

多地推进氢能建设 打造全产业链生态

湖北省日前出台《支持氢能产业发展的若干措施》，强化支持氢能产业发展有力有效政策供给，打造氢能全产业链生态，全面推进氢能强省建设。中国证券报记者梳理发现，除湖北外，山东、河南、上海等地此前已陆续发布氢能相关产业发展规划，大力推进氢能建设。

● 本报记者 张鹏飞



视觉中国图片

扶持产业各环节

氢能产业涉及“制、储、运、加、用”全链条。在湖北省此次出台的12条措施中，针对产业堵点痛点，湖北省通过多种渠道对氢能产业的重点环节给予支持。比如，在支持产业投资方面，对总投资5000万元以上的新引进氢能产业项目，按建设有效期内企业实施该项目银行贷款实际支付利息的50%予以贴息，单个项目年度贴息额度不超过1000万元，可连续贴息3年。对固定资产投资2000万元以上的氢能产业技改投资项目，按照项目生产性设备投资的8%予以支持，单个项目补助金额最低100万元，最高1000

上市公司加速布局

氢能产业的广阔发展前景也吸引了不少上市公司加速布局。潍柴动力、迪威迅、康普顿等从自身实际出发，积极布局或延伸产业链至氢能产业。今年8月，继上海市宣布将探索建立氢交易平台后，国家燃料电池技术创新中心正式在山东潍坊挂牌，同时，200辆搭载着潍柴氢燃料电池的商用车同步投入运营。这意味着我国在燃料电池技术创新平台建设、氢能大规模示范应用领域，取得又一突破性进展。当日现场展示的亚星客车生产的最新款氢燃料电池公交车，其配置的潍柴动力生产的燃料电池系统，使用寿命超过3万小时，可以满足公交车8年60万公里的使用。

7月初，迪威迅控股子公司迪威立方与雄川氢能签订《氢能源自卸车合作运营》协议，标的为82辆氢能源燃料电池自卸汽车，即将在广州地区实施合作运营。迪威迅表示，该合作标志着公司将正式进军氢能源行业。“公司看好氢能行业发展前景，也看好粤港澳大湾区的市场需求和潜力。”迪威迅董秘刘丹表示，公司正在从传统智慧城市工程类业务向轻资产、运营类业务转型，进军氢能源行业符合公司的整体发展战略。

11月7日晚，康普顿公告称，控股子公司青岛氢启新能源科技有限公司（简称

“氢启科技”）于2021年11月15日正式成立，作为公司氢能源项目发展的实施主体，成立后即着手于厂房建设、设备采购等产能筹备工作，推进青岛市崂山区的CCM生产线、膜电极封装测试自动化生产线和燃料电池电堆自动化装配检测生产线的落地。

记者日前在公司调研时看到，经过近一年的设计、施工、厂房装修和设备安装，氢启科技CCM（三合一）涂布产线、膜电极封装检测自动化产线、双极板点胶产线、燃料电池电堆自动装配产线即将建设完成。其中，膜电极封装检测自动化产线产能可达100万片/年；石墨双极

例如，按照《上海市氢能产业发展中长期规划》，到2025年，将建设各类加氢站70座，建设3—5家国际一流的创新研发平台，氢燃料电池车保有量突破1万辆。今年9月发布的《河南省氢能产业发展中长期规划（2022—2035年）》提出，到2025年，河南氢能产业关键技术和设备制造领域取得突破，产业链相关企业达到100家以上，氢能产业总产值突破1000亿元。

山东省的氢能发展规划则更早一些。2020年6月，《山东省氢能产业中长期发展规划（2020—2030年）》出台，提出力争通

过十年左右的努力，全力打造“中国氢谷”“东方氢岛”两大品牌，培育壮大以济南、青岛等地区为重点的“鲁氢经济带”。今年7月发布的《山东省氢能产业发展工程行动方案》明确，到2025年，实现氢能产业规模超1000亿元，推广燃料电池汽车达1万辆，建成加氢站100座。

“各地加快布局氢能产业，一方面是响应国家号召，将氢能产业发展落到实处，助力‘双碳’目标实现；另一方面是提前布局，在氢能产业发展过程中把握先发优势，为地方经济发展注入新活力。”赛迪顾问高级分析师李宸表示。

板燃料电池电堆全自动生产线产能可达5000台/年。

川财证券表示，今年我国氢能领域已完成35起投融资，总金额超过63亿元，资本加速进入。未来随着更多氢能投资项目落地，产业协同效应将逐步凸显，将推动上下游产业链中的研发、制造等环节的进程，拓展更多下游应用场景。

华创证券认为，虽然氢能应用场景广泛，分为交通、工业、发电和储能四个方向，但是目前氢能技术尚处在发展时期，其储运、应用稳定性等问题尚未完全解决。对于投资者来说，氢能产业的发展不是一蹴而就的。

