

观财报·看亮点·识趋势

破局内卷 向“绿”而行

新能源上市公司聚力构建新生态



三一重能北京昌平南口园区

本报记者 刘杨 摄

“订单的获取既要要有量，又要有质。”三一重能有关负责人在接受中国证券报记者采访时表示，在订单获取方面，公司以高质量订单为主，同时加强与各地能源企业大客户合作，提供更多高质量服务。

在产业步入微利的背景下，新能源上市公司调整战略，不断开拓发展新模式，全力推动“沙戈荒”风光大基地项目建设，同时积极出海破局内卷，资产结构更“绿”。部分公司大力布局储能、氢能等战略性新兴产业赛道，打造技术护城河。

● 本报记者 刘杨

高质量开拓市场

据国家能源局最新发布的数据，2024年1-8月新增风电装机33.61GW，同比增长16.22%。

从上市公司半年报披露情况看，风电企业经营质量持续向好。以三一重能为例，上半年，公司在手订单充足，国内陆上风机销售容量为3.3GW，同比增长121%，创造历史同期最好交付成绩。公司上半年总体毛利率为16.01%，环比增加4.82个百分点。其中，风机业务毛利率为15.13%，环比增加6.14个百分点。毛利率连续两个季度得到改善。

上半年，全球风电订单创新高。根据咨询机构伍德麦肯兹的最新报告，2024年上半年，全球风电新增订单量为91.2GW，同比增长23%，新增订单量创半年度历史新高。

“今年以来，公司积极调整战略，高质量拓展市场。”金风科技有关负责人对记者表示，上半年，公司在手订单达到35.6GW，同比增长26.4%。公司在摩洛哥、菲律宾、格鲁吉亚等市场相继取得突破。截至目前，公司业务已遍布全球六大洲。

“分散式风电是公司推动能源结构转型的重要组成部分，也是公司响应乡村振兴及风电下乡政策的重要举措。”金风科技上述负责人对记者表示，下一步，公司将与政府部门、行业伙伴携手，打造“风电村”“风电乡”“风电县”，通过乡村风电项目的规模化建设，激发县域风电产业活力。

在产业步入微利的背景下，出海成为

光伏企业破局内卷的重要抓手。“沙特在‘2030’愿景的指引下，成为中东新能源发展最迅速的地区之一，光伏产品需求旺盛。”晶科能源副总裁钱晶对记者表示，未来公司将在当地构建部分产业链，助力中东地区新能源产业发展。

在钱晶看来，国内光伏市场竞争白热化，而中东是光伏市场新蓝海。“晶科在沙特已占据70%的市场份额，先发优势明显。同时，中东客户对技术方案和产品的要求较高，倾向于选择具备经验沉淀和全球营销网络的龙头企业。”钱晶称。

资产结构更“绿”

“今年上半年，中国电力清洁能源合装装机容量占比提升至77.07%，同比增加11个百分点，清洁能源收入占比首次突破60%。”中国电力副总裁寿如锋告诉中国证券报记者，中国电力正在加快绿色转型，目标是在2025年底清洁能源装机占比超过90%。

上半年，中国电力实现营业收入264.72亿元，同比增长24.18%；集团权益持有人应占利润28.02亿元，同比增长51.5%。

随着电力体制改革不断深入，能源结构不断优化。“公司将持续推动风电、光伏、水电等可再生能源发展，在大型基地项目建设、海上风电开发和运营方面下大力气。”寿如锋说。

龙源电力紧抓“双碳”机遇，在绿色低碳方面持续发力。“上半年，公司保持规模与质量并重，以大项目为抓手，全力推动

‘沙戈荒’风光大基地和海上风电项目建设，打造新能源基地。”龙源电力证券部有关负责人告诉记者。

上半年，龙源电力总控股装机容量为3788.0万千瓦，其中风电、光伏等可再生能源控股装机容量为3600.5万千瓦。

今年上半年，我国新能源发电装机规模占比达到38.4%，首次超过煤电。头部电力上市公司持续推进新能源项目建设，加快完善能源结构。

以国电电力为例，公司依托已投产的火电、水电布局及送出通道优势，不断深化产业协同，新能源装机规模快速增长。2024年上半年，国电电力新增新能源装机177.03万千瓦，其中风电23万千瓦，光伏154.03万千瓦。

