

# 美妆行业率先预热“618”购物节 快递企业料运力紧张忙招人备战

■本报记者 肖伟

5月14日收官的中国美容博览会成为国内美妆企业展示实力的舞台，也成为预热“618”购物节的关键节点之一。

不仅如此，据《证券日报》记者了解，为预热“618”购物节、吸引客流，部分商家已将平台“618”预售期提前至5月18日。而作为“618”购物节主力军，国内各大美妆公司积极参展、推广新品、接洽主播，抢抓消费复苏及集中购物的时间窗口。

与此同时，亦有快递公司表示，已针对“618”购物节进行了压力测试和人员招募，预计今年“618”运力需求会有较大增长。

据了解，5月14日收官的中国美容博览会涵盖了彩妆、香水、护肤、个人

护理、专业美容等多个品类，汇聚了来自40多个国家和地区的3200多家参展企业，共有1万多个品牌、6万件美妆新品展出，覆盖美妆行业上下游全产业链。

珀莱雅、华熙生物、丸美股份、上海家化等国内知名美妆厂商携新款产品参展，与欧莱雅、资生堂等国际美妆品牌同台竞技。

申万宏源化妆品行业首席分析师王立平评价，“国产美妆的渗透率持续提升，在国货崛起大逻辑下，国际会展和国内购物节活动将持续释放行业利好。随着国内美妆消费复苏，拥有强黏性大单品、布局多元化渠道的国货龙头有望首先迎来修复行情。”“618”购物节预热已启动，目前各大美妆公司已开启活动策划及平台、主播的接洽工作，随着线上流

量转化速度提升，叠加大力度促销，预计国货美妆公司利润端将获明显提升。”

湖南欧标是一家代工护肤品设计、生产与品控的大型企业，处于美妆产业链上游。该公司一众人马刚参加完中国美容博览会归来，又马不停蹄地开展“520”活动、“618”购物节洽谈接单和发货工作。

湖南欧标董秘胡丽媛向《证券日报》记者讲述参展体会，“今年参展的中国美妆企业多了不少，有部分企业的产品在设计、质量和性价比方面可以与国际头部企业比肩，美妆产品领域也在悄然进行国产替代风潮。”她补充道，“以面霜、面膜为代表的护肤品已进入消费旺季，旺季将从5月份持续到8月份，横跨‘五一’节、‘618’购物节和暑假出行游三个关键窗

口。我们已收到下游客户的催发订单，正在加紧发货。目前，京东‘520’活动的订单尚未发完，部分产品还在出库阶段。”

上游代工企业积极接单忙生产，下游物流快递业也在招募人手，备战“618”购物节。

在长沙河西中邮物流EMS、顺丰、中通等网点门口，《证券日报》记者看到门口挂出招聘信息，包括分拣、配送、订单管理等岗位均有紧急招募。5月15日一大早，在中邮物流EMS网点门口，快递包裹已经堆成一座大山，网点工作人员向记者介绍，“没想到今年的行情会这么好，马上就是‘520’活动、‘618’购物节了，会带来一堆又一堆的订单，落在每个快递网点的门口，就是一座又一座快递包裹山。”

# 碳酸锂板块迎来久违大涨 有上市公司高管提前终止减持计划

■本报记者 贺王娟

碳酸锂板块迎来久违的大涨。5月15日收盘，多只锂矿龙头涨停，其中天齐锂业、盛新锂能、永兴材料、融捷股份、中矿资源封涨停，赣锋锂业、藏格矿业也涨超8%，此外，东方财富能源金属行业指数收涨6.91%。

对于锂矿板块大涨，前海开源基金首席经济学家杨德龙在接受《证券日报》记者采访时表示，主要系近期碳酸锂价格大幅反弹，带动了锂矿板块市场人气，加之前期锂矿板块跌幅过大，也吸引了资金入场。

在杨德龙看来，近期锂价见底回升也受到了需求拉动的影响，今年新能源汽车销量仍保持增长态势，因此对锂电池的需求较大。

消息面上，近半个月以来，电池级碳酸锂价格自18万元/吨价格止跌企稳后持续上涨，短短半个月，碳酸锂价格涨幅近50%。据上海钢联数据显示，截至5月15日电池级碳酸锂均价报26.5万元/吨，当日上涨1.75万元/吨，至此，电池级碳酸锂价格已实现连续11个交易日上涨。

