



年内多家上市公司子公司挂牌新三板 寻求多元化发展

本报记者 郭霖霞

2024年,企业赴新三板挂牌的热情不断提升。10月10日,日新高科、永励精密在新三板挂牌。东方财富Choice数据显示,年内在新三板挂牌的企业已经达到231家。

中国矿业大学(北京)管理学院硕士生企业导师支培元向《证券日报》记者表示,作为多层次资本市场体系的重要组成部分,新三板成为众多中小企业的优选。去年发布的“北交所深改19条”和地方政府的多项支持政策,进一步激发了企业挂牌新三板的积极性。

上市公司也正积极利用新三板平台来促进子公司的独立发展和资本运作,以期实现业务的多元化和资源的优化配置。今年以来,多家A股上市公司控股或参股公司在新三板挂牌。例如,A股上市公司联化科技、卧龙电驱、力芯微、维尔利的子公司均于年内挂牌新三板。

此外,还有多家A股上市公司正计划将子公司引入新三板市场。例如,大豪科技在3月26日宣布,公司董事会已批准控股子公司北京兴汉网际股份有限公司申请在新三板挂牌。迦南科技3月28日宣布,公司控股子公司上海凯贤流体科技有限公司拟改制设立股份有限公司,并在符合国家相关法律法规政策和条件成熟的情况下,申请在新三板挂牌。

上市公司往往涵盖了多个业务领域,而这些不同领域的业务在发展阶段、市场潜力和盈利能力等方面通常存在显著差异。以联化科技为例,该公司的主营业务涵盖植物保护原药及其中间体、医药原料药及其中间体的生产和销售,同时也为国际植保和医药企业提供定制生产、研发及技术服务。而其控股子公司上海宝丰专注于工业换热节能设备及化工容器的研发、设计、制造和销售,两者的主营业务分别处于不同的行业市场。

联化科技认为,将上海宝丰挂牌新三板将有助于该公司完善法人治理结构,拓宽资本渠道,促进业务整合与发展,同时也支持了上市公司整体经营战略的实施。

此外,子公司的独立发展也能够为上市公司带来协同效应,推动上市公司整体业务的增长。例如,龙能电力主营光伏电站运营和光伏电站等电力工程的EPC(设计采购施工总承包)业务。在新三板挂牌后,龙能电力有望通过增强核心技术实力、盈利能力和市场竞争力,与母公司卧龙电驱在新能源领域实现协同发展。

眺远营销咨询的董事长兼CEO高承远在接受《证券日报》记者采访时表示,子公司在新三板挂牌对上市公司具有多方面的积极影响。首先,这有助于上市公司更加专注其核心业务,通过将不同业务板块进行独立运营和管理,使每个板块能够更加聚焦于自身发展;其次,子公司挂牌新三板能够为其提供更广阔的发展空间和更多元化的融资渠道,子公司的独立发展和融资能力的提升,将对上市公司产生积极影响。

新兴市场逆变器需求涌现 德业股份差异化布局效果渐显

本报记者 吴奕童

10月10日,德业股份召开2024年半年度业绩说明会,概述了公司上半年经营情况,并对各项业务的发展作出了详细介绍。

2024年上半年,德业股份实现营业收入47.48亿元,归属于上市公司股东的净利润12.36亿元,均较上年同期有所下降,其中,公司逆变器业务实现营业收入23.22亿元,较上年同期下降26.06%,对整体业绩影响较大。

德业股份董秘刘书剑对《证券日报》记者表示:“2023年,南非对并网一体的逆变器有较大需求,公司当年储能逆变器销售大幅增长,而今年上半年,南非市场缺货程度减弱,叠加竞争加剧,市场行业库存阶段性增加等因素,市场需求整体下滑。但公司深耕南非市场多年,积累了较强的品牌、客户及销售渠道基础,逆变器产品在该市场的占有率位居行业领先地位。”

今年上半年,以巴基斯坦、印度、菲律宾、缅甸为代表的市场对逆变器需求涌现,德业股份在上述市场业务拓展情况良好。2024年上半年,公司逆变器产品主要销往巴基斯坦、德国、巴西、印度、南非等国家,共销售71.17万台,其中储能逆变器21.41万台,微型并网逆变器24.27万台,组串式逆变器25.49万台。

刘书剑表示:“公司近年来一直围绕上述新兴市场进行差异化布局,因此产品销售较好,一定程度上弥补了南非市场的缺口。”

相关机构人士在接受《证券日报》记者采访时表示:“今年上半年以巴基斯坦、印度、菲律宾、缅甸为代表的市场因严重缺电形成了刚性需求,叠加电价高增,当地政策推动、组件和电池降价带来的经济性提升,上述市场需求涌现。德业股份的产品在安全性、功能性、性价比等方面具有一定优势,受益于前期差异化布局,今年公司在新兴市场中表现突出,随着公司在上述地区业务的持续发展,业绩有望向好。”

