

昱能科技董事长凌志敏：

以技术优势赋能国内微型逆变器市场

伴随全球减碳目标的推进和能源结构性改革的推动,光伏产业正处于高速发展中,并涌现出越来越多优秀的公司。昱能科技就是一例。作为一家领先的MLPE（光伏组件级电力电子设备）企业,凭借多年潜心研发与市场开拓,昱能科技是目前行业内唯一可以同时量产微型逆变器与组件级关断器的境内厂商。公司已经通过注册并预计近期在科创板上市。

“昱能科技将在现有领先优势基础上,进一步借助科创板资本通道,积极布局国内分布式光伏市场,打造中国的Enphase。”昱能科技董事长凌志敏在接受中国证券报专访时表示。

● 本报记者 杨烨

市占率国内排名第一

2010年,曾在美国硅谷AMD、Xilinx、Solaria公司担任要职、见证国外光伏发展历程的凌志敏博士认识到光伏产业是国家发展新能源的必经之路,同时被国内海归人才创业的积极氛围所打动,怀揣着理想与责任,与彼时任美国Solaria公司技术总监的罗宇浩博士回国共同创立了昱能科技。

在凌志敏看来,MLPE领域近几年发展迅猛,年增长率明显高于行业其他类型产品,技术创新是相关企业在市场中的关键壁垒。

“MLPE技术的核心竞争力是芯片和器件,这也是公司一直高度重视半导体自研能力的原因。”凌志敏表示,公司发展十数年来视技术研发为生命,是首个兼具微型逆变器与组件级关断器研发能力的企业,目前已自主开发了用于组件级关断器的专用控制及算法ASIC芯片,并通过子公司英达威芯对自产芯片进行布局。截至2021年12月31日,公司累计获得已授权专利116项,其中发明专利66项。据他介绍,公司微型逆变器产品迭代领先国内同行业2-3年,是业内最早实现微型逆变器量产出货的境内厂商之一,并相继研发推广了全球首款三相四



公司供图

体和单相双体微型逆变器,开创了微型逆变器多体架构,该架构也为行业内其他微型逆变器企业沿用至今。

昱能科技拥有自主ASIC专用芯片技术的组件级关断器业务的市占率目前位居国内第一,并在加速布局光储一体化新产品的进程中,相关产品已在北美实现销售。“光储一体化是市场发展的重要趋势,公司正重点进行储能变换设备等领域核心技术的研发,力图拓展公司业务布局。”凌志敏向记者说。

加速形成境内外双轮驱动格局

凭借先进的技术与产品,昱能科技获得全球客户的广泛认可并迅速发展壮大。截至今年2月,昱能科技全球微型逆变器和组件级关断器累计出货已超过2GW,市占率世界第二、中国第一。

“我们一直以来都坚持境内外双轮驱动战略,自设立之日起,就积极开展全球化业务布局,兼顾发达国家和新兴市场区域。”凌志敏说。公司在美国、荷兰、澳大利亚、墨西哥等地均设有子公司,聘请当地的销售团队,进行产品的全球市场推广和销售。目前,昱能的产品已经销往了全球90多个国家及地区。

美国当地时间2022年4月21日至22

日,在美国得克萨斯州举行的RE+Texas展会上,昱能科技凭借过硬的产品实力以及强大的品牌影响力,“俘获”了不少专业人士和客户的眼光。

凌志敏告诉记者,针对北美市场,昱能科技研发了一批适配于大功率组件的微型逆变器,自去年9月发布以来,受到了客户一致好评,其功率密度较上一代产品大幅提升,设备零部件减少20%,进一步降低了设备成本。他表示,目前全球可再生能源需求日益扩大,包括美国市场在内的全球很多国家需求一直处于持续增长状态,公司将通过上市募集资金进行全球营销网络建设,进一步完善全球营销网络体系,提高服务质量与运营效率。

身处光伏热门赛道,昱能科技一直在思考如何提高微型逆变器在国内的应用比例。“我们要把安全标准定得更高一点,要与大趋势相辅相成。”凌志敏说。公司正在通过IPO募资、组建专业的本土营销团队、推出满足国内市场应用要求的新产品等方式加速布局境内分布式光伏市场,未来国内销售比例将进一步提高。

借力资本市场拓宽发展窗口

昱能科技于2021年6月29日向科创板提交申报材料,受理后公司被抽中信

息披露质量现场检查。昱能科技和保荐机构东方投行积极配合现场检查工作,并陆续通过后续交易所和证监会的审核问询,即将于上交所科创板挂牌上市。

对此,东方投行董事总经理葛绍政评价道:“昱能科技此次顺利通过证监会的现场检查后,交易所在后续审核问询过程中对重大问题的关注更加具有导向性,审核速度快、审核效率高,首轮反馈下达至上市委员会审核通过仅用时3个月,这也给其他企业形成了良好的示范效应。”而在凌志敏看来,能够顺利通过现场检查,也是对企业规范经营水平和信息披露质量的一种认可。

