

# 动力源 25 年坚守主业 围绕智慧城市布局三大业务

■本报记者 向炎涛

“过去我国高频智能通信电源都依赖进口，价格昂贵，经过二十多年的发展，中国的通信设备和通信电源已经世界领先，超越了众多国外竞争对手。”近日，动力源董秘兼财务总监胡一元在接受《证券日报》记者专访时自豪地说。

“公司在创立之初就有一个梦想：用电力电子及其相关技术，提高所在行业的电能转换效率及其安全性、可靠性。25年来，我们一直在心底坚守着这份理想。”胡一元对记者表示，聚焦主业是动力源一直以来的战略核心，公司目前的三大产业领域正是围绕智慧城市网络布局，市场前景广阔。

## 上市 16 年来只做电源主业

动力源的发展是伴随着中国通信产业的发展一路走过来的。上世纪八十年代初期，我国开始研发国产化程控电话交换机，如何在一个狭小的空间安放电源成为一个技术难点。彼时，动力源创始团队正是国内最早研发电源的一批人之一，机缘巧合之下投入到通信电源研发之中。

胡一元告诉记者，过去，我国通信电源全靠进口，价格昂贵。如今，全球五大通信电源供应商中，有四家为中国企业。在全球范围内，中国的通信市场是第一大市场，也是最先进的市场，中国在通信方面的投资也是最大的，所以这也推动了中国通信电源企业在技术上走向全球领先。“中国整个的通信产业已经全球领先，在 2010 年前后，动力源做到了行业头部企业之一。”

通信电源技术做到行业领先之后，公司开始思考，通信电源是一个细分的小行业，全球也只有百亿级市场，如果只做单一的通信电源，公司永远长不大。此外，通信业每隔几年就进入技术迭代期，容易面临行业洗牌局面。在通信技术已经领先的情况下，如何更好地利用已经建立起来的技术

平台？于是，动力源开始了多元化拓展，进入新能源发电和新能源汽车两大领域。

2015 年，动力源成立电动汽车事业部，开始大规模进入车载设备领域，集中优势资源开拓汽车领域的核心零部件相关产品。如今，动力源在电驱动系统、车载电源、氢燃料电池 DC/DC 变换器以及充电桩等方面已形成核心技术优势。

与此同时，在光伏市场，动力源通过功率优化器产品积极拓展直流耦合应用场景，已陆续在国内外通信基站开展应用。此外，动力源的备用电源产品也已广泛应用于机场、高速公路、商业综合体、医院、体育场馆等主要场景，在轨道交通、石油化工和公民建等行业市场继续保持国内领先地位。

如今，动力源已经形成数据通信、智慧能源和新能源汽车三大业务板块，围绕能源转换和利用，已开发出全拓扑结构、全功率范围覆盖的技术平台及百余种产品，提供从产品到整体解决方案以及完整的全生命周期服务。

“公司上市 16 年来，坚持只做电源这一件事。这些年我们一直在围绕电源的技术平台去打造三大应用领域的产品，在这一平台上，可以实现技术共享、供应链共享。”胡一元表示。

## 每年研发投入约占营收 10%

优势地位的背后，是公司对研发和人才的重视。“这些年我们一直花了大量精力投入到技术平台的建设，从一开始，研发人员就是公司的宝贝，公司各方面待遇都偏向研发。”胡一元告诉记者，近几年，公司每年的研发投入约占营收的 10%。

据介绍，目前动力源一共有员工 2400 余人，其中科研人员 750 余人，科研人员占总数比例近 1/3。动力源还在北京、深圳、哈尔滨设立三大研发中心，全面引进高级技术人才，研发平台聚集了一批博士、硕士等专业生产



动力源产品展示

人员。除了培养人才，动力源还通过收购的方式，提升自身的技术实力。此前，动力源通过收购北京迪赛奇正科技有限公司扩大了在模块电源方面的技术。“这些年我们很少进行大规模的资产收购，而更多的是收购技术团队，最看重的还是技术人员。”胡一元告诉记者，收购驰创科技（天津）有限公司之后，动力源对新进的研发人员给予了股权激励。

胡一元告诉记者，近年来，公司在完善的可靠性验证流程的基础上，投入大量资金打造了符合 ISO/IEC17025 国际实验室质量管理要求的可靠性验证实验室，目前公司有各种实验室多个，拥有专业的测试、中试、工艺和装备开发团队百余人。

而大手笔投入也带来了丰硕成果。根据动力源 2020 年半年报，截至 2020 年 6 月 30 日，公司共有有效知识产权 309 项，其中：发明专利 61 项、实用新型 156 项、外观设计 32 项，软件著作权 42 项，注册商标 18 项。

