

# 皮尔巴拉锂精矿拍卖价重拾涨势 需求旺盛 锂盐行业景气度高企



8月3日，锂价风向标澳大利亚锂矿商皮尔巴拉(Pilbara)披露了第八次锂精矿拍卖结果，最终成交价为6350美元/吨，较7月13日拍卖成交价上涨2.6%，与6月23日持平。

国内锂盐价格近期结束横盘，开始出现小幅上涨。光大证券表示，锂盐行业2022年至2023年仍处于供应偏紧状态，不排除2022年下半年锂盐价格再次突破50万元/吨的可能性。

## 下半年锂盐价格将维持高位

Pilbara公告显示，此次共计拍卖5000吨的5.5%品位锂精矿，在30分钟的拍卖过程中收到了67次出价，预计9月中旬交付。上海钢联表示，按照90美元/吨的运费测算，折合电池级碳酸锂成本超45万元/吨，产出的碳酸锂预计在12月进入市场。

7月13日，Pilbara锂精矿拍卖成交价为6188美元/吨，是其拍卖史上首次出现下跌。“8月2日拍卖成交价重拾涨势，较前次拍卖上涨162美元/吨，反映出市场对于锂盐价格仍持乐观态度。”上海钢联分析师曲音飞表示。

业内人士表示，Pilbara的锂精矿拍卖一直是全球锂精矿价格走势的风向标，每次拍卖的体量不大，在当前全球对锂矿资源巨大的需求下制造出一种稀缺感，容易拍出更高的价格，并在此轮锂矿价格上涨的过程中起到了推波助澜的作用。此次拍卖价较2021年首次拍卖上涨5100美元/吨，价格涨幅高达408%。

“海外锂精矿拍卖模式逐渐兴起，拍卖价格将充满不确定性，也在不断挑战锂产品冶炼企业心理价位。2022年下半年成本端支撑明显，随着长协价格走高，锂盐产品制造成本不断提高，下半年锂盐产品价格将维持高位。”曲音飞说。

上海有色网分析师靳怡告诉中国证券报记者，近期国内锂盐价格结束了6月底至7月中旬的横盘趋势，出现小幅上涨。截至8月3日，电池级碳酸锂均价为47.15万元/吨，较今年年初上涨近70%。

多家机构预测，锂盐价格或再次突破50万元/吨，全年价格有望围绕55万元/吨震荡。

## 行业景气度持续提升

得益于下游新能源汽车产业旺盛的需求，锂盐价格维持高位震荡，行业景气度持续提升。

8月3日，工信部数据显示，上半年全国锂离子电池产量超过280GWh，同比增长150%，全行业收入突破4800亿元。且电池级碳酸锂、电池级氢氧化锂(微粉级)价格高位震荡，上半年均价分别为44.5万元/吨、43.2万元/吨。

受新能源汽车下乡活动和各地新能源车补贴政策刺激，下半年新能源车销量有望持续攀升。

近日，海南省商务厅等多部门就开展2022年鼓励淘汰老旧汽车综合奖励申报工作发布通知。根据通知，满足淘汰老旧汽车奖励条件的机动车所有人可申领8000元奖励资金，仅限新能源汽车。据记者不完全统计，目前已有海南、广东、上海、北京、湖北等多地出台“汽车以旧换新”政策，新能

## 需求快速增长

# 百亿级培育钻石市场再添新玩家

● 本报记者 吴科任

持续火热的培育钻石市场再添一位新玩家。8月2日，上交所上市公司惠丰钻石公告称，公司于8月1日成功研发出培育钻石产品。

业内人士表示，随着行业的推动和消费者的逐步认可，培育钻石产品需求保持快速增长态势。浙商证券预计，2022年-2025年全球培育钻石原石需求价值量从143亿元增至313亿元，年均复合增速达30%。

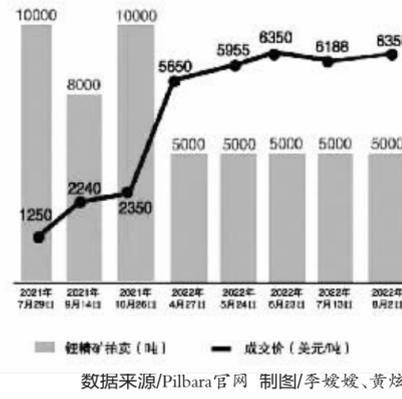
## 产品已达可售标准

8月3日，惠丰钻石股价大涨16.80%，成交额达1.1亿元。这与公司一则利好消息相关。

惠丰钻石8月2日公告称，8月1日，公司成功研发生产出培育钻石产品。公司采用CVD(化学气相沉积)技术，通过MPCVD(微波等离子化学气相沉积)通用设备与工艺系数改进相融合方式进行培育钻石研发与生产。在与市场上的培育钻石产品进行对比后，公司研发的培育钻石已达到可售标准，目前产品质量仍在进一步优化中。

