

河南超硬材料扎堆造钻 市场已过热警惕产能过剩

(上接 A1版)

黄河旋风、豫金刚石都是河南省上市公司,中兵红箭旗下主营超硬材料产品的全资子公司中南钻石也在河南南阳,这三家就占据了国内培育钻石近80%的产能。目前地处河南商丘的力量钻石,产能也在快速增长。”中国机床工具工业协会超硬材料分会(下称超协)秘书长孙兆达介绍,超硬材料领域素有“世界金刚石看中国,中国金刚石看河南”的说法,中国工业用人造金刚石产量占全球总量的95%以上,河南则占到全国总量的80%。如今随着行业发展,河南的培育钻石毛坯产能占到全球范围的绝对权重,无疑已成为该领域的世界工厂。根据贝恩咨询发布的《2020年全球钻石行业报告》,2020年中国宝石级培育钻石产量达到300万克拉,主要采用高温高压法生产,占据全球40%以上的市场份额。

目前培育钻石有两种方式,一是HTHP(高温高压)法,即模拟自然界的环境从而达到实验室培育的钻石毛坯;二是CVD法,即通过化学合成方式把碳元素吸附到天然钻石的切片上形成钻石毛坯。”一不具名培育钻石行业人士接受证券时报·e公司记者采访时称,在HTHP技术路线上,全球几乎九成以上产能都在中国,河南产能又占到全国的90%。近两年兴起的CVD技术路线,产能主要集中在国外,目前在国内也呈现快速发展的趋势。

上下游布局 产业雏形渐显

中国作为天然钻石消费大国,此前由于缺乏矿源,长期依赖进口。如今,伴随培育钻石技术逐步成熟,钻石行业市场格局有望被改变的呼声渐起。

2014年之前,国内实验室就已经有克拉级的钻石产品,但由于色泽发黄并没有量产。2014年,豫金刚石实现技术突破,实现了白色的人造金刚石大单晶产品的产业化,并尝试开拓市场渠道。随着技术的不断进步,2018年开始,中南钻石、黄河旋风等企业陆续实现了3克拉以上培育钻石毛坯的量产,受到了全球市场的关注。下游市场上,2020年起,一些新兴自主品牌开始逐步切入培育钻石终端市场,产业链逐步完善。”简述近年来国内培育钻石的发展进程,孙兆达认为,随着工业金刚石生产商不断加大培育钻石转型布局力度,同时下游终端珠宝品牌近期也陆续传出市场开拓的消息,国内培育钻石产业已雏形渐显。

据了解,目前黄河旋风已实现5-6克拉级别培育钻石的量产,2020年公司培育钻石产品收入占比达到约30%。中兵红箭全资子公司中南钻石20-30克拉的培育钻石已可批量化稳定生产,2020年该公司实现净利润4.1亿元,成为中兵红箭的主要业绩来源。

此外,2021年9月,力量钻石上市募资超5亿元,拟新建金刚石单晶和培育钻石生产基地。该公司更在11月公告拟对经营范围进行变更,增加了珠宝首饰制造、批发和零售等项目,而以生产复合超硬材料为主业的四方

达,今年半年报中也披露,受让郑州大学拥有的部分CVD金刚石制备技术及金刚石功能性应用技术。在近期回复投资者提问时公司表示,相关CVD金刚石制备技术经过特定工艺调整后,可以用于培育钻石的生产。

下游方面,近期浙江省区域性珠宝品牌曼卡龙公告显示,公司虽未正式开展培育钻石业务,但已在个别专柜进行小范围试销,也会对培育钻石的行业发展保持关注。

此外,豫园股份已正式官方确认“LUSANT 露璨”是公司自主孵化的培育钻石品牌。该公司近期公告的投资者关系活动记录也显示,希望露璨作为第一个由国内头部珠宝品牌推出来的培育钻石品牌,能快速帮助行业进行布局。目前线上天猫门店已经开设,收到了很多好的反馈。第四季度公司计划开设第一家线下的培育钻石门店。

虽然目前国内很多大型珠宝品牌商还没有贸然推广培育钻石产品,但行业的关注度一直很高,市场对于原石的需求量也是持续增长的态势。”豫金刚石相关负责人表示,目前公司持续满产开机的状态,基本无库存,市场空间还有待开发。现在国内所有高温高压设备,即使全用来做培育钻石,也不足以让产能翻番。培育钻石的市场供给量受制于新装机床和装机速度,因此价格在近3-5年内还是比较坚挺的,不会出现快速下滑。”他说。