“在风光资源丰富地区，大基地式项目开发建设规模不断扩大；在经济发达、电价承受能力强东部地区，公司分布式项目已初具规模。”国电电力有关负责人表示，同时公司进一步强化新能源项目储备，上半年获取资源942.47万千瓦，完成核准或备案新能源容量669.71万千瓦，其中，风电97.4万千瓦，光伏572.31万千瓦，为后续高质量发展提供了坚实保障。

中国电力企业联合会秘书长郝英杰在接受中国证券报记者采访时表示，2024年前7个月，全国重点调查企业完成电力投资7105亿元，同比增长8.9%，继续保持较快增长势头。其中，非化石能源发电投资占电源投资的比重达到85%。风电、光伏等新能源大规模开发利用，有力推动能源结构绿色低碳转型。

布局储能赛道

风电、光伏发电建设规模持续扩大，给电力系统安全稳定运行带来挑战，亟须大力发展各类储能，提升电力系统的灵活性和调节能力。相关上市公司积极布局储能等战略性新兴产业赛道，打造技术护城河。

“新型储能是新兴电力系统的‘牛鼻子’，也是中国电力布局的重点业务领域之一。”寿如锋告诉记者，上半年，公司积极开拓智慧储能应用场景，以市场需求为导向，推动高安全性浸没式储能产品尽早量产。目前，中国电力主要围绕新源智储打造储能产业链，包括高性能电解液的研发、锂电池专用灭火剂等，持续攻关新型储能前沿技术。

“积极推动氢能等前沿产业发展，构建新质生产力。”隆基绿能总裁李振国对记者表示，光伏产生的绿电制成绿氢，可以实现深度脱碳。隆基氢能可在可再生能源制氢方面拥有丰富的经验，产品广泛应用于氢炼化、氯化氢、氢交通等行业。

“中国神华积极推进清洁能源项目开发和战略性新兴产业发展。”中国神华证券部有关负责人告诉记者，公司充分利用电厂灰场、露天矿排土场等土地资源开发清洁能源项目。2024年上半年，中国神华新增商业运营的光伏发电装机容量108兆瓦。

同时，中国神华通过投资基金参与光伏发电、风力发电等项目建设。截至2024年上半年，公司根据投资协议累计出资约24.1亿元，累计实现退出收益约1.1亿元。

华润双鹤多管齐下扩充产品线

● 本报记者 傅苏颖

《股东来了》——投资者走进华润双鹤活动日前举办。中国证券报记者走进华润双鹤今年新启用的双鹤科创园，一探公司的科技创新密码。

华润双鹤致力于将双鹤科创园打造成创新和产业化孵化平台。“复方利血平氨茶碱啞片(0号)是我国自主研发的长效小剂量复方制剂；珂立苏填补了国产肺表面活性物质(PS)制剂空白……”华润双鹤工作人员介绍，“创新技术实验室探索非化学合成法开发新品种，改进现有品种工艺路线，以降低成本、减少污染。”

上半年业绩跑赢行业增速

今年是华润双鹤成立85周年，公司于1939年设立，1997年7月在上交所上市。目前，华润双鹤已成为华润集团在大健康领域的化药业务平台，深耕降压、降糖、降脂、儿科、骨科等领域，亿元级产品达24个，拥有23家子公司、1.3万名员工。

自登陆资本市场以来，华润双鹤收入及利润持续增长。2023年，公司收入达到102亿元，归母净利润为13.3亿元。2024年上半年，公司业绩跑赢行业增速。报告期内，公司实现主营业务收入58.84亿元，同比增长2%；归母净利润为10.47亿元，同比增长6%。