据记者不完全统计，目前已有包括绿城管理、万科、旭辉、世茂、龙湖、碧桂园、中梁、朗诗在内的40余家房地产企业布局代建业务。

从上市公司公告看，不少上市房企代建业务已经具备较大规模。有的房企今年以来连续发布中标代建业务的公告。

宋都股份10月28日晚公告称，公司全资子公司宋都集团作为项目代建人与杭州余杭闲林城市建设有限公司签订了两个《工程项目委托代建合同》。项目名称分别为闲林街道联荣12地块共有产权房项目代建和闲林街道联荣21地块共有产权房工程代建，可获得代建费分别为436.8万元和1022.6万元。宋都股份称，上述代建项目的获取是公司品牌输出、管理输出的代建业务加大拓展力度的体现，符合公司积极推进代建业务的发展战略。项目将纳入公司项目运营管理体系，使代建业务风险可控。

此前，宋都股份于7月21日晚公告称，近日，公司全资子公司宋都集团作为工程咨询人的联合体牵头人中标了位于宁波市奉化区的两个房地产全过程工程咨询项目。2022年7月19日、21日，联合体与招标人宁波市奉化区惠业建设有限公司分别签订了两个房地产全过程工程咨询项目对应的《房地产全过程工程咨询合同》。项目名称分别为奉化区岳林街道大成路两侧地块I-07c（FH24-01-07c）建设项目和奉化区锦屏街道原车管所地块（FH16-03-09e）建设项目，可获得代建费用分别为4261万元和1856万元。此外，宋都股份还于1月4日晚公告称，公司全资子公司宋都管理作为受托方与丽水晚安房地产开发有限公司签订了《丽水“碧云雅苑”项目商业代建合同书》，获取碧云雅苑的代建项目，总代建费为1050万元。

从三季报看，不少房企代建业务为公司带来较为可观的收入。

金科股份三季报显示，报告期内，公司及所投资的公司实现销售金额约554.07亿元，另代建项目实现销售金额46.31亿元。

信达地产三季报显示，2022年前三季度，公司累计实现房地产销售面积约63.44万平方米（其中合作项目权益销售面积约23.25万平方米，代建项目销售面积约1.07万平方米）；累计销售金额约134.2亿元（其中合作项目权益销售金额约54.12亿元，代建项目销售金额约79.92亿元）。截至2022年9月30日，公司储备项目计容积率建筑面积195.15万平方米（其中合作项目权益面积39.62万平方米），公司在建面积747.94万平方米（其中合作项目权益面积196.72万平方米，代建项目261.35万平方米）。

此外，信达地产在2022年三季度经营情况简报中披露，前三季度，公司新增储备计容积率建筑面积约154.92万平方米（其中代建项目约109.24万平方米）。

业内人士表示，代建业务作为轻资产运行的一种，具有资金需求少、低负债、高利润率等特点，为房企探索新发展模式提供了方向，为低负债、低杠杆发展提供了可能。

中指研究院认为，很多代建业务发展离不开代建方强大的经营管理能力，其主要表现在产品具有较高的溢价能力、项目去化能力和营销能力。一些企业利用多渠道营销手段精准覆盖客群，并凭借品牌溢价和客户基础，为委托方获得更高的投资回报。这类企业有望从代建业务中获取更高的利润率。

过十年左右的努力，全力打造“中国氢谷”“东方氢岛”两大品牌，培育壮大以济南、青岛等地区为重点的“鲁氢经济带”。今年7月发布的《山东省氢能产业发展工程行动方案》明确，到2025年，实现氢能产业规模超1000亿元，推广燃料电池汽车达1万辆，建成加氢站100座。

“各地加快布局氢能产业，一方面是响应国家号召，将氢能产业发展落到实处，助力‘双碳’目标实现；另一方面是提前布局，在氢能产业发展过程中把握先发优势，为地方经济发展注入新活力。”赛迪顾问高级分析师李宸表示。

据记者不完全统计，目前已有包括绿城管理、万科、旭辉、世茂、龙湖、碧桂园、中梁、朗诗在内的40余家房地产企业布局代建业务。

从上市公司公告看，不少上市房企代建业务已经具备较大规模。有的房企今年以来连续发布中标代建业务的公告。

宋都股份10月28日晚公告称，公司全资子公司宋都集团作为项目代建人与杭州余杭闲林城市建设有限公司签订了两个《工程项目委托代建合同》。项目名称分别为闲林街道联荣12地块共有产权房项目代建和闲林街道联荣21地块共有产权房工程代建，可获得代建费分别为436.8万元和1022.6万元。宋都股份称，上述代建项目的获取是公司品牌输出、管理输出的代建业务加大拓展力度的体现，符合公司积极推进代建业务的发展战略。项目将纳入公司项目运营管理体系，使代建业务风险可控。

