

爱尔眼科：持续推进“1+8+N”战略

■本报记者 何文英

“公司发展一直是内生生长和外延并购双轮驱动的，未来公司将以内生生长为主，并购基金已基本完成历史使命。”5月20日，爱尔眼科医院集团股份有限公司(以下简称“爱尔眼科”)董事长陈邦在2024年年度股东大会上表示，公司将持续推进“1+8+N”战略，并将在今年制定人工智能发展规划，加速AI赋能眼科医疗。

2024年，在眼科行业净利普遍下滑的背景下，爱尔眼科仍交出了一份营收、净利润双增长的答卷。报告期内，公司实现营业收入209.83亿元，同比增长3.02%；归母净利润突破35亿元大关，同比增长5.87%。同时，公司以每10股派发1.6元(含税)的分红方案持续回馈投资者，派现额度高达14.87亿元。

2025年一季度，爱尔眼科重回高增长轨道，报告期内，实现营业收入60.26亿元，同比增长15.97%；归母净利润10.5亿元，同比增长16.71%。

“1+8+N”战略落地见效

2024年，爱尔眼科“1+8+N”战略全面落地见效。作为集团战略支点的长沙医学中心持续发挥标杆作用，八大区域眼科中心建设取得突破性进展——上海、南宁两地旗舰医院率先完成建设任务，湖北、安徽、沈阳、贵州四区域中心相继投入运营，形成辐射全国的战略

支点网络。

陈邦表示：“‘1+8+N’战略是指以1家世界级眼科医学中心、8家国家及区域眼科医学中心带动N家眼科医院高质量发展，其中N的发展潜力巨大。”

从2024年年报来看，爱尔眼科的布局正如陈邦所言快速渗透至下沉市场。通过新建与并购双轮驱动，公司去年新增多家专业眼科机构及社区诊所，精准填补医疗服务网络空白。截至报告期末，公司全国运营版图已涵盖352家眼科医院及229家门诊部，连锁化运营优势持续扩大。

受益于“1+8+N”战略的整体推进，公司去年诊疗服务规模再创新高，门诊量攀升至1694.07万人次，同比增幅达12.14%；完成各类眼科手术129.47万例，同比增长9.38%，持续领跑行业增长。

推进数字眼科建设

“公司在人工智能领域做了很多尝试和落地，今年将制定具体的人工智能发展规划，持续推进数字眼科建设提高医疗技术、工作效率以及服务体验。”陈邦说。

2024年，爱尔眼科在数字眼科建设与AI行业应用领域取得了显著进展。公司与中国科学院计算机研究所在数字眼科领域就多个项目展开合作，探索构建“爱尔AI眼科医院”。报告期内，公司还发布了自主研发的眼科垂直大模型AierGPT以及数字人“爱科(Eyecho)”。

爱尔眼科董秘吴士君向《证券



日报》记者介绍：“目前，爱科已完成多项技术升级，系统优化提升了并发处理速度，将联动公司遍布全球的各医疗服务机构，广泛运用于院前、院中、院后的各临床服务场景，进一步推动眼科服务的智能化与精准化。”

陈邦表示：“行业可能有起伏，但在如今的多屏时代，眼科行业仍是朝阳产业。同时，我们对自身也提出了两点要求，一是希望公司每年同比仍有增长；二是希望为社会做出更多贡献。”

作为眼科行业龙头，爱尔眼科将公益基因融入发展战略。2024年，公司积极深入学校、社区及农村等基层地区开展视力健康筛查、眼健康知识宣教，并采取“交叉补贴”的公益模式，将高端医疗服务所获得的部分利润补贴至低收入眼病患者群体。2024年，公司年度捐赠2.17亿元，历年累计培育特色公益项目873个。

对于股东回馈，爱尔眼科更是构建了稳定的现金分红体系。2024年度利润分配方案预计现金

分红总额约14.87亿元，分红比例达41.82%。自登陆资本市场以来，公司已连续十五年实施现金分红，算上此次分红累计分红总额将突破71亿元大关。

会后，第一次参加爱尔眼科年度股东大会的投资者邓先生在接受《证券日报》记者采访时表示：“公司很重视投资者，在公司治理和市值管理等问题上与股东积极沟通，管理层在回答问题时配合默契，也在一定程度上反映了企业高效的治理水平。”

通威股份2024年年度股东大会：

光伏企业练好内功方能迎来“春天”

■本报记者 舒娅疆

“我投资通威股份好几年时间了，今天来到股东大会现场有三个目的，除了学习、见董监高团队以外，也是来寻找信心的。”一位投资者在通威股份股东大会上大声说。

5月20日，通威股份有限公司(以下简称“通威股份”)2024年年度股东大会在成都召开，公司董事长刘舒琪在会上坦言，光伏行业在过去一年处于“寒冬”之中，今年或将继续承压，企业更加需要练好内功，只有真正掌握核心技术并做好品质、成本管控的企业才能迎来行业的“春天”。

