



非洲猪瘟等因素推动猪肉价格仍存上涨空间

□本报记者 傅苏颖

猪价上涨

全国生猪价格近两月持续上涨。其中,山东省生猪价格近日创今年以来新高。业内人士认为,受去年8月以来非洲猪瘟疫情影响,部分地区生猪和能繁母猪产能下降明显。同时,夏季母猪受孕率较低,叠加冬春受腹泻等因素影响仔猪成活率低,近期生猪出栏存在季节性低位。而去年年底生猪基础产能下降,导致今年6、7月份以来生猪供应减少,价格持续上涨。山东作为猪肉主产地,自然受到不小影响。从全国层面看,猪肉价格依然处在上涨通道,供需关系未得到明显改善,预计未来猪肉价格依然面临着较大的上涨压力。

山东省畜牧总站发布的最新统计数据表示,山东省生猪价格为19.17元/公斤,创今年以来新高。据山东省畜牧总站对全省26个集贸市场价格定点监测数据,7月22日至7月28日,山东省生猪平均价格为19.17元/公斤,同比回升49.77%,环比回升0.31%。猪肉价格上涨至31.60元/公斤,同比上涨45.69%,环比上涨0.54%。猪粮比价为9.26:1,环比降低0.64%。仔猪价格继续向上。当前,仔猪价格为45.03元/公斤,同比上涨98.28%,环比上涨1.51%。进入8月,猪肉需求将逐步增加,但出栏量环比将继续下降。山东省1100余个规模猪场监测数据显示,截至7月末,监测生猪出栏同比下降38.94%,环比下降15.69%,供需缺口将进一步扩大。

中国食品产业分析师朱丹蓬对中国证券

报记者表示,山东省生猪价格创新高,原因在于山东8月份出栏量持续降低,造成整个生猪价格持续上涨。“受非洲猪瘟疫情影响,相关养殖企业为加强风险控制,加大硬件投入。如猪瘟的监控和预防,这在一定程度上增加企业的成本,进而助推猪肉价格上涨。”

不仅是山东省,全国生猪价格都在持续上涨。农业农村部相关负责人近期表示,猪价上涨较快,主要是受非洲猪瘟疫情影响。去年四季度以来,生猪和能繁母猪产能持续下降,猪肉市场供给偏紧的效应近期开始集中显现。据农业农村部监测,6月份猪肉批发市场均价为每公斤21.59元,环比上涨4.7%,同比上涨29.8%。据农业农村部信息中心和卓创资讯联合监测,2019年第30周(即7月22日-7月26日),16省(区、市)瘦肉型白条猪肉出厂价格总指数的周平均值为每公斤25.34元,同比上涨43.1%。

苏宁金融研究院高级研究员付一夫表示,近期全国生猪价格持续上涨,根本原因在于猪肉供给短缺。其中,自去年8月以来,受非洲猪瘟疫情影响,部分地区生猪和能繁母猪产能下降幅度明显。另外,夏季母猪受孕率较低以及冬春受腹泻等因素影响仔猪成活率较低,近期生猪出栏存在季节性低位。同时,按照生猪的生产规律,从母猪怀孕、仔猪出生到育肥猪出栏,大约需要10个月时间。去年年底生猪基础产能下降,导致今年6、7月份以来生猪供应减少,价格持续上涨。山东作为猪肉主产地,自然受到不小的影响。

行业龙头温氏股份8月5日发布公告,公司7月销售商品肉猪173.23万头,收入32.22亿元,销售均价为17.37元/公斤,环比变动幅度分别为-10.23%、-3.39%、11.35%,同比变

动幅度分别为2.10%、30.23%、36.88%。公司称,7月公司商品肉猪销售收入同比上升,主要是受国内生猪市场行情变化的影响,销售均价同比上升所致。中国证券报记者梳理发现,除7月份外,今年以来温氏股份销售商品肉猪头数环比下滑的还有2月份、3月份和6月份。

