



# 轻工纺服&教育 21W40 周观点： 力量钻石登陆创业板 培育 钻石行业加速崛起中



## 周观点

黄金珠宝：培育钻石新兴制造商力量钻石登陆创业板，首日涨幅超 11 倍、最新市值为 151 亿元。1) 公司维度上看，力量钻石是国内人造金刚石领军企业，金刚石单晶、金刚石微粉营收占比较高，培育钻石营收增长快速，2020 年三大业务营收占比分别为 41.85%/42.43%/15.3%。2017-2020 年公司收入从 1.42 亿元提升至 2.45 亿元，2021H1 实现营收 2.18 亿元 (+125.38%)，主要是疫情逐渐恢复、培育钻石产能放量以及价格提升带动。伴随着培育钻石合成技术发展以及消费者认知程度提升，公司加大机器设备等资本性投入并转移产能方向，1H21 六面顶压机增至 483 台 (1H20 为 277 台，同比+74%)，增量中大部分为培育钻石方向；且 3 克拉以上大颗粒培育钻石产销量占比提升带动业绩和毛利率快速提升。

1H21 培育钻石实现营收 0.89 亿元 (2020 年全年为 0.37 亿元)，营收占比升至 40.78%、成为主要营收来源；公司毛利率、净利率在 1H21 受益于高毛利率培育钻石业务占比的迅速提升实现大幅提升，分别达到 65.2%、49.5%，相比 2020 分别增加 21.6pct、19.7pct。

2) 从行业维度上看，培育钻石为真钻，与天然钻石具备几乎相同的物化特性。二者使用共同的 4C 认证标准，拥有 IGI、GIA 和 HRD 认证。且培育钻石价格优势明显，仅为天然钻石的 20%-35%。在行业组织建立、技术规范制定、合成技术提升以及生产成本降低推动下，培育钻石正快速崛起中。目前产业链已成熟布局，上游和下游呈现高毛利特征。上游主要以

HTHP 和 CVD 法生长，2020 年全球培育钻石产量约为 700 万克拉（渗透率为 6%），中国厂商主要是 HTHP 技术、贡献超一半市场份额。千禧一代 & Z 世代消费崛起以及培育钻石（价格、形状、颜色）特性创造出新需求，培育钻石后续有望在时尚饰品以及轻奢婚嫁领域产生替代，价格优势下三四线城市婚庆市场渗透率或将提升。后续投资顺序建议布局产能优先-技术领先&管理控费突出-下游品牌商。

轻工：蓝月亮集团 2021H1 营业收入 23.55 亿港元，同比减少 3.30%；毛利为 12.59 亿港元，同比减少 19.19%；归母净亏损 0.44 亿港元，较去年亏损 3.46 亿港元。分产品看，1H21 公司衣物清洁护理产品实现营收 19.6 亿港元（+16.5%），维持稳定增长；由于 1H20 年个人及家居清洁护理用品高基数，1H21 公司个人及家居清洁护理用品分别实现收入 2.2 亿港元（-53.5%）、1.8 亿港元（-37.6%）。分渠道看，1H21 公司线上销售、大客户直销以及分销分别实现营收 16.4/1.71/5.44 亿港元，同比变动 +14.6%/-9%/-33.3%。

### 周组合

轻工：敏华控股、顾家家居、欧派家居、百亚股份  
纺服：华利集团、李宁、安踏体育、申洲国际

风险提示：房地产销售波动；中美贸易摩擦；行业竞争加剧；汇率大幅波动。

关键词: 创业板 疫情 黄金

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

[https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1\\_26942](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_26942)

