

煤炭、有色等公司上半年业绩显韧性 “煤飞色舞”行情有望持续

■本报记者 李如是 刘钊

9月1日,煤炭、有色金属等板块涨幅居前。其中,陕西黑猫、云煤能源、河钢资源涨停,华阳股份、山西焦煤、云铝股份、神火股份等多只个股涨幅超7%。此外,近期多个大宗期货品种价格大涨,焦煤期货主力近两周累计涨幅超7%。

上海有色网分析认为,受证券交易印花税减半征收、工信部等部门促进炼焦煤保供稳价、多地陆续调整住房公积金贷款首付比例、“认房不用认贷”落地等政策利好影响,煤炭、钢铁、有色金属等传统偏蓝筹行业受到了市场资金追捧。

有业内人士对《证券日报》记者表示:“随着全球经济逐渐复苏,煤炭、有色金属行业的需求有望进一步增加,这有利于相关企业提高销售收入,从而推动盈利修复,而‘煤飞色舞’行情也有望持续。”

市场需求提振

煤炭和有色金属行业同属周期性行业,上涨逻辑在于行业利润增加或经济处于景气阶段。

从煤炭行业来看,开源证券表示,稳增长政策有望在下半年持续发挥效力,尤其是在施工旺季的9月份、10月份。上周(8月28日至9月3日)多部门推动落实首套房贷认房不认贷,推动房贷利率调整,后续有望对地产新开工带来边际改善,利多黑色产业链。当前稳增长政策超预期,煤炭股同样也会成为进攻品种,作为上游资源,必然受到下游需求的带动。

上海有色网研报显示,焦炭首轮降价陆续落地执行,虽然焦煤价格持续下跌,但焦炭盈利得到部分

修复,生产积极性依旧较高,积极出货,厂内焦炭库存保持低位。钢厂铁水量处于高位,对焦炭刚需较强,部分低库存钢厂仍在持续补库。

目前,国内部分地区煤炭价格出现小幅反弹。截至8月25日,秦皇岛港Q5500动力煤平仓价为818元/吨,环比上涨16元/吨;榆林产地煤价小涨。

“目前,多数煤炭主产区基本处于产销平衡状态。在能源转型、‘双碳’背景下,我国未来新建煤矿数量有限,对煤炭价格有一定支撑。”厦门大学中国能源政策研究院院长林伯强在接受《证券日报》记者采访时表示。

从有色金属行业来看,博时基金研报表示,基建投资是当前经济复苏阶段的重要手段。政府通过加快专项债发行和提高基建投资水平等措施,扩大基建项目规模,带动了钢铁、水泥以及有色金属等原材料的需求。特别是广泛应用于各领域的铝、铜等有色金属,市场需求将得到明显提振。

从投资端来看,国内经济政策驱动市场预期回暖,有色金属通常来说与经济形势共振,在城中村改造以及基建政策再次发力时,将带动相关原材料需求上升,有色金属行业或将迎来上行行情。