朱丹蓬表示,温氏股份今年以来肉猪出栏量出现四个月环比下滑的情况。这是因为公司部分肉猪委托农户养殖,受非洲猪瘟的影响,养殖成本上升,导致部分中小型养殖户退出市场。从目前情况看,其他企业或多或少存在类似问题。“非洲猪瘟对相关上市公司将带来一定冲击,如生猪出栏量下降,并影响利润和营收等。对大型养殖企业而言,总体影响不大,由于部分中小养殖户退出市场,有利于行业集中度提升。”

保障供应

在生猪价格持续上涨的背景下,浙江、广东等地近期密集发布政策,出手稳定猪肉价格,保障猪肉供应。7月25日,广东省发布“猪十条”,将最低生猪出栏量纳入“菜篮子”市长负责制考核。浙江省级财政对符合条件的规模养殖场给予每头500元的引种补贴。四川省则对标准化养殖场建设加大支持。

对于猪肉价格上涨态势能否得到缓解的问题,付一夫认为,由于猪肉是与民生息

息相关的日常消费品,放任猪肉价格一直上涨会对整个民生造成影响。同时,通胀压力会进一步增大。因此,部分省份出台政策稳定市场预期。从全国层面看,猪肉价格依然处在上涨通道,猪肉供需关系仍未得到明显改善,预计未来猪肉价格依然面临着较大的上涨压力。

朱丹蓬认为,考虑到每年8、9月份的中国传统节日,市场对猪肉需求量存在持续上升势头。从猪的生产周期看,预计今年第三季度

这个问题能够得到解决。朱丹蓬进一步解释称,猪周期一般4个月左右,存栏量随着时间节点会持续上升。年底猪肉需求会加大,养殖户对这种情况也很清晰。因此,第三季度之后,预计猪肉市场供求会趋于平衡,猪肉价格会出现逐渐下降的态势。随着猪周期的轮回,此次猪瘟的影响会得到缓和。预计第四季度猪肉价格趋于平缓,但相比去年同期价格有所上升,大概在20%左右。

华泰证券指出,供给方面,能繁母猪存栏同比、环比下降幅度远超前轮周期。通过草根调研了解到,不少地区生猪产能去化幅度超过50%;需求方面,短期主要受疫情影响。中期对需求最大的影响因素是价格,长期则主要受老龄化和消费习惯改变等因素调节。上述变化对猪肉需求的影响是缓慢的。基于此,预计2020年全国生猪均价区间在24-27元/千克。如果能繁母猪存栏进一步削减,全国生猪均价可能会进一步抬高。

ChinaJoy遇冷折射游戏行业洗牌

□本报记者 于蒙蒙

8月5日,一年一度的游戏业盛会ChinaJoy在上海落下帷幕。中国证券报记者在展会期间走访各家游戏展商听到最多的词汇是“冷清”。一些多年参展的公司悄然消失,发布会活动亦锐减过半。而尽管有机构披露上半年行业收入正增长,但“产品荒”让不少中小厂商日子不好过。业内人士指出,ChinaJoy展会出现的变化,反映出行业的现状。随着行业洗牌,龙头企业的地位在竞争中得以进一步巩固。出海业务则成为赢家们的另一块战场。

中小厂商“逃离”

大批中小厂商和渠道商未参与此次展会,这引起业内关注。“前几年比较热闹的应用商店渠道,类似应用宝、UC、百度等都不见了,取而代之的是一些手机厂商以及手机运营商渠道,还有一些依靠游戏的直播平台。不过,斗鱼等几家头部直播平台未来参会。”深圳一家手游公司

人士沈昊(化名)称,往年各种周边活动大概150多个,今年大概缩减一半。ChinaJoy展商的变化反映了行业的现状。

“2016年、2017年,ChinaJoy可以说是盛大的聚会。当时,我以游客身份来参观,整个会场水泄不通到处都走不动。”华东一家游戏上市公司人士黄凌(化名)不免感慨。

