

隆基绿能TCL中环更新硅片报价 头部企业大力推动薄片化进程

证券时报记者 刘灿邦

近日,多家第三方机构发布了光伏产业链价格走势情况,其中,硅料迎来了一次较大跌幅,周环比下跌近5%。更受关注的是硅片,上周五及本周一,两家龙头硅片厂商更新报价,一涨一平,石英坩埚紧缺对行业的影响愈发显现。

此外,N型硅片也有新进展,TCL中环上个月N型硅片包括130μm和140μm两种厚度,而本次已经将薄片化推进至110μm。

硅料价格下跌近5%

硅业分会数据显示,本周单晶复投料成交均价22.8万元/吨,周环比跌幅为4.8%,致密料及菜花料的均价与变动幅度与此接近。这是春节后,硅料价格重回升势以来首次明显下跌。InfoLink Consulting报价显示,致密料均价22.4万元/吨,周环比跌幅2.6%,该机构预计下周仍将出现3%以内的下跌。

InfoLink Consulting指出,硅料环节谈判和签单氛围保持积极,但是致密块料价格范围区间整体下移;个别二三线小厂签单价格开始跌破每公斤200元水平,并且在头部企业签单规模逐步增加的环境下,小厂签单价格已经呈现出价差扩大趋势。

该机构谈到,拉晶环节稳定提高生产稼动水平的背景,决定了对于硅料采买具有刚性需求,但硅料环节存在的现货库存规模,对于产业链整体价格具有潜在影响,恐跌情绪背景下,硅料使用方在下单采买和发运频次等方面顾虑较多。现货交易中,需求口径和消化能力也有限,变相引起硅料主要企业之间的出货通道形成竞争和挤压,也对价格下跌起到直接作用。

集邦新能源网指出,月初新一轮签单期来临,部分硅料企业为缓解库存压力选择让价放量出货,一线企业签单相对顺畅,部分二三线企业谈单时议价能力略显不足,让价幅度明显;硅片价格的持稳也支撑了硅料价格并未出现大幅下滑,预计硅料价格仍将持续缓跌趋势。

石英坩埚成瓶颈

近期,隆基绿能、TCL中环相继更



TCL中环在最新一轮报价中推出了110 μm厚度的N型硅片,从报价来看,该厚度的210硅片为8.02元/片,182硅片为6.14元/片。该报价已经低于同尺寸的P型硅片,业内对于NP同价颇为乐观。

图虫创意/供图 周靖宇/制图

新了硅片报价,两家企业报价一涨一平。从第三方报价来看,硅业分会数据显示,M10硅片上涨2.25%,而G12硅片持平,这也与两家龙头企业趋势一致。InfoLink Consulting则谈到,当前市场价格较为混乱,个别二线硅片企业确实出现跟随和调涨,但是也仍有部分企业暗中观察市场动向,不排除后期采取跟涨的变化。

值得注意的是,关于硅片环节,各家机构的关注点越来越聚焦于石英坩埚紧缺的问题。InfoLink Consulting分析说,拉晶环节石英坩埚的影响正在逐步显现和发酵,单位时间内拉晶炉单台有效产量的降低对于生产企业整体产量爬坡速度产生直接影响,并且增加拆炉和装炉之间的产线人工时间,单产能力难以再用前期水平和系数换算。如果通过增加更多炉台数量来转换和弥补单产的损失,意味着对于原生多晶硅的初投需求量增加。

硅业分会指出,供给方面,石英坩埚问题限制单晶硅企业扩产进度。本周单晶硅生产企业在利润丰厚的情况下仍维持高开工率,石英坩埚品质问题限制部分专业化企业无法满开。

硅业分会着重提到三点内容,一是近期石英砂价格暴涨使得坩埚价格水涨船高,从而提高拉晶环节的生产

成本,在追求品质的市场中对非硅成本的把控成为企业核心竞争力。二是国产石英砂仅在品质上区别于进口石英砂,但在生产工艺上相差不大,因此企业间不存在所谓技术壁垒。

最关键的一点是要警惕石英砂成为海外限制中国单晶硅产业发展的“卡脖子”环节,进口石英砂主要来源于美国、挪威、印度等地,未来海外企业一旦出现缩减供应,国内企业能否迅速弥补上这个缺口成为值得关注的问题。

