

证券代码： 300274

证券简称：阳光电源

阳光电源股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：20230428

投资者关系活动类别	☐特定对象调研 ☐分析师会议 ☐媒体采访 ☐业绩说明会 ☐新闻发布会 ☐路演活动 ☐现场参观 ☒其他（电话交流）
参与单位名称及人员姓名	东吴证券 曾朵红 长江证券 曹海花 中信建投 朱玥 高盛 季超 华福证券 邓伟 等约 1 千位投资者
时间	2023 年 4 月 24 日
地点	电话形式
上市公司接待人员姓名	董事长曹仁贤、董事会秘书陆阳、财务总监田帅

投资者关系活动 主要内容介绍	一、行业情况 回顾 2022 年，光伏行业快速增长，交流侧从 2021 年的 150GW 攀升到 2022 年的 230GW，增幅 53%；直流侧从 180GW 攀升到 276GW。核心驱动因素一是碳中和成为全球共识，140 多个国家承诺在 2060 前实现碳中和目标。二是能源独立需求，俄乌冲突刺激各国加速能源独立进程，欧盟计划在 2030 年前结束对俄罗斯的能源依赖，德国计划在 2035 年前实现 100%可再生能源发电。三是新能源行业通过持续的规模化和技术迭代能够带来经济性持续改善。 2023 年，行业的增长逻辑更加确定。中国有 3060 碳达峰碳中和的目标，海外很多国家有 2050 碳中和的目标，实践来看，碳中和的目标不仅没有变化，反而进一步增强。2026 年欧盟碳关税正式实施，国内也刚刚发布了《碳达峰碳中和标准体系建设指南》，积极向国际标准看齐。欧盟提出 REPowerEU 计划，旨在 2030 年前结束对俄罗斯的能源依赖，国内也提出把能源自主提到非常的高度。去年上游硅料、碳酸锂价格处于高位，但年后这段时间上游的硅料、碳酸锂随着产能释放，供需矛盾逐步解决，终端价格快速回归，经济性持续改善。光伏和储能的投资收益大幅提升，刺激光伏和储能快速增长。特别是地面电站和大储，去年国内及中东、东南亚等国家地面电站装机受组件价格高位影响有一些延迟，今年随着组件价格逐步回落，地面电站的经济性在快速回升，部分去年抑制的项目今年得以释放，地面电站预计将会快速上量。当然户用分布式也会仍然保持快速发展态势。 展望未来，行业发展主逻辑依然没有变化。一是碳中和目标，未来低碳发展路径是确定的，行业测算到 2050 年，全球新增光伏空间 14000GW，具体到最近几年，2022 底累计大概是 1000GW，到 2030 底年累计大概 5000GW，即 2023 年到 2030 年平均每年新增约 600GW，增长空间非常大。二
---------------------------	---

	是能源独立进程依然在加速。三是新能源行业未来在规模化、技术进步的情况下，度电成本持续降低，光伏的电甚至光储的电都成为全球最便宜的能源，支撑新能源未来持续增长。目前电力结构 80%是化石能源，20%是绿色能源，未来到 2050 年 80%的电应该来自于可再生能源，20%来自于化石能源。 二、财务情况 2022 年营业收入 402 亿，同比增长 67%；归母净利润 35.9 亿，同比增长 127%；平均毛利率从 22.3%提升到 24.5%；净利润率从 7.1%提升到 9.2%，盈利能力显著提升。2023 年一季度延续了 2022 年四季度高增长的态势，实现营业收入 125 亿，同比增长 175%；归母净利润 15 亿，同比增长 267%；净利润率从 9.2%同比提升到 12.2%，环比归母净利润基本持平，盈利能力有所提升。盈利能力改善的主要驱动从财务角度来说，一是海外收入实现了快速增长，海外收入同比增长 107%，占比从 2021 年的 39%提升到 22 年的 47%。二是规模上量，有规模效应，去年每个季度收入环比持续放量，期间费用率逐季度在下降，得益于公司内部加强了滚动预算管理，从一季度的 18%下降到四季度的 11.5%，相应每个季度的利润也环比实现了大幅增长；从具体业务角度来说，22 年盈利贡献主要来自于光伏逆变器和储能，光伏逆变器年初预期发货 70GW 左右，实际发货达到了 77GW，发货量超预期，收入规模也突破 150 亿，这主要得益于公司 2020 年以来实施大客户加渠道双轮驱动战略，公司的品牌力、产品力、渠道力全面提升，特别是在中国、澳大利亚、欧洲等市场都处于领先地位，同时地面电站逆变器格局一直是比较稳定，公司持续保持头部地位，所以去年逆变器发货量和收入均创新高，不仅光伏逆变器，储能系统业务也实现了超预期的增长，年初预期发货 6~7 个 GWh，实际发货 7.7GWh，
--	---

