证券代码:603628 证券简称:清源股份 公告编号:2018-058

清源科技(厦门)股份有限公司 关于2018年半年度报告的事后审核问询函的回复公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

清源科技(厦门)股份有限公司(以下简称“公司”)于2018年9月7日收到上海证券交易所《关于对清源科技(厦门)股份有限公司2018年半年度报告的事后审核问询函》(上证公函[2018]2466号,以下简称“问询函”)。公司收到《问询函》后高度重视,根据上海证券交易所的要求,认真分析和核查,对《问询函》所关注的事项逐一回复,同时对2018年半年度报告作了相应修订,并予以披露。回复具体内容如下:

一、关于公司主营业务经营情况

问题1.光伏支架业务。半年报显示,公司光伏支架业务实现营业收入2.48 亿元,同比增长39.53%,主要由于海外销售收入增加迅速。请公司补充披露:(1)来自不同国家的销售收入、成本、毛利率以及同比增减变动情况;(2)结合目标市场的行业竞争情况、市场容量、行业发展、公司核心竞争力等方面对公司业务收入变动予以具体分析;(3)光伏支架业务的具体的生产、销售、运输方式,如不同国家存在差异请予以分别披露。

公司回复:

(一)公司光伏支架业务按销售国际/地区分类的销售收入、销售成本、毛利率情况如下:

1、销售收入及销售成本

销售国家/地区	销售收入			销售成本		
	2018年上半年	2017年上半年	变动幅度	2018年上半年	2017年上半年	变动幅度
澳洲	12,178.24	7,469.79	63.03%	9,524.48	5,297.60	79.79%
日本	7,333.02	4,273.74	71.58%	5,593.00	2,991.77	86.95%
欧洲	192.37	109.70	75.37%	176.24	86.01	104.91%
中国	2,126.94	5,386.20	-60.51%	1,564.92	4,439.90	-64.75%
东南亚	2,477.08	183.97	1,246.43%	1,994.70	159.31	1,152.05%
其他	493.43	350.89	40.62%	357.25	296.62	20.44%
合计	24,801.09	17,774.29	39.53%	19,210.59	13,271.21	44.75%

单位:万元

2、毛利率

销售国家/地区	毛利率		
	2018年上半年	2017年上半年	变动幅度
澳洲	21.79%	29.08%	减少7.29个百分点
日本	23.73%	30.00%	减少6.27个百分点
欧洲	8.39%	21.60%	减少13.21个百分点
中国	26.42%	17.57%	增加8.85个百分点
东南亚	19.47%	13.40%	增加6.07个百分点
其他	27.60%	15.47%	增加12.13个百分点
合计	22.54%	25.33%	减少2.79个百分点

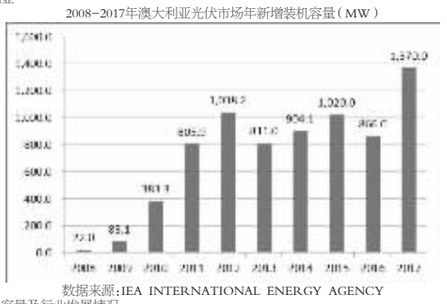
报告期内,澳大利亚和日本是公司光伏支架销售的主要市场,2018年上半年销售收入分别比去年同期增长了63.03%和71.58%,但受原材料价格上涨及外汇汇率变动影响,这两个国家的销售毛利率较去年同期分别下降了7.29个百分点和16.27个百分点;公司抓住东南亚地区光伏市场快速发展的大好机会,加强了东南亚地区的产品销售渠道的开拓,东南亚地区2018年上半年销售收入比去年同期增长了1,246.43%,毛利率也较去年同期增长了6.07个百分点;由于国内支架业务的回款较慢,公司为提高盈利水平和改善现金流,适度控制了国内光伏支架生产、销售规模,国内光伏支架业务收入去年同期下降了60.51%。

(二)公司光伏支架业务不同销售国家/地区的行业竞争情况、市场容量、行业发展、公司核心竞争力等因素对公司光伏支架业务变动的影响分析如下:

2018年上半年,公司光伏支架业务的销售收入主要来自澳大利亚、日本、东南亚、中国四个国家和地区,分别占光伏支架销售收入的49.10%、29.57%、9.99%及8.58%。以上四个国家和地区的光伏行业竞争情况、市场容量、行业发展、公司核心竞争力等情况及其对公司业务收入的影响如下:

1、澳大利亚

2008-2017年澳大利亚光伏市场年新增装机容量(MW)