华润双鹤主营慢病业务、专科业务和输液业务三大业务。慢病业务聚焦降压、降糖、脑血管、降脂领域，形成了复方利血平氨茶碱啞片(0号)、格列喹酮片(糖适平)、匹伐

他汀钙片(冠爽)等优质产品群。上半年，该板块实现收入16.8亿元，同比增长4%。公司慢病业务重点产品的集采压力已基本上消化完毕。

华润双鹤基础输液业务实力较强，包材丰富、品规齐全，市场份额保持前三。包材方面，公司新一代输液产品内封式聚丙烯输液(BFS)具备不溶性微粒少、无菌稳定性好、内毒素标准严等优点，引领输液产品安全升级。同时，公司积极拓展新的治疗性产品，加快产品结构调整，持续降本增效。

专科业务是公司中长期发展的重要引擎，已在儿科、肾科、精神/神经、抗凝和麻醉镇痛等领域实现布局。通过替尼泊昔注射液和白消安注射液两个产品的上市销售，公司在肿瘤治疗领域进行拓展。在儿科领域，公司重点关注新生儿呼吸窘迫综合征、儿童营养；在肾科领域，公司以腹膜透析液为主要业务；在精神/神经领域，围绕抗癫痫领域进行布局与开拓；在抗凝领域，以肝素类抗凝产品为主。

加码布局合成生物赛道

近年来，华润双鹤持续加大研发投入。2024年上半年，公司研发费用为3.29亿元，同比增长24.34%，研发人员数量突破1000人。华润双鹤相关负责人介绍，截至目前，公司在研品种近200个，近年来仿制药保持每年获批二十余个。

在研发创新方面，公司按照“十年三步走”战略，已基本完成第一阶段“产品驱动期”核心能力构建，普仿药研发管线已形

成一定数量的项目，实现了良性滚动循环。目前，公司已开启“技术驱动期”，并向“创新驱动期”迈进。“公司在核心技术和差异化仿制方面将进一步发力，并成立创新药平台。战新产业布局合成生物技术平台，拓展创新生物疗法。”华润双鹤相关负责人表示。

“合成生物领域非常广泛，公司重视合成生物学这一创新发展赛道，以打造公司的第二增长曲线。”华润双鹤相关负责人介绍，此前并购神州生物为公司发展带来良好契机。公司把神州生物作为合成生物学中试发酵平台和产业化基地，充分利用神州生物所在地区能源价格优势降低生产成本，并以该平台为基础向外延伸，扩大合成生物领域的业务规模。同时，公司利用合成生物技术对现有核心品种进行改造，持续提升产品竞争力。2023年9月，公司成立合成生物研究院，作为合成生物技术研发平台，通过引入领军人才、加强校企合作等方式增强研发能力，更好地承接双鹤在合成生物方面的战略布局。

华润双鹤相关负责人表示，投资并购是公司未来的一项重点工作，将瞄准三个方向：一是合成生物领域，并购以技术为主的合成生物企业或传统发酵企业，通过技术赋能扩大合成生物整体规模；二是细分领域优质头部企业，通过相互赋能，实现更好成长；三是创新孵化类企业，通过参股方式，以商业化和产业化合作为基础进行战略性投资。公司在上述领域储备了一定数量的并购标的，同时持续丰富标的库，股权并购和产品引进均在有序推进。

居然之家执行总裁王宁：

携产业链伙伴拓海外市场

● 本报记者 熊永红 董涛

在消费渠道多元化的趋势下，家居卖场积极探索新的商业模式。近年来，居然之家开启传统卖场向智能家居体验中心转型的升级之路。与此同时，公司从“固定收租”向“销售分成”转变，居然之家与产业链伙伴形成命运共同体。

居然之家执行总裁王宁日前在接受中国证券报记者专访时表示，未来公司的智能家居体验中心核心主力店要达到30家以上，并与产业链伙伴抱团出海，开拓更广阔的市场。

打造智能家居体验中心

今年9月，居然之家长沙智能家居体验中心开业。这是居然之家第500家家家居卖场，也是公司在湖南的首家智能家居体验中心。自2023年居然之家首家智能家居体验中心通州智能家居体验中心开业以来，公司加速在全国布局智能家居体验中心。王宁介绍，未来智能家居体验中心核心主力店要达到30家以上。

