

17家煤企发布上半年业绩预告 逾七成预喜

6家净利预增10倍以上

Wind数据显示,截至7月20日收盘,在申万煤炭开采二级行业所覆盖的37家上市公司中,已有17家公司披露上半年业绩预告,业绩预喜的公司有12家,占比达70.59%。其中,美锦能源、昊华能源、兰花科创、中煤能源、郑州煤电、开滦股份6家公司净利润预增达10倍以上;蓝焰控股等3家公司业绩下滑。

分析人士指出,上半年煤炭价格上涨的原因是多方面的,包括下游需求整体向好,全社会用电量持续攀升;煤炭供应增量空间有限,出现阶段性供应偏紧现象等,预计下半年国内动力煤供需偏紧情形将有所缓解,煤价将以高位震荡运行为主。

● 本报记者 刘杨



新华社图片

价格上涨增厚业绩

上半年动力煤价格大幅上涨增厚了煤炭行业整体的业绩表现。

国家统计局最新数据显示,1-5月,煤炭行业经济形势总体稳中向好,行业营收及利润均实现较高增长。1-5月,全国原煤产量16.2亿吨,同比增长8.8%。

半年报业绩预增位于前列的上市公司大多受益于煤炭价格的上涨。截至目前,净利润增速位于首位的是美锦能源。6月25日,美锦能源发布业绩预告,公司预计上半年盈利11亿元-15亿元,比上年同期增长1617.52%-2242.07%。

公司表示,业绩同比大幅增长主要原因一是报告期内煤炭、焦炭价格高位运行;二是公司年产385万吨的华盛化工项目中的焦炭项目已全部投产,主要产品产量较上年同期有所增加。

煤炭价格同比大幅增长提振煤炭产销量,这也为上市煤企的业绩“添砖加瓦”。7月8日晚,昊华能源发布公告,预计上半年实现净利润约5.8亿元至6.5亿元,同比增长515.91%-590.24%。昊华能源披露的上半年经营情况的公告显示,今年上半年,昊华能源实现煤炭产量685.82万吨,同比增长23.11%;同期实现煤炭销量709.79万吨,同比增长14.84%,实现煤炭销售收入28.71亿元,同比增长57.94%。

主营业务产品为动力煤的郑州煤电业绩也颇为“扎眼”。7月16日,郑州煤电发布公告,预计上半年扭亏,归属于上市公司股东的净利润为1.08亿元,净利润同比增长134.77%。

对于业绩扭亏为盈,郑州煤电表示,受市场供需影响,公司上半年主营业务产品动力煤销售价格与上年同期相比有较大幅度提高,产品销售收入随之增加;此外,对报告期内收回的非经营性占用资金,公司按照会计准则相关规定冲回已计提信用减值损失,相应增加当期利润。

也有部分煤炭企业面临业绩下滑的

困境。截至目前,蓝焰控股、ST大洲、ST平能预计上半年业绩下滑。预计上半年业绩亏损较大的ST平能表示,上半年业绩同比增亏的主要原因一是人工成本较去年同期增加7420万元;二是信用减值损失较去年同期增加1261万元;三是本期确认政府补助等非经常性收益较去年同期减少4670万元。

煤价或高位运行

业内人士指出,今年上半年煤炭价格上涨的原因是多方面的,包括整体下游需求向好,全社会用电量持续攀升;进口煤炭量减价增,对国内供应补充有限;我国煤炭供应增量空间有限,出现阶段性供应偏紧现象等,预计下半年国内动力煤供需偏紧情形将有所缓解,煤价或将以高位震荡运行为主,但整体将低于上半年水平。

7月20日,昊华能源披露的机构投资者交流会会议纪要显示,公司认为未来的煤炭价格随着国内供需情况的变化,总体来讲预计还将继续在高位震荡运行。主要依据是国家一方面提出缓解大宗商品上涨压力,另一方面国家发改委、国家能源局也都通过各种政策要求各煤炭企业严格按照核定产能组织生产。综合目前煤炭总体需求形势,考虑到入夏后用电量逐步增加,以及年底供暖等季节性因素影响,预计今年煤炭价格仍有极大可能在较高位置波动。

7月是迎峰度夏旺季。为做好迎峰度夏煤炭供应保障工作,7月15日,国家发改委表示将继续投放煤炭储备增加市场供应,本次准备投放规模超过1000万吨。

为保障煤炭稳定供应,下一步,国家发改委将根据供需形势变化再分批次组织煤炭储备资源有序投向市场。国家发改委透露,今年已先后4次向市场投放超过500万吨国家煤炭储备,主要是在需求和价格增长过快时,择机投向煤炭供需矛盾突出、保障难度大的地区。

