

春耕备耕全面展开 产业链公司受益



视觉中国图片

眼下，正值农忙时节，全国各地春耕备耕正有序展开。种植户抢抓农时，为今年的春耕春播工作做好了准备。今年的中央一号文件特别强调要牢牢守住保障国家粮食安全底线，为此多部门推出了多项惠农政策，全力抓好粮食生产和重要农产品供给，同时也积极推进绿色种植。

中国证券报记者了解到，目前化肥、植保、农机、种子等农资热销，相关上市公司有望受益。

●本报记者 潘宇静

抓好春耕生产

春耕工作目前正自南向北陆续展开。我国是农业大国，要确保14亿多人吃得饱吃得好，就必须稳定粮食产量，当务之急就是抓好春耕生产。

今年，海南省通过惠民政策支持、奖励补贴等方式激发农户种粮积极性。湖南投入1.1亿元在55个县开展水稻机插秧和机抛秧作业补贴试点，带动全省投入插秧机、抛秧机4万多台。江西省加快高标准农田建设和农机推广，确保粮食播种面积只增不减。在赣州宁都县东韶乡，分散的土地集中改造成高标准农田，农业机械大面积投入使用。

山东省济宁市嘉祥县的一家农村合作社负责人韩先生表示，目前嘉祥县的玉米进入了春播的阶段。现在都是机械化种植，拖拉机、收割机遍布在农田上，无人机也承担了打药的任务。“能种多少种多少，能扩大多少扩大多少，尽可能多种植粮食作物，收益比较稳定。”

作为夏粮产量占全国逾四分之一的“中原粮仓”河南省，今年全省麦播面积仍继续稳定在8500万亩以上。其中，优质专用小麦1628万亩，较上年增加了95万亩。此外，河南省还统筹推进田间道路、水利灌排等工程项目。

“目前已经开展春耕了，今年春耕农户种植玉米积极性比较高，一般每年种多少就能卖完多少。”四川省内江市一家农村合

社负责人沈先生表示，今年天气比较干旱，不过政府近几年帮助农户修建蓄水池，缓解了用水压力。

农业农村部最新农情显示，除新疆北部外，目前全国冬小麦已全面返青，江淮、江汉地区开始拔节，西南地区正在孕穗。2月底以来，气温迅速回升，加之土壤墒情较好，冬小麦苗情迅速转化升级。

政策大力支持

随着春耕的稳步推进，春耕备耕的支持政策也如约而至。有的部门加大了农资的供给，有的部门推进农田的科学化种植进程，有的部门加大了金融支持力度。

今年3月起，2022年度第一批300多万吨春耕肥储备已开始向市场投放。国家发改委网站显示，随着春耕自南向北推进，后续还有大量储备化肥将陆续投放市场，以保障春耕等关键时段农业生产用肥需要。

农业灌溉离不开水利建设。水利部日前发布的《2022年水利乡村振兴工作要点》表示，要加快农村供水工程建设改造。同时，围绕产业兴旺和粮食安全，着力推进农田灌排工程建设；支持脱贫地区做好150项重大水利工程项目前期论证工作，加快推进在建重大水利工程建设。

绿色种植也是今年春耕的一大特点。记者从农业农村部了解到，近日农业农村部农业生态与资源保护总站下沉一线服务指导，积极助力春耕备耕。针对重点用膜地

区春耕生产特点，聚焦玉米、马铃薯等主要粮食作物，大力推广地膜科学使用技术，提升农户绿色生产意识。今年将向各地推广加厚高强度地膜5000万亩、全生物降解地膜500万亩。

金融助力春耕备耕。据了解，春耕生产关键时期，银行、保险等金融机构工作人员积极走村入户，为各类新型农业经营主体提供有效的金融保障。中国农业发展银行行长湛东升介绍，3月20日（春分）前后进入田管高峰，农发行正有力有序支持春耕备耕。2022年，在支持农业生产方面，预计农发行农地贷款投放不低于1000亿元，投贷联动支持种业振兴200亿元，支持化肥、农药、农机等农资供应贷款投放不低于200亿元，“菜篮子”工程贷款投放不低于200亿元。