## 产品销售将进入放量期

“经过了前期大量投入，现在是等

待着市场爆发的阶段。”胡一元对记者说道，公司目前的业务布局围绕智慧城市三大网络：包括通信网络、新能源汽车与轨道交通网络，以及能源网，而这些业务又是建立在共同的技术平台基础之上，公司三大业务领域高度符合国家的新基建政策，市场前景广阔。

今年 7 月份，动力源在中国铁塔 2020 年 50A 模块化电源（普通+小型）集约化电商采购项目和 2020 年壁挂式开关电源集约化电商采购项目招标中中标并签署采购合同，合同金额达 2.03 亿元。

胡一元对记者表示，今年是 5G 建设的关键一年，全国 5G 建设量呈现爆发式增长，而预计通信电源设备投资在 5G 基站基础设施建设中占比将高达 17%，公司深耕通信电源领域多年，为通信电源核心企业之一，公司对应的产品将进入快速放量期。

“我们三大业务的市场空间非常广阔，数据通信有百亿级的市场规模，新能源汽车有千亿级的市场规模，智慧能源是万亿级的市场规模。目前来说通信电源占我们销售收入的主体大概 60%，现在其他两块业务还是在初期，但是我相信未来几年会发生一些变化。”胡一元表示。

# 加码燃料电池 上汽集团发布“十百千万氢战略”

■本报见习记者 许伟

9 月 13 日，上汽集团发布了首款燃料电池 MPV，上汽大通 MAXUS EUNIQ 7，同时，上汽集团正式发布了可概括为“十百千万”的“氢战略”：2025 年前，推出至少十款燃料电池整车；旗下上汽捷氢科技达到百亿级市值；建立千人以上燃料电池研发运营团队；形成万辆级燃料电池整车产销规模，市场占有率在 10% 以上。

## 较早布局燃料电池

在发布会上上汽集团总裁王晓秋表示，上汽燃料电池整车大规模商业化应用的战略目标是，可以概括为“3+3”。第一个“3”是“低成本、长续航、高可靠性”，主要解决用户的需求痛点；第二个“3”是“长寿命、高性能、高功率”，主要体现上汽燃料电池技术的领先水平。

从技术看，燃料电池具有自己独特的优势。浙江大学车辆工程研究所副所长熊树生接受《证券日报》记者采访时表示，燃料电池具有 2 大明显优势：一是环保，受益于低温氧化的原理，能够做到碳的零排放；二是，与锂电相比，蓄能效果好，续航里程长，充气时间甚至比加油更快。

在政策支持上，工信部制定的《节能与新能源汽车技术路线图》已明确提出，到 2030 年燃料电池汽车推广应用达到百万辆，加氢站建设超过 1000 座的目标。

在国内，上汽集团较早投入了燃料电池整车的研发：2001 年，上汽就启动凤凰一号氢燃料电池汽车项目；2010 年，上汽申沃客车氢燃料电池客车参与世博会示范运营；2014 年，荣威 750 燃料电池轿车登上工信部公告；2016 年，荣威 950 燃料电池轿车正式销售；2017 年，上汽大通 MAXUS FCV80 燃料电池宽体轻客开启商业化运营。

这背后是大手笔的资金投入。上汽集团方面透露，近二十年来在燃料电池汽车领域累计投入研发费用超过 30 亿元。

## 商业化仍需攻坚

不过回到现实销量，燃料电池整车显然还有很多路要走。第四届国际氢能燃料电池汽车大会（FCVC 2019）的数据显示，截至 2019 年 9 月

底，上汽荣威 950 燃料电池轿车实现产销 50 台，用于租赁和 UNDP 的示范运行，累计运营里程超过 50 万公里。

上海某券商新能源首席分析师在接受《证券日报》记者采访时表示，国外车企，比如丰田也一直在耕耘燃料电池市场。受益于加州的补贴，美国的燃料电池汽车市场位列全球第一。

制约燃料电池汽车发展的一大关键问题是成本居高不下。资料显示，燃料电池电堆的成本目前仍然比较高昂。膜电极成本占到了整个电堆成本的 70%，且主要运用到 Pt/C（铂纳米颗粒分散到碳载体上）成分为主的催化剂。显然，贵金属铂的价格并不“亲民”。

上述分析师认为：“乘用车领域，燃料电池短期内做不过锂电，柴油重卡才是氢燃料电池发力的方向。”

上汽集团自己的经验也反映了商用车领域的表现会更好。2017 年，上汽大通 MAXUS FCV80 上市后就进行商用化运营。目前，407 辆上汽大通 MAXUS FCV80 燃料电池轻客在上海、抚顺、佛山、大连、无锡、长治、青岛 7 个城市开展示范运营，累计运营里程超过 400 万公里。上汽方面表示，截至目前，上汽燃料电池汽车商业化运营总里程近 500 万公里，累计实现碳减排逾 600 吨。