自2018年3月末开始,国产游戏版号审批出现长达9个多月的停滞期。“尤其是2018年下半年开始,版号政策收紧,厂商不是特别好过,这在ChinaJoy上能大体反映出来。”黄凌表示,今年展会期间发布会比往年少,可能是受早前政策的影响,中小型游戏厂商还没有缓过神来。伽马数据《2019年1-3月移动游戏报告》显示,今年一季度,收入TOP50的新游数量较去年同期大幅下滑,仅为3款;去年同期这一数据为8款。上海一家券商传媒分析师指出,产品荒主要涉及中小厂商,中长尾的游戏增速放缓影响了整体行业。

此次ChinaJoy的展位也出现了一些微妙变化。在一家游戏龙头企业工作的杨慧(化名)发现,腾讯在寸土寸金的N4馆比去年多租了一个展位,“N4馆是一个核心展馆,几个大厂商都在N4馆,这里有集聚效应。”往年展馆的主要参展对象是主流游戏厂商,今年则多了包括快手、百度贴吧等新面孔。沈昊指出,新势力出现也折射出行业的现状。ChinaJoy对厂商来说花费不菲,现金流好或处于快速发展的企业才能够投入。

出海业务受追捧

展会冷清,但游戏出海业务受到追捧。领军企业尤其重视海外业务。

8月1日,在2019年中国国际数字娱乐产业大会上,多家企业高管均不同程度谈及对出海业务的重视。巨人网络总裁刘伟指出,推动文化出海,游戏拥有独到的优势,并介绍该公司在年初启动的出海计划。腾讯公司高级副总裁马晓轶介绍,在相关媒体的IP出海报告中,腾讯占据

了榜单前二十中的十一席。今年上半年,游族网络在海外发行的《权力的游戏 凛冬将至》页游英文版获得多次Facebook全球推荐。

中国证券报记者注意到,B馆云集众多游戏服务商,其中以出海业务的居多。一家杭州的金融科技人士介绍,该公司立足跨境收款,将金融科技产品与海外游戏、变现等业务相结合,定制一套应用收款方案。在相隔不远的展位,一家广州专门服务出海业务的翻译公司展位上罗列众多游戏产品LOGO。该公司负责人称,公司目前布局海外多地,为游戏厂商提供多种语言版本。

出海受追捧得益于收入的迅猛增长。伽马数据日前发布的游戏产业半年报报告显示,今年上半年,中国自主研发网游海外市场实际销售收入为57.3亿美元,同比增长23.8%,较去年同期增速有所突破。伽马数据指出,这一变化受到多方面因素影响。首先,中国游戏市场发展迅速,游戏研发水平不断提高,从而增强中国自研产品在海外市场的竞争优势。其次,国内市场压力较大,很多企业在海外市场寻找机会。

嘉麟杰

拟2.6亿元收购北极光电 切入光通信行业

□本报记者 杨洁

嘉麟杰8月5日晚发布公告,公司拟通过发行股份方式向上海永普及深圳和普购买其合计持有的北极光电100%股权,交易价格2.6亿元。交易完成后,公司将在纺织与服装业务之外,新增光学滤波片、光通信器件及模块制造业务。嘉麟杰表示,通过本次交易切入具有良好发展前景的光通信行业,有利于公司及时把握光通信行业5G发展浪潮,化解公司单一纺织业务运营带来的风险。

需求增长

嘉麟杰董事长王忠辉接受中国证券报记者采访时表示,此次并购北极光电是围绕战略和新兴产业来进行布局。虽然此次交易体量较小,但为嘉麟杰打通未来全新发展空间拉开序幕。

根据交易预案,北极光电是一家以光学镀膜技术为核心的集研究、开发、生产和销售于一体的高新技术企业,其主要产品包括光学滤波片、光通信器件及模块等,产品应用于光通信、光学传感、生物光子学等高科技领域,在光通信领域目前应用最广。