行业前景长期向好

在本次股东大会开始之初，刘

舒琪主动对光伏行业趋势进行了分析和展望：“2023年和2024年，我国光伏装机量呈现爆发式增长，今年国内和海外市场预计仍将实现不同程度增长，但行业面临着供需错配带来的巨大压力，预计到年底时，可能会有部分老旧产能、成本较高的产能无法在目前的价格水平中生存下去。不过，任何行业不可能连续几年长期不盈利，现在比拼的就是大家的‘底子’是否够厚，这体现在企业是否有足够的现金流和技术研发投入等作为支撑。在‘春天’到来之前，阶段性的阵痛需要忍受，企业要做的就是练好自己的内功。”

尽管阶段性承压，但在全球终端装机需求保持增长态势的情况下，光伏行业的前景被认为长期向好。

CPIA发布的数据显示，2024年，全球光伏新增装机容量达530GW，同比增长35.9%。其中，中国市场全年新增光伏装机277.6GW，同比增长28.3%，贡献全球超过50%的增量。在制造端，中国企业仍牢牢占据全球主导地位，从多晶硅到组件各环节产能规模及市占率均超过80%，全年实现组件出口达235.93GW，同比增长13%。

“物极必反，希望大家能够耐得住寂寞。”通威股份副董事长严虎表示，光伏是中国最具全球竞争力的行业之一，中国光伏企业在技术、成本、质量、效率等方面都有着绝对优势，只不过行业目前的产能供过于求，预计未来在市场+政策引导下，光伏行业的产能出清将逐步显现成效。

“本轮行业周期与以往周期有很大的不同，这一轮周期的结束或将决定整个市场格局，因此需要我们非常坚定。”严虎进一步表示，光伏行业作为我国战略性新兴产业，在全球能源结构转型和中国持续实施“双碳”目标的背景下，还将迎来巨大的增长空间。

研发投入不设上限

通威股份目前拥有高纯晶硅年产能超90万吨，太阳能电池年产能超150GW，组件年产能超90GW。在硅料环节，公司围绕需求侧每个月都进行市场调研，并根据下游需求对产能节奏进行控制调整。从2025年的经营工作来看，公司将在增强研发创新力度、保持

财务稳健等方面持续开展工作。

“我们对于研发方面的投入不设上限，无论是硅料还是电池片领域，无论TOPCON、BC、异质结还是钙钛矿等研究方向，都保持非常开放的态度。”刘舒琪说。

“当前公司拥有约400亿元的现金储备，尽管去年业绩亏损，但并没有亏现金流，公司希望尽快度过行业周期，后续将充分受益于行业复苏。”严虎表示，公司未来盈利增长一是来自行业供需格局改善；二是来自技术领先优势带来的盈利溢价；三是来自成本管控能力的持续夯实，通过“永祥法”工艺优化、供应链协同等措施保持多晶硅、电池、组件等环节成本优势，待行业回暖后将带来领先于行业的超额收益。

金博股份：不惧市场波动 经营要有定力

■本报记者 肖伟

5月20日，湖南金博碳素股份有限公司(以下简称“金博股份”)在湖南长沙召开2024年年度股东大会。远道而来的投资者们济济一堂，对公司业绩承压表示关心，并想了解应对之策。对此，公司董事长兼首席科学家廖乔乔表示：“我们并不惧怕市场的周期和波动，经营需要有定力，方能将战略贯彻始终。”

在股东大会上，一位股东表示：“2024年，公司业绩有一定压

力，2025年一季度压力持续存在，公司有无应对的策略？光伏市场是否有景气周期出现？”

廖乔乔解答：“2024年，光伏行业整体面临较大压力。公司战略委员会在光伏市场处于景气周期时，就开始思考下一步应该做什么？现在我们发力碳陶材料，并且已经在国内外整车企业中取得了一定的成绩。”

《证券日报》记者了解到，金博股份已在碳陶材料上深耕5年多时间，目前已成为多家整车企业的合格供方。金博股份在碳陶材料领

域的代表产品为碳陶刹车盘，该产品具有较高性价比，相较于国外产品具有竞争力，可满足从商用车到乘用车等各类车型的不同需求。

廖乔乔接着表示：“我们并非把所有的商机都寄希望于某一个产品上。依托碳复合新材料技术的不同成果，在其他领域也有积极进展。例如，我们已经制备出合格的多孔碳产品，这是锂电负极新材料的关键原料，可加快硅碳负极的市场推广。目前，多家负极材料生产企业和公司有着紧密互动关系。”

