

大北农9月份商品肥猪销售均价环比下降 业界判断猪价仍处磨底阶段

■本报记者 桂小笋

10月9日,大北农发布了9月份的销售数据。公告显示,大北农控股及参股公司9月份生猪销售数量合计为49.81万头,1月份至9月份累计为416.05万头;9月份销售收入合计为8.86亿元,前9个月累计为67.71亿元。此外,大北农控股及参股公司9月份商品肥猪销售均价为15.93元/公斤,与8月份的16.55元/公斤相比,下滑明显。

大北农公告称,9月份控股公司生猪销售数量为31.17万头,销售收入5.26亿元。今年前9个月,控股公司累计销

售生猪260.02万头,同比增长38.97%;累计销售收入41.48亿元,同比增长25.20%。9月份参股公司生猪销售数量为18.64万头,销售收入3.61亿元。今年前9个月,参股公司累计销售生猪156.03万头,同比增长37.70%;累计销售收入26.22亿元,同比增长19.62%。

卓创资讯的数据显示,9月份生猪盈利震荡下滑;9月份生猪自繁自养盈利均值环比下降90.42元/头,降幅41.25%。综合来看,生猪养殖行业上市公司今年前三季度经营压力颇大,而9月份生猪价格下滑则令其经营持续承压。

在接受《证券日报》记者采访时,布瑞克农产品集购网高级分析师徐洪志表示,由于行业成本普遍偏高,此前出现的猪价反弹只在很短的一段时间里令行业实现了盈利。而目前猪价已经表现出后劲不足的态势,9月中旬,外三元生猪的销售均价在16元/公斤至16.5元/公斤,这个价位已经让相当数量的猪企重新陷入亏损。

卓创资讯生猪分析师牛哲也告诉《证券日报》记者,供多需弱的矛盾是制约猪价触底反攻的一大瓶颈。

徐洪志告诉记者,今年前三季度,2021年至2022年新建扩建的生猪产能

全面释放,导致猪价震荡磨底。另一方面,管理水平和种猪质量跟不上,仔猪成活率和育肥猪出栏率明显下滑,基建、人力等前期投入成本过高,导致养殖成本居高不下。在去产能进程缓慢,供应压力持续的情况下,猪价在第四季度预期仍疲软难振,企业虽努力降本,盈利空间也较为有限。在猪周期上行阶段真正启动之前,企业只能苦熬行业寒冬。

“纵观整体猪价走势,当前依旧处于磨底阶段。如果养殖企业能繁母猪依旧处于高位难降的水平,那么重点猪价上行周期将较为困难。”牛哲对记者说。

拟转让银川变压器100%股权 *ST红相欲提升流动性水平、专注主业

■本报记者 刘钊

10月9日,*ST红相发布公告称,公司拟以公开挂牌方式转让全资子公司卧龙电气银川变压器有限公司(以下简称“银川变压器”)100%股权。公司参考评估结论确定本次挂牌转让资产的首次挂牌底价为6.76亿元。

*ST红相表示,通过本次挂牌转让银川变压器100%股权,一方面,公司可快速回收现金,解除公司对应的融资担保义务,有利于提升公司流动性水平,降低整体经营风险,为后续长远发展奠定基础;另一方面,公司可以更好地集中精力和资源聚焦于智能电力、通信电子板块,专注主业,以推动公司长期可持续发展,充分维护广大投资者利益。

IPG中国首席经济学家柏文喜告诉《证券日报》记者:“*ST红相此次转让子公司股权的行为是为了优化资产结构,降低经营风险,推动公司长期可持续发展。”

红相不得不“断臂求生”。

本次拟挂牌转让的银川变压器是*ST红相全资子公司,主要从事电力变压器、牵引变压器、特种变压器、箱式变电站、高低压成套设备和模块化预制式快装变电站的研发、生产、销售、维修及维护等。

财务数据显示,2022年和2023年1月份至7月份,银川变压器实现营业收入分别为7.32亿元和2.80亿元,实现净利润分别为-288.22万元和-5016.31万元。截至2023年7月末,银川变压器资产总额为17.92亿元,净资产为5.8亿元。值得注意的是,以上数据虽经审计机构审计,但被审计机构出具了无法表示意见的审计报告。

为顺利推进本次挂牌转让工作,并有效解决*ST红相与银川变压器之间的非经营性往来款项,公司对银川变压器的部分资产和债务进行了剥离;一是银川变压器持有的盐池县华泰太阳能发电有限公司100%股权及相应于冲抵股权收购款的非经营性其他应付款、应付股利;二是银川变压器在江苏如皋地区开展的分布式光伏发电EPC承包业务相关债权债务及用于冲抵债权收购款的应付股利。