从机构判断来看,坩埚品质问题造成企业无法满产的情况仍然存在,综合供需两方面因素来看,预计硅片价格存在上涨动力。一家受访的硅片龙头企业反馈说,坩埚紧缺的确可能成为促使硅片涨价的原因,而且作为关键辅材,坩埚的供应情况对硅片格局也会有一定影响。

N型硅片进一步减薄

近期,硅片环节的一个重要变化是,TCL中环在最新一轮报价中推出了110μm厚度的N型硅片,从报价来看,该厚度的210硅片为8.02元/片,182硅片为6.14元/片。该报价已经低于同尺寸的P型硅片,业内对于NP同价颇为乐观。

对此,TCL中环人士向记者反馈说,目前,就单W价格而言,N型硅片已经比P型更便宜了,“硅片端实现NP同价能够为下游电池环节的成本提供更强的竞争力,反映到最终产品上,成本的下降也会提升N型技术渗透率。”

去年N型光伏产能才开始建设,产品下线、投放不久,因此,目前N型的渗透率大概在10%,据预测,N型光伏渗透率今年将提升至25%。这一变化也将带动包括N型硅片在内各环节产品的需求。

谈及N型硅片进一步减薄,TCL中环人士称,提升N型竞争力的重要方式就是硅片减薄,进而摊薄成本,下游客户对此是非常欢迎的。另外,该人士透露,虽然在硅片减薄的过程中会损失一些良率,但整体而言,超薄硅片的良率是没问题的,“150μm,110μm硅片的良率差异不会超过0.5%,下游客户也会对此进行测算,如果判断合适,就会应用超薄硅片。”

InfoLink Consulting发布的数据显示,N型HJT组件(G12)本周价格持稳约1.96~2元/W,TOPCon组件(M10)价格小幅下降,约1.8~1.93元/W;与此对应,P型PERC组件约为1.73元/W。该机构判断,N型组件持续面临硅片、电池片的短缺,成本压力较大。

造纸行业成本下行产品提价 多家公司忙扩产

证券时报记者 黄翔

近期,多种纸品价格涨势汹涌,多家纸企相继宣布提价,最高涨幅达到1000元/吨,行业扩产也在同步进行。

日前,齐峰新材披露定增预案,将建设年产20万吨特种纸项目。而今年2月份,中顺洁柔也披露,首期10万吨生活用纸项目将于明年投产。

据了解,目前由于成本端的纸浆价格回落,造纸板块迎来提价和成本下行双重催化,板块盈利逐步修复。

今年以来,涨价持续下行给造纸企

业带来了喘息的机会。从成本端看,进口木浆、木片价格在2023年继续下行,叠加汇率变动,纸企成本有望逐步回落,随着低价进口木浆陆续到港,在二季度成本或迎来明显下降。

叶乐表示,从造纸板块看,产品涨价叠加成本改善的逻辑在2023年2月开始兑现,板块盈利改善,预计涨价下行将在2023年上半年持续催化,2023年二季度将出现明显盈利回暖。从弹性测算的角度看,造纸板块在涨价下行阶段,板块盈利将触底回升,特种纸、生活用纸、白卡纸盈利改善弹性更大。

从盘面来看,造纸印刷板块年内最大涨幅超10%,太阳纸业、岳阳林纸、青山纸业、山鹰国际、景兴纸业等均获较大涨幅。

纸企相继扩产

3月6日晚,齐峰新材披露,拟向实控人李学峰和中核钛白发行股票募资不低于4亿元且不超过6.15亿元,用于年产20万吨特种纸项目(一期)。

齐峰新材称,公司拟以向特定对象发行股票方式引入中核钛白作为公司的战略投资者,并在钛白粉的研发、应用领域展开深度合作。此次发行完成后,中核钛白持有公司的股份将超过5%。

据公告,“年产20万吨特种纸项目(一期)”投资总额为7.56亿元,建设期2年。项目达产后,年销售收入8.78亿元,正常年利润总额1.6亿元。

齐峰新材表示,通过本次战略合作,双方凭借各自领域的龙头优势,探索从钛白粉到装饰原纸全产业链的发展模式。同时大力推广零甲醛、耗能低的预浸渍纸产品,增强产业链供应链自主可控能力,促进各方在资源共享、优势互补基础上协同发展。

