



产能大增仍被催发货 一车货还没装满就被拉走 金刚线企业这个春节有点忙

◎记者 夏子航 ◎编辑 邵好

今年春节，对岱勒新材副总经理钟建明来说，肩上的压力不小。

“交单有些吃力。来自隆基、协鑫等客户的订单，超出了我们当下产能，我们只得抓紧排产，加快送货。”钟建明对来访的上海证券报记者说。

数据显示，一年间，岱勒新材的金刚线产能从不到30万公里/月提升到100万公里/月以上。即便如此，下游光伏硅片龙头企业的催单仍然凶猛，“有时候，一车货还没装满就被拉走！”有金刚线行业人士表示，近段时间以来，金刚线企业的出货量普遍翻了1倍。

曾几何时，金刚线相关企业有上百家；如今，金刚线规模企业仅剩七八家。伴随光伏行业景气持续向好，这些“活下来”的金刚线企业正迎来新的机遇。

“一车货还没装满就被拉走！”

在交谈中，钟建明高兴中带着一丝苦恼。产能高了，订单多了，日子更好，当然高兴；但如何排产，如何送货，却免不了有一丝苦恼。

“以前，金刚线发货交给专业运输公司就好，三四天到，成本也不高；现在，我们都是找专车发货，当天到，有时候一车货还没装满就被拉走，大客户要得急。”钟建明说。

“1月，我们金刚线的实际发货量已经超过80万公里；考虑春节因素，2月排产约在80万公里；3月排产超过100万公里，来自大客户的订单饱满。”岱勒新材相关负责人表示。

眼下，岱勒新材董事长段志明与总经理段志勇最操心的问题很明确——如何满足大客户日益增长的订单。要知道，在一年前的2021年初，岱勒新材金刚线产能不到30万公里/月。一年间，岱勒新材产能差不多有3倍增长。

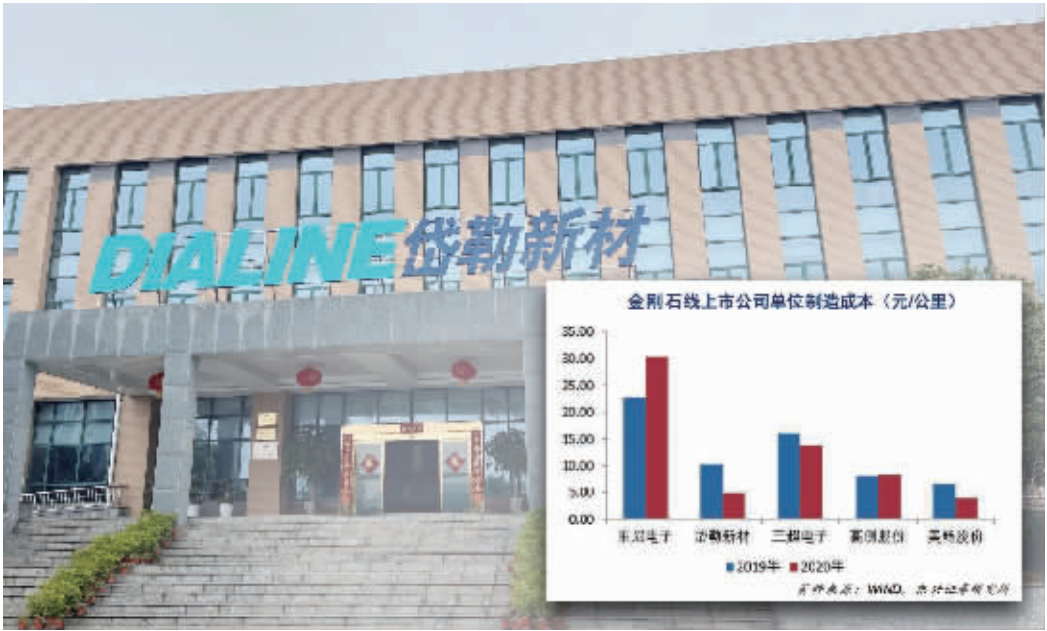
在1月下旬披露的投资者关系活动记录表中，岱勒新材表示：“公司经过近年的研发和技术改造，产品品质得到了客户的高度认可，设备产能也得到很大的提升，目前产能已达80万公里/月以上，就当前经调试完成的设备这块的产能均在满负荷运行，从订单交付来看，目前订单也是比较饱满的，还有一部分产能会在一季度释放出来，我们预计一季度产能能够达到100万公里/月以上。”

