

锂价冲高回落 后续怎么走？

◎记者 李少鹏

“碳酸锂供给宽松”的预期让锂价在突破20万元后持续回落。6月8日，碳酸锂期货主力合约2609报收163340元/吨，较5月中旬最高价209880元/吨，下跌超过22%。

记者采访了解到，近期碳酸锂价格回落主要受全球锂矿供给增量预期抬升影响，叠加贸易商环节出现集中平仓行为，库存的显性化弱化了市场前期低库存去化的看涨逻辑。

“碳酸锂生产、销售正常。”青海盐湖提锂企业负责人称，近期碳酸锂售价确有回落，但下游拿货热情不减，公司并没有多少库存。另外，针对网传的“青海盐湖提锂企业大面积停电检修”一事，盐湖股份相关人士向记者表示，公司并未接到相关通知，目前生产经营正常。

从供给增速、下游需求及库存等维度来看，2026年碳酸锂供需“紧平衡”的格局并未发生变化，叠加储能产业需求的高增长，行业基本面韧性较强，锂价大幅下行概率较低。

锂价冲高回落 供给预期转变或为主因

不到一个月时间，碳酸锂从年内新高的每吨20万元到跌到16万元，冲高后快速回落引发市场担忧，“碳酸锂又要坐上过山车了？”

“此前津巴布韦锂精矿出口受限、江西锂矿复产不确定等因素，导致现货流通偏紧。”有长期跟踪锂矿产业人士分析称，彼时刚好下游动力电池企业逢低补库，共同推动锂价一路走高。

近期碳酸锂价格冲高回落的最主要推手，同样也是供给端预期变化。

东吴电新团队直言，造成锂价冲高回落的原因有两点：一是厂期所碳酸锂仓单近期大幅增加至5.6万吨，较4月底增加2万吨，盘面抛压加重；二是市场担忧7月到8月津巴布韦锂精矿集中到港，短期供给增量冲击价格。

有业内人士认为，本轮价格回调并非源于需求走弱，而是市场提前消化远期供给增量。

目前来看，供给端扰动因素最大的就是海外矿端增量。事实上，这部分“增量”也并非持续增长。

6月8日最新消息显示，2026年5月智利碳酸锂出口数量为1.91万吨，环比减少35.2%，近6个月来首次回落。其中，智利出口到中国的碳酸锂为1.36万吨，环比减少40.8%。

环比减少40.8%，折算下来就是9000吨碳酸锂，智利碳酸锂“出货”下降已超出市场预期。鑫锂锂电直言，在当前下游需求仍较为火爆的局面下，智利锂盐出口量的大幅减少，将加速国内碳酸锂去库速度，从而对短期行情形成有力支撑。

下游需求稳定 全年“紧平衡”格局未变

抛开市场情绪与远期预期，从当前现货供给、下游采购、库存变化等产业数据来看，目前国内碳酸锂市场供需“紧平衡”格局并未发生变化。



“需求端感觉还是很旺盛，几乎没啥库存。”A股某锂盐生产企业人士告诉记者，尽管碳酸锂价格回落，但企业并未感受到需求减弱迹象，价格下滑只是“赚得少了些而已”。

对于碳酸锂产销两旺，业内普遍认为还在“存续期”。究其原因，供需紧平衡已成为行业共识。

从供给端来看，国内锂盐产能逐步释放，但增量有限。机构统计显示，今年1—5月国内碳酸锂累计产量51.09万吨，同比增长45.36%，产能释放节奏相对平稳。江西宜春作为核心锂盐产区，4座主力锂矿自5月1日起集中进入停产换证周期，短期内碳酸锂产能难以快速补充。

进口方面，津巴布韦锂精矿虽已恢复出口，但受海运周期、选矿、冶炼加工等环节制约，转化为成品碳酸锂还需时日。雅化集团近日表示，目前锂精矿库存能够保障国内产品生产需求。“在取得津巴布韦锂精矿出口配额后，公司新的锂矿出口手续已完成，并已启动发运，后续锂矿将分批集中运回。”雅化集团称。

库存方面，光大期货6月8日研报数据显示，碳酸锂大样本库存环比下降1240吨至134403吨。该研报认为，周度仍维持去库状态，海外锂盐发运环比出现明显下降，有望缓解后续进口端带来的供应压力。