不过，亦有业内人士认为，近期碳酸锂价格上涨，主要受市场情绪影响，实际上厂家提货惜售，市场终端需求并未真正放大。但锂电产业链下游排产近期逐步回升，其补库需求或是推动此轮碳酸锂价格上涨的原因之一。

广州期货认为，随着二季度终端销售回暖带动锂盐需求，锂盐基本面将有所改善，锂价下方成本支撑较强，后市或维持偏强震荡。

除碳酸锂价格步步回升之外，5月15日锂矿板块也集体活跃，截至收盘，

融捷股份迎来今年首个涨停，天齐锂业、盛新锂能等多股股价也在近期持续创出新高。

此外，从资金面来看，多只锂矿概念股也获得北向资金增持，截至5月12日，以近5日数据梳理，累计共有1515个北向资金加仓，其中，比亚迪、亿纬锂能、紫金矿业、赣锋锂业、天齐锂业等增持规模均超1亿元。融捷股份方面，同样以近5日数据梳理，累计共有12股获融资资金净买入，其中，盛新锂能、天齐锂业、碧水源、藏格矿业、西藏珠峰5股均获1000万元以上加仓。

值得一提的是，在锂矿板块上涨之际，锂矿龙头中矿资源董事也决定终止减持计划。

5月12日晚间，中矿资源公告称，公司当日收到通知，公司董事孙梅春基于自身资金需求情况，以及对公司未来发展充满信心，决定提前终止股份减持计划，剩余未减持股份在此次减持计划期限内将不再减持。

4月14日，中矿资源公告称，孙梅春合计持有公司股份24076710股，占公司总股本比例为4.7307%，计划15个交易日后的6个月内以大宗交易或集中竞价交易方式减持不超过6000000股，占公司总股本比例为1.1789%。

而5月11日至5月12日，孙梅春分别以79.14元/股、79.78元/股减持2909693股及2104723股，合计减持5014416股。

谈及公司董事为何突然终止减持计划，是否是对碳酸锂市场回暖的看好，中矿资源相关负责人则表示，“减持计划基于公司董事个人资金需求，无需过多联想。”

# 多因素共振致工业硅期现价持续走弱 一体化布局企业能否从容应对？

■本报记者 李正

作为多晶硅、铝合金工业等行业的重要原材料，工业硅（或称“金属硅”）价格近日出现明显回调。相关数据显示，5月15日金属硅现货参考价报15460元/吨，处于今年以来最低点，而自5月份以来已累计下滑4.21%，自年初以来已累计下滑18.8%。

《证券日报》记者以投资者身份致电工业硅相关企业东方日升，公司相关负责人表示，公司已经在建的金属硅项目进行了安排，“目前工业硅市场价格稳定性相对较高，价格下滑对具备一体化能力的企业来说影响不大。”

中国银行研究院研究员叶银丹在接受《证券日报》记者采访时表示，工业硅价格走低与需求减弱以及供应宽松有关，但预计随着丰水期来临，西南地区电价调整下行，工业硅生产成本将进一步下降，叠加短期内需求偏弱情形下，工业硅市场价或于低位震荡。

## 工业硅市场面临供需两弱

与现货价格走势类似，工业硅期货价格近期也出现了回调。东方财富Choice数据显示，截至5月15日收盘，工业硅主力合约报14085元/吨，当日跌幅1.61%，5月1日以来，累计下滑7.27%；年内累计下滑21.29%。

对于工业硅期货、现货价格同步走弱，叶银丹表示，从供需角度来看，需求萎靡叠加供给充足，导致当前工业硅总体呈现供大于求的局面，价格持续走低。其中，供给量居高既有新增产能投产的因素，又有前期工业硅利润较高推动硅厂积极开工的因素；而下游需求方面，除多晶硅尚可之外，有机硅、铝合金以及出口等赛道的需求释放均呈现疲软态势，供需两弱也导致了企业库存增高，价格难以出现企稳回升。“而从成本端考虑，近日云南等地降雨明显增加，缓和了后续电力供应担忧，工业硅生产需消耗大量电力，供电量及电价发生变动会直接影响工业硅的成本和产量，进而影响价格。”

《证券日报》记者获悉，供给方面，今年新增工业硅项目较多，新增产能约198.5万吨，其中新疆地区70万吨、云南地区60万吨、内蒙古地区35万吨、甘肃21万吨和宁夏12.5万吨。广发期货预计，今年工业硅产量将较去年增长42万吨，达到369万吨；另据中信建投期货预计，今年工业硅需求增长的主力军仍是多晶硅，其他行业虽然仍有需求增长，但需要靠国内经济的韧性来支撑，这将给工业硅的需求带