数据来源:IEA INTERNATIONAL ENERGY AGENCY

(1)市场容量及行业发展情况

2009年8月,澳洲政府提出可再生能源计划,提出到2020年可再生能源(太阳能、风能、地热能等)发电占总能源发电的比例由之前的8%提升至20%。基于前述计划的推行,2008年-2012年澳洲光伏市场的年新增装机容量由22.0MW 迅速提升至1.04GW,2013年以来,由于澳洲市场光伏补贴政策出现调整,澳洲市场规模有所下降, 2013年-2016年的新增装机容量分别为811.0MW、904.10MW、1.02GW及866MW。2017年,由于澳大利亚本土煤炭、天然气供应都出现了紧缩,从而带动电价持续攀升,加上商业用户需求的增加,2017年澳大利亚新增装机容量创历史最高纪录。澳大利亚最新的光伏报告显示,截止到2017 年底,澳大利亚光伏2017年新增光伏装机容量1.37GW,比2016年增长57%,累计装机容量超过7.2GW。预计2018年澳大利亚光伏新增装机容量可能超过3.5GW,是2017年光伏新增装机容量的三倍。

经过多年发展,公司的光伏支架产品在澳洲市场取得较好的行业口碑及市场地位。公司光伏支架业务在2017年增长迅速,并在2018年继续保持增长。2018年上半年,公司澳大利亚光伏支架销售收入达12,178.24万元,比去年同期增长63.03%,与澳大利亚光伏市场增长趋势一致。毛利率方面,一方面,公司销往澳大利亚市场的光伏支架产品的原材料以铝型材为主, 2018年上半年国内铝型材价格同比上升4.75%,导致销售成本上升;另一方面,公司澳大利亚地区销售收入使用澳币结算,而2018年上半年澳币兑人民币平均汇率较去年同期下降4.91个百分点,因此2018年澳大利亚地区销售毛利率较去年同期下降7.29个百分点。

(2)行业竞争情况及公司核心竞争力:

先发优势:2008年始,澳洲政府出台了对民用分布式光伏市场电价补贴政策,导致澳洲民用光伏市场快速增长,且澳洲市场基本没有本地的光伏支架生产厂商,光伏支架供应商主要为欧美厂商,产品售价较高。公司进入澳大利亚市场的时间早,2009年公司凭借着本土化技术、销售和服务团队以及高品质的产品,打造了“国际市场+本地化服务+中国制造”的商业模式,迅速占领了澳洲市场。

技术优势:公司拥有完整的研发技术团队和研发体系,能够有效跟踪全球客户需求和技术发展趋势,公司立足于技术创新,已形成了完整的研发体系,组建了具有丰富经验的研发队伍,截至2018年6月30日,公司有各类研发技术人员94人,占公司总人数的17%。与同行业公司相比,公司在技术方面的核心优势在于澳洲配备研发工程师及技术服务工程师, 当地工程师更熟悉当地建筑标准和规范及光伏发电建设标准和规范,可为客户研发符合当地标准及规范的产品。

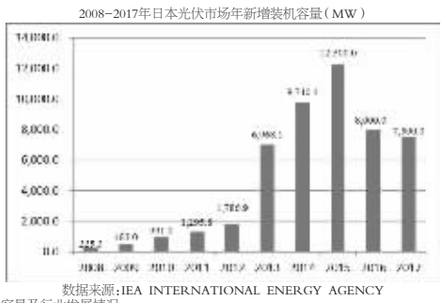
服务优势:与当地同行业企业相比,公司产品在中国生产,具有低成本优势;与国内同行业企业相比,国内公司在大多只在国内进行销售和服务,而公司的优势在于,公司在当地设立子公司,聘请了解当地市场行情和客户需求的当地员工,澳洲子公司员工十余人,80%以上为当地员工,当地员工深入了解当地标准及规范及客户需求,为客户提供“售前方案设计服务+售后安装技术支持服务+光伏支架产品”的一整套光伏电站建设解决方案,附加价值较其他同行业公司高。

产品优势:公司在澳洲销售的光伏支架产品线齐全,适用范围广泛,既有应用于瓷瓦、平瓦、沥青瓦、各式彩钢瓦屋顶类型的产品的屋顶光伏支架产品;又有应用于非穿透性屋顶的SM及SMP系列光伏支架产品。除此之外, 还有SolarMatrixPRO, SolarTripod等适用于工商业水泥平屋顶的产品及STII-A, STIII-A, PostMount、Carport等地面产品。

公司在澳大利亚市场取得成功后,众多国内光伏支架企业进入澳大利亚市场,竞争较为激烈,毛利率水平有所下降。公司在澳大利亚光伏支架市场多年的经验和耕耘,获得了较高的市场份额和声誉。2017年澳大利亚市场新增装机容量创历史新高, 公司也积极根据市场发展趋势加强销售力度,2018年上半年销售收入也因此大幅提升。

2、日本

2008-2017年日本光伏市场年新增装机容量(MW)