行业发展初期 标准亟待规范

培育钻石市场空间待开发的同时,作为新兴产业,相关的行业标准、国家标准均在讨论当中,甚至于“培育钻石”一名是否能够广泛传播运用,还未有最终定论。

关于培育钻石如何定名的问题,今年6月29日,中国珠宝玉石首饰行业协会等各方专门组织召开了相关会议,决定定名“培育钻石”,但相关国标一直没有公布。今年8月份,6家海外珠宝协会联名反对中国把“培育钻石”这个名字写入国家标准,所以至今国标仍未出台。”上述培育钻石行业人士对证券时报·e公司记者表示,上述6家海外机构提出,“培育钻石”名称前应保留“实验室”这一术语,或者称为“合成钻石”,以此和天然钻石形成区分。但该人士也表示,我国制定的国家标准,海外机构并无权干涉。培育钻石和天然钻石作为同一种物质,加上“实验室”三个字容易引起市场误解。

近年来培育钻石市场的逐步兴起,使得天然钻石生产经营者感受到了压力,也持续通过各种方式对这种新兴产品市场进行打压。但是天然钻石和培育钻石是和谐共生的市场,是同一行业的不同品类,两者应有益补充,让消费者根据不同的消费能力和喜爱进行选择。”他说。

培育钻石发展尚在起步阶段,行业想获得健康有序发展,标准规范和价格体系等都亟待完善。”孙兆达接受采访时也指出,早年间国外培育钻石市场确实一度出现过不规范的情况,但近年来随着市场规范逐步完善,此



现象已不存在。目前以超协为代表的机构,已经推出团体标准,对包括培育钻石的大小、颜色、净度、切工等进行规范,和天然钻石一样进行4C分级,同时证书上也会明确告知消费者购买的是天然钻石还是培育钻石。不过行业依然还是需要更权威的国标和行标来加以支持,促进优秀民族科技产品健康稳定发展。

他指出,目前培育钻石的发展痛点之一,就是没有像天然钻石一样的价格体系,市场价格波动不可控。虽然超协一直在推动这个价格体系的搭建,但单个协会或某个企业,很难形成定价规则,仍需要相关政府部门出面协调资源,组织企业参与平台建设。

目前培育钻石的毛坯生产主要集中在河南,但切磨加工工序最大的基地却在印度,最终的销售端和品牌端集中在欧美。如果河南能够发力产业培育,从上游原料、中游切磨生产,到下游设计销售贯穿发展,在建立健康有序的行业规则同时,打开具有巨大空间的消费端,行业的未来发展绝对可期,预计可超过千亿规模。”孙兆达称。

市场尚待培育 警惕过热行情

市场对于培育钻石一片看好的预期声中,资本市场上演了一波火热行情。

力量钻石自2021年9月24日上市,两个月时间内股价从185.58元飙升至最高366.64元。黄河旋风、中兵红箭等上游企业,股价近两个月也都有70%左右的最大涨幅。而在下游领域,作为培育钻石概念股的曼卡龙,11月份股价也从最低15.95元/股涨至最高33元/股。

实际上,培育钻石市场过热的情况已十分明显,如果市场再持续盲目

投入产能,那么明年,最迟后年,整个市场会一片狼藉。”面对当前培育钻石的高热度,有资深金刚石行业人士提出不同观点。他认为,目前培育钻石领域蹭热度的情况明显,但是以目前市场对培育钻石的接受程度来看,市场已经呈现出了供大于求的局面。

该人士透露,目前中国加国外市场,培育钻石的供应量已经超过天然钻石供应量的20%以上,培育钻石毛坯量已达到2000万克拉。根据当前培育钻石市场的交易程度看,市场能够接受的需求也仅为1000万克拉。也就是说,目前中国培育钻石产品最终能够达到终端的只占一半。”大家觉得销售旺盛,是因为有中间商囤了很多货。中间商要稳定市场价格,也是迫不得已。如果这些货全部冲上市场,就会形成巨大冲击。”其表示,要保障市场良性运转,需要首先考虑培育钻石的终端客户是谁。目前终端接受程度每年只有约1000万克拉,但供给端还在大规模上产能,尤其由于CVD法单机相对投资小、占地小,上产量速度快,今年已经达到5个亿的产值,明年会更大。虽然目前很多企业并未掌握核心技术,但由于今年培育钻石高热度带来的市场高价,即使产品等级偏低,生产企业依然保有盈利。目前国内采用CVD法生产培育钻石的大小企业已经达到30多家。