此外,生活用纸企业中顺洁柔也在着力提升产能。

今年2月15日,中顺洁柔对外披露了首期10万吨生活用纸项目将在2024年初投产的消息。现建项目为四川达州30万吨竹浆纸项目的首期项目,主要用于生活用纸产品为主。待该首期10万吨的项目建成后,公司产能将达到90多万吨。

中顺洁柔在接受机构调研时表示,公司产能有80多万吨,随着销售渠道的不断拓展,产能已经无法满足日益增长的销售需求。产能扩建是建立在公司销售快速增长的基础上,公司产能利用率非常高,但是仍然存在产能缺口。

延伸产业链布局

纸浆价格一直是影响造纸行业的重要因素。近年来多数纸企机制纸产品毛利率出现不同程度下降,除疫情、供需等原因外,更为核心的原因是原材料木浆价格大幅上升且依赖外购,原辅材料价格和运输成本处于高位所致,结合当前经济形势及下游市场需求疲软,原材料相关成本增加无法通过提高售价而有效传导。

近年来,在进口纸浆供应紧张、价格久居高位的情况下,国内头部企业逐渐向产业链上游拓展,将原来分离

的造林、制浆、造纸三个环节整合在一起,推进林浆纸一体化项目的布局,增加自身原料纸浆供给能力,从而保证原料供应稳定,进一步降低生产经营成本。

目前,在上市公司中,太阳纸业、晨鸣纸业、岳阳林纸、玖龙纸业等头部纸企已布局了林浆纸一体化产业链,可补足部分纸浆原材料。

据公开资料,太阳纸业在林浆纸一体化布局上拥有山东、广西、老挝三个基地,2022年太阳纸业纸浆合计产能突破1000万吨,其中产能435万吨。该公司未来重点建设南宁林浆纸一体化项目,其中一期项目预计建设220万吨的高端包装纸生产线,预计一期100万吨箱板纸产线和50万吨配套本色浆线将在2023年下半年投产。

晨鸣纸业方面,截至去年三季度,公司在寿光、湛江、黄冈等主要生产基地均配齐化学浆生产线,木浆总产能达430万吨。黄冈晨鸣二期建成后预计新增造纸产能150万吨/年,以及机械浆产能52万吨/年。

此外,玖龙纸业位于广西北海,总投资350亿元的林浆纸一体化项目计划在2025年建成达到满产状态,该公司曾表示该项目致力于建成全球单体最大的现代化浆纸生产基地。

饱受涨价波动的“折磨”,当前还有纸企也在跟进布局纸浆生产。

3月4日,华泰股份披露可转债发行预案,预计募资15亿元,投向年产70万吨化学木浆项目。该公司表示,项目是对公司造纸产业链进行的拓展与延伸,在现有木浆生产能力的基础上进一步实现产能扩充。

京东集团去年净收入超万亿 归母净利润104亿元

证券时报记者 严翠

3月9日晚,京东集团(09618.HK)公告,2022年净收入1.05万亿元,同比增长9.9%,归母净利润104亿元,2021年全年为净损失36亿元,非美国通用会计准则下归属于普通股股东的净利润达到282亿元(约41亿美元),同比增长64%。

3月9日,京东物流(02618.HK)也发布2022年度业绩报告。财报显示,京东物流2022年营收达1374亿元,同比增长31%;其中外部客户收入达到891亿元,同比增长51%,占总收入比例超六成。

京东物流旗下德邦股份(603056)同日发布业绩快报,2022年实现营业总收入313.92亿元,同比增长0.1%;净利润6.5亿元,同比增长34%;基本每股收益0.64元。

其中,2022年第四季度京东集团净收入为2954亿元(约428亿美元),净服务收入为578亿元(约84亿美元),同比增长40.3%,占净收入的比例达到19.6%。

2022年全年,京东集团商品收入较2021年全年增加6.1%,服务收入较2021年全年增加33.3%。

“2022年,京东以及国内多个行业都经历了诸多挑战,但我们仍然取得稳健的运营业绩,且现金流强劲。”京东集团首席执行官徐雷表示。

财报显示,2022年全年京东集团经营活动现金流量为578亿元(84亿美元),2021年全年为423亿元,不包括京东白条应收账款项计入经营活动现金流量的影响,2022年全年的自由现金流为356亿元(52亿美元),2021年全年为262亿元。

