

油服行业景气度持续上升 多家公司去年业绩亮眼今年新单不断

■本报记者 刘 欢

2022年以来,国际油价保持高位,国际油气公司盈利水平纷纷创出历史新高,石油公司提升资本开支规模,油气工程建设需求也逐步恢复,油服企业盈利能力亦得到修复。

同花顺数据显示,在已经被披露2022年业绩的油服上市公司中,中曼石油、中海油服、海油工程、石化油服、海默科技等公司均交出了亮眼的“成绩单”。

而进入2023年以来,油服设备需求持续增长,多家油服企业订单不断,行业景气度持续上升。

受益油价高位运行

同花顺数据显示,目前已有8家油服企业披露了2022年业绩,其中

海默科技和仁智股份扭亏为盈,中海油服、海油工程、石化油服、海油发展去年归属于上市公司股东的净利润同比增幅分别达到651.22%、294.11%、157.97%、88.25%。

此外,也有多家企业披露了2022年业绩快报和预告。例如杰瑞股份业绩快报显示,公司2022年实现归属于上市公司股东的净利润22.57亿元,同比增长42.31%;中曼石油预计2022年实现归属于上市公司股东的净利润为5亿元至5.5亿元,同比增长655.96%至731.55%;中油工程预计2022年实现归属于上市公司股东的净利润6.67亿元至7.39亿元,同比增长45.24%至60.86%;惠博普预计2022年实现归属于上市公司股东的净利润1.3亿元至1.69亿元,同比增长45.75%至89.48%。

“油服企业业绩普遍增长主要

是因为2022年国际油价高位运行,石油公司持续加大上游勘探开发投资,油田设备和服务需求持续增长。”有分析人士在接受《证券日报》记者采访时表示。

数据显示,2022年,国际原油价格整体呈现震荡上行态势,WTI原油均价为94.40美元/桶,较2021年上涨26.42美元/桶,同比增长38.86%;布伦特原油均价为98.60美元/桶,较2021年上涨27.79美元/桶,同比增长39.25%。

国际油价的上涨驱动油气工程领域投资回暖。2022年,中国石油、中国石化及中国海油总投资开支分别为2743亿元、1891亿元、1004亿元,同比增速分别为9.2%、12.6%及14.6%。其中,勘探开发板块投资增长显著,三家公司同比增速分别达24.3%、22.2%、14.6%。此外,全球油气勘探开发投资约6500

亿美元,同比增长1.82%。

行业高景气度有望维持

进入2023年,油服行业景气度持续上升,多家企业订单不断。

海默科技相关人士表示,以公司多相流量计为例,一季度市场订单增速超过2022年全年的50%,并且公司还在陆续接到新订单。

中曼石油公告称,今年一季度,公司相继签订海外钻井工程项目及技术服务、国内钻完井服务合作项目、成套钻机及其配件销售及租赁合同37个,合同金额合计约2.91亿元,比2022年同期上涨约28.76%。

今年一季度,布伦特原油均价为82美元/桶。有券商分析师告诉记者:“油价虽有波动但仍维持高位,随着下游需求复苏,原油价格中枢有望继续维持高位。”

油价维持高位将直接提高石油公司收入和利润,进而影响石油公司的资本开支计划。例如,中国石油预计2023年油气和新能源分部的资本性支出为1955亿元;中国海油预计今年资本支出为1000亿元至1100亿元,同比增长超10%;中国石化2023年勘探开发板块资本开支预算为744亿元;道达尔预计今年资本开支计划将达160亿美元至180亿美元,其中45亿美元将用于新油气项目的开发;埃克森美孚则表示今年资本开支将同比增长9%。

根据IHS数据,2023年全球油气上游资本开支预计为5600亿美元,同比增长12%。

前述分析人士向记者表示:“在石油价格维持高位和石油公司资本性开支增长的推动下,油服行业景气度有望持续。”

