

产线工人三班倒满负荷生产 阳光电源41亿元定增拟扩产

■本报记者 黄群

“公司现在正在加班加点生产，逆变器产能大概在25GW到30GW。”针对阳光电源近日抛出的定增预案，《证券日报》记者2月3日下午致电公司时，公司相关工作人员表示，现在很多产线都是工人三班倒在加班，而在2020年三、四季度交接的时候还只有两班工人轮流作业。

2月2日晚间，阳光电源向外界抛出一份定增预案，拟定募资不超过41.56亿元，用于年产100GW新能源发电装备制造基地项目、研发中心扩建项目、全球营销服务体系建设项目和补充流动资金项目。

记者注意到，此次阳光电源定增颇受关注或源于三大背景：一是公司股价自2020年4月28日的9.32元/股开始至2021年2月3日收盘已涨至104.02元/股，涨幅超过10倍，总市值达到1516亿元；二是阳光电源在稍早前披露了2020年业绩预告，预计全年实现营业收入190亿元-200亿元，同比增长46%-54%；实现净利润18.5亿元-20.5亿元，同比增长107%-130%；三是市场早有传闻在1月26日，阳光电源董事长曹仁贤“拜会”了高瓴资本创始人张磊。

“逆变器需求保持高速增长，且毛利率较高，阳光电源逆变器品牌享誉全球，连续两年蝉联‘全球最具投资价值逆变器品牌’冠军，出货量多年全球第一，这次的募投项目前景可观。”国元证券电力设备与新能源首席分

析师彭聪向《证券日报》记者表示。

扩产迫在眉睫

阳光电源是一家专注于太阳能、风能、储能、电动汽车等新能源电源设备的研发、生产、销售和服务公司，公司主要产品有光伏逆变器、风电变频器、储能系统、新能源汽车驱动系统、水面光伏设备、智慧能源运维服务等，并致力于提供全球一流的清洁能源全生命周期解决方案。

2020年上半年，虽受全球卫生事件影响一季度销量下滑，但是阳光电源及时采取有效措施，积极推动复工复产。2020年上半年逆变器设备全球新增装机量达到20GW，同比增长150%。在销售快速增长的背景下，逆变器产能利用率持续超过100%，处于超负荷状态。2020年下半年，公司生产经营全面恢复和全球化部署的加速落地，公司产品供不应求，出货量进一步快速提升，预计全年营业收入190亿元至200亿元，比上年同期增长46%至54%，盈利18.5亿元-20.5亿元，同比增长107%-130%。

“公司全球市场占有率超过20%，现在产能大概在25GW到30GW，但这不是我们原先的产能，这个结果是通过我们加班达到的。”阳光电源相关工作人员告诉《证券日报》记者，公司产线是否三班倒，主要还是看具体产线的排产情况，而光伏逆变器确实是处于满产的状态。

“公司海外业务恢复很快。”彭聪对《证券日报》记者分析称原因有三，

第一光伏发电成本逐年降低，已经迎来平价时代，从2010年的0.378美元/kWh降至2019年的0.068美元/kWh，接近化石燃料发电成本0.066美元/kWh。IRENA预测，2020年-2021年全球光伏发电成本将分别降至0.045美元/kWh、0.039美元/kWh，2021年的电力成本将比2019年再降42%，各地区光伏发电逐步迈入平价时代。

“第二各国出台政策和节能减排目标，如欧盟委员会正式发布了《2030年气候目标计划》以及政策影响评估报告，报告提出欧洲2030年温室气体排放量(相比1990年)从目前40%的减排目标提高到55%。中国也提出二氧化碳排放力争于2030年前达到峰值，努力争取2060年前实现碳中和；第三部分国家区域依然对光伏保持补贴，光伏市场发展得很快。”彭聪说。

盈利能力持续上升

根据全球信息提供商IHS Markit预计，2024年全球光伏累计装机容量将达到1607GW，较2020年复合增长率达20%。受益于光伏行业装机规模爆发，未来逆变器行业成长空间广阔，新增逆变器需求将大幅提升。此外，全球存量装机逆变器替换需求也呈现出加速上升趋势。

风电领域，根据Bloomberg预计，到2025年全球风电累计装机规模将超过1000GW，年均新增70GW以上。根据国家能源局数据推算，2020年我国风电新增并网容量达到了近71.67GW，同比增长178%。在储能



领域，Bloomberg预计，未来全球储能装机规模将呈现出爆炸式增长，预计累计装机规模将由2019年的22GW增长到2050年的5827GW，年均复合增长率达18%以上。

