

走民企 说创新

晶科科技：走“光储算”融合发展之路

■本报记者 曹 琦

盛夏时节的西北戈壁滩上，连片的光伏板绵延铺展，在日光下泛着银蓝色。自动清洁设备缓缓划过光伏板面，让每一块组件最大化捕捉光能；场站中控室内，屏幕上实时跳动着发电功率、并网负荷、储能吞吐的动态数据，配套储能系统精准完成电量充放、峰谷调节，整套能源体系高效、有序、稳定运转……这是国内新能源场站的生产实景，也是晶科电力科技股份有限公司（以下简称“晶科科技”）深耕多年的核心业务场景。

近年来，晶科科技依托新能源投资开发与运营积淀，通过商业模式迭代、业务赛道延伸，逐步完成从传统新能源发电运营商向“绿电+储能+算力”的多维业态升级。

光伏破局：推进轻资产运营战略

在我国电力市场化改革持续深入推进的大背景下，新能源发电项目的收益模式正发生深刻变化。如何保持可持续发展能力，成为头部新能源运营商破局突围的重要议题。

面对行业共性挑战，晶科科技前瞻布局，跳出单纯自持电站的传统运营商定位，全面落地“开发—建设—出售—回购再投新项目”的滚动开发模式，把轻资产运营贯穿存量优化与增量拓展的全过程。

眼下，晶科科技轻资产运营已颇具成效。2025 年年报数据显示，晶科科技全年完成项目出售合计 1415MW（兆瓦）。其中，地面集中式电站出售 296MW，工商业分布式电站出售 141MW，户用光伏电站出售 978MW。

进入 2026 年，晶科科技轻资产战略纵深推进。近期公告显示，晶科科技拟将 15.09MW 工商业光伏电站转让给港华智慧能源。公司表示，为应对行业转型带来的不确定性，晶科科技坚持推进轻资产运营战略，本次交易是该运营战略的具体实施，交易回笼资金将全部用于补充主营业务营运资金，提升

整体抗风险能力。

晶科科技相关负责人在接受《证券日报》记者采访时表示，在电力现货市场及消纳压力加剧的背景下，单一依赖发电业务的盈利模式面临波动性上升、长期收益预期承压等潜在风险。晶科科技通过业务创新与战略升级，延伸产业链价值，从而进一步提升盈利稳定性与发展韧性，真正构建起稳健运营的护城河。这也是晶科科技应对行业变革、构建差异化竞争优势的战略选择。

晶科科技在 2025 年年报中也特别提到，公司已组建专业运营团队，针对旗下电站，持续以价值创造为导向，通过多种精细化运营和电力交易手段，力争稳定整体收益水平。

算电协同：打造第二增长曲线

近年来，人工智能大模型持续迭代落地，海量模型训练、智能推理、数字仿真等场景持续释放出巨大算力需求，带动全国智算产业规模快速扩容。

一边是数字算力产业渴求稳定、低价、清洁的绿色电力，另一边是新能源产业亟待刚性负荷消纳冗余电能。算电协同由此成为破解两大产业发展困局、实现双向赋能的关键密钥。

晶科科技在 2025 年年报中明确表示，将寻求机会依托自身绿电资源与成本优势切入绿色算力赛道，推动晶科科技由新能源发电运营商向绿色算力与综合能源服务商转型，通过优化业务结构，进一步提升抗周期能力与长期成长空间，打造第二增长曲线。