光学滤波片位于光通信产业链上游,直接下游为光通信器件和模块厂商,终端客户为光通信设备厂商,最终主要应用于电信和数通市场。受益于下游电信和数通市场的需求增长,市场研究机构LightCounting预测,2019年-2023年全球光模块市场复合增长率将达17%。

公告显示,北极光电自2003年设立以来一直从事光通信相关产品的研发和生产,在该领域积累了丰富的技术和经验,目前在中國拥有专利37项,在海外拥有多项专利。尤其是在镀膜方面,北极光电拥有50Ghz可调光学滤光片生产能力,业务覆盖多个国家和地区市场,客户包括富士康(Foxconn)、菲尼萨(Finisar)、光迅科技等知名度较高的客户。在前沿的硅光领域,北极光电已开始为全球部分知名的硅光企业提供镀膜配套产品并进行联合开发;与硅光芯片配套的无源器件在研产品,目前已送样测试并形成小批量验证性销售。

2017年、2018年、2019年上半年,北极光电的营收分别为1.06亿元、1亿元、0.43亿元,净利润分别为1596.23万元、349.07万元、298.90万元。业绩补偿义务人承诺,北极光电2019年、2020年、2021年实现的净利润数分别不低于1000万元、1500万元及2000万元。

交易完成后,嘉麟杰控股股东仍为国骏投资,实际控制人仍为东旭集团董事长李兆廷。此次交易不会导致上市公司控股股东、实际控制人发生变化。

同时,嘉麟杰拟向不超过10名特定投资者非公开发行股份募集配套资金总额不超过5000万元。其中,3600万元拟用于补充标的公司的流动资金,满足标的公司未来营运资金增加的需求,同时作为标的公司与知名硅光企业联合开发硅光芯片配套产品的研发投入;剩余1400万元用于支付本次交易的中介机构费用及相关税费。

谋求转型

嘉麟杰意图收购北极光电100%股权,被看作其再次谋求转型的信号。

业内专家介绍,中国光通信行业在下游应用层面已经赶上了国际先进水平,但上游仍存在差距,需要资金和技术长期投入积累。尤其是高端光芯片和光通信器件,技术难度很高,不亚于高端集成电路芯片。未来5G建设以及互联网数据建设过程中,光通信都将拥有很大的市场空间,保守估计光通信相关产品在5G建设投资中占比超过10%。而数据中心流量增速快,对光模块及光器件需求增长迅速。

嘉麟杰7月22日晚公告,为了进一步完善和优化嘉麟杰纺织业务架构,提高业务协同能力和经营管理效率,公司拟将公司项下的纺织业务相关资产及负债划转至其下属的全资子公司上海嘉麟杰纺织科技有限公司。

嘉麟杰2010年在深交所上市,一直致力于运动、休闲领域高端针织面料的研发、生产、销售以及各类高档时装的生产、销售。上市头几年,嘉麟杰的业绩表现不错。但2014年以来,随着纺织服装行业整体低迷,公司业绩下滑明显。2014年、2015年,公司净利润大幅度下滑,2016年-2018年虽然不再亏损,但增速持续放缓。

2016年-2018年,嘉麟杰分别实现营业收入7.28亿元、8.83亿元和8.79亿元,分别实现净利润1185.84万元、2809.47万元和1757.87万元。2018年度,嘉麟杰的营业收入同比下降0.47%,净利润同比下降37.43%。此前,嘉麟杰曾尝试过外延探索。2017年8月,公司公告,拟斥资12.34亿元通过现金及增资方式控股德青源进军蛋品产业。不过,在预案披露一个多月后,该项重大资产重组终止。