值得一提的是，5月16日，金博

股份正式发布了其研发的多孔碳材料。多孔碳是硅碳负极的关键材料，近年来备受关注。目前，该产品主要有石油焦基、树脂基多孔碳、生物质基多孔碳等不同技术路线。金博股份的多孔碳材料以石油焦、改性树脂为原料，通过碱活化造孔工艺，产品具有孔结构可控可调，电阻率低，颗粒缺陷少，杂质含量低等特点。最终成品拥有较高的一致性、稳定性、较低工艺缺陷等优点。

一位股东表示，“我多次参加金博股份股东大会，看到公司经营以股东利益为出发点，以长期稳健

发展为原则。虽然市场有波动和周期，但相信公司扎根碳复合材料领域必然为股东创造更大回报。”

廖乔乔表示：“各位股东所看到的产品，大部分是我们在若干年前就已经开始着手的工作。例如，碳陶刹车产品是2020年由研究人员提出的构想和设计方案。又如多孔碳，2023年就完成了设计方案和工艺验证。作为公司的首席科学家，我思考的是未来3年公司的新产品和新赛道。经营的定力来自企业的创新力，而我们拥有原始创新的能力。”

可以借助并购重组的方式，迅速拓展文展产业链。

在业绩说明会上，投资者也十分关心公司是否会通过并购的方式来发展业务。天府文旅董秘邹玮在回答《证券日报》记者提问时称，2025年，公司将持续关注主业及产业链上具有良好前景的优质资源，发挥各方优势，通过外延式并购整合实施资源整合，链接优质产业生态，做好资源导入及产业赋能，进一步提升公司整体业务规模，提升盈利能力。

公牛集团传统业务根基稳 新能源赛道“加速跑”

■本报记者 吴奕萱

5月20日，公牛集团股份有限公司(以下简称“公牛集团”)召开2024年度暨2025年第一季度业绩说明会，向投资者介绍了公司的经营成果、财务状况，公司管理层对投资者关心的问题进行了解答。

2024年，公牛集团在复杂的市场环境中展现出强大的经营韧性，公司三大业务板块协同发展，尤其是新能源业务的大幅增长，为公司注入了全新的发展动力。2024年，公牛集团实现营业收入168.31亿元，同比增长7.24%，归属于上市公司股东的净利润42.72亿元，同比增长10.39%。

传统业务 持续领先市场

具体来看，公牛集团2024年电连接业务实现收入76.83亿元，同比增长4.01%。

值得一提的是，面对电连接市场成熟化带来的增长压力，公牛集团通过技术革新、场景细分等方式切入多元需求赛道。例如，在高端产品领域，公牛集团推出的“零缝超薄轨道”插座，通过毫米级工艺突破实现无缝贴合墙面；搭载触控智慧屏的智能插座，以可视化交互界面引领智能家居新风尚；独创的“双纯平保护门”设计，既保障儿童用电安全，又适配现代家装风格。

公牛集团相关负责人称：“公司还特别针对年轻消费群体推出‘Z世代系列’产品，通过潮流配色与模块化充电设计，提升品牌在新兴消费市场的占有率。”

在技术创新方面，公牛集团致力于将智能实时功率分配、智能温控等前沿技术融入产品，2024年推出了立式数显插座、分体式“小电柜”，240W多接口大功率氮化镓充电器等差异化产品，全方位提升用户充电体验。

公牛集团智能电工照明业务2024年同样表现出色，实现收入83.31亿元，同比增长5.42%。公牛集团相关负责人表示，“2024年，公司顺应消费习惯的变化，积极推动全品类旗舰店和新零售模式的建设，旨在全面提升门店展示形态和品牌形象，满足消费者一站式‘购买+体验’的需要。”

新能源业务 成为增长新引擎

随着全球环保意识的日益增强以及各国对碳排放的严格限制，新能源汽车市场近年来快速增长，使得充电桩、充电枪市场需求膨胀。公牛集团敏锐捕捉到这一市场机遇，迅速切入充电桩市场。

福建华策品牌定位咨询创始人詹军豪在接受《证券日报》记者采访时表示：“公牛集团积累的渠道资源与品牌优势在新能源业务拓展中能发挥关键作用，其广泛的渠道网络可让新能源产品迅速触达市场，品牌影响力则能降低消费者的认知门槛，叠加在电连接领域的技术沉淀，公司新能源业务有望持续扩大。”

2024年，公牛集团新能源业务实现收入7.77亿元，同比增长104.75%，成为公司业绩增长的强劲新动力。公牛集团积极建设充电枪、充电桩全栈自研能力，先后推出了“无极”系列家用充电桩、液冷超充、大功率柔性群充等产品，进一步提升了行业领先优势。

从产品布局来看，公牛集团2024年主要以超充产品为核心发力点，加速完善快充直流桩产品矩阵。公司超充产品搭载创新型技术架构，融合宽电压、大电流、高散热液冷充电枪以及全矩阵电路设计等先进技术，可通过与云平台或移动终端的深度协同，实现功率的动态、精准分配。

