

行业普亏加速产能出清 2024年生猪市场预期回暖

证券时报记者 赵黎昀

2023年,国内生猪市场整体呈现周期底部震荡格局,除三季度价格短期触底反弹外,行业企业多数月份处于亏损境地。

近期生猪养殖行业上市公司密集披露的2023年12月份产销数据显示,月内国内生猪市场价格进一步探底,企业月度销售均价均已跌至14元/公斤下方,四季度的旺季预期再度落空。

然而,猪价经历过往年年底部震荡后,市场能繁母猪去化也现加速迹象。行业分析人士多认为,2024年上半年养殖端或仍处于去产能阶段,但下半年随着市场供应偏少,价格或存回暖预期。

猪价低位运行

近期生猪养殖行业上市公司陆续披露的2023年12月产销数据,显现出过去一个月行业价格的低迷。

据牧原股份披露,2023年12月份,该公司商品猪价格较2023年11月份有所下降,商品猪销售均价13.42元/公斤,比2023年11月份下降2.04%。

金新农数据也显示,2023年12月该公司商品猪销售均价为13.38元/公斤,环比下降8.33%。

温氏股份公告称,整个2023年度,该公司毛猪销售均价为14.81元/公斤,同比下滑达22.26%。

“12月全国生猪出栏均价为14.3元/公斤,较上月下跌0.33元/公斤,环比下跌2.26%,同比下跌23.9%。”上海钢联分析师称,2023年12月集团场出栏增量冲年度计划较为普遍,市场猪源供应宽松。

虽然降温之后,南方腌腊、灌肠集中启动,但消费不及预期,且部分临期低价冻品对市场造成一定冲击。市场猪肉供大于求,白条价格偏弱运行。12月白条价格为18.53元/公斤,较上月下跌0.26元/公斤。

从供应方面来看,企业出栏进度整体尚可,局部地区前期受猪病影响已逐渐平稳,养殖户观望中灵活分批出栏,不过大猪存栏量仍待消化,供应端仍有释放压力。

需求方面,元旦备货无明显支撑,市场仍存年底盼涨预期,接下来或有腊八及春节前备货行情,但南方腌腊高峰已过,需求延续体量或较有限。

元旦假期过后,生猪市场价格进一步探底。

卓创资讯分析师姜艺旋告诉记者,目前市场供大于求,旺季生猪价格难起。从供应端来看,当前作为常规消费旺季,规模养殖场和散户的计划出栏量均呈增加状态。

而需求端由于2023年冬季降温缓慢,北方灌肠、南方腌腊进行时间较为分散,难有集中需求,导致白条鲜销以及冻品出库情况较差,屠宰企业宰量提振有限,腌腊难以带动需求端对价格形成有力支撑。供强需弱共同作用,生猪价格旺季不旺。

晶澳科技首发漂浮式海上光伏产品

证券时报记者 刘灿邦

入局海上光伏市场的一线制造厂商再添一家。近日,晶澳科技(002459)发布了DeepBlue 4.0 Pro湛蓝系列和耀蓝系列两种海上光伏n型产品方案,分别适用于桩基式安装和近海的漂浮式安装。

据悉,本次发布的海上光伏组件功率最高可达635W,组件效率最高可达22.8%。其核心是晶澳新一代Bycium plus电池技术,除采用优质的硅片和电池表面钝化技术,还采用了先进的激光增强接触优化技术,用于改善太阳能电池细栅电极的金属接触,有效提高电池转换效率。

晶澳科技表示,新品在继承n型组件DeepBlue 4.0 Pro“高效率、高效率、高发电、高可靠”特性以外,还具备“抗盐雾、抗紫外、抗湿热、抗热斑”优势,有效保障了海上光伏电站收益。



图虫创意/供图 陈锦兴/制图

行业普亏促产能去化

除三季度一度出现回暖外,2023年全年国内生猪市场价格整体低位运行,行业长时间处于亏损状态。在2023年前三季度已披露的亏损数据基础上,叠加四季度市场价格再度触底,已可以预计过去一年养猪企业业绩普亏成为定局。

据Mysteel农产品数据统计,虽然去年12月国内猪价先跌后涨,中下旬亏损减少明显,但大猪存栏量仍待消化,月均小幅下跌。

月内饲料原料玉米及豆粕价格下滑明显,利好于养殖场成本,使之自繁自养亏损略减。12月份生猪均价环比下调2.26%;玉米均价环比跌幅3.39%;月内猪粮比均值增至5.58,环比涨幅1.18%。市场在过度下跌二级预警区间震荡徘徊。

