

水泥板块上半年业绩显疲态 业界预判市场供需关系短期难以扭转

■本报记者 李正

近日，多家水泥板块上市公司陆续披露了中报预告，从整体情况来看，上半年水泥赛道业绩并不乐观。东方财富Choice数据显示，截至记者发稿，水泥板块（按申万行业分类）已披露上半年业绩预告的6家上市公司中，有4家报告期内归母净利润同比下滑。

《证券日报》记者以投资者身份致电头部水泥生产商安徽海螺水泥股份有限公司，其相关负责人表示，近期受天气等多重因素影响，水泥产品出货有所减少，虽然同为淡季，但也只达到2022年同期的80%至90%。“今年以来，公司水泥产品价格整体有所下滑，对于竞争并不激烈的区域，价格还算不错，但在一些竞争比较激烈的区域，公司的水泥产品价格也只能随行就市。”

卓创资讯水泥分析师侯林在接受《证券日报》记者采访时表示，今年以来，受房地产下行、新开工项目较少等因素影响，水泥产业的整体需求基础比较薄弱，导致水泥产业呈现出“旺季不旺，淡季更淡”的状态，“下半年来看，据历史数据统计，水泥价格在历年9月份至11月份大概率上涨，今年估计也不例外，但是预计反弹空间较小，主要还是看需求释放情况。”

上半年水泥需求释放不足

具体来看，上述已披露中报预告的6家水泥板块上市公司中，4家预计上半年净利润同比减少幅度在0%至100%，2家预计同比增长幅度为100%至200%。

而关于预计净利润同比下滑，多家上市公司表示，系水泥产品需求释放不足所致。

天山股份7月13日发布的半年报显示，预计报告期亏损1.5亿元至1.5亿元，净利润同比减少97.13%至95.69%。公司在业绩预告中提及，报告期市场需求偏弱，导致公司主要产品水泥熟料和商品混凝土的销量和价格同比有不同程度下降。

传统业态积极求变谋增长 多家零售百货上市公司上半年业绩改善

■本报记者 张敏

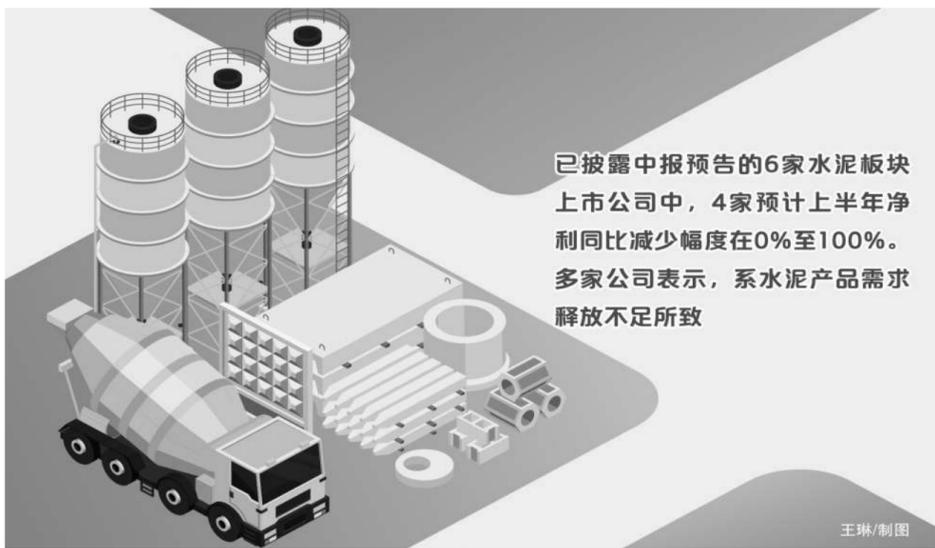
见习记者 熊悦 实习生 王莘玮

截至7月13日收盘，新世界、合肥百货、欧亚集团等12家零售百货上市公司披露了2023年上半年业绩预告，其中有9家公司预计实现归母净利润增长、扭亏或减亏。

多数公司业绩改善

在上述12家公司中，新世界、欧亚集团迎来业绩拐点，预计上半年实现扭亏；而合肥百货、中兴商业等则预计上半年归母净利润同比增幅较大。

新世界于7月13日发布了2023年半年度业绩预告公告，预计报告期内归母净利润为3000万元至4600万元，上年同期则为亏损3201.96万元。公司对此表示，2023年上半年，消费复苏，上海实体零售业客流回升，公司的百货零售业、酒店服务业



