

# 锂电产能利用率明年有望回弹 行业集中度提升乃大势所趋

证券时报记者 张一帆

“2024年下半年开始,锂电行业将一直会有比较好的产能利用率提升。”11月21日,高工锂电董事长张小飞博士在2023高工锂电年会上做出如上分享。

2023年,产能阶段性过剩的问题困扰着锂电池产业。不过,近期业内逐渐看好明年年中开始,产业整体产能利用率的提升。不过,产能周期的回暖,不代表着锂电行业将重复前两年“万马奔腾”的发展模式,集中度提升以及利润重新分配或将是下一阶段的主旋律。

2023年,近两年开工的项目陆续投产,锂电供给端产能释放保持较高水平,锂电池产业链整体处于阶段性产能过剩阶段。张小飞在会上分享的一组数据显示,今年上半年锂电行业四大主材企业的产能利用率普遍跌至60%以下,部分企业甚至已经跌到40%以下。

在此背景下,锂电产业链产品今年普遍出现较大降幅。根据高工锂电产业研究院数据,今年以来,铁锂电池(储能)单价最低已降至0.45元/KWh,较去年年底降低超四成。在上半年,正极材料、负极材料、电解液价格跌幅均在三成以上,湿法隔膜价格下跌超25%。产品下跌,叠加前期积累的库存压力,锂电企业今年以来利润表现普遍承压。

市场的周期波动,延缓了新增项目的落地进度。虽然今年以来2023年动力及储能电池行业依然有超2000亿元规模的新增投资规划出炉,但是据记者在2023高工锂电年会上沟通获悉,不少锂电设备产业企业均感受到前期招标的项目落地放缓,有企业直言,“在今年的一些阶段,我们发现甚至没有投标机会可以争取。”

“招投标放缓究竟是好是坏,其实见仁见智。”张小飞在会上分享的2020年至2027年锂电产能利用率图表显示,当下处于锂电产能利用率接近谷底的阶段,“因为季节性因素,产能利



图虫创意/供图 周靖宇/制图

用率的下行还将持续一段时间,但是在明年下半年开始预期会有比较好的提升。”

无独有偶,上周中信建投证券分析师朱玥也发布研报表示,锂电将在春季复苏。朱玥预计,2024年第一季度锂电行业将进入供给过剩阶段,行业有望迎来拐点。

他分析称,“展望2024年,由于2024年一季度终端需求预计环比下降20%至30%,各环节将进入供给过剩阶段,对应稼动率最低、单位盈利底部;二季度起随需求环比回升、供需好转,行业有望迎来拐点。”

虽然业内看好锂电行业的产能利用率回升的拐点到来,但是产业发展的结构与模式已经发生极大变化。围绕“降本增效”“技术迭代”“全球布局”等核心关键词而发声的集中度提升,被与会企业认为是核心关键词。

在张小飞前述分享的锂电产能利用率图表中,除了产能利用率之外还有另外一条一直向下,但斜率趋近于平的直线,那是锂电池价格走势线。“随着技术进步与产能扩大,锂电行业整体还有很大的降本空间。制造业是怎么抠一分一毫的?我们还有很多

的事情可以做。”张小飞称。

“讲产能,讲价格变化,最终回归到行业发展和最基础的工作,就是技术和质量的能力。”亿纬锂能董事长刘金成在会上表示,“2023年本质上是行业的分化年,好的向上,不好的向下。车厂的竞争中过去90%的参与者已经退出了,只剩下这几家在迅速成长,他们选择供应商的范围就会比较小,所以行业的集中度会进一步增加。”

一个小小的剪影也印证了行业集中度提升的大趋势。2023高工锂电年会上发布的数据仅关于“CR6”即“集中度前六的企业”,过往高工锂电年会往往会上关注至“CR10”甚至“CR20”。行业集中度的提升已经在发生。

