

隆基绿能的千亿市值拉锯战

重回千亿市值

在A股光伏设备板块带动下,隆基绿能的二级市场股价放量大涨,重返千亿市值阵营。

交易行情显示,6月10日,隆基绿能小幅低开1.7%,开于12.72元/股,开盘后股价保持震荡态势。当日尾盘,在光伏板块带动下,隆基绿能股价强势拉升,盘中一度触及14.22元/股的高点,逼近14.23元/股的涨停价。截至收盘,隆基绿能股价大幅上涨8.81%,报14.08元/股,总市值1067亿元。

市场方面,有传闻称,后续或将出台针对光伏下游环节的强制标准,加速行业落后产能出清。

值得一提的是,在本次重返千亿市值“俱乐部”前,隆基绿能的股价已连续三个交易日跌破千亿关卡。

在二级市场上,今年3月20日,隆基绿能股价曾于盘中触及19.6元/股的高点,当日收盘总市值1439.07亿元。此后,该公司股价便开始接连震荡下行,总市值也持续缩水。其中,6月5日,隆基绿能市值首次跌破千亿,这也是该公司自2024年9月以来市值首次跌破千亿关卡。此后,6月8日和6月9日,隆基绿能收盘市值均未能重返千亿大关。

据了解,隆基绿能为硅片与组件业务龙头企业,2012年登陆A股市场。从基本面的看,目前光伏行业仍处于深度调整期,受制于产品价格持续低迷、开工率不足等因素,隆基绿能持续承压。

财务数据显示,去年,隆基绿能营收约703.47亿元,同比下滑14.82%;归属净利润约为-64.2亿元,同比有所减亏。分产品看,去年,隆基绿能来自组件及电池、硅片及硅棒、电站业务、其他的收入分别约为599.2亿元、65.4亿元、21.44亿元、17.42亿元;经计算,占当期营收的比例分别约为85.18%、9.3%、3.05%、2.48%。

今年一季度,隆基绿能再度同比大幅增

跌出千亿市值阵营的隆基绿能,6月10日在光伏板块带动下重返A股千亿市值“俱乐部”。不过,与股价前几日的冷相比,在SNEC 2026展会上,凸显的是隆基绿能的热。本次展会上,隆基绿能的光储产品取代组件站上C位。

隆基绿能在展会上的高光背后,从光伏到光储融合,再到未来的光储氢协同,对于今年刚刚进军储能

的隆基绿能来说,不仅是一次技术路线的卡位争夺,更是一场对抗行业周期的耐力考验。

押宝BC+光储融合

从光伏行业发展路径看,当前已形成TOPCon与BC两大主流技术路线。其中,TOPCon产品同质化严重,行业陷入激烈价格战,BC技术正成为产业共识下的核心升级方向,也是隆基绿能一直在押注的技术路线。

资料显示,2023—2026年,隆基绿能BC组件的全球累计出货预计接近100GW,其中2026年预计超50GW,年出货量呈跨越式增长。

不过,目前全球光伏市场仍处于深度调整阶段。去年,全球光伏市场需求已经放缓,预计今年仍将延续。在持续的行业调整周期中,一众光伏企业也纷纷寻求破局之法。而在当前“双碳”目标和能源安全需求驱动下,光储一体化正成为能源产业转型升级的重要方向。

隆基绿能创始人兼首席技术官李振国

曾表示:“如果将过去二十年叫做‘让光伏变便宜’的上半场,未来十年便是‘让光储变成主力电源’的下半场。”面对持续承压的业绩表现以及TOPCon技术的红海竞争,隆基绿能正试图凭借BC技术与光储融合,实现战略突围。

实际上,今年以来,隆基绿能的光储融合、BC技术一直是业内热议的焦点。不过,相较于行业内公司而言,隆基绿能在光储融合赛道的布局并不算早,今年该公司刚刚正式进入储能领域。

回顾隆基绿能近期在储能领域的资本动作,今年1月,隆基绿能完成对苏州精控的控股,快速切入储能,形成光储协同发展新格局。另外,同花顺iFinD资料显示,近日,该公司先后成立全资孙公司源储未来(东方)新能源有限公司、深圳市隆深绿储新能源科技有限公司,经营范围均包含“储能技术服务”。

