

# 棉花产业链上游价格“棉”里藏针 下游企业难以入“棉”

■本报记者 李春莲  
见习记者 马宇薇 刘钊

又到棉花春播季。与去年相比,今年国内棉花的种植面积明显增加。据中国棉花协会调查显示,2022年中国棉花意向种植面积为4398万亩,同比增加78.9万亩,增幅1.8%。棉花意向种植面积的提升,一定程度上受棉花市场价格上涨的影响。

今年2月份以来,国内外棉价呈上涨态势,期货价格均创近年来新高。目前棉价已远超纺织企业承受能力,价格向产业链下游传导不畅。

## 棉价短期或将延续高位

截至3月31日,中国棉花价格指数(3128B)达到22899元/吨,年内涨幅已达3.12%。现货方面,生意社最新数据显示,3月30日皮棉国内市场价22939.17元/吨,与2021年12月31日相比上涨3.30%。期货方面,截至3月31日收盘,郑棉主力连续期货价格为21755元/吨,年内期货价格最高达22210元/吨,较年内最低价20590元/吨上涨7.87%。

谈及棉价高企的原因,中国农业科学院农业经济与发展研究所副研究员钱静斐在接受《证券日报》记者采访时分析称:“一是植棉成本受土地农资价格影响大幅上涨,新疆地方机采棉总成本比上年增加31%;二是去年9月份新棉上市以来,受棉纺织企业出口旺盛、加工企业加价抢收抬高

市场预期,全球棉花减产预期增强,大宗商品价格强势运行等多重因素影响,国内棉花价格持续快速上涨。”

上海钢联农产品事业部棉花分析师刘美告诉《证券日报》记者,高棉价一方面会造成轧厂高价收购的棉花加工后亏损难销;另一方面,会给下游棉布、纺织品、服装生产等领域的出口埋下风险。目前棉价已远超纺织企业承受能力,价格向产业链下游传导不畅,导致棉花企业销售进度缓慢。

对于棉花价格的后市运行趋势,钱静斐预测称:“从3月份以来的走势来看,国内纺织市场走势偏弱,‘旺季不旺’概率偏大。地缘政治风险、国内外疫情情况、2022年度新棉播种面积等都是影响市场未来走势的重要变量,预计短期内国内棉花价格仍将高位运行。”

## 下游企业积极应对

棉价持续高企,令下游纺织企业压力山大。在棉价延续高位震荡、成品库存压力加大、供需不平衡等多重因素的夹击下,纺织市场“金三银四五月”行情恐不及预期。

中国棉花形势月报最新数据显示,今年2月份,国内纺织企业因春节假期因素开工率不高,部分企业择时补库,商业库存略有下降。2月底,全国棉花商业库存总量约为540.84万吨,环比下降2.63%,同比增长7.16%。出疆棉花运量也有所下降,2月份新疆棉花专业仓储库出疆发运量为14.73万吨,环比减少7.95万



### 今年2月份以来

国内外棉价呈上涨态势,  
期现货价格均创近年来新高

### 期货方面

截至3月31日收盘,  
郑棉主力连续期货价格最高达22210元/吨,  
较年内最低价格20590元/吨涨幅达7.87%

吨,低于去年同期的20.83万吨。

刘美表示,“当前常规品种竞价严重,部分地区纺企及厂开机负荷下降。同时,纺企纺纱利润全面亏损,部分纺企配棉比例下降,转而生产混纺类产品,导致‘金三银四’行情未能显现。纺织企业未来面临纱约即期利润亏损,订单不足等风险,可通过预售、改纺、原料套保等方式来对冲相关风险。”

为了应对原材料涨价,下游生产企业不得不提高产品价格来确保利润空间。以从事家用纺织品生产和销售的上市公司孚日股份为例,为应对主要原材料棉花价格上涨的影响,公司应对策略是,“将公司产品在海外市场价

于2021年第四季度平均提价3%至5%,国内市场提价5%至8%。2022年,公司产品仍有提价计划。”