反观需求端，下游排产维持景气，需求持续走高。根据SMM数据，1—5月我国储能电芯总产量341.36GWh，同比增速104.78%；前四个月内国内储能中标总规模同比增速115.49%。根据鑫锂锂电预测，6月，国内6家电池样本企业排产175.7GWh，同比增长68%，环比增长6%，排产数据增速超预期。

储能“红利”支撑 锂价企稳或有保障

需要指出的是，储能产业是当前碳酸锂市场

最大看点，也是拉动碳酸锂需求增长的核心引擎。

“从客户群体来看，储能电池需求正在持续攀升，占比已经和动力电池不相上下。”对于储能的拉动效应，四川某碳酸锂生产企业人士直言，储能就是碳酸锂回暖的核心催化剂。

高工产研锂电研究所(GGII)数据显示，今年一季度我国锂电池出货525GWh，同比增长67%。其中，储能电池出货215GWh，同比增长139%，环比增长超过7%，占同期中国锂电池出货约41%。

储能需求有多强？据记者多方了解，目前头部电池企业基本处于满产状态，部分企业的订单已排到明年年初，产业链上下游均处于满负荷运转状态。“电芯基本都断货了。”有电池企业告诉记者，从公司电芯排产来看，储能项目需求旺盛，目前对材料价格并不敏感。

对于储能需求对碳酸锂的正向拉动，相关机构也给出积极看法。机构预计2026年储能电池出货量将达到1200GWh，同比增长80%以上。“动力及储能电池2026年需求增长上修近40%，2027年有望维持30%左右增长。”东吴电新团队认为，对应2026年碳酸锂需求近220万吨，2027年碳酸锂供需或将完全紧平衡。

综合来看，短期南美锂矿、津巴布韦锂精矿的供给增量预期，会让碳酸锂价格延续震荡走势，但新能源汽车刚需托底，储能需求爆发式增长，或决定锂价下行空间有限。

不过也有业内人士提醒，储能对锂价的“敏感度”要高于动力电池。“储能项目的经济性是关键。”该人士认为，锂价在合理区间波动各方都能接受，既能保障上游盈利，又不过度压制下游需求，才能实现上下游良性协同。

从电力管家到散热高手 碳化硅全产业链供需两旺

◎记者 李兴彩

高品质衬底片供应紧张、价格涨幅明显，衬底片大厂产能利用率普遍超过了90%，芯片模块公司产能供不应求、交付周期大幅拉长，上游设备公司订单旺盛，客户还往往要求紧急交付……上海证券报记者近日调研国内碳化硅(SiC)产业链获悉，整个产业链景气度高涨。

记者了解到，自2025年第四季度以来，碳化硅行业新增晶圆产能扩张节奏有所放缓，而汽车、光伏、充电桩等三大主力应用市场均持续处于高景气运行周期，对国产SiC MOSFET器件的需求持续快速增长；同时，消费电子、AI等新应用场景需求集中爆发，叠加半导体行业整体涨价预期，拉高终端厂商的备库需求，共同推动碳化硅行业景气度持续提升。

前瞻产业发展趋势，头部碳化硅衬底片、外延片厂商开启新一轮扩产，给上游设备厂商带来可观的新增订单。

产业研究机构InSemi Research高级分析师洪源等认为，随着新能源汽车、光伏市场的规模化验证完成，以及人工智能数据中心(AIDC)高压电源需求的即将爆发，碳化硅成为AI时代的“电力管家”与“散热高手”，从“可选”变为“必选”的趋势已不可逆，这有望使碳化硅突破自身局限，开启类似硅的成熟成长周期。

AI带动 衬底片、模块供需两旺

“下游市场需求旺盛，我们产能已经跟不上客户需求，交货周期显著拉长，还出现了光储客户主动加价拿货的现象……”谈及碳化硅业务近况，一家功率半导体上市公司相关人士表示，当前，光伏、汽车、AI数据中心的的需求都非常旺盛，部分型号的产品开始缺货。

下游芯片模块需求旺盛，上游的衬底片、外延片景气度如何？洪源在接受记者采访时表示，当前碳化硅衬底片头部厂商如天岳先进、天科合达等的产能利用率，均已超过90%。

需求旺盛之下，从衬底片到芯片模块，都进入了涨价周期。

“今年以来，国内碳化硅衬底片价格呈现出结构性上涨，6英寸产品价格有较大反弹，8英寸产品价格止跌企稳并小幅上涨。其中，高规格、高品质衬底片由于供应紧张，价格涨幅更为明显。”一家上市公司的高管告诉记者，当前高端碳化硅衬底片供给

