

聚光 上下

硅料涨价效应被放大 平衡机制作用下供需维持“紧平衡”

■本报记者 于 南

在“碳达峰、碳中和”目标的催化下,A股光伏板块价值逻辑或许将发生微妙转变。

一方面,固有的、依靠发现产业链供需变化,从而按图索骥的投资策略依然奏效;但另一方面,也应看到,如今肩负着重大使命、又备受瞩目的光伏产业,比以往任何时候都更为需要产业链协同,一种内生的、市场化的供需平衡机制正愈发有效。

受到包括中国提出“碳达峰、碳中和”目标在内的全球绿色政策兴起影响,业界普遍上调了对2021年、2022年全球光伏新增装机的预期(165GW-200GW不等)。但根据中国有色金属工业协会硅业分会(以下简称“硅业分会”)数据,截至2021年初,全球太阳能级硅料在产产能约为56万吨(主要集中于中国,其中海外产能近10万吨),而至于165GW-200GW装机对应的约58万吨-70万吨硅料需求,存在明显短缺。

正是上述预期的改变,与始于去年八九月份的硅料供需失衡实现了“衔接”,两股力量“接力”推升了曾长期沉寂的硅料价格,也为二级市场演绎行情,提供了及时的“基本面”支撑。

下游电池、组件价格走势 与上游硅片、硅料背离

春节前不久(2月4日-5日),A股中于硅片环节最具实力的两大标的——中环股份、隆基股份相继上调了其单晶硅片产品的售价。其中,中环股份三款硅片产品低阻M6(T175μm)、低阻G1(T175μm)、G12(T175μm),售价分别调升0.1元/片、0.1元/片、0.12元/片,对应此前售价涨价幅度依次约为3%、3.17%、2.19%。

而隆基股份调价也涉及三款硅片产品(182mm、166mm、158mm),其售价分别调升0.15元/片、0.1元/片、0.1元/片,对应此前售价涨价幅度依次约为3.85%、3%、3.17%。

由于硅片处于硅料下游,业界乃至资本市场普遍将此番硅片价格上涨,归结于硅料价格的上涨,视其为硅片厂向下游传导成本压力的行为结果。或许也正是基于这一逻辑,A股、H股硅料标的股价应声飙涨,续写了自去年八九月份以来的强势。

不过,值得关注的是,假设硅片涨价源于“成本压力向下游传导”的逻辑成立,作为硅片下游——电池片、组件价格,同期却并未出现水涨船高。根据集邦新能源网于2月上旬公开发布的光伏产业供应链价格报告,2月初,部分电池片市场均价维持了1月份均价,部分电池片(M10单晶PERC电池片、G12单晶PERC电池片)则发生了超过2%的降价。

与电池片一致,2月初,部分组件均价维持1月份均价,部分组件(325W-335W/395W-405W单晶PERC组件、335W-365W/425W-435W单晶PERC



曾梦/制图

组件、182mm单面单晶PERC组件、210mm单面单晶PERC组件)均价降幅均超过了1.1%。

这显然有悖于“成本压力向下游传导”的逻辑。相关硅片企业人士也向《证券日报》记者证实,此番硅片涨价的底气,核心来自硅片的紧缺,而非取决于成本压力转移。与此同时,作为下游的电池、组件价格走势,与上游硅片、硅料发生背离,究其原因,“受制于下游组件需求暂时不旺,其上游——电池片的价格便无法上涨。”

今年硅料供需 维持“紧平衡”

就如同硅片涨价并不取决于硅料涨价,而是基于下游需求一样,硅料涨价实际也由于下游需求发生了变化。

价格反映供求关系,来自硅业分会的数据显示,目前单晶致密料价格区间为92元/kg-93元/kg,成交均价为92.5元/kg(9.25万元/吨)。这一数据较去年上半年约6万元/吨的均价,上涨了约54%。

据《证券日报》记者采访了解,推升此轮硅料价格上行的核心因素大致有三:首先,价格竞争,导致不具备成本优势的产能退出(检修),减少了硅料市场供给;其二,去年下半年以来,硅片紧俏,触发了行业扩产,变相刺激了硅料需求;其三,考虑硅料端投资强度、达产周期等客观因素,新近产能释放仍需时日。