“公司未来业绩还会保持快速增长。”彭聪表示，逆变器使用寿命为10年-15年区间，而光伏电站的寿命在20年左右，逆变器需要在电站寿命一半时进行更换，逆变器受益新增与更换需求，迎来高速增长。经测算，2020年全球逆变器需求将达到133GW，到2025年全球逆变器需求将达到455GW。

民生证券也在近期研报中称，2020年国内光伏装机约48.2GW，预计全球有望实现装机120GW以上。受益于2020年下半年装机持续回暖，终端需求旺盛，阳光电源产品供不应求，预计2020年出货在30GW以

上，同比增长约85%。随着阳光产业园二期开工及印度工厂扩产，预计今年下半年产能有望达到50GW，叠加2021年为需求确定性大年，业绩有望维持高速增长。

强大的业绩支撑使得阳光电源成为明星牛股。公司股价自2020年4月28日的9.32元/股涨至2021年2月4日的109.5元/股，涨幅达到1074.89%，超过十倍。值得关注的是，一直以来阳光电源都备受机构投资者热捧。最新2020年三季报显示，全国社保基金四一三组合、广发基金、中央汇金公司、麒麟亚洲控股、易方达基金、挪威中央银行、工银瑞信基金占据公司前十大流通股东榜单，赚得盆满钵满。而梳理近年来公司前十大流通股东榜单，社保基金、养老金、公募基金各组合轮番进驻，显然对阳光电源十分偏爱。

黄金行业唯一一家央企混改上市 中国黄金亮相A股揭幕金字招牌

■本报记者 李乔宇

2月5日，一块真正的“金字招牌”亮相资本市场。

在这一天，中国黄金正式登陆上交所上市，发行完成后总股本为16.80亿股，发行价格为4.99元/股。这意味着我国黄金行业唯一一家央企企业、中国黄金集团公司控股的中国黄金正式走完了混合所有制改革的关键一步。

“珠宝首饰企业的上市并非首例，但是依托上游强大的矿业实力而上市的珠宝首饰企业却是稀缺标的，市场可能会对中国黄金的央企资质和市场品牌有较高的热情。”北京金阳矿业首席分析师蒋舒对《证券日报》记者谈道。

中南财经政法大学数字经济研究院执行院长盘和林告诉《证券日报》记者，中国黄金作为央企唯一黄金企业，通过IPO提质增效，获得美誉度的同时也可以收获更好的流动性，对中国黄金发展是有利的。

预计去年实现营收330亿元

中国黄金成立于2010年，2017年正式完成混改变更为股份有限公

司，为国内综合性黄金珠宝行业的领军企业，此次登陆A股上市，中国黄金走完了混改进程中的关键性一步。

“经过多年培育、扩张，凭借着品牌影响、渠道下沉、产品创新、高效管理等多方面优势，公司的市场影响力和品牌竞争力不断提升，在金条和黄金饰品等多个细分领域具有较高的市场认可度和品牌知名度。”据中国黄金方面介绍，“目前，公司已成长为一家覆盖全国市场的综合性黄金珠宝领军企业”。

从中国黄金的历史业绩来看，招股书显示，2017年至2019年，中国黄金的营收分别为282.47亿元、409.11亿元、382.74亿元；净利润分别为3.01亿元、3.69亿元、4.5亿元，盈利增长稳定。

与此同时，中国黄金方面同时表示，报告期内，公司呈较快发展态势，资产质量优良，经营规模持续增长，盈利质量较高。“此次发行募集资金到位后，公司未来三年至五年将主要围绕募投项目继续扩大业务规模、完善业务机构，营运资金和流动资产将进一步增长。公司资产规模将进一步增加，盈利能力有望得到增强”。中国黄金方面表示。

谈及募投目的，中国黄金招股书

信息显示，募集资金将用于区域旗舰店建设项目、信息化平台升级建设项目、研发中心项目以及补充流动资金。

公开资料显示，目前中国黄金已建立覆盖全国范围的加盟体系，主要致力于区域市场开发和产品营销推广。在渠道布局方面，中国黄金通过在一、二线城市的核心商圈及重要交通枢纽开设旗舰店方式，形成了一批经营管理标准化的样板店，有效提升了品牌的影响力和知名度，构成了以一线城市为核心、省会城市和计划单列市为骨干、三、四线城市为主体的全国性黄金珠宝销售体系。

