

# 多家风电设备企业去年营收净利双增长

■本报记者 吴奕童

东方财富Choice数据显示,截至4月22日15时,A股风电设备行业(申万二级行业)已有17家上市公司发布了2025年年度报告,行业整体业绩表现稳中向好。其中,12家企业实现营收净利双增;4家企业“增收不增利”;仅1家企业出现营收同比下降且净利润亏损的情况。

受访专家普遍认为,风电设备企业去年业绩稳中向好,主要得益于我国风电产业系统性建设的持续推进。“2025年,风电设备产业链协同升级成效显著,技术标准体系愈发完善,叠加政策精准赋能,共同推动行业迈入景气上行周期。”科技部国家科技专家库专家周迪在接受《证券日报》记者采访时表示。

2025年以来,全球能源转型加速,海外市场对高质量风电装备的需求增长显著,这也为我国风电设备产业链企业提供了新的市场机遇。在此背景下,上市公司纷纷加速海外市场拓展与多元化业务布局。

例如,山东双一科技股份有限公司2025年持续大力度开发海外新客户,大型风电叶片模具海外项

目持续增长;江苏振江新能源装备股份有限公司已成为西门子歌美飒的总装供应商,并落地与欧洲知名风电主机商恩德的风机总装合作。

眺远咨询董事长兼CEO高承远表示:“‘出海’是风电设备企业突破国内竞争红海的关键抓手,随着海外市场需求持续释放,具备技术优势与过硬产品质量的中国企业,将迎来更多发展机遇。”

除了加速“出海”外,多家企业在巩固风电设备制造核心业务的基础上探索多元化发展路径,推动业务结构持续优化。

以运达能源科技集团股份有限公司(以下简称“运达股份”)为例,2025年该公司立足自身风电设备制造业务基础,布局新能源消纳业务,积极探索“绿电+算力+数据+算法”多轨并行的应用新场景。运达股份管理人员在接受投资者调研时称:“公司风电绿电项目已逐步迈入产业化推进阶段,首个参与的绿色甲醇项目预计将于今年启动。”

高承远强调,这种多元化布局是基于核心能力的延伸与拓展,布局多元化业务是企业分散单一业务经营风险、拓展增长曲线的重要途径。但在此过程中,公司必须坚



图片素材来源:站酷海洛

守主业根基,避免盲目扩张。

值得注意的是,在行业整体向好的背景下,也有小部分企业业绩承压,这多与公司自身业务结构调整有关。以天顺风能(苏州)股份有限公司为例,其2025年亏损2.36亿元,报告期内,公司主动实

施产能收缩与结构调整,有序退出低效产能,推进风电陆上装备业务整合升级,旨在进一步聚焦风电海工装备等核心业务发展。

对此,相关机构人士向《证券日报》记者分析称:“企业主动收缩陆上低效业务、聚焦海上核心赛

道,是淘汰落后产能、优化资源配置的理性选择,将为长期高质量发展奠定基础。这种‘减法换加法’的战略调整,正成为行业多数企业的选择,将进一步推动风电设备产业向高端化、智能化、绿色化转型。”

# 加速布局特高压领域 金利华电山西基地将于5月份投产

■本报记者 刘钊

4月22日,金利华电气股份有限公司(以下简称“金利华电”)全资子公司山西金利华智慧智造科技有限公司(以下简称“山西金利华”)在山西投建的年产300万片特高压玻璃绝缘子生产线项目举行点火仪式。随着窑炉炉火点燃,这一总投资4.3亿元的项目正式由建设阶段转入烘炉调试阶段。按照安排,项目一期将于5月10日全面投产。对金利华电来说,这既是山西基地建设推进中的关键一步,也是公司围绕特高压玻璃绝缘子主业继续扩能的重要动作。

金利华电是国内输变电行业较早登陆资本市场的企业之一。公司主营业务聚焦绝缘子的研发、生产、销售及相关技术服务。2020年9月份,韶宝集团旗下山西红太阳通过受让股权及表决权委托方式取得公司控制权,公司董事长由