除了集中度提升,行业利润的重新分配也是业内共识。去年曾是热议话题的“碳酸锂价格”在今年几乎无人提及,作为对比,去年及今年会议召开时,碳酸锂价格分别约为60万元/吨、14万元/吨。

以碳酸锂的价格变化为标志,产业链的利益分配继续在良性回归,行业利润回到了整个产业链。“整个产业链的利润分配在资本的作用下拉平,大家都差不多。但是行业里面谁能走

得出来?靠你的技术和质量能力。这时候行业里面就进入到一种良性发展的可能性。”刘金成称。

当日举行的2023高工锂电年会还发布了《2023中国大圆柱锂电池行业发展蓝皮书》(简称《蓝皮书》)。(《蓝皮书》)预期,到2027年,全球大圆柱锂电池市场出货量将达到300GWh,未来5年市场增长空间将超35倍。据高工锂电产业研究院数据,2022年全球大圆柱锂电池出货量约5GWh。其中,中国大圆柱锂电池出货量约5GWh。

成本与安全性是大圆柱锂电池的主要优势。《蓝皮书》测算,综合对比来看,在单体材料体系下,以4680大圆柱为例,在相同材料体系下,随着大圆柱生产效率超300PPM,生产良率达98%。对比方形电池,单Wh成本有望低0.02元/Wh,以0.5元/Wh电芯成本为例(含三费),电芯成本约降低4%。

高工研研锂电研究所高级分析师吴辉林表示,我国大圆柱锂电池有望先在储能市场起量,动力上量有望在2024年下半年以后,基于国内锂电池成本以及配套产业链等优势,我国大圆柱竞争力优势明显,2027年以后全球占比有望超过50%。

# 33天累计上涨超3倍 圣龙股份称股价脱离基本面

证券时报记者 韩忠楠

11月21日晚间,33天17板的圣龙股份披露股票交易风险提示公告。公告称,公司自9月28日以来收盘价累计上涨幅度为318.43%,同期申万汽车零部件行业平均涨幅为15.69%,同期上证指数下跌1.27%,公司股票短期涨幅严重高于同期行业涨幅及上证指数,存在市场情绪过热的情形。

圣龙股份在公告中表示,公司股价严重偏离同行业上市公司合理估值,股价脱离公司基本面。11月21日,公司股票市盈率为221.53,同期申万汽车零部件市盈率为49.60,高于同期行业市盈率。

据悉,自9月28日起,圣龙股份已有17个交易日收盘价涨停,但公司基本面未发生重大变化。

公开信息显示,圣龙股份主营产品为发动机油泵、变速箱油泵、电子油泵、真空泵、水泵等泵类产品,还涉猎了凸轮轴以及变速器核心零部件。公司的产品主要应用于传统及新能源汽车动力系统、润滑系统、冷却系统等,为各类汽车主机厂商提供配套。

不久前,有媒体将圣龙股份列为华为汽车概念股,主要由于前期圣龙股份在定期报告中披露公司通过青山工业、重庆小康等为赛力斯配套电子油泵等产品,并获得项目定点。

对此,圣龙股份特别公告称,目前公司产品主要应用于传统燃油车辆,应用于新能源汽车占公司营业收入比例较小,公司收入结构在短期内不会发生较大变化。

公开信息显示,2022年度和2023年半年度,圣龙股份给赛力斯配套油泵等产品的营业收入分别为1915万元和1023万元,占公司营业收入分别为1.29%和1.50%。该项目产生的损益对公司的影响极小。

圣龙股份今年前三季度实现净利润3531万元,比去年同期减少53%;实现扣非净利润491万元,比去年同期减少108%。

最近一段时间,华为汽车概念股走势强劲。11月21日,银宝山新、奥特佳等均实现连板。腾龙股份、川环科技也实现了连涨。

由于股价波动异常,多家公司也在近期纷纷披露了股票交易异常波动公告。11月21日晚间,另一家汽车产业链企业金麒麟也公告称,公司近期股价涨幅高于同期行业涨幅及上证指数,存在市场情绪过热的情形。

