

抢占技术前沿 中国光伏企业结伴“走出去”

(上接A1版)

“2023年底,公司产能结构中电池为90GW,其中高效TOPCon电池占比75%以上。山西大基地作为公司2024年的主要扩产项目,预计贡献新增28GW一体化TOPCon产能,是公司N型产能突破百吉瓦大关的主力项目。”

晶科能源负责人还提到,山西大基地项目作为公司规划的最新产能,还预备了前沿的提效技术导入接口,叠加行业领先的“超级一体化”生产模式,新技术导入更加便捷,效率优势进一步放大,助力2024年底26.5%量产效率的大规模实现。

谈及新项目投资、投产情况,晶澳科技联席执行总裁李守卫介绍,2023年以来,公司旗下有九个生产基地新建N型产能项目顺利投产,如扬州20GW电池项目、越南基地2.5GW拉晶及切片项目等,“很多基地N型产能建设都跑出了晶澳速度,实现了百日投产。”

2023年12月24日,晶澳科技曲靖10GW电池和5GW组件项目投产,公司董事长靳保芳表示,随着该项目投产,晶澳N型电池组件优势产能快速扩增,全球产业布局更加完善均衡,覆盖西南、西北、华北、华东和海外东南亚、北美区域,能够更好地满足全球客户需求。

“除了在建的海外项目,晶澳国内的鄂尔多斯基地还有30GW拉晶、30GW切片、30GW电池、10GW组件一体化产能项目在建。”李守卫向记者表示,待这些项目落地后,2024年底,晶澳科技硅片、电池、组件各环节产能均将突破100GW。

抢占前沿技术制高点

“公司山西大基地项目规划建设TOPCon产能,建成后将成为生产效率最优、运营效率最高、成本最具竞争力的N型产业链一体化工厂,其落地也将进一步巩固公司N型时代龙头地位,有利于公司抢抓光伏市场发展机遇,也符合公司的长远战略规划。”晶科能源负责人说。

关于发展N型先进技术的意义,李守卫也向记者作出诠释。他认为,在过去的2023年,性能更加先进的N型光伏产品已成为海内外客户优先选择,全球市场渗透率迅猛增长。虽然N型产业链各环节产能都在大幅提升,但市场供应缺口还是较大,“N型产品供应能力是否可以满足未来庞大的装机需求,已成为光伏产业高质量发展的一大关键。”

李守卫透露,晶澳科技已如期达成2023年既定产能目标,即组件产能达到95GW,硅片和电池产能分别达到组件产能的90%以上,同时完成了产能结构转型,N型电池产能占比



极光电能GW级钙钛矿
生产线项目建设现场。

攀升至67%。基于此,晶澳的N型供应能力可以保障全球市场的各类订单需求。

除N型TOPCon以外,围绕其他先进技术的投资也在落地。以爱康科技为例,公司HJT组件在手订单约2.95GW,但HJT电池自有产能无法满足订单需求。公司去年12月宣布,赣州爱康光电拟投资建设4.6GW HJT电池生产项目,固定资产投资21亿元,新上1条600MW和5条800MW HJT电池产线。2024年1月2日,该项目第一条产线开始试生产。

钙钛矿电池也是业内关注度很高的前沿技术,2024年即将进入产业化关键期。为此,爱康科技拟在杭州钱江经开区投资建设HJT钙钛矿叠层电池研究及生产基地,总投资约10亿元,分三期建设。其中,一期实验室项目计划投资约1.5亿元,建设HJT钙钛矿叠层电池生产研发实验室基地,二期中试线计划投资约2.5亿元,三期首条量产线计划投资约6亿元。

由正泰新能主导研发的项目“高效新型柔性钙钛矿薄膜光伏电池关键技术”入选2024年度浙江省“尖兵”“领雁”研发攻关计划。正泰新能相关负责人介绍,目前,公司团队已实现刚性及柔性钙钛矿太阳能电池的高效与高稳定制备技术的突破,获得小面积器件效率达24.5%,大面积组件效率达20.4%,钙钛矿/晶硅叠层电池效率达到31.15%,并将工艺放大至大面积叠层电池中。