“今年,隆基绿能的储能系统出货目标为6GWh,预计将集中在今年下半年,主要是公司在今年一季度刚完成储能业务的布局和整合。”在5月29日披露的投资者关系活动记录表中,隆基绿能方面表示。

将BC技术与储能结合,隆基绿能的“光

储氢一体化”战略也在飞速前进。隆基绿能方面曾表示,自今年4月初发布储能产品以来,公司已达成了一些国内外战略合作并实现了储能产品的交付,主要面向大型储能和工商业储能应用领域。

在此前举办的SNEC 2026展会上,隆基绿能带来了面向GWh级电站与工商业台区的系列解决方案,其核心是从底层重构光储协同机制——实现从高效BC光伏技术到储能全系统5S(BMS、iCCS、EMS、TMS、PCS)的原生融合,从源头打破光储系统的孤岛效应。

目前来看,BC赛道已形成隆基绿能、爱旭股份双龙头格局。作为赛道龙头之一,隆基绿能此次能否凭借BC技术、押宝光储融合实现突围,也成为投资者关注的焦点。

存货超180亿元

在行业深度调整周期中,去年,隆基绿能的“拳头”产品组件及电池的毛利率也出现同比下滑。

具体来看,去年,隆基绿能组件及电池毛利率仅为0.19%,同比减少6.08个百分点;电

站业务、其他毛利率则分别为22.08%、18.89%,同比下降13.03个、36.08个百分点;仅硅片及硅棒毛利率实现同比上涨,该产品毛利率为-5.3%,同比增长9.01个百分点。

今年一季度,隆基绿能仍面临不小的财务压力,财务费用由上年同期的-1.5亿元飙升至5.49亿元,其中利息费用2.63亿元、利息收入1.2亿元。“财务费用由负转正,可能导致企业流动性承压;另外,还可能导致企业出现再融资风险上升等情况。”中国企业资本联盟副理事长柏文喜表示。

同时,隆基绿能的经营

活动产生的现金流量净额也出现明显恶化,由上年同期的-17.47亿元降至-24.49亿元。对此,隆基绿能方面解释称,本期净流出较上年同期增长40.13%,主要为应收款项回款减少、收到的退税减少。

行业内卷下,隆基绿能的存货也达到较高水平。今年一季度末,该公司账上存货金额由上年末的145.42亿元攀升至181.58亿元。中关村物联网产业联盟副秘书长袁师表示,存货的大幅增长如果没有对应营收的同步提升,首先面临的就是存货跌价风险;同时,存货积压会占用大量的流动资金,可能进一步加剧企业的现金流压力。

截至今年一季度末,隆基绿能的短期借款由上年末的3亿元增长至12.16亿元;长期借款则有所下降,由68.25亿元降至41.38亿元。同时,账上货币资金约526.22亿元、交易性金融资产约1.41亿元。

此外,值得注意的是,近年来,隆基绿能的资产负债率也在不断走高。据同花顺iFinD统计,截至2023年末、2024年末、2025年末,该公司的资产负债率分别约为56.87%、59.83%、64.43%;今年一季度末,资产负债率进一步增长至66.08%,达到近年来的最高水平。

针对相关情况,北京商报记者向隆基绿能方面发去采访函进行采访,但截至发稿未收到公司回复。

北京商报记者 王蔓蕾 图片来源:隆基绿能

手握风口产业链 同亚赴港IPO

脑机接口、低空经济、具身智能等硬科技赛道时下高速发展,下游硬件设备持续向微型化、高精度、高稳定性迭代,市场对精密连接核心部件的需求也随之爆发。

立足行业风口,深耕精密金属连接线材领域的广东同亚科技股份有限公司(以下简称“同亚科技”),于近日向港交所递交招股说明书,启动赴港IPO进程。

据招股书披露,同亚科技主营高性能精密金属连接线材的研发、生产与销售,核心产品涵盖常规、微细、超微细线缆导体三大品类。

凭借适配精密设备的产品特性,同亚科技的业务现已覆盖多个主流应用场景,包括但不限于手机、电脑、AR/VR智能眼镜、安防摄像头等智慧终端,适配设备小型化、轻量化的设计需求;超声设备、内窥镜、手术机器人等高端医疗设备,保障设备稳定运行与精准信号传输。除成熟应用场景外,同亚科技方面提到,公司及行业预计将在以脑机接口等为代表的前沿领域、未来产业推