招股书介绍,昱能科技本次IPO募资主要投向研发中心建设项目、全球营销网络建设项目等。谈及未来,凌志敏表示,公司将充分借助资本市场的力量,以更强的竞争力开启公司发展的全新征程,进一步提升公司的研发创新能力和全球品牌的影响力。

在他看来,昱能科技的业绩会处于一个高速增长周期,目标是在2024年突破50亿元销售额,打造出中国的“Enphase”。

对于今后的发展方向,凌志敏表示,公司将深耕组件级电力电子设备领域,专注于分布式光伏发电系统的业务机会。

的不确定性,比如1-2年推一次股权激励,“跟定投基金是一个道理。”

国企参与度持续提升

近年来,国有控股上市公司在股权激励方面的参与度不断提升。据记者不完全统计,今年以来,已经有26家具有国资属性的A股上市公司计划实施股权激励,去年同期为25家。

“在A股市场中,国资属性的上市公司实施股权激励的总量还是偏小,但纵向来看,这几年进步非常大。”郑培敏表示,股权激励作为一种现代化管理手段已经开始稳步扎根于国企治理体系。今年是国企改革三年行动计划的收官之年,国企改革在各领域、各层次将进一步深化发展,国有控股上市公司股权激励推进的广度和深度势必将进一步提升。

近日,国务院国有企业改革领导小组办公室副主任、国资委副主任翁杰明在深化国有控股上市公司改革专题推进会上明确表示,要加大力度依现有有序推进上市公司股权激励。虽然经过大家的努力中央企业控股上市公司股权激励覆盖面已达到40%,但推进这项改革的空间还很大。集团公司和上市公司要进一步加强政策宣贯、培训。要在前两年上市公司股权激励企业数有较大增长的基础上,推动符合条件的企业应做尽做,争取今年继续保持应有的数量与质量。

翁杰明表示,国有控股上市公司要构建务实管用、充满活力的多元激励体系。他强调,要处理好强化激励和普遍受益的关系,既要逐步体现共同富裕原则,也要避免“激励”变“福利”,成为套现的工具。

励覆盖面已经超过50%。”

从行业分布看,上述360家公司中,化学制品、专用设备行业各有28家公司拟推股权激励,同居榜首;半导体、电源设备两个行业同居次席,各有19家公司;汽车零部件、医疗器械两个行业排在第三,各有16家公司。此外,白色家电行业有11家公司。

360家

截至5月25日,今年以来共有360家A股上市公司发布股权激励计划,去年同期为363家。

大市值公司参与度较高。上述360家公司中,最新总市值超过1000亿元的有14家。其中,隆基绿能最高(4065亿元),美的集团紧随其后(3766亿元);还有15家公司最新总市值介于500亿元到1000亿元。

股份来源方面,绝大多数股权激励计划选择采用定向增发模式。2020年因回购新政的进一步推行,采用从二级市场回购股票模式实施激励的计划有了大幅增长。上述360家公司中,有34家拟采用从二级市场回购股票模式。

不少上市公司已经成为股权激励的常客。比如美的集团,2014年1月公司推出首个股票期权激励计划,今年4月底发布《第九期股票期权激励计划(草案)》。

交行山东省分行持续提升金融帮扶质效

巩固拓展脱贫攻坚成果、全面推进乡村振兴并获总行认可,在2021年度交通银行结对单位定点帮扶工作成效评价中获得“较好”。

2021年是全省定点帮扶第一书记工作轮换年,交行山东省分行党委主要负责

信守一个承诺、种好两块田地、建设三个工程”帮扶理念,在做好上轮定点帮扶工作高质量收官的同时,提前筹划本轮第一书记选派工作并取得定点帮扶工作良好开局。

据悉,交行山东省分行上轮省、市派两位第一书记均获得总行脱贫攻坚先进个人

直击舍得酒业股东大会：通过老酒推动品牌发展

● 本报记者 康曦

继续做大做强老酒

5月26日,舍得酒业召开2021年年度股东大会。舍得酒业董事长张树平在会上表示:“公司会专心做酒,把酒做大做强。老酒战略是我们的一面红旗,这面红旗一定会继续飞扬下去,持续为我们赋能。”张树平表示。

坚持双品牌战略

经过多年积累,舍得酒业构建了“舍得”“沱牌”两大核心品牌。“双品牌是我们的基础,无论从生产、市场、消费还是价格的角度,两个产品定位都与市场紧密契合。公司会坚持双品牌发展战略”,张树平说。

公司副董事长、总裁蒲吉洲表示,“沱牌在蛰伏的几年中已完成了产品矩阵调整,也革除了过去的一些积弊,目前复苏已经具备条件。但过去有些客户已经流失,现在我们要把客户拿回来。今年公司单独成立了沱牌事业部,未来还会成立单独的沱牌事业运营中心,进一步做大市场。”

“舍得是公司的核心产品。20年前,凭借高品质的老酒,我们处于白酒第一阵营,但后来落后了。走出困境重回第一阵营需要高端品牌作为支撑,要提升品牌就需要通过品牌建设和品质建设提升溢价能力,并达成规模化的产品矩阵,这是我们追求的良性产品布局。”蒲吉洲表示,“公司成立了老酒事业部,利用舍得的老酒优势打造高端品牌。这就要求我们用新增产品和渠道解决过去问题,跳出传统客户来拓展新的经销商,保护经销商利益,吸引更多高端有资源的经销商来卖新产品。”