而在极光电能GW级钙钛矿生产线项目建设现场,大型机械开足马力穿梭在工地,工人们脚蹬干劲抢工期,赶进度,预计在春节前完成厂房封顶,春节后进入洁净施工阶段。该项目是全球首条GW级钙钛矿组件

生产线,2022年8月签约,2023年4月开工,总投资30亿元。

极光电能负责人告诉记者,目前,该项目厂房主体即将完工,配套设施同步建设,后续关键节点包括:2024年一季度完成项目交付,4月完成工艺设备进场,5月底前完成所有设备到厂齐套,8月底前完成设备调试,9月正式投入工艺优化调试,四季度初进入量产爬坡。

海外项目成发力重点

在证券时报记者采访中,多位光伏企业负责人表示,海外项目投资将是2024年的重点方向。

“公司规划在泰国投建5GW硅片项目。除泰国基地之外,也在评估欧洲、拉美,以及中东等地区设厂的可能性,以完善全球产能布局。”正泰新能相关负责人向记者说道。

据该负责人介绍,目前,正泰新能正在美国、土耳其等国家的制造基地建设正在启动中,规划美国投建2GW组件、土耳其投建1GW组件。“我们也在跟当地的各类企业进行接触与合作洽谈,以期建立双赢合作的伙伴关系。”

李守卫告诉记者,除了2023年投产越南基地2.5GW拉晶及切片项目以外,2024年,晶澳越南基地还有5GW电池项目在建,美国基地有2GW组件项目在建,“这两大海外基地新建产能投产后,将进一步增强晶澳对国际市场的N型供应和服务能力。”

近期,多家上市公司披露的公告也间接传递出天合光能美国基地的建设情况。其中,京山轻机全资孙公司新加坡晟成与天合光能美国组件制造公司签署销售合同,标的为太阳能组件流水

线和层压机设备等,合同金额4917万美元(折合人民币约3.51亿元)。

无独有偶,奥特维也已宣布,公司与天合光能签订采购合同,向该公司销售划焊一体机设备约0.97亿元(含税);同时,全资子公司无锡奥特维向天合光能全资子公司美国天合签订采购合同,向该公司销售划焊一体机设备约1.13亿元(含税)。

中国光伏企业纷纷到海外设厂的原因一方面是为了满足日益增长的海外需求,就近供货;另一方面则是考虑到规避部分贸易壁垒。例如,美国是供不应求的高利润市场,但由于存在一定的贸易管制和关税壁垒,中国本土生产的光伏产品很难直接销往美国市场。

据天合光能方面透露,公司在东南亚建设有6.5GW的一体化产能,产品主要供应美国市场;同时,公司在美国正在建设5GW组件产能。此前,有报道称天合光能拟在墨西哥建厂,不过,公司辟谣称,公司在做海外产能整体的规划和布局,在调研不同国家和地区,墨西哥是调研对象之一,尚处在非常早期的信息收集和调研阶段。

光伏企业海外投资的另一个重点方向是中东,2023年10月,TCL中环与Vision Industries签署《联合开发协议》,推动在沙特共同建设晶体硅片项目,该协议明确项目一期目标产能为20GW。“该项目将奠定TCL中环新能源光伏业务‘外循环’的基础,并进一步提升TCL中环的全球市场竞争力。落地协议还在谈,估计很快会有结果。”TCL中环人士向记者说道。

无独有偶,天合光能也在阿联酋规划了垂直一体化大基地项目,包括5万吨高纯硅料,30GW晶体硅片和

5GW电池组件,将分期完成,其中第一期是5GW晶体硅片项目。

“第二赛道”投资加码

在光伏主业之外,一线光伏厂商近年来纷纷寻找第二赛道,氢能、储能等是重点方向。以晶科能源为例,公司提出2024年储能、电芯业务目标进入行业前五。

“借助光伏领域的深耕,公司早在2019年就开始布局海外储能业务,主要为海外客户提供光储一体化解决方案。截至目前,公司自主研发的液冷储能系统,包括工商业和大型储能,已经销往24个国家和地区的84个客户。”晶科能源负责人告诉记者,公司首座4GWh储能系统工厂已成功投产,另一座12GWh储能电池及系统已经启动建设,预期2024年一季度实现首期4GWh储能电芯产品投产。未来还将结合自身技术和资源优势促进储能关键技术持续升级,持续完善储能生态产品矩阵。

