

8月猪价涨幅大幅回落 猪企扩产保供稳市场

□本报记者 潘宇静

在生猪生产加快恢复的同时,生猪养殖企业扩大产能的步伐仍在稳步推进。近期,多家企业表态扩产能的计划将如期完成。

9月9日,国家统计局发布的8月份CPI数据显示,猪肉价格同比上涨52.6%,涨幅比上个月大幅回落33.1个百分点。中信证券首席经济学家诸建芳认为,猪价上涨态势已临近终点,随着近期生猪出栏大幅提高,预计最早在今年四季度,就能看到猪价环比负增长的现象。

按计划扩产

受益于生猪市场持续的产销两旺,生猪养殖企业扩产的步伐正按照年初制定的目标稳步推进。方正中信期货发布的生猪周报显示,上半年25家生猪养殖企业发布投资建厂信息,项目投资地点覆盖全国大多数省份,涉及投资金额1659亿元。

正邦科技9月8日在互动平台上表示,公司通过自建猪场和租赁猪场方式,扩大自繁自养栏舍生产能力;通过增加种猪数量,扩大自产仔猪生产能力,预计年底种猪数量将增加至200万头左右。公司的生产经营在有序推进中,1-8月累计已出栏生猪470.84万头,有信心完成全年900万头至1100万头的出栏目标。牧原股份亦在互动平台上表示,2020年公司计划出栏生猪1750万头至2000万头,与年初制定的目标一致。

正邦科技在年报中曾披露,2019年公司经受住非洲猪瘟疫情的严峻考验,实现生猪出栏量5784万头,同比增长441%。正邦科技称,生物安全防控体系得到较大完善,并加大资源及资金投入力度,不断增加母猪资源,通过新建和租赁方式扩大猪场数量,并着力于引进和储备养殖人

才,为公司生猪产能的持续稳健扩张打好基础。

此外,新希望在9月8日披露的投资者调研记录中称,公司2020年已经竣工的生猪产能在1800万头,在建的项目目前均未逾期,进度按照年初制定的节奏完成。新希望称,2021年3月底前完工的项目可以保证1000万头生猪的产能,最终为2022年达到4000万头的出栏量提供保障。

中国畜牧兽医年鉴统计显示,2016年年出栏生猪5万头以上的养殖户为311家,占总养殖户数的0.0007%。据公开数据整理,2018年出栏量较大的8家养殖企业(温氏股份、牧原股份、正邦科技、新希望、天邦股份、中粮肉食、大北农、天康生物)生猪合计出栏4844.78万头,占全国生猪总出栏量的6.98%。2019年该8家养殖企业生猪合计出栏4499.93万头,占全国生猪总出栏量的8.27%,与2018年相比,集中度有所提升。

猪肉供需改善

国家统计局9月9日发布的数据显示,8月份猪肉价格同比上涨52.6%,环比上涨1.2%。国家统计局城市司高级统计师董莉娟称,猪肉供给有所改善,但需求持续增加,猪肉价格环比仍然微涨。

不过,从上市公司披露的8月经营数据看,

已有公司销售的商品猪均价环比出现下滑。其中,牧原股份8月份商品猪销售均价为34.47元/公斤,环比下降2.16%;温氏股份8月份毛猪销售均价为37.01元/公斤,环比下降1.10%;正邦科技8月份商品猪(扣除仔猪后)销售均价为36.30元/公斤,环比下降0.87%。

据中国养猪网猪价系统数据监测,9月9日,我国生猪(外三元)均价为36.59元/公斤,价格较9月8日下跌0.10元/公斤,较上周下跌0.36元/公斤,较上个月下跌0.97元/公斤。

今年以来猪肉价格波动较大,5月16日最低跌到24元/公斤左右后开始逆势反弹,一直到7月份猪价趋于平稳,目前已经持续2个月保持在36元/公斤以上。

卓创资讯称,8月份猪价仍处于高位,养殖户盈利仍颇丰,但仔猪和二元母猪价格有所降低。9月份生猪出栏计划开始增加,北方明显多于南方,高价猪肉掣肘终端消费,因此猪价呈现慢降走势,预计全国均价跌幅在1.5元-2.0元/公斤。