30家披露中报业绩预告 逾九成预喜

多家钢企业绩创历史最好水平

● 本报记者 董添

Wind统计数据显示,截至7月20日晚20时,A股共有30家钢铁类上市公司披露半年度业绩预告,28家预喜,预喜率高达93.33%。其中,略增1家,扭亏2家,预增25家。已披露上半年业绩预告的钢铁类上市公司整体保持了较高的业绩增长,不少上市公司称报告期内创历史最好业绩水平。

预喜率高

上年同期相关上市公司受疫情影响较大,业绩基数较低。今年以来,钢铁需求量大幅攀升,叠加上半年钢铁价格持续位居高位,相关上市公司业绩大幅增长。

以八一钢铁为例,公司预计上半年实现归属于上市公司股东的净利润12.76亿元,同比增长1744%;归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润为12.74亿元,同比增长2261%。业绩变动的主要原因是,2020年因受疫情影响,公司经营业绩基数小。报告期内,钢铁市场复苏,钢材价格大幅上涨。此外,公司的产品结构持续优化,公司产能利用率得到了充分提升。综合以上因素,公司上半年盈利水平大幅提升。

由于钢价持续处于高位,不少上市公司业绩创下历史新高。

华菱钢铁预计上半年实现归属于上市公司股东的净利润同比增长75%至89%。业绩变动的主要原因是,报告期内,我国经济运行稳定,下游用钢需求旺盛,尽管上游原燃料价格高企,但钢铁行业盈利水平进一步改善。公司继续实施“质量、效率、动力”三大变革,持续完善精益生产,销研产一体化及营销服务“三大战略支撑体系”,盈利能力显著增强。预计公司上半年实现利润总额为67亿元至71亿元,实现净利润56亿元至60亿元,实现归属于上市公司

股东的净利润53亿元至57亿元,均创历史同期最好水平。其中,公司二季度实现归属于上市公司股东的净利润为32亿元至36亿元,环比增长56%至75%,再创季度历史新高。

将进入淡旺季切换

随着监管层采取措施应对大宗商品迅速上涨,钢铁价格出现回落,相关公司利润也受到影响。但是,随着三季度限产地区数量持续增加,叠加大下游需求逐渐复苏,不少机构认为,钢铁企业利润有望再度回升。

举例来看,兴业证券研报显示,山东、安徽、甘肃等地均传出限产信息,并表示今年产量与2020年相比不得增加,导致钢材利润在近两周大幅修复,其中螺纹钢、热轧、冷轧吨钢盈利分别上涨264元、213元、303元。钢材利润大幅修复也带动了钢企股价的上涨,叠加行业即将进入淡旺季切换时期,年内第二波行情已启动。

钢材价格反弹导致钢厂利润改善,也带动了铁矿石价格小幅上涨。对此,兰格钢铁研究中心王静指出,近期铁矿石港口库存持续上升。需求端,7月上旬全国主要钢铁企业粗钢日产已大幅回落,且随着限产范围扩大,铁矿石中期需求预期走弱,价格存在下行压力。短期内,钢厂利润恢复、海外需求仍在高位都对铁矿石价格形成支撑,下跌动能不强,预计短期内保持震荡走势。

针对后市,中信证券指出,随着下半年限产逐渐开启,各钢铁企业开始部署限产事宜。预计钢铁本年度第二轮趋势性行情将开启,相比上半年,本次价格和利润结构更为合理。原料在上半年推动钢价上涨的态势料难以重演,钢铁利润三季度有望超越二季度中枢。有别于上半年,预计下半年的利润贡献主要来自子成品价格偏强和原料价格偏弱,绝对价格较难迎来监管压力。

妙可蓝多董事长柴�琇:奶酪领导品牌的底气与硬气

● 本报记者 徐金忠

“奶酪就选妙可蓝多!”伴随着密集的宣传推广,这一句广告语已为很多消费者熟知。统计数据显示,妙可蓝多在奶酪市场的占有率已领先同行,成为行业内的领导品牌。

日前,妙可蓝多董事长柴�琇接受了中国证券报记者的采访。这位“一开口就讲奶酪”的企业掌门人,对奶酪行业未来的发展空间十分看好,对妙可蓝多所肩负的将奶酪品类再造和激活的责任计之深远,也展示了奶酪行业领导品牌的底气 and 硬气:“妙可蓝多对产品开发有着自己的思考,坚持自我定位,拒绝盲目追风”“任何行业的领先者都不主动打价格战,作为奶酪行业领导品牌的妙可蓝多更不会”“妙可蓝多成为行业‘黄埔军校’,正是行业地位的体现”……