已披露中报预告的6家水泥板块上市公司中，4家预计上半年净利润同比减少幅度在0%至100%。多家公司表示，系水泥产品需求释放不足所致

福建水泥也表示，受市场需求持续偏弱影响，水泥价格不断走低，报告期内公司水泥平均售价同比下降7.86%，销量较上年同期减少7.4%，导致本期经营业绩出现亏损。

事实上，受需求释放力度不足影响，今年以来水泥价格持续处于历史同期低位水平。生意社数据显示，7月13日P.O号水泥参考价报337元/吨，同比下滑12.01%。2023年以来，水泥价格整体呈现先扬后抑走势，在1月份小幅下滑后，受基建项目密集开工等因素带动，于2月12日开始持续走高，直至3月中旬涨到423元/吨后横盘，并于4月17日开始持续回落至今。今年以来累计下滑13.81%，目前处于2017年12月份以来最低。

侯林表示，基建工程项目开工情况整体较差是导致水泥需求减少的一个重要因素。虽然部分重点工程项目也在开工，但是水泥订单主要集中在一些大企业，一些原来专供社会搅拌站的水泥

企业，其市场份额也出现了明显减少，导致总体上需求较低。特别是进入淡季以后，需求基础差叠加天气影响，工程项目施工进度减慢，水泥需求进一步减少，水泥企业的销售压力也在加大，企业为了维持自己原有的份额或者提升销量，只有选择降价。

错峰生产难阻价格下滑

值得关注的是，面对需求释放不足、水泥产品价格下行，众多水泥企业也在积极响应错峰生产计划，但收效并不明显，甚至无法阻止水泥价格的步步走低。

据悉，水泥产品的生产主要分为熟料生产和水泥生产，熟料是水泥的上游产品，水泥企业需要先烧制出熟料，再通过磨机将熟料磨成水泥。在水泥生产过程中，磨机可以随时开停，但如果企业停窑，即停止熟料生产，再次开窑将大幅增加生产成本。《证券日

报》记者从海螺水泥、宁夏建材等多家上市公司了解到，公司年内都在根据规定严格执行错峰生产计划。

为何错峰生产仍无法阻止水泥价格下滑？侯林表示，往常在需求低迷的状态下，水泥企业错峰生产力度都会非常大，但是今年错峰生产起到的效果并不理想，“只有在需求释放充足或者即将进入旺季的时候，水泥企业进行错峰生产才会对整体市场价格形成托底和支撑上行的作用，而如果在需求不足时进行错峰生产，只会一定时间内起到缓解水泥企业熟料库存压力的作用，并不会使供需关系发生本质上的扭转。”

未来水泥价格将呈现怎样的趋势？东高科技高级投资顾问罗黎明在接受《证券日报》记者采访时表示，目前所了解到辽宁、上海、江苏、浙江、湖北、重庆和贵州等地区价格有下调，如果地产行业投资难以提振，水泥供需关系短期依旧无法打破。

肉鸡、生猪养殖景气度“冰火两重天” 生猪养殖利润连续7个月亏损

■本报记者 桂小英

根据沪深两市农业上市公司发布的上半年业绩预告和前6个月销售数据，期内肉鸡养殖和生猪养殖业绩差异凸显，例如，受益肉鸡价格上涨等因素，肉鸡养殖企业上半年业绩大多表现不俗；而持续磨底的生猪价格，则让生猪养殖产业链显著承压。

卓创资讯肉禽市场高级分析师冯筱程告诉《证券日报》记者，上半年肉鸡价格高于预期，以白羽鸡为例，上半年国内白羽肉鸡均价4.69元/斤，较去年同期上涨12.20%。而布瑞克农产品集购网高级分析师沈园冰在接受《证券日报》记者采访时说，当前生猪行业去产能节奏偏缓慢，导致生猪价格仍在底部震荡。

肉鸡行业景气度提升

肉鸡价格的上升，对肉鸡养殖利润的促进作用已经显现。同花顺数据显示，目前发布上半年业绩预告的9家肉鸡养殖上市公司中，仙坛股份预计净利润同比增长幅度最高，同比增长1099.7%至1123.46%。公司就此表示，报告期内随着经济逐步回暖，终端消费需求提升，白羽肉鸡行业景气度同比上升，公司鸡肉产品销售价格同比上涨，利润也随之增加。