日前,业界知名研究人士、中信证券电力设备与新能源首席分析师华鹏伟领衔发布了一份关于硅料供需的研究报告,其基于现阶段硅料市场供求关系、已宣布扩产规划,以及“硅料厂从产能投放到稳定产出较高比例的单晶料需要3个月-6个月”等推演分析——硅料供需紧张或将延

续至2022年。

不过,接受《证券日报》记者采访的中国有色金属工业协会硅业分会专家委员会副主任吕锦标,更倾向于将目前硅料的供需环境,定义为“紧平衡”;2021年硅料总体供应还是平衡的,不是供不应求。“涨价的核心原因在于季节性趋紧,和结构性紧张。比如高品质的致密料,供连续拉晶复投的料供应趋紧;但供应多晶硅铸锭的非致密料就有富余。”

一位不愿具名的硅料企业人士向《证券日报》记者坦言,“现阶段,硅料的利润率大概可以做到40%的水平,但是在此前(硅料每吨6万元时期),即便是最高端(技术先进、成本控制等)的产能,利润率极限也仅能达到10%,一吨利润只有几千元。而这也是为什么很多硅料产能此前选择退出或进行停产检修的原因。”

“但当利润足够时,这些产能是可能复产的。除此之外,随着技术进步,现在的硅料各项品质指标远高于以往。如现在10万元一吨的料,可以连续拉晶到第八九根时,累积的杂质也不足以影响最后一根棒的质量,边皮料头尾料还可以回用拉晶。与此同时,这几年硅片厚度只是从180微米减到160微米,但硅耗已经从2012年的5000吨/GW,降到了2020年的2780吨/GW。总之,考虑如今的硅料效率、硅耗,今年硅料供不应求的局面大概率不会出现。”吕锦标表示,“伴随有晶体生长等技术提升,更重要的是多晶硅品质提升,让光伏后端提升效率和降低成本具有了更大的进步空间。”

硅料今年供给或超预期 不应过度炒作

相对而言,硅料供需“紧平衡”的状态可能延续的核心原因在于,硅料端投资门槛较高,以及硅料厂达产周

期等客观因素。

据《证券日报》记者了解,硅料生产企业除了“从产能投放到稳定产出较高比例的单晶料需要3个月-6个月”外,在生产过程中,也只有满负荷生产才能实现最低生产成本,频繁的检修停产不仅造成成本提升,也将导致产品品质波动,甚至造成安全隐患。

大全新能源投资者关系部经理何宁向《证券日报》记者表示,多晶硅(硅料)是光伏产业链中技术门槛、投资强度和安全稳定生产管理难度最高的环节,“目前大概需要近30亿元资金,才能启动一个3万吨的项目。在此基础上,还需要技术管理团队的积累,以及经历提产能、提品质、稳定生产降成本的过程漫长。”

但在此基础上,吕锦标判断,去年四季度以来,硅业协会预警2021年硅料紧平衡之后,协鑫、通威、特变、大全、亚硅都加紧了扩产项目的推进,“比如通威的4.5万吨项目就可能提早到今年三季度末投产;亚洲硅业的3万吨项目进展加快;东方希望的4万吨新产线去年底投产,后加紧稳定投产。同时,各主要企业现有产线的去瓶颈提升也会贡献今年的增量。比如洛阳中硅和内蒙几个项目复产后也在现有价格支撑下保持运行,逐步提升供应。”

“除此以外,业界硅料供应80%-90%都已有关协(长期采购协议)锁定,虽然长协不锁价格,却也一定程度上保障了供应。”上述不愿具名人士向记者强调,“资本的敏感,扩产减产、长协种种,汇聚在一起,就构成了光伏产业链供需平衡的机制。所以,此轮硅料涨价完全属于合理的正常范畴,不应过度炒作,更不应从二级市场行情;更不必加以‘道德绑架’,如今中国光伏倍加呵护‘一类俱荣,一损俱损’的产业链协同,任何不合理的定价也都是短期行为,不平衡的现象会被供需平衡机制快速打破和重塑。”