截至2019年12月31日，中国黄金共有销售店面2931家，其中包含直营店79家、加盟店2852家，终端销售网络覆盖全国市场。

“为了满足消费需求升级，公司将进一步深耕核心重点城市市场，开展高品质的营销网络建设，实施中国黄金营销体系战略布局。”据中国黄金党委书记、董事长陈雄伟表示，中国黄金将在全国一、二线城市增设汇集品牌体验、形象展示、综合服务、个性化定制、文化收藏等为一体的高品质黄金珠宝旗舰店，并在重点二、三线城市加大营销网络布局，不断提高

品牌的市场占有率。

上市提升中国黄金“品牌力”

上市也为中国黄金品牌影响力的提升带来了新的机会。

据公开资料显示，我国黄金珠宝市场形成了外资品牌、港资品牌与内资品牌三分天下的局面。聚焦细分市场，我国国内高端市场主要被Tiffany、Cartier、Bvlgari等国际知名品牌占据。

中国黄金方面坦言，“随着黄金珠宝行业的纵深发展，行业竞争已体现为以品牌为核心的综合实力竞争，具有品牌优势的企业可以获得更高的产品附加值。由于境内黄金珠宝行业尚处于品牌竞争的初级阶段，尚未出现垄断市场的强势品牌”。

“在中国黄金品牌需求超越了世界平均水平后，中国黄金品牌需求跨越了供需需求的状态而迈入更高的层次。激发年轻一代的新颖设计和互联网时代的零售业态升级是迈入世界先进水平的门槛”。蒋舒告诉《证券日报》记者，“这都需要大量资金的投入，而上市融资将有助于实现这一目标”。

盘和林对记者坦言，对于中国黄

金，除了建设全产业链，分摊黄金价格波动之外，还应该在下游树立品牌。“上市可以让中国黄金一方面获得扩张所需要的资金，另一方面可以增加品牌的声誉”。盘和林对记者谈道，资本市场是一个焦点，消费品牌在资本市场可以很快地提高知名度。盘和林指出，中国黄金要注意和资本市场的沟通和互动，力争回报好资本市场的股东，这样才会形成正向推力。

“中国黄金将打造并完善金字塔式品牌架构，专注于‘中国黄金’品牌建设，加速以‘中国黄金’为母品牌的多品牌战略布局，全面实施高端轻奢饰品子品牌‘珍·如金’及快时尚饰品子品牌‘珍·尚银’的运营和推广。”陈雄伟指出，中国黄金将提升品牌含金量，品牌产品线覆盖各主要年龄段及高、中端的不同群体市场需求，让“中国黄金”成为消费者和投资者心目中最为可信赖的黄金珠宝品牌。

陈雄伟表示，中国黄金将以此次首次公开发行股票并上市为契机，通过提升品牌形象和影响力，增强研发设计能力，进一步提升公司产品的市场份额，最终发展成为世界一流的黄金珠宝公司。

阿里云云行情助力券商数字化转型 中信证券率先采用

■本报记者 许洁

日前，中信证券纳斯达克实时行情通过测试正式上线，用户在中信证券手机交易软件信e投APP上即可获得美股实时行情数据服务。

此前，中信证券于2020年5月份启动阿里云美股纳斯达克行情产品的立项工作，走完前期的内部流程之后，仅用2周就完成前期技术对接工作。

截至目前，阿里云提供的“云行情”在全球23个地理区域内运营着69个可用区，提供资讯、财报、历史等各项服务。与传统的行情数据提供商相比，阿里云行情产品更注重科技，其性能是毫秒级的，更快更快捷。在服务形态上，也跟原来的传统厂商完全不一样，因为阿里云有全球的网络架构。

“与现有用户体验不同的是，云行情提供个性化定制服务和标准化交付模式，券商直接通过阿里云一个界面就能完成背后的所有的申请、数据使用、SDK的接入，实现了一键下单，满足市场灵活定制的需求。”

“云行情为B端客户提供了更为便捷的接入方式，同时还避免了基础设施的重复建设，有效节约了时间和人力成本。我们可以更加专注于功能设计优化，为C端用户带来更好的

使用体验。”中信证券财富委相关负责人表示。

云行情推动 中信证券加速国际化

在国际化布局方面，中信证券已经走在同业前列。公开信息显示，早在2013年，中信证券收购里昂证券以扩展国际业务，分支机构遍及英、美、澳、东南亚等15个国家和地区。公司还是“一带一路”地区布局最广的中国投资银行。

