

太阳能发电装机容量前两月同比增22.7% 光伏产业链扩产忙

■本报记者 殷高峰

3月21日,国家能源局发布1-2月份全国电力工业统计数据。其中,截至2月底,全国太阳能发电装机容量约3.2亿千瓦,同比增长22.7%。

在全国太阳能发电装机容量不断扩大的同时,光伏产业链各个环节也正在加速扩产。

泓达光伏创始人刘继茂在接受《证券日报》记者采访时表示,“在可再生能源蓬勃发展的背景下,随着硅料扩产产能的释放及产业链各环节价格的回落,预计2022年光伏装机将大幅增长。”

需求带动产业链扩产

“2021年全球已经有超过140个国家和地区提出碳中和目标,受疫情影响,在光伏产业链价格较高的情况下,装机需求没有得到充分释放,但全球光伏新增装机量仍达170GW。”在刘继茂看来,今年1-2月,国内光伏新增并网达到10.86GW,同比增长234%,组件出口达65.9亿元,同比增加110%,显示出良好的势头。

另一个值得关注的数字是,国家能源局3月21日发布的数据显示,1-2月份,全国主要发电企业电源工程完成投资471亿元,同比下降1.9%。但值得注意的是,

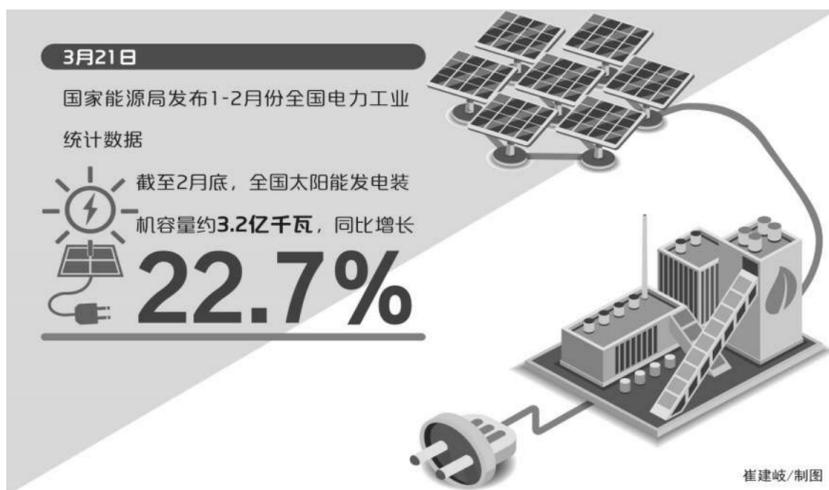
太阳能发电投资94亿元,同比增长153.7%。

在太阳能装机规模不断提速的过程中,光伏行业各个产业链近期也在加速扩产。其中,隆基股份将投资195亿元在内蒙古投资建设年产20GW单晶硅棒和切片项目、30GW高效单晶电池项目及5GW高效光伏组件项目。晶澳科技将在未来6年投资100亿在云南曲靖市开发和建设“绿色光伏新能源基地”。合盛硅业也将投资175亿元建设“新疆中部合盛硅业有限公司硅业有限公司硅基新材料产业一体化项目(年产20万吨高纯多晶硅项目)”。此外,中来股份、通威股份、特变电工等都有自己的扩产计划。

隆基股份相关负责人在接受记者采访时表示,伴随光伏技术的不断进步和上游原材料新增产能的持续释放,作为产业链中游,扩产瞄准的目标是需求猛增的下游市场。

而在光伏行业产能扩张的背景下,光伏行业的上游也在升级扩能。作为隆基股份、晶科能源、晶澳太阳能、保利协鑫等硅片龙头企业的主要供应商,国内光伏硅片切割用金刚石线生产龙头企业美畅股份也在近期宣布升级扩能计划。

“在下游需求的推动下,公司通过‘单晶十二线’的改造进一步提升产能,预计在今年6月底前全



部完成技改,单机产能较改造前预计提升33%。”美畅股份董秘、财务总监周湘对记者表示,公司富隆工业园也在加紧实施扩产建设,会将研造成熟的“十二线”技术运用到新建的生产线上。

加速淘汰落后产能

“事实上,从2021年开始,光伏组件各产业链,包括硅料、硅片、电池片、组件已经过几轮的扩张,产

能增加了几倍。”刘继茂表示。

光伏行业各个产业链产能的快速扩张,会不会导致产业产能过剩?