超六成募资加码单晶硅业务 上机数控拟再投资35亿元扩产能

■本报记者 李亚男

2月20日,上机数控对外公告称,为进一步加强公司在单晶硅领域的市场竞争力,公司拟由全资子公司弘元新材料(包头)有限公司(以下简称“弘元新材”)在包头投资建设年产10GW单晶硅拉晶及配套生产项目,项目拟总投资约35亿元。

据悉,项目拟选址于包头装备制造产业园区新规划区,预计2022年达产。

募资扩产 单晶硅产能将超20GW

资料显示,上机数控定位于高端智能化装备制造领域,是一家专业从事精密机床的研发、生产和销售的高新技术企业。

《证券日报》记者注意到,自2004年进入太阳能光伏行业以来,公司长期聚焦于光伏晶硅材料的研究并从事晶硅专用加工设备的制造。在单晶硅业务建设方面,上机数控在巩固和拓展高端智能化装备制造业务的基础上,2019年在内蒙古包头成立了弘元新材,逐步拓展光伏单晶硅生产

业务,致力于打造“高端装备+核心材料”的双轮驱动模式,不断完善公司在太阳能光伏产业链的布局。

值得一提的是,2019年弘元新材实现销售收入2.53亿元,产销率达到91.04%,净利润1952.57万元。2020年前三季度,弘元新材业绩贡献比例超80%,成上机数控主要业绩贡献来源。

2020年6月份,公司发行可转债募资6.65亿元用于5GW单晶硅拉晶生产线项目(二期)建设。2020年7月份,公司又推出定增方案,拟募资30亿元,其中21亿元用于年产8GW单晶硅拉晶生产项目建设。

短短一个多月时间,上机数控就筹划了两次募资扩产,募资金额超过36亿元。若上述定增顺利实施,上机数控累计募资将达47.39亿元,其中,约31亿元用于单晶硅产能扩张,占募资总额超六成。

根据公告,本次扩产10GW单晶硅项目资金来源包括但不限于以自有资金、金融机构借款或其他融资方式。

据《证券日报》记者粗略统计,若此次10GW项目顺利达产,上机数控单晶硅产能将超过20GW。

盘古智库高级研究员江瀚在接受《证券日报》记者采访时表示:“目前整个产业链都属于需求旺盛阶段,现在市场状态也发生了变化,由买方市场变为卖方市场,市场定价优势明显。再加上签订了大额订单,完全可以扩大产能。如果将来能够超过20GW的产能,市场优势还会进一步扩大。”

业绩大幅增长 一年内股价涨幅近4倍

2020年11月份以来,上机数控与东方日升、天合光能、阿特斯、正泰、通威股份签订订单合计超300亿元。

古瑞瓦特首席产品经理刘继茂在接受《证券日报》记者采访时表示:“2020年下半年,硅片连续涨价,为了不在材料端被上游卡脖子,组件大厂如晶科、晶澳、天合、东方日升采取两种自救措施,一是进军上游如硅片、电池片,做垂直一体化产业,二是和上游企业签订长期供货协议,锁定价格和产能。”

中关村发展集团高级专家董晓宇博士也告诉记者,“2020年光伏产业迎来爆发增长,整个供应链偏紧,

抢夺生鲜电商第一股进行时 “宅经济”助推IPO估值

■本报记者 李乔宇

牛年伊始,生鲜电商市场分外热闹。

日前,美菜网、叮咚买菜等多平台传出即将赴美IPO的消息。消息称,叮咚买菜考虑最快年内赴美IPO,至少募资3亿美元,确保在竞争激烈的生鲜食品配送市场上,维持业务优势。另有消息称,生鲜移动电商平台美菜的IPO计划尚处于探索阶段,计划融资约3亿美元,但尚未决定上市地点;此外,物美集团投资的在线零售服务供应商多点新鲜(北京)电子商务有限公司亦传来拟将IPO的消息。

一年之前,曾有某头部生鲜电商相关负责人告诉《证券日报》记者,公司现金流充足,亦没有上市计划。

但今时已不同于往日,在多个生鲜电商平台对于上市跃跃欲试的时候,争夺生鲜电商第一股似乎承载着更多的意义。

“对于生鲜电商而言,成为行业第一股一定具有特殊意义。”中南财经政法大学数字经济研究院执行院长盘和林对《证券日报》记者表示,“抢夺生鲜电商市场是一场持久战,在上市路径中跑在前面的公司会得到更多的关注,无论在品牌效应上还是估值上都能够取得更多的优势。”

