

高管访谈

三一重能副总经理林志刚：

聚焦风电主业 坚守价值竞争



■本报记者 贺王娟

在经历了快速增长长期后，当前风电行业正处在从规模扩张转向质量效益比拼的关键阶段。近日，在2026北京国际风能大会暨展览会期间，三一重能股份有限公司（以下简称“三一重能”）副总经理林志刚接受《证券日报》记者专访，就公司发展战略及行业竞争、盈利模式、技术路线、海外布局等热点问题进行回应。

林志刚表示，风电行业竞争逻辑正在发生变化，“低价换规模”难以持续，企业更需以可靠产品、专业服务和持续创新建立长期竞争力。在他看来，风电产业在国内市场仍有广阔空间，海外市场有望进入快速增长期，三一重能将坚持聚焦风电主业，稳步推进本地化能力建设。

不以低价换规模

当前风电行业盈利承压。林志刚坦言，一个风电项目投资动辄数亿元，最终净利润可能只有几百万元，项目规模大、责任重、利润薄，行业企业都在寻找可持续的经营方式。

“企业需要合理利润，才有能力持续投入研发、制造、质量和服务。”林志刚表示，“三一重能不会以无底线低价换规模，更不会简单跟进超低价竞争。海外市场同样不能复制低价竞争模式，而要以产品、服务和当地制造等综合能力参与竞争。”

不以低价换规模，底气来自产品和服务的持续提升。林志刚介绍，三一重能产品的稳定性和质量处于行业前列。过去一年，三一重能服务水平、服务能力和客户实际感受都有明显提升，平均故障恢复时长已做到4小时以内。“下一步，公司计划用一年到两年推动服务提质，把资源配备、人员能力、标准化流程和作业安全管理补齐，并以行业领先企业为参照提升服务体系。”

值得一提的是，在制造端利润被持续压薄、存量机组服务需求加快释放的背景下，风电后市场被视为企业改善盈利的重要方向。林志刚强调，后市场并非天然高毛利，也不是向客户额外收费的渠道。发展后市场，要靠预测性维护、以检代修、部件升级和深度运维，帮客户提升存量机组可靠性和发电量，从增量价值中获得合理回报。

而对下游电站而言，后市场的价值最终要落到多发电、少停机、延寿命上。为提升发电量和电站盈利能力，三一重能推出了25年设计寿命风

机。林志刚表示：“这不是只把说明书上的20年改成25年，而是结构强度、疲劳性能、耐久性和载荷承受能力都要重新设计、重新验证。”

“公司不会为了拿订单而靠减少材料、做轻叶片或降低规格来压低成本，要做能够支撑实际运行的25年，而不是概念上的25年。”林志刚进一步强调，延长运营期可能改善全生命周期投资回报，新增材料、重量和塔筒载荷也会带来成本变化，需要客户和厂家针对具体项目把账算细。

风电行业大有可为

尽管目前风电企业普遍盈利承压、市场竞争激烈，但林志刚对风电行业中长期发展仍有信心。他认为，国内风电市场在“十五五”期间主要盈利模式不会出现剧烈变化，但盈利水平可以通过经营效率改善和后市场培育逐步提升。

从技术路线看，大兆瓦和大叶轮是否已经接近发展尽头？对此，林志刚认为现在下结论还太早。“当前压抑产品需求的关键因素之一是消纳，机组容量增加、发电量提高，电力卖不出去或卖不出合理价格，客户难以看到技术投入的价值。”

“随着‘西电东送’等跨区域输电通道建设推进，负荷侧需求增加，电力消纳和电价条件可能变化。”林志刚表示，“设备企业要做的，是继续帮助客户提高发电量、降低度电成本和投资压力。三一重能推动230米级叶轮、10兆瓦级机组和242米级叶轮产品，目的不是单纯做大技术数字，而是让客户在同样资源条件下多发电、少投入，让原本难以通过投资测算的项目具备更好收益可能。”

从市场规模看，国内风电新增装机增速阶段性放缓，市场结构也在调整。对风电市场走势，林志刚判断：“2026年市场会有所下行，2027年可能仍处在调整期，2028年有望逐步恢

复。”在他看来，面对阶段性调整，企业不能只盯短期规模。三一重能希望与大型客户形成更稳定、更连续的订单合作，使研发、生产和交付拥有更稳定的经营节奏。

在国内市场节奏调整的同时，海上风电被视为“十五五”期间的重要增量场景。林志刚认为，海上风电会在“十五五”期间逐步启动增长，到“十五五”末期可能进入加速阶段。海上业务不是与主业无关的新方向，而是风机技术、制造和服务能力向重要场景的延伸。

