

资产破4300亿 夯实“十五五”能源增长底盘

四川能源发展集团以重组赋能、创新攻坚筑牢能源安全根基

■ 龚友国

2026年是“十五五”开局之年,也是四川能源发展集团有限责任公司(以下简称“四川能源发展集团”)完成战略性重组后,以全新产业矩阵全面发力的关键一年。这家成立仅一年多的“能源航母”,始终把稳增长、保供应、促发展作为核心主线,以“打赢六大战役,决胜首年首胜”为攻坚抓手在四季度发起冲刺,用实打实的经营数据、落地见效的重大项目和扎根一线的实干故事,交出了一份省属骨干国企在“十五五”开局之年的厚重答卷。

截至2026年三季度末,四川能源发展集团资产总额突破4300亿元,前9个月实现营业收入987亿元,利润总额92.3亿元,主要经营指标增速大幅高于省属监管企业平均水平,控股的6家上市公司全部实现营收正增长,新增专利312项,在四川省能源保供关键时刻累计完成发电量1267亿千瓦时,油气供应量同比提升41%,在“十五五”起步阶段展现出能源主力军的硬核担当。

能源保供：筑牢经济运行的“压舱石”

今夏,四川省多地遭遇持续极端高温天气,用电负荷连续12次刷新历史纪录,全省能源保供迎来近十年来最严峻的一次大考。作为全省能源保供的核心骨干力量,四川能源发展集团第一时间启动一级保供响应,将“保民生、保重点、保稳定”放在所有工作的首位,统筹调度旗下水、火、风、光、气多元能源产能,构建起“多能互补、源网协同”的保供体系,在极端负荷冲击下实现了全省民生用电无缺口、重点企业生产用电 unlimited,守住了全省能源安全的底线。

在四川省最大装机规模的达州燃气电站,三台机组自“迎峰度夏”启动以来就保持24小时满负荷运行,运行班组实行“四班三运转”机制,运维人员吃住都在厂区,每两小时对燃机核心部件开展一次巡检,整个“迎峰度夏”期间累计发电超过32亿千瓦时,顶峰能力达到全省高峰负荷的8%,成为支撑电网平稳运行的“顶梁柱”。银江水电站今年全面投产后首次参与“迎峰度夏”保供,通过优化水库调度方案,在汛期实现水能利用效率提升12%,三季度累计发电量18.7亿千瓦时,为川西

南区域电网提供了稳定的绿色电力支撑。

四川能源发展集团建立起集团层面的能源保供统一指挥平台:水电发挥调峰优势,火电和气电承担顶峰兜底作用,风电光伏补充日间清洁电力,新型储能参与电网快速响应,形成了“互补互济、余缺互调”的保供格局。今年夏季用电最高峰时,四川能源发展集团旗下各类电源总出力突破3200万千瓦,相当于每3度四川电网的电力中,就有1度来自四川能源发展集团的稳定输送。

除了电力保供,四川能源发展集团在油气供应端同样实现关键突破。去年成功试气点火的省属企业首口油气探井“乐探1井”,目前已进入稳定产气阶段,累计产气超过1200万立方米,带动川南页岩气区块新增探明储量突破200亿立方米,彻底实现了四川省属企业油气矿业权“零”的突破。在冬季供气保障季来临前,四川能源发展集团已完成全省17个重点燃气储配站的设备检修,储气能力提升至1.2亿立方米,可保障超过200万户居民的峰值用气需求,为今冬明春的民生用气筑牢了储备防线。

科技创新：研发投入化为竞争实力

“十五五”开局之年,四川能源发展集团把科技创新作为引领发展的第一动力,把资源集中投向能源领域的关键核心技术,2025年四川能源发展集团研发投入达到16.52亿元,今年前9个月研发投入已超过15亿元,新增专利312项,其中发明专利占比超过35%,真正实现了“投入有产出、创新能落地”。