来节奏上的不确定性。

东高科技投研院副院长陈宇恒在接受《证券日报》记者采访时表示，云南、四川等地区主要靠水力发电供能的工业硅生产企业生产成本降低，而工业硅目前价格水平尚不足以激发企业减产，供给量持续的情况下，会使得工业硅价格进一步走低，直至后续工厂开始实质性减产，才会对工业硅价格形成一定的支撑。

叶银丹对此表示赞同，“同时也应看到，后续支撑工业硅价格真正企稳的核心因素在于需求端。在尚未看到供给端大幅收缩以及库存端大幅去化的背景下，未来工业硅价格的走向，只能倾向于依赖需求端的有效提振，应重点关注来自下游多晶硅、有机硅的新增产能需求。”

## 一体化企业认为影响有限

值得关注的是，相比其他企业，上下游一体化企业对于工业硅价格走势表现得更加乐观。新安股份相关负责人告诉《证券日报》记者，近期工业硅市场价格下滑对公司销售影响不大，有机硅方面的影响可能会稍大一些，“公司生产的工业硅产品以自用为主，几乎不进行对外销售，目前公司已经对工业硅-有机硅-终端的全产业链完成了布局，所以如果只是工业硅价格下滑，对公司来说成本有所下降，将起到积极影响。”

另据上述东方日升负责人透露，公司位于内蒙古的20万吨金属硅项目正在按计划建设当中，预计今年8月份至9月份投产。而关于产销，该负责人介绍，“如果单看金属硅项目的话，产品肯定会对外销售，但随着公司源网荷储一体化项目的建成，自用也是可选方案。”

工业硅供应商合盛硅业在回复投资者提问时表示，公司的工业硅产品价格受产品成本、市场需求状况、市场竞争状况、宏观经济等多方面因素综合影响。而虽然记者在致电合盛硅业时，相关负责人表示无法透露近期工业硅产品的需求和价格情况，但据公开资料，合盛硅业今年第一季度实现工业硅产销量分别为34.7万吨和11.07万吨，分别同比增长52.92%和10.62%，不过其销量远低于产量，显示公司库存明显增加。此外，受价格持续走低影响，第一季度合盛硅业实现工业硅销售额28.48亿元，同比下滑5.61%。