原材料价格上涨直接体现在部分上市公司的业绩上。新赛股份发布的2021年业绩预告显示,报告期内,公司净利润预亏9800万元左右;扣非净利润预亏10000万元左右。对此,公司表示,2021年受籽棉收购成本大幅增加的影响,公司产品毛利率急剧下降,皮棉成本倒挂,致棉花业务亏损严重,影响了当期利润。此外,公司的皮棉库存较上年大幅增加,棉纱销售市场低迷等因素也影响了当期利润。

也有企业积极应对,取得了理想的业绩。冠农股份发布2021年年报显示,报告期内,公司的棉花

初加工业务实现营收7.79亿元,同比增长208.58%;皮棉实现营收29.28亿元,同比增长207.81%。

“从历年棉花价格来看,目前棉价明显估值偏高。”刘美指出,“新疆棉销售存在成本倒挂等问题,但预计后续全球棉花缺口将会因高价而缩窄。此外,新年度棉花种植面积增加,也将补充棉花供应量,预计全球棉花需求见顶后,棉花价格回落的拐点将显现。”

“短期来看,内外销订单未见起色,下游企业面临高成本下的利润挤压困境,需要注意资金循环使用问题,在压力下以稳为主。中长期来看,纺织企业需要主动增强自主创新能力和产品品质上下功夫,打造核心竞争力。”钱静斐表示。

# 能源行业利好政策加码 企业忙定增布局清洁能源

■本报记者 李春莲  
见习记者 张晓晔

能源行业再传利好。近日,国家能源局印发《2022年能源工作指导意见》,提出大力发展风电、光伏,推动能源创新。稳步推进结构转型,非化石能源占能源消费总量比重提高到17.3%左右,风电、光伏发电电量占全社会用电量的比重达到12.2%左右。

今年以来,能源上市公司增发活跃。同花顺iFind数据显示,以增发上市日为基准,截至3月31日,今年共有83家公司实施定增,累计增发100.08亿股,合计募资1203.12亿元。

## 能源企业忙定增募资

根据同花顺iFind数据显示,按

所属行业统计,在83家已实施定增的公司中,有6家属于煤炭、电力、风电、光伏等能源领域上市公司。其中,新天绿能作为能源领域实施定增募资规模最大的企业。

新天绿能于1月7日披露的非公开发行A股股票发行情况报告书显示,本次共发行3.4亿股股票,发行价格为13.63元/股,募资合计45.96亿元。此次募资净额将用于投资建设唐山LNG项目(第一阶段)、唐山LNG接收站外输管线项目(曹妃甸-宝坻段)、唐山LNG接收站外输管线项目(宝坻-永清段)、补充流动资金及偿还银行贷款。

此外,光伏企业协鑫能科、风电企业明阳智能、火力发电企业华能电力的定增募资额也分别达到37.65亿元、20亿元、12亿元,分列新天绿能之后。

深度科技研究院院长张孝荣对《证券日报》记者表示:“能源企业定增火爆主要有两个原因。一是新能源行业迎来新的发展契机,部分企业希望通过定增,借助资本市场,抓住产业发展的机会。二是新能源赛道持续火热,许多企业噤若寒蝉,希望通过定增,实现外购或引入战略投资者。”

中钢经济研究院首席研究员胡麒收在接受《证券日报》记者采访时谈道:“首先,从年内定增项目的行业结构来看,体现出我国经济发展的两大特征。一个是数字化;二是绿色化。”双碳”目标的确立为今后一段时期的环保工作指明方向。相关企业积极智能、火力发电企业市场微观主体,对新能源产业的发展有了清晰的市场预期。随之而来的企业研发、技改项目的逐步落地,必

然会带来巨大融资需求。而投资者在市场需求和政策红利的双重加持下,也更愿意将资金投入新能源领域。可以说,出现这种局面,既是贯彻绿色发展理念的必然结果,也是政策红利的一种微观体现。”