除仙坛股份外，益生股份、圣农发展等公司预告的净利润同比增幅也较大。益生股份表示，随着白羽肉鸡行业景气度提升，公司父母代肉种鸡雏鸡和商品代肉鸡雏鸡的销售价格同比大幅上涨，净利润大幅增加；圣农发展则表示，2023年上半年公司业绩同比扭亏为盈，并实现净利润不低于515.00%的高比例增长，这主要得

益于养殖与食品两板块全面发展。卓创资讯数据统计显示，6月30日国内白羽肉鸡均价4.21元/斤，较年初上涨10.50%。

冯筱程表示，上半年国内白羽肉鸡价格整体呈先涨后降走势，鸡苗价格涨至高位，肉鸡养殖成本持续偏高，且肉鸡养殖成活率低于往年同期水平，致供需格局较为紧张。在养殖成本和成活率的综合作用下，上半年肉鸡价格高于预期。

生猪产能去化偏缓慢

相对于肉鸡价格，中金公司最新研报显示，今年上半年以来，我国生猪价格走势持续低迷，截至目前，养殖利润已连续7个月亏损。

在此背景下，生猪养殖公司的业绩状况，以及未来如何降本增效成了投资者关注的热点。此前，沪深两市的生猪养殖相关上市公司已发布了前6个月的销售数据情况，从这些销售数据中可以看出，生猪价格的持续下跌，让企业承受着较大的压力。

沈园冰表示，2023年上半年养殖主体对猪价仍具有较高预期，大量三元母猪、高龄母猪等繁育效率低的母猪在2021年8月份至11月份和整个2022年得到持续置换，母猪种源优化，繁育效率大幅提升。近年行业规模企业占比快速提升，各大养殖集团扩张产能后，不愿意主动压缩产能，目前持续亏损较长时间也不愿意主动压缩产能，因此，整个行业产能仍然偏高。

沈园冰认为，2023年下半年生猪产能去化虽然在持续，但去化节奏仍将偏缓慢，猪价可能持续底部震荡。

11家上市车企无一达成全年50%销量目标 多家新势力车企销量完成率不足三成

■本报记者 龚梦泽

进入7月份，车市上半年的竞争落下帷幕。中国汽车工业协会发布的数据显示，2023年上半年汽车产销分别完成1324.8万辆和1323.9万辆，同比分别增长9.3%和9.8%。

《证券日报》记者梳理了16家以乘用车业务为主的A股和港股上市车企有关公告，数据显示，2023年上半年，这16家上市车企中有10家销量实现同比增长，占比62.5%。其中，比亚迪上半年销量达到125.56万辆，已达到2022年全年销量（186.85万辆）的近七成，但受2023年300万辆年度销量目标高企的影响，仍未实现过半的销量目标完成率。

销量增幅方面，增幅最大的是理想汽车，同比增长130%，上半年销量冲高至13.91万辆。而上汽集团、东风集团、赛力斯等6家车企销量下滑，跌幅最大者高达39.93%。

从具体产销数据来看，传统自主品牌在新能源车市场的表现是推动国内车市销量增长的主要原因。以一骑绝尘的比亚迪为例，6月份比亚迪新车销量为25.2万辆，历史上首次月销突破25万辆大关。

与此同时，广汽集团也在新能源转型中大步前进。数据显示，今年上半年，广汽集团累计销售汽车116.3万辆，完成全年销量目标的43.6%。其中，广汽集团新能源乘用车销量23.63万辆，同比增长108.51%。广汽埃安上半年累计产销21万辆，同比增长109%，已连续4个月销量超过4万辆。

乘联会秘书长崔东树认为，自主品牌在新能源市场和出口市场获得明显增量，头部传统车企转型升级表现优异，比亚迪汽车、吉利汽车、长安汽车、奇瑞汽车等传统车企品牌份额提升明显。

记者进一步查阅各家车企产销数据发现，截至7月13日，上述16家上市车企中，上汽集团、比亚

迪、广汽集团和长安汽车等11家公布过全年销量目标，而这11家上市车企年度销量完成率均未过半，平均完成率仅为35.05%。其中，完成率最高的理想汽车为46.37%，广汽集团、吉利汽车、比亚迪完成率超过40%，而“蔚零小”3家新势力车企分别完成年度销量目标的22.7%、22.25%和20.72%，较大地落后于全年销量进度。

