

海缆产业迎复苏 关键材料国产突破在望

证券时报记者 李小平

海缆被称为海洋经济的“隐形大动脉”，特别是海上风电领域，承担着海上清洁能源传送重任。今年，随着深海科技首次写入我国政府工作报告，海缆的重要性也将愈发凸显。

证券时报记者获悉，过去三年，受国内海上风电建设放缓影响，海缆产业在低谷中前行。部分国产海缆龙头企业顺势出海，与国际巨头同台竞技。不过，“十四五”的最后一年，低迷三

年的海缆产业迎来转机。

近日，多家海缆厂家及业内人士对证券时报记者表示，海上风电的招投标，正在变得多了起来，预计行业会再度上演 2021 年的抢装潮。

值得注意的是，海缆的关键原料绝缘料，供需关系正在悄然收紧。记者了解到，国内相关绝缘料企业，目前正在满负荷运转，并且正积极寻求超高压海缆料的国产替代，打破海外厂家的长期垄断。

1 绝缘料供应趋紧

“目前，国内海缆料（绝缘料）市场，供需关系趋紧，只能小量订购，大单不接。”近日，正在海外出差路上的郭海（化名），在电话中向记者吐槽，“目前，北欧化工和陶氏化学，在全球海缆超高压（110KV 以上）绝缘料中处于垄断地位，他们调整销售策略的目的，就是想趁机涨价。”

目前，国内能稳定供应海缆绝缘料的仅有万马股份，对于涨价预期，万马股份相关人士不予置评。不过，公司相关人士对记者表示，公司 4 万吨绝缘料生产线，如今正处于满负荷生产状态。2 万吨新增产能的设备已经送到车间，即将进入安装阶段。

电线电缆被称为国民经济的“血管”与“神经”，广泛应用于电力、轨道交通、海洋工程各个领域。数据显示，2023 年，我国电线电缆行业市场规达到 1.2 万亿元，预计 2027 年达到 1.6 万亿元。

郭海是国内某知名电缆企业副总裁，在电缆行业拥有近 20 年的从业经历，一直负责市场经营业务。此次出国，除了洽谈业务、拜访客户，另一项重要工作就是近距离了解海外电缆市场的供需情况。

超高压海缆料供应趋紧的背后，是海外海缆厂家的订单大爆发。郭海对记者称，“从我们的了解，以及一些机构的调查来看，今年和明年是全球海上风电建设大年。海外比国内会先一步显现，比如欧洲、北美市场，现在他们在手的

海缆订单，我估计未来 3—5 年都来不及做”。同时，国内某上市公司也对记者给出了相似的说法。

据了解，经历了前些年的增速放缓后，全球海上风电行业正在迎来新一轮扩张。投资增加和新项目审批浪潮，预计将推动海上风电行业向前发展，尤其要关注中国、欧洲和美国的发展。

近期，两项重磅级的海外电缆投资，在业界引起躁动。3 月 17 日，英国国家电网分别与韩国大韩电缆、希腊电缆签署了电缆系统框架协议。协议涵盖的项目总价值估计为 590 亿英镑（约合人民币 5537 亿元），计划在未来八年内开展超过 15 个海底和地下 HVDC 项目。今年 2 月，美国科技巨擘 Meta 也宣布，将启动一个跨越 5 万公里的全球海底电缆项目。初步估计该项目的成本约为 100 亿美元。

国际能源咨询机构睿咨得能源（Rystad Energy）最新研究报告显示，全球海上风电产业正经历深度调整后的复苏周期。据预测，2025 年全球新增装机容量有望突破 19GW，全产业链投资规模将攀升至 800 亿美元，两项核心指标均将刷新历史纪录。

为何海外海上风电放量？郭海的判断有两点：一是基于能源安全，二是双碳减排。“特别是能源安全，俄乌冲突爆发后，俄罗斯对欧盟的断气事件，使得全球各国，特别是欧盟认识到，必须大力发展清洁能源”。