《证券日报》记者统计后发现,在发电企业和能源企业的定增方案中,多家上市公司表示,此次募资将主要用于投资清洁能源及清洁能源相关业务。

其中,协鑫能科表示,本次定增募集资金主要用于新能源汽车换电站建设项目、信息系统平台及研发中心建设项目等。

云能投则表示,本次非公开发行A股股票拟募资总额不超过

8.66亿元,将用于投资建设曲靖市通泉风电场项目、会泽县金钟风电场一期工程项目和红河州永宁风电场项目。

天能重工表示,拟募资总额不超过20.7亿元,除用于风电项目投资建设外,还将投资建设海上风电装备制造生产线及相关技改项目。

新天绿能表示,本次募投资项目的建设符合国家能源发展规划,募资拟用于唐山LNG项目及外输管线项目,提升区域内天然气储备及输送能力具有重大意义。

胡麒收对表示:“我国要加速推动清洁能源产业的发展,近期与清洁能源相关的政策密集出台,再次点燃了资本市场对新能源板块的追捧热情。在市场和政策面的双轮驱动下,清洁能源赛道将迎来新一轮大发展。”

“地方酒企未来的机会就是打造省级龙头企业,跟随消费升级的步伐,打造主流化、高端化产品。”

# 白酒行业显现马太效应 资本入局或可助地方酒企突围

■本报记者 王丽新  
见习记者 袁传玺

近日,作为贵州醇、枝江酒业、贵州青酒、永乐酒业等多家地方酒企掌舵人未伟在热搜上赚足了热度,不仅涉及“枝江酒业老产品全面提价10%”的话题,还涉嫌“未成年宣传白酒”事件。

“中国酒业竞争已进入品牌化、品质化、规模化竞争时代。”中国酒业智库专家蔡学飞对《证券日报》记者表示,头部酒企大多有品牌价值优势、文化优势,所以品牌溢价较高,消费者对头部酒企的需求进一步增加,推动头部酒企业绩出现良性增长。与之相比,地方酒企的发展空间被进一步压缩,因此

出现白酒市场两极分化的马太效应。

据国家统计局数据显示,2018年至2021年,全国规模以上白酒企业完成酿酒总产量分别为871.2万升、785.95万升、740.73万升和715.6万升,呈逐年下滑趋势。在产量下降的同时,白酒销量下滑更加明显。国家统计局数据在2016年销量达到1358万升峰值后,白酒销量进入剧烈下降通道,到2020年降至729.6万升,降幅接近50%。

白酒行业上市公司发布的2021年财报数据显示,报告期内,拥有高端品牌的酒企在营收和净利润方面均实现稳健增长态势;区域品牌酒企的业绩表现却并不乐观。

贵州茅台发布的2021年年报数据显示,报告期内,公司实现营收1094.64亿元,同比增长11.71%;实现净利润为524.6亿元,同比增长12.34%。五粮液发布的年报显示,2021年实现营收497.21亿元,同比增长17.01%;实现归母净利润173.27亿元,同比增长19.13%。

作为地方酒企的代表,枝江酒业曾是湖北省白酒业龙头企业,但近年来业绩直线下滑。公开数据显示,在2012年至2019年期间,枝江酒业净利润从1.78亿元不断下滑直至亏损,其中2018年和2019年亏损最严重,分别达到3707万元和8620万元。

“贵州茅台、五粮液等头部酒企的业绩伴随消费、审美和口味上

的升级而增长。”正一堂战略咨询机构董事长杨光对《证券日报》记者表示,白酒行业将向头部集中、向产区集中、向酱酒集中。地方酒企没有跟上消费升级的步伐,所以发展缓慢。

近两年,资本大举布局白酒行业。《证券日报》记者对相关梳理后发现,2020年至2022年是白酒行业并购的密集期,达到10余起。

2020年8月份,维维股份将枝江酒业71%股份以4.615亿元出售给江苏综艺集团。同年10月份,豫园股份收购金徽酒38%股份。2021年8月份,华润酒业控股有限公司与嘉兴鼎晖博珂股权投资合伙企业拟通过增资方式收购山东龙头企业景芝白酒有限公司60%股权。

