

# 资产负债率高达64% 欣旺达急闯港股再融资

继宁德时代和亿纬锂能之后,动力电池二线龙头欣旺达也于日前向港交所主板提交上市申请,高盛和中信证券担任联席保荐人。

欣旺达主要从事锂电池研发、设计、制造和销售,产品包括消费类电池、动力电池类及储能系统,与全球主要科技公司建立了长期合作关系,包括全球最大的智能手机公司,以及小米、联想、OPPO、vivo、荣耀和传音等。公司2011年在深交所上市,2022年GDR在瑞士证券交易所上市,如今又冲击港交所。

有趣的是,欣旺达公司创始人王明旺在最新的《2025胡润全球富豪榜》中显示其身家达115亿元人民币,成为最新的茂名首富。公司还曾在今年2月公告称计划拿出不超过40亿元进行投资理财,不超过3亿元的自有资金进行证券投资。

看似并不缺钱的欣旺达,跟风赴港二次上市为何般?

■新快报记者 郑志辉



## 手机电池之王

公开资料显示,欣旺达1997年成立于深圳宝安区的一间简陋民房。创业之初,主要为各大品牌代工生产镍氢电池和锂离子电池模组,业务模式以OEM/ODM代工为主。

此后,随着手机行业技术演进和智能终端崛起,欣旺达踩准节奏拓展笔记本电脑、电动工具、电动自行车等电池领域,一步步从隐形的小供应商成长为行业举足轻重的玩家,公司也于2011年在深交所创业板成功上市。

时至今日,欣旺达稳居全球消费电池第一名,根据灼识咨询数据,按2024年出货量计,公司在全球手机电池市场占有率高达34.3%。

凭借锂电池产业崛起,王明旺的个人财富水涨船高,在《2022年胡润全球富豪榜》上,他以约190亿元人民币的身家位列全球第1187位,首次成为“茂名首富”。近年因股价波动导致身家起伏,一度被能兴集团的钟乃雄超越,但2025年又重回茂名首富之位。

财报显示,2011年上市之初,欣旺达的营收仅为10.31亿元,但到2022年其营收已经增长至521.6亿元,年复合增

长率高达42.86%;同期,欣旺达的净利润也从8267万元增长至10.68亿元,年复合增长率为29.11%。

进入2023年后,消费电子市场开始触顶回落,欣旺达的压力也随之而来。2023年欣旺达的营收和净利润增速分别为-8.24%和0.77%,这是其上市以来首次遭遇营收负增长;2024年业绩增速有所回升,但营收增速仍是近10年来最低水平(除2023年以外)。

在消费电子市场增长放缓已成定局的背景下,欣旺达寻找第二增长曲线迫在眉睫。

## 沉重的压力

欣旺达早从2008年即开始布局动力电池业务,希望以此作为新的业绩增长点,近年来更成为欣旺达的发展重心。

据媒体统计,近年来欣旺达在动力电池的扩产上,投资金额已经超过了600亿元,投资规模相当庞大。而在产能快速扩张之后,欣旺达的“电动汽车类电池”业务体量明显增长。财报显示,在2021年时“汽车及动力电池类”的营收只有29.33亿元;但到了2024年,“汽车

及动力电池类”的营收已经增长至151.4亿元,短短三年时间,欣旺达“汽车及动力电池类”业务的营收便翻了逾4倍。

不过,在业务体量快速扩大背后,欣旺达也背上了沉重的压力。财报显示,今年一季度欣旺达的资产负债率为64.59%,负债总额为583.4亿元,流动性负债为416.1亿元,其中仅短期借款就高达103亿元,而应付票据及应付账款合计更是高达251.7亿元——截至今年一季度,欣旺达的货币资金为200.1亿元,交易性金融资产为5.875亿元,合计仅为205.975亿元。