“布局算电协同赛道，不仅开辟了新的业务线，还重构了需求与模式，反向提升了光伏、储能等新能源资产的价值。”上述晶科科技负责人表示。

目前，晶科科技已推进相关布局，计划在宁夏中卫投资建设 1GW 算力中心项目。宁夏中卫不仅是国家新型互联网交换中心，也是全国一体化算力网络国家枢纽



图①晶科科技总部

图②甘肃金塔县晶晟 280MW/560MWh 储能项目

图③青海海南州 20 万千瓦源网荷储一体化项目

节点，数字化、AI 相关业务的增长势能强劲。

“宁夏中卫电力成本优势突出，当地原本电力过剩无消纳渠道，我公司可与当地政府共同打造以风电、光伏、储能为主的绿色电力供应系统。通过‘算力中心负荷+绿电直供’的闭环模式，一方面有利于当地生产的绿电消纳和绿电绿证的价值提升，助力新能源资产的价值回归；另一方面可有效降低当地算力中心用电成本、提升绿电使用比例。而手握‘绿电+算力’两个端口，晶科科技可以更好地发挥协同优势，在行业内形成差异化的绿色算力竞争力。”该负责人说。

储能增效：向综合能源服务商转型

随着新型电力系统建设不断推进，储能作为平衡电力供需、提升电网灵活性的核心环节，其重要性日益凸显。

晶科科技在储能赛道的布局已初见成效。该公司国内储能能

建及储备项目规模已突破 30GWh，涵盖网侧独立储能与用户侧储能两大核心赛道，项目布局覆盖国内多个核心新能源区域，形成了全域化、多元化的布局格局。

近期，该公司在山西储能市场实现重大突破，成功获取 7 个独立储能项目，合计容量达 3.2GWh，完成晋中、晋南、晋北全域多点布局，全面扎根山西储能市场，这一成果也为其在华北储能市场的拓展打开了新局面。与此同时，晶科科技多地重点储能项目建设也提速增效，山西、宁夏、河北三地合计 2.2GW 项目稳步推进、有序落地，其中山西综改区 200MW/400MWh 独立储能项目，更是成功入选山西省 2026 年省级重点工程项目。

“储能业务是我公司的核心战略工作之一，我们将紧跟政策和市场，把握行业快速发展的窗口期，坚持‘重开发、强落地、高周转、精运营’策略。”上述晶科科技负责人表示，依托充足的储备项目资源优势，晶科科技将重点加快网侧独立储能项目推进节奏，同时深挖用户

侧储能潜力，针对高耗能客户的用

电需求，提供“储能+用电管理”的综合解决方案，联动虚拟电厂及售电公司，逐步向综合能源服务商转型。在此过程中，晶科科技将力争快速周转资产，持续创造经营业绩和利润，推动储能业务成为企业新的增长引擎。

“我公司核心发展思路聚焦生态体系构建，不局限于传统光储协同的基础模式，积极探索‘储能+售电’‘储能+算力’等跨界融合新业态，通过多业态、多场景业务协同挖掘产业新价值，打造储能业务全新增长极。”该负责人进一步表示，“储能行业发展逻辑发生了根本性转变，从传统的政策驱动全面转向市场化驱动，竞争主线从‘装机规模竞赛’切换为‘价值兑现竞赛’，精细化运营能力、多元化收益渠道、全链条服务能力，是我们能够脱颖而出的核心竞争要素。”

整体来看，晶科科技以绿电为底色、以算力为增量、以协同为内核，找准自身战略坐标，走出了一条独具特色的“光储算”融合发展之路。

公司供图

多元需求激发夏日消费市场活力

■本报记者 李 静

入夏以来，全国多地持续高温，居民消暑降温、户外防护需求集中释放，带动降温实物消费全面走俏，其中，制冷家电、防晒防护两大品类销量领跑夏日消费市场。

《证券日报》记者近日走访市场发现，空调、冰箱、风扇等各类制冷家电销售态势火热，各大家电卖场紧抓高温消费契机，积极落地家电“国补”政策，持续激活居民家电换新需求，有效撬动夏日家电消费增量，加速家庭消暑家电迭代升级。

在北京西红门苏宁易购门店，制冷家电展区人气高涨，空调、风冷冰箱、智能冷风扇等产品的咨

询、选购者络绎不绝。据门店销售人员介绍，节能变频、速冷省电的主流家电十分抢手，多款热门机型货源紧张、持续补货，家庭换新、新房购置、租房刚需等多重需求叠加，有效拉动家电销量稳步攀升。