此前，宋都股份于7月21日晚公告称，近日，公司全资子公司宋都集团作为工程咨询人的联合体牵头人中标了位于宁波市奉化区的两个房地产全过程工程咨询项目。2022年7月19日、21日，联合体与招标人宁波市奉化区惠业建设有限公司分别签订了两个房地产全过程工程咨询项目对应的《房地产全过程工程咨询合同》。项目名称分别为奉化区岳林街道大成路两侧地块I-07c（FH24-01-07c）建设项目和奉化区锦屏街道原车管所地块（FH16-03-09e）建设项目，可获得代建费用分别为4261万元和1856万元。此外，宋都股份还于1月4日晚公告称，公司全资子公司宋都管理作为受托方与丽水晚安房地产开发有限公司签订了《丽水“碧云雅苑”项目商业代建合同书》，获取碧云雅苑的代建项目，总代建费为1050万元。

从三季报看，不少房企代建业务为公司带来较为可观的收入。

金科股份三季报显示，报告期内，公司及所投资的公司实现销售金额约554.07亿元，另代建项目实现销售金额46.31亿元。

信达地产三季报显示，2022年前三季度，公司累计实现房地产销售面积约63.44万平方米（其中合作项目权益销售面积约23.25万平方米，代建项目销售面积约1.07万平方米）；累计销售金额约134.2亿元（其中合作项目权益销售金额约54.12亿元，代建项目销售金额约79.92亿元）。截至2022年9月30日，公司储备项目计容积率建筑面积195.15万平方米（其中合作项目权益面积39.62万平方米），公司在建面积747.94万平方米（其中合作项目权益面积196.72万平方米，代建项目261.35万平方米）。

此外，信达地产在2022年三季度经营情况简报中披露，前三季度，公司新增储备计容积率建筑面积约154.92万平方米（其中代建项目约109.24万平方米）。

业内人士表示，代建业务作为轻资产运行的一种，具有资金需求少、低负债、高利润率等特点，为房企探索新发展模式提供了方向，为低负债、低杠杆发展提供了可能。

中指研究院认为，很多代建业务发展离不开代建方强大的经营管理能力，其主要表现在产品具有较高的溢价能力、项目去化能力和营销能力。一些企业利用多渠道营销手段精准覆盖客群，并凭借品牌溢价和客户基础，为委托方获得更高的投资回报。这类企业有望从代建业务中获取更高的利润率。

中指研究院认为，很多代建业务发展离不开代建方强大的经营管理能力，其主要表现在产品具有较高的溢价能力、项目去化能力和营销能力。一些企业利用多渠道营销手段精准覆盖客群，并凭借品牌溢价和客户基础，为委托方获得更高的投资回报。这类企业有望从代建业务中获取更高的利润率。

中指研究院认为，很多代建业务发展离不开代建方强大的经营管理能力，其主要表现在产品具有较高的溢价能力、项目去化能力和营销能力。一些企业利用多渠道营销手段精准覆盖客群，并凭借品牌溢价和客户基础，为委托方获得更高的投资回报。这类企业有望从代建业务中获取更高的利润率。

中指研究院认为，很多代建业务发展离不开代建方强大的经营管理能力，其主要表现在产品具有较高的溢价能力、项目去化能力和营销能力。一些企业利用多渠道营销手段精准覆盖客群，并凭借品牌溢价和客户基础，为委托方获得更高的投资回报。这类企业有望从代建业务中获取更高的利润率。

中指研究院认为，很多代建业务发展离不开代建方强大的经营管理能力，其主要表现在产品具有较高的溢价能力、项目去化能力和营销能力。一些企业利用多渠道营销手段精准覆盖客群，并凭借品牌溢价和客户基础，为委托方获得更高的投资回报。这类企业有望从代建业务中获取更高的利润率。

中指研究院认为，很多代建业务发展离不开代建方强大的经营管理能力，其主要表现在产品具有较高的溢价能力、项目去化能力和营销能力。一些企业利用多渠道营销手段精准覆盖客群，并凭借品牌溢价和客户基础，为委托方获得更高的投资回报。这类企业有望从代建业务中获取更高的利润率。

中指研究院认为，很多代建业务发展离不开代建方强大的经营管理能力，其主要表现在产品具有较高的溢价能力、项目去化能力和营销能力。一些企业利用多渠道营销手段精准覆盖客群，并凭借品牌溢价和客户基础，为委托方获得更高的投资回报。这类企业有望从代建业务中获取更高的利润率。

