

直击国网信通股东大会：

“东数西算”项目正在推进 积极关注“双碳”机会

5月24日，国网信通召开2021年年度股东大会。公司董事长杨树表示：“我们是能源行业做数字化运营和服务的企业，在构建新型电力系统的大背景下，不论是我们的服务场景还是商业模式都发生了巨大变化。”“东数西算”工程启动、“双碳”目标提出等，都为国网信通带来了巨大的发展机遇，公司正紧抓数字经济发展浪潮，加速赶超。

● 本报记者 康曦

打造能源行业算力品牌

“‘东数西算’工程的启动对公司云网融合业务来说是一个发展机会。”国网信通总经理倪平波表示，“‘东数西算’工程未来的基础设施会更多布局在西部，而公司属于西部企业，市场机会肯定很多。‘东数西算’工程第一阶段是数据中心的建设，公司旗下中电飞华、继远软件主要从事数据中心建设和服务业务。‘东数西算’工程的推进，对两家子公司的发展有正面影响。”

今年2月，国家发改委等部门联合发布文件，同意在京津冀、长三角、粤港澳大湾区、成渝、内蒙古、贵州、甘肃、宁夏启动建设国家算力枢纽节点并规划了10个国家数据中心集群。至此，全国一体化大数据中心体系完成总体布局设计，“东数西算”工程全面启动。

倪平波表示：“目前公司部分数据中心项目已经在推进过程中，同时也积极在成都和华东区域寻找项目机会并开展项目储备。”在数据中心建设方面，国网信通正在推进北京、安徽等地数据中心建设，不断拓展核心节点的数据中心业务布局，并通过募投项目建设面向全国15个省市的高效能传输网络，打造“通信网络+算力”的一体化数据中心服务。

按照国网信通业务规划，公司将持续在核心枢纽节点开展数据中心布局，积累稀缺算力资源，并实现各地数据中心点对点互联，面向运营商、政府等提供算力资源的商业化运营服务，打造能源行业算力品牌。



国网信通股东大会

力品牌。

加速布局充电场站业务

新能源汽车产业的快速发展，带动了充电场站数量的急剧增长，充电场站投资方如何精准选址、快速收回投资并实现盈利，是充电场站投资的一大痛点。近两年来，国网信通旗下中电启明星参股公司以人工智能和大数据技术为依托，打造数字化平台，支撑服务充电场站选址、运营及场站无人运维，助力充电场站投资方精准投资并加速盈利，自主运营的充电场站数量也大幅增加。

倪平波表示：“今年中电启明星参股公司运营的充电场站的目标是实现盈亏平衡，未来随着其运营的充电场站数量持续增长，边际效应进一步体现，盈利能力可能会更加凸显。”

今年4月21日，国网上海电力管辖范围内500个充电站的所有视频监控设备、200个车位的车位管控系统、故障处理系统全部接入继远软件自主研发的充电桩运维服务平台，实现了对充电桩辅助运维设施的统一管理和充电设施的远程智能运维。

“2021年中电启明星参股公司自主运营的充电场站已突破1000个，覆盖成都、郑州等7个城市，实现电能替代1.2亿千瓦时。而2020年其

自主运营的充电场站才100多个。”倪平波告诉记者，“在运营的充电场站数量大幅增长的同时，充电利用率继续保持行业领先地位。中电启明星参股公司的核心竞争优势是数字化平台，它能帮助充电场站进行标准化建设和快速投运，在未来运营中还能做到智能化运营，即无人或少人值守，减少运营成本的同时提升效率，通过数据来支撑充电场站全生命周期的服务。”

探索“双碳”业务

“双碳”目标的提出对于国网信通来说也是重要的发展机遇。国网信通副总经理、总会计师孙辉表示：“公司身处能源行业，将‘双碳’理念融入到了整体业务规划和产品设计中，具体业务如碳资产开发、碳盘查、碳管理平台开发和运营等，我们有很多应用场景。”

国网信通旗下中电普华联合湖州供电公司完成了国网新能源云碳存证数字场景首次上线发布，在智慧能源小镇917个配电台区完成各类型物联异构终端接入，并推广边缘侧故障智能研判应用，打通与22家工商业用户智慧能源服务链路通道，实现265台能源监控仪表统一接入，助力企业开展能效在线监测、分析和智