2022年2月份,华润集团旗下的华润战投拟收购其控股股东金种子集团49%股权,成为金种子酒的第二大股东……

“白酒毛利率高,白酒股在资本市场表现非常活跃,这些都是资本青睐白酒行业的原因。”蔡学飞表示。

“地方酒企未来的机会就是打造省级龙头企业,跟随消费升级的步伐,打造主流化、高端化产品。”杨光表示,部分地方酒企已经在向省级龙头企业迈进。例如,山东省白酒领域原本缺少省级龙头企业,华润酒业收购景芝酒业后,不但可以提供资金上的支持,还可借助华润啤酒的网络渠道优势帮助景芝酒业加速市场布局。

# 华嵘控股扣非净利连亏六年 跨界“有瘾”难觅归途

■本报记者 李万晨

3月31日,华嵘控股发布2021年年报。报告期内,公司实现营业收入1.3亿元,同比减少7.02%;归属于上市公司股东的净利润为-886.37万元,由去年同期的盈利994.52万元转为亏损。

上市近18年,华嵘控股盈亏多盈少,累计亏损5.26亿元,公司扣非净利润已连续6年亏损,频繁重组均告失败。

## 控股股东频繁变更

华嵘控股成立于1997年11月20日,于2004年6月7日在上交所上市。上市以来,华嵘控股经历了多次更名,从“春天股份”到“国药科技”,再到“仰帆控股”,直至如今的“华嵘控股”,期间还多次被ST,徘徊在退市边缘。

因2017年度、2018年度连续两年经审计的归属于上市公司股东的净利润为负值,2018年度经审计的营业收入低于1000万元,公司股票曾于2019年4月29日被实施“退市风险警示”,公司股票简称变更为“\*ST仰帆”。

2019年,公司年报经审计的净利润指标涉及退市风险警示的情形已消除,也不触及其他退市风险警示的情形。但根据相关规定,鉴于公司主营业务收入规模较小、盈利能力相对较弱,自2020年5月13日起公司股票被实施其他风险警示,股票简称由“\*ST仰帆”变更为“ST仰帆”。

上市以来,公司经历了多次控股股东变更,初期曾先后尝试卖身于青岛中金实业、湖北日报传媒集团,但未果。直到2009年,公司成功卖身于仰帆投资。2016年,仰帆投资将所持股权转让给上海戎淳,但上海戎淳的接盘之路并不顺利。2015年,“中天系”旗下企业开始持续增持仰帆控股股份,到2017年持股已接近32%,远超持股比例为21.59%的上海戎淳。随后,双方上演了一场股权争夺大戏,最终“中天系”人主成为公司控股股东,公司于2020年11月6日更名,股票简称变更为“ST华嵘”。

截至2020年12月31日,公司资产总额1.21亿元,归属于上市公司股东的净资产为3612.64万元。2020年度,公司实现营业收入1.40亿元,实现归母净利润994.52万元。公司业绩盈利后,股票简称由“ST华嵘”变更为“华嵘控股”。

虽然公司2020年归母净利润转正,但扣非净利润依然为负值。历年年报数据显示,2016年至2021年,公司的扣非净利润分别为-249.62万元、-724.81万元、-865.35万元、-707.33万元、-429.89万元、-903.38万元,已连续6年亏损。东方财富Choice数据显示,2004年上市以来的18年里,公司累计实现净利润额为-5.26亿元。

一名市场资深人士向《证券日报》记者表示,华嵘控股前途多舛,几次转型均告失败,主要原因是大股东在经营能力和资产整合方面存在一定问题。公司历经几次大股东易手,但可惜的是,各个接盘方接手后均无法提振公司主业,又无法引入优质资产。