“消纳承压与电价市场化之下，设备价值最终要在用电侧兑现，客户需要的不是单台风机，而是风电与储能等协同后的稳定供电方案。”林志刚表示，三一重能正将面向负荷侧的综合解决方案纳入公司战略日程。

“新能源消纳矛盾客观存在，工业用电需要稳定电力，风电出力具有波动性，二者之间的缺口需要行业解决。”林志刚表示，工业园区、智慧园区、零碳园区以及大型算力中心，对供电稳定性、用电方式和应急供应有不同要求，三一重能要先理解客户用电时段、供电连续性要求和电网异常保障需求，再决定风电与其他设备如何配合。提供解决方案不意味着什么都要自己做。储能、绿色氢氨醇都有专业企业，三一重能可以与合作伙伴协同，逐步补齐能力拼图。

积极发展海外业务

三一重能将海外业务视为重要增量来源。林志刚介绍，2025年公司海外销售收入13.64亿元，2026年上半年为9.33亿元，增速较快但基数仍小。市场主要集中在印度、哈萨克斯坦、乌兹别克斯坦等中亚国家和部分亚太市场。覆盖全球的成熟网络尚未建立，当前更重要的是把已进入市场的项目交付好，把服务队伍和供应体系建起来。

本地化是海外服务的关键。林志刚表示：“属地团队加专家团队，才能长期稳定提供本地服务。”目前三一重能正在制造能力与供应链环节同步推进本地化，如三一重能在印度已布局本地制造，哈萨克斯坦基地启动了首批设备组装，埃及项目处于战略合作备忘录阶段，未来将考虑建设主机工厂并逐步本地供货。

对于布局进度，林志刚表示，“工厂可从半散件组装向全散件组装过渡，形成产能需一至两年，埃及项目将先服务该国市场，并辐射北非、靠近欧洲。”

拓展重点上，三一重能现阶段聚焦亚太、非洲尤其北非等已有机会区域，先获取订单、做好交付、建立持续经营能力，再向周边市场拓展；东南亚电力需求增长较快，部分国家有风电规划和资金，将形成设备需求。林志刚表示，公司对经营管理团队提出海外业务保持较高的增长要求，实际增速还要看市场和项目交付情况。海外项目交付周期一般约两年，在手订单将按项目进度分阶段交付。

林志刚也坦言，中国风电企业“出海”面临认证、环保、本地化比例、商业责任与处罚风险等多重门槛。欧洲核心市场进入难度较大，英国、德国等市场需要持续建设产品、认证、本地化和服务能力。积极的一面是，一些跨国开发商、建设商和投资方在亚洲、非洲、拉美建设风电项目时，已逐步接受中国企业的产品和服务，这为中国企业积累交付业绩和信任创造条件。

“海外毛利能否长期维持某个水平，不能脱离未来市场竞争情况作保证。我们能坚持的是不以无底线低价换规模。”林志刚说，企业要先做好自身自律，以产品、服务和本地制造等硬实力赢得客户认可。海外市场有望进入快速增长期，但增长必须建立在交付、服务、供应链和风控管控能力稳步提升的基础之上。



图①运行的风电机组

图②三一重能韶山叶片工厂

图③厂房外整装待发的叶片

图④三一重能生产线 公司供图

多家上市公司加码3D打印业务

■本报记者 王镜茹

10月19日，国家统计局公布的数据显示，前三季度我国3D打印设备产量同比增长62.5%。围绕复杂构件制造、产品轻量化及生产效率提升等需求，相关上市公司持续推进设备研发、工艺优化和产能布局，拓展增材制造在工业领域的应用。

例如，西安铂力特增材技术股份有限公司近期披露，公司拟投资约10亿元，在江苏省太仓高新区投资金属增材高端制造产业基地项目。按照规划，该项目将由建设规模化金属增材制造数字车间和设备自动化装配工厂，就近为区域客户提供装备及定制化打印服务，增强公司在民用领域的服务能力。

面向不同工业场景，设备与材料、工艺的适配成为企业拓展业务的重要路径。湖南华曙高科技股份有限公司在2026年半年报中披露，公司已开发40余款设备，配套40余款专用材料及工艺，产品应用于航空航天、汽车、医疗、模具等领域。

消费电子及散热部件也为金属增材制造提供了应用方向。大族激光科技产业集团股份有限公司10月披露的投资者关系活动记录表显示，公司3D打印业务与消费电子客户联合开展新材料、新结构技术攻关，其红光、绿光金属3D打印设备可打印纯铜、铜合金等高反射率材料，面向消费电子、航空航天、液冷等领域的复杂部件需求。