在抽水蓄能技术领域,四川能源发展集团参与研发的大容量机组控制系统,实现了100%国产化,打破了国外企业的长期垄断,目前该项技术已经应用到省内多个在建抽水蓄能电站,机组的响应速度提升20%,建设成本下降15%。在新型储能领域,四川能源发展集团打造的百万千瓦级共享储能电站,今年实现全容量并网,通过自主研发的智能调度系统,电站的充放电效率提升至92%,在电网调峰、新能源消纳等方面发挥了关键作用,每年可消纳弃风弃光电量超过1.2亿千瓦时。

在智慧能源领域,四川能源发展集团建成的

省级能源大数据平台,接入了全省近2000家重点用能企业的能耗数据,已帮助300多家企业实现单位能耗平均下降12%,累计节约用电超过20亿千瓦时。在凉山的高原风电场,四川能源发展集团研发的高原风电设备适应性改造技术,让风机在高海拔、强风沙的环境下运行寿命延长8年,发电效率提升14%,解决了高原风电长期存在的设备损耗快、发电效率低的行业难题。

人才是科技创新的核心支撑。据悉,目前四川能源发展集团已汇聚起2名院士、4名国务院特殊津贴专家、2名长江学者、5名天府青城计划人才的高端科研队伍,建立起12个省级以上技术研发平台,今年还面向全球发布了高端人才招聘计划,在半导体装备、新型储能、油气勘探等领域引入顶尖科研人才。此外,四川能源发展集团建立的科研成果转化激励机制,允许科研团队持有项目的股权,科研成果转化产生的收益,最高可将70%分配给研发团队,极大激发了科研人员的创新积极性,今年已有17项新技术实现产业化落地。

增长提质：千亿级产业集群的坚实步履

作为刚完成重组的大型国企,四川能源发展集团把“稳经营、提效益”作为“十五五”开局之年的核心任务,没有走简单规模扩张的老路,而是通过产业链协同、资产证券化赋能、精细化管理降本三大路径,推动经营质量稳步提升,在成立首年就实现了“千亿营收、百亿利润”的历史性跨越,今年前三个季度的经营表现,已经超过了2024年重组前原两家集团的全年总和。

重组带来的协同效应正在持续释放。重组前,原川投集团和原四川省能投集团在电力生产、新能源开发、锂电材料等领域存在部分业务同质化问题,内耗现象时有发生。四川能源发展集团组建后,第一时间完成业务板块的梳理整合,将分散在不同子企业的同类业务归集到统一产业平台,仅新能源开发板块就减少了12项重复投资项目,项目建设周期平均缩短3个月,投资成本下降11%。今年新开工的23个新能源项目,全部实现了从立项到开工的全流程协同推进,没有出现一处重复建设。

资产证券化成为稳增长的重要抓手。依托



四川能源钢铁公司节能降碳技改项目总体工期进度80%,为冲刺全年目标打下坚实基础。

控股的四川川投能源股份有限公司、四川省新能源动力股份有限公司、华海清科股份有限公司等6家上市公司平台,四川能源发展集团资产证券化率已超过45%,资本运作的效率持续提升。今年在深交所挂牌的全国首单水电资产持有型不动产ABS,发行规模27.6亿元,不仅盘活了存量水电资产,还将融资成本控制在2.8%的低位,每年可减少财务费用超过4000万元。旗下半导体装备企业华海清科,今年前三季度营收同比增长67%,自主研发的首台12英寸低温离子注入机实现量产,打破了国外长期的技术垄断,产品交付国内多家头部晶圆厂,成为四川能源发展集团先进制造板块新的增长极。

精细化管理降本增效的成效同样显著。四川能源发展集团在全系统启动“精益管理三年行动”,对所有在建项目、生产运营环节实行全链条成本管控,今年前9个月累计压降非生产性支出3.7亿元,通过集中招标、供应链统一管理 etc,物资采购成本平均下降8.3%。在火电企业,通过煤炭长协全覆盖、配煤掺烧技术优化,今年供电煤耗同比下降7克/千瓦时,仅煤炭成本一项就节约支出超过2.1亿元,在煤炭价格波动的市场环境下,依然保持了稳定的盈利水平。