惠丰钻石表示，新产品成功研发后，公司将在原有金刚石微粉基础上延伸产业链，加快打造培育钻石规模化生产能力，提升公司综合竞争实力。未来公司将在保持微粉行业领先地位的同时，加大布局CVD金刚石在珠宝、精密刀具、半导体器件、集成电路散热、传感器及激光等精密材料应用领域的业

## Pilbara历次拍卖情况



源汽车成为鼓励消费的重点对象，其购买需求将进一步释放。

乘联会表示，新能源汽车产能利用率逐步提升，蔚来、特斯拉、广汽埃安等厂商进一步扩产，预计下半年可实现产能爬升。中汽协预计，2022年新能源汽车销量有望达到550万辆，同比增长56%以上。

务，助力公司快速发展，进一步提升盈利能力。

根据招股说明书，惠丰钻石和河南工业大学、惠州比亚迪电子有限公司建立了金刚石电子应用联合实验室，致力于培育钻石3C应用研发、金刚石复合手机背板材料的研发、6G产品金刚石导热材料的研发等。公司期望建立一条完善的培育钻石生产线。

培育钻石，即人造金刚石单晶中质优粒大可以用于制作首饰的宝石级人造金刚石单晶。培育钻石产品在晶体结构完整性、透明度、折射率、色散等方面可与天然钻石相媲美。作为全球钻石消费的新兴选择之一，培育钻石产品在品质、价格、环保等方面具有竞争优势。

公开资料显示，培育钻石饰品的销售价格约为同等级天然钻石饰品销售价格的30%-50%。目前，我国培育钻石厂商普遍能够稳定生产1克拉-3克拉大颗粒宝石级培育钻石毛坯。

## 上市公司竞相布局

除了惠丰钻石，入局培育钻石市场的实力玩家不少，包括力量钻石、黄河旋风、中兵红箭、四方达等上市公司。

力量钻石专注于人造金刚石产品研发、生产和销售，主要产品包括金刚石单晶、金刚石微粉和培育钻石三大产品体系。2021年，培育钻石产品为力量钻石贡献收入1.97亿元，收入占比达39.57%，较2020年提高24.32个百分点，成为公司第一大收入。



视觉中国图片 制图/韩景丰

## 企业加快扩产步伐

在锂盐价格维持高位的背景下，锂矿产业链企业纷纷加大了锂资源的储备力度。

锂矿企业方面，7月28日晚，雅化集团公告称，全资子公司兴晟锂业拟以不超过9290.47万美元的总价收购普得科技70.59%的股权，间接持有其控股子公司KMC公司60%的股权。KMC公司拥有位于津巴韦的Kamativi矿区锂锡铋铍等伟晶岩多金属矿100%的矿权。雅化集团表示，随着该项目建成投产，将进一步提升公司锂资源自给率，为公司未来锂盐产线扩张提供充分的资源保障。

锂电池企业方面，亿纬锂能7月21日晚公告称，公司拟与紫金矿业、瑞福锂业签订《投资协议书》，三方拟在湖南省成立合资公司，亿纬锂能持股26%、紫金矿业持股34%、瑞福锂业持股40%；分期投资建设年产9万吨锂盐项目，项目总投资规模预计为30亿元。

除加强布局上游锂资源外，不少锂矿企业加快了扩产步伐。藏格矿业日前表示，将在2022年有序扩产盐湖提锂项目，麻米错盐湖提锂项目预计从2022年下半年开始建设，2023年下半年建成试生产。盐湖股份日前也宣布，拟70.8亿元投建年产4万吨基础锂盐一体化项目。

7月14日晚，江特电机公告称，为应对锂辉石原材料价格上涨，提高产能利用率，公司从2021年四季度开始对两条利用锂辉石年产1.5万吨锂盐生产线进行锂云母兼容改造。目前，混线改造完成，公司现有的四条锂盐产线均具备了利用锂云母制备碳酸锂的能力，在确保产线稳定运行的情形下，公司利用锂云母制备碳酸锂产能将增加一倍以上。