另外,德业股份还一直致力于提升逆变器产品性能,目前,公司研发部门已与上游供应商合作组成第三代半导体供应联合实验室,与生产部门合作对产品工序进行优化,加入技改设备,升级产品性能,加速产品更新迭代。

除逆变器业务外,德业股份其他业务也发展良好。2024年上半年,德业股份储能电池包业务实现营业收入7.65亿元,较上年同期增长74.82%,主要销往德国、南非等地。刘书剑表示:“公司储能电池包产品具有高集成度、高安全性、长循环寿命等优势,近年来随着全球户用储能产品需求持续攀升,且该业务板块产品与公司逆变器产品的销售渠道能深度整合,销售规模增长迅速。”

此外,德业股份热交换器产品今年上半年实现营业收入10.56亿元,较上年同期增长16.73%;除湿机产品上半年实现营业收入4.54亿元,较上年同期增长31.98%。

恩捷股份:加速推动固态电池电解质产业化

本报记者 李如是

“在固态电池领域,今年最强烈的感受是,出现了越来越多的加入者,相应赛道的研发竞争愈发激烈,也极大地加快了固态电池研发及产业化进程。”近日,在恩捷股份固态电池电解质产业化基地,中南大学冶金与环境学院副院长刘芳洋对《证券日报》记者表示。

2020年10月份,国务院发布的《新能源汽车产业发展规划(2021—2035年)》首次将固态电池列入行业重点发展对象并提出加快研发和产业化进程。2023年1月份,工信部等六部门联合发布《关于推动能源电子产业发展的指导意见》,进一步提出加强固态电池标准体系研究。据高工锂电数据,截至7月22日,今年全国固态电池新增产能已超142GWh,涉及投资金额644亿元。

固态电池从实验室走向生产线,再到产业化,离不开产业力量的支持。恩捷股份是国内较早在全固态电池、半固态电池隔膜技术领域进行布局的上市公司。近日,《证券日报》记者来到恩捷股份子公司湖南恩捷,其首条固态电池电解质关键材料——硫化锂百吨级中试生产线已落地,公司按下固态电池电解质产业化“加速键”。

从0到1

站在生产线前,回忆起三年的研发及产业化过程,恩捷股份固态产品研发相关负责人坦言,确实是在一片未知的领域,摸着石头过河。

在湖南恩捷,记者看到了公

司试制的固态电池试验样品——一个银白色模样的方形“小薄片”。公司研发人员指着一堆细腻的白色粉末向《证券日报》记者介绍,这就是“小薄片”中固态电解质的关键材料,仅是白色粉末(硫化锂)能实现量产就已是极大突破。

其进一步解释说:“固态电解质在固态电池中,相当于液态锂电池的电解液与隔膜两者功能的结合。其中,硫化锂是硫化物固态电解质的主要原料之一,但高昂的材料成本以及复杂的制备工艺是制约其产业化的重要因素。”

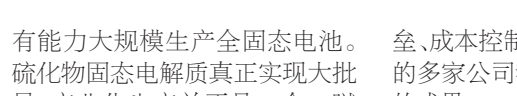
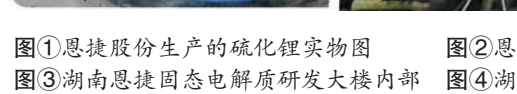
硫银矿型硫化物固态电解质因其较高的电导率优势受到前沿研发团队的青睐,如何实现高性能电解质的大规模低成本制备,备受关注。

恩捷股份从一开始就瞄准了行业“卡脖子”难题,前瞻性地设立了子公司湖南恩捷,联合中南大学技术团队自2021年起共同探索低成本、高纯度硫化锂产品的规模化工艺路径。双方在硫化锂制备的各个环节反复进行了无数次尝试和改良,才逐步提升了硫化锂的纯度,探索出较为简洁的制备方式,并在一定程度上降低了制备成本。

“当前,我们在全固态领域已经实现了突破性发展:在硫化物固态电解质关键材料上,已经实现吨级生产,并已成功投建了百吨级中试生产线。硫化物固态电解质(LPSC)产品和全固态电解质膜产品均处于送样阶段。”恩捷股份上述负责人表示。

持续发力

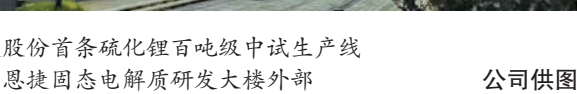
“目前全球仍没有一家公



有能力大规模生产全固态电池。硫化物固态电解质真正实现大批量、产业化生产并不是一个一蹴而就的过程。”刘芳洋表示,“从原料到固态电解质、正负极,再到组装成完整的固态电池,这个产业链的搭建还需很长时间。”