*ST红相致力于电力系统状态检修技术的研究与应用,为客户提供电网状态检修和智能化运营的综合解决方案。公司主要从事电力检测及电力设备、铁路与轨道交通牵引供电装备、军工电子产品研发、生产、销售以及相关技术服务。

此前由于公司对2019年至2021年度财务报表进行了更正,审计机构无法获取充分、适当的审计证据以确定上述前期会计差错更正涉及的相关事项及其完整性对*ST红相2022年度及以前年度财务报表可能产生的影响。审计机构对*ST红相2022年度财务报告出具了无法表示意见的审计报告,公司股票自5月5日起被实行“退市风险警示”的特别处理。目前,*ST红相因涉嫌信息披露违法违规,已被中国证监会立案。

今年上半年,*ST红相实现营业收入6.99亿元,同比下滑5.22%,实现归母净利润0.29亿元,同比下滑40.77%。盈利的大幅下滑也让*ST

北京博星证券投资顾问有限公司研究所所长、首席投资顾问邢星在接受《证券日报》记者采访时表示:“*ST红相拟转让银川变压器,有利于公司其他业务板块的健康发展,将剩余资源进行优化配置,尽可能地释放公司现金流,提高公司盈利能力,对公司中长期可持续发展将会产生积极意义。”

本版主编于南 责编吕东 制作王敬涛
E-mail:zmx@zqrb.net 电话 010-83251785

持续发力BC电池技术应用 隆基绿能分布式光伏组件上新

■本报记者 殷高峰

在将BC电池确定为公司新一代光伏电池技术路线后,隆基绿能在该领域的布局不断加速。

10月8日晚间,在火树银花的西安大唐不夜城开元广场,隆基绿能正式发布了搭载自研HPBC电池技术的分布式光伏组件Hi-MO X6。

在发布会上,隆基绿能董事长钟宝申表示,BC技术是晶硅技术“皇冠上的明珠”,未来多种技术路线都指向了BC技术,未来5年至6年,BC电池技术将是晶硅电池的绝对主流。

员上千个日夜解决了无数工程难题才完成的。”钟宝申表示,BC电池技术性能指标非常优良,效率很高、可靠性很好,但是过去它的成本和价格一直很高,可以说是光伏行业的奢侈品,“隆基绿能通过科研攻关,让过去这个行业的‘奢侈品’走向了平价时代,让每一个人都能用得起。”

在钟宝申看来,HPBC技术是继PERC时代之后划时代的技术,BC技术是晶硅光伏技术“皇冠上的明珠”。

据《证券日报》记者了解,HPBC是以电池正面无栅线为核心特点的新一代高效电池技术,基于BC技术平台,结合隆基绿能创新自研的复合钝化技术,优化升级电池的光线吸收、光电转化和电流传输能力,最终大幅提升电池的转换效率。

与PERC同价。对于BC产品,目前产业链配套可以说已经准备好了。

发力分布式市场

隆基绿能此次推出的Hi-MO X6是针对分布式光伏市场的组件产品。数据显示,我国分布式光伏的装机规模占比已经连续两年超过集中式光伏。国家能源局数据显示,2023年上半年,全国光伏新增总装机为78.42GW,其中分布式光伏电站装机容量达40.96GW,超过集中式光伏容量,占上半年总装机容量的52.23%。

“因为洞察到分布式与集中式市场开始逐步分化,去年底以来,集团内部已将整体业务由原先的全球单一团队划分为集中式与分布式两大业务集团,并对组织架构与资源调配进行调整。其中分布式业务进一步分为屋顶光伏与BIPV两大类。”隆基绿能产品与解决方案中心总裁吕远在接受《证券日报》记者采访时表示。

此次新品Hi-MO X6也被隆基绿能冠以“光伏屋顶之王”的称号,可见其在分布式光伏领域的“野心”。

在牛燕燕看来,Hi-MO X6是一款真正满足分布式光伏需求的组件产品,完美解决了分布式场景下的客户需求和痛点。

《2022年隆基全球客户满意度调查报告》显示,80.13%的工商业场景存在组件积灰的困扰。积灰导致组件功率大幅损失,积灰形成的泥带,90mm就能够导致23.39%的功率损失。

“对比实证数据表明,具有防积灰功能的组件,平均发电增益达到2.04%,最高增益可达6%。”牛燕燕称。

中商产业研究院的报告显示,我国户用光伏和工商业光伏均呈现了不同程度的增长,但近3年来工商业光伏的装机量较户用增长势头更为强劲,目前两者装机容量比重相当。此外,随着光伏行业的发展,光伏设备及电站的运维管理必将迎来“蓝海市场”,促进分布式光伏行业发展。