“三分天下有其一”

“我一开口就跟人聊奶酪”,采访之中,柴琇这样调侃自己的“话风”,笑称正是因为这样,让很多人觉得跟自己交流“很无聊”。实际上,这正是一位专注实业、聚焦主业的企业家应该有的状态。

回顾发现,从地方乳企到跻身成为奶制品细分行业领导者,妙可蓝多用了5年多的时间。风起了青萍之末,转型之初,彼时的妙可蓝

多收获的掌声不及今日的十分之一,当时的奶酪行业几乎是外资品牌的天下,而奶酪离普通消费者的距离还很远。若不是柴琇这样开口闭口的“奶酪经”,妙可蓝多很大概率还在自己的小天地里打转,奶酪制品也大概率鲜有国内品牌的声音。

如今,行业的星辰大海已经被大家所公认,妙可蓝多则已是行业之中乘风破浪、直冲沧海的领军者。据凯度消费者指数家户样组对于城市中国家户连续性消费追踪,截至6月18日的全年奶酪销售,妙可蓝多销额市占为30.8%,达到“三分天下有其一”的状态,登顶行业领导品牌,并迅速拉大与后续企业的距离。柴琇的“奶酪经”念出了大事业。

定力、底气和硬气

如今站在行业巅峰,柴琇和妙可蓝多又看到了怎样的“风景”?“乱云飞渡仍从容”就是她和妙可蓝多的定力所在、底气所在和硬气所在。

柴琇表示,妙可蓝多的重任是普及宣传奶酪知识,让大家知道为什么要吃奶酪。如果妙可蓝多能让这一代人都能认识奶酪、消费奶酪,便是为中国健康事业做出了巨大贡献。“妙可蓝多对产品开发有着自己的思考,坚持自我定位,拒绝盲目追风,洞察消费者的健康需求,持续开发健康营养的奶酪

产品,以强大的产品力为企业未来发展保驾护航。”

迅速发展、群雄逐鹿的消费品行业始终绕不开“价格战”的问题。对此,柴琇也有自己笃定的信条:任何行业的领导者都不会主动打价格战,作为奶酪行业领导品牌的妙可蓝多更不会。打价格战损害的是经销商的利益,伤害的是公司品牌。“我们要像珍惜眼睛一样珍惜品牌。面对价格战,妙可蓝多的做法就是通过不断升级产品,以产品品质、品牌宣传、品牌活动赢得市场认可,保护自己的市场份额。”柴琇表示。

面对当下的推广环境,柴琇认为,“酒香还怕巷子深”的时代必须有所为。一个企业长期生存的基础在于产品力,但是产品好,宣传也要好。不过,企业的品牌传播、品牌形象打造是阶段式的,妙可蓝多现在属于第一阶段,正是需要大力进行品牌推广的时刻。目前,妙可蓝多在研发上持续投入,维持长期有活力的产品力,并举办各种专业峰会和品牌推广活动,投放形式也越来越多样,不断扩大品牌声量,提高品牌曝光率。

另外,对于行业“坊间”谈论的妙可蓝多人才流出、为他人作嫁衣裳的事情,柴琇展现了她“大气”的一面。“作为龙头企业,妙可蓝多的团队经过市场的淬炼,是非常优秀的,任何一个龙头企业成长过程当中都会成为行业的‘黄埔军校’,为同行输送各类人才。我们希

望无论是投资者、行业人士还是经销商,都能以长远的目光看待妙可蓝多,看到企业长期的健康发展。”

资本市场“立身之道”

对于奶酪行业的竞争,柴琇认为,站在领导者的位置上,妙可蓝多最大的竞争者是自己,是自己跟不上消费者需求、无法用产品满足消费者的压力。面对同行的竞争,柴琇认为,竞争对手更是竞争队友,“作为行业老大,不能在自身成长壮大后让其他的企业无法生存,更重要的是要保护行业健康发展,和其他企业一起把市场做大做强。”这是柴琇的行业发展观。

作为一家上市公司,妙可蓝多还面临资本市场的压力。柴琇在采访中表示,妙可蓝多将通过业务等各方面的持续突破,树立奶酪领导品牌在资本市场的形象。“多年来,妙可蓝多坚持洞察消费者需求,研发营养和口味都适合中国人的奶酪产品。同时,始终坚持‘以消费者为导向,用工匠精神,做极致产品’的经营理念。产品力就是竞争力,妙可蓝多会一直坚持对产品的呵护,保持企业最核心的竞争力。”柴琇表示。