孙兆达也坦言,如果短期国内消费市场能够接受,那么以当前的培育钻石市场供给情况,短期也会因生产合时间较长,工业设备组装和供给能力较慢等因素,呈现一定时间供应不足的局面。但从全球范围看,培育钻石在美国消费者中的接受度最高,中国培育钻石零售市场需求还比较低,让消费者认识到这是一种低碳环保、极具科技价值并且物美价廉的产品,还需要一个过程。

目前,包括中国在内,全球培育钻石毛坯量已达到2000万克拉,但市场需求仅1000万克拉。也就是说,目前培育钻石产品最终能够达到终端的只占一半。如果这些货全部冲上市场,就会形成巨大冲击。

图虫创意/供图 陈锦兴/制图

中环股份218硅片宣布降价 硅片尺寸之争愈演愈烈

证券时报记者 刘灿邦

不出意外,继隆基股份硅片降价后,另一家硅片龙头中环股份也宣布降价。

根据中环股份12月2日更新的报价,与上个月相比,G1硅片下降0.52元/片,报价5.15元/片,降幅9.1%;M6硅片下降0.72元/片,报价5.05元/片,降幅12.48%;G12硅片(170μm)下降0.55元/片,报价8.55元/片,降幅6.04%。值得一提的是,中环股份本次新增M10硅片报价,6.21元/片,新增超大硅片218.2mm,报价9.22元/片。特别是218硅片的推出,被认为可能对182硅片形成降维打击,而在硅片降价背景下,182以及210两大阵营的角逐将更加激烈。

跟进下调硅片价格

在中环股份之前,隆基股份已先行降价,后者全线降价0.41-0.67元/片。G1、M6硅片价格下降0.41元/片,现价分别为5.12元/片、5.32元/片,M10硅片下降0.67元/片,现价为6.2元/片,上述硅片价格降幅分别为7.41%、7.16%、9.75%。

对比两家龙头硅片厂报价可以发现,中环股份G1、M10硅片均小幅低于隆基股份硅片售价,M6硅片价格相差较大,以165μm厚度为例,隆基比中环售价高出0.32元/片。随着大尺寸硅片占比不断提高,M6市场份额已经持续萎缩。与隆基股份报价不同,中环股份硅片报价按厚度不同分为多个规格,从150μm到170μm不等,据中环股份人士透露,公司主流硅片厚度已达到160μm。硅片龙头降价背后既有供需因素影响,硅片减薄的进程也加速了产品降价。

PV InfoLink认为,本周龙头硅片企业官方价格正式公布,实际价格在此之前已经有了明确信号和趋势。除210尺寸单晶硅片价格外,其他尺寸单晶硅片的价格和需求已经加速进入非主流区域,182尺寸单晶硅片一二线厂家的报价略有差异,并且体现在实际硅片价格上的折价方式不同。

该机构指出,单晶硅片主要流通的产品厚度也正在加速朝着更薄的165μm规格切换,个别规格产品的厚度虽然暂时仍以170μm为主报价,但

是已经开始靠近160μm厚度,可谓相当快的转换节奏,市场价格的跌幅也已经包含对不同厚度硅片价格的体现。硅业分会表示,本周硅片价格延续下跌趋势主要原因是累计库存待消化,终端需求不及预期,M10单晶硅片延续下跌,本周已有5.8元/片的价格实际成交。

硅业分会数据显示,从需求端来看,下游组件端约有10-30GW库存,近期终端需求延续低迷走势,集中式光伏电站难以接受目前组件的报价,仅依靠分布式光伏电站需求不足。在供需两端同时减少的情况下,预期硅片价格会进一步下跌。

新推218超大硅片

中环股份本次硅片报价的一个不寻常之处在于公司首次披露了182硅片报价,同时也首次推出了更大尺寸的218规格产品,这一情况让市场感到颇为意外。

业内人士透露,中环股份本次推出218硅片的逻辑在于从组件版型反推硅片尺寸。有观点认为,新版型兼顾了210组件现有的低电压优势,在系统造价上又能有所降低,因此,218版型硅片能够对182硅片形成降维打击。证券时报记者注意到,以中环股份为代表的210阵营和以隆基为代表的182阵营一直难分胜负。

