



公用事業業務







公用事業業務

業務發展

儘管新冠疫情結束，全球經濟仍增長乏力，受國內房地產市況低迷及出口下滑等因素影響，經濟復甦步伐在2023年下半年放緩。然而，國家推出各種穩經濟、促消費措施，預期2024年中國經濟增速仍將高於全球，增強市場信心。

此外，國家持續推動天然氣利用的政策，全國天然氣消費恢復正增長。全年表觀消費量約3,945億立方米，同比增長7.6%。天然氣行業供需結構改善，加上人口城鎮化率繼續提高，都帶動售氣量增長。天然氣作為經濟適用、配套設施完善、最潔淨的化石能源之一，在國家推進「3060」雙碳目標中將持續發揮重要作用，集團對發展前景繼續保持樂觀。

2023年，集團整體燃氣銷售量164.58億立方米，較上年度增長8%。其中工業售氣量錄得增長6.1%，而商業售氣量增長9%。新能源相關產業客戶（例如「新三樣」：鋰電池、光伏玻璃、新能源汽車等）快速發展，新增用氣量可觀。2023年實際售氣量2.4億立方米，較上年度增長45%。

集團總客戶數目達1,677萬戶，年內新增客戶84萬戶。截至2023年底，城市燃氣項目累計數目為187個（包括企業再投資項目），年內新增項目4個。

城市燃氣

2023年工業售氣量83.3億立方米，佔集團整體售氣量的50%；商業售氣量17.9億立方米，佔集團整體售氣量的11%。年內，集團為工商業客戶完成煤改氣3,872蒸噸，較上年度增長4%，主要以新建鍋爐為主。而鍋爐煤改氣累計貢獻年用氣量錄得32.2億立方米，較上年度增加7%。

集團在穩固的燃氣業務基礎上，大力拓展「燃氣+」能源服務業務，並取得良好成效。截至2023年底，集團取得新簽約項目達180多個，實現年度毛利人民幣0.89億元，較上年度上升124%，維持高速增長。

年內，集團積極與國家部委機關、行業領先協會深度合作，包括於4月與中國節能協會簽署戰略合作協議，11月與住房和城鄉建設部科技與產業化發展中心達成戰略技術合作。



2023年，集團重點發展內地公共機構的能源服務項目，提供專業的綜合能源解決方案，目標客戶包括醫院、學校、政府機關、商業綜合體等項目。成功案例包括：


- 「黃岡市中心醫院合同能源管理服務」項目：為集團首個醫院能源費用託管項目，託管面積和年度託管金額均居全國同類項目前列；
- 「山東旅遊職業學院合同能源管理服務」項目：在改造老舊設備的基礎上，建立能源管理信息系統，通過技術改造滿足冷暖服務需求，達到節能降耗的目標；

三甲醫院「泰州市中醫院能源費用託管」項目：為醫院提供冷暖系統、生活熱水、蒸汽、照明節能及智慧平台全系統能源託管服務。

此外，集團於2023年共取得9項自主知識產權，包括發明專利、實用新型專利及軟件著作權等，為「燃氣+」能源服務構築知識產權護城河。

集團預期2024年工商業業務保持穩健增長。集團將繼續發掘既有工業客戶能源服務需求，拓展「燃氣+」低碳工廠服務。



 黃岡市中心醫院能源費用託管項目：通過「一站式」的能源管家服務，減少醫院的投資，並優化能源供應系統，大大提升能源管理效率。



公用事業業務



位於江西省宜豐市一家新能源企業，在鋰電池回收再生產過程中應用天然氣於其窯爐和鍋爐，分別作焙燒和烘乾程序。

我們亦持續開發新能源產業用氣市場、燃煤鍋爐整合替代、工業窯爐清潔化改造等增量市場。為回應地方政府在用氣安全方面的關注，多家燃氣公司於當地積極推進石油氣「瓶改管」，並開發中小餐飲等商業市場。同時，有賴國家政策，我們於北方地區大力推廣清潔取暖應用，因地制宜發展集中供暖業務。

集團於2023年5月23日與上海燃氣及申能集團簽署減資協議，以人民幣46.63億元（折合50.4億港元）的對價退出上海燃氣25%股權，並已於同年8月2日收回全額。退出後確認淨收益5.89億港元。集團與申能集團及上海燃氣在天然氣資源及供應鏈、可再生能源和延伸業務等領域繼續開展合作，鞏固戰略關係。

氣源供應鏈

年內，氣源供應鏈業務板塊正式成立，整合和優化氣源供應鏈的營運工作，以穩定天然氣供應，減少能源價格波動帶來的負面影響。

此外，首艘自主採購進口的液化天然氣船順利到達，實現了自主進口燃氣資源，打通了液化天然氣進口，然後碼頭接卸，再下游分銷的全業務流程。

母公司中華煤氣位於江蘇省常州市金壇區的儲氣基地建設快速推進，新增兩口地下鹽穴，項目總儲氣量接近4億立方米。此外，利用與國家管網「西氣東輸」和「川氣東送」，以及江蘇、安徽等省份管網互聯互通優勢，進一步提高儲氣庫周轉率和營運範圍，擴大下游用戶群。



延伸業務

集團母公司中華煤氣旗下品牌名氣家致力拓展智慧廚房、保險、家居服務及社區零售等四大業務範疇。在產品方面，名氣家統籌上游供應鏈，不斷提升品質，並與菲斯曼、安吉爾和林內等知名品牌建立戰略合作關係，通過推出聯名產品，不斷提升影響力，同時發掘既有的潛在客戶，尋找新增長。年內，名氣家持續推廣歌仙娜（Mia Cucina）櫥櫃和港華紫荊爐具，並舉辦智慧廚房「以舊換新安全進我家」及「港華舒適生活節」等推廣活動，銷售成績理想。

此外，保險業務於2023年穩健發展，集團不但聯合保險服務商開發保障更全面的家居保險產品，並利用多元化的推廣渠道，以切合住宅客戶和工商業客戶不同的需要。

面對政府不斷提升的安全監管要求，以及客戶日益增長的安全需求，名氣家憑藉數碼平台的優勢，推出「名氣家警報平台服務方案」，提供「產品+平台+服務」的整合方案，滿足各方的需求。

名氣家與賽昉科技和微五科技於2022年共同發布的燃氣行業首款RISC-V物聯網安全晶片「港華芯」，目前已成功應用於智能物聯燃氣錶，2023年出貨量超過160萬片。年內，名氣家帶領中移物聯、芯昇科技、賽昉科技等合作夥伴攜手成立內地首個RISC-V和5G智慧燃氣聯合創新中心。

為配合能源行業數碼化、智能化的急速發展，名氣家不斷完善「智慧生活雲平台」，結合燃氣業務、智慧廚房和生活服務三大核心雲系統，加強對城市燃氣和延伸業務的支援。截至2023年底，名氣家「智慧生活雲平台」註冊會員已超過780萬人。

物聯網智慧廚房

