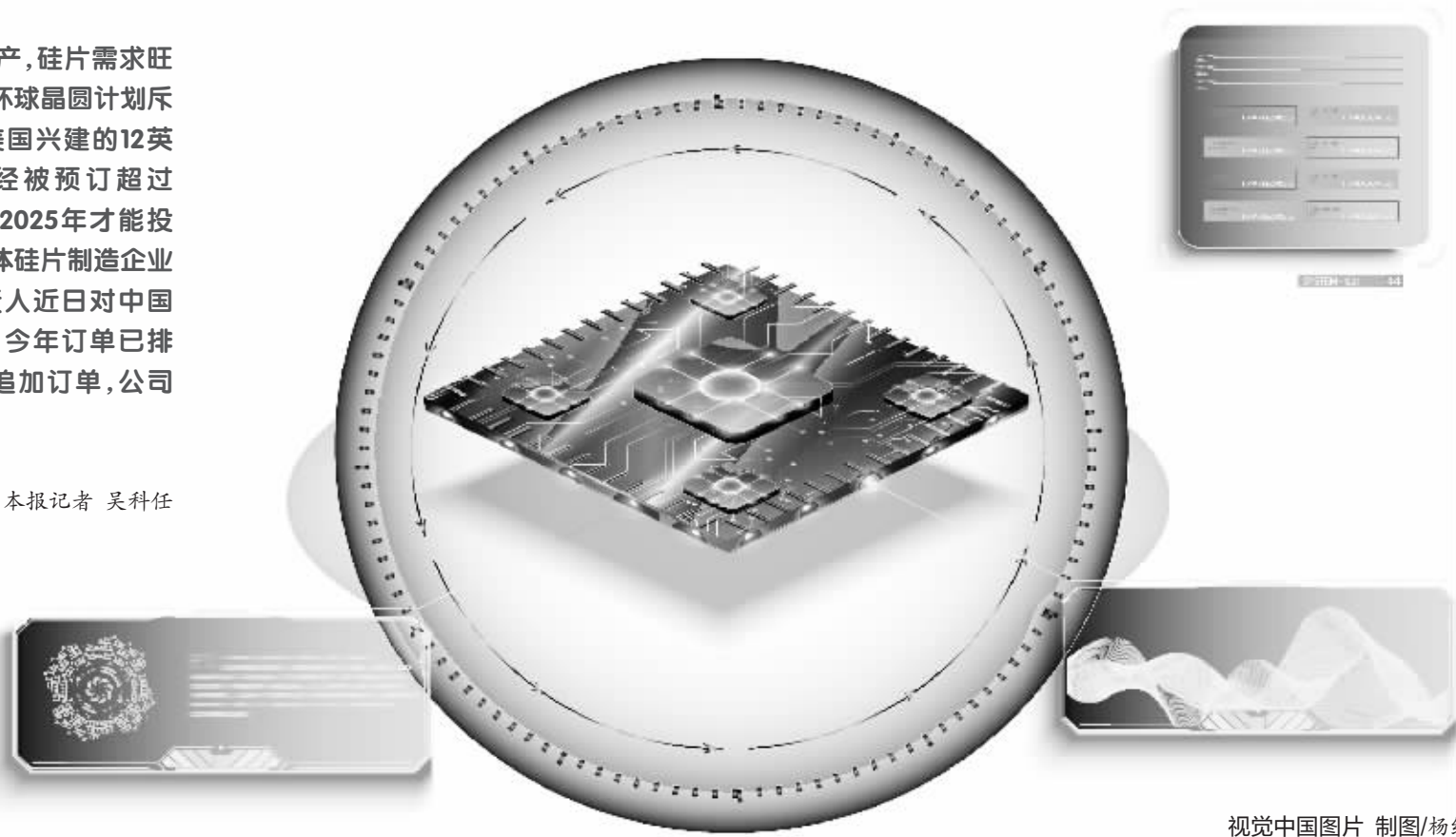


半导体大硅片抢手 厂商扩产马不停蹄

晶圆厂大举扩产，硅片需求旺盛。6月29日消息，环球晶圆计划斥资约50亿美元在美国兴建的12英寸硅片厂产能已经被预订超过80%，而该厂预计2025年才能投产。国内大型半导体硅片制造企业沪硅产业相关负责人近日对中国证券报记者表示，今年订单已排满，而且客户还要追加订单，公司将抓紧增产扩容。