2019年首次发布210硅片产品以来,中环股份一直是210硅片的拥趸。按规划,中环内蒙古基地210硅片产能将达到52-55GW,而新建的宁夏基地50GW产能将全部是210硅片。中环披露的数据是,目前公司210硅片整片率98.5%以上,良率97%以上,市场占有率90%。一位分析师此前在接受记者采访时谈到,中环股份宣称210硅片的成本、质量控制超过其他厂商,明年是观察210硅片实际成本、质量的重要窗口,如果成本做到足够低,对于新进入厂商将是一个很大的威胁,甚至对现阶段主推182硅片的隆基都会构成威胁。

记者注意到,今年9月,晶澳、晶科、隆基三家厂商联合发布了M10系列组件产品标准,进一步对抗由天合光能、东方日升、中环股份联合组成的210阵营。数据显示,在今年招标的大型地面电站项目中,182以及210等大尺寸产品占比已经超过80%。

圆通速递定增募资37.9亿元 高毅资产等多家顶流机构现身

证券时报记者 李曼宁

12月3日晚,圆通速递(600233)披露定增情况,此次发行价格为14.04元/股,发行股份数为2.7亿股,募资总额达37.9亿元,定增募集资金拟用于多功能网络枢纽中心建设项目、运能网络提升项目、信息系统及数据能力提升项目以及补充流动资金。截至12月3日收盘,圆通速递报16.61元/股,定增价格相比最新市价折价约15%。

此次定增发行对象最终确定为16名,包括嘉实基金、UBS AG、易方达基金、高毅资产、博时基金、南方基金等在内的一众国内外“顶流”机构现身。其中,此次定增最大发行对象为嘉实基金,获配3789.17万股,获配金额约5.32亿元。UBS AG获配3644.59万

股,认购金额约5.12亿元;易方达基金获配2955.84万股,认购金额约4.15亿元;高毅旗下两只基金(金太阳高毅领航1号崇远基金、高毅晓峰2号致信基金)参与认购,合计获配2.75亿元。

值得一提的是,高毅资产此前已展现出对圆通速递的看好。除了今年多次现身圆通速递的机构调研活动,还“真金白银”买入该公司股票。2021年半年报中,高毅资产旗下邓晓峰管理的高毅晓峰2号致信基金新进圆通速递十大流通股股东名单,持有4047.55万股,至第三季度末该基金持股未变。此次定增完成后,高毅晓峰2号致信基金将持有圆通速递4937.86万股,持股比例为1.44%,仍为上市公司第九大股东。

今年以来,监管频频出手整治快

递业价格战乱象,加之自9月快递行业宣布上调派费,快递行业格局整体获得改善。在经营表现方面,2021年前三季度,圆通速递业务完成量共计116.41亿件,同比增速超40%,高于全国平均增速。单季度来看,圆通速递第三季度利润同比降幅相较于第二季度及半年度利润同比降幅亦有明显收窄。

自2021年8月开始,圆通速递的快递业务单票收入同比转正,且改善幅度为A股通达系公司中最大。例如最近一期(10月份)经营数据显示,圆通速递10月快递产品收入36.04亿元,同比增长27.59%;业务完成量15.74亿票,同比增长19.47%;快递产品单票收入2.29元,同比增长6.80%。

东北证券在近期研报中指出,在

恶性竞争停止、行业价格企稳、各公司战略由份额优先转向盈利优先的大背景下,圆通在数字化、自动化端的投入即将迎来红利期,或将享受规模稳健扩张、单票收入微增、成本持续改善的三重利好。

此前11月10日,圆通速递公告,董事兼总裁潘水苗于11月10日增持公司40万股股份,增持金额527.11万元。潘水苗曾于2020年12月21日增持公司股份41.6万股,增持金额501.78万元。潘水苗自愿承诺在本次增持完成之日起两年内不减持其上述两次增持的公司股份。

二级市场上,近几个月,圆通速递股价有所回暖。该股自7月28日8.79元/股的低点至今,近4个月时间,股价涨幅已超过八成。最新涨幅也达到了46%。