工业应用的拓展，对零部件一体化

制造和交付效率提出了更高要求。金元证券研报认为，在商业航天领域，3D打印能够将复杂轻量化设计转化为实体，减少加工工序及零部件数量，并实现复杂内流道与多零件一体化成形，减少焊缝和连接界面，有助于实现复杂功能并提升整体可靠性。

围绕3D打印前端的数据获取及设备智能化，视觉感知企业也在延伸业务布局。奥比中光科技集团股份有限公司扫描与创新业务部总经理李然春在接受《证券日报》记者采访时表示：“3D打印的前端离不开三维数据采集、建模、理解 and 处理。视觉技术与人工智能算法可以帮助降低模型获取和处理的门槛。未来，通过对打印区域实时观察，设备能更早识别异常状态，提升打

印稳定性。”

不过，应用规模扩大仍需跨越认证与质量验证环节。

中国电子商务专家服务中心副主任郭涛对《证券日报》记者表示：“3D打印从单件定制转向批量生产，需在兼顾成本的前提下提升质量一致性、可靠性和可追溯性。企业应加强耗材检验与批次管理，明确回收复用标准，建立标准化工艺参数库，结合实时监测和统一后处理规范，控制环境、耗材及设备磨损带来的偏差；质量评价需从外观和静态指标延伸至疲劳强度、残余应力及内部缺陷等长期服役指标。同时，企业应建立零件级数字档案，贯通材料、设备、工艺与检测数据，降低报废返工率与重复验证成本。”

中国移动5G网络客户数突破7亿

■本报记者 李乔宇

10月20日晚间，中国移动有限公司（以下简称“中国移动”）披露2026年第三季度报告。公告显示，今年前三季度，中国移动实现营业收入7803亿元，同比下降1.8%；其中主营业务收入6577亿元，同比下降3.7%，其他业务收入1226亿元，同比增长9.9%。

同期，中国移动实现归属于母公司股东的净利润1062亿元，同比下降7.9%；实现归属于母公司股东的扣除非经常性损益的净利润984亿元，同比下降8.1%；归属于母公司股东的净利润率为13.6%，同比降低0.99个百分点。

同日，中国移动披露了前三季度主要运营数据。公告显示，公司客户与连接规模保持增长。截至今年三季度末，中国移动移动客户总数达10.14亿户，前三季度净增889万户；5G网络客户规模提升至7.02亿户。

截至9月末，中国移动宽带联网客户3.42亿户，前三季度净增1305万户。截至三季度末，中国移动蜂窝物联网连接数达到14.97亿，净增物联网卡连接数1503万户。

公告显示，中国移动将继续加快从通信运营企业向科技服务企业提能升级，一体推进通信网、算力网、智能网布局，增强通信、算力、智能服务融合创新，加强智能布局卡位，加快算力市场拓展，夯实通信服务根基，全力提质增效，持续提升核心竞争力，高水平建设世界一流科技服务企业。

华泰证券通信行业首席分析师王兴对《证券日报》记者表示，增值税目调整将对电信运营商短期业绩造成一定程度的影响，但电信运营商盈利能力及现金流稳定，分红具备吸引力，其数字化业务受益于国内AI应用产业发展的长期逻辑并未发生变化，仍是兼具红利和科技双属性的稀缺投资品种。

宁德时代前三季度营收净利双增长

■本报记者 李 婷

10月20日晚间，宁德时代新能源科技股份有限公司（以下简称“宁德时代”）披露2026年三季报。财报显示，公司前三季度实现营业收入4421.37亿元，同比增长56.19%；归母净利润645.30亿元，同比增长31.60%。

其中，第三季度单季实现营业收入1652.2亿元，同比增长58.6%；归母净利润212.5亿元，同比增长14.5%。期内，公司动力及储能电池合计销量超260GWh，其中储能业务销量占比约四分之一，销量同比增速接近60%，下游市场需求持续旺盛。截至三季度末，公司货币资金及交易性金融资产合计超4300亿元，现金储备充裕，抗风险能力与持续经营能力突出。

根据SNE机构数据，2026年1月至8月，宁德时代动力电池全球装车市占率达39.4%，同比提升1.7个百分点。据动力电池联盟数据，2026年1月至9月，宁德时代国内动力电池市占率为44.16%，同比提升1.41个百分点，行业龙头地位持续稳固。

2026年全球储能需求持续高速增长。据InfoLink数据，2026年1月至8月全球锂电储能出货量同比增长86%。

在这一行业背景下，宁德时代在产品端完成储能大电芯从314Ah到587Ah的迭代，降低单位投资成本，适配储能长时化发展趋势，全面提升储能系统全生命周期价值。为匹配旺盛的市场需求，宁德时代持

