

生猪养殖成本下降、价格连涨 自繁自养头均盈利已近700元

证券时报记者 赵黎昀

7月23日,国内期货市场生猪主力合约2409一度达到18775元/吨,创出近两年新高点。

而现货市场上,受近期雨水密集影响,生猪价格连续上涨。卓创资讯数据显示,上周内外三元交易均价19.04元/公斤,环比上涨1.98%。最高价为7月16日的19.26元/公斤,最低价为12日的18.79元/公斤。

数据显示,7月23日,生猪自繁自养盈利698.74元/头,自2024年以来已累计上涨823.47元/头,累计涨幅660.24%。截至7月23日,2024年生猪自繁自养盈利均值154.79元/头,与2023年同期相比上涨305.24元/头,涨幅244.7%。

同时受降雨影响,上游养殖端出栏减量,屠宰端收购难度增大,猪肉供应减少,成本支撑增强,共同支撑猪肉价格上涨。北方重点市场白条猪肉均价24.33元/公斤,环比上涨1.67%,较上周涨幅收窄2.15个百分点。

“养殖端前期集中出栏大猪,近期大猪出栏占比下滑,且部分地区受集中降雨影响,养殖端存在提前出栏的情况。此外,二次育肥补栏热度略有降温,标猪流入屠宰端货源增加,屠企收购猪压力下滑,收购均重下滑。而仍有部分养殖场对后市看涨预期减弱,出栏积极性提高,大猪出栏增加,推动均重略涨。”卓创资讯分析师朱泽坤说。

北方部分地区受降雨影响,生猪调运不畅,叠加终端需求暂无利好支撑,屠宰企业订单有限,上周开工率呈下降走势。7月18日全国屠宰企业日度平均开工率为25.72%,同比下降4.39个百分点。月下旬养殖企业生猪出栏计划或增加,开工率或微涨。

猪价不断冲高的同时,养殖成本延续下行趋势。此前在7月16日,豆粕期货主力合约2409一度达到3071元/吨,较5月中旬下行16%,较去年同期更是出现约1000元/吨的降幅。

卓创资讯数据显示,上周豆粕现货价格进一步下跌,市场供应压力突出,下游接货意愿不佳,成交情绪较弱,导致市场豆粕成交减量。周内43%蛋白豆粕全国平均价格为3056元/吨,价格较前一周下跌137元/吨,跌幅4.29%。

国际市场维持丰产预期,巴西大豆出口加速,导致美豆期货持续走低。展望后市,豆粕市场将维持宽松格局,豆粕价格或延续跌势。预计本周豆粕价格下跌,运行区间在2970元/吨至3030元/吨。

华安期货也分析,当前美豆生长状况较好。数据显示,截至2024年6月30日当周,美国大豆优良率为67%,高于市场预期的66%。目前是大豆到港高峰期,国内油厂大豆供给依旧偏高,开机率维持相对高位,但由于下游需求比较低迷,买货意愿下降,导致油厂豆粕出库压力大,催提压力仍将持续。

养殖利润主要受养殖收入及养殖成本影响,而养殖成本主要包括饲料成本、仔猪养殖成本、人工、水电、兽药、疫苗等因素,其中饲料成本变动相



对较频繁。随着饲料价格下行,在养殖收入增加、养殖成本下滑的情况下,2024年生猪自繁自养盈利自3月末开始便扭亏为盈,且一路上涨至高位。

“受前期饲料价格下滑的影响,截至7月23日,2024年出栏生猪的饲料成本不断下滑,从而使得生猪养殖成本持续下降。”卓创资讯分析师王亚男分析,在自繁自养模式下,7月23日生猪养殖理论成本为1718.52元/头,2024年以来已累计下滑8.89%。截至7月23日,2024年平均养殖成本为1776.54元/头,较2023年同期下滑6.94%。

据悉,养殖收入是由生猪价格乘以生猪交易均重计算得出。卓创资讯数据显示,由当前19.38元/公斤的猪价及124.73公斤的交易均重来计算,7月23日自繁自养模式下的生猪养殖收入为2417.27元/头,2024年以来已累计上涨37.22%。截至7月23日,2024年平均养殖收入为1957.05元/头,较2023年同期上涨9.68%。