● 本报记者 吴科任



视觉中国图片 制图/杨红

纷纷扩产

全球第三大半导体硅片制造企业环球晶圆日前宣布，计划斥资约50亿美元在美国得克萨斯州新建一座生产12英寸硅片的工厂。新厂预计2025年投产，最高产能达每月120万片。

环球晶圆表示，12英寸硅片是芯片制造不可或缺的关键材料之一，格芯、英特尔、三星、德州仪器、台积电等芯片制造厂纷纷宣布扩产，美国地区对硅片的需求将



大幅增长。事实上，今年2月初确认53亿美元收购德国半导体硅片企业Siltronic失利后，环球晶圆启动了新一轮扩产计划。彼时，环球晶圆给出的2022年至2024年总资本开支为1000亿元新台币（约36亿美元），包括新厂扩建。公司预计从2023年下半年开始逐渐释放新产线的产能。

沪硅产业则通过三家子公司积极扩产。其中，生产12英寸硅片的子公司上海新昇将在现有每月30万片产能基

“轻医美”走俏 客流高峰期将至

● 本报记者 倪铭

“现在有促销活动，价格低，热门产品五折起。”位于上海长宁区的一家连锁医美机构咨询师露西告诉中国证券报记者，目前“轻医美”消费者较多。相较于手术类项目，“轻医美”创伤小、见效快、单价低，备受消费者欢迎。

多款产品降价

“轻医美”主要指以注射、激光和超声疗法等方式，达到除皱抗衰、紧致提升、美白嫩肤等目的。浙商证券研报显示，“轻医美”产业规模5年年均复合增长率达到25%。暑期是“轻医美”客流高峰期，为了争夺客源，多家机构开展促销活动。据露西介绍，美国爱力根的原价13800元/ml乔雅登玻尿酸现价为7999元/ml；国产爱美客原价1999元/支的嗨体，现在同样价格可以买到

多地计划开展夏季水泥错峰生产

● 本报记者 董添

近日，湖南、江西等地陆续发布水泥行业夏季错峰生产计划。其中，湖南预计停窑时间超过40天。中国水泥协会副秘书长、数字水泥网总裁陈柏林对中国证券报记者表示，实施错峰生产可以有效缓解水泥产能过剩矛盾，同时减少大气污染物排放，对水泥行业实现稳增长作用较大。

开展错峰生产

湖南省水泥协会日前通知，水泥熟料企业于2022年6—8月开展错峰生产，全省正常生产的63条熟料生产线全部参与错峰生产，同厂区内有两条或以上窑线的，可根据窑线大小折算天数进行调剂，不得跨工厂调剂。停窑时间合计43天。其中，7月份停窑

15天，8月份停窑20天。

江西省水泥协会也在近日发布关于开展2022年6—7月梅雨季错峰生产及检查工作有关要求的通知，全省所有熟料窑线错峰生产15天，对单家工厂具有2条（含）以上窑线的，如确实所有窑线不能统一错峰，在保持本工厂错峰天数不变的情况下可通过其中的1条或2条窑线进行调节置换。计划外停窑的不纳入本次错峰生产时间。

此前，贵州、陕西等地已发布二季度水泥停窑计划安排，不少地区停窑时间超过1个月。中国水泥协会执行会长孔祥忠表示，水泥产量高低取决于市场需求，生产时限取决于季节变化。水泥的保质期一般只有3个月，超过需求进行生产会造成低价倾销、资源浪费，导致企业效益下滑。