天合光能方面透露,公司储能产品进展良好,产能方面,2023年底公司储能电池、直流电池舱及交直流产品组合达到12GWh产能,2024年二季度末将达到25GWh产能。

在天合光能看来,储能和光伏的用户重叠度很高,公司在光伏产品销售端具有明显的品牌、渠道、全球化优势。2024年储能业务销售规模和市场地位预计能够得到进一步提升。“未来5年,公司的储能业务和光伏业务处于同等重要的地位,公司大储和户储业务协同发展。”

此前,天合光能董事长高纪凡向记者表示,储能可以很大程度上解决新能源时空错配问题,其中,化学储能负责短时的绿色能源储能方案,氢能作为长效绿色能源储能方案。“储能可以破解电网消纳压力,突破光伏装机瓶颈,构建光储协同的新能源装机模式可以打开市场天花板,光储融合将成为下一阶段新能源发展、实现碳中和的关键。”

在氢能布局方面,也有不少厂商跃跃欲试。近期,双良节能披露了一份再融资方案,公司拟通过定增募集资金不超过25.6亿元,募投项目之一是年产700套绿电智能制氢装备建设项目,该项目总投资5.84亿元,计划投入募集资金2.5亿元。

双良节能表示,该项目的实施将提升公司氢能装备生产规模,完善碱性电解水制氢装备制造领域的技术支撑,有利于公司在新一代自主知识产权2000Nm³/h电解槽产品的基础上,进一步开发质量稳定、性能可靠、制氢效率优异的电解水制氢设备,增强公司全生命周期零碳绿电制氢解决方案能力,扩大新一代电解槽产品的生产能力,助力公司新产品抢占市场先机。

三只松鼠去年扣非净利 预增超1.4倍

证券时报记者 叶玲珍

在“高端性价比”战略驱动下,三只松鼠(300783)重拾增势。

1月15日晚间,三只松鼠发布业绩预告,预计2023年度净利润为2亿元至2.2亿元,同比增长54.97%至70.47%;扣非后净利润为1亿元至1.1亿元,同比增长速达146.9%至171.59%,表现亮眼。

事实上,三只松鼠的增长态势早有显现。2023年前三季度,公司净利润为1.7亿元,同比增长超八成,扣非后净利润8557.35万元,同比增长近2倍。其中第三季度营收达16.89亿元,同比增长38.56%,扣非后净利润1229.01万元,同比增长175.39%。结合来看,三只松鼠第四季度单季盈利区间为3037.34万元至5037.34万元,处于上市以来同期较高水平。

对于业绩增长的原因,三只松鼠表示主要得益于对“高端性价比”战略的执行。自2023年进入战略落地的关键期。随着休闲零食品牌相继降价,“高品质亲民价”的竞争路线成为主流,三只松鼠的战略先发优势逐步显现。

2022年底,三只松鼠首次明确将“高端性价比”作为公司级核心战略,并在2023年进入战略落地的关键期。随着休闲零食品牌相继降价,“高品质亲民价”的竞争路线成为主流,三只松鼠的战略先发优势逐步显现。

在渠道变革方面,三只松鼠线上主要发力短直(抖音、快手)、私域、社群等新兴渠道,并优化天猫、京东等核心渠道的品类和运营策略;线下聚焦分销基本盘的改革,构建和稳固了一批日销品项。

门店业务方面,2023年6月,三只松鼠开出首批自有品牌社区零食店,目前在安徽、江苏、浙江等区域已开出超180家店铺,未来随着单店模型的持续优化,将进一步加速布局。