农资销量增长

随着春耕展开，化肥、农机、种子等农资也热销。

隆平高科水稻产业管理部部长李步勋表示，春节前后，我们采取了各种措施来促进种子推广，重点品种的入户比例节前占三成多，节后春耕占七成左右。从今年的市场来看，大品种、好品种更受欢迎，隆两优、晶两优、玮两优等重点品种部分地区卖脱销，种子价格基本与往年持平。

为保障春耕植保的稳定生产供应，先正达集团中国各植保产品生产工厂在做好防疫的前提下，通过物流与生产联动，开足

马力冲产能保质量，全力保障植保产品生产和供应。

华创证券研究所分析师张文龙表示，春耕旺季农药景气度延续，化肥成本支撑有力，拥有钾肥供应链优势的企业有望受益。国盛证券也看好农资景气度趋势，关注钾肥、农药、平板玻璃和纯碱行业。

“根据前两个月的发货情况推算，销售数据还是可以的，要比上年同期好。”史丹利相关负责人表示，其原因主要是上一年四季度原材料价格上涨，经销商多存在观望态度，行情有所延迟。在粮价上涨和国家推行补贴政策背景下，农民种植意愿较高。同时中央一号文件强调要加大大豆等作物的种植面积，利好农业用肥。

农业机械销售方面，柳工相关负责人表示：“今年以来农机销售情况比去年同期要好，现在国家大力发展农业机械化，农机种类每年都在增长。”

据了解，今年柳工增加了拖拉机的生产，目前公司农机产品主要是甘蔗收割机和拖拉机。上述柳工相关负责人表示：“农机生产企业目前的市占率都较低，大家起步比较晚。目前购置农机有政策补贴，我们会加大农机的投入。”

“我们卖的主要是稻麦联合收割机，随着春耕的开始，销量在上升。”星光农机相关负责人表示。

扬农化工方面表示，现在是植保需求的旺季，农药销量同比上升，公司还扩大了产能。

焦炭开启第四轮提涨 行业盈利中枢上移

●本报记者 何昱展

本周，全国主流焦炭产区开启自2月末以来的第四轮提涨。山东、河北、山西等多家焦炭生产企业宣布将焦炭出厂价格统一上调200元/吨，目前已累计提涨800元/吨。机构预计此次提涨将在本周全面落地。

业内人士认为，目前上游原材料价格坚挺，叠加焦炭开工率不足，下游积极采购，市场供需偏紧，焦炭利润回升，上市公司有望受益。

供应偏紧

此次焦炭价格提涨与上游原材料价格上涨等因素有关。

原材料方面，多个产地陆续调整炼焦煤价格。数据显示，3月15日，太原市场、临汾乡宁市场部分炼焦煤每吨上涨幅度为150元-200元。

原材料价格上涨主要是供应偏紧导致的。业内人士表示，主产地煤矿由于环保检查，产量释放有限，叠加疫情影响发运，原煤产量有所下滑，同时下游市场整体需求较旺盛，焦煤供应紧张局面暂时难有明显缓解，导致炼焦煤整体供应依旧偏紧。

下游方面，钢厂整体库存偏低，普遍采购积极，部分前期库存量较小的钢厂近期存在库存告急的情况，对焦炭产品的需求进一步提升。

在上下游供需错配的情况下，今年以来，焦炭价格经历多轮提涨。Mysteel分析认为，目前国内炼焦煤市场延续偏强格局，整体供应依旧偏紧；需求方面，3月14日焦炭价格开始第四轮提涨，市场情绪向好，焦炭利润回升，补库意愿较强，支撑短期内炼焦煤市场坚挺运行。

弘业期货表示，焦煤市场整体供应趋紧，支撑出货顺畅的煤矿焦煤价格上涨运行。下游焦炭市场看涨情绪不减，焦炭开启第四轮提涨，且部分焦炭企业近期有复产计划，对原料煤需求依旧旺盛。