值得注意的是，2021年爱美客销售毛利率达到93.70%。具体看，2021年溶液类和凝胶类注射产品毛利率分别为93.82%、94.55%，较上年同期分别增长1.37个百分点、2.61个百分点。今年一季度，爱美客的毛利率达94.45%，比茅台同期92.37%的毛利率高出逾两个百分点。

除了爱美客，玻尿酸头部企业华熙生物和昊海生科2021年毛利率均超过70%，分别达到78.06%和72.13%。

上游环节毛利率高

华熙生物近日接受机构调研时表示，公司是世界上最大的透明质酸原料供应商，开发出超过200个规格的医药级、化妆品级和食品级透明质酸原料产品。公司在全球市场拥有较为全面的资质，仅医药级透明质酸原料方面，公司已获得注册备案资质超过30项。

强监管利好头部企业

今年3月，国家药监局发布关于调整

全球最大的半导体硅片企业信越化学在今年2月下旬宣布，为应对旺盛的硅片需求，拟进行超过800亿日元的设备投资。另一家日本半导体硅片制造商胜高计划斥资2287亿日元扩大12英寸半导体硅片产能。

从供给端看，根据首创证券研报，今



管消费性电子需求持续疲弱，但服务器、高性能运算、车用与工控等领域结构性增长需求不减，成为支持中长期晶圆代工市场成长的关键动能，预计2021年—2024年全球晶圆代工产能年均复合增长率为11%。国际半导体产业协会近日表示，到2024年全球仍将面临芯片短缺的问题。

从供给端看，根据首创证券研报，今



年全球硅片产能增加量无法满足需求量，硅片供不应求的局面将持续。据国际半导体产业协会统计，截至2021年年底，全球有19条高产能芯片制造产线进入建设期，另有10条芯片制造产线于2022年动工，对半导体硅片用量将直线上升。全球半导体硅片产业将迎来新一轮供不应求的市场机会。



《医疗器械分类目录》部分内容的公告。公告显示，注射用透明质酸钠溶液用于注射到真皮层，主要通过所含透明质酸钠等材料的保湿、补水等作用改善皮肤状态，明确按照三类医疗器械监管。

开源证券认为，此次目录调整对医美行业上下游均会产生显著影响。从医美机构角度看，严监管下机构将进一步减少使用不合规产品，短期内将提升相关合规产品的采购需求；从上游生产厂商角度看，水光针定位明确后，各大厂商将加速推进产品申报，享受合规市场红利，预计合规的医美产品和医美机构龙头有望显著受益。

此外，此次目录调整将射频治疗仪和面部埋植线纳入了III类医疗器械监管。射频治疗仪代表产品主要有热玛吉、热拉提，可以在不开刀的情况下（非侵入式）起到提拉除皱效果等。面部埋植线目前国内合规产品主要包括紧恋、MINT等。



前，水泥价格已降至低位，不排除后期继续降价的可能性。

中国水泥网认为，今年以来，受房地产行业下行、疫情多点散发以及项目资金不足等因素影响，水泥需求表现不佳，水泥市场恢复不及预期。

“鉴于部分地区水泥价格已破成本线，后期继续下跌的空间有限，一些高价区仍有回落预期。预计进入7月份各地水泥价格将会筑底。”陈柏林对中国证券报记者表示，“下半年随着基建赶工以及房地产投资改善，尤其是8月份季节性旺季来临，水泥需求将回升。下半年需求有望看齐或略超去年同期水平，将带动价格触底反弹。”

