

申华控股大股东计划再次增持股份

大股东本次拟累计增持金额为不超过5000万元，且依旧不设定价格区间

■本报记者 李勇

时隔两个多月后，申华控股大股东再推新一轮增持计划。

8月13日，申华控股发布公告称，公司第一大股东辽宁华晟汽车零部件有限公司（以下简称“华晟零部件”）计划自公告披露之日起6个月内再次增持公司股份。当日，申华控股股票强势涨停，报收于1.36元/股。

有不愿具名的市场投顾人士向《证券日报》记者表示：“申华控股当日的股价表现，可能是市场对公司大股东新一轮增持计划的积极回应。”

大股东连续增持彰显信心

申华控股目前的主营业务以汽车销售和物业租赁为主，还包含少量的新能源、房地产及类金融业务，华晟零部件系公司的第一大股东。

今年5月30日，申华控股公告称，华晟零部件计划6个月内增持上市公司股份的金额不低于5000万元，不超过7000万元。当日，申华控股的股价就从1.09元/股的位置触底反弹，并连续4个交易日以涨停价报收。

根据申华控股披露，截至8月12日收盘，华晟零部件在前次增持计划

中累计增持5390万股，增持金额为6680.11万元，已接近增持计划的最高限额。

记者注意到，这次最新披露的增持计划只设定了增持金额上限，并未设定下限。本次拟累计增持申华控股的金额不超过5000万元，本次增持依旧不设定价格区间。

中财财经大学副教授刘春生认为，大股东和董监高的增持行为通常被视为对上市公司未来发展和业绩的积极预期和信心体现。可以向市场传递出公司价值被低估或未来发展前景良好的信号。不设定价格区间的情况下，增持方可以根据市场情况和公司股票价值的合理判断，灵活地选择增持时机和价格，从而控制成本和风险。

“短期内再次推出大额增持计划，彰显了大股东对上市公司未来发展的坚定信心。同时，增持行为有利于上市公司股价的稳定，也是对广大投资者利益的维护。”新热点财富创始人李鹏岩向《证券日报》记者表示。

多措并举争取降本增效

公开数据显示，申华控股近年的业绩表现不佳。截至2023年底，申华控股归属于上市公司股东的净利润已

连续两年为负。据公司前期披露的业绩预告，今年上半年，申华控股预计归属于上市公司股东的净利润还将亏损3000万元至4500万元。

在2023年报中，申华控股曾明确表示，今年将抓住“主营业务高质量发展，剥离盈利无望的亏损行业”两条主线，加快清理整顿低效、无效资产，战略性退出非核心业务，提升优质资产的盈利能力。

值得关注的是，今年3月份，随着华晨汽车集团控股有限公司（以下简称“华晨集团”）等12家企业实质合并重整之重整计划的执行，沈阳汽车有限公司（以下简称“沈阳汽车”）获得华晨集团100%股权，成为申华控股新的间接控股股东，沈阳市国资委成为公司实际控制人。

彼时，沈阳汽车通过其控制的华晟零部件、辽宁正国投资发展有限公司和华晨集团合计持有申华控股4.46亿股，占公司总股本的22.93%。其中，华晟零部件持有申华控股2.27亿股，占公司总股本的11.68%。而在上一轮的增持后，华晟零部件的持股比例已上升至14.45%。

前述市场投顾人士认为，持续的大手笔增持，体现了大股东对上市公司的支持与信心。沈阳国资的正式入

主，也有望为申华控股的发展带来了新的机遇。

“沈阳汽车正式成为公司新任间接控股股东后，对公司的经营和发展提出了新的要求，也已经并将陆续为稳定公司股价及为公司布局更好地发展提供大力支持。”申华控股日前在接受机构调研时也表示，为了实现降本增效，公司目前拟定了两项具体措施：一是拟转让辽宁丰田金杯技师学院的100%举办者权益，如该笔交易顺利实施，公司将通过盘活该部分资产获得一笔较充裕的资金用于日常经营，较大程度缓解公司资金压力，也能提升公司的当期利润；二是拟对母公司现有的7.5亿元银行贷款进行部分或整体置换。