过去的一年,京东零售经营利润率继续保持稳步增长,2022年全年达到3.7%。用户数是各界关注焦点,据披露,2022年,京东集团的用户数继续保持增长,日均活跃用户数同比双位数增长,零售用户购物频次和用户平均贡献收入(ARPU)继续保持增长势头。其中,京东PLUS会员在籍会员数量截至四季度末达3400万,保持高速增长态势。

截至2022年四季度,京东零售

的第三方商家数量连续8个季度取得20%以上的同比增长,其中,2022年全年新入驻的商家数量同比增长34%。

截至2022年12月31日,京东物流运营超过1500个仓库,仅过去3年就新增超过700个仓库,包含京东物流管理的云仓面积在内仓储网络总面积已超过3000万平方千米。过去3年来,京东物流加速海外仓的基础设施布局,目前已在全球拥有近90个保税仓库、直邮仓库和海外仓库,在美国、欧洲、东南亚、中东、澳洲等地落地自营海外仓,初步实现了全球织网计划的阶段性成果。

2022年,京东物流一体化供应链客户收入达774亿元,业绩增长主要得益于外部一体化供应链客户数和单客户平均收入持续增长。2022年京东物流外部一体化供应链客户近8万家,外部一体化供应链单客户平均收入达36.5万元。2022年,包含快递、快运等在内的来自其他客户的收入达600亿元,同比增长78.3%,其中第四季度同比增长达115.7%。

截至2022年12月31日,京东集团供应链基础设施建设资产规模达到1326亿元,同比增长59%。京东体系的员工数从2020年初的26万,增长到2022年底的超过55万,3年新增了29万员工。

此外,包括德邦在内,京东物流已拥有超37万名一线员工。2022年京东物流一线员工薪酬福利支出达446亿元,近3年累计支出1065亿元。

研发方面,京东集团披露,从2017年初全面向技术转型以来,其已在技术上累计投入近1000亿元,不断强化自身的技术能力及产业数字化能力。

2022年,京东物流技术研发投入达到31.2亿元,包括自主研发的自动导引车(AGV)、软硬件集成的高密度存储系统、机器人分拣及包装系统,以及智能快递车在内的众多核心技术产品和解决方案。2022年,京东物流已分别在西安、宿迁落地高自动化生产模式北斗新仓。

车市价格战白热化 谁占先机谁受伤?

证券时报记者 韩忠楠

近期,湖北省掀起的史上最强购车优惠潮引起全网热议。“东风系”旗下东风本田、东风日产、东风雪铁龙、东风标致、东风风神、东风岚图等品牌的车型,在“政企”联合补贴优惠之下,价格下探幅度空前,原本需要20多万元才能买到的B级轿车,现在折后价仅需12万元。

除湖北外,北京、上海、重庆、吉林、山东、河南等地也陆续出台刺激汽车消费政策。同时,车企之间也打响价格战。今年3月以来,长安深蓝、广汽埃安、吉利汽车、中国一汽、凯迪拉克等品牌均对旗下车型进行限时补贴优惠,以吸引消费者购买。

这一轮“降价潮”的主体已不仅仅是新能源车企,多数传统燃油车企也加入了降价混战。最核心原因还是车企竞争的白热化。近几年,受多重因素影响,乘用车每年的新车销量已趋于稳定,这意味着无论是新能源车企还是燃油车企,都是在存量市场竞争。而新能源汽车的一路高歌猛进,在很大程度上也抢占了原本属于燃油车市场的蛋糕。

今年以来,受新能源汽车补贴退出及原材料价格高企等因素影响,多数新能源车企在定价策略上进行频繁调整,特别是以特斯拉为代表的龙头企业率先降价,搅动着其他车企陆续跟进。3月1日,比亚迪也开启了今年内的首次大规模降价,比亚迪秦PLUS的价格已下探至10万元以下。

从行业总体来看,价格战活跃了车市的气氛,有利于刺激汽车消费,但也容易带来市场需求的透支,补贴优惠结束后,车市很可能迅速回落。此外,从推动建设全国统一大市场的角度来说,地方政府大手笔刺激汽车消费虽能带来立竿见影的效果,但其引发的连锁反应也不容忽视。政府在帮助车企克服难关,促进地方经济回暖的同时,也需要通过更理性、更冷静的方式,避免保护主义的滋生。

对于那些竞争力匮乏、车型换代更新跟不上市场形势的车企,有必要充分发挥市场在资源配置中的作用,让优胜劣汰得更猛烈一些,推动产业健康可持续发展。