数据来源:IEA INTERNATIONAL ENERGY AGENCY

(1)市场容量及行业发展情况

日本是光伏应用最早的国家之一,在2004年施罗德政府颁布《可再生能源法》推动德国成为最大光伏市场以前,日本一直是最大的光伏应用国,国民环保意识较强,在没有政策且光伏组件价格非常高的情况下就开始应用太阳能发电了。但光伏行业真正在全球范围大规模推广之后,日本政府却一直没有什么动作,被德国反超。2011年3月,经历大地震引发“福岛核事故”之后,日本政府和民众开始更加重视发展光伏等安全的清洁能源,减少对核能的依赖。2012财年,METI通过“支持引进住宅光伏系统的补贴措施”、“可再生能源上网电价补贴政策(FIT)”等措施来推动光伏电站在家用住宅和工商企业屋顶的普及。日本在2012年7月实施固定价格收购制度以后,光伏发电迅速普及。新增装机容量由2012年1,786.9MW增加到2015年12.3GW,位居全球第二,2016年开始,受FIT(可再生能源固定价格收购制度)价格持续下调的影响,日本居民屋顶光伏热稍有降温, 新增装机容量有所下降,2016-2017年日本市场新增光伏装机容量分别为8.0GW及7.5GW。2018年,日本市场预计装机容量在6-7.5GW 之间,其中居民屋顶光伏的复苏将占很大比例,主要原因是政府加强对锂电池储能系统应用的部署以及大力倡导零能耗住宅方案。

2018年以前,公司在日本市场聚焦于高端产品市场,采取高毛利定价政策,在激烈的市场竞争之下近两年市场份额不敌人出现下滑迹象。2018年,公司在对日本市场和客户进行分析模底之后,采取了两项措施来加强日本市场销售业务,一是降低了对日本客户销售的基准价格,二是给予长期合作、信用良好的客户更长账期。通过对日本市场销售政策的调整,公司更好的支持了客户市场开拓和项目实施;正是由于客户业务扩张,导致向公司采购金额大增,使得2018年公司日本市场出现了逆势增长。

公司在日本的市场活动从2011年开始,通过8年的努力,获取和培养了一批长期合作的忠诚客户。立足于长期而坚实的合作关系,公司根据市场情况和客户需求不断调整和修正销售政策,既保证了公司利益最大化也满足了客户诉求,实现了客我双赢和可持续增长之道。2018年公司日本业务的增长,正是这种情况的反映, 增长趋势预期在未来得以维持。2018年上半年日本地区收入光伏支架销售收入较去年同期增加3,059.28万元,增长71.58%。毛利率方面,一方面,公司销往日本市场产品的主要原材料为铝型材及碳钢结构件,2018年上半年铝型材、碳钢价格分别较去年同期上升4.75%及18.31%,导致销售成本大幅增加;另一方面,日本地区销售收入主要以美元及日元结算,2018年上半年,美元兑人民币较去年同期下降6.75%、日币对人民币汇率下降4.03%,受以上因素影响,日本市场销售毛利率下降6.27个百分点。

(2)行业竞争情况及公司核心竞争力

先发优势:公司制定了国际化战略,持续跟踪日本光伏发电市场,较早地发现了日本市场的发展潜力,2011年便组建了日本当地的本土化技术、销售和团队,积极跟踪市场动态,2012年作为参加日本光伏展的三家支架厂商之一,奠定了销售的先机。

技术优势及本地化服务优势:相比国内同行业公司,公司的核心优势在于公司本地化的产品研发及本地化的服务。公司在日本设立子公司,聘请十余名员工,全部为当地员工,当地员工基于日本的特殊地理环境和建筑要求,设计出符合适用于当地地理环境(多地震、风压大、雪载高等)且实用便捷且光伏支架产品;同时,当地的服务团队深入跟踪客户需求,为客户提供售前、售中技术咨询及售后服务,满足了日本市场对高品质、高服务的要求。

2015年开始,日本市场竞争参与者增多,公司凭借本地化管理和销售团队,并不断对产品进行改良和创新,提供优质的产品服务,在维护原有大客户的基础上,逐渐丰富和开拓新客户,日本地区收入较去年同期增加3,059.27万元。

3、东南亚(主要为越南及泰国)

(1)市场容量及行业发展情况

越南:越南太阳能年日照时同2,000-2,500小时,太阳能资源丰富。近年来,实施经济改革的越南经济高速增长,带动全国用电量迅速攀升,然而,越南电力基础设施质量不高,电力短缺的现象仍较为突出。越南政府于2011年批准了“国家电力发展第七规划(2011-2030)”,2017年9月,越南工贸部发布有关光伏发电政策规定的通知,通知规定了光伏电力并入国家电网的价格及收购期限并出台一系列支持光伏发电项目的优惠政策。越南光伏市场自2017年FIT政策释出以来一跃成为东南亚最火热市场,吸引众多海外投资商、开发商、承包组件商纷纷投资。

2018年,公司积极拓展越南光伏市场,发挥现有优势,以过硬的产品质量、专业的设计和以客户为导向的服务精神赢得了客户及越南市场的认可,2018年上半年实现销售收入1,315.64万元,为公司拓展新兴市场打下了坚实的基础。