按照舍得酒业的品牌规划,公司会聚焦舍得品牌,将“舍得”打造为老酒品类第一品牌和次高端价位龙头;提升沱牌品牌影响力,将“沱牌”打造为最具性价比的大众名酒品牌;公司还培育了超高端白酒品牌“天子呼”“吞之乎”和中端白酒品牌“陶醉”。

百度一季度营收284.11亿元 智能云业务同比增45%

● 本报记者 彭思雨

百度集团5月26日披露的2022年一季度报显示,公司实现总营业收入284.11亿元,同比增长1%;实现经营利润26.01亿元,同比下降7%。在百度云及其他AI驱动业务推动下,一季度百度非在线营销收入实现高速增长。

财报显示,一季度,百度集团核心收入(不包括爱奇艺)为214亿元,同比增长4%。其中,非在线营销收入为57亿元,同比增长35%;百度智能云业务营业收入同比增长45%。在线营销服务收入为157亿元,同比下降4%。

财报显示,截至2022年5月20日,百度飞桨AI深度学习框架累计开发者增加至477万人,服务18万家企业,并创造了56万个AI模型。截至2022年第一季度末,按合同金额逾人民币1000万元计,已有41座城市落地实践了百度ACE智能交通,较2021年的16座城市有所增加。

随着产业数字化、智能化转型步伐加快,百度智能云业务迎来发展机遇。百度集团副总裁、深度学习技术及应用国家工程研究中心副主任吴甜在接受中国证券报记者采访时表示:“数字化转型和智能化升级是可以一步到位的,云计算、数据库等信息基础设施支持数字化,AI驱动智能化。百度的云非常适合跑AI,而AI

继续做大做强老酒

“老酒战略是我们的一面红旗,我们有基础、有实力也有储量,未来会不断扩大老酒产量,这面红旗一定会继续飞扬下去,持续为我们赋能。”张树平表示。

截至2021年末,舍得酒业老酒库存量在12万吨左右,优质老酒的战略储备为公司打造老酒品类第一品牌,实现中高端白酒销量的倍量级递增奠定了基础。在当日召开的股东大会上,公司还审议通过了投资增产扩能项目的议案。为持续推进老酒战略,基于对白酒行业及公司自身实际情况的深入分析,公司拟投资建设增产扩能项目,以增强公司原酒产、储能力,提高产品质量,从而更好地保障公司高质量可持续发展。该项目预计总投资为7054亿元,规划用地面积约为1774.11亩,建设工期预计为5年。建成后,公司预计新增年产原酒约6万吨,新增原酒储能约34.25万吨,年新增制曲产能约5万吨。

同时,公司还加强了与江南大学、四川轻化工大学等科研院所合作,在产、学、研方面的合作,提高公司的技术水平,发掘生态酿酒及老酒价值。

随着80后、90后正在成为白酒消费的主力人群,消费者的审美情趣、心理需求也在发生微妙的改变,舍得酒业已经关注到了这个变化。“年轻化战略是我们的未来和希望,我们的团队正在研究年轻人需要的产品。在这个方面,我们会不断创新。”张树平表示。

同时,张树平强调舍得酒业将坚定往国际化发展:“国外市场巨大,尽管市场开拓困难,我们也要去争取。我们已确定走国际化路线,并成立了团队。复星集团在海外有近千家合作伙伴,首先就从这几家合作伙伴开始。”

在国际市场方面,公司已针对全球免税渠道推出了第一款国际化产品“舍得·泰安古酿”。

又懂应用场景,最终帮助客户实现数字化、智能化应用场景的落地。”

自动驾驶业务方面,一季度,萝卜快跑在北京获得中国首个开放提供无人车服务的许可,并实现196万单无人驾驶订单数。萝卜快跑现已覆盖北京、上海、广州、深圳、重庆、长沙、沧州、阳泉、嘉兴乌镇及武汉十个城市。

移动生态业务方面,3月百度APP的月活用户达632亿,同比增长13%,每日登录用户占比达83%。托管页收入同比增长31%,占2022年一季度百度核心业务在线营销收入的47%。

百度持续加大研发力度。财报显示,百度一季度研发费用为56亿元,同比增长10%,主要与人员相关支出增加有关。百度核心研发费用达51.34亿元,占百度核心收入比例的24%,占比连续六个季度超20%。

里昂证券分析师认为,预计2022年百度智能云业务将持续稳健增长,超过行业平均水平。由于AI业务的PaaS和SaaS项目大多是定制解决方案,需要线下交付,因此AI云实施可能会受疫情期间出行限制的影响,在二季度出现放缓。

百度联合创始人兼CEO李彦宏表示:“国内疫情为公司业务带来压力,但公司坚信,新AI业务将推动百度长期增长,并为新驱动性经济及可持续发展做出贡献。”