韶宝集团董事长韩长安兼任。

山西基地项目的启动始于去年。2025年7月份,金利华电公告称,全资子公司山西金利华拟在山西投资1.86亿元建设年产300万片特高压玻璃绝缘子生产线项目。项目一期于当年8月份开工。随着建设的推进,公司又结合实际情况将总投资追加至4.3亿元,并明确项目分两期建设,最终形成年产600万片的产能规模。从开工到此次点火,前后不到一年,推进节奏较快。

在点火仪式现场,韶宝集团党委书记秦芃表示,“300项目”的烘炉点火,标志着韶宝集团高质量发展又迈上了一个新台阶。他同时表示,希望金利华电管理团队和厂家一起,做到安全烘炉、精确控温、精细调试,全力奋战18天,为5月10日项目全面投产作出更大贡献。

从工艺和设备配置看,山西基地瞄准的并不是普通产品。项目

技术总工程师姜宇飞对《证券日报》记者表示,该项目采用全氧燃烧玻璃窑炉工艺,能耗较传统工艺降低15%以上,配套全自动生产线和数字化监控系统,生产效率较行业平均水平提升40%。按照他的介绍,项目产品涵盖6大系列90余种规格,可适配10kV至1000kV全电压等级线路,性能达到国际先进水平,可满足满足高等级输电线路对绝缘子产品的需求。

这一项目的落地,也让金利华电在晋浙两地的产能布局更加清晰。就在山西项目点火之前,金利华电浙江基地刚完成一轮扩能。2025年3月份,公司全资子公司浙江金利华电气设备有限公司投建的特高压玻璃绝缘子扩产项目正式投产,将浙江基地原有约100万片年产能提升至400万片。谈及两地分工,姜宇飞表示,浙江基地侧重高压、特高压以及常规小吨位产品兼有,而山西基地

则在窑炉工艺和产线配置上,完全围绕超高压、特高压大吨位产品量身定制。

作为国内特高压玻璃绝缘子领域的重要参与者,金利华电已构建起覆盖10kV至1000kV电压等级的产品体系,其550kV交流特高压绝缘子、±800kV直流绝缘子均入选国家重点新产品,并参与过180项国家级重大输变电工程,是国内少数能够参与国家电网、南方电网玻璃绝缘子公开招标的企业之一。面对外界对于新增产能能否被市场消化的疑问,姜宇飞表示,近些年虽然行业里出现了一些新进入者,但真正具备国网、南网特高压电网资质和工程业绩的厂商并不多,质量门槛和工程经验仍是这个行业的重要壁垒。

自2020年入主金利华电以来,韶宝集团一方面推动上市公司继续深耕绝缘子主业,另一方面也在加快相关产业布局。山西

金利华的经营范围除玻璃制品制造外,还涵盖智能机器人、新能源汽车、电池、储能等,与韶宝集团近年来在全钎液流储能、氢能产业链、高端新材料等方向的布局形成呼应。

韩长安在接受《证券日报》记者采访时表示,受国际形势等因素影响,今年煤化工行业盈利状况明显好转,预计集团业绩较往年会有较大提升。在这一背景下,金利华电山西基地项目的推进,也被放在了韶宝集团产业转型和资本平台建设的更大框架中来观察。

眼下,山西基地已进入投产前的关键阶段。对金利华电来说,接下来的烘炉、调试和爬坡同样重要。随着一期项目投产临近,公司在特高压玻璃绝缘子领域的供给能力将进一步提升,而这家从浙江走向山西的上市公司,也在借助新的产能布局,继续向高端输变电装备产业链深处延伸。

# 农村电商激活乡村经济新动能

(上接A1版)

## 创新供应链模式 推进电商直采与定制化生产

物流通了,供应链的模式创新也随之而来。在传统的“农户一批发商—市场—消费者”多层次分销之外,“产地直采、定制生产”等新模式正在快速兴起,为农产品“上行”开辟了新路径。

今年中央一号文件提出,实施农村电商高质量发展工程,推动电商平台下沉赋能,加强产地预冷、仓储保鲜、分拣加工等设施建设。

政策直指传统流通体系中长期存在的痛点。网经社电子商务研究中心数字生活分析师陈礼腾对《证券日报》记者表示,生鲜农产品从田间地头到消费者手中,经过多层流通环节,中间损耗高达30%。这意味着,近三分之一的农产品在流通中被浪费,农民的收入因此受损,消费者也难以用合理价格买到新鲜产品。

