

董事长面对面

金博股份董事长廖寄乔：

四大业务梯队构筑长期发展基石

■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”）2025年年度股东大会在该公司董事会会议室召开。会后，金博股份董事长兼首席科学家廖寄乔接受《证券日报》记者采访，就该公司核心业务发展、战略转型进展及行业未来趋势进行了全面深入的解读。他表示，金博股份正处于从单一业务向多元化先进材料平台转型的关键阶段，“光伏热场、锂电材料、碳陶刹车、先进陶瓷”四大业务板块梯次推进，将为公司长期可持续发展奠定坚实基础。

谈及市场最为关注的光伏热场业务，廖寄乔坦言，该业务的表现主要取决于下游行业的复苏节奏。“目前行业已经出现了一些积极信号，尤其是储能系统的持续热销和装机容量的不断扩大，让我们对光伏行业的未来复苏抱有信心。但我们也清醒地认识到，行业复苏需要一个过程，不会一蹴而就。”

《证券日报》记者了解到，经过过去一年多的深度调整，光伏产业链价格已基本触底，行业供给侧出清进程加快，尾部产能逐步退出市场。作为行业龙头企业，金博股份在技术研发、产品质量和客户资源等方面均拥有显著优势，与行业主流客户建立了长期稳定的合作关系。随着下游需求逐步回暖，该公司光伏热场业务有望率先实现盈利修复，重新成为金博股份重要的现金来源。

谈及锂电业务，廖寄乔表示，研发积累已进入产业化兑现的关

键期。“我们公司在锂电领域投入了大量的研发资源，经过多年的技术积累，目前正处于将科研成果转化为经济效益和生产力的关键时刻。”

据介绍，金博股份锂电业务涵盖多个细分领域，其中上游热场部件业务已实现规模化生产和销售，市场份额持续提升，成为其当前重要的收入和利润来源。在负极材料领域，金博股份针对不同技术路线开发了多款高性能产品，相关产品也正稳步推进，产品已获得多家行业头部客户的认可。随着产能的逐步释放和客户验证的推进，锂电业务有望成为该公司中期业绩增长的核心驱动力。

对于备受期待的碳陶刹车盘业务，廖寄乔用“静待花开”来形容当前的发展阶段。“碳陶刹车盘作为高端制动系统的核心部件，下游车企的验证流程非常严格，不同车企的验证周期也存在差异。目前公司正在配合多家车企进行产品验证，一旦取得阶段性进展，我们将及时履行信息披露义务。同时，我们也在开展汽车后装市场的工作，这一市场的容量很大。”

事实上，金博股份在碳陶刹车盘领域的技术实力获得了国内外主流车企的高度认可。同时，金博股份通过持续的技术创新和工艺优化，不断降低产品成本，为未来向更广泛的市场渗透创造了条件。随着新能源汽车对制动性能要求的不断提升，碳陶刹车行业正迎来快速发展的机遇期。

谈及备受股东关注的氮化铝



图①金博股份2025年年度股东大会现场 图②刹车卡钳
图③碳陶刹车盘 图④金博研究院

布局长期成长赛道，坚持务实发展，绝不会炒作概念。廖寄乔特别强调了该公司“不蹭热点、不讲故事”的发展理念。“氮化物家族拥有众多潜力巨大的品种，本之间存在一定的共性技术，部分品种的生产门槛较高，值得我们进行长期的研发和投入。目前氮化铝产能正在加速建设，我们不会在产品量产前进行概念炒作，会在量产后再拿出实际产品，向市场和投资者交出答卷。”

记者注意到，氮化铝作为高功率半导体器件的核心散热材料，在人工智能、光通信、新能源汽车等领域有着广泛的应用前景，但目前这一领域的高端市场主要被海外企业垄断，国产替代空间巨大。金博股份经过多年潜心研发，已掌握了核心制备技术，相关产线建设正在按计划推进。

廖寄乔表示，经过近几年的战略调整，金博股份已基本摆脱了对单一行业的依赖，转型取得了阶段

性成果。金博股份依托核心技术平台优势，形成了“光伏热场、锂电材料、碳陶刹车、先进陶瓷”四大业务梯次发展的格局，企业的抗周期能力显著增强。

对于市场关心的短期业绩问题，廖寄乔坦言，新业务仍处于投入期，短期内仍面临一定的业绩压力。但他同时强调，金博股份将始终坚持以技术创新驱动，稳步推进各项业务发展，以实实在在的业绩回报广大投资者。

肖伟/摄

算力需求升温
上市公司频现大额采购

■本报记者 王镜茹

今年以来，A股上市公司密集披露大额算力采购公告，金额从数亿元到上百亿元不等。尤其是5月份以来，已有广州赛意信息科技股份有限公司（以下简称“赛意信息”）、浙江华策影视股份有限公司（以下简称“华策影视”）、广东东阳光科技控股股份有限公司（以下简称“东阳光”）等多家企业披露算力服务器及相关设备采购项目。