2023年12月,自繁自养月均亏损103.47元/头,较上月亏损减少23.33元/头。外购仔猪12月亏损143.48元/头,较上月亏损减少了106.29元/头。

“从生猪养殖周期来看,从能繁母猪到标猪出栏约需要10个月的时间,2023年全年标猪出栏情况基本对应2022年3月至2023年2月期间的能繁母猪的变化情况。”上海钢联分析师王海莲称。

据Mysteel农产品数据显示,2022年3月到2023年2月份,能繁母猪存栏呈增长走势,从459万头增加至511万头,且母猪性能也持续提升,对应2023年全年生猪出栏量维持相对高位。

2023年前三季度样本企业生猪出栏量大体呈现“缓慢增加、高位运行”趋势,月度商品猪出栏量变化区间在726万头—875万头,同比上一年增幅8.55%—26.38%。在供给充足的情况下,2023年猪价低位运行,全年均价在14.99元/公斤。

不过,随着2023年猪价持续低

迷,行业亏损情况加剧,产能出清也呈现加速迹象。

据Mysteel农产品123家定点样本企业数据统计,2023年11月规模场能繁母猪存栏量为494.83万头,环比减少1.92%,同比减少2.77%。

11月生猪价格延续弱势运行,养殖场亏损局面未改,南方部分省份个别规模场为缓解资金压力,存在主动加大母猪淘汰量情况但幅度相对有限;北方多省受猪病影响,育肥猪和母猪均有不同程度受损,主动及被动淘汰量均有明显增加,导致11月生猪产能加速去化。

而到了12月,规模场能繁母猪存栏量为484.82万头,环比减少2.02%,同比减少5.45%。

12月各地猪病影响延续,虽影响力有所减弱,但华中、华北及东北多地仍受猪病影响较大,能繁母猪被去量化量环比增加;且猪企年底资金回笼压力较大,部分地区养殖户存在主动去产能、加大出栏量套现,以弥补资金空缺情况,故12月能繁母猪存栏量环比降幅较大。

今年市场预期回暖

进入新年后,各地猪病影响继续减弱,但行情预期仍较为一般,资金压力下,部分养殖场主动去产能情况或继续延续。

“前期北方部分地区受到猪病影响,标猪呈逐步减少状态,猪源充沛区域的低价生猪或流入猪源紧缺地区,对价格下降幅度有一定平抑作用。从需求角度来说,春节在2月10日,集中备货影响,需求或有小幅走强,或达年内高峰期。供需错配,对价格形成一定支撑,或有上涨空间。但节日过后市场需求缩水,养殖场和散户的计划量远超前市场需求,供应仍然维持相对充裕状态,供大于求态势难改,猪价仍存进一步下滑可能。”姜艺旋认为,2024年上半年养殖端或处于去产能阶段,加之受猪病等因素影响,生猪出

栏节奏或加快,该阶段生猪供应量或较为充沛,价格或呈下降态势。

不过她也表示,2024年全年猪价最低点或出现在4月份。随着产能逐步降至低位,市场供应或逐渐下滑,价格有止跌反弹的空间,拐点或出现在5—6月份。下半年生猪市场供应量或偏少,对行情有较强的支撑作用,加之受四季度需求旺盛的影响,猪价或上涨,并于12月份出现全年高点。

华龙期货认为,2024年生猪行情难有大的周期性反转,但总体将逐步向好。上半年需求淡季叠加供应相对宽松,猪价难有起色,下半年产能进一步去化,叠加需求旺季,价格应有好转。生猪盘面全年或将呈现前低后高的V字型走势,并围绕15000元/吨的中枢在13000—18000元/吨之间进行区间震荡。

方正中期期货分析,单从生猪自身的供需层面,当前可能还得出周期即将见底的结论,主要在于能繁母猪产能仍然处于高位,以及集团企业逆周期扩张的步伐并未显著停止。

养殖端各个环节的亏损当前仍然是难以扭转的事实,但亏损不可能成为一种常态。当前猪价已经考验到头部优秀企业的现金成本,以及能繁母猪对肥猪的折价率进一步扩大,可能显示周期的底部在逐步临近。倘若仔猪长期低于出栏成本,能繁的加速淘汰可能只是时间问题。