贵州茅台动作频频 一季度净利同比增19%左右

■本报记者 冯雨瑶

4月16日下午,贵州茅台发布2023年第一季度主要经营数据公告。数据显示,公司第一季度实现营业收入391.6亿元左右,同比增长18%左右;实现归属于上市公司股东的净利润205.2亿元左右,同比增长19%左右。

对于上述业绩,贵州茅台在公告里表示,今年以来,公司紧紧围

绕年度目标任务,全力以赴抓好生产经营和改革发展各项工作,呈现出良好的发展态势,顺利实现了“开门红”“开门红”。

酱香酒品牌运营商王建军向《证券日报》记者表示:“市场上消费者对茅台酒的需求有增无减,贵州茅台一季度的数据也体现了白酒市场消费回暖。”

作为白酒龙头,贵州茅台在行业内持续展现标杆力量。数据显

示,从2015年开始,贵州茅台历来第一季度营收均保持了两位数增幅。

进入2023年,贵州茅台动作频频,一是加速数字化转型,正式上线元宇宙平台App“巽风”;二是持续上新,推出了贵州茅台酒二十四节气系列;三是推出酒瓶装冰淇淋,并尝试将茅台冰淇淋业务下沉至二三线城市。

今年3月底,贵州茅台董事长

丁雄军在一次市场调研中表示,要持续发挥平台经济效应,充分打造良好营销平台,围绕贵州茅台第三代专卖店、体验馆、体验中心等终端“硬”平台,打造“形神兼备”体验平台,让消费者“进得去、留得住”;

要围绕“i茅台”“巽风数字世界”等“软”平台,积极探索推广“服务新模式,共同打造共享、共生、共创的数字空间,为消费者创造美的体验。

酒业人士、武汉京魁科技有限

公司董事长肖竹青向《证券日报》记者表示:“今年以来,贵州茅台基本上每个月都有活动。”这不仅仅彰显公司的主动营销和文化营销,更维持了品牌热度,提升了品牌价值。

近日,被誉为酒业“晴雨表”的春季糖酒会在成都顺利举办。从参会业内人士的反馈来看,2023年白酒行业复苏大势逐渐成为共识,需求修复之下白酒产业上下游信心总体增强。

与北汽极狐合作升级为智选生态模式 华为汽车业务或面临战略调整

■本报记者 李雯珊

在4月16日召开的2023年华为智能汽车解决方案发布会上,华为智能汽车解决方案BU CEO余承东表示,“华为与北汽极狐并不是不合作,而是从原来的Huawei Inside模式(以下简称‘HI模式’)升级为智选生态模式进行合作。”

与北汽极狐合作升级

公开资料显示,华为和车企合作的模式主要有三种,分别是HI模式、零部件供应模式、华为智选生态。

HI模式的本质是从整车定义的时候就开始联合设计与开发,零部件供应模式则是向汽车主机厂提供平台化支持,比如提供鸿蒙生态、智能驾驶等控制器,但仅限于

智能汽车增量部件;华为智选生态模式则是利用华为广阔的销售网络协助车企卖好车。

今年4月初,在“中国电动汽车百人会论坛(2023)”上,余承东表示,“采用HI模式与华为进行合作的原有北汽极狐、广汽埃安、长安阿维塔三个厂商,现在基本上只剩长安的阿维塔了。”

“接下来仍会与华为合作,但合作方式确实会发生变化,主要通过智选生态模式来全方位提升合作广度与深度。”接近北汽集团的相关人士向记者表示。

前不久,广汽集团在公告中表示,广汽埃安A88项目由与华为联合开发变更为自主开发,本次变更后华为将继续以重要供应商身份参与公司自主品牌车型的开发及合作。

对此,广汽集团总经理冯兴亚

对《证券日报》记者表示:“出于灵活性及先进性的追求,公司改变了与华为的合作模式,不过华为仍然是公司重要的战略伙伴。”

2025年实现汽车业务盈利?

