



上市公司“内斗”频频 中小投资者可用脚投票

谢岚

八月热浪滚滚，不少A股上市公司股东或高管的火气也有点大。连日来，包括科林精工、基蛋生物和华盛精工等在内的多家公司相继爆出“内斗”新闻，风波迭起。

上市公司“内斗”，持股的投资者也是心惊胆战。因为上市公司一旦生乱，通常会使其股价剧烈波动，甚至可能长期低迷，而持仓的中小股东无疑将面临着遭受巨大损失的风险。

那么，当持股的上市公司出现“内斗”，投资者该如何应对才能减少损失，最大限度地保护自身权益？

在笔者看来，首先，君子不立危墙之下。一旦发现公司有“内斗”苗头，投资者要做的就是及时止损，尽快离场。因为投资者尤其是中小股天然处于信息不对称中的弱势方，无论是上市公司“内斗”，还是公司管理层“内斗”，抑或股东与上市公司管理层“内斗”，投资者很难分辨其中孰是孰非。而且长远支撑上市公司股价的是公司的盈利能力和成长性，因此投资者也没必要厘清其中是非。

从过往的案例来看，几乎没有上市公司能在“内斗”中保持稳定经营，且“内斗”时间越久，对公司经营越不利，对公司股价产生的影响越剧烈。

同时，由于中小股力量微薄，很难承受上市公司“关键少数”间的博弈游戏，就算真的看好“内斗”上市公司的长远发展，与其寄望于抄底、押注，不如保存实力以待来日。

其次，上市公司发生“内斗”，各方在激烈的交锋过程中，有时也会引爆暗藏的“地雷”，譬如上市公司财务造假，未履行信息披露义务等，给公司股价造成巨大打击。对于投资者来说，当发现上市公司存在违法违规情况时，应收集好证据材料，积极拿起法律的武器维护自身的权益。

一个典型的例子是海能达，在2021年的股权争夺战中，子公司被举报涉嫌虚构收入、利润，以及涉嫌存在套取上市公司募集资金等行为，江苏证监局调查认定后对上市公司及相关高管下发《行政处罚决定书》及《市场禁入决定书》，随后股民们也据此向海能达发起诉讼索赔案。

最后，笔者认为，当前上市公司“内斗”频发，投资者在充分发挥能动性维护自身权益的同时，也离不开监管的积极作为。例如，通过下发监管函等手段警示“内斗”各方规范行使自身权利，避免影响公司治理和经营正常运作，并敦促和解争取得快平息争端；坚决落实金融监管“长牙带刺”，持续推动构建行政处罚、民事赔偿、刑事追责“三位一体”的立体化追责体系；畅通投资者维权救济渠道，提高维权效率，降低维权成本，切实提升投资者权益保护力度。

多家客车上市公司披露中报 上半年出口走俏助力业绩增厚

本报记者 肖艳青

近日，A股市场商用车板块(按申万行业分类)上市公司陆续披露了2024年半年报，多家公司报告期内实现经营业绩显著提升。

财报显示，报告期内，宇通客车实现营业收入约163.36亿元，同比增长46.99%，实现归属于上市公司股东的净利润约16.74亿元，同比增长255.84%；安凯客车实现营业收入约11.48亿元，同比增长53.9%，实现归属于上市公司股东的净利润约725.78万元，同比扭亏为盈；中通客车实现营业收入约27.55亿元，同比增长66.26%，实现归属于上市公司股东的净利润1.11亿元，同比增长114.64%。

国际智能运载科技协会秘书长张翔在接受《证券日报》记者采访时表示，今年上半年，国内市场方面，新能源车替代燃油车的发展趋势、车辆的更新换代以及居民出行增加和旅游市场的回暖等因素，共同推动了客车需求的增长。国际市场方面，受环保政策的影响，海外市场新能源车需求很大，我国客车企业抢抓发展机遇，海外出口销量大增，进一步推动了企业营收和净利润的增长。

《证券日报》记者在梳理财报时注意到，多家商用车上市公司报告期内业绩得到显著提升的原因，系公司海外业务增长所致。

例如，安凯客车表示，报告期内，公司海外市场业务实现营收约4.36亿元，同比增长111.84%；中通客车表示，上半年公司海外市场业务实现营收约18.39亿元，同比增长60.84%，占其营收比重为66.73%；宇通客车表示，报告期内，公司出口销量实现大幅增长，同时公司出口业务占比提高，销量结构向好，业绩贡献增加。

据中国客车统计信息网统计，2024年上半年，我国累计出口大、中、轻型客车共计27551辆，同比增长39.36%。

对此，一位不愿具名的客车行业内人士向《证券日报》记者表示，今年上半年，其所在公司的大中型客车销量同比大增，主要是出口销量好，且优于国内销量。“我们国家的客车与国外的产品相比，一方面在质量和价格方面性价比更高，另一方面我们的新能源车发展较早，技术更先进，同时也在供应链方面具有明显的优势。”