另外,2024年末欣旺达的应收账款高达160.79亿元,同比增长34.6%,远超同期营业收入17.05%的增幅;今年一季度应收账款也有142.74亿元,周转天数高达111.15天,为12年来最高。而同期,宁德时代、亿纬锂能的周转天数仅为66.05天和91.1天。

庞大的应收账款规模、过长的回款周期,都让公司利润含金量大打折扣,说明其回款面临不小压力,产业链议价能力较弱,远远不及宁德时代,大量资金被客户占用,增加了坏账风险。

据公开报道,自2011年登陆深交

所、2022年瑞交所上市以来,2023年7月欣旺达还曾试图分拆旗下欣旺达动力至深交所创业板上市,但受制于监管对上市企业盈利指标的硬性要求(欣旺达动力在2022-2024年累计亏损近47亿元),至今未能成功,公司才将目光移向港股市场。“茂名首富”如此热衷上市融资,个中缘由也被归结为:缺钱。

对于赴港上市的原因,欣旺达给出的解释是:希望拓宽海外融资渠道,更好地对接国际投资者,为未来全球市场开拓提供助力。

财报显示,欣旺达海外营收占比达到42%,但值得关注的是,海外部分毛利率竟然比国内还要低好几个百分点,其海外经营能力令人担忧。

有市场分析认为,一方面,海外项目建设周期长、成本高,对公司资金链和执行能力是重大考验;另一方面,登陆港股意味着要接受全球投资者更严苛的业绩审视和更理性的估值锚定。在业务多线扩张、盈利待提升的关口,欣旺达能否借助港股平台实现“价值回归”,还有待时间检验。

## 快手App上线“外卖”入口 暗助“盟友”美团

新快报讯 记者郑志辉报道 近日有网友发现,快手本地生活在“团购”页面上线了一个独立“外卖”入口。用户点击“外卖”进入页面后,可以看到其中商品主要分为“可外卖可到店”和“仅支持外卖”两类,“仅支持外卖”的商品多数来自美团。针对该类型商品,用户下

单并选择“在线点单”后会跳转至美团等第三方小程序,由第三方提供人力配送。

其后快手内部人士在回复记者查询时表示,快手“外卖”中的商品以第三方合作共建为主,集中推介优质餐饮商品,后续将覆盖更多商家及品类。

今年以来,快手本地生活一直在以开放平台聚合的方式发力外卖业务,快手团购、直播、短视频、搜索等核心入口页面均支持外卖商品的购买。官方数据显示,今年二季度,快手本地生活外卖商品支付用户数环比增长超3倍,业绩规模涨幅展现了快手“新客”潜力。这也表明,拥有7亿月活用户的快手,与外卖商家、服务商、开放平台有着广阔的合作空间和高确定性的增长路径。

快手入局之时,正值新一轮“外卖大战”正酣之际。就在上周末的一波“秋天的第一杯奶茶”促销活动期间,有消息指淘宝闪购的日订单量首次超过了美团。

快手在此时以这种方式加入“外卖大战”,更多被视为支持“盟友”美团之举。

据记者了解,从2019年开始,美团就曾多次投资快手。在外卖业务层面,美团外卖早在2021年就以小程序的形式入驻快手,允许用户通过短视频或直

播跳转美团完成下单。

2024年7月,快手、美团宣布战略合作全面升级。根据协议,未来三年,快手、美团合作的空间范围将扩大至全国“百城万店”,双方产研将合作更底层、系统的产品建设,以保障顺滑的用户体验。自此,快手自营外卖的扩张速度明显放慢,转而将重心放在了与美团的合作上。

有分析认为,美团需要快手的下沉市场流量,快手需要借助美团的供给和履约能力推动商业化变现。在利益的捆绑下,各取所需的双方也建立起了牢不可破的盟友关系。

与此同时,此前与饿了么有外卖业务合作的抖音,上个月曾对媒体表示,抖音生活服务聚焦在到店业务上,没有自建外卖的打算。



一起了解更多  
数智资讯