泰国:泰国地处东南亚地区,光照充足、太阳能资源丰富的国家。另外,泰国地处东南亚心脏,经济增长迅速,电力需求量在过去十年间以每年约770MW的幅度增长,但大部分都依赖于进口。泰国整个国家的电力供应中,70%的电力供应为天然气,另外煤炭占20%,可再生能源风电、水电、太阳能等仅占8%,可再生能源发展潜力较大。2013年,泰国国家能源政策委员会已批准FIT补贴,补贴的期限为25年。在泰国政府的推动下,泰国光伏市场发展迅速,2016年新增装机容量达726MW,2017年泰国新增装机容量为251MW。

公司2018年继续凭借优良的产品质量、优质的客户服务、本土化的营销模式、积极开拓泰国市场,2018年上半年实现销售收入738.71万元。

(2)行业竞争情况及公司核心竞争力

公司持续关注东南亚市场的市场发展动态,2015年开始在泰国曼谷、新加坡均设立了子公司,并组建了技术、服务及销售团队,公司通过“国际市场+本地化服务+中国制造”的模式在东南亚市场为当地客户提供过质优价廉的产品及优质的售前、售中、售后的本地化服务,打造了公司的核心竞争力。

4、中国

2008-2017年中国光伏市场年新增装机容量(MW)

数据来源:IEA INTERNATIONAL ENERGY AGENCY

(1)行业发展情况及市场容量

中国光伏发电市场起步较晚,2008年我国光伏发电新增装机容量占全球市场份额仅0.60%。2013年以来,随着国家对光伏发电支持政策陆续出台,特别是2013年8月,国家发改委颁布了《关于发挥价格杠杆作用促进光伏产业健康发展的通知》,明确了光伏发电项目自投入运营起执行标杆上网电价或电价补贴标准,投资光伏电站可以取得较好投资收益,我国光伏发电行业快速发展。2013-2017年,中国光伏新增装机容量分别从10.9GW 迅速增加至53.0GW,新增装机容量连续五年全球第一。

另一方面,随着技术不断革新,光伏发电成本也一直不断下降,从2013年至今已从8元/瓦已降至 5 元/瓦的水平,光伏发电度电成本降至 0.5-0.7 元/千瓦时,已低于东部部分地区工商业用电价,具备一定竞争能力。政府因此也逐年下调光伏发电补贴标准,2017年12月及2018年5月,国家发改委公布了《国家发展改革委关于2018年光伏发电项目价格政策的通知》及《关于2018年光伏发电有关事项的通知》(以下简称“531光伏新政”),两次下调光伏电站标杆上网电价及采用“自发自用、余电上网”模式的分布式光伏发电项目的补贴标准,两次下调后,Ⅰ类、Ⅱ类、Ⅲ类资源区标杆上网电价分别调整为每千瓦时0.5元、0.6元、0.7元(含税),采用“自发自用、余电上网”模式的分布式光伏发电项目补贴标准调整为每千瓦时0.32元(含税)。“531光伏新政” 同时规定暂不安排2018年普通光伏电站建设规模, 且2018年安排1000万千瓦左右 (即10GW)规模用于支持分布式光伏项目建设。531光伏新政的出台,适当调低需要补贴的新增建设规模,从长远看来将有利于缓解财政补贴压力,避免形成系统性风险,实现光伏行业优胜劣汰,加速淘汰落后产能,促进行业资源向优质企业集中,进一步巩固光伏产业在全球的领先地位,培育一批世界级光伏制造领军企业,但短期内补贴下调政策将使得行业需求下滑,产能过剩,投资收益率下降。2018年上半年,公司国内光伏支架业务下滑,国内光伏支架销售收入为2,126.94万元,比去年同期下降60.51%。主要原因为公司为提高盈利水平,增强公司现金流,对国内支架销售业务采取收缩战略,主动减少国内光伏支架销售。国内光伏支架业务的收缩政策是暂时的,公司每年年底制定第二年的经营计划及预算规划并于每年年中根据实际情况进行调整。公司会主动挑选付款条件好、有较强偿付能力的客户,同时,根据政策的变化及时调整公司的经营计划及资源投入。

(2)行业竞争情况及公司核心竞争力:

公司是国内第一批研发、生产及销售专业光伏支架产品的企业,成立10年来,已开发了用于地面、屋顶等12大类36项总计超过两百余款的系统和配件的光伏支架产品,已连续5年获得 PVP365评选的“中国光伏支架企业20强”及“光能杯最放心支架企业”等大奖。公司的光伏支架安装方案和产品拥有多项国内外先进技术专利,并通过德国TÜV、中国CQC、欧盟CE认证等专业机构的认证,受到国内市场客户的青睐。