上半年业绩显韧性

目前,上市公司2023年半年报披露基本结束。民生证券研报提出,在上半年来煤价下滑的背景下,该板块公司通过以量补价、控制成本表现出业绩韧性。且旺季来临,煤价看涨。

安源煤业2023年半年报显

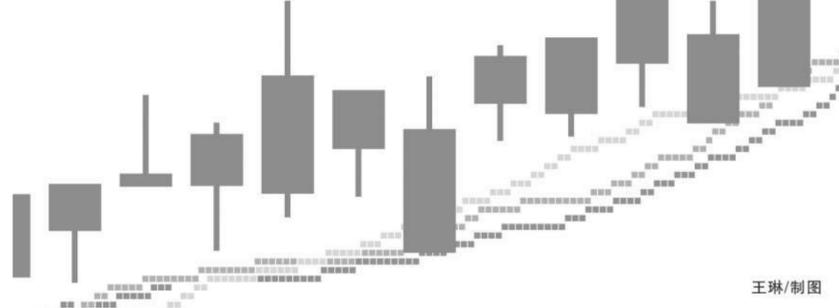
9月1日,煤炭、有色金属等板块涨幅居前

◀◀◀ 其中 ▶▶▶

陕西黑猫、云煤能源、河钢资源涨停

华阳股份、山西焦煤、云铝股份、神火股份等多只个股涨幅超7%

此外,焦煤期货主力近两周累计涨幅超7%



王琳/制图

示,公司上半年实现营业收入32.60亿元,同比下降33.86%;归属于上市公司股东的净利润5241.12万元,同比减亏增盈2.86亿元。报告期内,公司净利润同比增加,主要原因一是公司所属煤矿正常生产天数同比增加,自产煤产量和商品煤销量同比增加,商品煤毛利同比增加约2.67亿元;二是公司通过采取优化借贷资源、控制债务规模等措施,财务费用同比减少3875万元。

有色金属板块方面,今年上半年,虽然铜价同比有所下降,但单季度价格回落已逐步收窄,对相关上市公司利润影响趋弱,叠加今年以来铜冶炼加工费持续上行以及

费用端优化,助推板块业绩整体表现稳健。

中信建投分析师王介超表示:“近期来看,供需方面,铜铝保持高强度的需求增长,维持低库存的状态,奠定价格偏强基础,并伴随着旺季展开,有进一步冲高的动能。”

云南铜业2023年半年报显示,公司实现营业收入707.94亿元,同比增长9.92%;归母净利润10.10亿元,同比增长45.21%。公司持续强化生产组织、成本管控,提升体系化、专业化管控能力,加强生产调度、设备和现场管理,实现稳产高产,深化成本“五化”闭环管理,贯穿运用成本

管控方法,系统抓好成本管控,精矿含铜、阴极铜单位完全成本优于进度目标。

云南铜业表示,展望下半年,从库存周期的角度来看,国内有色金属已经进入被动去库阶段,但美国仍处于主动去库阶段,海内外周期的错位在一定程度上削弱了铜价的向上弹性;从供需的角度来看,矿端供给从中长期来看将不断紧张,短期供给仍将保持充裕,冶炼加工费维持高位;从经济稳增长目标来看,下半年基建、消费等方面仍有增量刺激政策,地产竣工端韧性较强,而新能源方面,汽车、光伏、风电等将维持高景气度,有利于支撑铜价。

尿素价格持续异动 行业协会呼吁“切忌跟风炒作”

■本报记者 刘钊 李如是

尿素市场价格异常波动引发了广泛关注。9月3日,中国农资流通协会发出呼吁,近期尿素市场已偏离供需基本面,行业企业要理性经营,防范风险,自觉抵制投机行为,切忌跟风炒作,共同维护良好的市场环境,促进行业健康可持续发展。

或受游资炒作影响

近期,国内尿素期货市场出现了不理性的炒作行为,对国内化肥市场的平稳运行带来不利影响。6月份以来,国内尿素期货价格快速上涨,主力合约结算价平均值由6月12日最低点1649元/吨,上涨到9月1日2356元/吨,带动尿素现货市场不同程度上涨。中国农资流通协会中国肥料价格指数监测数据显示,8月28日尿素全国平均批发价格为2547.18元/吨,较7月31日环比涨5.47%。

对于近期尿素价格出现的持续性上涨,中国农资流通协会引述业内人士分析,部分游资进入尿素期货市场投机炒作,干扰价格机制正常发挥作用,搅动现货市场,将可能影响秋冬种化肥供应和即将到来的新年度国家化肥商业储备落实,国家有关部门将会采取一系列调控措施引导稳定化肥市场。

9月2日,中华全国供销合作总社下属大型骨干企业和中国农业生产资料集团有限公司的控股子公司——中农集团发布保供倡议书表示,当前正值国内尿素淡、旺季转换及冬季储备的重要时期,近期国内尿素价格出现淡季拉升,期货价格异动现象。提醒各合作伙伴谨防经营风险,理智对待市场。

同时,中农集团向国内合作伙伴发出倡议:理性组织购销,避免“跟风采购”,积极投放市场,反对囤积居奇,自觉抵制投机行为,共同维护良好的市场环境,促进行业健康可持续发展,为保障粮食安全做出积极贡献。