恩捷股份也表示,目前而言,固态电池并没有一个固定的模式、一个统一的生产标准。所以技术的发展前景给动力电池插上了想象的翅膀。公司在制备固态电解质的过程中,也与电池厂等下游企业不断协同。

尽管全固态电池面临技术壁



行不止者,虽远必臻。恩捷股份固态产品研发相关负责人表示:“长期来看,硫化锂的制备具备较大的降本空间。通过制备工艺的改善,我们提炼出的硫化锂纯度将越来越高。同时,在原料端的探索、烧制方式的改良以及加入不同元素的尝试,不仅能提升硫化物的性能,也能降低制备成本。”

中国科学院院士、中国全固态电池产学研协同创新平台理事长欧阳明高也曾表示,要全力以赴,只争朝夕,要有这个紧迫感,共同努力,中国电池产业才能持续引领全球。

以新能源电池制造为核心主业 时代万恒逐步提高细分市场市场份额

本报记者 李勇

10月10日,时代万恒召开2024年半年度业绩说明会。时代万恒总经理李治斌在向投资者介绍公司未来发展战略时表示:“公司仍将以新能源产业为主导方向,以新能源电池制造为核心主业,形成中高端产品定位和市场定位的鲜明特色,逐步提高细分市场份

初步实现产业转型目标

时代万恒成立于1999年,于2000年在上海证券交易所挂牌上市。公司最初主要经营纺织服装、服饰的出口业务。后期,随着内外部环境的变化,时代万恒也主动谋发展,紧紧围绕产业升级和创新驱动,不断寻求突破。

“自2008年以来,公司逐步从

传统的服装加工出口贸易、房地产开发、境外林业项目发展到今天的新能源电池生产和研发,初步实现了产业转型的目标。”据时代万恒董事长李军介绍,近两年来,公司新能源电池生产和销售也实现了较好的规模和效益,2022年和2023年,公司电池销售经营性利润连续两年突破5000万元。

目前,时代万恒主营业务为新能源电池的研发、生产和销售,包括锂离子电池和镍氢电池两大板块。其中,子公司九夷锂能主要运营锂离子电池业务,拥有全自动圆柱锂电池生产线,市场定位于中高端电动工具领域;子公司九夷锂能主要运营镍氢电池业务,产品主要用于应用于个人护理、民用消费品、电动工具等领域。

“随着公司对新能源电池行业理解认识的不断深入,经过多年探索,已形成自身的‘品控与工艺深度融合,技术与产品深度融合’的

核心生产管理理念,保证了产品成本控制与客户对产品认可度的双向统一。同时,公司客户黏性较高,公司连续多年为斯蒂尔、松下、飞利浦、劲量、金霸王、宜家、宝时得等国际知名企业供货,建立了稳定的客户关系。”李治斌在说明会上表示。

积极应对市场挑战

目前,时代万恒产业转型初步完成,并实现了较好的效益,不过,公司的新能源电池业务仍然面临挑战。据公开数据,2021年,时代万恒镍氢电池产销量超1.2亿只,锂电池产销量超8000万只。2022年,公司镍氢电池产销量分别为9699万只和9998万只,锂电池产销量分别为7959万只和8068万只。2023年,公司镍氢电池产销量进一步下降至6268万只和6945万只,锂电池产销量下降至5727万只和5686万只。

据时代万恒财务总监姜道林介绍,锂电池业务方面,上半年,九夷锂能营业收入同比下降60.07%,净利润同比转亏。镍氢电池业务方面,九夷锂能上半年营业收入同比增长4.33%,净利润同比实现较大增长。总体上,时代万恒上半年实现营业收入1.79亿元,同比下降48.25%;实现归属于上市公司股东的净利润952.73万元,同比下降62.74%。

“受海内外宏观经济影响,下游终端市场景气度较低,供给端产能集中释放,致使锂电池行业出现阶段性的供过于求,竞争强度也随之加剧。”李治斌表示,随着电池成本的下降,锂电池在各领域渗透率的提升,长期看市场需求会逐步向好,行业前景相对乐观。

镍氢电池业务方面,李治斌表示,虽然传统应用领域已进入缓慢的衰退期,但由于镍氢电池具有技术成熟、安全性高、应用环境广泛、

成本相对较低等特点,下游客户在诸多应用场景仍有较为稳定的需求,同时在部分应用领域又产生新的需求。公司镍氢电池业务不断推出镍氢电池应用新品,具备一定的市场竞争力。

此外,时代万恒也在寻求新的产业方向和合作机会。不久前,公司与中科院大连化物所下属企业中科化物(大连)科技发展有限公司签署战略合作框架协议,拟就新能源电池领域开展技术交流合作,结合公司产业需求和中科院大连化物所技术储备,共同推进新能源电池领域新技术的产业化,以及现有产品产线和技术的升级和换代。同时,双方还将在人才交流、平台共享和投资合作等多方面开展深入合作。