续加快储能产能布局，提升系统集成能力，储能交流侧出货占比实现快速提升。

与此同时，宁德时代将AIDC算力储能场景纳入“零碳新基建”核心战略，与乘用车、商用车、船舶、低空经济储能共同构成增量业务版图。宁德时代相关负责人表示，公司不再局限于单一设备供应商定位，致力于为行业提供涵盖电芯制造、储能系统集成、高效供电服务的一体化零碳能源解决方案。

在补能体系建设方面，宁德时代持续完善“巧克力换电+骐骥重卡换电”双线布局。乘用车领域，巧克力换电站累计建成超2500座，适配车型超30款，并推出兼容乘用车与商用车场景的超换一体站。商用车领域，骐骥重卡换电模式加速商业化落地。此外，公司通过股权投资成为启源芯动力第一大股东，进一步完善全国重卡补能网络。

宁德时代相关负责人表示，公司高度重视股东回报，坚持以高强度科技创新驱动业务多元拓展，持续夯实技术、产品与服务的领先优势，为股东创造长期、稳定的价值回报。此前7月，公司董事会审议通过200亿元—400亿元A股股份回购方案，截至目前，公司已累计回购金额约33亿元。

黄河科技学院客座教授张翔对《证券日报》记者表示，宁德时代的品牌影响力与市场份额形成良性循环，同时，公司依托动力电池与储能电池双轮驱动格局，实现整体业绩稳健增长。

中国巨石第三季度净利润同比增173%

■本报记者 向炎涛

“今年电子布市场远超预期，产业周期将超越历史维度。”10月20日，在中国巨石第32届国际玻纤年会上，中国巨石股份有限公司（以下简称“中国巨石”）党委书记、总经理杨国明判断，电子布本轮周期自2025年9月启动，2026年9月电子布价格突破上一轮景气周期高点。本轮景气上行在价格高度和持续时间上都可超过以往周期。

当天，中国巨石发布2026年第三季度报告。今年前三季度，该公司实现营业收入180.78亿元，同比增长30.02%；实现归属于上市公司股东的净利润53.46亿元，同比增长108.15%。其中，第三季度营业收入69.19亿元，同比增长44.30%；归母净利润24.12亿元，同比增长173.80%。

对于业绩增长的原因，中国巨石表示，前三季度玻璃纤维主要下游应用领域需求增加，产品量价齐升。公司通过加快产品结构优化、加大技术创新力度、加强市场开拓等措施提升盈利能力。

资料显示，中国巨石主要从事玻璃纤维及制品的生产、销售，产能规模居全球首位，业务覆盖增强纱和电子布等领域。其中，增强纱主要用于建筑建材、交通运输、能源等领域；电子纱经织造等工序制成电子布，是覆铜板（CCL）、印刷电路板（PCB）的重要上游材料。

据卓创资讯数据，9月国内G75电子纱主流成交价22800元/吨至24000元/吨，7628电子布11.5元/米至12.1元/米，较第二季度末大幅上涨。行业呈现“常规规格紧张、高端

特种布严重缺货”的格局，池窑纱线至PCB全链条量价齐升。

卓创资讯玻璃纤维分析师刘阳在接受《证券日报》记者采访时表示，这轮电子布涨价行情呈现两个特征。一是涨价节奏由小幅度调价转为较大幅度上调，头部企业多次发布涨价函，薄布、低介高频特种布涨幅显著高于7628厚布。二是现货库存持续低位，行业整体库存维持在一周左右水平，常规规格急单溢价明显，中小客户拿货难度提升。

杨国明表示，从需求端看，PCB行业正迎来总量稳健增长与AI（人工智能）相关品类快速增长并行的阶段，AI应用场景拓展及产品结构升级，为电子布需求提供了支撑。从供给端看，当前面临织布机与电子纱的双重瓶颈。高端织布机订单已排到2030年；同时，部分企业转产特种电子玻纤，挤占了普通电子布的存量产能。

目前，中国巨石淮安基地一期3.9亿米电子布生产线已全部投产，公司还计划在淮安新建5万吨电子纱暨3.2亿米电子布生产线，在桐乡新建2.5亿米电子布生产线。

杨国明认为，电子布整体供需紧张局面在几年内将较难缓解。按照相关企业在项目建设规划和公司的产能情况，预计在2027年至2028年会有较大的产能投放。

中关村物联网产业联盟副秘书长袁帅对《证券日报》记者表示，这一轮电子布价格上行并非短期脉冲，其持续性紧密绑定下游电子产业复苏深度和新兴应用渗透节奏，景气状态有望在较长时期内维持相对平稳，盈利修复将伴随产业升级从量价齐升过渡到价值提升。