中国农资流通协会郑重呼吁:行业企业要提高政治站位,充分认识到做好化肥保供相关工作的重要性,切实履行社会责任,积极组织好肥料生产、市场购销及服务,全力做好化肥等农资的国内供应,切实维护价格稳定,为保障粮食安全做出积极贡献。

国信期货分析认为,由于货源供应缩减,超预期的出口以及复合肥企业集中启动生产和原材料补库共同支撑了淡季时期的需求,8月下旬尿素企业库存持续维持在较低位。尿素企业挺价底气较为充足,尿素行情表现坚挺,出现了“淡季不淡”的现象。

“协会的呼吁可以提醒行业企业理性经营,防止投机行为的发生。”农文旅产业振兴研究院常务副院长袁勇告诉《证券日报》记者,不过,价格的形成受到多种因素影响,单靠协会发声或难以完全遏制价格失衡,还需要政府和行业各方的共同努力。

产业链积极应对

尿素是粮食的“粮食”,也是化肥价格的“晴雨表”,尿素价格稳定对保障粮食安全具有重要意义。国内尿素需求流向可分为农业和工业。上半年农业需求占比在65%,国内水稻、小麦、玉米等主要粮食作物种植面积稳中有增,尿素农业消费量增加;工业需求方面,复合肥、三聚氰胺开工率不高,需求不振,消费量缩减。

“尿素价格上涨将会对下游产生一定的影响。”中国金融智库特邀研究员余丰慧在接受《证券日报》记者采访时表示,首先,农民的农资成本将增加,对农民的生产经营造成一定压力;其次,化肥价格上涨会导致农产品价格上涨,最终影响到居民生活成本。同时,一些依赖化肥生产的农业产业链也可能受到一定的冲击,影响其盈利能力。

未来尿素市场价格将如何演绎?云天化拥有260万吨/年尿素产能,公司尿素产能分布在云南、东北和青海,在区域市场占有率和品牌竞争优势。云天化表示,公司尿素产品订单充裕,库存较低。目前,尿素农业需求逐步进入淡季的同时,南亚出口市场需求还将持续一段时间,工业需求保持旺盛,后期逐步进入冬储阶段,预计今年后期尿素价格可能出现合理波动,然后进入春耕旺季。

复合肥业务是云天化控股的核心业务,面对原材料尿素价格的上涨,云天化表示,公司布局了上游氮源合成氨和氯化铵产线,开发了以自主氯化铵为氮源的复合肥产品,相比以尿素为氮源的产品性价比更高,是小麦、水稻等大田作物首选,尿素价格上涨也会拉动此类产品价格上浮和销量增长,促进公司利润增长。此外,公司还通过适当储备以及原料贸易、原料套保操作,一定程度规避尿素等原料价格波动给公司经营带来的不利影响。

与此同时,部分尿素生产企业装置减产检修的现象有所缓解。远兴能源表示,目前公司各生产企业装置运行稳定,产能利用率维持较高水平。云天化表示,桐梓化工合成氨液氨洗设备及尿素装置已完成检修,合成氨-尿素生产线已恢复开车,目前生产正常,装置运行稳定。

中国农资流通协会表示,目前,国内尿素企业日产能维持在17万吨左右,市场供给充足,国内农业需求处于淡季,并不存在价格拉涨的现实基础。四季度国内尿素新增产能将逐步如期释放,我国尿素实物产量将创近五年来的新高,同时当前国际价格逐步下跌,市场整体表现为供应增加,外部需求相对低迷,价格或将逐步回落企稳。

据国信期货预测,短期尿素供给增量有限,国内需求增加,出口需求减少,尿素市场预计仍将维持总供给和总需求均较低的格局,库存水平维持低位,价格支撑较强,但缺乏明显利好因素,上涨空间有限,尿素现货价格整体预计维持高位区间震荡。