“在猪价持续上涨的情况下,猪肉价格跟随上涨,下游对高价产品的接

受能力减弱。且在各区域价差较小的情况下,部分产区的白条外销难度增加,进一步制约需求。加之河南区域降雨等原因,白条外销难度加大,需求不理想。需求对行情有一定拉低作用。”朱泽坤认为,河南上周降雨导致局部区域出栏受阻,其中不乏猪源集中区域。在集中降水逐步结束后,部分被动压栏的生猪或释放,对行情有拉低作用。

朱泽坤称,降价过程或较为快速,降价时长或为1日至2日。随后市场仍有一定抗跌情绪,价格或上涨。综合来看,未来第二周生猪出栏量或由多到少,猪价有上涨空间。而未来第三周生猪供应或陆续增加,7月压栏增重的部分猪源或达到可出栏标准,生猪出栏量或提升,价格有下滑可能。

福能期货则认为,下半年生猪市场整体供应端压力或处于平稳状态,随着需求边际的逐渐向好,四季度屠宰量或至年内高点。但伴随饲料原料的价格寻底,及仔猪价格创新高,下半年行情震荡上行。

在印度班加罗尔开设首家门店,此后一年的时间里,特步业务拓展到东南亚、中东、中亚等超过10个国家。

在巴黎奥运会、亚洲杯、欧洲杯等国际赛事的加持下,2024年成为体育大年,对于国内几大运动服饰品牌海外市场的发展或是重要机遇。

不过,李宁的出海策略在几大国产运动鞋服品牌中显得更为谨慎。在今年业绩说明会上,李宁方面表示,“在海外做生意,不是那么简单的事。虽然市场环境存在不确定性和挑战,但中国市场还有巨大的生意空间,所以海外市场对于我们而言,对于李宁品牌而言,会在今年做一些破局的动作,但是它并不是要我们一下子加大力度,我们不会这样,我们核心还是深耕中国市场,为未来的市场拓展去做一些破局的准备。”李宁CEO钱炜彼时表示。

除运动鞋服品牌外,国产羽绒服品牌波司登的出海业务也在迅速推进。波司登迭代升级伦敦旗舰店运营服务,将海外品牌定位从大众品牌提升至高端羽绒服品牌,同时亮相各大国际时装周。据悉,2023年,波司登品牌价值评估达885.69亿元,上榜“世界品牌500强”第462位,成为中国服装服饰领域唯一入选品牌。

国民男装品牌海澜之家早在2017年就开启海外业务板块,目前在东南亚布局了四种门店,且均已实现盈利。海澜之家在东南亚本土化较为成功,在当地知名度高,针对东南亚市场需求对原有货品进行了调整,增加了东南亚专供款。2023年,海澜之家海外地区实现营业收入2.72亿元,同比增长23.98%。

Statista的数据显示,2023年全球服装市场规模已达6730亿美元,消费者对于时尚潮流的追求呈现出不断升级的趋势。“就像新能源,服饰也是代表中国制造的先进产业,服饰有望成为下一个万亿元产业的出海新风口。”一位跨境行业人士对记者表示。

从出海商家侧看,此前主要以产能出海的服装纺织行业,近年来也有一大批品牌开启了出海之路,国内众多鞋服品牌将出海作为寻求业绩新增增长点的重要战略方向,李宁、安踏、波司登、海澜之家等知名服装品牌纷纷在列。

头部国产运动鞋服品牌李宁、安踏、特步等早在2018年就已布局出海之路。李宁2018年登上纽约时装周,之后的几年又收购休闲服饰堡狮龙、意大利奢侈品牌Amedeo Testoni以及英国百年鞋履品牌Clarks。

安踏2018年宣布正式开启全球化战略,彼时向亚玛芬体育发出初步收购意向,2023年成立东南亚国际事业部,在新加坡、菲律宾等国的核心商圈开展直营零售业务。

特步亦在2018年开始业务出海,均由商家自主负责或平台协助商家完成,前提是卖家在海外本地必须有库存。

服饰品牌争相出海 跨境电商平台加大扶持力度

证券时报记者 聂英好

搭上跨境电商快车,国潮服饰“出海”正当时,链接供需的跨境电商平台则频频出招扶持以服饰品牌为代表的商家。

2023年全球服装市场规模已达6730亿美元,消费者对于时尚潮流的追求呈现出不断升级的趋势。业内人士表示,服饰也是代表中国制造的先进产业,服饰有望成为下一个万亿元产业的出海新风口。