另据业内预计，下半年我国客车出口或将延续增长态势。其中，欧洲、拉美、东南亚等地区在经济和技术因素和环境保护政策等因素驱动下，新能源车需求或持续释放。

原油需求回暖 “三桶油”上半年合计日赚11.2亿元

本报记者 向炎涛

8月28日，中国海油发布2024年半年报显示，公司报告期内实现油气销售收入1851.1亿元人民币(下同)，同比增长22%；实现归母净利润797.31亿元，同比增长25%，创历史同期最好水平。

至此，“三桶油”(中国石油、中国石化、中国海油)都已经交出了2024年半年度成绩单。

根据中国企业会计准则，今年上半年，中国石油实现营业收入1.55万亿元，同比增长5%，实现归母净利润886.07亿元，同比增长3.9%；中国石化实现营业收入1.58万亿元，同比下降1.1%，实现归母净利润357.03亿元，同比增长1.7%。据此计算，“三桶油”上半年合计实现归母净利润2040亿元，相当于日赚11.2亿元。

持续推进增储上产

今年上半年，世界经济增长带动原油需求回暖，产油国联盟延续减产策略导致供应偏紧，国际油价同比上升。公开数据显示，布伦特原油现货平均价格为84.06美元/桶，同比上升5.5%；美国西得克萨斯中质原油现货平均价格为78.95美元/桶，同比上升5.6%。

得益于上半年产量增长和油价上涨，以上游为主业的中国海油上半年业绩增幅明显。公司表示，报告期内，公司提质增效升级行动取得实效，净利润同比大幅上涨。此外，公司全方位成本管控体系运行良好，桶油主要成本为27.75美元/桶油当量，持续保持

竞争优势。

在国际油价上升、保障能源安全背景下，“三桶油”均持续推进增储上产工作，而高效、效益更是成为其勘探开发的关键词。

中国石油表示，2024年上半年，公司国内油气业务聚焦储采平衡，大力实施高效勘探，海外油气业务突出效益勘探、规模增储。实现原油产量474.8百万桶，同比增长0.1%；可销售天然气产量2584.2十亿立方米，同比增长2.7%；油气当量产量905.5百万桶，同比增长1.3%。天然气产量占油气当量产量的比重进一步提升，稳油增气策略扎实有效推进。

中国石化表示，2024年上半年，公司加强高质量勘探和效益开发，增储增产降本增效取得新发展，国内油气当量产量创历史同期新高。实现油气当量产量257.66百万桶，同比增长3.1%，其中，境内原油产量126.49百万桶，同比增长1.5%；天然气产量7005.7亿立方米，同比增长6%。

中国海油表示，2024年上半年，公司持续推进增储上产，资源基础不断夯实。加快重大项目建设，油气产量再创新高。扎实推动在产油田稳产增产，实施精细化管理，生产时率保持最好水平。实现净产量达362.6百万桶油当量，同比上升9.3%，国内外油气产量均突破公司历史最好成绩。

东兴证券发布研报称，作为全球需求端代表，美国的通胀压力有所缓和，也意味着大宗商品如原油等的估值压力有所缓解；随着国内经济的持续修复，对油气开采和炼化及贸易的需求也在逐步提升。未来油价或将维持中高位，驱动盈



利提升。

深入推进绿色转型

在能源转型方面，“三桶油”均已布局。中国石化表示，正积极培育氢能、风能、太阳能等新能源业务，加快构建“油气+新能源”多能互补格局。公司还充分发挥拥有终端网络优势，全力推动充电和加气网络发展，充电量和车用LNG经营量同比大幅增长；推进氢能交通

稳步发展，积极向“油气氢电服”综合能源服务商转型。

中国石油则成立了“油气和新能源”业务分部，将新能源发展提升到战略层面。公司表示，2024年上半年，公司积极推动新能源大基地建设布局和新能源指标竞配，加快推进重点项目实施。2024年上半年风光发电量21.7亿千瓦时，比上年同期的8.5亿千瓦时增长154.5%。同时深入推进全产业链碳捕集、利用及封存(CCUS)业务发展，注入

二氧化碳83.7万吨。

中国海油将油气勘探开发与新能源融合发展积极推进。公司表示，报告期内，公司继续稳步有序发展新能源业务。“海油观澜号”稳定在产一周年，上半年累计发电1440万度，累计发电2858万度，折合二氧化碳减排1.66万吨。持续加强用能替代，通过自产自用及绿电交易两种方式，扩大绿电使用规模，上半年共消耗绿电超4亿度，减碳减排近30万吨。