“打造智能家居体验中心，一方面迎合当代消费群体年轻化 and 个性化趋势，另一方面紧抓智能家居体系化和场景化消费热点，推动智能家居从单品向全屋智能转变。”王宁说。

2024年上半年，居然之家积极拓展合作品牌，新增合作品牌216个，组织召开了门窗生态大会，挖掘智能家居及电器、系统门窗、高定、进口家具、家纺床品、餐厨用品等品类资源，在卖场一层集中规划智能汽车、智能家居及电器品类，将智能家居打造成市场热点和第一大品类。

以居然之家通州智能家居体验中心为例，截至2024年6月30日，通州智能家居体验中心招商率达97.5%。在智能家居体验中心带动招商率提升的同时，体验式的消费场景对于引流亦有巨大作用。上半年，通州智能家居体验中心智能家居及电器销售净额占比达24.4%。

“目前，华东区域仍是我们的短板，未来两到三年会加速在该区域的布局。”王宁介绍，同时公司将重点布局下沉市场。“我们在省会城市的覆盖率达到90%以上，地级市覆盖率超过65%，未来需要布局更多三四线甚至五线城市。”

拥抱海外市场

在积极布局国内市场的同时，居然之家开启出海步伐。

2024年3月，居然之家在柬埔寨首都金边开设了首家海外门店。6月，居然之家澳门店正式开业。此后，居然之家与柏威年集团等知名企业签约合作，进一步拓展国际市场，为实现全球化战略奠定坚实基础。

据了解，居然之家金边店和澳门店在选址、装修、产品布局等方面充分考虑了当地市场需求和特点。门店除了展示居然之家丰富的家居产品，还融入当地文化元素，为消费者带来全新的购物体验。

在招商方面，金边店和澳门店均取得显著成效，招商率均在96%以上，吸引了众多国内外知名家居品牌入驻。通过与品牌商合作，居然之家为当地消费者提供更加丰富、优质的家居产品选择。同时，公司加强门店管理和运营，提升服务质量和客户满意度。

“我们不仅要卖场出海，还要做产业园，与产业链企业一起打造家居产业园。目前，很多国内企业出海停留在贴牌阶段，我们要从产品出发，实现品牌出海。”王宁说。

王宁介绍，居然之家计划在未来3-5年完成对东盟各国的战略布局。截至目前，居然之家已携手朗斯家居、索菲亚-米兰纳、火星人、左右沙发等数十家知名品牌成功走向国门。

推进数智化转型

“数智化转型是大势所趋。”王宁介绍，“通过数智化转型，我们可以提升经营效率，改善消费者体验。比如，通过数字化平台，我们可以为消费者提供线上选品一到店体验一离店决策一服务到家的全生命周期服务。”

王宁表示，通过数智化及时获取消费者的需求，可以洞察消费趋势变化，使公司取得先发优势。

居然之家数智化转型有三大抓手，包括洞察、居然设计家和居然智慧家，均取得较好发展。

截至2024年上半年，洞察CDP精准营销工具已在23家分公司的86家卖场推广使用，营销转化率为2.44%，关联销售金额达到6.5亿元，通过深耕垂类场景，打造洞察AIGC、蜂窝社区分销、全域智投等提效工具，形成流量与场景的营销闭环。

截至2024年6月30日，洞察累计上线卖场1016家，同比增长82.4%；入驻商户超过11万家，同比增长66.7%；上半年平台交易额(GMV)为466亿元，同比增长11.8%。

居然设计家聚焦以AI设计平台为核心的云设计工具业务、3D业务和精准营销业务。2024年上半年，居然设计家自研AI算法辅助人工操作，实现模型分级自动化初筛，优质模型判断准确率达83%，大幅降低了人工成本；自研3D换景支持手机直播，使用成本降低50%。

截至2024年6月30日，居然设计家的全球注册用户数量超1616万，同比增长19%；设计案例数量超3522万个，同比增长16%。

“未来，居然之家将以数字化智能化为引领，继续巩固家居主业，持续推动实体店转型升级，构建从流量运营平台、实体体验店到物流交付三者合一的家居消费闭环。”王宁说。