平台扶持商家出海

近日,淘宝针对海外客户推出了一项“大服饰全球包邮计划”项目,其中淘宝服饰将提供高额邮费补贴,直接对海外消费者包邮,帮助商家在海外快速增长。该项目面向的淘宝消费者主要为海外华人,首期覆盖新加坡、马来西亚、韩国、中国香港、中国澳门、中国台湾等亚洲地区,年底将从亚洲拓展至澳洲,之后逐步实现全球包邮。

上述项目的推出,意味着跨境电商平台对于扶持商家出海又新增一大利好。商家可在类似“全托管”模式下,保留自主定价权,通过淘宝平台出海,同时亦可有效解决服装退货率较高的问题。

国内电商的竞争日益激烈,兴趣电商等新兴平台增速也放缓,服饰领域表现更甚。今年“6·18”大促期间,有报道称短视频直播平台女装退货率居高不下,高退货、高库存、高费用,“越来越难”成为商家的共识,不少商家把目光投向海外。

一位跨境电商领域的资深从业者指出,相比目前各家海外电商平台,淘宝商家不需要另外新开账号、新备商品,仅需签约即可把货卖往海外,无需额外的成本,还可以分担国内高退货率和运费的经营成本。淘宝开创了一种低门槛、低成本的出海新模式,

在不给商家增加运营成本的前提下,帮助商家拓展新的海外市场。

跨境电商激战“半托管”

今年以来,为进一步扶持商家海外业务开展,中国跨境电商平台陆续开始启用“半托管”模式。在该模式下,平台负责发货,商家承担国际干线物流、到达目的地后的配送费用。这一模式主要面向已与海外仓物流合作商达成合作、具备海外经营主体、具备成熟的海外本土履约能力的跨境商家。

国联证券研报指出,此前“全托管”模式下,商家多从国内发货并走空运平台,商品以轻量中小件为主,而大件商品由于走空运成本过高限制了平台的品类拓展。“半托管”模式通过拓展海外仓有备货、有海外现货,能履约的卖家,有望将平台经营的商品从小件扩充到大件品类。

据悉,“半托管”模式对卖家没有业绩要求,卖家人驻开店0佣金,0保证金,0成本,0月租;而且可以自主上架产品,自主提报价格,平台协助运营和定价;卖家还可以灵活地选择仓储物流履约方案。

在“跨境电商四小龙”中,今年1月,阿里速卖通全面推行“半托管”模式;拼多多旗下跨境电商Temu紧随其后,3月强势登陆美国并迅速扩张至欧洲,就在7月16日,TEMU携手中国邮政海外仓在河南郑州举办主题宣讲会,深入介绍2024年“半托管”业务商机和跨境物流解决方案;5月,SHEIN也开始试水“半托管”领域。此前在2023年,流量最大的TikTok Shop就已在英国及沙特部分地区布局“半托管”。

从效果来看,“半托管”业务增长表现较为可观。根据速卖通披露,仅今年3月就有2万个速卖通“半托管”商家订单增长超过100%。在“半托管”模式下,卖家拥有更大的自主权,包括定价、运营、头程物流、售后等

儒意影业创始人柯久明 被提名福星股份董事

证券时报记者 刘茜

在房地产市场整体下行趋势下,探寻第二增长曲线的福星股份(000926)有新动作。7月23日晚,福星股份发布关于董事辞职及增补董事的公告,董事张景辞职,同时提名柯久明为公司董事候选人。

柯久明是爆款剧“操盘手”柯利明的哥哥,现北京儒意欣欣影业投资公司(简称“儒意影业”)创始人,新维景创新投资管理(北京)有限公司执行董事。公告显示,柯久明未持有福星股份的股份,与公司控股股东及实际控制人不存在关联关系,与公司其他董事、监事和高级管理人员无关联关系。福星股份相关负责人接受证券时报记者采访时表示,地产和影视文化的碰撞,将是公司未来转型方向之一。

儒意影业在国内影视圈内是一个特殊的存在。近几年上映的热门影片《送你一朵小红花》《独行月球》《你好,李焕英》等,都有儒意影业身影,儒意影业也是爆款剧集《追风者》《我的阿勒泰》等的联合出品方。