偏紧，部分衬底片厂商已收到其下游客户的新增订单需求，现有产能无法充分满足市场需求。

洪源认为：在AI数据中心需求、先进封装及能源成本上行等因素驱动下，今年以来，英飞凌、意法半导体已对衬底片完成两轮涨价；国内来看，2025年一季度6英寸衬底片价格曾大幅下滑至成本线附近，近期受海外企业涨价带动，叠加能源及原材料成本传导，国内衬底片价格有所回暖，但后续主动提价的底气弱于海外厂商。

上述功率半导体上市公司相关人士告诉记者，针对下游旺盛需求，行业内多家企业已经对包括碳化硅在内的功率器件产品进行新一轮涨价，不排除近期实施新一轮提价。

成本下降 下游多个领域应用放量

本轮碳化硅产业高景气度是周期回暖，还是开启了新一轮增长？驱动力又来自哪些下游应用？

“本轮碳化硅行情是‘有效需求增长’与‘备库存需求释放’双重驱动的结果，具有较强的增长确定性，而非简单的表象回暖。”洪源表示，当前碳化硅的三大主力市场——汽车、光伏、充电桩——均处于高景气运行周期。与此同时，AI数据中心订单增长及需求预期上扬，叠加半导体行业整体涨价趋势，拉高终端厂商的备库需求。

洪源解释了需求增量的具体来源：一是汽车市场的高压化，800V平台渗透率提升，单车碳化硅用量持续提升；二是充电桩新能效国标将于2026年11月1日起实施，推动充电桩向更高效升级，加速碳化硅器件导入；三是海外储能尤其是户用储能市场维持较高增长速度。

多位功率半导体业内人士还提及，在汽车电子市场，由于英飞凌、安森美等大厂将更多资源倾斜到AIDC及服务领域，产能挤压叠加国际贸易格局重构等因素，带动汽车、工控用户加快采用国产碳化硅芯片及器件，进一步推高国产碳化硅的景气度。

碳化硅器件成本大幅下降，则是驱动下游应用放量的核心因素。记者了解到：碳化硅衬底制造环节占SiC功率器件总成本约47%，外延生长环节占比约23%，两者合计达70%；随着8英寸碳化硅晶圆技术逐步成熟，产能放量，碳化硅衬底片成本大幅下降，带动碳化硅芯片及模块成本降至下游可接受范围，与下游需求增长形成正向共振，推动产业快速增长。

更为重要的是，随着AIDC、先进封装、散热等需求持续增长，碳化硅有望开启新的增长曲线。

“AIDC的发展，将带动碳化硅在0.3kV至10kV甚至更高电压产品侧的持续增量需求；碳化硅作为散热材料(比如散热基板)在AI芯片的应用具有确定性，预计将于2028年起进入规模起量阶段。”洪源表示，随着新能源汽车、光伏市场的规模化验证完成，以及AIDC高压电源需求的即将爆发，碳化硅从“可选”变为“必选”的趋势已不可逆，成为AI时代的“电力管家”与“散热高手”，这有望使碳化硅走出自身局限，开启类似硅的成熟成长周期。

扩产提速 上游设备领域迎新增长

“多家碳化硅客户都是一次性下单了多台不同类型的量检测设备，且要求在4个月内完成交付。”提及碳化硅市场近况，上海昶睿半导体设备有限公司总经理唐德明告诉记者，衬底片、外延片、模块厂商扩产积极，碳化硅设备市场已经全面复苏。

记者注意到，自2025年下半年起，碳化硅产业链上衬底片、外延片、芯片制造等多个环节进入新一轮扩产阶段，且朝着大尺寸趋势发展，快速进入到8英寸晶圆时代，给半导体设备厂商带来新增长机遇。

上述上市公司高管在接受采访时表示，其公司新增设备订单主要集中在当前主流的8英寸晶圆市场，且订单规模同比增长明显，产品交期偏紧。在12英寸碳化硅晶圆制造方面，业内还处于研发阶段，在下游相关新应用领域实现规模化技术落地前，暂不会进入大批量量产阶段。