新希望集团董事长刘永好9月2日公开表示,由于产量的减少,导致目前猪肉价格高企。目前,毛猪收购价格超过36元/公斤,正常价格应该在14元至15元/公斤。随着技术进步,组织到位,以及大量资金投入,现在生猪生产正在恢复,相信到2021年中期以后,猪肉价格将逐步恢复到正常价,全国老百姓一定能够享受到价格适当的质量好的猪肉。

多家旅游企业亮相服贸会

□本报记者 于蒙蒙

2020年中国国际服务贸易交易会(简称“服贸会”)于9月9日在北京落下帷幕。值得注意的是,今年共有来自全球40多个国家和地区的700余家旅游机构、旅游企业前来参加,多家旅游企业在服贸会设立专题展区,从传统工艺到带货直播,吸引了众多观众驻足观看,展示了疫情背景下旅游企业复苏的新面貌。

作为国内文旅行业的龙头企业,凯撒旅游第一大股东凯撒世嘉旅游文化发展集团股份有限公司(简称“凯撒集团”)旗下文化板块受邀亮相服贸会旅游服务专题展区。在凯撒集团展位上,古色古香的老北京四合院场景环抱着北京市东城区文旅局打造的“故宫以东”区域文旅品牌。作为“故宫以东”文化行旅项目特约合作伙伴,凯撒集团的工作人员不仅可以详细讲解集团旗下文化板块对于“故宫以东”文化行旅项目的深度开发成果,还会推荐基于本地文化休闲消费研发的美食、民俗、市井主题线路,以及掐丝珐琅、古法盘扣等手工制作体验。展台前颇具传统文化气息的精致布置,引起参观者的浓厚兴趣,纷纷驻足拍照。

服贸会期间,首旅集团携旗下12家企业以“首旅-生活方式服务业产业集团”形象亮相,突出首旅在疫情常态化新形势下如何提供“中国服务”。据首旅集团相关人士介绍,直播带货是今年首旅集团参加服贸会的亮点之一,直播间设在展区最中间的商务洽谈直播区,从9月5日一直持续到9月9日,共举办13场直播,都是首旅集团旗下的老字号餐饮品牌、商业品牌、酒店品牌及旅行社品牌,包括王府井集团、北京展览馆集团、贵宾大厦、燕莎友谊商城、首旅酒店、东来顺、全聚德、神舟旅行社、康辉旅行社等。

马蜂窝旅游网国内知名的旅游内容平台,马蜂窝的展位以人们熟悉的“马蜂窝黄”作为主色调,通过现场大屏实时显示基于马蜂窝北极星大数据服务系统的在线旅游资产指数(TPI)。该系统通过消费者在行前、行中和行后的阅读、分享、评论、购买等行为数据,对各大旅游目的地、景区景点等旅游经营主体进行综合评价,对其内容资产规模、内容传播强度、互动活跃度、口碑舆论态度、实时交易热度等进行综合评分。目前,该系统已面向马蜂窝全球合作伙伴开放合作,帮助产业链提升线上运营能力,提供一揽子智慧营销方案,实现其线上资产的可积累、可衡量和可增值。

快递包装商天元股份拟登陆中小板

□本报记者 吴科任 实习记者 金一丹

9月9日,天元股份启动申购。公司主营快递电商包装印刷产品,本次公开发行股票募集资金规模为4.19亿元,主要用于快递电商物流绿色包装耗材制造基地等项目建设。此外,顺丰控股、中国邮政、德邦股份、韵达股份等快递龙头企业不仅是天元股份的主要客户,同时还出现在公司股东名单中。业内人士表示,快递物流需求的不断扩大,对快递包装企业而言是个的良好机遇。

联手快递龙头企业

招股书显示,2017年至2019年,公司营收分别为8.42亿元、10.12亿元和10.04亿元;归属母公司股东净利润逐年增长,分别为

5766.74万元、7550.50万元和8269.00万元。

天元股份董事长、总经理周孝伟表示:“天元股份与多家快递电商知名企业保持长期稳定的合作关系,拥有强大、稳定的客户资源。”

据招股书披露,天元股份主要客户包括顺丰控股、韵达股份、中国邮政、京东、百世物流、小米、苏宁易购、中通快递、德邦股份、宅急送、圆通速递等国内主要快递公司。同时,公司还是日本邮政包装印刷材料的主要海外供应商,与FedEx、UPS等国际快递巨头亦存在广泛合作。