说明会上,李军还表示,公司将通过积极开拓市场、客户及新的应用场景,以应对不断变化的市场挑战。

紧抓机遇顺势调整经营策略 大东方解读“零售+医疗”双主业发展思路

本报记者 李亚男

10月10日,大东方召开2024年半年度业绩说明会。上半年,大东方实现营业收入19.04亿元,同比增长7.95%;归属于上市公司股东的净利润1.19亿元,同比下降14.38%。会上,公司就零售业务业绩提升、医疗健康业务扩张、提高毛利率举措等投资者关注的问题进行了回应。

大东方董事长林乃机在回答《证券日报》记者提问时表示:“公司上半年业绩主要来自医疗服务板块的较好改善以及百货零售的稳健发展。未来公司将继续以零售主业为核心,持续培育医疗健康服务业务的规模发展,突出上市公司现代消费和医疗健康‘双核心主业’定位,辅

以三凤桥品牌、资产租赁等稳健领域的业务,以及新能源等新兴领域的投资业务作为多点支撑,紧抓国家促进民营经济发展的复苏新机遇,顺势调整经营策略,力争实现公

零售主业重塑核心竞争力

大东方业务主要为现代百货零售(大东方百货板块)、中华老字号“三凤桥”品牌经营(三凤桥板块)、医疗健康(均瑶医疗板块)三个消费及服务领域业务板块。

从零售主业来看,今年1月份至6月份,公司百货零售业务实现营业收入3.13亿元,同比下降15.35%;实现毛利1.08亿元,同比下降21%。三凤桥品牌业务实现营业收入1.18亿元,同比下降10.39%;实现毛利5401.10万元,同比下降3.53%。

对于两大业务板块营业收入及毛利均下降的情况,林乃机向《证券日报》记者表示:“公司百货零售业务在无锡区域继续保持龙头地位,今年以来受市场竞争加剧等因素的影响,营业收入及毛利均

受到一定影响。”

同威投资研究总监冯翔在接受《证券日报》记者采访时表示:“当下,商业零售市场格局呈现出多元化、数字化、竞争激烈等特点,主要是传统零售面临电商挑战,电商又开始向社交化、团购化转型。而中华老字号品牌现在面临着品牌老化、创新不足、商业模式陈旧等问题。未来消费主体向90后、00后转变后,老品牌如何吸引年轻人是最大的挑战。”

会上,林乃机也就零售主业如何“破局”提出了举措。“公司将持续通过引进首店和差异化品牌,强化主题营销,丰富消费者体验,促进客流增长,优化渠道建设和新媒体运营,深化线上营销闭环,努力形成与同业的错位经营格局,重塑经营的核心竞争力。”林乃机说。

重点聚焦儿科医疗服务赛道

从医疗健康业务来看,上半

年,大东方该板块实现营业收入14.34亿元,同比增长17.17%;实现毛利1.18亿元,同比增长35.54%。

自进入医疗健康产业以来,2021年至2023年,大东方医疗健康业务毛利率分别为7.70%、8.26%、6.90%。今年上半年,大东方医疗健康业务毛利率为8.22%,远不及百货零售及三凤桥品牌业务的毛利率。

对于如何提高医疗健康业务毛利率,大东方总经理席国良向《证券日报》记者表示:“公司将持续聚焦存量业务经营改善,推进新学科产品建设与落地,提升医疗专业能力,打磨业务管理体系,加强各经营单位的经营能力,持续调整收入结构,以确保经营提升、管理优化及良性发展。”

席国良介绍,公司拟打造国内领先的“儿童全成长周期健康管理”医疗健康产业品牌。截至2024年上半年,公司医疗健康板块旗下

拥有49家医疗服务机构。未来,公司将进一步重点聚焦儿科医疗服务赛道,以儿童内分泌、儿童心理、儿童保健、儿童过敏、儿童体态、儿童视力、儿童口腔等为重点亚专科。

在大东方看来,公司儿童医疗业务前景广阔,根据相关研究报告,叠加儿童发育的拳头产品市场渗透率还不到10%,未来还有较大的提升空间。

融智投资高级研究员包金刚在接受《证券日报》记者采访时表示:“当下,家长对儿童健康和医疗服务的重视程度不断增加,愿意为高质量的医疗服务付费。同时,国家也出台了一系列政策支持儿科医疗服务发展。此外,儿科医生和医疗资源供不应求,儿童用药申报量、获批量呈上升趋势,叠加儿童用药科学监管体系不断完善,为儿童医疗服务市场提供了更多可能性。”