山西证券近期研报指出,2024年进入本轮周期的第四个“亏损底”,是2006年以来首次出现四个“亏损底”的周期,且周期磨底有望逐渐进入尾声。无论是看2024年反转,还是看2025年反转,根据养殖股的演绎规律,均应重视生猪养殖股在第四个“亏损底”布局时机。如果第四个“亏损底”是最后一个底,则养殖股后续演绎逻辑有可能逐渐从“产能去化”阶段进入“周期反转”阶段。悲观情景下,若第四个“亏损底”是倒数第二个亏损底,则仍是布局生猪养殖股大周期机会的良好时机。

将重点推广漂浮式产品。

张军说,其他厂商也会跟进晶澳本次发布的产品及技术方案,在桩基式产品基础上介入到漂浮式海上光伏领域,“无论哪种场景,头部企业在海上光伏领域的竞争都会比较激烈”。

据悉,目前,晶澳海上光伏n型产品已顺利通过IEC标准及加严测试,在盐雾、氨气、沙尘、不均匀雪载、盐水浸润性等测试中表现优异,并获得了相应证书。耀蓝系列组件也已参与由中集集光与国家光伏质检中心在山东烟台共同创建的全国首个海上浮式光伏实证基地。

“未来的竞争将主要在头部厂商之间展开。”谈及海上光伏何时迎来爆发,张军认为,海上光伏在政策、成本上还有一些障碍,晶澳作为一体化光伏企业,不会等到政策突破再去推产品,而是提前考虑客户需求,提供更有价值的产品。

艾比森2023年净利 最高预增超七成

证券时报记者 康殷

1月8日晚间,艾比森(300389)发布2023年年度业绩预告,预计2023年净利润3.1亿元—3.5亿元,同比增长52.7%—72.4%。报告期内公司合计推出55款新产品,有力支持业绩增长。

同日,艾比森公告《公司发展战略规划纲要》。公司经营管理层基于对市场趋势及自身发展的综合研判,制定出三年战略发展规划纲要:“内外双攻,掌控节奏,以品牌、渠道、产品、组织为四大抓手,高效推进BP落地,稳步实现三年百亿的阶段性战略目标”。2023年已实现接单约53亿元,力争2024年实现接单80亿元,2025年实现接单100亿元。

作为全球领先的至真LED显示应用与服务提供商,艾比森为国内外客户提供全系列LED大屏显示产品及专业视听解决方案。

2023年艾比森把握住市场需求恢复的机遇,通过一系列卓有成效的方式对海外和中国市场都增强了市场拓展力度,实现含税接单约52.96亿元,同比增长约51%;接单金额的高速增长带动公司营业收入的高速增长,2023年实现营业收入约40.45亿元,同比增长约45%。

研发投入上,2021年至2023年公司累计投入研发费用约4.01亿元,持续加大在MicroLED、虚拟拍摄、LED一体机、户外小间距、LED防火阻燃、家庭

影院等核心技术的研发投入,有力支撑报告期内公司产品市场竞争力的全面提升,以及在XR虚拟制作、家庭影院、户外裸眼3D显示、MicroLED、COB等前沿技术的持续领先。报告期内艾比森合计推出55款新产品。

此外,艾比森多年持续投入数字化建设,目前已初步实现数字化运营。报告期内公司实现净营业周期约27天,运营效率高于同行业平均水平。另外,2023年艾比森实现经营活动产生的现金流量净额约5.29亿元,远高于同期净利润3.1亿元—3.5亿元。

在《公司发展战略规划纲要》中,艾比森从优化公司治理,实施股权激励,完善销售网络,加大科研创新,完善销售网络,优化品牌营销和持续变革赋能等六方面提出公司未来战略举措。

具体来看,在全球布局上,艾比森产品远销美洲、欧洲、澳洲、亚洲、非洲等140多个国家和地区,累计拓展渠道合作伙伴6000余家,在全球范围内拥有广泛的品牌影响力。未来公司将进一步提升在国际、国内市场的销售网络覆盖,通过大客户直销、渠道经销、垂直行业销售等多种模式拓宽商业通路。

品牌营销上,为了更广泛地触达到政府、企业、商业、家庭等客户群,艾比森将加大品牌营销投入。通过多品牌差异化定位、活动营销、社交媒体、展厅参观等多种途径传递品牌价值,吸引客户兴趣,巩固客户信任,构建竞争壁垒。

年夜饭“爆单” 上市公司加码布局预制菜

证券时报记者 刘茜

除夕年夜饭作为“团圆宴”,不仅受到家家户户的重视,更是餐饮业的风向标之一。距离除夕仅有一个月,证券时报记者采访上海、武汉、杭州等地的酒楼饭店发现,多地热门饭店年夜饭的包厢早已预定一空,部分餐厅还有大厅位置可以“捡漏”。