2 国产海缆出海

海缆，作为海上风电的关键组成部分，其技术难度大，壁垒高，曾经一度被海外企业垄断。但近年来，随着国内电缆厂家不断创新，已经涌现出一批国产海缆厂家。

较陆缆而言，海缆的毛利率更高，这是电缆企业纷纷涉足海缆的重要原因。目前，国内从事电缆业务的上市公司中，包括中天科技、东方电缆、亨通光电、万马股份、宝胜股份、汉缆股份、太阳电缆、起帆电缆等，均涉足海缆产业链。

在海缆方面，主要有中天科技、东方电缆、亨通光电等三家企业。以东方电缆为例，该公司首根国产化大长度海洋脐带缆于 2018 年实现交付，这使得公司成为世界上少数几家具备全套脐带缆测试装备能力的供应商。

从 2018 年公司在该领域重大突破，到 2021 年全行业抢装，再到近几年海上风电投资退潮，东方电缆的相关收入都有明显反映。

数据显示，2018 年，东方电缆的海缆系统实现营业收入 10.72 亿元，当年增幅高达 802.61%。到 2021 年，该公司在海缆系统实现收入 40.82 亿元，同比增长 50.21%。也是在 2021 年，公司业绩在海缆高毛利的推动下，净利润达到历史最高值 11.89 亿元。

不过，在 2022 年和 2023 年，由于国内海上风电装机的进度不及预期，东方电缆海缆系统的收入分别为 22.4 亿元和 27.66 亿元，远低于 2021 年的历史高峰。2024 年上半年，公司海缆系统及海洋工程营业收入合计 17.69 亿元，同比下降 5.01%。其中，海缆系统平均毛利率约 40%，陆缆系统平均毛利率约 10%。

过去几年，电缆行业在增速放缓的背景之下，国内厂家纷纷选择出海，包括参与境外项目招投标、投资设厂以及收购境外电缆厂。

比如说，2022 年，东方电缆在荷兰设立了全资子公司，参与欧洲海上风电项目角逐。中天科技 2024 年半年报显示，公司海缆国际市场开拓取得新进展，相继中标中东和亚洲中压油气大长度供货项目、多个欧洲地区高压和中压电力互联项目。2024 年以来，亨通光电中标了克罗地亚中压海缆项目、冰岛 VMJ 海缆项目等海洋能源项目。

“现在，大家都在出海，都在走出去。”东方电缆相关负责人对记者表示，目前，公司尚未在海外设立生产基地。但是，公司在逐步推进国际化战略，目前也有在海外设立生产基地的考虑。但最终能否落地，要看海外市场情况，需要进行实际调研。



3 预期迎来复苏

从近期记者对产业链采访来看，国内海上风电行业在经历长达三年的调整后，有望在今年迎来复苏。

“随着全球能源转型步伐的加快，以及海上风电市场更多国家的加入，全球海上风电装机规模仍将保持较快增长。”亨通光电相关负责人对记者称，“海上风电市场的快速发展，将会持续拉动海缆的需求。”

东方电缆相关负责人也对记者表示，海洋资源的开发，离不开海缆的支持。2025 年的政府工作报告，首次明确提出了深海科技，将为海洋经济的未来发展带来强有力的保障。从今年行业的情况来看，2025 年“十四五”规划的最后一年，一般来说，一些项目会进行集中开发建设，海上风电并网的数据，较前些年会有所增

长，行业前景会趋好。

中金公司研究数据显示，2021 年，在政府补贴政策的刺激之下，我国海上风电出现爆发式增长，全年海上风电新增装机容量 14GW。但是，抢装潮后，国内海上风电新增装机容量下滑，2022 年 5GW、2023 年 7GW、2024 年 6GW。而“十四五”规划，海上风电新增装机容量的目标为 60GW。