“目前终局并没有到来。今年好不代表明年好，今年差不代表明年差，所以我觉得没关系。”有造车新势力董事长乐观表示。

谈及对下半年车市的走势判断，崔东树表示，去年6月1日开始实施车购税减半政策，政策启动叠加去年3月份至7月份的购车延迟因素，导致去年7月份的高基数，不利于今年7月份车市同比增速的表现。他预计，7月份开始，车市将进入平缓促销增长期，但对全年850万辆的预期不变。

“上半年持续增强的大幅促销扰乱了车市正常的价格走势，终端价格需要一段时间修复，加上二季度超强的促销力度对下半年购车群体的消费透支效应，三季度以价换量的效果有可能减弱。”崔东树认为，经历上半年的价格战之后，预计车企将对市场预期、产品结构及上市节奏进行优化调整，未来一两个月市场或将进入蓄力期。

“但也要看到，当前外部环境依然复杂，一些结构性问题依然突出，消费需求依然不足，行业运行面临较大压力，企业经营有诸多挑战。”中汽协副总工程师许海东认为，需要保持政策的稳定与可预期，帮助汽车行业平稳运行。

麦肯锡全球董事合伙人、麦肯锡中国区汽车咨询业务负责人管鸣宇也表达了类似看法。虽然消费信心在恢复，但消费者目前仍处于观望状态。随着调整幅度加大，车市下半年会趋于企稳，2023年车市大盘将维持和近两年差不多的态势。

30家汽车零部件企业上半年业绩预喜 出口需求旺盛是主因

■本报记者 王镜茹 冯雨璐

A股上市公司2023年半年度业绩预告正在有序披露，汽车零部件产业“多点开花”，整体成绩亮眼。

同花顺数据显示，截至7月13日记者发稿，A股共33家汽车零部件企业披露了2023年半年度业绩预告。其中，2家预亏，1家预减，其余30家则预计扭亏、续盈、略增、预增，预喜公司合计占已披露半年度业绩预告公司的90.91%。

订单增长、海外需求旺盛是大部分汽车零部件企业业绩增长的主因。展望下半年，多家零部件企业披露“在手订单饱满”。

上半年业绩整体向好

具体来看，已发布上半年业绩预

告的汽车零部件企业中共30家预喜，按预计净利润同比增幅上限排名，暂列第一的为苏常柴A，期内预计净利润最高增幅达1127.73%；其次为均胜电子，预计净利润最高增幅552.38%。而预计净利润增幅上限超100%的共有15家。

经梳理，业绩预喜的企业中，有16家在业绩变化原因中提及了订单、海外出口这两个“关键词”。

飞龙股份是一家生产、销售传统发动机冷却部件、新能源冷却部件及模块等产品的零部件企业。公司在业绩预告中表示，上半年订单充足，出口收入占比提高，营业收入较去年同期增长较大。公司预计上半年盈利1.3亿元至1.5亿元，同比增长440.43%至523.57%。

凌云股份发布业绩预告显示，预

计今年上半年净利润为2.95亿元至3.25亿元，同比增107%至128%。公司称，受益于全球新能源汽车景气度提升，热成型产品、新能源车壳等产品在行业中继续保持优势，客户需求旺盛，高附加值订单比例提升。此外，新能源电池壳产品的国内外重点项目相继进入量产阶段，进一步释放新动能。

订单依然饱满

“中国汽车市场的增长势头强劲，国内汽车销量持续增长，带动汽车零部件需求增加。中国汽车零部件企业在技术创新和产品质量上取得了显著进步，提高了产品的竞争力，吸引了更多海内外客户合作。”中国数实融合50人论坛智库专家洪勇向《证券日报》记

者表示。

7月10日晚，金固股份披露了关于收到比亚迪点通通知书的公告，公司将作为比亚迪的零部件供应商，为其新能源车型海鸥开发车轮产品。同日，亚太股份也发布公告，收到国内某大型汽车集团定点通知，公司将其开发和生产集团下属高端品牌新能源SUV车型的电子驻车执行机构总成（EPB总成）产品。

祥鑫科技7月4日晚披露公司获得客户的项目定点意向书公告，预计项目总额为131亿元至134亿元，下游客户涵盖新能源汽车、动力电池、储能和光伏逆变器、通信服务器等行业。

7月10日，轮胎企业森麒麟在互动平台回复投资者提问时称，根据与客户沟通的情况，预计下半年出口订单依然饱满。