申华控股还称，据公司总部现有的贷款利率水平，如果可以实现贷款整体置换，预计将降低现有财务费用四成或以上，将切实实现运营成本的大幅降低并改善公司的现金流。

申华控股在披露的机构调研情况公告中还表示，公司正和间接控股股东沈阳汽车一起，以调整公司主营业务结构为目的，重点围绕汽车及相关产业，积极寻求科技创新等顺应国家发展需要、具有高附加值和广阔发展前景的新业务。

“全球之最”海上风电平台顺利拖航出港

■本报记者 李雯雯

向记者表示。

近日，广州港官方微信公众号发布消息称，广州港拖轮公司顺利完成全球单体容量最大的漂浮式风电平台“明阳天成号”整机一体化拖带出海任务。

据悉，“明阳天成号”从广州南沙池出发后，沿着广州港出海航道驶入珠江出海口，前往广东阳江明阳青洲海上风电场。

拥有多项全球首创

公开资料显示，“明阳天成号”由全球海上风电领军企业明阳集团自主研发，两座塔筒呈“V”字形排列，搭载两台8.3兆瓦海上风机，总容量达到16.6兆瓦，相当于7个标准化足球场，可应用于水深35米以上的全球广泛海域。其叶轮最高处达219米，空中最大宽度约为369米。

“明阳天成号”如同海上的一座绿色能源工厂，每年预计可发电5400万度，足以满足3万户三口之家1年的用电需求，为绿色低碳发展注入了强大动力。

明阳集团相关人士向《证券日报》记者介绍，“明阳天成号”其浮式基础为全球首次采用抗压能力达到115兆帕以上超高性能混凝土材料制造而成，这种混凝土材料强度达到普通混凝土的四倍左右。

此外，浮筒采用的“玻璃纤维外壳+XPS芯材+防护涂层材料”方案亦为世界首创，突破了传统浮筒采用纯钢结构或钢混结构的限制。翼型双塔筒、双主机、双风轮的设计，以及拉索系统的应用均为全球首创。

“此次拖带护航作业面临诸多挑战，浮式风电平台整机拖航出港在广州港尚属首次，没有先例和历史数据作参考。此次成功拖带，不仅体现了广州港专业素养和技术水平，更为海上风电开发、粤港澳大湾区能源安全和绿色低碳转型做出重要贡献。”广州港相关人士

产业集群蓄势待发

近年来，海上风电产业集群正加速发展。根据招商银行研究院不完全统计，我国沿海各省市先后发布的海风“十四五”装机目标约55GW（吉瓦），截至2023年底已完成装机26.88GW，剩余28.12GW，实现规划装机目标存在一定难度。结合目前项目进展及“十四五”装机目标，预计2024年与2025年国内海风装机量为10GW和13GW。

据悉，海上发电产业集群主要包括海上风电运营商、海上风电工程施工企业及海上风电装备制造企业。截至2023年底，三峡集团、华能集团、国家能源集团、国电投、中广核累计装机容量分别为5.63GW、5.46GW、5.19GW、4.66GW和4.32GW，前五大海风开发集团累计装机占比达67%。

Gangtise投研预计，未来2年至3年国内海风新增装机规模维持相对高速增长的状态。同时，预计2024年下半年至2025年，将迎来海风密集开工的周期，行业内公司各环节的项目订单交付水平将有比较明显的提升。

海上风电单体项目投资规模增大，装备制造要求提升、工程作业难度和风险提高，对海上风电产业链各环节提出了更高的专业性要求，产业集群蓄势待发。

“中国海上风电长期发展空间广阔，将成为我国能源系统装机增速最快的主体之一。海上风电建设呈现出由近海到远海、由浅水到深水、由小规模示范到大规模集中开发的发展趋势。”招商银行研究院行业研究员韩倩婷表示。

韩倩婷还认为，2025年后深远海风电项目将成为主流，“十四五”时期我国海上风电开发主要海域仍为近海海域，这一海域资源已日益趋紧。“十五五”时期近海场址资源将开发完毕，未来国内百万千瓦级、千万千瓦级海上风电项目将主要位于深远海。