5月21日，赛意信息披露拟向供应商采购总金额不超过人民币8.3亿元的高性能算力服务器。该公司相关负责人表示，公司购买高性能算力服务器主要用于为客户提供云计算服务，支撑“算力底座+行业模型+业务智能体”全栈AI（人工智能）战略。

此前的5月14日，赛意信息已发布公告称，公司拟开展不超过200亿元的融资租赁业务，并以高性能算力服务器为标的，以进一步拓宽融资渠道，优化财务结构，满足企业经营发展所需资金。

此外，跨界布局算力的上市公司也不在少数。5月6日华策影视披露，公司拟向多家供应商采购服务器，采购合同总额预计不超过33亿元。该公司相关负责人表示，公司已签约甲方客户，对应需交付算力规模2.9万P，服务期5年，上下游订单均已签署完毕。项目完成后，公司算力规模合计约3.7万P。

国信证券研报显示，截至2025年底，华策影视已有智算规模8000P。该公司已将AI从“点状应用”推进到“全流程闭环”，在筛选、优化、渲染等环节实现深度辅助应用，“人机协同”正成为内容创作新范式。

东阳光主营电子元器件和新材料。5月5日该公司披露，其控股子公司东莞东阳光云智算科技有限公司签署了《算力服务采购框架协议》，合同预计总金额高达160亿元至190亿元，服务期60个月。

上市公司密集布局的背后，是算力市场的持续升温。国际数据公司（IDC）与浪潮信息联合发布的《2025年中国人工智能算力发展评估报告》预计，中国智能算力将保持高速增长，2026年中国智能算力规模将达到1460.3EFL0P，为2024年的两倍。

赛迪研究院电子所先进计算研究室副主任徐子凡认为，当前算力租赁行业处于高景气、结构性紧缺阶段，2026年市场规模预计达到2600亿元，高端GPU出租率超过90%。

不过，大额算力采购也面临前期投入巨大、回收周期长以及需求不确定性较高等痛点。“从已披露的案例来看，企业布局算力主要采用两种模式。一是订单先行，企业在获得明确下游客户需求后再进行上游采购，将供需两端同时锁定，投资风险相对可控；二是融资租赁配套模式，通过融资租赁解决大额资金需求，大幅降低了资产负债率压力。”深度科技研究院院长张孝荣对《证券日报》记者表示。

展望未来，行业投资逻辑正从规模扩张转向价值深耕。“短期来看，在算力紧缺背景下，算力租赁行业仍将持续扩容；但中长期竞争核心，仍取决于成本、交付、客户和生态。”北京止于至善投资管理有限公司总经理何理对《证券日报》记者表示，互联网云厂商凭借云平台、模型工具链、开发者生态及调度能力，运营商依托机房、电力、网络和政企客户资源，预计仍将占据市场主要份额；而跨界上市公司若能在行业窗口期锁定头部大客户，或围绕影视、工业、科研、政企等场景提供定制化算力服务，也有望获得一定市场空间。

全球化布局成效凸显
阳光电源斩获海外储能大单

■本报记者 徐一鸣

5月21日，阳光电源股份有限公司（以下简称“阳光电源”）官方微信公众号发布消息称，公司携手国际可再生能源公司Masdar，为阿联酋RTC 1 Plant(North)项目供应7.5GWh PowerTitan 3.0液冷储能系统以及2.6GW光伏逆变器。

这是继2025年沙特7.8GWh储能项目后，阳光电源斩获的又一重大订单，两大储能项目合计超15GWh。

前海开源基金首席经济学家、基金经理杨德龙对《证券日报》记者表示，从沙特7.8GWh储能项目到阿联酋7.5GWh储能项目，阳光电源在中东地区业务连续突破，企业自身技术实力与全球化市场能力得到进一步体现，更是中国新能源产业从“中国制造”向“中国创造”的缩影。

具体来看，阿联酋RTC 1 Plant(North)项目将部署344万颗684Ah叠片电芯，能量密度较传统方案提升10%以上，可大幅降低电站初始投资与全生命周期运营成本。此外，通过创新采用AC存储架构，将标准短线缆内置液冷柜，实现直流不出柜，从根源上杜绝直流侧短路风险。

值得一提的是，针对中东地区的高温气候，阿联酋RTC 1 Plant(North)项目系统配套全液冷碳化硅PCS，最大效率达99.3%，可在55℃环境下实现稳定运行不降额。