月饼销售渐入佳境 多匹“黑马”入局竞逐

■本报记者 李昱丞
见习记者 丁 蓉

随着传统佳节中秋脚步临近,月饼市场逐步升温。9月3日,《证券日报》记者走访深圳多家超市观察到,月饼在各个卖场占据醒目位置,受到消费者青睐。

今年的月饼赛道,既有广州酒家、桃李面包、元祖股份、五芳斋、嘉士利、美心、盒马鲜生、星巴克、奈雪的茶、喜茶等来自于传统糕点、餐饮、茶饮咖啡领域品牌的参与者,也涌现出烘焙行业新势力——泸溪河、鲍师傅等“黑马”。而在品种上,不仅传统的五仁、咸蛋黄等月饼在食材上进一步升级,商家们还推出了榴莲冰皮、黑松露、生椰拿铁等新品。

广东省食品安全保障促进会副会长、中国食品产业分析师朱丹蓬在接受《证券日报》记者采访时

表示:“近几年我国冷链产业快速发展,加之烘焙新业态的崛起,月饼产业格局悄然变化,将迎来进一步优化升级。”

月饼包装进一步瘦身

记者在深圳一家华润万家超市看到,卖场设置了多个月饼货架,各品牌月饼琳琅满目,海报上写有“团圆赏月”等标语,节日氛围浓厚。

嘉士利执行董事谭朝均向《证券日报》记者介绍,今年月饼市场的第一波高峰出现在8月20日前后,为经销商进货。随后零售终端卖场和流通渠道动销的逐步升温,渐入佳境,预计9月10日前后会呈现新的销售高峰。

在包装新规之下,今年月饼包装进一步瘦身。《限制商品过度包装要求 食品和化妆品》国家标准

于今年9月1日起实施。其中,限制月饼过度包装,在该标准第1号修改单中有明确规定并已从去年8月15日实施。记者在走访中看到,过去月饼礼盒经常搭配的刀具、餐盘等,现在已经简化,大部分月饼礼盒已经实现“轻装上架”。消费者郑女士挑了几盒100多元的月饼,她告诉记者:“今年的价格更亲民,更实惠了。”

在政策的引导下,月饼产品创新呈现出“由表及里”的新气象。“过去一些厂商在奢华包装上下功夫,而包装新规出台之后,厂商回归食材本身,在口感上更加‘走心’,在馅料、馅料的选择、制作方面,整体水平比往年更高,真正用品质打动消费者。”有业内人士表示。

烘焙产业跑出“黑马”

榴莲冰皮月饼成为今年备受

年轻消费者追捧的“爆款”。记者看到,多家超市月饼货架旁边,都摆放着专门的月饼冷柜。“冰皮月饼全都用冷链配送,近几年逐渐流行起来,今年许多品牌都推出了榴莲冰皮月饼,很受消费者欢迎。”一家超市工作人员李女士说。

朱丹蓬表示,随着我国冷链体系快速发展、高速扩容,冷链服务质量、服务效率提升,冰皮月饼这类高端产品将越来越普及,带动整个月饼产业的升级迭代。

冷链保障月饼的新鲜度,不仅给国内消费者带来快捷、安全、新鲜的美味,而且也深受海外华人喜爱。记者了解到,冰皮月饼从出库到完成包装只用10分钟时间,然后由全程零下18℃的冷链运输漂洋过海,销往北美、大洋洲等地。

月饼产业链包括上游原材料、中游生产包装和下游销售渠道三

大环节。我国月饼市场规模约200亿元。今年中秋、国庆节重叠,被称为月饼市场的大年。广阔的市场和较高的毛利率吸引了越来越多的企业加入赛道。除了传统糕点、餐饮、茶饮咖啡品牌之外,新鲜烘焙赛道上的泸溪河、鲍师傅等也在月饼销售中“出圈”,一跃成为行业“黑马”。

记者在深圳一家万象汇商场看到,泸溪河门店不仅推出了传统的苏式鲜肉月饼、广式五仁月饼,还有创新口味的西柚山楂桃酥月饼,吸引年轻消费者排起了长龙。

现烤现吃的月饼受到消费者青睐,成为我国食品产业升级的缩影。朱丹蓬认为,年轻人的消费行为正带动着整个产业链的创新、升级、迭代。不难看出,随着烘焙行业的差异化竞争,未来整个行业将会进入全新的竞争格局。