对此，陈宇恒表示，在工业硅价格遇冷的背景下，不单一生产工业硅，积极布局或已经完成产业链一体化布局的投资标的更值得关注。

# 猪企养殖成本成博弈关键 温氏股份：部分已降至15元/公斤以下

■本报记者 李昱丞  
见习记者 丁蓉

“截至目前，公司生猪养殖成本和成本均优于去年同期。”5月15日下午，温氏股份业绩说明会举行，公司董事长温志芬在回答《证券日报》记者提问时表示。

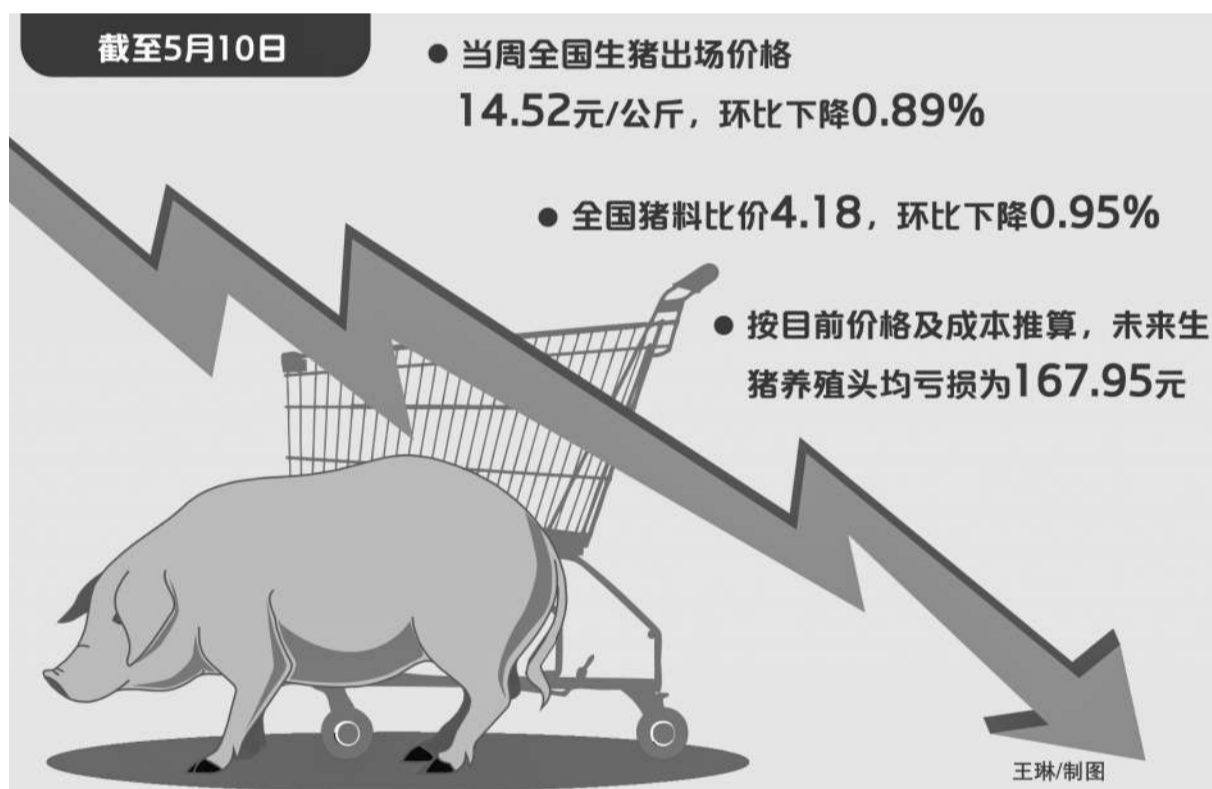
今年以来，猪价持续低位运行，供需博弈激烈，降低养殖成本成为各大猪企的“竞争焦点”和“生存之道”。在温氏股份业绩说明会上，多名投资者围绕生猪养殖成本提问。温氏股份副总裁、董秘梅锦方表示：“公司旗下广东优秀的猪场可以做到15元/公斤以下，北方的可以做到16元/公斤以下。”

## 养猪成本受投资者关注

根据国家发展和改革委员会价格监测中心5月12日发布的数据显示，截至5月10日，当周全国生猪出场价格为14.52元/公斤，环比下降0.89%；全国猪料比价4.18，环比下降0.95%。按目前价格及成本推算，未来生猪养殖头均亏损为167.95元。

猪肉价格持续在成本线下拉锯，控制成本成为各大猪企的工作重点。今年，温氏股份在假设饲料成本保持不变的基础上，提出全年16元/公斤以下猪肉养殖综合成本的奋斗目标。相比之下，公司去年全年猪肉养殖综合成本约17.2元/公斤。梅锦方表示：“公司旗下15家养猪公司，目前其中最优秀的养猪公司综合成本已低于15元/公斤。”

“当前猪企养殖成本主要包括现金成本和非现金成本。现金成本一般为饲料成本、人工成本、动保成本、水电费用等，非现金成本一般为仔猪



成本、厂房折旧等。”上海钢联农产品事业部生猪分析师杨志远接受《证券日报》记者采访时表示。

在近期三大上市猪企的投资者关系活动中，养猪成本频频成为关注焦点。牧原股份的成本控制目前在业内领先，公司方面日前在接受调研时表示：“去年公司养殖平均完全成本在15.7元/公斤左右，自去年初高于16元/公斤下降至当前15.5元/公斤以下。”

## 养殖企业多措并举降成本

养猪行业成本大战已经打响。

各大生猪养殖企业把此前的扩张战略调整为降本增效战略，重塑自身核心竞争力。杨志远表示：“根据上市猪企发布的一季度业绩情况，不少企业陷入‘卖得越多、亏得越狠’的尴尬境地。在市场僵持的状态下，主动去产能较为缓慢，后续现金流和成本控制或成一个重要关注指标。”

温志芬向记者表示，温氏股份将“三管齐下”降低生猪养殖成本：“一是确保防疫非成功，二是继续提高产能利用率，三是强化内控管理，确保今年生产成本达成目标。”

温氏股份养殖业务采用的模式为“公司+农户”模式，梅锦方表示：

“与规模化自繁自养模式相比，两种模式在养殖成本上相差不大。在投资上，温氏股份的模式是轻资产模式。在防疫上，温氏股份的养殖场较为分散，感染疫病几率较少，防疫难度小。”