储能“价格战”愈演愈烈 机遇与挑战并存

本报记者 李春莲

2024年以来，储能行业发展陷入了“冰火两重天”的境地。一边是供应不断增加，一边是需求不旺，行业“内卷”更是让各环节“价格战”愈演愈烈。

随着新型电力系统建设提速，利用储能调节电力的需求日益增加。储能行业如何实现更加健康可持续发展的，成为了业内关心的重要问题。

中国化学与物理电源行业协会秘书长王泽深向记者表示，当前，受新能源大基地建设、分布式光伏发展、区域弱电网运行等因素影响，保障电力安全可靠供应面临多重考验，新型电力系统对储能的需求将不断增长，对储能的支撑、调节能力也提出了更高要求。

行业重要性日益凸显

储能行业发展火热朝天，发展前景有目共睹。在近日举办的碳中和能源高峰论坛暨第四届国际新型储能技术及工程应用大会与新型储能技术青年科学家论坛上，中

国工程院院士、南方电网公司首席科学家饶宏表示，目前，新型储能装机约占新能源3.2%；到2025年，新型储能规模可能突破1亿千瓦，约占新能源6.7%，正在形成事实上的“规模化”发展。

“截至今年6月底，全国累计投资新型储能电站数量达到3040个，源、网、用侧占比分别为29%、16%、55%。新能源基地送出、弱系统构网、分布式光伏并网、电网调频调压、黑启动、绿色微网等推动新型储能需求显性增加，应用场景多样化。”饶宏说。

据饶宏介绍，截至6月底，我国累计发电装机30.7亿千瓦、新能源装机11.8亿千瓦，正在逐步形成事实上的“新能源为主体”的新型电力系统(初级阶段形态)。

值得一提的是，在今年7月份，国家发展改革委、国家能源局、国家数据局联合印发《加快构建新型电力系统行动方案(2024—2027)》提出，探索应用一批新型储能技术。围绕不同应用场景对爬坡速率、容量、长时间尺度调节及经济性、安全性的需求，探索建设一批液流电池、飞轮、压缩空气储能、重力储能、二

氧化碳储能、液态空气储能、钠离子电池、铅炭电池等多种技术路线的储能电站。通过合理的政策机制，引导新型储能电站的市场化投资运营。

近日，中共中央、国务院印发《关于加快经济社会发展全面绿色转型的意见》提出，加快构建新型电力系统。加强清洁能源基地、调节性资源和输电通道在规模能力、空间布局、建设节奏等方面的衔接协同，鼓励在气源可落实、气价可承受地区布局天然气调峰电站，科学布局抽水蓄能、新型储能、光热发电，提升电力系统安全运行和综合调节能力。建设智能电网，加快微电网、虚拟电厂、源网荷储一体化项目建设。加强电力需求侧管理。深化电力体制改革，进一步健全适应新型电力系统的体制机制。到2030年，抽水蓄能装机容量超过1.2亿千瓦。

上述政策凸显了储能在当前和未来提高电力系统调节能力的重要性，探索应用一批新型储能技术。

围绕不同应用场景对爬坡速率、容量、长时间尺度调节及经济性、安全性的需求，探索建设一批液流电池、飞轮、压缩空气储能、重力储能、二

氧化碳储能、液态空气储能、钠离子电池、铅炭电池等多种技术路线的储能电站。通过合理的政策机制，引导新型储能电站的市场化投资运营。

发展仍面临诸多挑战

不过火热背后，储能发展也面临诸多挑战。上述大会同期发布的《中国新型储能产业发展分析报告(2024年1—6月)》(以下简称《报告》)指出，梳理近一两年来储能行业的发展脉络就会发现，储能领域价格战最先开始来自结构性过剩的锂电领域，随即引爆直流侧系统价格持续走低，继而交流侧系统价格战不断加深。

《报告》显示，储能电芯平均价格从2023年年初的0.9元/h至1元/h下降至2024年年中的0.3元/h至0.4元/h，价格跌至三分之一。与此同时，相比年初，储能系统平均价格降至约0.5元/Wh至0.6元/Wh，亦超过50%。随着行业“价格战”的愈演愈烈，储能设备价格已经逼近甚至低于成本价，企业分化加剧，部分企业的盈利情况堪忧，行业洗牌危机隐现。

对于当前背景下储能系统如何突围，杨凯表示，根据预测，未来储

能市场整体价格或将下降。从目前的材料或集成技术来讲，还会遇到很多瓶颈，所以行业内企业应转变思维。

杨凯提出三点建议，一是防止内卷，防止低价竞争；二是从质量角度考虑竞争，提高质量，提高安全；三是从性能角度来抓住客户，提高产品寿命和效率。

中国化学与物理电源行业协会储能应用分会副秘书长陈永刚向记者表示，未来五年左右，针对不同储能应用场景的几大技术路线将基本定型。特别是2023年锂电上游材料和中游设备的降价，基本奠定了基于磷酸铁锂材料的新型储能成本优势，在此基础上再进一步开发高安全大容量储能专用电池是行业发展的必然趋势。