去年12月,万达电影易主,儒意投资持有万达投资51%股权,儒意投资为柯利明全资控股的公司,柯利明通过儒意投资间接控制万达电影20%股权,万达电影实际控制人变更为柯利明。

“此次增补柯久明为董事,希望双方能够将各自在地产和影视文化上的资源进行共享和互换。”福星股份相关负责人表示,公司此前在影视领域曾做过尝试,积累了相关经验。2017年,福星股份与外部合作伙伴共同成立了控股子公司福星影视文化有限公司,而且上市公司在2017年至2018年曾投资4部影视作品,投资额共计6200万元。

值得注意的是,近年来,福星股份一直在探寻第二增长曲线。7月5日,为推进该公司未来整体战略实施,福星股份宣布拟与融汉工锦共同设立福星新质生产力转型基金,该基金投资行业涉及生物医药、人工智能、新能源、新材料以及其他符合福星股份产业升级和转型需求的行业。

福星股份保持了稳健的经营。财报数据显示,今年1至3月福星股份实现营业收入10.85亿元,净利润为5438万元,同比增长30.42%。扣除非经常性损益净利润为7547万元,同比增长86.31%。基本每股收益0.0478元。

在行业面临重大调整的时期,福星股份保持了稳健的经营。财报数据显示,今年1至3月福星股份实现营业收入10.85亿元,净利润为5438万元,同比增长30.42%。扣除非经常性损益净利润为7547万元,同比增长86.31%。基本每股收益0.0478元。

大股东筹划转让股份 中电电机控制权或变更

证券时报记者 严翠

7月23日,中电电机(603988)股价以涨停报收。23日晚间,该公司披露,当日接到控股股东宁波君拓企业管理有限公司(下称“宁波君拓”)和大股东王建裕及王建凯的通知,其正在筹划有关公司的股份转让事宜,该事项可能导致公司的控制权变更。

中电电机表示,鉴于该事项正在洽谈中,存在不确定性,经申请,公司股票将于2024年7月24日上午开市起停牌,预计停牌时间不超过两个交易日,待上述事项确定后,公司将及时发布相关公告并申请复牌。

中电电机主要业务是研发、生产和销售大中型直流电动机、中高压交流电动机、发电机、电机试验站电源系统和开关试验站电源系统等成套设备,公司营销网络覆盖全国各地,在国内外已拥有一批稳定的客户和合作伙伴。

目前,宁波君拓持有中电电机5520万股股份,占其总股本的23.47%,为中电电机控股股东。因宁波君拓的控股股东五矿元鼎为有限合伙企业,五矿元鼎和其普通合伙人五矿创新股权投资基金管理(宁波)有限公司无实际控制人,宁波君拓无实际控制人,因此中电电机无实际控制人。

另外,中电电机大股东王建裕、王建凯分别持有5057万股、1596万股,占中电电机总股本的21.5%、15.45%股份,王建裕、王建凯为兄弟

关系,已签署一致行动人协议。7月11日,中电电机刚披露上半年业绩预告称,预计2024年上半年,公司净利润将出现亏损,约为亏损2160万元,与上年同期相比,将减少约3190万元,同比减少约310%。

对于业绩变动,中电电机表示,上半年,受市场需求减弱,市场竞争加剧等影响,公司营业收入较上年同期下滑。另外,受二级市场波动影响,公司全资子公司持有的港股股票公允价值变动收益减少,同比减少约2250万元。

2023年,中电电机主营业务已同比出现下滑。报告期内,该公司实现营业收入7.57亿元,较上年同期减少1.03亿元,减少11.93%,实现净利润4320.70万元,较上年同期减少837.98万元,减少16.24%。中电电机称,净利润下降主要是受市场需求减弱影响,公司产品订单呈现小型化趋势,同时部分原材料价格、人工成本上涨,公司利润空间进一步被压缩。

今年4月,中电电机股价还曾出现过一波大涨行情。具体来看,4月1日至4月10日,中电电机股票交易价格涨幅累计达65.10%。4月11日,中电电机曾在股价异动公告中表示,截至公告提交日,公司及控股股东不存在涉及上市公司应披露而未披露的重大事项,包括但不限于正在筹划涉及上市公司的重大资产重组、股份发行、重大交易类事项、业务重组、股份回购、股权激励、破产重整、重大业务合作、引进战略投资者等重大事项。

e公司 eegsea.com
上市公司资讯第一平台