能运维，优化企业用能，降低能源消耗，年可节省成本5%—10%，助力“双碳”目标实现。

公司旗下中电启明星积极推进国网天府新区供电公司基于“碳中和”的低碳转型综合应用示范项目建设工作，创新建立示范区“碳达峰、碳中和”分析决策智慧大脑，构建“碳足迹”监测模型，开展各类碳数据的汇集、评价和分析，辅助“碳中和”的科学研判，推动清洁能源的优化配置、用户节能减排和城市低碳化转型，年可减少碳排放65万吨。目前，该项目已成功在国网天府新区供电公司上线应用。

在“双碳”业务方面，孙辉表示，国网信通可以提供信息化手段助力“双碳”目标达成，探索新型电力系统下业务建设和运营商业机会。“从发展前景来看，随着新能源大量上网，关于碳的开发业务会越来越多，公司也在探索社会效益和经济效益的结合点。”

2021年，国网信通实现营业收入74.66亿元，同比增长6.49%；实现归属于上市公司股东的净利润6.77亿元，同比增长11.57%。今年一季度，公司实现营业收入11.98亿元，同比增长12.17%；实现归属于上市公司股东的净利润4907.21万元，同比增长12.14%。

本报记者 康曦 摄

今年以来703家上市公司披露回购预案 同比增长逾两成

● 本报记者 杨洁

Wind统计显示，截至5月24日，今年以来，A股共有703家上市公司披露回购预案，相比上年同期的570家增长23.3%。不少上市公司在预案发布后积极实施回购，回购规模可观。在上述703家上市公司中，已有299家实施回购，金额合计191.75亿元。

业内人士表示，在市场波动情况下，上市公司采取积极的股份回购策略，既可以提升自身价值水平，又可以增强投资吸引力和市场信心。

回购预案密集

Wind统计显示，3月共有175家上市公司披露回购预案，4月共有373家公司提出回购预案，5月以来已有107家披露回购预案，回购案例呈逐月增加态势。从回购目的看，主要是用于员工持股计划、实施股权激励以及进行市值管理。多家上市公司表示，回购是为维护公司价值及股东权益。

不少上市公司回购规模较大。顺丰控股3月3日发布以集中竞价方式回购股份实施员工激励方案的公告，拟回购资金总额不低于10亿元且不超过20亿元。方案发布后，顺丰控股立即开始实施股份回购。截至4月30日，公司累计回购公司股份2864.26万股，回购资金约为15.06亿元（不含交易费用），占公司目前总股本的0.59%，平均成交价为52.59元/股。

荣盛石化已实施回购规模也较大。该公司3月16日发布股份回购方案称，拟使用自有资金以集中竞价交易方式回购部分股票，用于转换上市公司发行的可转换为股票的公司债券，回购金额不低于10亿元（含本数）不超过20亿元（含本数）。截至5月12日，荣盛石化累计回购公司股票6971.51万股，占公司总股本的0.69%，最高成交价为15.47元/股，最低成交价为13.1元/股，成交总金额为10.06亿元（不含交易费用），已达到公司拟回购资金总额的下限10亿元。

值得注意的是，不少上市公司的回

购期限明显缩短，之前一般为12个月。以福立旺为例，公司5月5日晚公告称，计划回购2500万元至5000万元公司股份，回购期限为自董事会审议通过此次回购方案之日起3个月内。鉴于近期公司股票价格出现较大跌幅，公司拟以自有资金通过集中竞价交易方式回购股票。

业内人士表示，上市公司积极回购，既有力证明了上市公司价值被低估，也表达了对宏观经济、金融市场充满信心。

国企表现积极

值得一提的是，在一众回购企业中，不乏大型上市国企。

潍柴动力5月19日晚发布公告，拟使用自有资金以集中竞价交易方式回购公司部分A股社会公众股，用于后期实施股权激励计划，预计回购A股股份数量不低于公司总股本的0.5%且不超过总股本的1%，即不低于约4363.28万股(含)且不超过8726.56万股(含)，按回购上限计算，预计回购资金总额不超过15.33亿元。