动下进一步放量。

下游多领域的产业升级,持续推动精密线缆导体行业规模增长。数据显示,去年全球高性能精密金属连接线材市场规模为528亿美元,预计2035年将增至976亿美元,远期增长空间充足。

2023—2025年,同亚科技营收从1.72亿元增至3.03亿元,年内溢利从3195.7万元提升至4710.4万元,营收、利润持续稳健攀升,充分受益于产业升级红利。从行业地位来看,以去年收入口径统计,同亚科技的超微细线缆导体产品市场占有率达15.5%,位列全球第三、中国第一,成为国内具备全球高端市场竞争力的企业。

但在整体市场层面,行业差异化的竞争格局带来机遇的同时也不乏挑战。招股书提到,超微细线缆导体赛道技术壁垒极高,行业集中度显著,去年全球前三企业合计占据79.5%的市场份额。其中,头部日本企业独占约47%的市场份额,形成绝对垄断态势。同亚科技市占率与全球第二名(份额为17%)相近,但与行业龙头存在明显差

距。而门槛相对较低的微细线缆导体赛道市场参与者众多、格局分散,去年全球前五企业合计市占率仅约20%。

华夏易道管理咨询公司首席顾问坚鹏表示,硬科技企业集中冲刺资本化,主要源于产业、资本、技术三个维度的驱动力。其中,在产业端,数字经济、人工智能、智能制造快速迭代,带动硬科技产品需求激增,企业急需通过上市融资扩充产能、加码核心技术研发;在资本端,创投机构持续加码硬科技赛道,助力企业成长成熟,推动企业登陆资本市场实现价值兑现。

整体而言,借力产业风口,同亚科技已坐稳国内细分赛道龙头、跻身全球第一梯队。但面对海外头部企业当前仍然显著的优势,在行业高景气周期下,公司仍需要通过技术迭代与产品落地乘风而上、兑现红利。

就相关问题,北京商报记者向同亚科技发去采访函,但截至发稿未能得到回复。

北京商报记者 陶凤 王天逸

无惧业绩放缓 太平鸟抛出全球战略

“十年内走向全球,成为世界级时尚品牌企业。”太平鸟品牌创始人、董事长张江平在30周年庆典上立下目标,推动太平鸟转型变革进入下一阶段。

近日,太平鸟发布的“2510战略愿景”显示,未来两年做好价优质好的产品,核心品类国内领先,建立稳定盈利模式;五年成为中国时尚服装品牌领导者;十年成为世界级时尚品牌企业。

转型变革一直都是太平鸟近两年的主线任务。2023年,太平鸟便开启转型,例如大规模调整组织架构、管控模式等,将原有女装、男装、乐町、童装、鸟巢、物流六大事业部以及线上运营平台调整为三大职能中心,即产品研发中心、供应链管理

中心以及零售运营中心。在营销层面,太平鸟走向年轻化,合作王鹤棣、张婧仪等年轻演员,以触达更多年轻消费群体。

转型背后是太平鸟业绩的放缓。根据财报数据,2024年和2025年,太平鸟营收、净利润双降;2022年、2023年,太平鸟的营收已呈现逐步下滑趋势,分别下滑9.41%、21.24%。

在鞋服行业品牌战略咨询专家、上海良栖品牌管理有限公司创始人程伟雄看来,太平鸟以前的快速发展,更多的是以营销投入侵蚀利润作为代价获得的成功。但这种模式不可持续,在很大程度上侵蚀了太平鸟的利润,这也使得其后期业绩出现下滑。