王忠辉指出,作为东旭集团旗下三家上市平台之一,嘉麟杰切入光通信上游是东旭集团“芯屏”战略的一部分。2016年11月,东旭集团受让获得嘉麟杰控股权。截至目前,东旭集团直接持有嘉麟杰4.30%股份,通过国骏投资间接持有嘉麟杰19.61%股份。此外,获得嘉麟杰原实控人黄伟国3.05%的投票权,合计拥有嘉麟杰26.96%的投票权。

炭黑行业面临亏损 协会倡议减产“过冬”

□本报记者 张玉洁

在原材料价格上涨和下游需求减少的夹击下,炭黑行业面临全行业亏损,相关上市公司上半年业绩下降。中国橡胶工业协会炭黑分会近日发布的《炭黑行业自律倡议书》显示,自去年下半年以来,炭黑行业出现了前所未有的困难。为保证炭黑行业正常生产经营,倡议各企业自觉限产,限产幅度根据市场需求,在原有产量基础上限产10%-20%,保证市场供需平衡;稳定炭黑原料油市场,不参与哄抬原料油价格的不当竞争行为;稳定市场销售,按照合理利润空间销售。

上下夹击

市场需求低迷以及主要原材料价格上涨成为炭黑行业“入冬”的主要原因。

超过一半的炭黑需求用于轮胎市场,而轮胎行业上半年面临内外需萎缩的不利局面。2019年上半年,由于终端汽车销量减少等因素影响,轮胎厂开工下滑。国家统计局数据显示,2019年上半年,我国橡胶轮胎外胎销售量累计4.05亿条,较去年同期的4.28亿条下滑5.4%。由于开工下滑,上半年轮胎市场对炭黑的需求较去年同期减少70.66万吨。需求减少较大,使得整个炭黑市场亏损严重。与此同时,原料煤焦油市场价格高位运行,这些因素共同作用造成炭黑产业毛利率同比大幅下降。

近期,日本东炭集团旗下的东炭炭黑和欧励隆等海外巨头上调了北美地区炭黑产品报价,涨幅约为100美元/吨。由于海外炭黑原料与国内不同,加之下游需求并未得到改善,国内炭黑企业仍面临较大的经营压力。

业绩下降

目前两市炭黑上市公司主要有龙星化工、黑猫股份和永东股份。三家公司均已发布了上半年业绩预告,均大幅下滑。

永东股份预计上半年实现净利润5000万元-5800万元,同比下降70.22%-65.46%。对于业绩同比大幅下滑的原因,公司表示,受上下游市场影响,主要产品市场价格低于上年同期;而原料价格略高于上年同期,造成整体盈利下滑。不过,永东股份的循环经济模式使其能够相对更好地抵御原材料价格上涨风险。公司近日在投资者调研活动中表示,公司拥有“煤焦油加工+炭黑生产+尾气发电+精细化工”的可持续循环产业模式。通过对煤焦油深加工,提取较高附加值的化工产品,增强了公司的盈利能力,并为公司向精细化工领域的研究和发展创造了条件。

同时,保证了用于炭黑生产原料油的稳定性,为产品质量稳定提供了可靠保障。

龙星化工预计上半年实现净利润800万元-1200万元,同比下降约8成。公司表示,业绩大幅下滑主要受汽车产销量大幅下降等因素影响,下游轮胎市场开工率下降,轮胎市场对炭黑需求量降低。同时,随着炭黑新增产能释放,进一步加剧了炭黑行业的价格竞争。而原料煤焦油市场价格高位运行,共同影响造成炭黑毛利率同比大幅下降。

黑猫股份预计上半年亏损8000万元-1.2亿元。公司表示,报告期内国内煤焦系炭黑原料油价格维持高位运行,叠加汽车行业需求下滑等因素影响,轮胎企业采购意愿下降,主营产品炭黑毛利大幅下滑;进入二季度,市场整体稳中有升,炭黑销售价格涨幅大于原料油涨幅,炭黑产品毛利率同比有所上升。