东莞证券表示，2022年各大锂盐企业相继扩产，众多锂矿、电池、有色金属开采企业抢抓市场机遇，进军锂电产业。在优质锂资源稀缺的情况下，能够保障自身锂资源供给的企业将受益匪浅。

值得一提的是，由于产品价格大幅提升，2021年力量钻石的培育钻石业务毛利率高达81.38%，同比提升14.56个百分点。

黄河旋风主营产品涵盖超硬材料及制品、超硬复合材料及制品等。2021年，公司超硬材料产品实现销售收入16.45亿元，同比增长38.99%，主要由细分产品培育钻石产品销售增长贡献。

公开资料显示，黄河旋风从2001年开始启动培育钻石研发项目，先后完成1克拉-20克拉高级无色及彩色培育钻石合成技术开发，90%以上产品达到钻石颜色最高等级D级。

培育钻石是中兵红箭全资子公司中南钻石进军消费领域、实现转型升级的重要战略产品，其在大尺寸产品方面占据技术优势地位，目前可以稳定生产30克拉以内的大尺寸高温高压法宝石级培育金刚石单晶，能批量供应3克拉以上高品质高温高压法宝石级培育金刚石产品。

四方达主要从事超硬材料及其相关制品的研发、生产和销售。今年6月，公司增资控股了天璇半导体。据了解，天璇半导体在培育钻石产业链核心技术领域具较强的研发能力，自主研发MPCVD设备制造及培育钻生产技术，能稳定产出无色CVD培育钻石，并经专业人士鉴定为E/F色级。

近年来，全球范围内天然钻石生产商、培育钻石生产商、时尚珠宝品牌以及新兴珠宝品牌都在积极开展培育钻石零售端的布局。分析人士表示，培育钻石作为天然钻石的替代产品，随着市场接受程度的提高，市场规模正迅速扩大。

# 大额定增频现 航空公司进入运力扩充期

● 本报记者 金一丹

中国国航、中国东航日前先后公告称，拟定增不超过150亿元，用于引进飞机及补充流动资金。同时，国内三大航空公司近期还与空客签订购机协议，合计采购292架A320NEO系列飞机。

业内人士表示，运力补足、机队更新是新机型采购的主要目的，反映了航空公司对于未来民航需求复苏的乐观判断。

## 定增补充资金

近期，中国国航、中国东航等国内航空公司陆续通过定增的方式募集资金，缓解经营压力。

中国国航8月2日晚公告称，拟通过非公开发行股票募集资金不超过150亿元。其中，拟投入108亿元用于引进22架飞机项目；42亿元用于补充流动资金。

中国国航表示，本次募集资金投资项目完成后，引进22架飞机项目将进一步增强机队规模、优化机龄结构，扩充航空承运能力、增加现有航线的班次密度及为增开新航线打下基础；补充流动资金项目有利于改善公司财务状况、优化公司的资本架构、增强公司的抗风险能力。

中国东航今年5月发布公告，拟通过非公开发行股票募集资金不超过150亿元。其中，拟投入105亿元用于引进38架飞机项目；45亿元用于补充流动资金。

据公告，中国东航引进的38架飞机机型包括4架C919飞机、24架ARJ21-700飞机、6架A350-900飞机及4架B787-9飞机，预计于2022年至2024年交付。其中，C919和ARJ21-700均为中国商飞制造的国产飞机。

中国东航表示，本次募集资金投资项目将扩大机队规模及优化机队结构，提高公司航空承运能力，同时缓解公司

日常经营活动的资金需求压力，保持公司可持续发展，巩固和提升行业地位。

南方航空早在2021年10月发布了定增预案，拟通过非公开发行股票募集资金总额不超过45亿元，全部用于补充流动资金。

华泰证券研报表示，定增将有效补充航空公司日常经营，并为“十四五”期间运力扩张提供资金保障。

## 加速提升运力

引进飞机、扩充运力是航空公司募资的重要原因。

中国国航、中国东航、南方航空7月1日发布公告，公司均与空客签订购机协议，合计采购A320NEO系列飞机共292架，合计购置金额将达372.57亿美元，约2491亿元人民币。其中，南方航空计划采购96架，中国国航计划采购64架，国航控股子公司深圳航空计划采购32架，中国东航计划采购100架。