天花板尚早，竞争对手不多

金刚线是通过将金刚石粉颗粒以一定的分布密度均匀地固结在高强度母线上，通过专用切割机让金刚线问题与硬脆材料进行高速磨削运动，从而实现切割。

它的核心下游，就是光伏硅片切割。目前，金刚线用于光伏硅片的切割占比超过90%，金刚线行业以光伏行业为主要下游。

数据显示，2020年中国光伏硅片产量约161GW，占全球总产量比例为97.41%，中国是光伏硅片生产的主要国家。同时，中国光伏硅片行业的集中度水平也很高，中国前十的企业产量约157.3GW，占全球比重为93.78%。



按照中国光伏行业协会预测，2025年全球硅片产量将超过300GW，对应的金刚线需求将超过11250万公里，甚至超过12000万公里。

“曾有上百家金刚线企业，如今仅剩七八家规模企业了。”一位金刚线行业人士介绍称，“有时候，一轮技术迭代没跟上，可能一家金刚线企业之前的投资就作废了。”

不过，该人士认为，金刚线行业经过几年的“供给侧改革”，“最困难的日子已经过去，没技术积累、没资金实力、没规模优势的金刚线企业基本已被淘汰了，行业将逐步迎来好日子。”

“我们之前也面临了多晶转单晶的阵痛，因此遭遇了较长的低潮期。不过，我们一直未放弃技术积累，2021年上半年完成了自主研发的产线设备投放，2021年下半年则在持续进行升级完善。同时，公司二期建设已经完成，进一步提升产能的基础已经准备好，将根据市场情况决定是否进一步扩大提升产能。”岱勒新材相关负责人告诉记者。

岱勒新材在接受机构调研时表示，基于下游客户的特点，公司客户也相对比较集中，目前保利协鑫集团占比最高，已经能够达到30%以上，

但随着公司产销规模的扩大，其他客户也在增加，故单一大客户占比不会达到超高水平，但主要还是集中在前几大客户之中。

有序扩产迎光伏装机大年

进入2022年，各界预计今年将迎来光伏装机大年。正是看到了光伏行业的确定性景气空间，金刚线企业纷纷展开有节奏的扩产。

东兴证券研究报告称，金刚线绝对龙头——美畅股份金刚线产能2021年已经达到了7000万公里，到2022年底公司还有3000万公里的产能有待达产，届时预计公司产能将达到1亿公里。

在今年1月披露的调研纪要中，岱勒新材则表示，目前，公司产量在金刚线总量里面比重还不算太高，“当前追求量的大小不是我们唯一目的，主要还是想办法来提升产品盈利能力，后续扩产需求还是根据下游客户深度合作情况，在能保障稳定订单的前提下稳步扩产，我们现在也具备扩产的条件，如厂房及成熟的设备开发技术。”

金刚线行业的扩产会不会再让行业格局变坏？前述金刚线行业人士认为：“部分公司公告的情况主要是指未来扩产的产能规划，产能的扩张是需要一个过程的，相信实际扩产节奏会更多考虑投资效益。”

“另外，金刚线行业技术迭代快，也没法过于大规模一次性扩产。”上述人士表示。

岱勒新材相关负责人则表示，近几年金刚线价格经过大幅下降后，其消耗成本在整个光伏成本里已经占比非常小，金刚线的价格已经很透明化了，金刚线在未来应该会保持在相对平稳的状态，只是说其应用规格和技术要求上会进一步提升。同时，借助技术积累优势，岱勒新材已在瞄准金刚线新的应用领域。岱勒新材表示，金刚线还有应用在磁性材料这块，主要是基于新能源车、无线充电等发展趋势。



表，当前最主要的任务就是夯实地基和打桩。

“11台锤机、20台强夯机、24台旋挖机，人停机不停。”柏建伟介绍。

为了保证进度，过年当天也没有停工。腊月二十九晚上大家聚在一起吃年夜饭，宁德时代董事长曾毓群、广东邦普董事长李长安分别通过视频电话给大家拜年。

当地政府也送来大红包，“每人500元，我们工地上领了160多个。”

站在工地环视四周，数十个小山头已被削平。“我们家原来的那座山已经完全挖掉了，简直不敢想。这里要建成我们宜昌最大的企业！”工地边上，一位大嫂领着自家亲戚看热闹。不到半年时间，她家房子和房子背后的小山丘已经不见踪影，整个村子成了一大块平地。

■一线探营

海南免税店人气爆棚：多款热门产品断货

◎记者 黎灵希 ◎编辑 邵好

离岛免税新政实施后的第二个春节假期，海南离岛免税消费产业持续升温。

作为自贸港建设中独具特色的旅游产业名片，农历虎年新春的海南各免税店呈现出一派“生龙活虎”的繁忙景象。2月3日，上海证券报记者走访了位于三亚的海棠湾国际免税城，切身感受到了市民游客的购物热情。