目前海上实际装机容量与“十四五”规划目标差额较大，产业链普遍对 2025 年持乐观态势。同时，记者还注意到，券商研报普遍预计 2025 年海上风电新增装机量在 10GW 以上。

“海上风电项目从前期规划，到业主方招标，需要一个循序渐进的过程，涉及整机厂商、海缆、塔筒等整个产业链。”国内一家知名电缆



杭州某电缆厂员工深夜还在加班。 李小平/摄

厂家相关负责人对记者称，“从我们自身感觉来看，2024 年下半年以来，行业招标慢慢多了起来。”

与之呼应的是，相关企业近期陆续收到正式中标通知。3 月 22 日，东方电缆公告称，公司陆续收到中标通知书，确认公司为海陆缆项目中标人，合计中标金额约 21.46 亿元；亨通光电 3 月 21 日公告，公司及子公司多家，陆续收到项目《中标通知书》或签署项目合同，确认中标国内外海洋能源项目，中标总金额为 11.33 亿元；3 月 21 日，万马股份官微发布消息，公司连续中标南方电网主网配网多标段项目，斩获亿元级订单。

“其实，不单单是 2025 年，我们对行业未来是很乐观的。从全球范围来看，欧盟、中东、东南亚等地，也都非常重视海上风电建设。”上述国内知名电缆厂家说，“据说有些海外友商，未来几年产能已经排满。所以从全球市场来说，我们肯定会去参与竞争。”

4 寻求国产突破

作为全球电缆生产大国，我国海缆虽已实现国产化生产，且远销海外。但是，超高压海缆的关键材料，至今还受制于人。

据了解，电线电缆（陆缆、海缆）的原材料，包括铜、铝、铝等金属材料以及绝缘材料、屏蔽料等。目前，我国超高压电缆用绝缘料、屏蔽料等仍存在“卡脖子”现象。

从绝缘料的供应来看，海外方面，北欧化工、陶氏化学是行业龙头，特别是在超高压绝缘料方面，长期处于全球垄断，且至今未打破。国内方面，目前拥有超高压电缆用绝缘料生产线的企业包括万马股份、汉缆股份、德威新材、燕山石化等。

就国产海缆绝缘料相关事项，证券时报记者致电上述一家企业，但该公司相关负责人以“做得不好”为由，拒绝了记者的采访。

能生产海缆绝缘料，却不代表能稳定供应。据了解，上述国内可生产海缆绝缘料厂家中，万马股份是国内仅有能稳定且批量外供的厂家。

“目前，公司 110KV 以下的海缆绝缘料，在

稳定向市场供应。110—220KV 以上海缆绝缘料，目前在积极寻求国产突破。”万马股份相关负责人对记者称，“绝缘料是海缆生产的关键材料，决定着电能传输的安全性、稳定性。一旦发生事故，事关项目的成败。所以，即便是低压绝缘料，需要经过示范项目应用，检验以后，才会得到大规模使用。”

绝缘料是电缆的关键原料之一，在成本占比中，绝缘料占陆缆 3%—5%，占海缆不足 1%。绝缘料的重要性以及较低的成本占比，使得海缆项目建设公司在电缆材料的选择上，不敢轻易拿自家项目做示范验证，而是倾向于国外厂家。因此，至今国内超高压绝缘料市场，依旧被外国企业垄断。

“不管是陆缆，还是海缆，绝缘料的国产替代，都需要经历示范项目验证，从低压到高压都要验证，都要有成功的工艺与项目示范验证，才能逐渐被认可，替代。”万马股份相关负责人称，“示范项目的验证，往往需要 1—2 年时间。比如说，我们公司陆缆绝缘料，从 2012 年首个示范项目应用，到 220KV 超高压稳定供应，前后花费了

将近 10 年。其间（2015、2018 年），国内绝缘料市场发生了两次供应危机，倒逼产业方在示范项目试用国产绝缘料。”

