

鞍本重组：整合融合持续深化 改革红利不断释放



新华社图片 公司供图

2021年10月15日新本钢正式揭牌,至今年4月15日,整合半年目标任务按既定计划顺利完成。4月15日,中国证券报记者从鞍钢集团新闻媒体沟通会上获悉,目前鞍本管理体系深入对接,业务协同高效实施,本钢市场化改革走深走实,生产经营稳顺向好,整合效益、改革红利逐步释放。

● 本报记者 宋维东

重组顺利推进

“鞍本重组是一项‘六措并举’的综合性改革,包括鞍钢集团层面股权多元化改革、本钢51%股权无偿划转、本钢债转股、本钢混改、鞍本整合融合及本钢市场化改革。”鞍钢集团总法律顾问、鞍本整合融合推进工作组组长计岩表示。

目前,鞍钢集团层面股权多元化改革已完成,两家央企中国诚通、中国国新分别持有鞍钢17.826%股权,鞍钢集团建立起多元化公司治理结构;辽宁省国资委将所持本钢51%股权无偿划转给鞍钢事项已完成,本钢成为鞍钢控股子公司。

此外,以本溪钢铁为主体的44亿元债转股事项已完成,本钢资本结构进一步优化;通过引入优秀民营企业建龙集团作为战略投资者,完成本钢混改,构建国有控股的多元治理新格局。

计岩表示,在产能规模2000万吨级的国有全资钢企中,本钢是唯一一家

实施混改的特大型企业。鞍本整合融合及本钢市场化改革两项举措正深化拓展创新,并取得积极进展和成效。

鞍本重组整合融合半年以来,本钢也实施了前所未有的重大改革。鞍钢集团党委书记、董事长杨维表示,在近十年时间里,本钢没有实施过严格意义上的改革,部分职工对改革有陌生感和抵触情绪。重组后,在鞍钢集团的领导和组织推动下,迅速形成了“1+2+N”改革方案,全面启动市场化改革。半年以来,本钢取得了一系列重大改革成果,体制改革实现历史性突破,瘦身健体取得阶段性进展,机制改革实质性推进。

“改革中,本钢重构管控体系,搭建板材公司、北营公司、矿业公司运营管理平台,落实市场主体地位,经营成效初显。”杨维表示,今年一季度,北营公司一举扭转十几年来长期亏损的局面,连续三个月盈利;矿业公司产量创历史新高。

“重组半年以来,鞍本管理体系完成了管理平台统一、管理标准统一、管理语言统一、管理行为统一,努力实现深度融合;核心业务深化协同并拓展延伸,不断放大‘1+1>2’的协同聚合效能。”杨维说。

值得一提的是,业务整合从核心业务向多元产业延伸拓展。杨维表示,横向上聚焦平台化、集约化、专业化、市场化,深化业务协同运营;纵向上沿产业链从核心业务向多元产业协同运营,逐步延伸拓展。

在采购方面,实现大宗原燃料、废钢、合金、设备资材等统谈分签,统招分签;在水渣资源产业方面,明确了统筹鞍本产品定位和市场布局,打造“水渣+微粉+服务”产业链的发展方向。

计岩介绍,整合半年,既定627项工作标的完成504项,完成率超过80%;新增9项工作标的已完成3项。重组整合以来,既定及新增共67项快赢项目累计创

效约10.82亿元,“1+1>2”的重组整合效应不断显现。

成效逐步显现

“重组是起点、整合是关键、融合化是目标。”计岩表示,鞍本重组以管理一体化为目标,围绕“要素管控+管理移植”主线持续深化管理整合;以运营一体化为目标,围绕“战略引领+资源协同”主线持续深化业务整合;快赢项目收效显著,协同效益加速释放。

重组以来,快赢项目10.82亿元协同效益中,鞍山区域实现3.4亿元,本溪区域实现7.42亿元。

“本钢充分发挥重组整合带来的规模优势,产供销全链条协同效应显著提升,本钢的对外议价能力大幅增强。”杨维说,今年一季度,本钢备件辅料降价降本0.79亿元。3月末,有息融资较年初下降4.8%,较鞍本重组前降低18.7%。

杨维表示,基于对重组后本钢高质量、可持续发展的充分认可和良好预期,各金融机构不断降低本钢的融资利率,最低利率下降25%,融资保证金余额比年初降低53%。一季度,本钢财务费用比上年同期降低62%。本钢的品牌价值得到显著提升,突出体现在产品市场价格的提高。今年1-2月,本钢综合产品吨钢售价提升110.6元,增效3.33亿元。“这说明外界对本钢的发展潜力和发展前景充满信心。”杨维说。

重组带来的聚合利好效应也惠及了广大职工。2021年,本钢在岗职工人均工资较上年增长23.1%,累计为职工发放福利共享利润奖4.7亿元。

“工作看成效、收入凭贡献,‘多付出、多创效才能多取酬’的观念深入人心,同岗位最大工资差越来越大。”杨维说,“很多职工私下跟我讲,以前收入少的时候,不怎么愿意跟外界说自己是本钢职工。现在收入高了,他们对这