热门品牌多款产品断货

停车场外喧闹的车流长龙，为海棠湾国际免税城拉开了新一天的序幕。尽管还不到上午十点的开业时间，已有不少游客赶在出行高峰期前驾车而至，亦有不少手持行程码的消费者在免税城的大门外驻足等待。

开门营业不久，Gucci、YSL、宝格丽等奢侈品店铺便开始限流，几乎每个品牌店门前都架起了引导排队的护栏。“春节假期以来，每天上班都忙得顾不上吃饭。”Gucci的工作人员指着店内一款标价18000元的挎包告诉记者，这是前天刚补货的新款，现在就剩下最后一只了。

Burberry店内，工作人员则显得有些分身乏术。“我们昨天新到的风衣，都没来得及清点，所以刚刚帮客户找货码就找了很久。”一位工作人员对记者表示，最近店内的时尚品新款都卖得很好。

香化区依旧是海棠湾国际免税城的“人气C位”。雅诗兰黛、海蓝之谜、SK-II、娇韵诗等香化品牌店内人头攒动，不少消费者进店后直接向店员提出购买需求，开好单据，便匆匆赶往收银台排队长队。

据悉，为了活跃市场、推动免税消费，假期期间，海南相关部门联合了各免税店发放离岛免税购物消费券。同时，海南各大免税店分别推出“香水化妆品3件7折”“部分产品单件八五折”“满额赠积分”等新春特惠活动。

除香化、奢侈品之外，电子产品也是受到消费者热捧的一大品类。当日，记者在电子产品门店内看到：iPhone柜台围满了市民游客，店员顾不上给电

折叠屏手机太火：跑了8家店都没买到

◎记者 时娜 ◎编辑 邵好

新年新气象，深圳的陈女士想换个折叠屏手机，结果跑了8家店都没买到现货。

2月3日至5日，上海证券报记者先后探访汇聚了诸多手机品牌店的深圳福田区COCO PARK购物中心、山姆会员店、卓悦中心购物广场。走进店铺，记者便看到，几乎每家店的折叠屏手机样机展示台前，都围满了人。

“P50 Pocket金色一台都没有了，也无法预订，因为零售店有多少就卖多少。华为Mate X2只有18999元的典藏版有货。”华为旗舰店的工作人员告诉记者。“荣耀Magic V全系列缺货，您可以考虑三星或者华为的，不过华为的货也不齐全。”山姆会员店的工作人员这样说。

“OPPO Find N现在店里没有现货，您可以试试在网上下单预订。”OPPO的工作人员表示。

线下门店缺货严重，那么线上呢？打开相关手机品牌的自有商场及其淘宝、京东旗舰店，记者发现，华为P50 Pocket、荣耀Magic V、OPPO Find N都显示缺货。各线上购买渠道都打出了“限时限量”的标识，采用“准点抢购”的销售策略，想买到，还得拼手速。

荣耀Magic V最近的一次抢购是在2月8日，OPPO Find N的最近抢

购日则是2月11日。

更加夸张的是，一些电商平台还对购买者提出了“身份要求”，如果购买者不是平台会员，还无法参与抢购。

因为抢购不易，一些平台已衍生出了代拍业务。在闲鱼上，搜索“荣耀折叠屏手机”，会出现很多“代拍、代抢”服务，价格在50元至100元不等。即使抢购成功了，发货还要等上好一阵，据京东店铺页面发货提示，荣耀Magic V付款后30天内发货，不同地区发货时间各异。

“一方面，折叠屏手机软硬件性能逐渐完善、价格也降到万元上下，消费者尝鲜热情确实高涨；另一方面，在市场需求明朗前产业链没敢放开手脚，导致供应有限，出货量没法快速放大。”一位业内人士如此解释折叠屏手机当前的销售局面。

据了解，在普通线下手机销售门店，折叠屏手机每周以个位数供货。线上旗舰店也是一周开售一次的节奏。

据了解，年前供应链已经行动起来，2021年12月28日，京东方斥资465亿元打造的重庆第6代AMOLED（柔性）生产线项目举行量产暨客户交付仪式，正式对外宣布量产。深天马A厦门TM18生产线已完成主厂房封顶，正在为2022年上半年点亮投产加班加点做准备。

伴随着折叠屏手机在硬件供应、创新交互、应用生态等方面逐步走向成熟，市场各方对折叠屏手机在2022年放量表示乐观。