中国重汽5月19日晚发布公告，计划未来12个月内，以不超过1.96亿元(含)回购公司股份，用于实施股权激励计划，回购价格不超过16.74元/股(含)。

中金公司认为，中国重汽此次回购价格不超过16.74元/股，较该公司当前股价有近四成溢价，彰显管理层对公司未来持续发展的信心和对公司价值的认可。

此前，国资委召开深化国有控股上市公司改革争做国企改革三年行动表率专题推进会，国务院国资委党委委员、副主任翁杰明曾表示，“国有控股上市公司要做推动资本市场健康稳定发展的表率。各地国资委要按照便利企业的原则，对国有控股上市公司股份回购、现金分红给予积极指导支持。集团公司要做积极负责责任的股东，鼓励长期持有上市公司股份，适时增持价值低估的上市公司股票。上市公司要适时实施股份回购，增强投资者信心，所需资金可依法通过发行优先股、债券等多种渠道筹集。”

我国春播粮食超九成 小麦由南向北依次进入收获期

● 本报记者 潘宇静

机械化设备显身手

农业农村部最新农情调度显示，我国春播粮食已超过九成，玉米、大豆等旱地作物播种进入扫尾阶段。同时，全国由南向北进入小麦收获期，河北、江苏等地多举措组织跨区机收作业，全力确保小麦颗粒归仓。

春播接近完成

农业农村部最新农情调度显示，东北地区已春播粮食完成意向面积的91.7%。其中，春玉米播种基本结束，大豆近九成半，中稻栽插七成半。

多地春播进度同比提升。山西省农业农村厅种植业管理处发布的消息显示，截至5月21日，全省已播种粮食面积3402.9万亩，进度为97.9%，快于往年。其中，玉米2442.5万亩，大豆129.96万亩，薯类214.3万亩，大豆玉米带状复合种植66.7万亩，播种进度最快的3个市为运城、临汾、阳泉。

新疆农业农村厅种植业和农药管理处处长汤义武介绍，得益于良好的气候条件和充分的备耕工作，2022年全区春播进度整体快于上年同期，粮食播种计划任务进展顺利。目前，各粮食主产区克服了前期气候带来的不利影响，全区冬小麦已全部实现返青转壮，长势良好。南疆地区冬小麦已顺利进入灌浆期，北疆地区冬小麦陆续进入孕穗生长期。

按照中央有关扩种大豆和油料的部署，今年国家实施大豆和油料产能提升工程。记者近日从云南省农业农村厅获悉，中央下达云南的50万亩大豆玉米带状复合种植地块已全部落实，目前已完成播种26.8万亩。云南省农业生产正有序推进，除大豆玉米带状复合种植顺利落实地块外，全省夏粮播种面积已达到1486万亩，同比增长1.1%。

当前，距离河北省小麦大面积收获还有20多天时间。记者从河北省农业农村厅获悉，“三夏”期间，全省将组织和调度小麦联合收割机、拖拉机、夏玉米播种机、秸秆还田机等200万台农业机械投入作业，努力降低机收损失，确保小麦颗粒归仓。

各地多举措组织好跨区机收作业，全力保障小麦机收顺利开展。在江苏宿迁，农业农村部门将服务前移，采取上门年检、上门办理的方式，为跨区作业的农机手办理跨区作业证；湖北襄阳、河北邯郸等地在高速公路出入口开设农机转运“绿色通道”，设置“三夏”农机跨区作业接待服务站，为跨区作业人员提供核酸、属地登记备案等“一站式服务”。

辽宁省农业农村厅介绍，设施农业已成为大连市农业结构调整和农民增收的重要方向。目前，大连市设施农业种植品种已涉及蔬菜、水果、花卉、食用菌、药材、苗木等多个产业，经济效益明显。据测算，占大连市设施农业近七成的日光温室平均亩效益可达3万元以上。随着近年来大樱桃、草莓、油桃、蓝莓等设施水果产业的迅速发展，设施水果经济效益日益突出。其中，设施大樱桃亩效益可达10万元左右。

国家粮食和物资储备局发布的消息显示，目前小麦、油菜籽已有零星上市，收购工作陆续展开，早籼稻收购将于7月中旬开始，收购持续到9月底结束。初步分析，今年夏粮收购仍将以市场化收购为主导，大范围启动最低收购价执行预案的可能性不大，预计收购量稳中有增。

快手一季度营收211亿元 用户规模再创新高

● 本报记者 于蒙蒙

在互联网平台收入普遍承压的背景下，快手5月24日披露的一季报显得格格亮眼。财报显示，快手一季度总营收同比增长23.8%至211亿元。其中，线上营销服务（即广告）、直播和其他服务（含电商）对收入的贡献占比分别为53.9%、37.2%和8.9%。在提质增效的目标之下，一季度经调整净亏损收窄至37.2亿元，经调整净亏损率同比改善超15个百分点。