目前，我国的海洋经济走向深海，驶向蔚蓝，势必会加大超高压海缆的使用量，因此，自主可控的关键材料供应，对于我国海洋经济的发展具有重要意义。

值得一提的是，国产超高压海缆绝缘料苦于得不到示范项目应用的情况，有望得到改善。2025 年政府工作报告明确指出，开展新技术新产品新场景大规模应用示范行动，推动深海科技等新兴产业安全健康发展。

万马股份相关负责人称，近年来各方面的研究机构对国产绝缘料比对外国材料，进行了全面分析，并发表了各种研究文章。数据检测显示，国产材料与进口材料，只是存在一些指标数据的差别，是各制造商在产品与应用场景方面对技术工艺理解不同，各有优缺点，不能简单的理解为差距。当前国内已经投运的多个超高压示范项目也充分证明了这一点。如果能在海风项目示范工程（220KV 超高压以上）成功完成应用验证，将会有利于加速打破国外企业长期垄断的局面。

中兴商业2024年商品销售总额近31亿 区域零售龙头持续增强投资者回报

3 月 28 日，中兴商业（000715.SZ）发布 2024 年年度报告。报告期内，公司全年实现商品销售总额 30.88 亿元，在行业中展现出较强的经营活力和韧性；实现利润总额 1.36 亿元，较上期有所下降，主要是由于员工持股计划费用增加，剔除特殊因素影响后，利润总额同比上升 2.45%。公司在经营方面多措并举，降本增效成效显著。报告期末，公司总资产 26.59 亿元，同比增加 3.51%；归属于上市公司股东净资产 19.28 亿元，同比增加 5.56%。

此外，公司披露 2024 年度利润分配及资本公积金转增股本预案，拟每 10 股转增 3 股派 1.00 元（含税），合计派发现金红利 4157.19 万元，占 2024 年度归母净利润的 41.41%，体现了公司良好的盈利能力和对股东的积极回报。

2024 年，我国经济基本面持续向好，推动经济回升向好的积极因素累积增加，消费偏好向平价化、线上化转变，零售商业迎来了新的转型发展机遇。中兴商业秉承“三个有利”企业价值观，以“求新务实，保质增量”为工作目标，面对机遇与挑战主动求变，塑造企业新优势，积极探索创新商业模式及营销赛道，探索线上运营新模式，展现出区域龙头较强的市场适应性。

“三引三来”创新营销引客流 发力线上拓宽渠道助增长

2024 年，中兴商业的创新营销策略取得了良

好成效，公司提出“三引三来”营销策略，以“吸引年轻人来玩，吸引全家人来逛，吸引全省人来买”为营销目的，成功转变固有营销观念，打破传统思维模式。公司积极探索商业导流引流的新模式和新方法，不再局限于传统的打折让利促销方式，而是通过内容营销产生黏性，进而带来流量的持续提升，有效拉动了销售增长。这种创新的营销策略提升了商圈知名度，增强了与消费者之间的互动和黏性，为长期发展奠定了坚实的基础。

近年来，电商兴起推动消费者购物习惯向线上迁移。据国家统计局数据，经初步核算，2024 年我国社会消费品零售总额达 48.79 万亿元，同比增长 3.5%；全国网上零售额为 15.52 万亿元，同比增长 7.2%。其中，网上实物商品零售额占社会消费品零售总额的比重为 26.8%，线上购物对于国民消费的重要性日益提升。

中兴商业敏锐地察觉到线上渠道的巨大潜力，2024 年积极发力线上业务，拓宽销售渠道促进增长。公司强化短视频内容建设，通过宣传企业文化，助力品牌推广，提升了品牌的影响力和美誉度。同时，公司推进抖音店铺迭代升级，稳固了美妆品类的运营优势，积极探索线上运营新模式。此外，公司强化“中兴大厦+”小程序的线上运维，以服务会员、增强黏性为重点，开发新功能，策划新活动，实现了线上线下互联互通，为品牌导流，为销售助力。