改革深化：重组红利激发国企活力

从原川投集团、原四川省能投集团启动筹建,到四川能源发展集团正式揭牌仅用73天,创造了四川大型国企重组的“最快速度”,而在揭牌之后的一年多时间里,四川能源发展集团的改革

步伐始终没有停下,通过系统性的体制机制重塑,彻底解决了过去两家企业布局分散、协同性不强、业务同质化的历史问题,让重组的“物理叠加”真正变成“化学反应”。

四川能源发展集团完成了总部机构的系统性重塑,将原来两家集团合计30多个总部部门,整合精简为18个部门,总部管理人员精简27%,建立起“小总部、大产业”的管理架构,总部的决策效率大幅提升,过去需要半个月审批的项目,现在最快3天就能完成全流程审核。

三项制度改革在全系统落地走深。四川能源发展集团实现了管理人员“能上能下”,今年有32名业绩不达标中层管理人员被调整岗位,同时有47名基层技术骨干通过公开竞聘走上管理岗位;实现了员工“能进能出”,建立起市场化的用工机制,全年引进高端技术人才200多名,同时对不胜任岗位的员工完成转岗安置,没有出现大规模裁员的情况;实现了收入“能增能减”,绩效工资占员工收入的比例提升至60%,真正实现“多劳多得、优绩优酬”,核心岗位骨干员工的收入同比提升15%以上。

站在“十五五”开局之年的关键节点回望,四川能源发展集团的攻坚实践,从来不是孤立的企业发展叙事,而是四川推进能源高质量发展、建设国家战略腹地的重要组成部分。四川能源发展集团相关负责人表示,面向未来,四川能源发展集团将继续以“国内领先、世界一流新型能源企业”为目标,在保障能源安全、培育新质生产力、服务成渝地区双城经济圈建设的道路上持续前行,为四川“十五五”时期高质量发展,持续注入能源国企坚实动能。

七十载广交世界 三十年出海逐光

“中国第一展”见证长虹走向全球市场发展历程

■ 龚友国

金秋十月,珠江之畔的广州琶洲展馆,再次成为全球经贸目光的汇聚之地。10月15日,第140届中国进出口商品交易会(以下简称“广交会”)正式拉开帷幕,本届展会恰逢广交会创办70周年的重要历史节点,约34万名来自全球各地的境外采购商在这里寻找新的合作机遇。从1957年首届展会到如今国内规模最大、影响力最广的综合性国际贸易盛会,70年来从未间断的广交会,早已超越了单纯的商品交易平台属性,成为观察中国对外开放进程的“晴雨表”和“风向标”,更是连接中国智造与全球市场的核心经贸枢纽。

一组来自广交会官方的统计数据,清晰印证了这座“中国第一展”的产业带动价值:所有参展企业仅占全国外贸企业总量的5%,却贡献了全国16%的一般贸易出口额。过去70年间,无数像长虹、海尔、美的这样的中国民族品牌,正是从这里拿到了第一张海外订单,一步步熟悉国际市场规则、打磨产品竞争力,最终成长为在全球市场拥有广泛影响力的跨国企业。

而在本届以“向新、向智、更专更优”为核心特色的展会上,新质生产力成为贯穿全场的最具整合力的共识:超过1.1万家专精特新、制造业单项冠军企业集中参展,64%的参展企业已经将工业互联网、人工智能技术融入生产经营全链条,已经连续近30年参与广交会的长虹,带着十余款全新AI家电新品完成了一次特殊的“全球上新”,向世界递出了一张属于中国智造的全新名片。

三十年广交会之路：从“走出去”到“留下来”

1998年,第一次踏上广交会展馆的长虹,还带着中国家电企业出海初期的典型印记:带着成熟的硬件产品,希望依靠中国供应链的制造优势,拿到更多海外市场的入门订单。彼时的中国家电产业,刚刚完成国内市场的初步普及,“中国制造”的标签在全球市场上更多与高性价比、稳定产能画上等号。没有人能想到,这一次的参展,会成为长虹此后近30年全球化征程的起点。