近年来，阳光电源全球化布局成效凸显。例如，2025年，阳光电源海外收入达539.9亿元，占总收入比重达60.54%。储能系统收入达372.87亿元，同比增长49.39%，占总收入比重为41.81%。

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，全球能源转型加速，储能作为新能源并网的核心支撑，未来市场将保持高景气度。阳光电源凭借技术领先、全球化布局、成本优势，有望持续提升市场份额。

国金证券股份有限公司发布的研报表示，预计2026年，全球储能新增装机将达438GWh，同比增长62%。其增长动力将从单一新能源消纳，转变为“AI算力基建+能源转型刚需+电网阻塞”三重驱动。

A股公司股东回馈机制持续创新

■本报记者 吴奕童
见习记者 戚辰琪

Wind数据显示，今年以来，A股市场已有15家上市公司发布公告推出股东回馈活动。通过邀请股东深入体验其核心产品和服务等形式，企业正在打破传统分红模式，构建更具多样性的股东回报生态。

具体来看，部分文旅企业试图通过场景化的深度体验实现差异化回馈。5月18日，宋城演艺发展股份有限公司（以下简称“宋城演艺”）发布公告称，公司旗下各千古情景区推出“2026年股东专属回馈活动”。活动形式上，宋城演艺将为符合条件的个人股东提供一次免费入

园权益，并可携3名家属同行，家属享受成人票当期门市价五折优惠，而法人股东则可指定最多5名代表免费入园。

5月12日，锋尚文化集团股份有限公司（以下简称“锋尚文化”）发布公告称，公司将开展股东回馈活动。锋尚文化邀请股东免费观赏由其打造的大型水上实景演艺秀——《湘湖·雅韵》，沉浸式感受江南山水人文与光影艺术盛宴，活动期间在中国证券登记结算公司深圳分公司登记在册的全体公司股东均可参加。

中国民协新质生产力委员会秘书长吴高斌对《证券日报》记者表示：“相较于传统分红对短期盈

利的静态反映，体验式回馈让股东得以验证商业模式真实韧性。以宋城演艺为例，股东通过实地游览，可直观验证其‘文化IP+旅游消费’的变现能力，审视其从流量导入、二次消费到运营效率的全链条质量。”

除文旅企业外，其他行业的上市公司也积极探索创新股东回馈机制。例如，浙江寿仙谷医药股份有限公司、江苏爱朋医疗科技股份有限公司等医药生物企业通过向股东提供专属优惠或发放产品，让股东共享发展成果；熊猫乳品集团股份有限公司等食品饮料企业也采取向股东发放专属优惠券等措施，构建新型股东回馈模式。

事实上，近两年来，这种“体验式回馈”的热度不断攀升。据《证券日报》记者不完全统计，2025年1月份至今，已有近50家企业开展股东回馈活动。上市公司股东回馈模式正呈现出从“单一现金分红”向“多元价值共享”转变的显著趋势。

中国企业联合会委员会董鹏对《证券日报》记者表示：“股东回馈机制正逐步升级为‘财务回报+消费黏性提升+体验增值’的三维体系。在投资者关系端，它打破了业绩说明会的单向输出，显著提升了调研深度与股东黏性；在品牌营销端，基于股东自身的口碑背书比广告投放更具可

信度。”

值得注意的是，尽管各种新型回馈机制为上市公司市值管理提供了新思路，但在实际操作过程中，如果缺乏清晰的制度规范，极易在保护中小投资者权益及维护市场公平性方面衍生出新的难题。

对此，眺远咨询董事长兼CEO高承远建议：“合规与实操须兼顾程序正义与实质公平。信息披露必须前置且详尽，避免选择性披露引发内幕交易嫌疑。权益分配要防止歧视性条款，费用处理需符合会计准则，明确区分营销费用与利润分配。企业可引入第三方监督或独立董事意见，确保回馈活动不被异化为利益输送工具。”

连续两个季度盈利 蔚来进入新一轮交付放量期

■本报记者 刘钊

5月21日，蔚来集团（以下简称“蔚来”）发布2026年一季度财报。公告显示，一季度公司实现总营收255.3亿元，同比增长112.2%；毛利总额48.6亿元，同比增长428.4%；综合毛利率19.0%，整车毛利率18.8%。扣除股权激励费用后，公司一季度经调整经营利润为6680万元，连续两个季度保持盈利。截至一季度末，公司现金储备提升至482亿元，并连续三个季度实现正向经营现金流。

在新能源汽车市场竞争持续加剧的背景下，蔚来这份财报传递出较为明确的经营改善信号。一方面，公司交付规模、收入规模和毛利率同步提升，经营质量继续修复；另一方面，随着蔚来、乐道、萤火虫三大品牌进入新车密集发布与交付期，公司正从阶段性改善转向新一轮规模放量。