刘继茂认为,从产能上看,国内企业各产业链的产能已超出全世界光伏预测最大安装量的2倍-3倍,产能过剩不可避免。基于对光伏前景普遍看好,光伏组件产业链各环节大幅扩充产能,到下半年,随着新建硅料产能的释放,硅料进入产能过剩阶段,价格将会大幅下降。

“今年硅料环节有过剩的风

险,但由于地缘政治等因素造成的传统化石能源的价格暴涨,能源安全危机再次敲响警钟,全球范围内对于可再生能源的需求也随之高涨,这对于光伏行业来说也是利好。”北京特亿阳光新能源科技有限公司总裁祁海坤在接受记者采访时表示。

祥生控股未按期支付1200万美元利息 称“正寻求解决流动性问题”

■本报记者 王丽新

3月21日,祥生控股发布公告称,未能按期支付2亿美元债的1200万美元(折合人民币7633.08万元)利息。据悉,这笔美元债是该公司于2018年发行的票据,票面利率12%,将于2023年到期。

据《证券日报》记者了解,这是祥生控股首次公告出现债券(包括公司债券或债券利息)到期未兑付情况。对于背后原因,祥生控股的解释是,因受宏观经济、房地产市场环境及金融环境、多轮疫情等不利因素影响,集团流动性出现阶段性问题,并未于宽限期届满前支付利息。

“公司正积极沟通债权人寻求达成一致意见的解决方案,以寻求并实施多种方案解决当前流动性问题。”祥生控股向记者回应称。

祥生控股在公告中表示,该笔美元债下有1200万美元的利息在2022年2月18日到期应付;同时,公司有三十天宽限期来支付该利息。但目前宽限期已届满,公司并未于届满前支付利息。

值得一提的是,在这笔2亿美元利息违约之前,祥生控股曾对一笔在今年1月23日到期美元债提出交换要约。该债券发行规模3亿美元,票息12.5%。祥生控股1月18日披露,已完成该票据所有交换

要约先决条件。

据企业预警通数数据显示,截至目前,祥生控股现存3笔境外债券。其中,1笔于今年6月7日到期,票面利率为10.5%,余额为2亿美元;余下2笔均在明年不同时段到期,票面利率12%-13%,余额累计为4.2亿美元。

“如果造成实质性债务违约,可能出现销售受阻、融资受阻、债务挤兑、团队稳定性承压等。”同策咨询中心分析师肖云祥向记者表示,因此,公司应与投资人商讨展期计划,同时加大销售力度,缩减支出,必要的时候做好资产处置的准备。

“祥生控股在长三角尤其是浙江省拥有较为强劲的区域深耕实力,可

凭借区域热度以及较强的楼市韧性,快速在销售层面斩获盈利机会。”诸葛找房数据研究中心分析师关荣雪向记者表示,另外,也可以考虑出售部分资产,尤其是像旧改等开发建设周期较长的项目,通过获得的变现资产以缓解自身资金压力。

“公司正对其流动性、业务整体经营和经营环境进行评估,积极实施有效有力的流动性解决措施,使得企业回到良性经营发展轨道。”祥生控股表示,从近期的数据来看,祥生企业基本没有变,首要任务则是加快推动各项措施解决好当前流动性困难。

祥生控股3月21日向记者表示,

公司正逐步盘点企业资产,针对优质资产或项目主动寻找合作方,盘活资源、提升可支配的在手资金,以应对当前的流动性风险。

实际上,祥生控股今年年初已开始转让资产展开自救。据记者初步统计,截至目前其所转让项目的总金额约10.96亿元。

“目前房地产正在逐渐复苏,预期在稳宏观经济的背景下,房地产在政策面、融资面等环境会得到改善。”肖云祥称,当前部分房企并没有真正脱离险境,相信未来一段时间针对房地产行业的利好政策会相继出台,房企当抓住机会,多管齐下回笼现金。