华为2022年年报显示,将以往的两个经营分部(运营业务、企业业务和终端业务)变更为五个,即ICT基础设施业务、终端业务、云计算业务、数字能源业务和智能汽车解决方案业务。2022年,华为智能汽车解决方案业务营收为21亿元,不过并未披露此部分业务的具体构成。

据悉,自华为智能汽车解决方案BU成立以来,累计投入已达30亿美元,研发团队达到7000人。余承东此前透露,“目前汽车业务为还没利润,预计2025年实现盈利。”

“华为智能汽车解决方案里面的HI模式套件成本太高,推高了整车的售价,削弱了产品的竞争力,但汽车厂商仍希望借助华为的品牌知名度与流量更好地完成营销的目标。”江西新能源科技职业学院新能源汽车技术研究院院长张翔向《证券日报》记者表示。

据华为相关内部人士透露:“为了推广HI模式,华为给出了很大的诚意,不收开发费的情况下,共同开发,利益共享,风险共担。HI模式是要根据最终车辆的销售情况进行分成的;若没有销量规模,HI模式就失去了盈利基础。”

有业内人士向记者表示:“华为HI模式,是一个重人力、重投入、长周期的模式,并且该模式的复制性差,泛化推广成本高。该模式需要从车辆开发前期介入,深入车辆的底盘和控制执行结构,甚至要

介入到产品定义层面。从项目执行到落地时间周期很长,所以广汽高管也认为这样的合作欠缺灵活性。”

另外,华为在年报中还表示,公司已上市30多款智能汽车零部件。截至2022年底,已经发货近200万套部件,包括智能座舱、智能驾驶、智能电动、智能车云等产品与解决方案,已累计发展超过300家产业链上下游合作伙伴。

深度科技研究院院长张孝荣向记者表示:“华为智能汽车的合作模式遇到了一定的挑战。目前来看,华为汽车业务面临的问题是无法实现品牌销量规模化,华为方面可能需要调整其战略和定位。”

张翔认为,从华为目前HI模式的发展情况来看,零部件供应与智选模式应该是华为汽车业务的重要发力领域。

30年期国债期货 为保险资金长期稳定发展赋能增效

证监会近日发布公告,批准中国金融期货交易所(以下简称“中金所”)开展30年期国债期货交易,市场即将迎来全新的国债期货交易品种。保险资金是我国重要的跨周期配置资金,具有负债久期长、负债成本刚性、追求绝对收益等特征,对30年期国债期货的上市更为期待。管理长期资金是保险的专业,而30年期国债期货对应的标的正是25-30年期的超长期国债,其挂牌上市对于保险资金的长期、价值、稳健、责任投资具有更加重要的意义和作用。截至2023年2月份,保险资金运用余额中超过10万亿元为债券资产,可以积极运用30年期国债期货防范化解利率风险,主动探索资产配置管理模式,在波动的市场中保持组合净值稳定。寿险公司不同程度存在着资产负债久期缺口,30年期国债期货可提供有效的管理工具,缩短资产负债久期缺口,降低再投资风险,提升偿付能力水平。保险公司一般可预测未来一段期间的业务现金流,30年期国债期货可在年度资产配置方案的基础上,提升利率债配置的有效性,优化配置效果。在2.5、10年期国债期货成功上市并稳健运行多年后,中金所推出30年期国债期货将极大丰富保险资金风险管理、资产负债久期缺

口管理的“工具箱”,通过积极稳妥运用30年期国债期货,保险资金管理将进一步提升提质增效,为服务支持我国实体经济发展和实现共同富裕目标贡献力量。

优化资产配置管理 防范久期缺口风险

相比2.5、10年期国债期货,30年期国债期货更符合保险资金的投资配置和风险管理需求。现阶段,我国保险公司特别是寿险公司存在着资产端久期“短”、负债端久期“长”的缺口问题。据不完全统计,我国寿险公司资产平均剩余期限约为7年,而负债平均剩余期限约为15年,资产负债久期缺口,其对应的利率风险敞口较大,再投资风险较大,也对寿险公司的偿付能力造成压力。