(三)光伏支架业务的具体的生产、销售、运输方式

1、生产模式

公司光伏支架产品均在国内生产,生产模式不因为销售国家的不同而不同。公司为客户提供标准化、半标准化和定制化的光伏支架产品。标准化产品公司根据销售订单、订单预测及备货情况进行滚动销售;半标准化产品根据合同的约定或客户的要求进行生产销售;定制化产品根据客户的设计要求,公司进行开模打样生产后,进行销售并按客户的要求组织发货。客户接收产品,公司根据订单或合同约定进行收款。

2、销售模式

(1)国内销售模式

公司国内销售采取直销模式。公司直接将半标准化和定制化的光伏支架产品销售给EPC承包商、安装商、电力投资公司等客户。公司将产品交付后,产品的风险和报酬即转移给客户。

(2)境外销售模式

公司境外销售分为两种方式,一种是公司自行销售方式;一种是通过境外子公司进行销售的方式。

(a) 公司自行销售模式,主要是通过厦门母公司直接销售,根据合同约定,通过FOB、CIF或DDP方式发往至日本市场、东南亚市场等海外市场客户。公司将产品交付后,产品的风险和报酬即转移给客户。

(b)通过境外子公司进行销售的方式。对于澳洲和欧洲市场,公司在当地设立了全资子公司专门负责本地区的销售,主要通过对经销商采取买断式经销模式,采用买断式经销模式,产品所有权和相关风险随着产品控制权的转移而转移给经销商,公司无需考虑产品再销售业务,显著降低了运营成本和资金风险;同时目标客户和目标市场明确,也便于有针对性的制定和开展营销策略,维护销售渠道。公司从业务起步阶段就充分考虑到买断式经销模式的优点,制定了相关销售政策,对所有境外子公司和分支结构合作的经销商执行相同政策。公司将产品交付后,便不再继续对产品进行管理和控制,产品的风险和报酬即转移给经销商。

3、运输模式

公司在厦门及天津各有1个光伏支架生产基地, 公司销售到国内的光伏支架产品均采取陆运方式从公司的生产基地发货到客户仓库或项目现场。公司销售到境外的光伏支架产品采取海运和陆运结合方式运输:①通过陆运方式,将货物从生产基地运输到港口;②从港口通过海运方式发货到子公司境外仓库、客户仓库或项目现场;③公司境外子公司通过陆运方式从子公司境外仓库发货至客户仓库或项目现场。

公司通过海运方式以FOB、CIF、DDP等贸易结算方式与海外客户进行结算。采用FOB结算方式的运费是由客户直接支付承担;采用CIF和DDP结算方式的运费是由公司垫付后再向客户收取,最终是客户承担运费。公司境外子公司通过陆运方式从子公司境外仓库发货至客户指定地点,该运费也是先由境外子公司垫付后再向客户收回。因此,海外支架销售大幅增长,而海外运费并没有增长。与境外支架销售不同,公司国内光伏支架产品业务主要由公司承担运费,2018年上半年公司国内光伏支架业务比去年同期下降60.51%,相应国内运费下降了43.76%。

问题2.光伏电站开发及建设业务。半年报显示,公司光伏电站开发及建设业务实现营业收入 0.89 亿元,同比下降 52.76%,请公司:(1)按照工程收入和转让收入,并结合具体国别补充披露相关销售收入、成本、毛利率以及同比增减变动情况,并予以必要的分析;(2)结合目标市场的相关政策、市场竞争、行业发展、公司核心竞争力、具体的销售及盈利模式,分析本年度公司业务收入下滑的原因。

公司回复:

(一)公司的光伏电站开发及建设业务相关销售收入、成本、毛利率以及同比增减变动情况

截至2018年上半年,公司光伏电站开发及建设业务全部在国内开展,其他国家和地区尚未实现相关业务收入。公司按照光伏电站工程收入、光伏电站转让收入、光伏电站发电收入分类的销售收入、成本、毛利率以及同比增减变动情况如下:

1、销售收入及销售成本

单位:万元

光伏电站开发及建设业务收入分类	销售收入			销售成本		
	2018年上半年	2017年上半年	变动幅度	2018年上半年	2017年上半年	变动幅度
光伏电站工程收入	2,843.64	17,592.36	-83.84%	2,918.12	15,444.09	-81.11%
光伏电站转让收入	-	-	-	-	-	-
光伏电站发电收入	6,043.85	1,219.41	395.64%	2,143.99	391.87	447.11%
合计	8,887.50	18,811.77	-52.76%	5,062.11	15,835.96	-68.03%

2、毛利率

光伏电站开发及建设业务收入分类	毛利率		
	2018年上半年	2017年上半年	变动幅度
光伏电站工程收入	-2.62%	12.21%	减少14.83个百分点
光伏电站转让收入	-	-	-
光伏电站发电收入	64.53%	67.86%	减少3.34个百分点
合计	43.04%	15.82%	增加27.22个百分点