记者了解到，对于肉猪养殖成本区域不平衡，南北方业务单位成本存在一定差异的现状，温氏股份采取了一系列举措，尽最大努力尽快降低北方区域成本。

对于猪价的走势，温志芬表示：“猪价走势很难预测，一般来说低迷期过后就是高价期。预计今年下半年猪价比上半年好。”

# 被传闻将裁员1300人 福特中国回应：正在打造更精简灵活的组织结构

■本报记者 龚梦泽

5月15日，福特汽车（中国）有限公司（以下简称“福特中国”）被曝裁员。据传闻，此番裁员赔偿将执行“N+3”，或涉及超过1300人。

《证券日报》记者第一时间就此向福特中国方面求证，得到的回复是，“对于福特汽车来说，中国是一个至关重要的市场，福特汽车坚定不移地推进在华业务可持续发展的承诺始终不变。”

福特中国相关负责人表示，公司正在打造一个更加精简、灵活的组织结构，将资源投入到具有优势的核心业务上，努力实现在华业务目标。不过，关于裁员人数和赔偿的传闻，福特中国方面并未给予确认。

近年来，福特中国业务连年亏损。综合福特中国官网及公开数据可知，2022年福特在中国市场销量为49.6万辆，同比下降33.5%，亏损达6亿美元（约合人民币41.72亿元）。旗下豪华品牌林肯去年在华累计销量同比下滑

13.4%至7.93万辆。

市场占有率方面，去年福特在中国市场份额仅为2.1%，较上年下降0.3个百分点。而最辉煌时，福特在华市场份额曾一度达到4.09%；2016年，福特销量还曾创下过127万辆的巅峰纪录。

虽然福特汽车今年一季度财报未公布中国区销量，但根据其合资公司长安福特披露的数据，公司今年一季度销量仅为4.48万辆，同比下滑25.68%。

在今年一季度财报电话会议上，福特汽车公司总裁兼首席执行官吉姆·法利表示，福特在中国的未来战略将会改变，将在中国开展投资更低、更精简、更专注、回报更高的业务。为扭转销量颓势，福特中国新战略重点将是商用车业务、电动汽车和出口。

不久前的5月11日，福特汽车与江铃汽车在南昌签署框架协议，双方宣布在现有合作基础上，进一步扩大江铃汽车的产品出口业务。而福特汽车

还曾宣称将加大电动化的资金投入。彼时福特汽车作出承诺，到2030年，福特汽车全球销量中将有一半是电动汽车；到2026年，将在电动汽车上投资超过500亿美元；预计2026年福特汽车的电动汽车产量将超过200万辆。

不过，目前福特在中国市场上的电动化产品十分有限，仅有福特领界EV、锐际插电版、福特电马Mustang Mach-E等新能源车型。不仅如此，主力电动车型福特电马在国内市场销售也十分惨淡。公开资料显示，福特电马Mustang Mach-E于2021年4月份登陆中国市场，起售价为26.5万元。由于产品力有限，加之遭遇“价格战”周期，今年4月份，其起售价已跌至20.99万元。而即便如此，该款车型上月销量也仅为332辆。

事实上，福特并非近日首家对组织结构进行精简和战略后撤的车企。日前，江苏悦达起亚汽车有限公司被曝安排管理岗员工分批次轮休，第一批轮休时间长达一年。公司随后回

称，这是为顺应全新的电动化时代的正常调整；此外，由于月度产销占比微小，广汽三菱销量数据也在4月份首度“缺席”，甚至屡被传出退市传闻。

乘联会的数据显示，去年比亚迪销量为180.5万辆，市场份额达到8.8%，夺得中国车市销冠，一汽大众销量177.9万辆屈居第二，市场份额为8.7%。去年比亚迪的“摘金”结束了中国车市销冠长期被合资品牌“霸榜”的历史。

在中国乘用车产业联盟秘书长张秀阳看来，国内市场结构迅速重构，导致电动化转型迟滞，产品力下降的合资车企，受到新能源车及自主品牌燃油车的双重挤压，这也是今年初合资车企发起价格战最深刻的原因。

“合资燃油车为了生存会向新能源车和自主品牌燃油车不断发起价格冲击，15万元级别会是最焦灼的战场。”张秀阳表示，一些合资车企已经没有退路，“如果不跟进，处境会更加困难。”