数据显示，3月15日0时起，山东部分钢厂对焦炭采购价上调200元/吨。目前，山东部分钢厂准一级（湿熄）冶金焦采购价为省内3460元/吨、省外3470元/吨；准一级（干熄）冶金焦价格省内外均执行3910元/吨，二级焦省内外均执行3400元/吨。

800元/吨

山东、河北、山西等多家焦炭生产企业宣布将焦炭出厂价格统一上调200元/吨，目前已累计提涨800元/吨。



新华社图片

焦炭受益

业内人士表示，目前，焦化企业开工率开始上升，厂内焦炭库存普遍偏低，行业盈利中枢上移，开工积极性较高。受疫情影响，车辆进出严格，焦炭无多余库存，即产即销。下游钢厂高炉复产力度较大，多数钢厂预估可满负荷运行，刚需回升明显。

南华期货表示，在焦炭价格第四轮提涨后，下游钢厂利润被进一步侵蚀，预期第五轮提涨会有难度。

上市公司方面，主要产品价格上涨提振业绩。山西焦化业绩预告显示，预计2021年实现归属于上市公司股东的净利润12.22亿元-12.84亿元，同比增长11.4%-17.05%。业绩变动主要原因是受主营业务影响。公司表示，2021年，我国焦炭市场呈现大涨大跌的走势。2021年一季度受新增焦炉陆续投产供应上升、钢材市场需求收缩等因素影响，焦炭价格震荡下跌；二、三季度，全球经济呈现复苏态势，钢材消费高涨，焦炭需求大增，价格快速上涨；四季度价格快速回落，下游钢材市场消费下滑，焦炭需求持续收缩。

陕西黑猫业绩预告显示，预计2021年实现归属于上市公司股东的净利润15亿元-16亿元，与上年同期（调整后）相比，预计增加13.06亿元-14.06亿元，同比增长672.5%-724%。业绩增长主要是受益焦炭产品量价齐增。陕西黑猫表示，2021年公司主要产品全年产销量大增，其中焦炭、BDO的产销量分别同比增长25%和150%。

目前，陕西黑猫具备焦炭产能780万吨/年，甲醇产能30万吨/年，合成氨产能37万吨/年、LNG产能25万吨/年以及6万吨/年BDO的产能。

中岩大地董事长王立建：

主动出击锁订单 发展“四化”寻增量



高端访谈

●本报记者 张军

“过去，中岩大地订单都靠行业口碑相传。现在看来，面对传统意义上的岩土工程大约每年7000亿元-8000亿元的市场规模，这种营销模式远远不够。”中岩大地董事长王立建日前在接受中国证券报记者专访时表示，为此，公司年初组建了营销团队，由过去的“被动接受”转为“主动出击”。“我们相信，只要做好营销工作，未来公司业绩就可以实现大幅增长。”

化被动为主动

中岩大地2008年注册成立，经过14年的发展，公司以服务岩土工程、环境修复等领域为主营业务，是一家拥有多项核心技术，能够为建筑、交通工程、市政工程、环保工程等不同行业客户提供包括设计、咨询、施工在内的岩土工程一揽子解决方案的岩土科技公司。

稳增长目标下，新年伊始，基础设施投资及建设提速，作为基建基础的岩土工程也迎来了发展机遇。

“通过基建拉动经济增长，这可以说是一个共识。”王立建认为，尽管中国被称为“基建狂魔”，但实际上人均基建投资仍只有发达国家的30%-40%。同时，中国城镇化率较低，城镇化进程依然在推进。“我们预判，未来二三十年我国基建投资额保持在高

位是确定性的。”

据王立建介绍，传统意义上的岩土工程每年有7000亿元-8000亿元的市场规模。若算上环境工程、岩土材料及装备等，每年大约有12000亿元-13000亿元的市场规模。

中岩大地能做什么？怎么参与？王立建告诉记者，本着“以科技为依托，为客户提供优质解决方案”的使命，公司最终选择通过技术优势为客户在节能减排、工期、造价等各个方面提供差异化服务。