个身份的自豪感明显增强了。”

业绩稳定增长

今年一季度,鞍钢集团利润总额、净利润、铁精矿产量均创历史同期最好水平。其中,实现营业收入895.76亿元,同比增长39.43%;实现利润总额83.05亿元,同比增长13.2%;实现净利润68.39亿元,同比增长13.29%;铁精矿产量为1298.13万吨,同比增长3%。鞍钢集团主要指标在中央企业和钢铁行业排名前列。

今年1-2月,鞍钢集团利润总额在全国钢铁行业排名第2位,销售利润率是行业平均水平的2.43倍。此外,上缴税金和投资明显增长。一季度,鞍钢集团累计上缴税金45.52亿元,同比增长9.02%;完成投资35.1亿元,同比增长88.8%,发挥了中央企业“稳定器”“压舱石”作用,对地方经济的贡献度进一步增强。

从本钢层面看,杨维说:“2021年,公司抓住重组整合和市场向好的重大机遇,顶住压力,转变观念,协同协作,提质增效,一举扭转了持续被动的困难局面,利润水平呈指数级攀升,资产负债率大幅下降。”

2021年,本钢实现营业收入907.89亿元,同比增长47.2%;利润创十年来最好水平;上缴税金56亿元,同比增长99.3%。本钢资产负债率大幅下降,截至2021年12月末下降12.43个百分点。

2022年一季度,本钢实现营业收入203亿元,实现利润12.91亿元,同比增长55.35%,实现“开门红”。今年1-2月,销售利润率比行业平均水平高出3.62个百分点。

“2021年的良好经营业绩,2022年一季度的‘开门红’以及深化改革带来的体制转变和机制搞活,为本钢推进高质量发展赢得了先机 and 主动。”杨维说。

终端需求疲软

手机产业链企业加速多元化转型

● 本报记者 杨洁

市场调研机构IDC日前发布的报告显示,由于疫情导致市场库存明显提升,物流、上游配件和整机生产的不确定性较为突出。结合近期原材料成本上升等因素,IDC下调2022年中国市场各终端出货预测。IDC预计,2022年中国市场智能手机出货量为3.1亿台,同比下降5.5%。

终端需求疲软将向上游供应链传导。日前,台积电发布的一季报显示,来自智能手机业务的收入增长明显放缓,在公司总体营收中比重出现下降。台积电总裁魏哲家在财报电话会上表示,智能手机、平板电脑终端需求出现疲软迹象,但其他终端产品需求仍然强劲,公司整体产能持续吃紧。

手机出货量下降

2022年中国智能手机市场的下行压力已在销售数据上有所体现。3月底,调研机构CINNO Research发布的数据显示,2022年2月中国市场智能手机销量约2348万部,同比下降20.5%,环比下降24.0%。中国信通院发布的2022年2月国内手机市场运行分析报告显示,2022年1-2月,国内市场手机总体出货量累计为4788.6万部,同比下降22.6%。其中,5G手机出货量也罕见出现下滑,同比下降11%至3769.8万部。

对于智能手机销售低迷,业内人士认为,除了受整体经济形势影响,也有当前智能手机普遍创新不足、消费者换机周期拉长的原因。

许多手机产业链企业已将目光投向手机之外的市场,进行积极布局,多元化业务的发力点包括智能穿戴、智能家居、VR/AR、新能源汽车等。

例如,歌尔股份正试图将VR/AR等智能硬件业务打造为“果链”之外的业绩增长点。2021年,歌尔股份智能硬件实现收入

328.09亿元,较上年同期大幅增长85.87%,毛利率为13.91%,毛利润已超过智能声学整机业务,成为公司的核心业务。

闻泰科技旗下主要有两大业务,一方面为智能手机、平板、笔电等产品提供ODM服务,另一方面通过旗下安世半导体提供汽车半导体业务。4月6日,闻泰科技在接受机构调研时表示,受益于2020年完成收购全球车用功率半导体IDM龙头厂商安世半导体并结合公司原有技术积累协同研发,公司产品集成业务现已发生了根本性改变,实现从手机到笔电、IoT、服务器、汽车电子等非手机业务拓展,客户结构不断优化,从消费电子领域向工业、汽车等领域延伸。目前,非手机业务正不断获取新客户、新订单。

韦尔股份通过近几年的业务转型,降低了手机CIS在公司营收中的比重,公司在汽车、安防CIS领域的市占率持续提升。公司表示,未来将进一步降低来自消费电子的营收比重。中航证券认为,韦尔股份在车载CIS领域研发投入已超十六年。近两年来,公司在原有的欧美系主流汽车品牌合作基础上,大量导入国内传统汽车品牌及造车新势力的方案,这也将为公司带来新的收入及利润增长点。

安洁科技主业为智能手机等消费电子产品和新能源汽车提供精密功能性器件生产和整体解决方案。公司近日发布2022年一季度业绩预告,预计一季度实现归母净利润7500万元-1.0亿元,同比增长1567.1%-2122.8%,净利润增长主要是公司在多业务领域订单持续增长,尤其是新能源汽车业务占比不断提升。