国海证券研报显示，下半年基建有望发力，同时伴随房地产政策边际改善，水泥市场需求有望回暖。

酒业数字藏品技术规范 征集团体标准起草单位

● 本报记者 高佳晨

中国酒业协会官方网站日前发布通知，征集《酒业数字藏品技术规范》团体标准起草单位。此次征集的起草单位和起草人需要从事区块链、数字藏品技术、互联网平台等相关领域工作。中酒协表示，建立基于酒业数字藏品发行交易、保护创作者和收藏者权益的行业技术规范 and 标准体系十分必要。业内人士表示，目前我国酒业的数字化技术发展迅速，利用这些技术，可以在产品溯源和流通环节实现保真、鉴别等重要作用。

建立行业技术规范

“酒业数字藏品的核心技术包括底层标准技术、区块链平台技术、铸造制造技术等。技术规范适用于指导和规范酒业数字藏品的创意设计、信息采集、数字加工、铸造制造和发布经营等活动。”中酒协表示。

根据中酒协定义，酒业数字藏品为与酒产业、酒文化直接相关的数字藏品或数实结合的藏品，包括酒文化创意艺术作品、酒道展示馆（酒庄）和数实一体化的定制酒实物名品等。

中酒协表示，参照目前国际国内相关标准和最佳实践经验，酒业数字藏品技术规范旨在提供一个具体的、可操作的、适用于中国酒业数字藏品技术发展环境以及未来发展趋势的规范实施框架，为酒类产品溯本求源、真伪辨识、品质评价、酒圈社交、产品发布、品牌展示、营销推广等方面提供技术支持与服务管理规范。

酒企探索“数字化”

中国证券报记者梳理发现，已有不少酒企在数字化方面进行尝试。

今年5月19日，贵州茅台酒进出口公司宣布，将在全球范围开展“节气里的茅台”系列营销活动，其中包含数字藏品53款，分为二十四节气系列和传统节日系列两个类别。不过，活动协作方“头号藏品”平台随后发现大量“虚拟账号”涌入，且存在使用外挂批量参与抽签的行为，对正常用户权益造成侵害。随后“节气里的茅台”系列活动暂停。

此前的今年4月，金沙古酒宣布首批白酒数字藏品发布上线。今年3月，洋河股份推出首款白酒数字藏品“梦之蓝手工班（大师）”，首批上线的1368份4分钟即售罄。去年8月，黄酒龙头企业会稽山与蚂蚁链签署战略合作协议，搭建以“数字化+流通+金融服务”为核心的黄酒数字化流通平台，推出国内首个黄酒区块链产品——“数字酒庄”。会稽山相关负责人介绍，“数字酒庄”通过区块链技术，将实物酒锚定到区块链加密电子提货证，再结合“M2C”原厂直供发货、原厂智能仓储，实现数据完全闭环、不可篡改，保证数据和产品的可靠性。

2020年5月，五粮液董事长曾从钦公开表示：“要将区块链数字酒证与五粮液的实体产品锚定，探索消费、投资、收藏、存储等为一体的数字化消费新模式，提高五粮液的金融属性。”同期，五粮液宣布推出首张“数字酒证”。

实现产品溯源保真

目前，我国酒业的数字化技术发展迅速，利用这些技术开展产品设计与销售，可以在产品溯源和流通环节中实现保真、鉴别等功能。

“茅台、五粮液等头部酒企有大量纪念性产品和高附加值产品，这些产品的保真非常重要。企业可以利用数字化技术来保证这些产品在收藏市场与投资市场的流通效率，增强企业的品牌信任度、维护企业的声誉、保障消费者与收藏者的利益。”白酒行业分析师蔡学飞表示。

从目前情况看，头部酒企的数字化基本上是和国内数字化巨头如华为、蚂蚁等进行合作，开发相应的软件与技术。蔡学飞说：“目前酒企还不具备这样的科研能力进行独立开发，也没有必要。毕竟酒企的核心职能是酿造好酒，而数字化技术应用于流通环节，酒企可以借力，从而发挥其资源优势。”

酒水行业研究者欧阳千里认为，唯有标准统一，才可能有价值。如果酒企可以随意发行数字藏品，那就属于自娱自乐了。



视觉中国图片