未名医药因“不接电话”遭投诉收关注函

■本报记者 王 倩

3月21日盘后,未名医药收到深交所发出的关注函,称近日多次接到投资者投诉,反映公司对外咨询电话无人接听。此外,深交所还关注到,距离公司披露年报(2022年4月30日)还有不到40天,未名医药仍未聘请2021年年审会计师,并表示,如果公司未能在法定期限内披露经审计的年度报告,公司股

票将存在终止上市风险。

因此,深交所要求公司在3月25日前就咨询电话接听问题进行自查并做出说明,另外还要就聘请2021年年审会计师事务所进展情况进行说明及充分提示风险。

对于关注函中反映的未名医药对外咨询电话无人接听问题,《证券日报》记者也于3月21日下午4点到5点多拨打公司的对外咨询电话,的确均为无人接听状态。

至于公司未聘请2021年年审会计师事务所一事,根据近期披露的公告,未名医药已经是第二次收到交易所对这一问题关注函。

今年1月26日晚,未名医药披露了包括2021年度业绩预告在内的多则公告,虽然公司预计2021年度实现归属于上市公司股东的净利润为2.35亿元至3.52亿元,实现扭亏为盈。但公司也表示,由于公司尚未确定2021年年报审计会计

师事务所,因此业绩预告有关事项未与会计师事务所进行预沟通。

同日,公司收到深交所的关注函,提醒公司按照相关规定,尽快聘请审计机构并积极配合,按期对外披露年度报告。

对此,上海明伦律师事务所王智斌律师对记者表示,上市公司作为公众公司,应妥善做好定期报告的审计和发布工作,并有义务确保公众股东与公司之间存在有效的沟通渠道。

值得注意的是,未名医药2020年度审计报告的审计意见类型为保留意见,主要涉及事项为公司对参股公司北京科兴生物制品有限公司的长期股权投资及投资收益的确认问题、公司控股股东抵债资产价格确定及抵债资产交易的正当性等,所涉及事项分别发生在2017年度和2019年度。而未名医药2017年度和2019年度审计报告意见类型也均为保留意见。

豆粕价格创新高 猪企多管齐下控制饲料成本

■本报记者 谢 岚 见习记者 刘 钊 马宇薇

今年以来,豆粕价格屡屡刷新历史纪录,这令以豆粕作为饲料主要蛋白来源的养殖企业措手不及。对于仍处于猪周期底部的猪企无疑是雪上加霜。

不过,温氏股份、神农集团等相关猪企主动出击,多管齐下控制饲料成本。

豆粕价格站上5000元高位

豆粕价格再破历史新高。生意社监测数据显示,3月20日,豆粕国内市场价达到5026元/吨,续创历史新高。今年年初至今,涨幅已达42.7%。期货市场方面,3月21日,大商所豆粕主力连续期货价格最高达4304元/吨,今年以来已上涨34.4%。

对于近日豆粕价格节节攀升的市场行情,上海钢联豆粕分析师邹洪林告诉《证券日报》记者,“近期国内多地继续受公共卫生事件影响,大豆到港后卸船进度偏慢,豆粕物流运输效率降低。叠加豆粕行业在自身供给不足,库存持续低位的现状下,多地豆粕现货价格陆续突破5000元/吨大关,为历史少有。”