“调节资源”对于电力系统来讲是非常重要的，一是对电力保供的作用；二是对电力安全的作用。”饶宏表示，储能现在处在战略机遇期，有很好的市场前景。但在快速增长的同时，新型储能在安全性、高效性、经济性方面还有不小的提升空间，特别是利用效率问题。

A股家居用品上市公司中报亮点颇多 智能化与“出海”成趋势

本报记者 李婷

同花顺数据显示，截至8月28日记者发稿，A股市场已有50家家居用品板块(按申万行业分类)上市公司发布了2024年半年报。其中，包括瑞尔特、乐歌股份等在内的20家公司报告期内实现营业收入同比增长超过10%。

从盈利情况来看，上述50家公司当中，包括松霖科技、建霖家居、海鸥住工等在内的11家公司报告期内实现归母净利润同比增长超过50%。

多家公司在接受《证券日报》记者采访时表示，报告期内，公司持续推进转型升级，内练“智造”能力，外拓市场，探索企业发展新动能。

推进产品智能化发展

卫生洁具制造企业瑞尔特于8月27日发布的2024年半年报显示，

报告期内公司实现营业收入约11.43亿元，同比增长17.36%。其中，智能坐便器及盖板业务实现营收6.87亿元，对公司营收贡献占比超过60%。

据了解，瑞尔特持续打造自有品牌，升级智能化水平。此前公司主要的收入来源是冲水组件，近年来，公司盯上了智能卫浴市场，并确定以智能马桶产品为核心，持续加大投入。

公司相关负责人向《证券日报》记者表示，预计随着新产线产能利用率爬坡，将进一步实现规模效应。

上半年，海鸥住工的智能家居板块业务成为了公司的一大亮点。公司依托控股子公司珠海爱迪生推进智能家居板块业务发展，并实现了自有品牌独立运营。数据显示，珠海爱迪生上半年实现营业收入1.27亿元；实现归母净利润1646.1万元，同比增长40.99%。

据中商产业研究院预测，随着

未来新建房屋和老房屋改造升级需求增多，以及物联网、云计算、人工智能等技术的更新迭代，2024年智能家居市场规模将达到7848亿元，2025年将突破8000亿元。

“目前，智能化已经成为家居行业重要的发展趋势，为业内公司的业绩增长带来创新驱动。”艾媒咨询CEO张毅向《证券日报》记者表示，家居企业推进智能化需进一步贴近消费市场，以消费需求为导向。同时，在技术层面，家居企业还需要关注技术迭代及前沿技术进展，进一步提升智能化水平。

加大海外市场布局

在市场拓展方面，加大海外市场业务布局成为不少家居企业的增收利器。有业内人士认为，“出海”是中国家居企业的主力优势和赛道之一，在智能家居时代，中国家居企业将进一步参与到全球市场当中，

提升国际影响力。

“公司高度重视海外市场的拓展，国际化已成为公司的发展战略之一。”金牌家居董事长温建怀表示，公司2023年海外市场业务实现营业收入约2.74亿元，同比增长16.92%；2024年一季度，公司海外市场业务实现营业收入8144万元，同比增长68.23%。

财报显示，建霖家居2024年上半年实现营业收入约24.42亿元，同比增长29.8%；实现归属于上市公司股东的净利润约2.59亿元，同比增长62.68%。其中，公司海外市场业务实现营业收入约19.07亿元，同比增长33%。公司表示，为进一步拓展海外市场，公司通过战略性海外投资与建设，完善业务协同布局，增强在地化供应能力等措施，持续提升海外市场份额。

建霖家居相关负责人向《证券日报》记者表示，今年以来，公司在海外市场加强“本地化”运营，推进

在泰国、美国、新加坡等地的建厂与投资计划。例如，泰国基地海外供应链能力稳步提升，二期扩建项目顺利落成竣工并开始布线生产；公司美国子公司加速渠道深耕，进一步提升了对北美在地化服务能力，同时持续推进北美、欧洲市场海外零售布局，“此外，在自有品牌方面，公司通过跨境电商模式对外销售，目前营收规模占比较小，但增速良好，公司将持续推进相关业务板块发展。”

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，在布局海外市场时，中国家居企业具备多项竞争优势，例如能够高效整合资源，确保成本效益，快速响应市场变化。但需要注意的是，海外市场的竞争环境复杂多变，在与国际品牌竞争时，国内企业需加强技术创新与品牌建设。同时，还需综合考虑各种因素，制定灵活的国际战略，以实现可持续发展。