如何破解这一困局?电商平台的主导下沉,正在从三个维度给出答案。

首先,解决“怎么找到买家”的问题。叮咚买菜“香椿古树”项目,是平台下沉、直连深山的代表。受益于该项目,云南陆良县大竹园村分散农户的古树香椿,48小时即可送达江浙沪消费者的餐桌。“可作社负责就地分拣、预冷、加工,我们负责标准引导与稳定采购。通过这种方式,让过去只在房

前屋后‘乘凉’的老树香椿,一跃成为江浙沪等地的春菜爆款。”叮咚买菜方面对《证券日报》记者表示。

其次,解决“怎么低成本运出去”的问题。京东集团股份有限公司(以下简称“京东”)选择了一条“重资产”下沉路径。京东表示,将与超百个特色农产品产业带共建一百万亩“京东基地”,覆盖食用油、面粉、大米、水果、海鲜水产、肉禽蛋等主要农产品品类。

京东方面对《证券日报》记者表示,京东超市与核心产地合作,实现“产地直发”,通过建基地、产地直采、定园包销等模式,解决采购成本和品控问题;京东物流全程冷链,解决损耗及保鲜问题。同时,在特色农产品丰收季节,京东物流在全国绝大多数农产品产地及产业带预先设置揽收点,有效缩短农产品在途时间。

最后,更深层次的变革,发生在种植源头。2025年12月份,广西南昌新建区石埠镇首个芦笋“盒马村”正式授牌。其依托盒马平台订单,采用“订单农业+标准赋能+品牌升级”模式,通过定制种植标准、输出技术指导,共建特色品牌,推动农产品从“按经验种”转向“按订单种”。以稳定的盒马订单消除农户“卖难”的后顾之忧,激发生产积极性,引导产业规模有序扩大。

盒马江西采购负责人对《证券日报》记者表示,该平台前期试点的基地石埠芦笋,通过探索建立更紧密、更合理的利益分配机制,确保产业链各环节,尤其是生产端的

农民能够充分享受产业增值收益,实现共同富裕。目前,芦笋“盒马村”借助覆盖全国的冷链供应链网络,将“赣鄱精品”推向全国。

类似的探索正在全国多地展开。在山东寿光,冷欣蔬菜专业合作社自2018年起与盒马鲜生、淘宝、叮咚买菜等平台建立直采合作,通过电商等新渠道销售的蔬菜,达到1.5万吨,年销售额过亿元,带动周边3000多户农户种植。

“我们成为平台的供应商,只要保证质量,基本就能保证价格和销量稳定。”该合作社负责人孟令欣对《证券日报》记者表示。

“电商直采与定制化生产,正在打破传统农业‘种出来再找销路’的被动逻辑。”中国电子商务专家服务中心副主任郭涛向《证券日报》记者表示,当销售端的需求反向传导至种植端,当平台的标准下沉为田间地头的规范,农产品的附加值便在标准化与品牌化中持续提升。从“产地直采”到“订单农业”,从“流量赋能”到“标准赋能”,电商平台的下沉正在重塑中国农业的供应链格局。

## 拓展电商应用场景 培育“村播”“田播”新业态

物流通了,供应链顺了,电商的应用场景也随之不断拓展。在政策的大力推动下,“村播”“田播”等特色直播业态加速落地,手机成为新农具,直播成为新农活。越来越多的乡村正在通过直播镜头,打开农产品“上行”的新通道。

在淘宝平台上,“热土·丰年”公益直播活动联动14位头部主播,帮助全国20多个县域的47家乡村店铺登上直播间,超19万件优质农产品走出大山。

“河北省张北县的黑麦片、河北省青龙满族自治县的板栗仁、甘肃肃县的花椒,获得了不少消费者的青睐。贵州省普安县的原切土豆片首次入选头部主播直播间,也实现了不错的销售成效。”淘宝方面对《证券日报》记者表示。

山东东营广饶县王口村驻村第一书记王相铨用手机开启抖音直播。他表示:“没有专业设备,我就用手机拍;没有脚本经验,我就用最朴实的话语讲述土特产的种植和生产过程。”