酒店业上市公司中报业绩普遍向好 龙头企业加速品牌升级

■本报记者 李万晨 施 鑫

受益于旅游市场复苏,上半年酒店业上市公司业绩普遍向好。其中,华住集团以100.10亿元的收入(同比增长65.10%)成为国内唯一半年度营收破百亿的酒店业上市公司;锦江酒店、首旅酒店则位列二、三位,上半年分别实现营收68.06亿元、36.08亿元,同比增长32.15%、54.76%。

对于上半年酒店行业业绩整体向好,有业内人士对《证券日报》记者表示,文旅市场复苏,游客出游热情高涨,叠加酒店价格普涨,酒店业绩普遍向好。

多家酒店业绩向好

文化和旅游部发布的数据显示,2023年上半年,国内旅游总入

次23.84亿,同比增长63.9%;国内旅游收入(旅游总花费)2.30万亿元,同比增长95.9%。

首旅酒店2023年半年报显示,公司上半年实现营收36.08亿元,归属于上市公司股东的净利润2.8亿元,与上年同期相比,实现大幅扭亏为盈。其中,公司酒店业务营收33.24亿元,较上年同期上升11.2亿元,增长50.81%。

华住集团、锦江酒店上半年也已扭亏为盈,分别实现净利润20.05亿元、5.23亿元,同比增长304.59%、550.76%。

此外,亚朵集团上半年盈利提升,实现净利润2.56亿元,同比增长270.86%。金陵饭店和君亭酒店上半年净利润分别为0.31亿元、0.20亿元。而华天酒店上半年亏损也有所减少,净利润为-0.75亿元。

“今年上半年,为了迎合消费升

级需求,大部分酒店都在产品和服务上有一定升级,房价顺势上涨;此外,随着文旅市场复苏,酒店租金也随之上涨。”上述业内人士认为,涨价是市场行为,由供求关系所决定。

全年业绩有望再超预期

在上半年业绩亮眼的基础上,券商愈发看好酒店业全年业绩。

中泰证券分析称,酒店业绩增长主要受行业景气度上升影响,随着旅游需求持续释放,行业全年业绩弹性有望再超预期。

华福证券认为,目前酒店行业整体恢复程度已经接近2019年同期水平。暑期出行旺季酒店需求高增,8月上旬北京、上海酒店平均房价分别同比增长39%、16%,需求修复拉动酒店业增长,龙头企业全年业绩有望再超预期。

上述业内人士表示,伴随着消费升级,当下经济型酒店品牌升级带来的租金、装修、设备、人工等成本上涨也是酒店价格变动的原因之一。同时,品牌品质升级必然导致低质量酒店淘汰,进一步加剧供需不平衡。

“中高端酒店赛道还有很大的发展空间,行业迎来了更强调品牌化、专业性、运营导向的发展模式。”锦江酒店(中国区)首席执行官官常开表示。

关于行业的新变化,华住集团表示,公司将积极推进门店质量提升计划。主动关闭经济型软品牌和和庭1.0版本门店,截至今年二季度,这两类门店占集团门店总数已经下降到9.7%(2020年末为25.9%)。根据财报显示,2023年二季度华住集团签约门店破千家。2023年二季度公司境内新开店374

家,关店216家,净开店158家。而从签约情况来看,2023年一季度新签约1054家门店,行业复苏提振提振了加盟商信心,全年开店和签约情况有望超出预期。

华住集团还表示,已经高度关注到部分热门地段酒店价格过高的情况,将关注旅游旺季的价格管理,确保明码标价、规范经营,并为消费者提供更多选择。

亚朵集团创始人、CEO王海军对《证券日报》记者表示:“我们将以积极进取的热情,以及持续为用户提供优质体验的投入,塑造亚朵在行业中的差异化定位和竞争优势,并不断助力亚朵品牌知名度和影响力的提升。展望2023年全年,我们坚信我们的核心价值主张,以及对‘中国体验,两千好店’的不懈追求,继续推动业务的可持续增长。”