随着机构全球化管理需求及接入投资市场越来越多，金融机构业务需要接入的交易所越来越多，对于行情服务的要求也越来越高。金融机构急需通过弹性的能力来满足市场变化带来的服务弹性需求。值得一提的是，这种需求不仅包括物理基础设施上的弹性，更包括在交易所行情数据上也能享受弹性服务。

以中信证券为例，在全球数据方面主要有四大需求：一是全球股市数据，包括中国香港、美国、日本、欧洲等主要市场的行情数据；二是全球主要期货等衍生品的行情数据；三是全球主要金融市场的产品数据；四是希望降低获得全球金融市场信息服务的成本。

在传统的模式下，要实现上述需求，不仅难度大、成本高，且放眼内地市场，还没有这样的第三方机构。

随着“云”和金融逐步产生越来越多的连接，这些问题正在得到解决。从全球看，越来越多大型传统企业和金融机构会把一部分需要弹性伸缩、高并发计算应用到云上，从而和自己已在数据中心的应用形成能力相互补充，实现资源最大利用和投资回报率最大化。

这也是中信证券为自己的数字化找到的突破口，经过细致的市场调研与考察，最终选择了阿里云作为合作伙伴。云服务的最大优点是方便，阿里云在快速实现稳定性、时效性上，具有突出的优势，为中信证券节约了大量的人力和沟通成本。“无论在效率上还是成本上，阿里云都是目前不错的选择。”中信证券财富委相关负责人表示。

不同于同类产品，云行情产品着力于通过连接全球各交易所的基础行情数据服务，通过协同纳斯达克一起，在阿里云平台上构建美股行情数据服务的弹性能力，为全球金融机构、互联网公司提供端到端的一站式云行情产品和服务。

公开数据显示，阿里云已经位居全球前三、亚太第一，在国内金融云

等重要领域也保持着领先的地位。

券商行业 亟待突围数字化

从传统经纪业务向财富管理转型，中国证券行业正在迎来新的变局。

尤其是随着云计算、大数据、AI、区块链、5G等技术的发展，深度融入了证券行业的全流程中，提升了用户体验，提高了行业运营效率。对于券商而言，数字化已经成为未来制胜的关键。券商只有从根本上提升自身的信息化、数字化水平，才能在这场数字化革命中立于不败之地。

中国证券业协会2020年8月发布的《关于推进证券行业数字化转型发展的研究报告》指出，“证券行业应当着力于通过数字化转型提升内部管理水平和增强合规风控能力，实现金融科技与业务发展相互促进、良性循环”。

《报告》还提出，鼓励行业加强信息技术领域的外部合作。“支持不同类型的证券公司通过自主研发、合作开发、与第三方科研机构或科技公司协议开发等多种模式，提升行业数字化转型水平和自主可控能力。”

对于众多中小型券商而言，数字

化转型并没有那么容易。来自中国证券业协会数据显示，证券行业信息技术投入依然处于较低水平，用于科技创新的投入捉襟见肘。据统计，2019年度98家证券公司中信息技术投入额在1亿元以下的有46家，占比为47%。

一方面，我国证券行业在数字化建设方面的投入与境内外金融同业间尚存较大差距。另一方面，我国证券行业对数字技术的综合应用水平依然处于初级阶段，数字技术应用在深度和广度方面均有待提升。

对此，阿里云新金融事业部总经理刘伟光对《证券日报》记者表示，证券行业数字化转型的核心之一就是加强以数据为核心的精细化运营。领先的券商公司已经开始形成自己的数据资产文化，充分挖掘市场上各类行情和交易数据的商业价值，加强对数据的多维度实时处理能力，在瞬息万变的市场环境中捕捉新的商机。

目前，整个券商行业都在积极进行数字化布局，提升券商的信息化、数字化水平。在业界看来，中信证券与阿里云的合作，对券商行业数字化具有重要的示范意义，推动了行业数字化加速，未来将会有更多券商加入进来，一起借助数字化布局全球化市场。

*ST众泰9次涨停背后： 福特合资计划终止 预亏超60亿元

■本报记者 龚梦泽

福特汽车在华成立的首家新能源整车合资公司最终以失败告终。2月3日，《证券日报》记者从知情人士处获悉，福特方面以书面形式向众泰汽车提出解除合作，终止了此前与众泰合作开发新能源汽车的计划。

随后，福特中国证实了上述消息。福特汽车相关负责人向《证券日报》记者表示：“鉴于近几年中国纯电动车行业和相关政策的重大变化，导致福特拟与众泰汽车共同设立纯电动车合资公司和智能出行合资公司的计划无法继续实施，因此福特中国经过综合考虑决定终止此前分别在2017年和2018年与众泰汽车签署的两份相关合资合同。”对此众泰方面亦予以了默认。