广州艾媒数聚信息咨询有限公司 CEO 张毅表示，高温天气催生刚性消费需求，叠加国家以旧换新政策红利，正加速家电行业产品结构迭代，节能、静音、智能的高品质消暑家电持续替代传统老旧机型，成为今夏家电市场增长的核心驱动力。

高温天气下，全民防晒消费需求也全面爆发，防晒衣、防晒帽、冰袖、遮阳面罩等物理防晒品类销量大幅增长，全方位防晒已成为夏日

出行新风尚。

一家防晒品牌销售人员对《证券日报》记者表示，近期轻薄透气、高倍防晒的爆款单品走货极快，补货频繁，年轻群体与通勤人群是消费主力，防晒消费已常态化、刚需化。

福州公孙策公关咨询有限公司合伙人詹军豪表示，高温天气带动消暑、防晒类产品需求集中释放，折射出居民夏日消费持续向品质化、舒适化升级。

在实物消费持续火热的同时，主打避暑纳凉、亲水休闲的避暑文旅消费同步迎来爆发式增长。随着居民夏日出游需求持续释放，大众出游理念从传统观光打卡，转向避暑纳凉、休闲解压、沉浸式体验，

依托优质自然资源的避暑文旅业态，成为夏日文旅消费的核心增长点。

面对高温考验，各地景区盘活自然“冷”资源，升级游乐项目与配套服务，打造特色避暑产品。比如，地处秦巴山区腹地的安康市岚皋县以“夏戏水”主题活动为抓手，推动“草原避暑+亲水体验+多元消费”场景深度融合；绥阳县清溪峡景区依托峡谷山水生态资源，打造了新颖多元的亲水游玩业态，吸引各地游客慕名打卡。

“专列行”“邮轮行”也成为今夏潮流。天津全面启动暑期邮轮航行档期，今夏预计将有近 50 艘邮轮从天津港口出发开启海上旅程。同程旅行平台数据显示，今年

暑期旅游列车预订热度较去年同期提升七成以上。

“夏季降温相关消费属于典型季节性刚需消费，覆盖家居、零售、文旅等多个领域，既能快速带动短期行业增长，也能倒逼消费结构向品质化、精细化升级，是稳消费、扩内需的重要季节性抓手。”盘古智库高级研究员江瀚表示。

詹军豪表示，当前夏季消费已形成“实物产品消费+文旅服务消费”双向升温的发展格局，消暑家电、防晒好物等实物消费夯实市场基本盘，避暑文旅、休闲服务消费拓宽增长空间，两大业态相辅相成、协同发力，充分展现了夏日消费市场的多元活力与韧性潜力。

上半年我国家电出口超 3609 亿元

锚定智能化创新 中国家电“圈粉”全球

■本报记者 贾 丽

海关总署最新进出口数据显示，上半年，我国家电出口 3609.6 亿元，其中，空调、电扇、冰箱等合计出口 1079.1 亿元，不仅满足了众多家庭的需要，也为全球送去了“清凉”。

“数据背后，不仅是量的增长，更是‘中国制造’向‘中国智造’转型成效的有力印证——出口家电中，自主品牌已占四分之一，且正凭借智能化创新，在全球中高端市场站稳脚跟。”中国家用电器商业协会秘书长张剑锋对《证券日报》记者表示。

数据显示，上半年，我国电视出口超 500 亿元，冰箱、吸尘器出口均超 300 亿元。更值得关注的是结

构性变化，出口家电中，自主品牌已占四分之一，上半年自主品牌家电出口增长 21.2%，其中，自主品牌电视、冰箱、洗衣机出口均保持两位位数增长。

中国电子视像行业协会秘书长董敏对《证券日报》记者表示：“当前，消费者更倾向于高性价比产品，中国家电凭借完善的产业链和迭代速度，在质量和功能上位居国际市场前列。自主品牌出口占比的提升，意味着中国企业开始享有品牌溢价，这对抗击原材料价格波动和海运风险具有战略意义。”