根据此前Counterpoint公布的数据,2021年第四季度,联发科以33%的市场份额位居全球智能手机AP/SoC芯片出货量榜首。台湾知名券商富邦投顾日前表示,由于手机厂商接连下调出货目标,联发科已将全年手机芯片出货量预期小幅下调至5.7亿-6亿组。其中,天玑9000芯片在2022年的出货量可能从原来预计的1000万套缩减至500万-600万套。

联发科尚未对上述报告做出回应。联发科4月11日发布的营收数据显示,3月营收达到591.8亿新台币,首破500亿新台币大关,同比增长47.41%。一季度营收达1427.11亿新台币,同比增长32.10%,创下历年来单季营收新纪录。

终端市场需求疲软或将对上游供应链传导。天风国际分析师郭明錤近日表示,中国安卓手机厂商普遍对供应商减少订单,总砍单量达1.7亿台,占原计划出货量的约20%,而这些订单有70%以上使用的是联发科的芯片。

在高压环境下,水泥公司采取提价方式应对。冀东水泥2021年年报披露,公司水泥熟料综合售价320.21元/吨,同比上涨11.61%。

“需求下降、价格上涨将是水泥行业的发展趋势。”陈柏林告诉中国证券报记者。

需求下滑成本上升 水泥行业盈利空间收窄

● 本报记者 张军

近期,云南、贵州等地的水泥企业相继宣布上调产品价格,原因是成本上行趋势明显。尽管当前水泥市场需求仍偏弱,但业内人士认为,随着基建发力,预计5、6月需求将出现拐点。

业内人士认为,高成本、高价格或成水泥行业的常态。2022年水泥企业将面临需求下滑、成本上涨等多方面的挑战。

成本上升

日前,云南一水泥公司发布调价通知,由于近期原材料价格上涨及环保成本增加,公司生产成本上升。为确保公司生产正常运行,自4月13日起,对某区域全品种水泥出厂价格在原价格基础上上调120元/吨。

据市场机构监测,4月13日起,云南昆明、玉溪、普洱等地及贵州贵阳、毕节、安顺等地的水泥企业宣布上调水泥价格50元/吨-160元/吨。

“当前水泥市场需求整体偏弱。云贵地区水泥价格为低价区域,主要是由于前期跌幅过大。为缓解煤炭涨价带来的成本上升,水泥企业宣布提价。”中国水泥协会副秘书长、数字水泥网总裁陈柏林对中国证券报记者表示,不过,云南地区在需求偏弱的背景下,调价难度

大,具体能落实多少仍待观察。

水泥行业作为传统的高能耗行业,能源成本占生产成本的50%以上。今年以来,煤炭价格上涨明显。中国煤炭市场网数据显示,1-2月,5500大卡动力煤年度长协价格为725元/吨,3月报720元/吨,均较2021年同期上涨。

数据水泥网监测数据显示,4月11日-4月15日,PO42.5散装水泥售价为508元/吨,较前一周上涨0.3%。分区域来看,天津、河南、广西、云南的水泥价格上涨20元/吨-50元/吨。

“4月中旬,国内水泥市场需求受疫情影响,整体表现不佳,企业平均出货率同比大幅下滑。水泥企业为传导成本压力,价格同步上涨。在受疫情影响较大的区域,水泥产品供大于求,价格小幅回落。”陈柏林对中国证券报记者表示。

基建有望支撑需求

数字水泥网监测数据显示,4月11日-4月15日,全国水泥发货率为62.7%,同比下滑24.5个百分点;库容比为67.2%,与上周基本持平,为近年来同期新高。

冀东水泥认为,2022年经济运行以“稳”为主基调,适度超前开展基础设施投资,对水泥需求具有一定支撑。同时,受严禁新增产能、错峰停产、能耗双控和落后产能退出等政策影响,预计水

泥产量稳中趋降,市场价格有望保持平稳,2022年水泥行业总体运行保持较强韧性。

水利部副部长魏山忠日前表示,2022年可完成水利项目投资约8000亿元。将重点推进55项重大水利项目前期工作,实施1700余座病险水库除险加固,实施约570处大中型灌区续建配套与现代化改造。水利部规划计划司司长张祥伟表示,今年1-3月,全国完成水利投资1077亿元,同比增长35%。

国家统计局数据显示,1-2月,全国固定资产投资(不含农户)同比增长12.2%。其中,基础设施投资同比增长8.1%。

行业格局料生变

Wind数据显示,目前已披露一季度业绩预告的4家水泥上市公司归母净利润同比均大幅下降。对于业绩下降原因,祁连山表示,受原煤采购价格上涨影响,产品销售成本同比上升,产品毛利有所下降;公司所在部分区域受疫情影响,水泥销量同比减少。

天山股份在2021年年报中表示,2021年,公司水泥熟料营业成本同比增长12.45%。华新水泥表示,燃料成本在水泥生产成本中位居第一,受需求、政策等因素影响,2021年煤炭价格和电价显著上涨。

视觉中国图片