盘和林认为,当下正是生鲜电商们IPO的一个较佳时点。“目前宅经济正处于爆发阶段,因此当下时点也是生鲜电商们能够取得较高IPO估值的一个比较好的时点。同时,生鲜电商仍处于‘烧钱’的阶段,需要通过上市融资获得更多的‘弹药’帮助平台进一步发展。此外,多家生鲜电商平台前期进行了大量的融资,这些平台的投资人需要IPO来实现。”

网经社“电数宝”电商大数据库显示,

综合平台模式主导社区团购竞争 创业公司“很差钱”

■本报记者 许 洁
见习记者 王 君

近日,有消息称,社区团购行业再次迎来30亿美元融资,获融资方为社区团购创业公司兴盛优选电子商务公司(以下简称“兴盛优选”)。

“随着巨头与资金的涌入,社区团购行业目前已经形成从兴盛优选、十荟团等创业公司为主导转变成美团、拼多多等综合平台为主导的模式。”海豚智库创始人李成东对《证券日报》记者表示,随着时间的推移,兴盛优选等创业公司的先发优势也会逐渐消失,因为与平台公司相比,前者管理水平、技术能力有一定劣势。

记者梳理发现,目前国内有300多家社区团购企业,行业竞争激烈可见一斑。

2月18日,有媒体报道称,社区团购创业公司兴盛优选将完成30亿美元融资,红杉资本领投,腾讯、方源资本、淡马锡、KKR、DCP、春华资本、恒大等跟投,上一轮融资完成后估值50亿美元,本轮融资完成后估值至少达80亿美元。

《证券日报》记者就上述消息与兴盛优选方面相关负责人核实,其称,“对于市场传闻,不予置评”。

兴盛优选是一家关注民生的互联网“新零售”平台,主要定位是解决家庭消费者的日常需求,提供包括蔬菜水果、肉禽水产、米面粮油、日用百货等全品类精选商品。依托社区实体便利店,通过“预售+自提”的模式为用户提供服务,目前,已立足湖南,辐射华南、华中、华东、西南、西北等多个省份。

天眼查显示,2019年5月份,兴盛优选便获得腾讯战略投资部产业共赢基金的投资,2020年7月份,兴盛优选的C+轮融资中再现腾讯身影。2020年12月11日,兴盛优选获得京东集团7亿美元融资。

社区团购竞争格局

腾讯、京东加码之外,兴盛优选的股东还包括今日资本、春华资本、美国KKR、钟鼎资本、红杉资本、老虎基金和淡马锡等十余家国内外知名投资机构。而这些机构仅仅是社区团购行业的水山一角。

《证券日报》记者梳理发现,目前国内有300多家社区团购企业,阿里巴巴、美团、拼多多、字节跳动、滴滴等巨头已悉数入局。纵观整个社区团购行业,从价格战到重金“砸”代言,社区团购战局已然发生改变。

事实上,伴随着巨头的涌入,社区团购价格战也正式打响,社区团购被推上了风口浪尖。为此,2020年12月11日,人民日报点名批评互联网巨头不应惦记着几捆白菜,12月22日,国家市场监督管理总局更是联合商务部召开规范社区团购秩序行政指导会,对社区团购提出了“九个不得”的经营“红线”,涉及不得滥用自主定价权进行恶性价格竞争、滥用市场支配地位、虚假宣传及商业诋毁、大数据“杀熟”等9个方面。

对此,网经社电子商务研究中心法

2020年中国生鲜电商领域共有14家平台获得融资,涉及平台包括:兔子鲜生、食行生鲜、味库海鲜、多点Dmall、奇麟鲜品、新发地掌鲜、道品生鲜、每日优鲜、叮咚买菜、T11、新冻网、鲜米农场等,融资总额超136.5亿元人民币。

“生鲜电商本来就是一个比较‘重’的产业,这种‘重’意味着更多的资金需求。”中国品牌研究院高级研究员朱丹蓬告诉《证券日报》记者,在上游,生鲜电商需要投资布局供应链,提高供应能力;在下游需要布局线下零售以及仓储体系,早在2017年,生鲜电商们就开始探索起了更“重”的资产模式,这也是生鲜电商们想要争夺赛道的一条必经之路。