保险资金风险偏好较低,资产规模在近年来保持快速增长,对于超长期利率债具有较强的配置需求,超长期限的国债、地方债一直是重要的配置标的。一段时间以来,我国新发行的国债、地方债期限有所缩短,超长期债券供给的缩量,对保险资金资产配置带来了一定影响。

面对资产负债久期缺口管理需求以及长久期资产供给不足,保险资金

可以运用30年期国债期货优化资产配置管理,在超长期债券供给不足的阶段,选择持有30年期国债期货合约,通过运用国债期货的多头套保、现货替代等功能,优化配置效果,缩短资产负债的久期缺口,并有助于提升偿付能力。相比2.5、10年期国债期货,30年期国债期货在久期方面更具优势,管理效率更高,更符合保险资金需求。

活跃长期债券市场 强化国债定价基准

国债市场在债券市场具备基准作用,其收益率是金融市场产品的定价基础。其中,30年期国债收益率是反映超长期债券市场的基准利率,其合理定价机制对国家长期资金投融资具有重要意义。由于超长期国债具有久期长、利率风险敏感度高特点,同时,市场缺乏相应风险管理工具,机构对参与超长期债券的投资交易仍相对谨慎,一定程度上制约了30年期国债交投的活跃度,影响债券市场的深入发展和国债收益率曲线超长期定价的完善。

30年期国债期货的上市补齐了超长期债券市场风险管理工具的短板。在国债期货套期保值、期现套利、实物

交割等各类需求带动下,30年期国债市场的流动性和市场深度有望进一步提升,通过期现互动提升定价精度,形成全国性、市场化的定价参考,完善国债收益率曲线超长期端,为保险资金及其他中长期投资者提供更有利的市场环境。一方面,合理的“定价锚”有助于提升长期资金参与投资配置超长期国债市场的意愿;另一方面,30年期国债期货作为超长期债券风险管理工具,有助于提升债券做市商对超长期国债的报价力度和报价质量,进一步活跃长期限国债市场,满足中长期资金的配置需求。

夯实长期投资能力 服务共同富裕目标

2022年,保险资管新规落地实施,明确保险资管公司“以实现资产长期保值增值为目的”,支持、鼓励和引导保险资管公司立足长期投资、稳健投资、价值投资。保险资管公司正在迈入大资管竞争时代,与业外机构同台竞技,在市场竞争输出长期稳定业绩的同时,需要基于受托资金需求拓展和丰富投资策略。

30年期国债期货的上市进一步拓宽了保险资金探索多元化投资的空间,提高了保险资金对债券市场的风

险管理能力。保险资金可以通过参与国债期货对冲持有资产利率风险,锁定未来资产购入成本,进行资产负债久期缺口管理。将利率期货配置交易与国债期货风险管理功能相结合,可实现产品收益稳定与增强。预计30年期国债期货的推出有助于推动保险资金积极参与长久期债券现货配置交易和期货风险管理,进一步丰富国债期货市场的投资者结构,强化债市配置与交易力量。

保险资金具有周期长、规模大等特点,具备长期资金优势,可以有效带动社会资本,深度服务科技、民生、养老等国家长期战略项目建设。然而,长期资金管理必然伴随各种不确定性和风险,需要配套的风险管理工具。特别是在近年来美联储加息、地缘政治冲突等多重不确定因素影响下,打造稳定的投资管理能力是对所有保险资管机构的考验。30年期国债期货的推出有助于提升长期资金风险管理能力,推动保险资金稳定长期投融资活动,服务长期战略项目建设,助力共同富裕目标的实现。

坚持稳健专业投资理念 为高质量发展赋能添翼

在过去十年间,保险资金运用

盐津铺子2022年净利同比倍增 今年一季度净利预增超六成

■本报记者 何文英

4月15日,休闲零食龙头企业盐津铺子发布2022年年报,报告期内公司实现营业收入28.94亿元,同比增加26.83%;归属于上市公司股东的净利润3.01亿元,同比增加100.01%。同日,公司发布的2023年第一季度业绩预告显示,一季度公司预计实现归母净利润1亿元至1.2亿元,同比增长62.87%至95.44%。