然而，与跨国车企福特汽车合作失败的利空消息却换来了众泰汽车投资者极大的投机热忱。记者观察到，截至2月3日收盘，*ST众泰以2.04元/股价格涨停收盘。而这也是众泰汽车自1月24日以来，12个交易日内的第9个涨停板。而自1月12日至今，*ST众泰也因股价上涨，先后四次披露《股票交易异常波动的公告》。

福特与众泰汽车合资“联姻”告吹

2017年11月份，福特汽车公司宣布联姻众泰汽车，各持50%股份组建合资公司众泰福特汽车有限公司，计划形成年产10万辆纯电动乘用车的产能，并预计于2019年9月份正式投产。

“当初福特选择众泰，就是看中众泰在国内新能源汽车市场的地位与份额。再有就是与众泰合作成本较低，可以获得较大的话语权。”新浪财经专栏作家林示表示，但对于此次合作，尽管众泰汽车欢欣鼓舞，但福特方面始终并未予以正视。

事情的走向也大致如此。按照计划，众泰福特汽车将打造一系列采用合资公司自主品牌的纯电动乘用车产品。但2018年5月份，上述合作项目就出现了变化，合作的企业主体变更为福特智能出行。此外，据知情人士透露，众泰福特合资项目主要是众泰方面在管理，福特方面几乎没有做过实质性投入，合资研究院基本成为摆设，整个合资项目早已接近停摆。

在乘用车市场信息联席会秘书长崔东树看来，我国“双积分”政策带给外资车企的压力，也是推动福特汽车选择在华成立纯电动车合资公司的原因之一。

不过，去年12月份，众泰汽车母公司铁牛集团因严重资不抵债，丧失了继续经营的能力，被永康法院裁定终止重整程序，并被宣告破产。众泰也发布公告称，旗下多家全资子公司均被永康法院裁定破产清算和重整。有鉴于此，取消与众泰的合作显然有助于福特方面及时止损。

投资者高预期造势9次涨停

值得一提的是，就在2月3日，众泰福特合资公司宣布取消合作计划之后，截至当日收盘，*ST众泰却以2.04元/股价格涨停收盘，而这也是*ST众泰自1月24日以来，12个交易日内的第9个涨停板。

《证券日报》记者在*ST众泰投资者关系互动平台发现，多数投资者对于众泰汽车在近期引入战略投资者报以巨大的利好预期，期望通过注入资金，扭亏为盈或并购重组的方式实现股价升值，赚取利润的机会。

这一利好预期来源于众泰汽车此前的一则披露信息。2021年1月11日，*ST众泰发布公告称招募投资人有了新进展，在报名截止期满后，有多家意向投资人前来就参与预重整事宜进行沟通。2020年12月25日和28日，某意向投资人与预重整管理人签署了《保密协议》，另一意向投资人签署《保密协议》《意向协议书》。公告还透露，两家意向投资人已缴纳相应的保密保证金和意向保证金，并着手在缴纳保证金后开展具体的尽职调查工作。

在此利好消息的催化下，*ST众泰股价从最低谷的1.14元/股一路上涨，最高摸至2.04元/股，至2月4日遭遇跌停回调至1.94元/股。由于前期涨势凶猛，1月12日至今，更是因股价四次披露《股票交易异常波动的公告》。据提示性公告，*ST众泰预计2020年度归属于上市公司股东的净资产为负值，预计亏损约60亿元-90亿元。一方面是股价短期快速上涨，炒作现象突出；一面是强调重整存在重大不确定性，重整投资人语焉不详，这也直接引发了深交所的关注。

2月2日，深交所向*ST众泰下发关注函。深交所要求公司说明计提资产减值准备和坏账准备的具体金额及计提依据，减值迹象出现时点及计提金额的合理性，2020年前三季度及以前年度计提是否充分，是否存在应计提未计提的情形。然而，这一关注函并未引发市场的强烈关注，2月3日众泰汽车依然以涨停姿态强势收盘。

对此，林示表示，股价快速上涨背后是显而易见的炒作。对于一个连年亏损、毫无业绩支撑的上市公司来说，炒小炒差的投资者也将自己置身于击鼓传花的危险游戏中。面对脱离公司业绩的炒作，应该树立风险意识，依法合规参与交易，共同维护市场秩序。