金麒麟公告称,公司主要产品为汽车刹车片、汽车刹车盘、轨道交通制动片及工业制动产品,主要面向售后市场和主机厂。公司产品主要应用于传统燃油车辆,新能源汽车业务占比极小,公司的收入结构在短期内不会发生较大变化。

# 造纸行业旺季里掀涨价潮 多纸种订单饱满供应紧俏

证券时报记者 黄翔

造纸行业在四季度持续回暖,近期行业再掀涨价热潮,多家纸业上市公司也参与其中。有公司接受调研时表示,当前文化纸、铜版纸等产品需求旺盛,订单饱满。

日前,晨鸣纸业宣布对文化纸系列产品价格上涨200元/吨。此前,晨鸣纸业已于10月下旬对部分文化纸系列产品进行调价,此轮涨价也被业内认为是前期文化纸产品提价落实情况较好的回应。

除了晨鸣纸业外,太阳纸业、华泰纸业、岳阳林纸等纸业也纷纷宣布上调多种纸张价格,涨价幅度多为200元/吨,执行时间多为11月中下旬。

从推动此轮纸价上涨的原因看,生产成本高企以及产品库存下降,是支撑当前纸价保持坚挺的主要因素。纸企方面给出的原因也多为受原材料价格上涨影响。

据卓创资讯数据,本月初国内部分纸厂已上调了一轮文化纸出厂价格,企业价格层面涨幅多在200元/吨至400元/吨不等。据分析,当前尽管市场整体需求在短期内未出现明显增长,但由于文化纸需求相对于其他纸种更为刚性,因而库存下降也会对产品价格产生一定支撑。

浙商证券分析,从库存情况看,造纸及纸制品业在2000年12月至2022年2月间完整经历了6轮库存周期,每个周期持续时长平均为43个月,其中补库时长平均为25个月,去库时长平均为18个月。根据统计数据,今年7月我国造纸业

进入被动去库存阶段。分纸种看,文化纸去库存进度领先,箱板纸次之,白卡纸仍在垒库中。截至2023年8月底,双铜纸、双胶纸社会库存分别位于2018年以来的32.8%、43.2%分位,处于较低水平。

国盛证券研报认为,当前纸企采购纸浆力度趋弱,部分浆厂出货意愿增加,预计整体浆价趋于平稳。浆纸系市场需求趋于平淡,文化纸企业发布涨价函提振市场信心,预计价格维持稳定;废纸系供需格局趋紧,下游补库意愿不强,纸价小幅下行,预计短期偏震荡。

近期,纸企也受到调研机构热捧。太阳纸业在调研交流中表示,目前公司的文化用纸库存较低,订单比较饱满;此外铜版纸最近的需求偏旺盛,供给也偏紧张,该纸种行业集中度高,四季度铜版纸价格上涨的概率较大。

太阳纸业相关负责人表示,四季度是文化用纸产品的传统旺季,目前公司文化用纸的接单情况良好。在产品成本端,近一段时间由于商品木浆、能源、化工助剂等生产原材料存在价格上扬的情形,对产品的生产成本会带来一定负面影响。根据目前的市场情况,预计四季度公司文化用纸的总体盈利水平会趋于稳定。

东兴证券认为,展望四季度,行业需求在部分旺季效应和整体经济企稳下仍有支撑,三季度纸企陆续提价后,四季度纸价预计环比提升;前期浆价下跌在四季度成本端预计仍有体现,纸企成本压力有限,综合来看四季度造纸板块业绩仍有望实现环比改善。

# 玩家充1元渠道薅5毛 游戏厂商想说“不”

证券时报记者 吴志

用户在应用商店输入关键词,下载、安装到手机,一款游戏就完成了在应用市场中的分发。但一切到这并没有结束。在后续的游戏运营中,玩家每充值1元钱,可能就有0.5元进了应用商店的口袋。

