

这是新能源大爆炸的第561篇原创文章。

1月30日，科士达发布了2022年业绩预告，一份略低于预期但又不乏亮点的业绩预告。

科士达2022年报业绩预告简析

预期2022年实现归母净利润6-7亿元，同比增长61%-88%；扣非净利润 5.5-6.5亿元，同比增长72%-103%。换算下来也就是2022年Q4，预计实现归母净利润1.53-2.53亿，扣非净利润1.42-2.42亿，按照中值算，环比分别下滑11%和8.6%。

Q4的这个净利润和非净利润的增长毫无疑问是比较让人失望的。如果参考去年12月份市场调研时流出的信息，2022年归母净利润大概7亿，业绩大概率会在预测区间的最顶端，但即使按7亿和扣非6.5亿算，Q4也就环比增长10%和15%，基本符合机构的预期，但对比前三季度光伏业务上的快速发展，Q4的净利润表现还是有点让人失望，至少leo个人有些失望。

好在也不乏亮点，2022年营收达到44亿元，同比增长57%，环比增长36%，考虑到12月份疫情的影响，证明光储业务还在快速增长，公司实实在在适宜于光储行业的大发展。

除了营收增长超预期，储能业务的营收也超出预期，预计2022年来自储能的营收在13亿左右，其中Q4单季度的营收就有望近7亿，环比增长超过60%。

市场对于科士达Q4的业绩，市场争议比较大，这个非常争议，预期的不同，自然对于业绩的满意度也不同，但2023年，科士达的业绩确定性还是很强的。

2023年继续高速增长

传统业务UPS电源和数据中心业务，去年受限于下游互联网行业受反垄断政策影响，普遍收缩，但2022年营收基本保持了持平水平，现在互联网行业政策已经做了纠偏，即使考虑全球经济增长的问题，2023年这块业务至少有望稳住，作为目前公司的半壁江山业务，只要能稳住，公司的业绩就不至于出大问题。

最大的看点自然还是光储业务，2022年中报，智慧电源和数据中心业务占据营收的67%，光储业务占25%，但按照2022年业绩预告的情况，光储业务的占比已经提升到40%左右了，2023年晋升为公司的第一大业务是板上钉钉的事情，这其中储能又是最核心的。

去年12月份的时候，公司发布公告，收到客户A签订储能产品的采购订单，订单金额2.10亿美元（约合人民币14.61亿元），公司计划2023年上半年交付完毕。

这个订单是公司给SolarEdge的储能pack代工订单，目前SolarEdge为公司储能电池包产品的最大客户，占2022nm 储能电池包收入的70%-80%。2023年，预计SolarEdge预计将与公司达成2笔合作订单，每半年一签，去年12月份公布的是第一批订单，正常的话，今年上半年前将会公布第二批订单的情况。

按照储能行业的发展情况，2023年光是来自SolarEdge的订单就有望超过30亿，再考虑到给美的和奥克斯的储能一体机代工业务，尤其是美的的，预计2023年有望到6亿左右，光是来自两大客户的储能订单就有望达到36亿，已经超过2022年业绩的80%了。

再考虑到从今年开始，公司开始加大了户储一体机的大力推广，以及其他客户的开拓，尤其是北美市场的认证有望在上半年完成，储能业务2023年将继续爆发，按照此前公司业绩交流的预期，2023年来自储能业务的收入，有望保持近4倍的增长水平，营收将达到51亿左右。

从目前的订单和业务开拓进展来看，实现的概率是非常大的。

至于逆变器业务，目前主要以海外的组串式逆变器为主，相较于集中式毛利率会更高，大概在25%左右，随着全球光伏行业的大发展，2023年依然有望保持较高的增长水平，但相比于储能业务的大放量，就稍逊一筹了，23年光伏逆变器业务在整个营收里面的占比肯定会下降。

至于充电桩业务，虽然政策各方面比较重视，尤其是全球新能源汽车迎来大发展，但公司在这块业务并没有占据明显优势，也不是重点业务，看点不算很多。

2023年最核心的看点还是储能业务，无论是pack业务还是户储一体机业务，放量的确定性都足够高。

光伏行业的门槛被低估了

这两三年，光伏行业迎来大爆发，二级市场也炒作的非常厉害，但实际上，能真正受益于行业大爆发的公司并没有很多，很多都只是在讲故事而已，能真正在业绩上验证的公司没有几个，更不要说可以超出行业平均发展速度那种。

讲故事很容易，进军光伏行业，尤其是储能行业很容易，但能否做好中间却隔了十万八千里。无论是逆变器，还是储能，本质都还是制造业，尤其是户储，更是类似

大家电，行业竞争非常激烈，一个公司要想脱颖而出，需要在几方面都具备足够强的竞争力。

技术水平足够强。

虽然光储行业不算技术含量特别高，但相比很多中低端制造业，依然属于高科技行业，尤其是逆变器环节，还是具备一定技术含量的，如果企业自己也往上游锂电池业务延伸，则技术要求也要更高，对于产业链的完整要求也更高，更不要说如何在技术趋同的情况下，做出超出行业平均水平的产品。

成本优势。

制造业的竞争核心点之一就是成本高低，成本的高低又跟企业的技术水平、管理水平、供应链管理能力和规模息息相关，相同质量的情况下，谁能具备足够低的成本优势，谁的竞争优势就越强，尤其是在行业成为红海市场的时候至关重要，拥有成本优势的企业，可以通过降价打击竞争对手，掠夺更多市场空间。

渠道和客户资源。

这一点往往被很多人所轻视，尤其对于真实的商业世界没有足够清晰认知的投资者而言，很容易理想化地认为企业有了技术，有了产品，就可以大卖特卖。

事实却是，有了技术，有了产品，还远远不够，必须有足够多的渠道和客户资源，只有拓展越多的渠道和客户，产品才有可能卖出去。加上光储产品，无论是逆变器还是户储，下游客户对于售后都是非常看重的，毕竟涉及安全和收益的问题，除了销售渠道，售后服务体系，同样重要。

此外，品牌也至关重要

，但品牌跟技术，产品和渠道等又息息相关，只有这几个方面都能做好，产品才有望起量。

对于光储产品，国内市场非常卷，海外市场相对好一些，但海外市场却有比较高的准入门槛，各个国家都有相应的准入制度，尤其是欧美日韩等发达国家，比如欧洲的CE、美洲的UL等等，有些厂商光是解决进场资质都要好几年，甚至都不一定能解决。

能最终在业绩上兑现出来，说明这几方面都做得不错，能超出行业平均增长速度的，更是说明在这几方面具备足够强的竞争优势。

随着规模的增长，它们的竞争优势还有望进一步加强，行业的集中度会逐步提升，在光储行业还处于大发展阶段时，这些公司的未来也值得长期的期待。

声明：文章仅记录《价值事务所》思想，不构成投资建议，投资有巨大风险，需谨慎谨慎再谨慎，希望大家像对待装修房子一样对待自己的投资，不要让挑公司的时间还不如你挑家具的时间来得多，你对待小钱能反复权衡，怎么对待大钱反而如此草率？