目前，国内家电产业链上市公司的布局已经深度渗透海外市场。海尔智家股份有限公司近期在互动平台上回答投资者提问时表示，该公司净利率水平是全球化

自主品牌战略，高端化长期投入及并购整合阶段性成本共同作用的结果。

美的集团股份有限公司（以下简称“美的集团”）国际总裁付鉴则透露，目前美的集团海外基地已达 43 个。从全球化重心看，美的集团正在从过去更偏规模型出口，转向更重视自有品牌、本地化产品和长期渠道能力。

四川长虹电器股份有限公司相关海外负责人对《证券日报》记者表示，该公司将持续以自主品牌、环保冷链技术及中欧班列供应链韧性体系为支柱，依托分区管理的敏捷组织与模具投入构建的产品护城河，将欧洲市场打造为海外业务增长新引擎，在竞争中持续兑现增量红利。

智能化正成为我国家电出口的新标签。海关总署新闻发言人、统计分析司司长吕大良表示，智能化正持续推动中国家电产业的迭代焕新。

在全球化过程中，中国家电业以“智造”替代“制造”，以“品牌”替代“贴牌”，实现了从满足基础需求到引领品质生活的跨越。

北京奥维云网大数据科技股份有限公司总裁郭梅德认为：“中国家电的智能化已从单品控制走向场景生态竞争。这种差异化优势是中国家电突破‘价格战’、进入海外中高端渠道的关键钥匙。”

智能化成为家电上市公司在海外市场的布局的重要一环。比如，创维集团有限公司已将其海外电视产品全面接入 Google TV 与自有

AI 语音生态，并计划下半年在北美推出带家庭健康监测功能的新款智能屏。科沃斯机器人股份有限公司与北京石头世纪科技股份有限公司则在吸尘器及扫地机器人品类上持续深耕 AI 视觉导航。

长虹美菱股份有限公司负责人表示，该公司针对中东市场推出耐高温、双变频智能冰箱，“智慧食材管理”功能在当地高端社区成为卖点。

张剑锋认为，通过智能化转型，中国家电企业为全球消费者提供了可视、可感的高品质生活解决方案，诠释了“中国智造”如何从成本优势转向智能化和品牌双驱动的全球竞争新模式。未来，随着 AI 大模型在端侧的应用深化，中国家电有望进一步拉开竞争代际差。

三重逻辑支撑
创新药“出海”火热

■ 肖伟

近年来，我国创新药产业整体交易规模实现跨越式增长，“出海”合作频次与项目质量大幅提升，头部药企接连落地重磅跨国合作项目，行业景气度持续走高。国家药品监督管理局发布的最新数据显示，我国上半年创新药对外授权交易总额约 1100 亿美元，创历史新高。

笔者认为，创新药“出海”持续火热，背后是国内创新药产业体系加速完善、全球供需格局生变、“出海”模式迭代等三重逻辑的深度共振。

其一，国内创新药全产业链不断完善，政策、人才、技术等红利加速释放。

经过多年深耕发展，我国创新药产业已摆脱早期产业链残缺、核心环节依赖海外的发展困境，搭建起覆盖药物研发全流程的完整产业体系，使得国内创新药逐渐具备研发迭代快、落地周期短、综合成本优的核心优势。

政策、人才、技术等红利持续释放，为产业规模化、国际化发展筑牢长期根基。政策层面，药品审评审批机制持续优化、创新药市场准入与支付体系不断完善，各类产业扶持政策精准落地；人才层面，国内生物医药领域工程师红利持续释放，高素质专业人才梯队持续壮大；技术层面，数字技术与医药研发深度融合，大幅优化药物研发流程、降低研发试错成本，提升创新效率。