近年来,游戏发行中,应用商店高昂的成本,让包括一些大厂在内的游戏企业叫苦不迭。

## 绕开渠道分成

在刚刚发布的2023年三季报中,网易提到了其自主开发的首款篮球游戏《全明星街球派对》,这款产品于10月底,登上了中国IOS畅销榜榜首,成为网易旗下的又一力作。

但这样一款热门游戏,不论是在华为还是小米、腾讯应用宝等安卓应用商店里,都找不到它的身影。实际上,早在今年8月游戏正式开服前夕,《全明星街球派对》官方就公开表示,游戏公测将不上架任何安卓渠道,并决定把15亿渠道分成的钱拿出来,返利给玩家。

各大应用商店,一直是游戏产品重要的分发渠道。游戏厂商向应用商店提交上架需求,用户在应用商店下载、安装游戏,完成游戏的分发过程。但这个过程到此并未结束。游戏厂商需要就游戏所产生的充值、流水,向应用商店支付分成。

不同应用市场、不同游戏产品的分成比例有一定差别。苹果应用商店的分成比例约为3:7,游戏厂商能拿到70%。但在安卓应用市场渠道,普遍的分成比例为渠道和厂商5:5,即游戏开发运营方,只能获得游戏流水的一半。这还不包括游戏厂商在应用市场投放广告等产生的各种额外费用。

近年来,安卓渠道高昂的分成比

例屡屡引发游戏厂商不满,拒绝在安卓应用市场上架的游戏屡有出现。

2020年,米哈游和莉莉丝相继宣布旗下核心产品《原神》和《万国觉醒》公测时,无法在小米和华为应用商店提供下载服务。米哈游公布的原因是“未能达成一致的合作条款”。

今年除网易的《全明星街球派对》,米哈游、莉莉丝旗下也有新产品,未在不同重要安卓应用市场上架。

“对开发者来说,安卓渠道50%的分成,相比苹果应用商店30%的分成确实是偏高。”国内一家大型游戏开发公司高管李锋(化名)向证券时报记者表示。

“一些爆款游戏本身品质较高,能依靠用户口碑自传播,所以选择不上架安卓渠道。本身这些产品研发费用就相对较高,也具备持续带量和扩圈的能力。”李锋说。

在11月16日晚的三季度业绩交流会上,网易方面提到《全明星街球派对》不上架安卓渠道时表示,篮球游戏需要精准匹配到篮球爱好者玩家群体。

## 厂商称没安全感

不可否认,各大应用商店在游戏分发上有着巨大作用。游戏厂商之所以与应用商店博弈,核心还是在于分成比例和机制。

此前,米哈游相关人士接受证券时报记者采访时就表示,与安卓渠道沟通的重点,是希望有更合理的分成比例。但从实际情况来看,即便是面对腾讯、网易等头部厂商以及一些强势产品,渠道在分成比例上也很少轻易让步。

2021年2月,网易CEO丁磊就在财报电话会上表达了对安卓渠道分成的不满。丁磊直言,中国安卓分成市场是最贵的,高达50%。他希望中国安卓市场能够跟世界接轨,共同制造

健康的生态系统。

港股某上市游戏公司高管王斌(化名)也告诉记者,分成比例问题不是今年才出现的,以前也有些厂商去和安卓方面谈,但都失败了。

在王斌看来,渠道之所以保持强势,主要还是在于其市场地位。“目前来看,国内安卓市场确实有一部分萎缩,但是应该不会像大家猜测的诸如‘硬核联盟’(指2014年8月由华为、OPPO、vivo等多家手机厂商成立的安卓智能手机生态系统联盟)消失这么严重。”

李锋告诉记者,相对于其他发行方式,现有游戏分发还是要依靠“硬核联盟”这些手机设备厂商。“即便安卓收取50%的分成,但这些渠道还是会有持续不断的自然用户。”

近年来,随着市场对游戏品质的要求不断提升,游戏开发成本正在上升;而随着游戏用户进入存量时代,市场竞争更加激烈,用户获取的成本也在增长。降低发行渠道成本、提升发行效率,是游戏厂商的现实需求。