燃料电池商用好于乘用的表现，与上汽集团整体的趋势也相吻合。上汽集团刚发布的《8 月份产销快报》显示，上汽大众、上汽通用、上汽乘用车继续同比下探，全靠上汽通用五菱实现了整体同比增长。反观商用车领域，上汽大通、上汽申沃、依维柯红岩、南京依维柯、上汽正大全部实现 2 位数的同比增长。

此外，熊树生也对《证券日报》记者表示，除了电池成本，氢气的制备成本也很高。此外，加氢站的成本也居高不下。一方面，加氢站选址难，另一方面，单体加氢站的建造成本动辄上千万。

香橙会研究院的预测数据显示，中国的加氢站建设，2020 年有望建成 100 座，2025 年有望建成 1000 座，2030 年建成有望 5000 座。

上汽方面对此显得乐观。上汽集团副总裁龚青松在发布会上表示：“当加一次氢只要 3 分钟，加氢便利程度、加氢成本得到解决，燃料电池乘用车会逐渐被消费者接受。”我们把这个答案交给技术和市场。”

# 楼市调控收紧信号明显 “金九银十”房企或以价换量回笼资金

■本报记者 苏诗钰

9 月 14 日，国家统计局发布了 8 月份 70 个大中城市商品住宅销售价格变动情况。国家统计局城市司首席统计师孔鹏对此表示，8 月份，各地坚决贯彻落实党中央、国务院部署，坚持房子是用来住的、不是用来炒的定位，切实落实城市主体责任，及时采取针对性措施，稳妥实施房地产长效机制，70 个大中城市房地产市场运行总体平稳，价格略涨。

各线城市新建商品住宅销售价格环比涨幅略扩大，二线城市二手住宅销售价格环比涨幅回落。8 月份，初步测算，4 个一线城市新建商品住宅销售价格环比上涨 0.6%，涨幅比上月扩大 0.1 个百分点。其中，北京、上海、广州和深圳分别上涨 0.6%、0.6%、0.9% 和 0.5%。二手住宅销售价格环比上涨

1.0%，涨幅比上月扩大 0.3 个百分点。其中，北京、上海、广州和深圳分别上涨 0.7%、0.8%、1.7% 和 1.1%。31 个二线城市新建商品住宅销售价格环比上涨 0.6%，涨幅比上月扩大 0.1 个百分点；二手住宅销售价格环比上涨 0.4%，涨幅比上月回落 0.1 个百分点。35 个三线城市新建商品住宅和二手住宅销售价格环比分别上涨 1.0% 和 0.6%，涨幅比上月分别扩大 0.2 和 0.1 个百分点。

一线城市新建商品住宅和二手住宅销售价格同比涨幅回落或上月相同。8 月份，初步测算，一线城市新建商品住宅和二手住宅销售价格同比分别上涨 3.9% 和 6.9%，涨幅比上月分别扩大 0.3 和 1.2 个百分点。二线城市新建商品住宅销售价格同比上涨 5.0%，涨幅比上月回落 0.1 个百分点；二手住宅销售价格同比上涨 2.0%，涨幅与上月相同。

二线城市新建商品住宅和二手住宅销售价格同比涨幅均连续 16 个月相同或回落。三线城市新建商品住宅和二手住宅销售价格同比分别上涨 4.5% 和 1.8%，涨幅均与上月相同，均连续 17 个月相同或回落。

58 安居客房产研究院分院院长张波在接受《证券日报》记者采访时表示，从 7 月份开始不断收紧的调控，在 8 月份继续延续，包括杭州、东莞、宁波、深圳、南京等众多城市都已出台调控措施。从 8 月份房价来看，全国市场热度下降已经有所体现，但一线城市的房价上涨态势持续，一线城市中，北京、上海的改善型需求在 8 月份表现明显。深圳地区 8 月份房价虽然依然环比同步上涨，但实际上涨幅在四个一线城市中表现最弱。

诸葛找房数据研究中心分析师陈霄在接受《证券日报》记者采访时表示，

随着国内疫情影响逐步褪去，市场持续回温。8 月份，新房价格上涨城市数量与上月持平，二手房价格上涨城市数量相比上月有所增加，新房、二手房价格涨幅均小幅扩大。预计在“金九银十”期间，不少房企或将通过以价换量的形式来快速回笼资金。

根据 58 同城、安居客购房者行为信息显示，2020 年 8 月份购房者信心指数为 111.7，环比上涨 1.9%。张波表示，显示出购房者对于后市依然持乐观态度，只要限购以及差别化信贷政策不发生大的改变，楼市热度较高城市的调控持续收紧，房价整体稳定的大趋势不会改变。值得关注的是，由于近期从金融侧加大对房企的“三道红线”的负债控制，9 月份楼市房企或明或暗打折的现象预计会增多，在拉动销量提升的同时，或对房价起到一定下拉作用。