朱丹蓬进一步对记者表示,通过上市融资获得更多资金,相关生鲜电商能够有机会进一步完善供应链,挖掘更多的货源,培养更多样化的品牌,在提升服务水平的同时提高客单价,从而实现良性循环,推动平台的正向发展。

但并非所有参赛者都承受得了这份“重量”。“疫情之下,生鲜电商行业实现发展,也经历了洗牌。”朱丹蓬告诉记者,优质企业或许趁机扩大了市场占有率。而实力不足、基础薄弱的企业或将退出。

网经社电子商务研究中心莫岱青表示,从2019年开始,生鲜电商频频倒下,众多生鲜电商平台在产品种类、服务体验以及配送方面的特点并不突出,并且始终处于烧钱培养市场、消费习惯的阶段,这种没有形成核心竞争力的模式,无法持久延续。对于生鲜电商来说,有保证的供应链渠道、发力高质量资源配置,才能让消费者买到具有高性价比的商品。

最终,“生鲜电商第一股”花落谁家,还需拭目以待。

律权益部分分析师蒙慧欣在接受《证券日报》记者采访时表示,“九不得”出台无疑是场“及时雨”,采用行政指导方式给社区团购领域现存的低价倾销等滥用自主定价权、大数据“杀熟”等问题划“红线”,非常明确体现了监管的态度,也给相关企业“警示”。“2020年疫情下,社区团购成为‘新风口’,互联网巨头带着资本涌入,烧钱抢占市场流量,给深耕社区团购的原生创业企业带来一定冲击,此种恶性竞争方式对行业良性发展而言无异于一种伤害。”

在李成东看来,政府监管起到一定的作用,烧钱补贴的强度明显减弱了。“目前,社区团购企业产生的交易中,单笔几乎亏1元以上,兴盛优选大概亏几毛钱,按照兴盛优选1500万单天——2000万单天的订单量来算,一天亏损一两千万,一个月亏损接近6亿元,这对于创业公司而言有一定挑战。但是对于美团、拼多多这类多条腿走路的平台企业而言,成本压力相对不大。”

供应链痛点亟待解决

“目前社区团购以平台为主导”,在李成东看来,是因为平台公司不仅有钱,技术能力、管理能力也较强。他认为,“兴盛优选这类创业型公司扎根社区团购行业比较久,对业务理解能力有先发优势,不过,随着时间的推移,先发优势会逐渐失去。”

鲍庆忠也对《证券日报》记者表示,没有用户运营和社群运营基础的社群团购是很难成功的。“社区团购企业把对消费者交付这一环节的分拣工作交给拼团团长去做,这个是错误的,社区运营不是简单的通过微信就可以卖货的。短期靠补贴生存的企业,长期来看,没有运营、用户基础的社区团购企业是成功不了。”

目前来看,大多社区团购企业抢占市场的同时往往忽略供应链的问题。《证券日报》记者在新浪旗下消费者服务平台黑猫投诉上发现,多家社区团购企业被投诉,其中包括“橙心优选社区团购多次单方面以缺货为由强行退款”“十荟团上购买整箱玉米,按照包装常温避光储存,后发霉,团长推脱不退款不处理无回复”“兴盛优选丸子干发硬硬不透,以次充好”等问题。但是,这些问题的回复解决率并不高。

据网经社“电诉宝”消费投诉数据显示,2020年至今,兴盛优选、橙心优选、十荟团、每日一淘等接到用户投诉,其投诉问题主要集中在退货退款问题、商品质量等。此前,你我您、松果拼拼、钱大妈等社区团购平台也涉及不少投诉。

“供应链是社区团购中尤为重要的一环。”蒙慧欣对《证券日报》记者表示,目前,社区团购“寡头”暂未出现,巨头之间暗流涌动,短时间内没有结局。赛道不仅要靠性价比以及服务优势,还得靠强大的供应链、完善的售后体系以及末端配送优势,因此,只有全方位地服务消费者,把高品质关,企业才能获得长久发展。