据了解，中岩大地主编或参编了三十余部国家或行业标准，参加了我国城乡建设领域强制性规范中与岩土工程相关的3本规范的编制工作，分别为《建筑与市政地基基础通用规范》（GB55003-2021）《既有建筑维护与改造通用规范》（GB55022-2021）《既有建筑物鉴定与加固通用规范》（GB55021-2021）。公司还主编了住房和城乡建设部组织的全国注册土木工程师（岩土）继续教育必修教材《岩土加固与处理工程技术新进展》。

“目前，公司申请了400多项专利，已经获批的有200多项。”王立建说，“中岩大地的专利技术、特种装备在国内乃至国际上具有一定的领先性。”

中岩大地技术优势已得到验证。王立建告诉记者，雄安火车站采用公司设计方案施工后，比原预定工期缩短了两个月。国家会议中心二期采用公司设计方案施工后，工期缩短了20天左右。

“有技术优势，市场规模也很大，但公司的营销模式太过保守。”王立建表示，“过去，公司的订单基本都是靠口碑相传，一直以来都没有成立营销团队，因而能够获取的订单非常有限。”

为破解上述局面，2022年初，中岩大

地成立营销团队，包括顾客营销和渠道营销。顾客营销即针对客户的服务；渠道营销即介入项目前期的营销，通过向设计院、勘察单位等推广公司方案，将营销前置。

凭借80%-90%的大客户复购率，加上营销团队的成立，王立建认为，只要做好营销工作，未来公司的订单就会大幅增加，业绩就可以实现大幅增长。

不惜丢单做好风控

资料显示，从2008年12月担任中岩大地董事长以来，王立建从事岩土工程行业已有14年。他说：“14年了，一直和土打交道，自己已经变成一个‘土人’了。”

2020年10月，中岩大地在深交所上市。作为公司一把手的王立建认为，对公司而言，风控永远是第一位的，而不是盲目追求规模。

王立建告诉记者，公司在职工中，硕士及以上学历占比达到20%，远高于行业5%的平均水平。在绩效考核上，公司按照项目完成情况的经济指标计算营销人员提成，而不是简单的签合同拿提成。

“这套体系意味着公司考核的是效益，而非规模，这也让公司会失去不少合同。”王立建告诉记者，在签订合同前，公司还会考虑客户的资产负债率、海外融资成本等指标。

“为什么考虑客户的海外融资成本？债券是投资人真金白银投资的，融资成本高，说明投资人给了你一定的风险溢价，也说明企业风险高。”王立建解释。

资料显示，中岩大地目前和万科、华润、北辰、中国建筑、中车、红星地产等国内知名企业建立了长期合作关系。

提升核心技术水平

近年来，中岩大地提出，将持续加大科研投入力度，深入推进智慧岩土布局，着力加强“信息化、数字化、物联网、人工智能”的研发力度，大力推进物联网、移动互联及BIM技术在岩土工程、地下空间改造和环境修复业务应用，进一步增强公司整体研发实力，提升公司核心技术水平，为客户提供更为完善的岩土工程系统解决方案。

王立建称其为“四化”。他告诉记者，“四化”是由行业特征决定的。岩土工程行业属于定制化产品，非标特征明显，管理难度较大，规模经济没有工厂化生产明显；同时，工程在地下，隐蔽性强，存在安全风险高、质量缺陷难修复的特点。

据王立建介绍，目前，公司已在“四化”方面进行投入，部分技术和装备已实际应用到作业场景中。这些新技术对质量安全保证、边际成本降低、新技术推广、品牌建设等方面都有较大的推动作用。

据了解，目前公司已落地的场景包括收入、成本、现金流等财务指标的全过程信息化管理；基坑施工全过程实时自动化监测及报警；自主研发设备中的全面信息化，通过一系列传感器变不可见为可见，操作参数、工程量、材料用量全透明，通过过程管控保证工程质量；自主研发设备的智能化施工，即通过算法模型在后台对数据进行预测，自动调整施工参数，实现智能化施工；人员工作流程、安全操作信息化手段等。

“我们希望将这套系统作为一个产品或平台推荐给客户，甚至同行使用。若顺利进行，未来会带来庞大且成本极低的业务增量。”王立建对记者表示。