近30年间,长虹的展台在不断变化:从最初单一的电视产品展区,到后来覆盖黑电、白电全品类的大家电展区,再到如今全屋智能家电的整体

解决方案展区;从最初依靠翻译与海外采购商简单沟通产品参数,到如今来自全球不同区域的本地化团队直接对接客户需求,长虹在广交会的每一次亮相,都对应着中国家电企业出海的不同阶段。

“广交会对于长虹而言,早已不是一个单纯的接单平台,更像是我们观察全球市场变化的‘窗口’,也是我们验证新产品全球适配性的‘试验场’。”长虹海外业务相关负责人表示,近30年来,长虹在这里结识了一批又一批来自全球不同国家和地区的客户,很多合作关系从最初的单次订单,延续成了长达二三十年的长期伙伴关系。从最早的产品出口,到后来在海外建设生产基地、搭建本地化销售网络,再到如今针对不同区域用户的生活习惯做定制化研发,长虹的全球化路径,几乎完整复刻了一代中国家电品牌从“走出去”到“走进来”再到“留下来”的成长历程。

近年来,长虹的全球化布局正在向更深层次推进:欧洲、澳洲、东南亚、拉美及中东等重点市场的本地化运营网络不断完善,产品覆盖超过160个国家和地区,累计服务全球超过3亿用户。

更值得注意的是,长虹不再只将自己定义为“家电供应商”,而是尝试通过文化连接融入当地消费市场:通过冠名国际雪联滑雪大跳台世界杯、成为FIS跳台滑雪世界杯官方合作伙伴,长虹将冰雪运动所代表的速度感、洁净感与自身AI家电的科技属性相结合,让中国品牌不再是一个遥远的外来符号,而是逐渐成为当地消费者生活的一部分。而这一过程在第140届广交会上的亮相,长虹带来的十余款AI系全家电新品,正是其近两年来面向全球用户需求打磨出的最新成果。

全链路AI技术：深化全球化战略布局

本次参展,长虹展会摒弃了传统的概念宣讲与参数堆砌模式,十余款面向全球市场打造的AI家电新品组成完整家庭生活解决方案矩阵,向全球采购商传递出明确信号:长虹正推动AI技术从产品宣传的附加标签,深度渗透到家庭生活的每一处日常细节,以解决用户真实痛点为核心,为全球不同区域的家庭提供更具温度的智能生活体验。这也是长虹在数十年全球化布局进程中,从产品出海、产能出海,向技术出海、体验出海升

级的重要阶段性展示。

随着全球家电制造技术逐步成熟,不同区域市场用户的真实需求正在发生结构性转变:家庭高频使用的家电产品如何降低长期使用的健康负担?智能家电如何更好地适配不同地域的多元家居风格?除了基础功能执行之外,家电产品能否承载更多家庭互动、情感陪伴的价值?针对这些行业长期未回应的深层需求,长虹本次展出的全场景AI家电产品矩阵,跳出了传统参数竞赛的路径依赖,重新定义了高端智能家电的价值评判维度。

本次展出的全系列产品均搭载长虹自主研发的全链路AI技术体系,在保障核心功能体验达到行业顶尖水平的同时,通过底层技术重构最大程度降低设备运行对人体的隐性刺激。不少到场体验的海外采购商在长时间试用后反馈,长虹本次展出的智能家电产品,完全区别于传统高负荷家电带来的感官紧绷感,即使连续数小时高频使用,也不会产生明显的身体疲惫感。更重要的是,长虹将健康防护、空间美学、AI自然交互与家庭互动功能深度整合进整套产品逻辑中,依托自研“云帆”大模型实现跨设备联动,覆盖儿童启蒙、长辈陪伴、全屋智控等多元家庭场景,让家电从被动执行指令的工具,真正升级为串联全家庭生活的智能交互枢纽。