对于这份成绩单,盐津铺子常务副总经理杨林广在接受《证券日报》记者采访时表示:“2022年三因素使得公司产品综合竞争力显著增强,一是公司向全渠道转型成效突出,二是精益生产构建了总成本领先优势,三是多个核心单品销售取得较大突破。今年一季度公司持续发挥全渠道覆盖优势,叠加原材料价格回落成本下降,奠定了开门红的良好格局。”

进入全渠道精耕时代

资料显示,盐津铺子自上市以来在休闲零食领域的传统业务基础上积极开辟休闲烘焙点心板块,经过2018年至2020年的三年发展,已形成以咸味零食第一曲线稳中有升,烘焙点心第二曲线快速增长的良好态势。

杨林广表示:“自2021年起公司全面启动供应链转型升级,品类做减法,渠道做加法;供应链数量做减法,体量做加法,并整合上下游延伸打造全产业链。2022年第二季度起转型升级效果逐步显现,由渠道驱动增长升级为‘产品+渠道’双轮驱动增长;公司销售产品和渠道实现结构性优化,各核心品类通过全渠道拓展整体实现稳健增长。”

具体来看,公司“直营商超标杆,经销商全面拓展、渠道下沉,电商等新兴渠道积极突破”的精耕战略持续推进,已逐步形成多层次、广覆盖、高效率的立体营销网络。

在通过直营大型连锁商超打开市场后,盐津铺子积极发展地区性连锁超市、小型超市、便利店、批发市场等,有效填补下沉渠道市场份额。截至2022年12月31日,公司有经销商2483家,覆盖全国31个省、自治区和直辖市。2022年公司经销渠道实现营收21.04亿元,占总营收比重达到72.7%。此外,公司电商渠道异军突起,报告期内电商渠道实现营收4.18亿元,同比大增201.38%。

“今年公司将继续深化全渠道战略,努力实现销售业绩增长。关注新消费趋势,持续深耕社区团购业务,积极探索流通小店、CVS渠道,创新电商、直播经营模式,实现线上线下全渠道融合升级。”杨林广说。

休闲食品行业前景广阔

盐津铺子业绩高速增长,展现出了中国休闲食品行业广阔的市场前景。

中商产业研究院发布的2023年中国休闲食品行业市场前景及投资研究报告显示,我国休闲食品行业市场规模从2016年的8224亿元增长至2020年的12984亿元,年均复合增长率达12.09%,预计2023年市场规模将达到16111亿元。

广东省食品安全保障促进会副会长朱丹蓬在接受《证券日报》记者采访时表示:“在消费能力和消费意愿的双重驱动下,休闲食品已经成为现代人的刚需,基于庞大消费群体及高购买频次,我国零食市场规模将不断壮大,各细分品类迅速崛起,休闲食品渗透率仍有很大提升空间。”

从细分品类来看,我国休闲食品品类中占比最大的是为食品饮料产品,占比为27%,其次为代餐产品、肉类零食和坚果炒货,分别占18.9%、13.5%和10.8%。

休闲食品赛道内投融资活跃。据中商产业研究院统计,2022年便有窝小芽、丰E足食等11家休闲食品企业成功获得融资,其中丰E足食、KoRo、薛记炒货的融资金额分别为3亿元、5000万欧元以及6亿元。

朱丹蓬认为,目前休闲食品行业集中度较低,行业未来的发展也面临着转型升级。“休闲食品将不止于‘休闲’,还将向健康化等功能拓展,契合新生代个性化、差异化的产品有助于企业在行业中脱颖而出。”

本版主编于南 责编刘慧 制作曹秉琛
E-mail:zmxz@zqrb.net 电话 010-83251785

金融期货 投资者教育 专栏

在过去十年间,保险资金运用