快手核心的用户增长也取得优异成绩，一季度DAU（日活跃用户数）同比增长17%达3.46亿，MAU（月活跃用户数）同比增长15%达5.98亿，两者均创下历史新高。

用户核心指标持续增长

财报显示，快手一季度的日和月活两大用户指标双双创新高，用户留存率也持续改善。对此，快手称，受益于春节、冬奥等活动效应及社交信任的强化，总用户流量与去年同期相比增长超50%。截至一季度末，快手应用上相互关注的用户数已达188亿对，同比增长68.9%，社区内独特的社交信任氛围进一步提升用户黏性。

快手持续加强内容精细化运营，打造出如短剧、体育、泛知识等特色品类。一季度，快手星芒短剧孵化出18部播放过亿的短剧，并推出短剧“春节档”，涉及古风、高甜、乡村等不同类型，在产生内容爆款效应的同时，撬动更大的商业价值。体育方面，快手作为北京2022年冬奥会官方转播商，成为了“三亿人参加冰雪运动”的“云



视觉中国图片 制图/杨红

上主场”。截至今年3月，快手体育已覆盖超过40个体育类目，拥有优质体育创作者者近10万名。从纯娱乐到追随内容的“有用性”，平台上泛知识类内容的崛起，极大满足了用户对于财经、法律、科技等领域的知识诉求。数据显示，特色IP“快手新知播”第二季吸引超1.4亿人次观看。

“一季度平台冬奥会等内容引入和春节营销活动效果好于去年同期。”中信证券根据极光数据的跟踪，发现快手一季度新增用户的7日活跃留存率均值达到27%，同比增加16个百分点。随着用户拉新和留存效率持续改善，其预计2022年平台整体流量也有望实现同比20%—30%的增长。

广告业务保持高增速

作为平台最主要的营收来源，快手一季度广告收入为114亿元，同比增长32.6%。面对外部环境的不确定性和传统广告行业淡季，快手仍进一

步获取广告市场份额。

快手表示，凭借独特的产品矩阵及技术优势，公司持续优化广告主体验，平台广告主数量同比增长超过60%。品牌广告拓展方面，借助春节、冬奥等大型节点，平台与数十个品牌达成合作，在营销模式、交互体验等多方面进行创新。此外，来自平台电商商家的广告收入保持健康增长态势，为广告业务的发展韧性提供支撑。

对于快手广告业务的前景，国海证券给予了乐观预期，其认为受益于流量增长，未来快手广告加载率提升和平台广告投放系统将持续优化，预计广告全年仍将保持高于行业增速。

随着去年下半年以来组织架构的持续优化及提质增效的整体目标，快手运营效率持续提升。在运营活动较密集的第一季度，快手的销售及营销开支为95亿元，占总收入的比例为45%，与2021年同期的68.5%相比下降23.5个百分点，用户获取和维系效率持续提升。

电商业务短期受疫情扰动

尽管处于电商淡季，快手一季度电商交易总额（GMV）仍取得47.7%的同比增长，规模达到1751亿元。随着电商生态自建的推进，快手小店对平台GMV的贡献已达到99%以上。受电商业务发展推动，快手的其他服务板块收入同比增长54.6%至19亿元。

值得注意的是，互联网企业的电商业务普遍受到近期疫情扰动。疫情造成物流仓储及工业生产受阻，用户收货延迟，商家生产面临一定不确定性，可能导致电商广告主预算后移，投放趋于保守。

“由于疫情暴发时间点在3月中下旬，而平台一季度电商活动主要集中在1—2月。此轮疫情对一季度电商及广告业务不会造成明显影响，而二季度业绩增速区间可能下移。”国海证券分析认为，从全年来看，疫情有较大希望在上半年得到控制，快手作为头部短视频平台在流量基础、投放效率等方面具备优势，预计仍将保持高于行业增速，全年维持广告市占率提升1%预期。

快手持续强化特色的信任电商模式，在商家推荐机制中加入消费者信任指数。快手方面表示，这一举措使得今年一季度的月复购率同比进一步提高。基于此前对消费者体验、原产地供应链和服务商的重视，今年快手提出扶持500个“快品牌”商家，遴选出一部分私域运营能力强、复购率高的商家，给予流量和政策上的倾斜，加速新势力品牌发展的同时，为用户创造更好的消费体验。今年一季度，平台上的“快品牌”商家月均GMV已突破2500万元。