值得一提的是,顺丰控股、中国邮政、德邦股份、韵达股份等快递龙头企业也出现在天元股份的股东名单里。钟鼎创投作为天元股份的第四大股东,持有公司4.53%的股份。招股书显示,顺丰控股、中国邮政通过子公司成为钟鼎创投的有限合伙人,间接持有天元股份

0.05%和0.45%的股份;德邦物流通过全资子公司德邦投资间接持有天元股份2.26%的股份;韵达货运实际控制人聂腾云之母陈美香持有公司0.94%的股份。

发展绿色物流包装

天元股份的主营业务收入主要来源于包括电子标签系列、塑胶包装系列、快递封套系列、票据系列、缓冲包装系列、多功能胶带系列等产品销售。其中,2017年至2019年,公司电子标签系列产品销售收入的复合增长率为25.89%,分别实现收入1.99亿元、3.26亿元和3.16亿元,在营收中的占比分别为24.40%、32.68%和32.77%。

天元股份表示,随着快递物流行业市场规模高速增长和快递包装行业信息电子化、智能

化趋势的逐渐突显,电子标签系列产品的市场需求不断扩大。公司本次募集资金将主要用于快递电商物流绿色包装耗材制造基地项目、研发中心建设项目和补充流动资金项目,目的在于扩大产品产能和提升公司的研发实力。

国家邮政局统计数据显示,2018年,中国快递服务企业累计完成业务量507.1亿件,较上年同比增长26.6%,市场规模居世界第一位。2012年至2018年,中国快递业务量年均复合增长率达43.99%。根据快递业“十三五”规划,预计快递服务业将继续保持快速增长势头,2020年快递业务量将突破700亿件,快递业务收入将突破8000亿元。

业内人士表示,快递业发展需耗费大量的包装、标签等材料,对上游包装企业的采购量巨大。快递物流需求的不断扩大,对快递包装企业而言是个良好的机遇。

交银康联人寿:聚焦价值创造 发展逆势而上

2020年,交通银行旗下专业寿险子公司成立十周年之际,一场突如其来的疫情给社会带来了巨变,也为正在厉兵秣马探索转型的保险行业蒙上了发展的迷雾。

半年多过去了,中场回弹却发现,虽然整体保险行业受到了相当大的冲击,但交银康联人寿的转型之路并没有因为外因的错综而停歇,成长性和盈利性的追求均逆势实现了较好增长。

据2020年半年业绩显示,交银康联人寿上半年在承保和投资两端均有出色表现:总资产同比增长33.57%,规模保费同比增长34.15%,新业务价值增长32.79%,总投资收益率6.34%,同比上升0.98%,净利润同比增长45.52%,均大幅领先于行业平均水平。

硬核数字的背后是对价值创造的坚持。价值成长已贯穿了交银康联人寿整体发展进程,并触及了公司治理和经营的各个角落。

行业提升:直面个险痛点创造新动能

众所周知,近年来传统个险渠道人海战术遇到巨大挑战,以代理人为中心的缘故营销边际效率不断下降,营销人员脱离率持续高位,职业尊严得不到较好保障。针对传统个险这些痛点,公司在做好传统银保渠道网点经营,探索传统机制改革的基础上,启动了新个险渠道建设的实践,逐步形成了企业平台上的个人客户开发这一“批发零售”业务模式,一是把客户的连接重心从传统的代理人个人转移到了公司自身,在公司构建的平台之上实现客户的分类和社群精准营销;二是以先服务后销售为理念,让代理人在公司搭建的场中通过体系化的优质服务完成保险消费的促成,满足客户多元化保险需求的同时,进一步提升行业价值。

配合新个险业务的开展,公司以精英化招募、项目化留存、专业化管理、标准化服务的“四化”策略为基础,配套建设了一支“初级理赔员资格证、国家认可专业机构急救资格证、寿险执业资格证”三证齐全,集服务与销售能力于一体的康康大使代理人团队,并对销售人员的利益诉求保持较高关切,在职业尊严感的提升中实现员工与企业的共同成长。质量建军前提下的行为标准化、内容特色化的高品质服务赢得了客户相当程度的信赖,人均产能也较传统个险代理人水准有了较大提升,上半年新个险业务同比增长76.94%。