就发展相关问题,北京商报记者对太平鸟进行采访,但截至发稿,未收到回复。

事实上,太平鸟的转型并不是毫无效果。根据财报数据,今年一季度,太平鸟营收16.56亿元,净利润达1.37亿元,同比增长10.3%;扣非净利润1.14亿元,同比增长33.46%。但恢复增长、下

滑放缓,对太平鸟来说并不够。就像张江平提出的,太平鸟要做世界级时尚品牌企业,这并不是一个小目标,尤其是在时尚服装市场竞争加剧的当下,实现起来并不容易。

在30周年庆典上,除了立下新目标,太平鸟还披露了一系列变革计划。例如,在门店层面,太平鸟明确了新开店标准,不再开设低坪效的门店。新店开设以实际经营成效为核心,门店经营业绩与负责人直接挂钩、责任到人。组织架构层面,太平鸟为年轻员工预留了更多成长与晋升空间,为未来十年储备核心管理力量。同时,太平鸟还启动“太平鸟全球时尚研发中心”建设,逐步搭建起时尚研发及产业转化平台;升级“太平鸟卓越技术中心”,推进智慧灯塔工厂+数字化打样中心+国家级实验室一体化建设等。

北京商报记者 张君花

侃股 Stock talking

对跨境荐股说“不”

周科亮

“白毛股神”境外隔空荐股,绿的谐波、易事特在A股应声大涨,跨境荐股引发市场高度关注。互联网上的信息本就真假难辨,海外股神或许与国内的很多黑嘴一样,也是流量包装出来的“假股神”。这背后甚至可能存在着跨境操纵股价的行为,投资者对于跨境荐股要坚决说“不”,以防在不知不觉间被“割韭菜”。

近年来,各类境外财经博主、海外投资达人开始进入国内投资者的视野,跨境荐股逐渐成为一种新的市场乱象。部分账号依靠夸张的话术、短期看似精准的预判快速积累流量,被部分散户奉为投资大咖,其点名的个股也很容易出现短期异动上涨。看似全新的投资信息渠道,背后隐藏的投资风险和监管盲区却不容忽视。

任何公开在网络平台荐股、引导普通投资者买卖个股的行为,很可能存在不合规的风险隐患。国内对于证券投资咨询业务有着严格的资质管理,只有取得相应执业资格的机构和人员,才能够开展正规的投顾服务。普通网络博主、境外自媒体账号,均不具备合法荐股资质,其发布的个股推荐内容,都不能作为投资依据。

相比于国内常见的股市黑嘴,跨境荐股的隐蔽性更强,监管难度也更大。境外账号的服务器、运营主体均在海外,一旦出现违规操纵市场、收割散户的行为,国内监管很难快速溯源、取证和追

责。这也让个别不法人员利用监管漏洞,刻意打造所谓的海外股神人设,通过流量包装营造超高胜率的投资假象。

从市场行为逻辑来看,跨境荐股拉动的个股上涨,完全依靠散户跟风买入推动,属于典型的情绪炒作。如果被别有用心之人利用,提前埋伏低位筹码,再通过公开荐股吸引散户接盘,借短期股价上涨完成出货,就能轻松地实现非法获利。而散户跟风入场后,往往会在资金兑现后遭遇股价回落,高位被套。

更值得警惕的是,部分跨境荐股行为,已经不只是简单的流量变现,而是涉嫌跨境股价操纵。通过批量传播荐股信息,集中引导大量散户资金同向交易,人为制造股价波动,从中获取不正当收益。这类违规行为隐蔽性高、传播速度快、受众范围广,对正常的市场秩序会造成明显干扰。

普通投资者之所以容易被跨境荐股误导,主要还是存在侥幸心理,希望依靠所谓的专业消息快速获利。实际上,网络上的免费荐股,不可能存在稳定赚钱的机会,所有公开分享的短线投资机会,大多是为收割散户提前设计好的套路。

彻底远离各类网络荐股信息是最基本的风控原则,无论是国内股神还是海外股神,投资者都不能盲目轻信。投资决策需要依托自身对上市公司基本面的研究和市场情绪的判断,而非网红财经达人的口头推荐。