报告期内,公司光伏电站开发及建设业务实现营业收入8,887.50万元,同比下降 52.76%,下降主要原因系光伏电站工程服务业务需提前垫资且收款期较长,为减少公司流动资金占用,公司采取收缩战略,主动减少了这一模块的业务的投入,2018年上半年,公司光伏电站工程收入较去年同期下降了14,748.72万元,降幅83.84%。

(二)公司目标市场的相关政策、市场竞争、行业发展、公司核心竞争力、具体的销售及盈利模式及本年度公司业务收入下滑的原因分析

1、相关政策影响分析

(1)政府大力度的扶持政策推动国内光伏市场快速发展

2006年《中华人民共和国可再生能源法》颁布实施,光伏发电作为可再生能源发电项目的一种类型,开始有法可依;2013年开始,国内政府出台各项政策,推动光伏发电行业的发展。2013年8月,国家发改委发布《关于发挥价格杠杆作用促进光伏产业健康发展的通知》,对光伏电站项目,根据各地太阳能资源条件和建设成本,将全国分为三类太阳能资源区,首次明确各类地区的光伏电站标杆电价及分布式光伏发电的电价补贴标准,国内光伏发电市场开始进入高速发展阶段。2013年之后,我国相继出台了一系列促进光伏产业健康发展的政策措施,仅国家发展改革委、财政部、工信部、国家能源局、国土资源部等相关部门支持和规范光伏行业发展的政策性文件就近100个,范围涵盖产品制造、市场应用、财税、价格、补贴、土地管理等产业发展的各个相关方面,迅速地营造出有利于产业发展的互补配套的政策环境。与此同时,地方政府也相继出台了支持光伏发电发展的相关政策措施。在政策推动下,2013年开始,中国光伏发电新增装机规模连续5年全球第一,累计装机规模连续3年全球第一。

(2)2015年开始逐年下调发电补贴,2018年分布式电站项目再无“630抢装潮”

光伏发电在取得显著成绩的同时,也遇到了包括可再生能源补贴缺口持续扩大、弃光限电问题、产能过大的问题,上述问题的存在,不利于行业健康可持续发展,为引导国内光伏市场的健康及可持续发展,2015年开始政府逐年下调光伏发电补贴,2015年国家发改委下发的《关于完善陆上风电光伏发电上网标杆电价政策的通知》,该通知规定,对于2016年1月1日以后备案并纳入年度规模管理的光伏发电项目,执行2016年光伏发电上网标杆电价。2016年以前备案并纳入年度规模管理的光伏发电项目但于2016年6月30日以前仍未全部投运的,执行2016年上网标杆电价,因此,对于光伏电站投资方来说,赶在时间节点前并网,可获取相对较高的电价,取得相对较高的投资收益,光伏市场自此开始出现“630抢装潮”。2016年,国家发改委再次发文调整补贴电价,2017年上半年“630抢装潮”再现,因此公司2017年上半年承接的光伏电站工程服务项目较多。2017年底,国家发改委再次下调补贴标准,发布《国家发展改革委关于2018年光伏发电项目价格政策的通知》,规定:①对于纳入财政补贴年度规模管理的光伏电站项目,2018年的指标执行2018年电价;2018年之前获得指标,但于2018年6月30日以前投运的项目执行2017年电价。②对于分布式光伏发电项目,不管是全额上网还是自发自用余电上网,均按最新的2018年电价标准。因此,对于分布式光伏电站项目来说,光伏市场再无“630抢装潮”。2016年始,光伏发电市场的发展已经开始由地面光伏电站转向屋顶分布式光伏电站,公司新增投资的光伏电站及承接的光伏电站工程服务业务也以屋顶分布式项目为主。

2017年补贴政策的出台导致2018年开始分布式光伏电站项目不再出现上半年抢装热潮,光伏发电系统成本尚未随着补贴下调而同比下降,业主、大型电力公司对新增的光伏电站投资更为谨慎,市场观望情绪浓厚。因此2018年上半年相比去年同期,光伏电站开发及建设业务整体需求下降迅速。对公司来说,补贴下调后,光伏电站工程服务预期收益更低且需要承担更高的风险,公司一方面收紧承接的光伏电站工程服务的业务量,另一方面也减少自主投资的光伏电站项目。2018年5月,国家三部委在发布截止目前最严格的光伏新政,补贴再次下调,分布式光伏电站项目规模受限,光伏企业面临优胜劣汰、降本增效的巨大挑战。公司目前的对光伏电站开发及建设业务的收缩政策是暂时的,公司每年年底制定第二年的经营计划及预算规划并于每年年中根据实际情况进行调整。531光伏新政出台后,促使光伏电站运营者通过降低初始成本以期投资收益率恢复到此前水平,因此光伏发电系统成本将会进一步下降,公司将会根据原材料成本及发电系统成本下降的水平及时评估光伏电站开发及建设业务的投资回报率,并及时调整公司的经营计划及资源分配。