户外运动产业发展规划(2022-2025年)发布

到2025年户外运动产业总规模超过3万亿元

● 本报记者 于蒙蒙

国家体育总局等八部门日前共同印发了《户外运动产业发展规划(2022-2025年)》。《规划》提出，到2025年，户外运动产业高质量发展成效显著，基本形成供给与需求有效对接、产业与生态协调发展、产品与服务品牌彰显、业态与模式持续创新的发展格局。户外运动场地设施持续增加，普及程度大幅提升，参与人数不断增长，户外运动产业总规模超过3万亿元。

业内人士表示，我国户外活动年度人均消费额不足20元，相比欧美发达国家有较大提升空间。国家多次出台体育与健身类相关政策，支持户外行业发展，户外运动用品行业有望迎来新一轮高速增长。

超过4亿人参与

“十三五”时期，随着全民健身与全民健康深度融合，户外运动逐渐成为人民群众喜闻乐见的运动方式，户外运动产业实现快速发展。其中，参与人数持续增加，截至2021年底，全国户外运动参与人数已超过4亿人；产品供给日益丰富，基本形成了山水陆空全覆盖的户外运动产品供给体系；场地设施逐渐完善，滑雪场、山地户外营地、航空飞行营地、汽车自驾运动营地、攀岩场地等户外活动场地大幅增加；政策体系不断健全。

“当前，我国户外运动产业尚处于发展初期，市场潜力有待进一步释放，还存在一些短板和薄弱环节。如自然资源向户外运动开放不够、户外运动装备器材便利化运输难题有待破解、户外运动专业人才缺乏、设施与产品有效供给不足、品牌影响力有待提升等。”《规划》强调户外运动产业发展过程中面临的问题，称必须通过深化改革、加强创



视觉中国图片

新破解这些问题瓶颈，助力体育产业成为国民经济支柱性产业。

“十四五”时期，我国进入新发展阶段，户外运动产业将迎来发展新机遇。《规划》指出，以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局将激发户外运动产业发展活力；在疫情防控常态化形势下，人民群众增进健康、亲近自然的需求将刺激户外运动产品和服务供给；5G、大数据、区块链、物联网、人工智能等新一轮科技革命将助推户外运动产品创新和升级，增加户外运动产业发展的动力。

市场发展前景较大

《规划》提出，到2025年，户外运动产业高质量发展成效显著，基本形成供给与需求

有效对接，产业与生态协调发展、产品与服务品牌彰显、业态与模式持续创新的发展格局。户外运动场地设施持续增加，普及程度大幅提升，参与人数不断增长，户外运动产业总规模超过3万亿元。

在户外运动场地设施建设工程方面，《规划》要求统筹用好多方资金渠道，充分调动社会力量参与积极性，到2025年，建设各类户外运动营地10000个。

“加强AR/VR等智能技术应用，打造沉浸式户外运动体验空间，实现户外运动场景感知化、运动体验数据化、运动展示互动化、运动社交情感化。”《规划》强调要丰富户外健身休闲产品。

我国户外运动产业近年来的增速可圈可点。数据显示，2021年，国内户外用品行业规模达到1831亿元，同比增长8.2%。根据鲸参

谋数据统计，今年1—8月，京东户外装备累计销量超过3000万件，同比增长99%；累计销售额约25亿元，同比增长85%。

机构也给出了乐观预期。招商证券认为，从人均消费看，我国户外活动年度人均消费额不足20元，而欧美和亚洲发达国家的人均消费额均在300元—800元之间，提升空间广阔。受未来国内社会经济发展水平进一步提升、人们对于生活品质要求进一步提高、户外运动氛围和生活习惯进一步养成等因素影响，国内户外运动用品市场依然将保持良好的发展速度，未来市场发展前景较大。

露营经济受瞩目

在众多户外运动中，露营今年以来备受追捧。国庆假期期间，携程平台的露营旅游订单量同比增长超10倍，人均露营花费为650元左右，相较中秋假期露营人均花费提高30%左右。

对于露营活动，《规划》强调要优化露营产品供给，鼓励开放郊野公园提供露营服务，在城市郊野、农村地区等建设更多露营地，满足群众就近就便露营需求。推动露营地完善配套服务设施，开展多种户外运动项目，鼓励在营地周边配套登山、徒步、骑行、垂钓等户外运动设施及服务，提高露营消费黏性。加快建设露营旅游相关基础设施，鼓励户外运动装备企业立足群众露营需求，研制多系列满足不同人群的露营装备。

“露营作为户外运动中的新兴和热门场景，伴随政策推动下的目的地和场景增加，以及供给侧持续优化升级，将进一步提高居民参与度，带动客单价提升。”渤海证券预计，到2025年，我国露营经济核心市场规模将上升至2483.2亿元，带动市场规模将达到1.44万亿元。