公牛集团董事长阮立平表示：“2025年，公司将顺应行业趋势发展，加快新品上市，加大品牌和营销推广力度，巩固公牛个人充电桩线上线下的市场领先优势；同时，加快超充、快充、群充等产品的技术突破和产品创新，建立行业领先的交付、安装、运维等全方位客户服务能力，为战略大客户和运营商客户提供更可靠的产品和更及时有效的服务。”

另外，储能业务作为新能源产业的重要组成部分，也早已被公牛集团纳入战略版图。2024年，公牛集团围绕欧洲家庭、国内工商业场景构建多层次产品生态，推动全球化产品矩阵升级。公司推出了单相、三相家庭储能产品，并在欧洲市场开展了本土化验证。

阮立平坦言：“接下来，公司将持续聚焦欧洲家储市场，加快本土化产品、渠道、组织的创新，把握产业周期，稳健前行，探索差异化的可持续发展路径。”

交通银行河南省分行：以金融创新活力 激发文旅产业新动能

河南省积极响应国家文旅融合发展战略，全面实施“行走河南·读懂中国”品牌塑造行动，以数字化赋能文旅产业转型升级。在此背景下，交通银行河南省分行创新产品服务，推出智慧功德场景解决方案，助力中岳嵩山核心文化地标老君洞开启“金融+文旅”数智管理实践。

赋能景区管理提质增效。依托交银蕴通·管账项下“收费管家”产品服务，为景区定制打造“智慧功德箱”，实现功德捐赠资金归集自动化，帮助景区管理人员实时掌握各点位数据，大幅提升对账效率与财务管理质效。

优化游客体验显温度。创新“线上祈福+社交分享”服务，游客可线上功德捐赠并生成个性化纪念卡片分享，增强文化传播的互动性，让传统文化以更现代的方式触达年轻群体。

未来，交通银行河南省分行将持续深化与文旅主管部门合作，围绕景区票务系统、商业配套等场景打造综合金融服务生态，以金融创新赋能，推动文旅产业高质量发展。(CIS)

■本报记者 桂小笋

5月20日，成都新天府文化旅游发展股份有限公司(以下简称“天府文旅”)举办业绩说明会，在回答《证券日报》记者提问时，天府文旅高管表示，将持续关注主业及产业链上具有良好前景的优质资源，按照“泛文旅体”产业融合发展思路，秉持重组并购与自主拓展并重的经营方针，持续改善公司经营能力。

天府文旅2024年年报显示，报告期内，公司出现亏损。在业绩说

明会上，如何扭亏是投资者关注的重要事项。

“2025年，天府文旅按照‘泛文旅体’产业融合发展思路，秉持重组并购与自主拓展并重的经营方针，推动天府文旅围绕文化、旅游、体育三大产业搭建主营业务体系，以旅游业务为核心，聚焦‘旅游+冰雪’‘旅游+影视’‘旅游+体育’，有机串联冰雪、影视、体育等业务板块，推进公司主业布局 and 业绩增长，持续改善公司盈利能力。”天府文旅副总经理杨建勇在回答《证券

日报》记者提问时说。

在业绩说明会上，天府文旅高管表示，将抢抓影旅融合高质量发展机遇，通过影视宣传带动消费，专注优质内容打造，联合成都影视城、行业专业机构，开展影视项目制作；聚焦产业拓展，依托“中国喜剧梦工厂”构建喜剧产业生态圈，布局中国喜剧经济产业，拓展喜剧衍生产品；打造影旅融合业务体系，建立“拍在四川”的影视制作服务标准，通过整合串联各地市州资源，推出一站式制片服务，吸引更多

剧组来取景拍摄。

从行业发展趋势来看，传统观光旅游正加速向多元化、个性化、体验式旅游转变。影视、动漫、游戏等深受喜爱的文化IP，通过与旅游目的地有机结合，打造出独具特色的文旅体验，进一步增强目的地吸引力。康养旅游、露营旅游、沉浸式文旅体验等新业态发展迅猛。各地景区积极探索创新，利用数字化、智能化技术打造沉浸式游览项目，为消费者带来全新体验。也有行业人士表示，旅游上市公司

多剧组来取景拍摄。

从行业发展趋势来看，传统观光旅游正加速向多元化、个性化、体验式旅游转变。影视、动漫、游戏等深受喜爱的文化IP，通过与旅游目的地有机结合，打造出独具特色的文旅体验，进一步增强目的地吸引力。康养旅游、露营旅游、沉浸式文旅体验等新业态发展迅猛。各地景区积极探索创新，利用数字化、智能化技术打造沉浸式游览项目，为消费者带来全新体验。也有行业人士表示，旅游上市公司