在业绩预告中,三只松鼠还透露了2024年货节的销售情况。截至目前,2024年货节销售时间进程达三分之二,全渠道销售已超去年年货节全周期总额。

1月10日,三只松鼠曾向渠道商发出告知函,鉴于2024年货节期间礼盒/礼包类产品在线下分销各渠道热销均远超预期,分销全系列礼品礼盒/礼包产品已全线售罄。自2024年1月10日起,三只松鼠全线停止新增接单供应分销通用礼品礼盒/礼包及终端专供礼盒/礼包系列产品,将全力保障前期已接单到有效未发订单在1月底之前按序供货交付完毕。

线上渠道方面,1月11日,三只松鼠贾乃亮超品代言专场,总销售额破1.1亿元,刷新抖音短视频行业单日品牌专场纪录;1月13日,三只松鼠辛巴年货节单品单链接破1个亿,创全网直播行业食品品类纪录。

在三只松鼠看来,高端性价比的提升并非单一让利,而是通过供应链全链条的优化,确保产品品质的同时实现利润的溢出,并将这部分利润让渡给消费者,从而实现高质的同时兼具性价比。

贯彻“三引三来”理念创新营销 中兴商业喜迎开门红

2024年元旦期间,中兴商业举办的“新年心潮音乐会”在沈阳盛大开幕,现场气氛热烈,吸引大批市民驻足观赏。“新年心潮音乐会”不仅为中兴商圈注入了别样活力,更激活了消费者的消费潜力。12月30日—1月1日,公司销售客流日均增长30%以上,实现新年“开门红”。

2023年以来,中兴商业贯彻“三引三来”营销策划理念,开展了各种形式多样的宣传活动,将商业与文化、餐饮、艺术、体育相融合,树立了独特的品牌形象,有效提升了公司核心竞争力。2024年中兴商业将继续践行“三引三来”的理念,创新营销,把握新零售机遇,奋进向前。

新年音乐会火爆开幕 元旦销售喜迎开门红

新年伊始,中兴商业继续践行“三引三来”的营销策划理念,以新颖的营销活动为消费者带来美好的消费体验。2024年元旦假期期间,中兴商业打造丰富跨年活动,吸引年轻人来玩,吸引全家人来逛,吸引全省人来看。

1月1日,中兴商业携手波司登品牌共同举办“新年心潮音乐会”,为现场观众带来别样的狂欢感受,吸引了大批市民和媒体前来关注。“新年心潮音乐会”不仅特别邀请唐朝乐队等多个乐队登台演唱,还以精彩的舞狮表演点燃现场气氛,给观众留下回味无穷的艺术享受。同时在音乐会上,波司登品牌为现场观众带来品牌时装秀表演,模特以时尚优雅的步伐、活力四射的姿态和充满自信的笑容,将新潮、前卫创意的服装风格,展示给辽沈消费者。

此外,元旦假期期间,中兴商业还举办了“中兴杯”第一届辽宁省青少年围棋大赛、安踏要疯篮球赛、FM98.6广播听众节暨主播见面会等活动,欢喜跨年。本次元旦活动为中兴商圈注入了不同的文体魅力,聚集人气、带动消费。元旦假期三天销售客流均双位数增长,业绩增势强劲,为2024年交上第一份亮眼成绩单。

而此前“寒冬不寒,想购就GO”沈阳市冬季促消费活动的举办,也进一步巩固沈阳消费市场增长态势,掀起冬季消费热潮,推动形成浓厚的“政府搭台、企业唱戏、市区联动、全民参与”的全城消费氛围,为沈城消费市场繁荣助力。

2023年以来,中兴商业始终坚持用独特的营销活动树立品牌形象,积极打造赛道经济,深度与文化、餐饮、艺术、体育相融合,组织策划各种大型活动、重大赛事等,力求为消费者创造更美好的消费环境和新的消费场景,激发消费热情。