## 高管专访

# 华文食品董事长周劲松：三十年如一日产业报国 拳拳爱心反哺革命老区

■本报记者 肖伟

天高任鸟飞，海阔凭鱼跃。9 月 14 日，沪深两市迎来“鱼类风味零食第一股”，华文食品股份有限公司登陆深交所中小板。华文食品由此成为继味食品、盐津铺子之后的湖南第三家休闲食品上市公司。

近日，《证券日报》记者专访了华文食品董事长周劲松。

## 三十年漫漫征途守正出奇

1990 年，周劲松兴办了平江酱干手工作坊，从泡豆、研磨、煮浆、点卤、成形、卤制、风干到包装销售，周劲松不仅全过程亲力亲为，还在学习借鉴中创新，引入了芝麻、辣椒做辅料，推出新品获得客户们的高度评价。客户纷至沓来的好评让他有底气和信心走出平江山大干一场。1994 年，周劲松依靠岳阳当地丰富的黄豆资源、便利的交通条件和广大消费者的市场，在 3 年里实现了超一百万产值。平江酱干约有 10 万老乡跟随他的脚步出发，在全国各地创办了各类休闲食品加工厂。依据中国食

品行业协会统计，目前，平江老乡所从事的休闲食品加工产业年产值已经突破 1000 亿元。

看到休闲食品的广阔蓝海，周劲松心中燃起了“只争朝夕，时不我待”的激情。他决定打破传统手工作坊的束缚，建立起“产品品牌化、生产自动化、过程标准化、管理科学化、团队职业化”的现代企业。

周劲松向《证券日报》记者介绍：“2016 年，我们与联想控股旗下佳沃集团签订战略合作协议，迈出了新征程的步伐。我们分别在湖南平江、岳阳兴建两个智能制造工厂，精选纯净海域的新鲜鲢鱼，采用现代化生产工艺，上马自动化真空包装。我亲自带队调研，结合大数据研究各地口味偏好，推出‘南卤、北酱、东香、西麻、中辣’五种经典口味。五大经典口味迅速火遍大江南北，‘劲仔’小鱼的市场占有率一路刷新纪录。”

近年来，华文食品通过自建原料基地、全程冷链运输、精细化仓储、智能化生产、全球化营销等，不断完善智慧供应链体系，并积极推进食品溯源体系建设，确保食品安全和品质。目前，华

文食品线下合作经销商超过 1000 家，并与家乐福、沃尔玛与华润万家等多家知名连锁商超达成稳定合作关系。

2017 年至 2019 年，华文食品实现营业收入分别为 7.67 亿元、8.05 亿元、8.95 亿元，实现归母净利润分别为 7566.19 万元、1.15 亿元、1.18 亿元。2020 年上半年，虽有新冠肺炎疫情冲击，华文食品仍然营收、净利双双正增长，实现营业收入 4.5 亿元，同比增长 2.55%，实现归母净利润 6389.3 万元，同比增长 5.05%。

## 回报社会爱人者人必爱之

爱人者，人必爱之。在经营中，周劲松深知平江县作为革命老区和国家级贫困县（现已摘帽），先天条件不足，创业充满挑战。他在发动老乡们创业时，不仅指点技术，分享心得要领，还大力支持老乡们的经营运转，赢得老乡们的广泛赞誉。

2015 年 4 月份，平江县政府实施“引老乡、建家乡”的精准扶贫举措。周劲松得知后，立即将建设家乡的愿望与政府有关部门领导沟通，得到积极回应和大力支持。

周劲松向《证券日报》记者表示：“我说服所有股东，我们手里有钱了，有技术了，有产品了，就一定要回到故乡，一定要建设家乡，一定要反哺家乡。大家都支持我这一观点，我在家乡建厂之后，优先雇用当地贫困户及下岗工人。”

平江县扶贫办工作人员向《证券日报》记者介绍：“截至 2020 年 6 月，华文食品通过提供就业岗位、给予订单支持、直接帮扶等方式，累计带动农户增收超过 3 亿元，带动农户数量超 10000 户，户均增收超 3 万元。其中，华文食品帮扶贫困户超过 1000 户，建档立卡贫困户达 166 户。”

对于当地农户，华文食品不仅授之以鱼，还要授之以渔。自 2015 年以来，华文食品针对入职的农户职工进行技能培训，累计培训超过 15000 人次，培训课时超过 1000 小时，培训费用投入近 100 万元，培训内容包括研发、初加工、生产、流通等多个知识体系。自 2017 年以来，华文食品员工年度薪酬均高于岳阳市在岗职工平均工资 10% 左右。2019 年，华文食品的员工平均年工资已达到 8.35 万元。