与此同时，公司持续深化数字化建设，不断提升数字化运营能力，促进消费转化。公司升级 CRM、ERP 业务系统及硬件基础设施，增强系统安全性和稳定性，丰富数字支付手段，逐步构建“数据驱动、全渠道协同、敏捷响应”的数字化运营能力。

通过加大线上渠道的拓展力度，推动数字化升级赋能，中兴商业为消费者带来了更加便捷的购物体验，有效提升线上渠道流量，实现了线上线下的良性互动，为线下持续引流，强化了企业的商业竞争力。

精细化管理提高会员黏性 “好感化”服务优化企业形象

对于零售商业来说，稳定的客流是企业持续发展的关键。中兴商业深刻认识到，通过优质的会员制度和贴心的服务，可有效提高会员的黏性，为商圈引流，提升企业的整体形象和市场竞争。

中兴商业高度重视会员管理，通过精细化管理不断提升会员服务质量和体验。公司以打通品牌、打通上下、打通个体、打通异业“四个打通”为切入点，联动品牌资源，拓展异业资源，搭建交流平台，强化与会员的情感链接。

公司持续优化“金领结”会员服务体系，通过丰富会员权益内容、提升服务标准以及拓宽服务功能，为会员提供更具尊崇感和价值感的

体验。同时，公司进一步优化会员系统，完善标签体系建设，实现社群运营和精准营销。通过开展“走出去请进来”活动，公司积极展示了良好的企业形象，并精准吸纳新会员，充实会员队伍，会员精细化管理与运营水平大幅提升。

在服务方面，中兴商业以“好感化”服务为核心，不断提升服务意识，优化服务流程，提升服务品质。公司通过开展“十大服务专家”评选活动，树立了行业内的标杆榜样，以点带面推动全员服务意识的提升，优化服务流程，进一步提高服务品质，塑造了公司独特的竞争软实力。目前，中兴服务已经成为行业内的典范，为企业的持续发展注入了强大动力。通过精细会员管理和“好感化”服务，中兴商业提升了企业的形象和口碑，增强了消费者的忠诚度和满意度，为企业在激烈的市场竞争中赢得优势。

积极推动业态融合发展 多元化场景激发市场活力

2024 年以来，政府陆续发布促消费政策，将“提振消费”列为重点工作。与此同时，随着消费需求日益多样化、个性化，创新业态、提升购物体验成为零售商业激发消费潜力的有效路径。

在快速变化的消费市场中，中兴商业成功预判行业趋势，抢占市场风口，站在了零售商业转型

升级的前沿。通过灵活应对市场变化，中兴商业抓住政策红利，还精准契合了消费者需求的转变。

中兴商业提前布局，积极推动业态融合发展，吸引了大量消费者。公司以优化品类布局、丰富业态功能为重点，全力打造主力店、形象店、旗舰店和首店概念，实现了品牌集合优化和时尚度提升。公司坚持“面对品牌抓王牌”，与众多优秀品牌建立合作，全方位培育、扶持品牌做大做强，多个品牌销售位居全市、全省乃至全国前列。

同时，公司通过整合资源、开展异业互动，推动了恐龙博物馆项目的落地，首创“商业+博物馆”新复合业态，并积极探索打造全新的运营场景，全面激活了客流的平面动线和立体动线。通过业态和商业模式的创新，公司为消费者创造了更多元化的消费场景，培育出消费市场的新增长点。

在业态融合深入、数字化加速发展的行业趋势下，中兴商业将依托方大集团优势，持续深化业务结构升级，优化运营模式。

公司预计 2025 年度实现商品销售总额 32.89 亿元，较 2024 年度增长 6.50%。2025 年，公司将围绕“转变思想，更新观念，创新工作，勇于担当”的工作重点，精细会员管理，持续创新营销方式，适时调整优化业态布局，并加快“数智化”进程，深化线上线下融合，优化会员管理与服务品质，向着成为沈阳市乃至东北地区区域龙头零售企业的目标大步迈进。（CIS）