综上所述,由于2017年出台的补贴下调政策,2018年上半年“630抢装潮”不再,国内光伏产业链整体需求下降;2018年5月出台的531光伏新政,再次下调光伏发电补贴,光伏电站投资收益率下降,行业整体利润率下降,受此影响,公司光伏电站开发及建设业务2018年上半年销售收入为8,887.50万元,较去年同期下降52.76%。

2、市场竞争、行业发展情况及公司核心竞争力分析

2013年开始,随着政府出台的一系列政策,中国光伏发电市场发展迅速,装机规模持续扩大,已成为全球最大的应用市场。近年来,我国光伏产业已经由“两头在外”的典型世界加工基地,逐步转变成为全产业链全球光伏发展创新制造基地。光伏技术水平和产品质量不断提高,2017年全球前10强光伏组件企业中我国占据8个,国际竞争力明显提升。光伏行业发展前景广阔,但是光伏发展在取得显著成绩的同时,也遇到了弃光限电的问题及产能过大的隐患,产能过剩导致国内光伏市场竞争激烈,许多企业纷纷加入价格战。在此背景下,2015年开始政府逐年下调光伏发电补贴,2018年,政府再次出台531光伏新政。

在国家“去杠杆”的大背景下,光伏市场又面临531光伏新政的挑战,虽然长期来看将有利于进一步净化市场环境,加速“平价上网”时代的到来,但短期内光伏企业面临着更加激励的竞争,需求下降,行业整体利润率下降,根据已公告的2018年半年报数据,38家上市公司中有10家企业净利润同比下降,其中向日葵、东方日升、亿晶光电、航天机电、保利协鑫等上市公司均受产品价格快速下跌、毛利润下降导致净利润降幅较大。

光伏电站开发及建设业务作为公司原有的光伏支架业务的延伸, 近年来给公司带来了较好的收益,但是光伏电站开发及建设业务对资金需求的规模大,且融资机构普遍对光伏行业的融资需求限制较多,与行业的标杆企业如特变电工、中广核太阳能、正泰新能源、隆基股份等公司相比,公司在融资能力、融资渠道、资金利用率方面都有很多不足,因此在光伏电站开发及发展业务上,公司的发展空间、发展速度有限,在整体经济环境下挫及政策环境调整的大背景下,2018年上半年公司的光伏电站开发及建设业务发展减缓。

3、销售及盈利模式分析

公司的光伏电站开发及建设业务具体包括光伏电站工程服务、光伏电站转让和光伏电站发电三个板块,三个板块的销售及盈利模式各不相同,分析如下:

(1)光伏电站工程服务

公司以光伏支架业务为起点,在2014年取得“电力工程施工总承包三级资质”后逐步将业务延伸至光伏电站工程服务业务领域,公司开始尝试与战略合作伙伴签署合作协议,开展定制化的开发及建设业务,并借此提供整体工程服务方案。通过提供光伏电站开发服务,进而与战略合作伙伴达成光伏电站整体设计、设备采购、设备安装、项目执行管理、协调、监督等一系列工程服务,并按协议约定向战略合作伙伴收取相关费用。

该业务受下游光伏电站投资的政策变化影响较大,近年来,由于国家补贴逐步退坡及行业竞争加剧影响,其盈利水平逐年下降,目前已处于微利水平。而且该业务需提前为下游客户垫资且该业务收款期较长,对公司现金流占用较为严重。

(2)光伏电站转让业务

公司进入光伏电站工程服务业务后,继续积极向下游拓展,进入光伏电站开发领域,向利润率更高光伏电站转让业务延伸,该业务的主要销售及盈利模式如下:

光伏电站转让业务模式是指根据战略合作伙伴的投资、技术需求,进行光伏电站开发建设,在建设完工并网后,移交有关的光伏电站资产及项目公司股权。公司在光伏电站项目开发前期即充分考虑战略合作伙伴对投资效益、土地性质、接入距离、光照条件等的要求;建设期满足战略合作伙伴对设备选型、技术要求、电站设计以及派驻现场监理的要求;转让期考虑战略合作伙伴并网验收、尽职调查、资产评估等的要求,确保光伏电站建成并网之后顺利移交。通过公司光伏电站开发中对于土地、接入、指标、补贴等的风险管控,加上光伏电站建设中对于光伏组件、光伏电力电子产品等主要设备质量及安装的把控,保证光伏电站的品质及顺利移交。

该业务的单一项目金额较大,开发周期较长,从开发立项至项目转让完成周期在半年至两年左右,所以报告期内是否有电站转让成功对当期业绩影响较大。

(3)光伏电站发电业务

光伏电站发电是指以项目公司为载体进行光伏电站开发及建设,并在建设完工后自持运营项目公司取得长期电费收入。其销售及盈利模式如下:公司前期与拥有优质屋顶资源的业主方进行沟通,向业主推介建设光伏电站方案,洽谈业主方可获得的诸如屋顶租金收入、电量电费优惠等权益,从而达成合作意向并签订租赁协议以及建设合作协议。建成后与用电企业签订能源管理协议并与电网公司签订购售电协议,在建设完成暨并网发电后,获得电费收入。