预定不到堂吃也不要紧,生鲜平台、超市、餐饮门店均在线上平台推出“预制菜类年夜饭”。据证券时报记者梳理,最近一个月以来,围绕着“年夜饭”“预制菜”的话题,互动平台上产生了上百条问答,多家上市公司与投资者交流相关问题。

年夜饭“爆单”

1月8日,记者走访武汉多家酒楼饭店了解到,大部分餐厅除夕年夜饭已订满。记者拨打武汉连锁酒楼湖锦酒楼订餐电话,据工作人员反馈,从腊月二十八至除夕,该酒楼4家门店的所有包间已全部订满。

在另一连锁酒楼艳阳天黄鹤楼店,记者看到,前台工作人员一直忙着接听食客打来的预定电话。据工作人员介绍,目前,腊月二十八至除夕,中餐和晚餐的包间已经全部订满了,其余时间也已经预订了九成以上。

从全市范围来看,武汉餐饮业协会相关负责人向记者表示,腊月二十四至腊月二十九,武汉年夜饭预订量为85%左右,大部分餐厅的除夕年夜饭和晚餐已订满。

不仅是武汉,全国多地年夜饭预定都处于爆单状态。

在上海,记者电话咨询了上海老饭店、绿波廊、德兴馆、南翔馒头店等几家老字号餐厅,得到的回复是“8、9月份就有消费者打听年夜饭预定,包间早在两个月前就预定完了”,有的餐厅表示“小年夜饭或者年夜饭中午还有少量大厅空位”。

在北京,中华老字号餐饮企业全聚德表示,该集团旗下各品牌餐厅门店的年夜饭预订早已启动,部分餐厅的预订热潮提前到来。除夕当晚的年夜饭预订火爆,单间预订出现“一厢难求”的情况。

中央地方“合炒”预制菜

年夜饭“新宠”的预制菜,今年被玩出了更多的花样。1月8日,记者在各大电商平台和实体店看到,龙年春节的预制菜已经上新,众多品牌、各式各样的年夜饭预制菜定制礼盒都在热卖中。

在菜系选择上,预制菜市场包含

粤、川、闽、淮扬菜等,很多知名餐饮品牌,老字号品牌把烹饪比较复杂的大菜也做成了预制菜,“年味”十足。

淘宝平台上,一款售价500元左右的佛跳墙预制菜品的销售量已经超过了1万份;一份售价接近1500元的年夜饭预制菜套餐包含了松鼠桂鱼、上海酱鸭、鲍汁山珍等菜肴。

近年来,我国预制菜市场发展迅速,国内预制菜渗透率已达10%至15%,预计2030年将增至15%至20%,市场规模可达1.2万亿元。

值得注意的是,岁末年末,中央地方合力“炒好”预制菜。

近日,工业和信息化部答复十四届全国人大一次会议第1557号建议,下一步将持续加强预制菜产业培育和支持力度,促进预制菜产业与乡村振兴有机结合。加强产融对接,引导有关产业投资基金加大对预制菜在内的传统产业金融支持力度。

多地出台新规,推动预制菜产业健康发展。大连市印发支持预制菜产业高质量发展的若干措施,包括推动银行机构为预制菜企业量身打造“预制菜贷”,支持预制菜产业链和供应链融资等。

上市公司加码布局

年夜饭市场的火爆,也是2023年餐饮业复苏的延续。

随着岁末年初消费旺季的开展,产业链上的上市公司加码布局。在互动平台上,“年夜饭”“预制菜”成为投资者对相关上市公司提问的高频词汇,其中既包括对公司业务和未来预期的关切,也有对具体菜品规划的关注。

广州酒家(603043)表示,公司会根据发展规划与市场需求,结合自身资源禀赋与优势,加大技术研发投入,适时推出满足市场需求的产品。同时,各餐饮门店会根据消费者的需求推出多种外卖新菜式及组合优惠套餐等,全力满足市场需求。

金陵饭店(601007)表示,公司全资子公司食品科技公司打造了涵盖特色面点、经典卤味、招牌预制菜、地标小吃、礼盒等五大系列的产品体系。公司目前招牌预制菜主要包括金陵大师菜、经典淮扬菜、家常菜等系列,例如金陵红烧狮子头、金陵小龙虾等。

龙大美食(002726)表示,随着资本的介入,政府产业政策的支持,预制菜赛道越来越热,竞争也越来越激烈,行业将逐步走向标准化、规范化,预制菜行业将进入整合期,具有上游原料优势、渠道优势和规模化的大型企业将更有竞争力。