正因此,他的直播间迅速走红,粉丝量激增,由草花、杂粮等产品订单量呈几何级增长,一度跻身抖音生鲜类目全国销量前十,单条宣传视频播放量接近百万次,展现出数字赋能乡村振兴的生动图景。

《2025丰收节抖音电商农产品消费白皮书》显示,2024年9月份至2025年9月份,平台累计销售农产品102亿单,平均每天有2448万单农产品包裹销往全国各地。广东荔枝、山东菏泽芍药、山东蒙阴蜜桃、甘肃民勤蜜瓜……带着泥土芬芳的农产品,正通过一个个手机屏幕,走进千家万户。

电商平台不仅助力农产品“上行”,还通过多种方式优化新农人经营模式。为降低经营成本,抖音电商推出包括生鲜免佣在内的九

大扶持政策,截至2025年9月份,一年内有超21万商家报名参与生鲜免佣,累计减免佣金8亿元。

在流量灌溉的同时,多地也在探索“线上引流、线下寄递”的服务模式。玉溪市邮政管理局相关负责人对《证券日报》记者表示:“我们推出‘寄递+电商+直播’协同模式,依托邮政‘邮乐小店’、顺丰线上商城及抖音、淘宝等直播平台,开展农产品溯源直播、线上展销活动,并通过溯源码、包装定制等方式赋能品牌建设,实现‘物流配送+渠道拓展+价值增值’全链条服务。”

从直播间里热销的万单农产品,到电商后台攀升的县域特产销量;从大数据匹配的产销订单,到短视频里火遍全网的“丰收故事”……一组组鲜活数据、一个个落地成果,串联起田间地头、农户的笑脸,勾勒出一幅“快递进村、电商兴农”的乡村振兴新图景。

“电商最大的价值在于对实体经济进行数字化赋能。具体到农村电商,‘村播’‘田播’等新业态的出现,让农户可以直接面向全国消费者,打破了农产品销售的地理障碍。”商务部研究院研究员洪勇对《证券日报》记者表示。

如今,快递进村的末梢正在进一步打通,电商兴农的路径愈发清晰。物流与电商平台协同发力,不仅卖出了产品,更讲出了乡村故事。一条从枝头到舌尖、从田间到云端、从乡村经济新通道正加速成型,为乡村振兴注入持久动能。

# 轮胎行业“涨声”再起

■本报记者 王倩

轮胎行业掀起新一轮涨价潮。据《证券日报》记者不完全统计,3月份以来,已有超80家轮胎企业集中发布涨价函,涨幅普遍在2%至5%之间。其中,腾森橡胶全线产品涨幅达10%,创下本轮调价最大涨幅。

此轮轮胎涨价的核心驱动力,来自上游原材料价格的剧烈波动。卓创资讯监测数据显示,3月份以来,受合成橡胶、炭黑等核心原材料价格持续走高的带动,国内轮胎生产成本不断攀升。合成橡胶因与国际原油高度绑定,涨幅最为显著,其中,3月份丁苯橡胶、顺丁橡胶月均价环比增幅均在12%左右,同比增幅均在22%左右,成为轮胎成本上涨的重要推力。炭黑作为重要填充剂,受煤焦油价格上涨及环保政策影响,3月份价格环比大涨超13%。

卓创资讯分析师郭娟对《证券日报》记者表示,在成本端刚性压力与市场供需博弈的双重作用下,轮胎企业涨价意愿强烈,多家企业陆续发布涨价函,行业涨价预期持续升温。

开源证券日前发布的研报表示,本轮轮胎涨价潮呈现三大特征:一是覆盖范围广,从外资巨头到本土龙头企业全线参与;二是品类齐全,乘用车胎、全钢载重胎、轻卡胎、内胎胎带均被纳入;三是调价节奏密集,4月份至5月初为集中执行期。

努曼陀罗商业战略咨询创始人霍虹屹在接受《证券日报》记者采访时表示,这轮涨价既有成本驱动的底色,也包含利润修复的考量。2024年下半年以来,原材料价格持续上涨已严重挤压行业利润,轮胎企业确实需要通过涨价缓解成本压力。

同时,霍虹屹还认为,轮胎行业的成本压力已从原材料向其他领域扩散,比如物流方面,国际航运价格的不确定性和国内运输成本的上升,对出口占比高的企业影响明显;环保要求升级也促使企业持续加大投入,比如废气处理设备、废料回收设备的更新等。