数据显示，截至2021年末，中国国航机队共有客机(含公务机)746架，平均机龄为8.23年；中国东航共运营758架客运飞机(包括6架公务机)，主力机型平均机龄约为7.7年；南方航空共有客机862架，平均机龄为6.2年。

航空工业发展中心发布的《民用飞机中国市场预测年报(2021-2040年)》显示，从长周期来看，我国航空客周转量将保持较快增长。预计2021年-2040年，我国需补充民用客机7646架。其中，宽体客机1561架，窄体客机5276架，支线客机809架。

随着新冠疫情逐步得到控制，航空客运需求正加速恢复。2021年，民航业完成运输总周转量857亿吨公里、旅客运输量4.4亿人次，同比增长7.3%和5.5%，已恢复至2019年的66%和67%。

华泰证券表示，随着供需结构改善，叠加经济企稳全票价提升，航空公司收益水平有望取得突破。



新华社图片

# 传统节日推动消费升温 七夕主题套餐线上销量猛增

● 本报记者 高佳晨

海口香格里拉酒店营销经理卿颀翊介绍，针对七夕节，酒店在两周前就已经推出售价1888元的浪漫套餐，性价比较高。7月底，酒店还推出了热气球主题下午茶，适合情侣约会留念。

近年来，为了七夕的节日仪式感，越来越多的消费者开始选择提前预订的方式，确保当天的规划顺利实现。美团数据显示，截至七夕前一周，今年提前预订七夕当天餐厅的订单量同比大幅增长。其中，哈尔滨、昆明、沈阳、南京、济南、重庆、长沙、厦门、武汉、合肥等城市增幅均超过100%。

## 提前推出七夕专属服务

上海淮海路法餐厅弦月窗创始人苏大圣告诉记者，今年七夕，餐厅结合“乞巧吃巧果”的传统，专门推出“七夕限定双人餐”，并提前两周在线上开启了七夕订座通道。

“手机线上订座功能对中高端餐饮来说十分实用，不仅能让消费者避免当天扎堆排队等候，确保用餐体验，还能让餐厅根据预订情况提前安排运营。”苏大圣介绍，截至7月29日，店内七夕当晚7点30分至9点30分时段内的45桌座位已全部订满，比去年订满时间提前了四天。

杭州西餐厅mamala创始人万征告诉记者，店内30多桌七夕当天的座位基本在半个月前就已订满，越来越多的年轻人倾向通过线上平台的订座功能提前锁定位置。“每年七夕消费都比较火热，预计今年七夕当晚的翻台率会较平时增长30%至40%。”

无论餐厅还是酒店，除满足消费者的预订需求外，还纷纷通过互联网平台推出各色七夕专属主题套餐吸引消费者，在菜单和服务上下功夫的同时，也将房间布置、晚餐、鲜花、红酒、旅拍等与住房打包售卖，打造一条龙服务。

海口香格里拉酒店营销经理卿颀翊介绍，针对七夕节，酒店在两周前就已经推出售价1888元的浪漫套餐，性价比较高。7月底，酒店还推出了热气球主题下午茶，适合情侣约会留念。

近年来，为了七夕的节日仪式感，越来越多的消费者开始选择提前预订的方式，确保当天的规划顺利实现。美团数据显示，截至七夕前一周，今年提前预订七夕当天餐厅的订单量同比大幅增长。其中，哈尔滨、昆明、沈阳、南京、济南、重庆、长沙、厦门、武汉、合肥等城市增幅均超过100%。

在对比分析2月14日、七夕等浪漫节日订单数据后，美团外卖发布了“浪漫经济消费数据报告”。报告显示，在节日当天买礼物正成为年轻人的消费新趋势。结合订单情况及用户搜索关键词来看，浪漫型节日中，最受用户欢迎的前几名商品分别为玫瑰、巧克力、口红、香水、护肤套装。

美团外卖数据显示，今年5月20日，节日礼赠相关商品销量同比增长300%；今年2月14日，节日礼赠相关商品销量同比涨幅高达25%。从订单下单时间来看，浪漫型节日当天凌晨0-1点成为第一个送礼高峰，上午9-11点成为全天订单最高峰时段，占全天订单量近三成；中午和下午订单量占全天订单量近五成。

“预计今年七夕的首个订单小高峰也将出现在凌晨0-1点。”美团外卖相关负责人表示，为满足用户节日当天即时送礼的需求，平台在七夕节前早就与鲜花、美妆、数码商家进行了沟通，做好货准备。