## 曾因股价“抢跑”收监管函

业绩承压下,华嵘控股也在主动寻求突破。2021年,公司公告了两次跨界重大资产重组,但都以失败告终。

2021年7月17日,华嵘控股发布公告称,公司拟通过发行股份及支付现金方式购买盛青松、谭庆忠等合计7名股东所持有的申瑞生物80%股权。公司拟发行股份募集配套资金。此次重组若完成,华嵘控股将引入体外诊断试剂行业。

然而这次转型并不顺利。2021年9月4日,华嵘控股发布公告称,因公司与交易对方就重组估值分歧较大,核心条款无法达成一致等因素,双方决定终止筹划本次重大资产重组事项。

华嵘控股在披露重组预案不久,便收到上交所对公司重大资产重组预案信息披露问询函。对此,公司一拖再拖,三次延期回复。

2021年12月15日,华嵘控股表示,要将芯超生物100%股权收入囊中。芯超生物经营范围包括组织芯片技术及其他相关的生物医药技术、保健食品的研发;科研及临床检测试剂(除药品及危险化学品)的研发等。

时隔不到半个月,华嵘控股又发公告称,因涉及的交易方案数量较多、各方需求差异较大,特别是交易对方未就业绩承诺及补偿事项达成一致意见,公司经研究决定终止本次发行股份购买资产事项。

值得注意的是,2021年7月份和12月份的2次筹划重大资产重组停牌之前,华嵘控股的股价均出现异动。其中,第一次停牌日为7月5日,在停牌前的6月18日至6月24日的5个交易日,该股累计上涨20%,其中6月21日报收涨停。在6月3日至6月7日,该股连续3日报涨。第二次停牌日是12月15日,停牌前的12月13日和14日,该股股价连续报收涨停。

2021年12月20日,华嵘控股披露公告称,公司收到上海证券交易所发送的《有关内幕信息风险事项的监管工作函》显示,相关重大资产重组公告披露前,公司股票已连续两个交易日涨停,存在内幕信息提前泄露的可能。

《证券日报》记者于3月31日上午致电公司董秘,提出公司在2021年业绩亏损的背景下将采取哪些应对措施、后续是否还会通过外延式并购方式进行转型等问题,但对方表示“不方便回答”。

本版主编 姜楠 责编 汪世军 制作 闫亮  
E-mail: zmnx@zqrb.net 电话 010-83251785

# 周黑鸭:2021年营收28.70亿元增31.6% 总店数达2781家

2022年3月30日晚,休闲卤味品牌周黑鸭发布了2021年年度业绩报告。

财报数据显示:报告期内,集团总收益为28.70亿元(人民币,以下均为人民币),同比增长31.6%;净利润为3.42亿元,同比增长126.4%。

其中,特许业务贡献收入5.92亿元,占比达20.6%。直营及特许

总店数达2781家,其中特许门店增至1535家,已进驻全国267个城市。互联网O&O业务贡献收入达9.20亿元,同比增长23.5%;新品贡献集团收入超5亿元,占比18%;供应链能力优化拉动毛利率同比提升2.3个百分点。

年内,集团持续迎合消费趋势,新增素菜、水产、鸡副等产品,

并且聚焦头部口味,打造“五香鸭脖”“香辣虾球”“虎皮凤爪”等新一代爆款大单品。

此外,集团还推出不同规格和价位的产品,满足更多的消费需求。报告期内,新品贡献集团收入超5亿元。

周黑鸭延续年轻时尚的品品牌定位,以新形象门店小卖店在全国逐步落地,加速品牌焕新。营销上

加大在头部网络媒体的内容投放,通过近店媒体推广以及门店活动引流,积极探索品牌联名和影视合作等方式,强化品牌在核心客群中的“年轻化”印记,提升主品牌形象。

2022年以来,新冠肺炎疫情波及范围进一步扩大,防控形势严峻,通胀压力持续,原材料成本仍然承压,都是消费品零售企业将面临

(CIS)