本轮扩产是否会致碳化硅产能的新一轮过剩？“名义产能与有效产能存在巨大差异，低端6英寸产能过剩与高端8英寸产能及车规级产品紧俏并存的格局，将依然是明确的趋势。”洪源表示，“有效产能”是指能真实落地且已通过客户大规模验证的产能，而大量规划中的“名义产能”因良率问题或客户验证未通过，实际上无法转化为有效供给。当前，扩产集中于头部企业，8英寸产能，考虑到本轮AI产业增长动力强劲，扩产周期通常为12至18个月，本轮衬底片、外延片扩产在短期内形成新一轮大规模、同质化产能过剩的风险相对可控。

上述上市公司高管称其观察到，当前行业扩产主要集中在头部衬底片厂商，整体偏理性，规模和节奏贴合下游实际需求情况，市场还未见盲目扩张的情绪。

事实上，碳化硅产业链正日趋成熟，具备了规模化供应能力，已经走到类似硅产业的成熟成长周期的起点。

5万亿餐饮赛道分化加速 行业关键转型期如何破局

◎记者 邹佳朴 伊妹儿

一边是头部连锁品牌的加速布局，另一边是传统正餐的增长乏力，我国餐饮业当下正经历“冰火两重天”的结构分化。

上海证券报记者近期调研发现，随着消费需求迭代与竞争逻辑切换，餐饮业进入总量缓增、结构分化、存量博弈的关键转型期，行业健康度与韧性面临挑战。推动产业升级、纠偏无序竞争、重塑增长逻辑，已成为行业可持续高质量发展的核心命题。

头部公司领跑，中小餐企承压，老字号谋转型

国家统计局数据显示，2025年全年国内餐饮收入达到57982亿元，同比增长3.2%，增速较2024年的5.3%有所回落。2026年1至4月，全国餐饮收入18883亿元，同比增长3.8%，仍是拉动服务消费的重要力量。

“当前行业已进入结构重构和加速分化的新阶段，增长重心已从客流恢复、门店扩张，转向经营效率、渠道协同能力和供应链管理。”上海社会科学院应用经济研究所助理研究员聂健赞向记者表示。

记者调研发现，行业现已形成鲜明的“两极分化+中间塌陷”格局，并呈现“强者恒强，弱者出局”的态势。

西式快餐代表百胜中国近日公布的2026年第一季度业绩整体表现强劲，其净新增门店636家，总门店数达18737家。该公司首席执行官屈翠容表示：“我们加速门店扩张，单季净新增门店创历史新高。公司实现连续第八个季度的系统销售额增长、经营利润增长和经营利润率提升。”

中国连锁经营协会的材料显示，百胜中国、蜜雪集团等头部连锁品牌凭借供应链、数字化、资本、品牌优势，持续下沉加盟门店、抢占流量资源，实现规模化盈利。中国餐饮业的连锁化率已从2020年的15%提升到2025年的25%。这一进程的加速，主要得益于供应链技术的成熟及消费市场对品牌化、标准化餐饮需求的持续增长。

中小商户则面临盈利困难的困境，并批量退出市场。重庆市两江新区统计发现，辖区现有8700余家在营餐企，小微型规模的为6800余家，近年来年更迭率约为40%。

面对“逆水行舟”的市场环境，不甘被贴上“旅游型餐饮企业”标签的老字号正在积极突围。全聚德总经理周延龙近期在接受新华网专访时坦言：“行业仍处于承压前行的关键阶段，多数餐企面临着规模扩张与效益保障的两难抉择，行业竞争日趋激烈。老字号曾因过度依赖旅游客群、模式僵化，遭遇业绩下滑的困境。”面对市场客流波动的行业痛点，全聚德近年转向“以质取胜、以体验取胜”的发展路径。

最新财报显示：传统餐企中，全聚德2025年归母净利润为775万元，同比下跌77.29%，扣非净利润由盈转亏；西安饮食连续第五年亏损，归母净利润为-1.46亿元；呷哺呷哺连续第五年亏损，税前亏损2.8亿元。

成本高、竞争烈、创新难，行业复苏承压

记者调研发现，刚性成本上涨侵蚀利润、“低价内卷”常态化、行业模式固化及消费行为结构性变迁已成为制约餐饮业复苏的重要因素。

首先，核心成本项均处于历史高位，且缺乏向下弹性。餐饮业是典型的“高固定成本、低边际利润”行业，当前租金、人力、食材成本均处于高位。聂健赞表示，平台费用、营销费用和流量成本持续抬升，利润空间被进一步压缩。