方大特钢再添五项科技攻关项目

日前，方大特钢新增5项科技攻关项目，推进企业新技术、新材料、新工艺、新产品及人工智能等技术应用研究。今年以来，方大特钢新立项科技攻关项目已达44项，助力企业发展新质生产力。

据了解，此次新增的5项科技攻关项目为《高线减定径变速箱轴装配国产化开发》《高线连续式飞剪控制系统技术研究与应用》《高线连续式飞剪控制系统技术研究与应用》《高线连续式飞剪控制系统技术研究与应用》《高线连续式飞剪控制系统技术研究与应用》。

《高线连续式飞剪控制系统技术研究与应用》项目可实现飞剪剪切精度 $\leq \pm 25\text{mm}$ ，最快换线时间25毫秒，可将轧制间隔时间从3秒缩短为2秒。此外，提升飞剪自动化控制水平，还可减轻主操工劳动强度，缩小剪切长度波动范围，从而降低切损，提高成材率。

作为江西省数字经济创新型企

方大特钢高度重视科技创新工作，加大研发投入，完善产学研用协同的创新体系，持续抓好科研组织、成果转化、价值评判等工作，并坚持每年开展科技攻关课题申报、科技进步奖评审等工作，不断引导、激发干部员工的创新活力，为企业高质量发展赋能。

（段文海 石敏）
（CIS）

《BOE 解忧实验室》背后：京东方的多维创新进击

显示领域巨头京东方显然不甘心只做一个to B端的“隐形巨头”。如今，京东方正选择直面C端消费者，走向物联网的星辰大海。如何让更多消费者认识京东方？一档轻松有趣，又带有“硬核干货”的综艺节目《BOE 解忧实验室》或许是最好的呈现。

就在本周五晚，京东方自制的国内科技企业首档技术科普综艺节目《BOE 解忧实验室》即将在四川卫视、优酷迎来全新一季。在前两季的节目中，京东方通过趣味的方式与多样化的互动，将高深的科技技术转化成为通俗易懂的语言，让众多“科技小白”了解到显示和物联网领域最新的产品和技术。新一季，《BOE 解忧实验室》特别定位为奇遇发现季，又将带来什么呢？

节目升级：更有人文关怀的科技解忧

不同于前两季节目单一的棚综形式，《BOE 解忧实验室》奇遇发现季可以说是一场“科技跑男”，节目打破空间限制，从室内走到室外，并且设置了丰富有趣的场景和互动过程，让嘉宾亲身参与到技术的探索与体验的互动中，也让科技展现在生活中随处可见的角落，直观呈现科技对人们美好生活的改变。这些玩法既增加了节目的互动性，也让科技贯穿在整个节目过程中，是目前综艺市场上少有的尝试。

每期节目都将在不同城市集结由技术专家、明星艺人组成的“BOE 解忧团”走上街头，探寻每一个普通人的美好心愿并通过科技的手段实现它。

期间，“BOE 解忧团”需要通过探访京东方实验室、做游戏、做任务等方式，寻找各种完成心愿所需要的技术手段，从而完成“解忧”。在这个过程中，不仅体现了京东方的产品和技术背后的科技含量，京东方“用心改变生活”的理念也自然而然的体现出来。

那么，节目的主题又包括哪些呢？几个关键词可以一探究竟：LCD、MLED、OLED、医工、电竞、未来科技+可持续……

具体来看，在第一期LCD主题中，电视作为家庭C位角色，从诞生以来，其背后的技术

迭代都经历了什么？小小的电视背后人们的生活方式又迎来了哪些转变；第二期MLED主题中，无缝零边框拼接的MLED技术，又将如何打造一场穿越时空的电影放映？MLED的技术支持让电影再次成为点亮我们生活的“蒙太奇”；在第三期柔性OLED主题中，节目探讨了显示屏在形态上的可能性以及由此对生活带来的改变；在第四期健康主题中，节目将视角转向了如今不容忽视的老年群体，揭示了如今在更高质量的生活需求下，健康搭上数字科技的翅膀将催化出怎样的火花；在第五期电竞主题中，通过一位普通年轻人对于电竞职业生活的体验，展现出当下年轻一代对梦想的执着追求；在第六期中，节目组聚焦于未来，通过孩童的视角探索未来生活里的“黑科技”，如何才能以共生之举践行可持续发展理念……