邹洪林进一步分析道:“从国际市场来看,南美大豆主产三国产量预估高点回落近3000万吨,奠定CBOT大豆价格牛市的基石,在南美大豆减产之后,美国大豆出口环境向好。此外,国际紧张的地缘局势加剧了农产品市场供应的担忧,国际市场粮油价格居高不下。不过,国内供需紧张,近期公共卫生事件影响了豆粕运输,但下游养殖企业豆粕刚需仍在。3月份以来豆油价格见高回落,豆粕价格被动变得更加坚挺,进一步来看,油厂开机率连续四周下滑,豆粕供应持续不足且库存持续低位。大豆抛储进程不及预期,豆粕新增供应有限等都是豆粕价格居高不下的原因。在如此利多加持的背景下,豆粕现货价格不断走高,多地突破5000元/吨大关。”

豆粕是棉籽粕、花生粕、菜籽粕等12种动植物油粕饲料产品中产量最大,用途最广的一种。作为一种高蛋白,可用于制作糕点食品,健康食品以及化妆品和抗菌素原料。此外,豆粕是制作牲畜与家禽饲料的主要原料,大约85%的豆粕被用于家禽的饲养。

猪企多层面控制成本

在邹洪林看来,因下游养殖环节纷纷处于亏损的局面,体现在饲料中豆粕被部分替代品替代以及饲料中降低蛋白用量,目前豆粕市场主要的利空体现在过高的豆粕价格抑制需求。在豆粕价格上涨之下,3月中旬以来,多家饲料企业宣布猪料禽料产品上涨75元-300元/吨不等。以生猪和肉鸡的养殖利润来看,我的钢铁农产品数据显示,最新生猪自繁自养周均亏损536.45元/头;周山东毛鸡养殖亏损0.83元/只。

当前正处于猪周期的低谷,饲料价格的上涨令猪企苦不堪言,牧原股份、温氏股份、神农集团等猪企经营则寻求新的应对措施。

牧原股份在接受投资者调研时表示,近期原材料价格上涨对公司现阶段成本未产生较大影响。同时,原粮价格在去年底已经处于较高水平。根据当前的情况来看,目前原粮的上涨幅度在边际上对公司生产经营的综合成本影响较为有限。

猪企也在绞尽脑汁设法降低由于饲料价格上涨对于企业经营带来的冲击。温氏股份在接受机构调研时坦称,饲料原料价格上涨是整个养殖行业需要共同面对的问题。相比于中小养殖户而言,大型养殖企业在饲料成本控制方面往往具有优势。公司已积极做好应对措施,通过多种方式,如充分发挥饲料原料集采优势和饲料营养配方技术优势,加大优势原料使用规模,有效控制饲料成本。

“目前,对饲料业务产生影响的主要原因在于生猪价格低位运行,饲料涨价会直接导致生猪养殖出栏成本增加并加大养殖亏损,导致养殖户饲料购买量减少,从而影响到饲料业务的发展。”神农集团表示,“随着公司云南神农陆良年产50万吨饲料及生物安全中心项目募投项目建成投产,公司饲料产能会有较大的提升。公司在满足自身养殖需求的基础上,会积极地拓宽饲料销售的渠道,加大饲料外销的比例,为公司提供更多的利润保障。”

本版主编于德良 责编石柳 制作王敬涛
E-mail:zmxz@zqrb.net 电话010-83251785

2021年付费用户转化率提升至24.8% 平安健康持续聚焦企业员工健康管理服务

3月15日,互联网医疗企业平安健康(股票简称:平安好医生,1833.HK)发布了2021年度业绩报告。报告期内,公司实现总营收达73.34亿元,同比增长6.8%。其中,医疗服务贡献收入达22.88亿元,占总收入31.2%;健康服务收入50.46亿元,同比增长6.3%。

医疗服务和健康服务是平安健康在财报中最新概括的业务类别。同时,这也是平安健康战略深化后的直接体现。

在最新战略指引下,平安健康的付费用户增长颇为亮眼。财报显示,截至2021年末,公司累计注册用户达到4.2亿,在行业保持领先地位。与此同时,获客渠道的聚焦带来全年累计付费用户数的快速增长,超过了3800万,相比上半年LTM数据增加600万。

年报一经披露后,平安健康股价

也连续两日实现大涨。

B2C转化崭露头角

平安健康2021年全年业绩发布会上,公司还进一步展示了一组数据:在付费问诊全面实施后,2021年平安健康的付费用户转化率为24.8%,人均消费行为数1.48种。同时整体五星好评率上升了1.4个百分点至97.2%。