呼和浩特的餐饮从业者马学俊告诉记者，近几年身边经营不善的中小餐馆大多为成本所累，许多餐馆“开业第一年能赚一波热度维持经营，第二年就撑不下去了，只能关门”。

重庆市两江新区的市场管理人员观察发现，许多维持经营的大型餐饮企业同样承压，成本高、大规模宴请减少是主要原因。

其次，部分资本无序扩张扭曲市场竞争，外卖平台大战加剧收支失衡。业内人士反映，一些头部品牌凭借资本加持，通过低价策略、大规模加盟、并购整合等方式抢占市场，逐步形成隐性垄断，挤压中小商户生存空间，行业陷入低水平竞争。CIC灼识咨询董事总经理张辰恺表示，2025年全年近2/3出清商户经营周期不足两年。竞争不再是“谁能更快开店”，而是“谁能在更薄利润、

更低客单、更高波动环境下保持单店模型稳定、供应链可控、品牌可复购”。

重庆市观音桥好吃街营销部负责人张鹏介绍，好吃街与平台合作发售消费券，每户商家每年被平台随单抽取的费用在2万元左右，公司还需补贴给接券的商户1500余万元，“在促销力度大的阶段，我们在平台上卖一单亏一单”。

2026年4月出台的《互联网平台价格行为规则》明确禁止平台强制商户参加促销并承担费用，坚决遏制恶性价格竞争，但一位连锁餐饮企业内部人士透露，补贴只是转化为“满减券”“红包雨”“流量加权”等更隐蔽的形式，商户仍被裹挟，陷入“不参与没流量、参与没利润”的困境。

此外，消费行为结构性变迁，消费者需求从“饱腹型”转向“体验型”，情绪价值、社交属性、健康指标成为消费决策的核心影响因素，而“头部扩张快，中小老无力创新”的现实导致行业发展难以适配消费趋势。

“各类团购券、优惠券拉低了行业营收水平，也改变顾客的消费心态。”马学俊表示，消费者往往选择性价比更高的商家，降价、噱头引流虽是短期效应，却对行业健康度产生关键影响。许多顾客已成“薅羊毛”的心态，价格一旦恢复，他们就会选择远离。

张辰恺认为，目前的核心矛盾还来自供给侧的标准化难题与需求侧的高标准错位，中餐的“反工业化基因”与消费者对“好吃不贵且够快”的多重偏好叠加，使得品质、成本与全国化扩张的矛盾长期并存。

中国银河证券社会服务业首席分析师顾燕闻说，多数老字号的产品创新、品牌转型仍处于摸索阶段，尚未找到贴合当代消费群体需求、有效衔接市场的发展路径与运营策略。

一些中小商户告诉记者，想做数字化转型、推出新品，但是缺资金、缺技术，只能跟着头部品牌复制，赚点微薄利润。

苦练内功、精准施策，多元谋变破痛点

受访专家和业内人士认为，破解餐饮业当前困局，需要餐企主动求变、政府精准施策、平台规范运行、行业协同赋能，多方合力推动行业稳步向好。

首先，餐企需苦练内功，主动求变。“未来能够穿越周期的企业，通常都是品牌、产品、供应链和组织能力比较均衡的企业。”聂健赞认为，对企业来说，长期竞争力还是要回归基本面：一要有清晰的品牌定位；二要把供应链做扎实，提升产品稳定性和成本控制能力；三要强化数字化经营能力，把会员、渠道、营销和门店运营打通；四要提高组织效率，让研发、选址、运营和迭代都能跟上市场变化。

张鹏等人认为，面对存量博弈，餐企须放弃单纯降价冲量的短期思维，转向产品、体验与效率的长期竞争，即从“价格内卷”回归“价值竞争”，从而引导消费者从“价格敏感”转向“价值认同”。餐企需“做增量”而不再“卷存量”，通过研发新产品、培育新消费习惯、融合“Z世代”文化等方式创造差异化价值。

其次，需加大对餐企数字化转型和供应链升级的支持力度。聂健赞认为，中小企业在冷链配送、中央厨房、溯源体系等方面投入能力有限，相关部门可通过公共服务平台、专项支持计划、示范项目等方式提升企业精细化管理水平。

最后，进一步改善平台经济条件下的公平竞争规则。受访专家建议，仍需强化平台价格行为规则的执行刚性，建立“补贴穿透式监管”机制。可在费率透明、流量规则、促销边界和不正当竞争治理方面做得更细。正在“立规矩”到“真落地”，给企业带来更稳定的经营预期。