其二，匹配全球市场需求，国内创新药企差异化竞争优势受关注。

当前，海外老牌药企多款核心重磅药物陆续面临专利到期问题，原有核心营收增长点逐步消退，面临较大的产品迭代压力与营收接续压力。在此背景下，通过对外合作收购优质创新资产、补充研发管线，成为不少海外药企突破发展瓶颈的选择。

而国内创新药企经过长期积淀，研发能力大幅跃升，在多个前沿药赛赛道形成差异化竞争优势，储备了大量具备全球临床价值的创新管线与专利产品，能够精准匹配全球医药市场的产品迭代需求。

其三，“出海”模式迭代升级，形成多元化、分层化合作体系。

目前，我国创新药“出海”模式已实现全方位、多层次的升级扩容。早期，国内创新药“出海”大多以简单的权益买断、区域独家分销模式为主，交易形式单一、收益空间有限，价值长期被低估。如今，行业合作形式持续丰富，形成多元化、分层化的合作体系，从基础的市场权益分销，到平等的联合研发、共同商业化运营，再到长期的技术平台战略合作、多管线打包合作，合作深度、广度持续拓展。

合作模式的迭代扩容，本质上是中国创新药全球话语权提升的体现。国内创新药企不再单纯输出产品，而是成为全球医药创新的核心合作主体，资产估值与成长空间持续打开。

整体来看，在多重因素共振下，中国创新药产业竞争力日益凸显，长期成长逻辑清晰明确。

上市公司大股东加码定增
年内认购总额超 600 亿元

■本报记者 曹卫新

Wind 数据显示，以发行日期计，年内共有 101 家上市公司实施非公开发行股票事宜，募集资金总额达 3229.52 亿元。其中，有 29 家上市公司大股东参与了定增认购。据测算，年内大股东认购资金总额达 613.95 亿元。

从落地案例来看，年内上市公司大股东参与定增的场景愈发多元，不同主体的认购逻辑与运作路径各有侧重。

比如，7 月份，苏州翔楼新材料股份有限公司公告称，公司向公司实际控制人、控股股东钱和生及其全资持股公司苏州和升控股有限公司发行 206.10 万股股票，募集资金总额 7030 万元，募集资金扣除发行费用后将全部用于补充流动资金。

6 月份，南京化纤股份有限公司完成重大资产置换、发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金相关事项，公司通过资产置换、发行股份及支付现金的方式购买南京工艺装备制造股份有限公司（以下简称“南京工艺”）的 100% 股份，并向包括控股股东南京新工投资集团有限责任公司（以下简称“新工集团”）在内的特定投资者发行股份募集配套资金。其中，新工集团认购 649.35 万股，认购金额为 1 亿元。

公告显示，此次募集的配套资金主要用于支付本次交易现金对价、南京工艺滚动功能部件国产化关键高端制造装备产业化应用项目及补充上市公司流动资金。

南开大学金融学教授田利辉对《证券日报》记者表示：“大股东主动参与定增的核心逻辑在于将控制权激励与资本补充深度绑定，以真金白银传递对公司未来成长的确信心。”

记者注意到，部分企业以定增为抓手引入优质战略股东，重塑公司股权格局、激活经营动能。

比如，今年 7 月份，江苏亚威机床股份有限公司（以下简称“亚威股份”）发布公告称，该公司于近日向特定对象扬州产业投资发展集团有限责任公司（以下简称“扬州产发集团”）发行 9209.99 万股股份，募集资金总额 6.58 亿元，募集资金净额 6.53 亿元。

公告显示，本次发行前，亚威股份无控股股东、实际控制人，发行完成后，扬州产发集团成为亚威股份控股股东，扬州市国资委将成为公司实际控制人。通过本次交易取得亚威股份控制权，扬州产发集团拟进一步发挥国有企业在促进全市经济发展中的重要作用，同时增强国有经济活力、放大国有资本功能、实现国有资产保值增值。

巨丰投顾高级投资顾问于晓明表示，地方国资借定增完成优质实体企业控股，有助于盘活国有资产，培育本土支柱产业。