收入也是破百亿，这主要得益于去年大储市场需求强劲，公司去年大力推动运营改善，拉通了从产品研发到现场交付的各个环节，现场调试的工作前置，大幅减少现场施工的工作量和成本，提升交付效率和质量，同时公司大储产品去年实现了平台化升级，推出了业界领先的“三电融合 专业集成”液冷储能系统，产品竞争力进一步提升，市场地位进一步提高，特别是在美国、欧洲、澳大利亚这些高端市场做到了领先。除了光伏逆变器和储能业务，我们的新能源投资开发业务在去年实施项目成熟度管理，每个项目必须达到一定的成熟度才允许开工建设，尽量减少项目过程中的成本，提高对项目进度的掌控，保持盈利状态。

三、热点问题分享

1、逆变器未来的格局

地面电站产品的市场格局一直比较稳定，主要原因一是逆变器在整个系统中成本占比非常小，但是它又很关键，品质上要保障电站运行 25 年，所以价值占比虽小但它是实现电站投资收益率最核心的核心设备之一。在这种情况下，客户更关注的是逆变器品牌背后的效应，产品能够长期稳定可靠地运行，企业能长久存续提供服务。二是客户关注的是逆变器的可融资性，这方面公司也是一直处于全球领先地位，这跟公司长期深耕这个领域是不可分割的，公司产品获得了客户、银行投资体系的高度认可，银行体系能给予公司最高评级，公司的产品在所有的银行基本上都具有可融资性，这对于终端业主和投资者是非常重要的。地面电站产品一直是我们的优势。

分布式和户用产品在欧洲、美国、澳洲这些高端市场是一个经销商体系，在这种情况下，终端对品牌的要求更高，更注重产品体验的可靠性、后期维护的便利性、安装的便利性等。所以说户用产品高端市场的格局还是非常好

	的，价格能保持。在价格敏感度高的市场，可能会存在部分产品价格的波动，但是这不影响整个行业的格局。 2、欧洲户用光伏和户用储能未来发展的可持续性 户用光伏和户用储能未来发展空间非常大，特别是欧洲户用市场，简单测算一下，欧洲人口大概是 7.4 亿，欧洲独立屋顶数量约 1 亿多户。目前欧洲光伏到 2022 年累计装机 52GW，未来空间有 600GW，户用光伏渗透率不到 10%。欧洲电价比较高，户用电价 40 欧分左右。欧洲原来是管道气现在变成了 LNG，LNG 的价格是原来管道气的两倍，欧洲家庭现在逐步从原来烧气变成了户用四件套，即户用光伏、户用储能、户用充电桩、户用热泵，这四件套的经济性是非常不错的，和原来的燃气比较，四件套的回收周期大概是五六年，而且这个四件套可以实现家庭能源独立，所以我们判断未来至少五六年欧洲应该是仍然保持快速增长的态势。 四、问答环节： 1、请介绍一季度业务大概的收入和毛利率情况。 答：一季度光伏逆变器业务收入约 46 亿，储能业务收入约 36 亿，新能源投资开发业务收入约 36 亿。整体净利润率同比提升比较明显，主要是光伏逆变器一季度海外收入占比高、地面电站产品的毛利率有所改善。 2、今年几个主要业务的目标是不是会有所提升？ 答：从目前来看，订单情况还都不错。原材料问题得到解决，接下来拼的是品牌和渠道，品牌策划和渠道拓展两方面做的比较不错，所以户储还是在增长的，今年户储目标还是比较乐观的。大储和地面电站总体来说，不管国内国外，下半年的装机量应该还是会大于上半年。随着组件价格和碳酸锂价格的下跌，下半年会释放出来很多项
--	--