这一组数据出现的背后离不开平安健康在两大方向上的建设性战略深化。据平安健康董事会主席、首席执行官方蔚豪介绍,在战略2.0深化驱动下,首先,整个公司的发展由过去单纯注重C端数量,现在转向注重质量。“目前我们已经拥有4.2亿的个人用户,更重要的是,我们希望在其中找到更多的一些C端的用户,能够成为我们的会员。”

为此,公司不断提升服务能力,尤

其是家庭医生会员制和合规质控。目前,平安健康已经搭建了“1个健康档案+5大专业服务+1个家庭医生”的体系。家庭医生团队能够承接来自各渠道的流量,解决用户诉求,转被动用户为主动用户。

重中之重在于B端方向的调整。一直以来,B端作为家庭医生会员制的重要支付方,往往触达的用户广泛,支付意愿高。“我们在这个方向启动了HMO+家庭医生+O2O的战略,这是一个非常庞大的工程。”方蔚豪称。

这一战略的升级瞄准了平安健康与平安集团生态的协同性。按照平安健康的理解,B端用户的获取是整个行业和企业面临的痛点,而这恰恰是平安的先天优势。目前,平安集团有2.25亿个人金融用户,外部渠道则已经渗透7000万大中型企业员工。

此外,平安健康还在拓展平安系以外的客户渠道,比如,一些保险经纪

公司、人力资源服务公司。为满足企业员工端的需求,平安健康链接了大量的医疗服务机构和健康管理机构,通过一套完整的供应商管理体系做规范化统筹,保证客户有到线、到店、到家等多元、便捷的履约方式。

在多重渠道的共同良性反馈下,2021年平安健康取得22.88亿元医疗服务收入,增速达8%。方蔚豪表示,“我们坚定按着这个方向走,持续经营下去相信未来会形成飞轮效应,正向的循环会带来收入和利润是完全可期的。”

打造一站式企业健康管理计划

在2021年取得显著增长的基础上,平安健康仍然在挖掘更多的增长点。

自HMO模式被引入中国,国内诸多“保险+互联网医疗”企业一直在尝试解决销售模式、服务意识与

服务水平以及医疗资源控制能力三方面的痛点。

基于各渠道已经服务过大量大中型企业,覆盖7000万企业员工后,平安健康更加精准地把握到用户的具体需求。由于本土HMO模式仍存在体系缺陷,能够链接的资源也有限,从而导致企业员工健康管理产品普遍存在简单、分散等问题。最终,从需求端的感受来看,普遍感知度不够,体验感不强。

针对这些痛点,平安健康已经从高频、刚需、活跃三大诉求出发,帮助企业从源头提升员工健康水平,重新构建员工健康管理产品体系。

以与平安养老险合作推出的“易企健康”产品为例,“易企健康”涵盖了为用户提供预防、诊疗、康复等全流程的健康服务。其中,在团体体检打造方面,平安健康推出为企业员工量身量体的体检全周期管理,覆盖检前定

制、检中陪同、检后健管等服务。

企业健康管理服务方面,用户可自主选择适合自己的保健医生进行绑定,解决日常健康困扰和疾病问题。平安健康据此从而提升员工福利感知,也帮助新增和留存客户。

后续,平安健康仍然将在企业员工健康管理上作出更多的布局。今年平安健康最重要的战略方向,即为为企业员工提供系统性、专业性、资源好的一站式健康管理计划。

方蔚豪表示,未来,作为集团HMO管理式医疗模式的重要组成部分,平安健康将持续聚焦企业拓宽渠道升级,内外共享。一方面夯实产品和服务,另一方面与平安集团各项服务深度融合,建立项目协同机制,高效落地项目;同时关注外部渠道网络搭建,形成有效拓客渠道和不同类型的渠道策略,深挖客户需求,精准匹配相关服务,落地创新项目。(CS)