客户服务:发力服务经营提升品质

面对当前公众对健康管理大幅提升的关注和需求,交银康联人寿以完善健康增值服务体系为切入点,以轻资产模式启动医养生态圈建设,通过全方位服务保障体系的优化,把“不仅创造财务保障价值,更为您及家人的长久健康不懈努力”的公司使命有效落实践践。

4月,交银康联人寿与专业的健康管理服务机构“医



公司与健康管理服务专业机构启动战略合作,提升服务品质。

加”启动战略合作,5月,以新型健康险产品为抓手,“轻收费重服务”的企业员工睿康家园361服务正式上线,通过线上平台向客户提供“专家门诊挂号、视频医生、线上问诊、住院安排”一站式服务,构建“保险+医疗+科技”的服务体系,为企业员工及其家属解决挂号、就医、入院等现实医疗难题,打造健康保障服务闭环,至年中已为400余家企业的4万余名客户提供相关健康管理服务。

科技升级:优化用户线上体验

疫情影响下,基于线上平台交互的科技应用无疑能够为客户提供更多的服务便利。面对这一趋势需求,交银康联人寿顺势而动,积极发掘科技价值,4月对保险健康服务平台“交银人寿”APP进行了全面升级,多维度优化功能实用性和可操作性,通过科技赋能为客户带来更智能高效的服务体验。

全新的“交银人寿”APP7.0版本集健康管理、生活互动等多个功能于一体,用户便捷度大大提升,围绕运动、健康、生活、财富等大众关心的问题建立了一系列科学有趣的欢乐互动场景,进一步帮助用户完善了从事后风险补偿到事前风险管理的跨越。在8月发布的“2020中国保险业方舟奖”中,“交银人寿”APP也获得了“口碑APP方舟奖”。

战略支援:以实际行动响应国家战略

为了进一步响应国家支持实体经济发展的号召和交通银行的要求,公司在2020年配置了大量长期地方债,充分发挥保险资金支持实体经济的实际作用,新投地方政府债投资规模总计达48亿,涉及湖北省、甘肃省、新疆自治区等19个地区。同时上半年又新增非标类债权项目投资39亿,同比增长57.8%,公司以实际行动支持各地民生事业和基础设施建设的同时又享受了市场红利,上半年总投资收益率超过年度目标109个基点。

围绕中央关于决战脱贫攻坚要求,公司积极落实交通银行的统一部署,继2019年对口帮扶山西省浑源县之后,2020年上半年就完成了全年的帮扶资金引进、消费扶贫等多项任务,为浑源县脱贫攻坚工作的有效推进贡献了一份力量,被当地贫困居民称赞为“情真意切的帮扶,真金白银的付出”。

社会贡献:彰显国有大行子公司责任担当

在全面发展各项业务的同时,交银康联人寿勇担国有大行子公司的企业社会责任,以专业优势贡献社会价值,助力社会共同抗击疫情。

疫情暴发初期,交银康联人寿在行业发出号召之前,已经积极启动应对,第一时间上线了延展保险责任范围至新冠肺炎的守护保系列产品计划,为广大团个险客户提供专业保险保障。在服务举措上,公司也结合疫情期间的客户需求做了相应调整,在“快·易·暖”特色理赔服务体系建设的基础上,针对性地推出“零接触、一预付、二优先、三简化、四取消”的多项升级,使得特殊时期部分客户的特别需要也能得到便捷满足。

1月26日,交银康联人寿公告宣布向湖北疫情防控一线医护人员(包括各地援助湖北的医护人员)在疫情期间免费赠送每人最高100万元的保险保障,2月8日,仅用时一天就向首位不幸殉职医生的家属支付了百万元的理赔款项,无论速度还是力度都赢得了社会各界的广泛赞誉。截至目前已完成了18例相关理赔,累计赔付1710万元,在全行业同类理赔总额中占比近10%,远高于公司业务在市场上的占比水平,切实体现了国有大行旗下专业子公司的责任担当。

国内疫情已经基本平缓,以国内大循环为主体的新发展格局正逐渐成型,保险行业转型发展之路也正在延续。交银康联人寿将继续坚持对可持续高质量发展的追求,继续聚焦价值转型,充分发挥寿险子公司的专业特色,不断融入交通银行集团的财富管理体系建设,为客户提供专业的保险产品与健康促进服务,努力帮助客户实现物质财富和健康财富的双增长。

-CIS-



公司领导赴交通银行扶贫点之一山西省浑源县开展扶贫调研