	目，所以我们判断今年下半年的总体情况还会好于上半年，接下来要保证项目能够按期交付，提升交付效率，支撑二、三季度收入的确认。去年组件价格高，很多项目都推迟到今年，目前来看，订单量还是非常多的。 3、请教一下大储海外的占比，今年全年预期收入占比以及净利率水平。 答：第三方机构预测今年全球需求超过 100GWh，国内大概 30~40 GWh，美国大概 30~40 GWh，欧洲大概 20~30 GWh。公司储能业务在海外的收入占比会更高一些，大概占 60%以上。碳酸锂价格下降时客户的投资收益率都会及时改善，海外厂商的价格体系不错，所以整个利润水平也会不错。我们也看到国内终端的业主、客户逐步转向理性，不仅仅只是看价格，还要看集成能力、以往项目的水平等。工商业储能业主都是要盈利的，他们对于质量、服务能力和售后保障会更看重一点，随着国内市场转向更加理性，国内优质市场的盈利能力也会逐步改善。 4、公司跟海外客户签了订单锁价之后，如果碳酸锂价格下降的话，公司产品价格会怎样变化？ 答：这个跟我们签单的模式有关，一般签过的海外订单还是注重契约精神的。 5、公司氢能业务已有年产能 GW 级制氢设备工厂投运，请介绍研发进展并展望大概什么时候氢能业务能有收入确认。 答：去年团队人员扩充得比较快，今年接了不少电解槽的订单，今年会确认一些电解槽的收入。现在国内氢能主要还是大量的示范项目，同时还有一些就是消纳地方源网荷储等。尽管现在都是示范项目，但是规模扩大的速
--	---

	度非常惊人，公司从4年前开始策划氢能到现在，今年的发展出乎意料，本以为要10年，但现在看来5年就能见到成效，发展加快主要来自于两方面原因，一方面未来氢对可再生能源消纳的贡献是非常大的，氢可以多元化地应用，可以作为燃料，也可以作为化工品。最近我们在氢能这块找到一些突破口，合成绿色甲醇和合成氨，但氢的运输相对困难，运输成本比较高。所以大家也在努力地寻找一些新的应用。另一方面就是现在实际上是欧洲和中东等地区对氢的需求量比中国还迫切，主要是欧洲减碳的压力非常高。现在的障碍就是它储运困难，所以大家要去想办法，固态储氢、化学合成的储氢管道储气等等。每个行业都在想办法解决这个问题的时候，它就会呈指数发展。 6、组件远期报价明显下调，今年新能源投资开发业务的毛利率怎样？ 答：组件价格下降，电站资产的收益率会大幅提升，收益率提升，价值就会放大，那我们也会获得一定的收益。 7、户储大幅增长的预期下，介绍这一年过程中修炼了哪些内功？ 答：一是品牌运营，品牌第一比拼的是服务，第二比拼的就是数字化网络平台，在数字营销上渠道布局和渠道管理耦合在一起，所以我们最核心的措施是数字化时代品牌营销的投入，以及对服务的进一步改善，从服务的响应时间到需求端的开发，到客户满意度的提升，以及APP的改善，实现动态服务的提升。服务的本质是让客户相信公司的产品和服务是可靠、可持续的，相信品牌能够有可融资性。21年公司的品牌价值有400多亿，22年进一步提升到600多亿。二是渠道管理，公司的产品全功率覆
--	--

	盖，在 To C 端的业务上面协同效应明显，渠道上充电桩、家庭光伏、户储、分布式储能等基本上可以共享渠道，所以我们更有信心加大渠道投入。渠道能力乘以品牌能力，成效会更进一步。三是数字化，整个系统大幅度升级。
--	--