆公司高标准承办了中盐股份公司在新疆库车召开的2026年中盐天山系列产品全国供货会，重磅发布品牌AI数字人IP“天山盐灵儿”，新疆和丰、温宿、哈密三大生产基地生产的11款天山系列湖盐产品全部通过香港标准及检定中心（STC）优质“正”印认证、欧亚经济联盟（EAC）及海关联盟双重国际认证，为开拓国际市场奠定了基础，并现场完成中盐天山湖盐系列产品全国渠道集中签约。

02 | 上半年湖盐企业生产经营特点

二是聚焦湖盐特性加强宣传推广。中盐新疆公司多维度开展湖盐品牌宣传，先后完成了亚欧博览会参展、依托展会平台推广湖盐产品AI形象IP征名与结果发布、湖盐产品宣传片拍摄等推广工作，有效提升品牌知名度与影响力。青海省盐业股份有限公司、格尔木盐化集团公司以青海省政协拟召开的“推动青海盐业资源高效开发利用，助力建设世界级盐湖产业基地专家研讨会”为契机，认真学习领会习近平总书记关于发展盐湖经济的重要论述，不断丰富食盐品种，加大优质湖盐宣传推广力度，产品研发强度、新产品推广力度有新的提升。青海盐业股份公司、格尔木盐化集团公司、和布克赛尔县宏达盐业公司、额吉淖尔盐业公司等企业充分利用盐湖旅游资源，向游客宣传盐湖、宣传湖盐产品，收到了良好成效。

03 | 上半年湖盐企业生产经营特点

三是持续拓宽销售渠道。今年上半年，各企业在狠抓传统渠道销售的基础上，注重挖掘潜力，市场营销呈现出许多新的特点。比如，内蒙古蒙盐盐业集团依托二连浩特口岸区位优势，积极融入自治区向北开放桥头堡建设，相关负责人密集拜访呼和浩特、二连浩特海关，积极争取扶持政策，同时积极与国际贸易公司深入对接，建立协同合作机制，2026年上半年盐品出口业务同比增长154%。注重发挥电商作用，在宣传产品的同时实现了电商销售的新突破，青海省盐业集团电商起步早、层次高、发展快，每年实现电商推广湖盐产品的销售额近亿元；格尔木盐化集团上半年电商销售食用盐达到6,656.04吨，同比增长8.2%；中盐新疆公司上半年通过电商实现销售收入201.43万元；内蒙古蒙盐集团公司与各盟旗邮政公司达成战略合作，搭建“网点+站点+社区终端+线上平台”立体合作网络，进一步畅通了电商销售渠道。

04 | 上半年湖盐企业生产经营特点

四是党建与生产经营融合发展落地见效。各湖盐企业把党建工作与生产经营深度融合，实现了互相促进、共同发展。青海盐业集团、雅布赖盐化集团等企业结合正在开展的“树立和践行正确的政绩观学习教育”活动，组织党委中心组、党员干部认真学习领会习近平总书记的重要讲话精神，提升所属党员干部“为企业造福、实干担当、久久为功”的政治责任感。青海省盐业集团、格尔木盐化集团认真学习贯彻习近平总书记关于盐湖高效开发利用指示精神，依托独特的盐湖资源，实施了盐湖经济全产业链的创新发展实践，呈现出绿色+低碳+新能源耦合发展亮点。内蒙古蒙盐集团等企业与当地社区联合开展党建联谊活动，运用“3·15”消费者权益日、“5·15”碘缺乏病宣传日，持续宣传推广食盐加碘、低钠盐等科普宣传，收到了广泛的政治效益和经济效益。中盐新疆公司把做好基层党建工作作为政治引领、凝聚人心、推动工作的有效抓手，和布克赛尔县宏达盐业二分公司党支部2026年荣获“中央企业先进基层组织”称号、一分公司党支部荣获“自治区先进基层党组织”。

05 | 上半年湖盐企业生产经营特点

调研感到，各湖盐企业在上半年的生产经营中还存在一些不足。一是产能过剩的问题依然突出，“内卷式”竞争、低价竞争的问题依然没有解决；二是品牌效应还没有凸显，缺乏在全国具有影响力、叫得响的湖盐品牌，湖盐绿色、纯净、无添加的产品特性还没有显现；三是行业集中度低，技术装备、人才队伍建设、创新能力与数字化、智能化要求还不相适应，等等。这些问题，需要引起足够重视，并下大气力予以解决。



PART

04

下一步工作建议

一是加大并购重组力度。建议如实向国家有关部门反映盐业存在问题并提出解决方案，国家相关部门和盐业骨干企业加快盐业企业并购重组步伐，对产能小、资源不足、抗风险能力弱的小、散、弱企业实施退出机制，由各省区龙头企业整合省内资源，组成区域龙头企业，形成“资源开采-精深加工-渠道管理”的产销一体化。

二是坚决反对“内卷式”竞争，共同维护市场秩序。政府、行业、企业要多方发力，综合整治食盐市场的“内卷式”竞争乱象。建议中国盐业协会协调各盐业生产企业落实关于行业自律会议精神，盐业企业要自觉遵守行业约定，加强行业自律，以实际行动维护市场秩序。

三是持续深化企业内部改革。湖盐企业要不等不靠、苦练内功，深化企业内部改革，建立市场化经营机制，加强与政府、协会和企业的沟通，提升发展合力，树立“早改革早主动”“幸福是奋斗出来的”“有为才能有位”的发展理念，高水平实施“三品”战略，坚持不懈地打造中国优质食用盐基地，提升湖盐企业的发展质量和效益。



谢谢观看

2026