可以看到的是，《BOE 解忧实验室》奇遇发现季通过六期节目，串联起了京东方当前的业务布局，也就是“1+4+N+生态链”的发展架构。在整个节目过程中，通过聚焦京东方的产品/技术给人们生活带来的改变，来展现京东方的技术硬核实力。

值得关注的是，与前两季相比，这一季的《BOE 解忧实验室》节目逻辑和模式都进行了升级，整个节目叙事定位“科技”+“人文”，用科技的手段，实现每个普通人的心愿，完成一次科技解忧大事，讲述科技的意义。

“跨界”综艺节目：零距离了解“黑科技”

《BOE 解忧实验室》作为京东方首次跨界出品的自制技术科普综艺节目，也是国内科技企业的首档综艺，每季节目共计6期，全部由京东方团队自主策划并打造。

从已经播出的两季内容来看，节目展现了京东方极具领先性和代表性的六大核心技术——柔性显示、8K显示、高刷显示、智慧车载、MLED、数字艺术/视觉艺术等技术。

《BOE 解忧实验室》通过多元化的角色设置，最大限度地让综艺节目的科学性、知识性、趣味性、娱乐性完美融合，在实现感官娱乐的同时又兼具科普意义。

一以贯之的是，节目创新性地以技术科普与综艺相结合的方式，邀请明星艺人、技术专家、意见领袖等倾力加持，并通过引入趣味性游戏、实景体验和互动实验等环节降低原本“高冷”的技术认知门槛，开创了一条以当下前沿技术和产品为立足点，融合休闲娱乐综艺模式的创新营销之路，为广大观众提供了一个零距离了解高精尖潮流“黑科技”的崭新窗口，也让一直藏匿于产品背后的显示和物联网技术走出研发实验室，以通俗易懂的方式呈现给大众，成为众多科技型企业破圈营销新典范。

创新营销：从幕后走向消费者

作为全球半导体显示龙头及物联网创新企业，京东方始终秉持对技术的尊重和对创新的坚持，勇于在新技术、新产品、新场景的“无

人区”中持续探索。

如今，京东方亦在营销推广方式层面不断创新，助力京东方实现技术与品牌价值的双重升级及跃迁，加速走近消费者生活。

2021年，京东方通过系列微电影、“你好BOE”美好生活馆等一系列创新品牌破圈营销动作，快速提升企业价值与影响力。

2022年以来，京东方更通过技术科普综艺、技术沙龙活动、电竞体验馆、技术品鉴会等一系列沉浸式体验活动让京东方从幕后走向消费者。《BOE 解忧实验室》等标杆性IP让京东方不断向外界传递物联网转型的战略理念与领先成果，不仅让消费者愈加明显地感受到其品牌的年轻化、活力度与温度感，更让京东方行业领先的技术创新能力、场景应用能力与生态协同能力被外界所了解熟知。

事实上，品牌营销方式变更的背后，是京

东方在战略布局上的转型。

如今的京东方，正将自己定位为一家为信息交互和人类健康提供智慧端口产品和服务的物联网公司，公司正在按“1+4+N+生态链”的发展架构进行生态布局。

也正是“1+4+N+生态链”发展架构，使得京东方的发展更具韧性。7月12日，京东方发布了2024年半年度业绩预告，上半年公司预计实现归属于上市公司股东的净利润21亿元—23亿元，比上年同期增长185%—213%，并在扣除非经常性损益后的净利润同比显著增长。

作为行业龙头企业，京东方在过去三十年间通过持续深耕半导体显示领域，已经积累了深厚的“屏”及围绕屏的核心能力，展望下一个三十年，物联网时代转型和数字经济浪潮将为京东方开启新的增长曲线。

（CIS）