长虹为新一代环境调节家电搭载了高精度AI空间感知系统,可实现大范围、广角度的空间动态识别,人体状态识别准确率达97%以上,响应时间控制在1秒以内。配合独创的动态调节结构,设备可实时感知空间内不同位置的人体分布,自动调整运行模式与输出强度;当检测到用户长时间处于静止状态时,自动切换为柔性输出模式,避免直吹带来的身体不适;当检测到用户从室外进入空间时,可快速定向调整局部环境状态,帮助用户快速恢复舒适体感。这套完全以用户真实体感为核心的控制逻辑,彻底打破了传统家电“以空间为中心”的运行思路,让设备的核心价值从“调节空间指标”升级为“照顾每一位使用者的个性化感受”。此外,配套的AI节能算法在大幅提升使用舒适感的同时,进一步降低整机能耗,精准适配全球不同市场用户对绿色低碳家电产品的选购需求。

在美菱展区,全新一代智能保鲜类家电将技术研发的重心完全聚焦于用户最核心的“食材储



广交会现场

存”诉求。长虹相关负责人表示,对于全球各地的普通消费者而言,选购一台储存类家电的核心需求,从来不是追求炫酷的技术噱头,而是希望新鲜食材长期保持良好品质状态,冷冻食材不会因反复化霜流失口感,尽可能减少不必要的食材浪费,这是所有家庭用户最朴素也是最核心的使用诉求。

长虹本次参展的所有AI新品,拥有高度统一的底层研发逻辑:AI技术从来不是悬浮在产品参数页上的宣传概念,而是要真正落到家庭生活的每一件日常小事中,解决那些用户每天都会遇到,却长期未被行业技术真正关照到的琐碎痛点。这种“带着烟火气的AI”,正是本届广交会上全球采购商最为看重的产品特质。

据了解,长虹自1998年首次参加广交会即拿下2400万美元订单,同年设立首个海外办事处,至今已在欧洲、澳洲、东南亚等核心根据地市场完成深度布局。数十年全球化进程中,长虹的海外战略早已从单一的产品贸易模式,进化为“产品创新+本土化运营+文化链接”的深度全球化体系。以本届广交会为新起点,长虹将继续把AI技术扎根到全球不同国家和地区用户的日常烟火中,为全球市场输出更具温度的中国智造方案。

广交会70周年：中国智造的新起点

站在广交会创办70周年的时间节点回望,中国家电产业的全球化之路,也是整个中国制造业转型升级的一个缩影。

很长一段时间里,“中国制造”在全球市场的

核心竞争优势,来自于完善的供应链体系、高效的制造能力和相对亲民的价格水平。但随着中国制造业的不断发展,全球市场的竞争维度早已发生了根本性的变化:技术创新能力、本地化产品设计、全球渠道网络建设、消费者品牌认知积累,正在成为决定中国品牌能在海外市场走多远的核心要素。

“产品能出口,只是进入海外市场的第一步。要让当地消费者愿意长期选择你的产品,你必须真正融入他们的日常生活,理解他们的真实需求。”长虹相关负责人表示,在展会现场表示,过去家电企业的出海逻辑,是把国内生产的成熟产品直接卖到海外市场,用统一的产品去适配所有不同区域的用户。但现在的长虹,正在逐步改变这种思路:针对欧洲市场用户对节能和嵌入式家电的高需求,研发更适配欧式家居的超薄嵌入式冰箱和洗衣机产品;针对东南亚市场高温高湿的气候特点,优化空调的制冷效率和冰箱的防潮性能;针对拉美市场用户的使用习惯,调整电视的内容生态和交互逻辑。这种基于本地化需求的定制化研发,正在让长虹的产品越来越多地走进不同国家的普通家庭。

本届广交会上,大量像长虹这样的中国参展企业带来的AI新品,也让全球采购商看到了中国智造的全新面貌:今天的中国制造业,不再仅仅是全球最大的“代工厂”,而是拥有了从基础技术研发到场景化产品落地的完整创新能力。过去很多人对“中国智造”的印象,是追求最前沿的硬核技术突破,但长虹用自己的产品给出了另一种答案:真正有生命力的技术创新,最终一定是要落到普通人的日常生活里,让每一个普通用户都能实实在在感受到技术带来的便利。