柴琇所说的妙可蓝多在资本市场的“立身之道”便是用心做好专业的事情,为投资者持续创造回报。念念不忘,必有回响。

农业农村部:发展农业 农村经济需引入社会资本

● 本报记者 潘宇静

“发展农业农村经济需要建立稳定的财政投入机制,同时也需要引入社会资本、更多的信贷资金进入农村。”7月20日,农业农村部就上半年农业农村经济运行情况举行发布会,传递出上述信号。

农业农村是投资蓝海

农业农村部总农艺师、发展规划司司长曾衍德在新闻发布会上表示,农业农村具有巨量资源和市场,是投资的蓝海。上半年,第一产业固定资产投资6564亿元,同比增长21.3%,高于2020年和2019年同期的17.5%和21.9%,也大幅高于第二、第三产业的投资增速。

曾衍德表示,农业农村投资主要有三方面特点:一是畜牧业投资贡献大。受年初生猪价格上涨带动,畜牧业投资增势明显,上半年同比增长67.3%,增速连续16个月领先其他行业。

二是民间投资占第一产业投资约70%。上半年民间资本投资规模同比增长26%,高于全国第一产业投资增速4.7个百分点。特别是不少金融机构把农业农村作为投资的热点,积极布局,加大投入。截至6月末,全国涉农贷款余额41.66万亿元,同比增长10.1%。

三是东北地区投资增速领跑。东北地区上年投资同比增长42%,比东部、中部、西部分别高出43个、13.4个、4.6个百分点。

农村内需潜力不断释放

曾衍德在介绍上半年农业农村经济运行情况时称,农村内需潜力不断释放,对经济发展拉动作用不断增强。上半年,第一产业固定资产投资6564亿元,同比增长21.3%,分别高于第二、三产业5个和10.6个百分点。农村消费稳定回升,上半年,乡村消费品零售额27807亿元,同比增长21.4%,两年平均增长4%。

同时,农产品进出口增长较快,上半年进出口总额达到1465亿美元,同比增长26.4%。其中,进口1081.1亿美元,同比增长33.9%;出口383.9亿美元,同比增长9.2%。

此外,农民收入较快增长。曾衍德介绍,上半年农村居民人均可支配收入达到9248元,扣除价格因素实际增长14.1%,高于城镇居民收入增速3.4个百分点。农村外出务工总量和收入水平实现双增长,外出劳动力总量达到1.8亿人,同比增长2.7%;月收入达到4290元,同比增长17.6%。

乡村产业方面,曾衍德称,以农业农村资源为依托,延伸产业链条,拓展农业多种功能,持续推进乡村产业发展。上半年,创建了50个国家现代农业产业园,50个优势特色产业集群,298个农业产业强镇。全国农副食品加工业增加值同比增长10.7%,农业产业化国家重点龙头企业采购经理指数(PMI)均值为55.3%,比制造业高4.2个百分点。乡村休闲旅游基本恢复到2019年同期水平,农产品网络零售保持两位数增长。

持续扩大农业农村有效投资

曾衍德称,下一步,农业农村部将会同有关部门强化协作,持续扩大农业农村有效投资,主要是三个方面。

一是巩固扩大财政投入。这方面重点是围绕实施“十四五”农业农村发展规划,聚焦高标准农田、农产品仓储保鲜冷链物流设施、乡村建设等领域,启动一批重大工程。同时,落实提高土地出让收益用于农业农村比例政策要求。今年要争取比上年提高3-5个百分点。

二是加大信贷资金支持。重点是要落实好农村中小金融机构当年新增可贷资金主要用于当地农业农村发展的要求,引导资金流入农业农村。同时,农业农村部还将与各大金融机构开展战略合作,建立信息沟通机制,总结推广典型模式,特别是在乡村建设、农业产业链打造等方面精准对接、加大投入。

三是引导社会资本投入。重点是要鼓励大型企业集团到粮食生产功能区、重要农产品生产保护区和特色农产品优势区,建立优质原料生产基地,布局加工产能,促进农业转型升级。规范有序推动政府和资本合作的经营模式,引导社会资本参与农村公共服务、村内道路、农村供水、农村垃圾污水收集处理等建设,因地制宜探索区域整体开发模式,实现社会资本与农户的互惠共赢。

遗失声明

国信证券股份有限公司烟台南大街证券营业部经营证券期货业务许可证(正、副本)遗失,统一社会信用代码(境外机构编号):91370600734712154H,流水号:000000039229,现声明作废。

特此公告。

国信证券股份有限公司
烟台南大街证券营业部