该业务属于资金密集型行业,对资金占用大,而且融资条件要求高,单个项目运营期长达25年,投资收益在运营期内逐年收回。近年来,随着技术不断进步,一方面太阳能光伏发电效率不断提高,另一方面光伏电站投资成本在不断降低,光伏电站发电业务的投资收益还是很稳定和可观的。

4、结论

综上,公司以宏观政策及光伏市场发展为导向,结合自身的资金、人力及其他资源情况,合理布局公司各模块业务的发展。2017年上半年,公司抓住国家政策大力支持分布式光伏电站发展的有利时机,大力拓展分布式电站的开发和建设业务。2017年上半年公司工程服务业务收入达到17,592.36万元, 比2016年上半年增长了920.91%; 自持电站数量达到了29个, 装机量达到了100MW左右,2017年上半年累计收入1,219.41万元。2017年12月,由于新的光伏补贴政策出台,国家补贴持续下降。在政策调整的大环境下,部分下游客户及业主暂停投资新建光伏电站,继续投资的客户及业主也纷纷下调工程总包投标价格,公司面临较大的行业萧条挑战;再次,公司考虑到工程服务业务需提前为下游客户垫资且该业务收款期较长,对公司现金流占用较为严重的业务特点,主动收缩该业务的发展,以致2018年上半年光伏电站工程收入较去年同期下降了14,748.72万元,降幅83.84%。

问题3.业绩大幅下降。半年报显示,报告期公司营业收入3.41亿元,同比下降7.69%,实现归属于上市公司股东的净利润864.17 万元,同比下降64.11%。请公司结合宏观政策、公司战略布局、销售业务开拓方式及成本、筹融资需求、汇率及利息费用等方面对本年度业绩下滑原因予以具体分析,如相关业绩未来存在进一步下滑的可能,请予以风险提示。

公司回复:

(一)2018年上半年业绩下滑原因分析

报告期公司营业收入 3.41 亿元,同比下降 7.69%。其中,公司光伏支架销售收入为24,801.09万元,较去年同期增加39.53%,占营业收入比重的72.70%;公司光伏电站开发及建设业务销售收入8,887.50万元,较去年同期下降52.76%,占营业收入比重的26.05%。公司2018年半年度营业收入下降主要由于国内光伏支架销售收入及公司光伏电站开发及建设业务销售收入下降所致。

1、宏观政策调整

详见本回复之第1题及第2题相关宏观政策分析。

2、战略布局的调整及销售业务开拓方式及成本对业绩的影响

报告期内,公司管理层面对国际外汇汇率大幅波动、国内光伏政策调整及融资环境恶化等不利影响,审时度势,积极调整了公司的发展战略,加大现金回款较好的海外光伏支架销售业务,主动收缩对现金流占用较为严重的光伏电站开发及建设业务,加强公司的资产流动性。具体来说:

(1)公司加大现金回款较好的海外光伏支架销售业务

报告期内,公司光伏支架销售收入为24,801.09万元,较去年同期增加39.53%,占营业收入比重的73.70%。光伏支架业务收入增长主要原因系(1)澳大利亚市场保持快速增长,公司通过人员调整,加强与MMEM Metal Manufactures Limited、Supply Partners Pty Ltd和Sol Distribution Pty Ltd等老客户的业务关系,并积极开拓新的销售渠道,澳大利亚的光伏支架销售收入相应地大幅增长,较去年同期增长63.03%;(2)公司调整日本市场销售策略,加大销售力度,日本市场光伏支架销售收入较去年同期增长71.58%;(3)公司抓住东南亚地区光伏市场快速发展的大好机会,加强了东南亚地区的产品销售渠道的开拓,东南亚地区2018年上半年销售收入比去年同期增长了1,246.43%。

(2)公司主动收缩对现金流占用较为严重的光伏电站工程服务业务

2013年以来,国内光伏发电业务发展迅速,装机规模持续扩大,我国光伏发电新增装机连续5年全球第一,累计装机规模连续3年位居全球第一,已成为全球最大的应用市场。公司于2014年开始将业务延伸到光伏电站开发及建设业务,光伏电站开发及建设销售收入随着市场发展逐步增加,截至2017年光伏电站开发及建设业务收入为41,682.43万元,其中光伏电站工程服务收入为22,511.69万元,占销售收入的28.89%。2018年上半年,在整体经济环境下挫及政策环境调整的大背景下,市场竞争更为激烈,公司考虑到光伏电站工程服务业务对资金需求的规模大,并且收款期较长,为减