蔚来创始人、董事长兼首席执行官李斌表示，一季度，公司共交付8.35万辆智能电动汽车，同比增长98.3%。自二季度起，公司进入新产品密集发布与交付期，预计二季度总交付量将在11.00万辆至11.50万辆之间，同比增长52.7%至

59.6%。

据蔚来预测，公司二季度收入总额预计将在327.8亿元至344.4亿元之间，同比增长72.4%至81.2%。这意味着，蔚来二季度营收有望站上330亿元左右的新台阶。

毛利率持续修复
经营质量稳步改善

一季度，蔚来共交付新车8.35万辆。其中，蔚来品牌交付5.85万辆，乐道品牌交付1.33万辆，萤火虫品牌交付1.16万辆。受交付量增长和产品组合改善带动，公司汽车销售额达到227.8亿元，同比增长129.2%。

从财报结构看，毛利率改善是蔚来一季度最核心的变化。公司一季度整车毛利率达到18.8%，较去年同期提升8.6个百分点，较去年同期提升0.7个百分点，已经连续四个季度环比改善。综合毛利率由去年同期的7.6%提升至19.0%，创下四年新高。

蔚来首席财务官曲玉对《证券日报》记者表示，一季度，公司继续保持正向经营调整经营利润，现金储备持续提升，各项核心经营指标持续改善。展望未来，公司将持续优

化成本结构，提升运营效率，进一步夯实可持续经营能力。

毛利率回升背后，是产品结构、供应链效率和经营管理能力共同改善的结果。过去几年，蔚来在高端品牌、智能化技术、补能网络和用户服务方面保持长期投入，也带来较高成本压力。随着交付规模扩大、产品组合优化和运营效率提升，这些投入开始逐步反映到经营质量改善上。

其他销售业务也在贡献增量。一季度，蔚来其他销售额为27.5亿元，同比增长31.2%；其他销售毛利率达到20.6%。蔚来表示，其他销售收入增长主要来自自有量持续提升带来的零部件、配件销售、车辆售后服务收入，以及能源解决方案收入增加。随着累计交付规模扩大，售后服务、能源补给、金融服务等业务有望成为公司更稳定的收入来源。

费用端也体现出效率提升。一季度，蔚来研发费用为18.85亿元，同比下降40.7%；销售、一般及行政费用为34.97亿元，同比下降20.5%。相关费用下降，主要与组织优化、研发阶段变化以及营销和支持职能成本下降有关。对于仍处于扩张期的智能电动车企而言，费

用优化并不意味着减少长期投入，而是要求技术研发、组织运行和资源配置更加高效。

三品牌协同推进
放量周期打开增长空间

按照蔚来预测，二季度公司总交付量将在11.00万辆至11.50万辆之间，收入总额将在327.8亿元至344.4亿元之间。相较一季度，公司交付量和营收均有望实现明显提升。

公告显示，蔚来ES9已于4月9日开启预售，并将于5月27日正式上市并开始交付；乐道L80已于4月28日开启预售，5月15日正式上市并随后开始交付。此外，蔚来4月份共计交付新车2.94万辆。截至4月30日，2026年已累计交付新车11.28万辆，历史累计交付量达到111.04万辆。

李斌表示，经过11年长期投入与坚持，蔚来已构建完整体系创新能力，这是公司持续推出创新产品、保持长期竞争力的核心来源。蔚来品牌全新ES8已连续五个月位居大SUV及40万元以上车型销量前列；今年依托自研智驾芯片、蔚来世界模型以及整车全域自研操作系统，乐道多款新车型将实现核心技

术全面升级，持续提升用户体验。近期发布的乐道L80将通过空间与场景创新，满足更广泛用户需求，萤火虫品牌也将持续推出限量特别版车型，深化用户情感连接。

从品牌结构看，蔚来正在形成更加清晰的分层布局。蔚来品牌继续聚焦高端智能电动车市场，承担品牌高度和技术展示功能；乐道品牌面向家庭智能电动车市场，承接更大规模的主流消费需求；萤火虫品牌切入智能电动高端小市场，为公司打开新的用户入口。三大品牌定位不同，但共享蔚来长期积累的技术、供应链、补能和服务能力。

这一布局意味着，蔚来将不再依赖单一高端品牌驱动增长，而是通过多品牌覆盖不同价格带和消费场景实现增长。随着乐道、萤火虫交付量持续提升，蔚来有望进一步提升平台利用率、供应链协同效率和服务体系覆盖能力。

黄河科技学院客座教授张翔对《证券日报》记者表示，随着二季度蔚来的新车集中上市和交付推进，其有望进入新一轮规模放量期。对蔚来而言，2026年的关键，不只是卖出更多车，而是在更大交付规模上持续提升经营效率，把长期投入转化为更稳定的盈利能力。