除此之外,中兴商业始终不忘“取之于社会,回报于社会”的企业宗旨,积极参与公益事业,主动践行社会责任。2023年11月19日,“梦想照亮童年”——中兴X鸿画室小画家艺术作品义卖”活动在中兴商业方城隆重举行,辽宁省文旅协会会长张文元等多位社会各界爱心人士、企业精英,以及50名小画家受邀莅临活动现场。据了解,此次义卖活动共售出狮爱温暖包42个,共计金额15330元,所得款项将全部用于捐给困境儿童,赢得社会各界的广泛赞誉,实现社会效益、经济效益“双丰收”。

贯彻“三引三来”理念 多样创意营销汇聚人气

随着消费者需求的多元化、消费渠道和消费场景的丰富,

如何开展与之匹配的营销活动,凝聚客群,成为零售企业的重要课题。作为沈阳老牌零售龙头企业,中兴商业虽已有30多年的历史,但仍然锐意进取,勇立时代潮头。经过混改之后,公司更是大力推动市场化改革,探索新营销模式。

2023年,中兴商业拓宽思路创新营销,提出“三引三来”营销策划,将“吸引年轻人来玩,吸引全家人来逛,吸引全省人来看”作为营销工作的核心、方向和主线,不断尝试探索“商业+文化+体育”的营销模式,打造文化赛道、体育赛道,引进极具震撼力和影响力的活动赋能“赛道经济”。

在文化领域,中兴商业贯彻“以文促商、以文兴商、文商结合”的理念,大力开展形式多样的文化宣传活动。这些活动不仅提升了公司的文化品质和文化氛围,为公司吸引、积累年轻客群,有效提升公司市场竞争力;还使得流传千年的文艺产品、历史积淀更多地进入年轻人的视野,中兴商业以自己的方式为中国传统文化的传承、中华民族文化自信的崛起贡献力量。

2023年12月26日,由中国珠宝携手保利艺术博物馆共同举办的圆明园兽首全国巡展(沈阳站)活动在中兴商业方城隆重启幕,开幕当天吸引了众多市民到店参观欣赏。相关负责人介绍,此次兽首全国巡展活动沈阳站仅举办一场,选择中兴商业,就是看中公司深厚的文化底蕴和行业领军地位。

此前的11月份,中国高端女装一线品牌VGRASS全国首发的“云锦百万礼服”也空降中兴商业二楼商场进行巡展。据悉,本次展出礼服所采用的云锦织造技艺入选联合国

教科文组织《人类非物质文化遗产代表作名录》,也是中国最古老的织锦技艺,凸显出国潮礼服的东方优雅魅力。本次巡展,促成消费者与非遗的“零距离”接触,不仅为中兴商业文化赛道赋能,更使广大辽沈顾客在一睹云锦“真容”的基础上,进一步了解非遗云锦的文化内涵,真实感受非遗云锦的历史风采。

中兴商业在2023年10月3日举办的“第二届中国·辽宁河磨玉品鉴交流会暨中兴沈阳商业大厦辽宁河磨玉精品展”也深受辽沈消费者喜爱。据了解,该活动以“析木恒春”为主题,精选展出12000年前小孤山古人类文明遗址出土的斫研器,各种品类河磨玉精品原石,以及包括许亨、张清雷、李文卓在内的5位国字号大师的手精品玉雕作品。现场还安排了赌石切玉、免费鉴宝和量身定制手镯等活动,不仅让消费者更直观地感受到其中乐趣,更为藏友和河磨玉爱好者提供了一个交流分享经验的平台。

此外,中兴商业还举办过多次体育赛事。由辽宁省围棋协会主办、辽宁省围棋协会、沈阳市裕恒传媒有限公司承办,中兴商业协办的“中兴杯”2023年秋季围棋段位赛在2023年10月举行。本次段位赛吸引了众多沈阳籍的一流选手参赛,成就了沈阳围棋界的一次重大盛会。

2024年,中兴商业奋进的号角已经吹响。在新的一年里,中兴商业将继续围绕“三引三来”的营销策划思路,进一步激发企业的活力与动力,激活沈城消费动能,把握新时代的零售机遇,争取在新时代东北振兴和辽宁振兴中再立新功。

(CIS)