“尤其是一些比较强势的游戏,游戏厂商是希望直接引流到国内官网下载的。”王斌表示。

王斌说,从游戏发行角度来看,发行和渠道,二者是互相依托的关系。或许目前的分成比例能让渠道、发行和游戏厂商之间达到一个微妙的平衡。但是从游戏厂商的角度来讲,一些渠道所提供的服务价值,支撑不住很高的抽成比例,让厂商很没有安全感。

## 没有太多选择

游戏发行是和游戏开发同样重要的游戏产业重要环节。中国音像与数字出版协会在今年3月公布的《游戏分发与推广基本要求》团体标准征求意见稿中提到,游戏发行离不开开发和

推广,这是触达游戏用户获得商业利润的主要手段,其行为贯穿整个游戏产业链。

近几年,游戏分发与推广越来越多元化。除了相对传统的应用商店分发这一模式之外,还出现了短视频广告、算法推荐、直播推介等多种推广模式。尤其是短视频平台,近年来越来越受游戏厂商重视。抖音也早已推出了“游戏发行人计划”,鼓励平台达人通过制作视频等方式,积极参与游戏发行任务获得奖励。

对于大多数普通游戏产品,安卓应用商店仍然是最重要的分发渠道,其他新渠道暂时还难以代替。实际上,即便是前两年拒上安卓渠道的部分产品,后来已陆续在一些安卓应用商店中上架了。

虽然认为渠道分成过高,但李锋也更倾向于妥协。“这些年头部产品慢慢开始有了可以与渠道沟通分成比例的话语权,有些产品觉得渠道分成比例高,没有资源没有量,不想与渠道合作。但我们可以转变一种思路,渠道虽然分走了50%,但是带来的50%对项目来说却是纯利润。”李锋说。

在11月16日晚的电话会议上,对于《全明星街球派对》是否会在安卓应用商店上架,网易方面也表示,这样各年龄段通用的产品,比较适合发挥全渠道优势,“所以未来我们也并不排斥在合适的条件下,继续跟渠道保持合作关系”。

网易方面同时表示,《全明星街球派对》虽然没有上安卓渠道,但是安卓的手机用户依然可以通过官网、包括Tap Tap(游戏分发平台)这样的安卓渠道下载游戏,因此该产品在安卓渠道上,也获得了不少的游戏用户。

李锋认为,目前发行渠道给资源,还是集中在头部产品或者流水比较高的产品,这意味着游戏厂商最终还是要做好产品。

## 交通银行深圳分行党委与市新兴金融行业党委开展联学共建活动

11月14日,交通银行深圳分行党委与市新兴金融行业党委开展联学共建活动。市地方金融监管局党组成员、市新兴金融行业党委书记赖群阳,市新兴金融行业党委副书记、市投资基金同业公会党委书记刘东耀,交通银行深圳分行党委书记杨立文出席活动。市新兴金融行业两委班子、相关协会党组织负责人、交通银行深圳分行相关人员共28人参加。

活动期间,市新兴金融行业党委一行参观了交通银行前海分行的党建阵地,并与深圳交行相关人员开展座谈。

在交流座谈环节,杨立文同志以“党建+金融服务”为题,对深圳交行以高质量党建引领高质量发展的情况进行了介绍。

赖群阳同志表示,此次联学共建活动意义深远。要继续加强双方的沟通联动,以党建为引领,以联学共建为契机,在探索“党建+金融服务”“党建+金融监管”“党建+金融合规”“党建+金融制度”等方面,发挥各自优势,深化务实合作,在新兴金融领域擦出更多火花。

参会的党员干部纷纷表示,这次联学共建活动形式新颖,内容丰富,具有很强的针对性、实践性和感染力,将激励大家以更加饱满的热情投入到工作中,将学习交流成果转化为推动工作的强大力量。(CIS)