不过值得注意的是,企业涨价函频频发出,但终端零售价并未同步上行。郭娟表示,本轮轮胎市场涨价呈现出明显的“宣涨积极、落地滞后”特征,终端市场价格并未随企业涨价函同步上调,反而在部分渠道出现阶段性松动,核心原因在于涨价传导周期滞后与春季订货会促销政策形成的双重压力。

一位从事国产品牌轮胎销售的经销商对《证券日报》记者表示,目前来看,4月份、5月份上游工厂端涨价已成定局,经销商拿货成本攀升。“我们一边要消化前期囤货,一边要应对新价采购,既不敢盲目囤货,又担心持续涨价导致成本失控。”

“未来1至2个月,随着渠道低价库存逐步消化、春季订货会促销政策结束,叠加涨价函落地,轮胎市场实际成交价格或在不同渠道环节有所上调。”郭娟说,但受制于终端需求整体偏弱,涨价实际传导过程或缓慢且不完全。

中关村物联网产业联盟副秘书长袁帅在接受《证券日报》记者采访时表示:“本轮涨价,既是轮胎行业走出利润低谷的契机,也是新一轮洗牌的开始。只有能够平衡好成本传导、市场份额与长期发展的企业,才能在后续竞争中占据优势。”

# 下游需求旺盛技术加速迭代 光通信产业链持续火热

■本报记者 殷高峰

4月22日,A股光通信板块再度爆发,中际旭创、新易盛等光模块龙头股价创历史新高。

万联证券投资顾问屈放在接受《证券日报》记者采访时表示,本轮光通信行情与单纯的题材炒作有本质区别,2026年是1.6T光模块规模化放量的元年,800G光模块需求保持稳健增长,技术迭代和产品升级持续推进,市场驱动因素已从预期博弈转向基本面兑现。

山西证券研报认为,以中际旭创为代表的全球光模块龙头一季度业绩超预期,上游物料扩产、海外催化映射与龙头业绩兑现共同支撑了光模块主线行情。

中际旭创2026年一季度报显示,报告期内,公司实现营业收入194.96亿元,同比增长192.12%,归属于上市公司股东的净利润57.35亿元,同比增长262.28%。公司表示,后续季度1.6T光模块出货量有望保持环比增长。

摩根士丹利4月20日发布的研报表示,在AI算力持续升级的大背景下,光通信行业的故事远未到终点,当前没有任何信号能推翻光通信的乐观逻辑。据集邦咨询最新研报,全球AI专用光收发模块市场进入高速增长阶段,预计市场规模将从2025年的165亿美元扩大至2026年的260亿美元,年增幅超过57%。

屈放表示:“光通信产业链全线进入‘卖方市场’,高端光模块量价齐升,一季度产业链企业业绩超预期,行业景气度维持高位。”

值得关注的是,多家企业已启动产能扩张和战略布局。

例如,苏州天孚光通信股份有限公司于4月21日晚间公告,全资子公司新加坡天孚拟出资70万新币与纳斯达克上市公司SuperX、APEX VERVE LIMITED共同设立合资公司,聚焦光互连产品,拓展海外市场。

深圳光大同新材料股份有限公司拟出资1.5亿元设立合资公司,孵化高速硅光模块智能制造项目,新建智能化产线开展高速硅光模块规模化生产。

光迅科技股份有限公司拟通过定增募集不超过35亿元,其中20.83亿元用于算力中心项目的高端产能扩产,项目达产后将形成年产高速光模块499.20万只的产能规模。

在光芯领域,陕西源杰半导体科技股份有限公司动作频频。公司拟投资约12.51亿元建设光电通信半导体芯片和器件研发生产基地二期项目,聚焦高速光芯片领域。此外,该公司已在美国建设生产基地,预计2026年陆续释放产能。

“随着AI大模型与算力中心建设持续深化,光通信已成为AI产业链中价值量增加最快的细分环节。未来两年市场需求有望实现翻倍增长,且供给侧呈现部分环节涨价和新技术加速落地的产业趋势,具备核心技术壁垒和产能锁定能力的企业将持续受益。”西安工程大学产业发展和投资研究中心主任王铁山对《证券日报》记者表示。