“政策方面,近年来,无论是国家层面还是地方层面,都出台了不少政策积极推进分布式光伏发展。而在应用领域,未来分布式光伏将会和更多领域相融合,使其成为供热、交通运输和能源等社会公共领域更好的能源解决方案。”万联证券投资顾问屈放在接受《证券日报》记者采访时表示。

BC电池产品上新

今年9月初,隆基绿能正式对外宣布了新一代电池路线的选择为BC电池之后,其在该领域的动作频频。9月19日,隆基绿能发布公告称,拟投资建设铜川年产12GW采用HPBCpro高效电池技术的高效单晶电池项目。10月8日,隆基绿能再次推出采用HPBC高效电池技术的组件Hi-MO X6。

“Hi-MO X6采用了隆基自研的HPBC电池技术,它是由上百名研发人

共庆中国农民丰收节 谷粒多“村节”第二站 ——桂林龙脊大粒唱丰收圆满收官!

稻浪滚滚秋色浓,又是一年丰收季。位于广西桂林的龙脊梯田,迎来了处处五谷丰登的金色好“丰”景。近日,在第六届“中国农民丰收节”期间,一直积极响应中国乡村振兴与乡村振兴战略号召的伊利谷粒多,今年开启了丰收“村节”计划第二年,联合桂林文旅在中国谷物丰收胜地——龙脊梯田,共同打造并圆满收官了一场满足感爆棚的龙脊唱丰收盛会。

谷粒多以“村节”为抓手 助推谷物牛奶产业升级

谷粒多燕麦牛奶的上市,进一步满足了不断升级的消费需求,同时也带动了谷物产业的高质量发展,使得优质谷物的价值不断释放。2021年,“三农”工作重心转向全面推进乡村振兴,而谷物的丰收,便是乡村振兴的重要抓手之一。

在乡村振兴的主旋律下,作为行业引领者的谷粒多于2022年启动了“中国乡村‘村节’”计划。在今年的中国农民丰收节,谷粒多继续以“村节”为抓手,携手桂林文旅创新营销布局,通过一场极具民族特色的龙脊唱丰收盛会,不仅深度挖掘了传统谷物的价值,更有效助力了当地谷物的知名度提升,以产业融合赋能乡村振兴,进一步激发了乡村振兴新活力。而这也反哺谷粒多产品力与品牌力,推动中国牛奶+谷物产业升级。

桂林龙脊大粒唱丰收 构建沉浸式“谷粒丰收大满足”多元场景

丰收季节,饱满的谷物总是能为大家带来大大的满足感。就像致力于谷物营养健康的谷粒多,也一直在通过谷物与牛奶的双重营养,为广大消费者带来真实的能量满足与多重享受的精神满足。

活动当天,来自伊利集团、桂林文旅、龙胜县等的领导嘉宾共同出席了活动,伊利集团广西分公司总经理王维、桂林市文化广电和旅游局副局长黄燕分别致辞,对此次活动给予了充分支持和期望。桂林文旅和龙胜县代表同步授予伊利集团“谷粒丰收年最美村节合作单位”“龙脊梯田景区荣誉会员”等殊荣,称赞谷粒多助力文旅产业繁荣发展,进一步激发乡村振兴新活力。

唱丰收仪式中,当地嘉宾代表共同将“金黄麦穗”插入优渥的土壤,祈愿谷粒金黄节节高,大粒丰收大满足。期许无限美好的未来生活!来年也一定会五谷丰登、硕果累累!

金谷舞稻草龙、经典特色竹竿舞、谷粒大丰收合唱等丰富的唱丰收民族特色表演,更是将现场的气氛推向高潮,从“唱开镰”到“唱丰收”再到“唱满足”,满满丰收仪式感无一不为谷粒多的品牌DNA注入强生命力,也为谷粒多燕麦牛奶增添了民俗文化的强价值支撑。

此外,为了更好地呈现谷粒大丰收带来的大满足体验,现场也设置了丰富的产品互动打卡区,如二十四节气谷粒簸箕画墙、大粒丰收打卡区、大满足试饮区等,沉浸式吸引用户体验当地的特色庆丰收玩法,强化与用户的双向互动。这些活动让每一位游客不仅感受到丰收的喜悦,同时通过畅饮醇香牛乳搭配大粒燕麦粒而成的燕麦牛奶,也真实感受到燕麦大颗粒在舌尖滚动,收获充足的饱满感和谷物营养健康。

权威媒体&头部达人深度曝光 引爆全网热议出圈

广西本土头部达人李kk和Teacher Liu双双空降活动现场,与游客们一起积极参与到谷粒多互动区打卡、体验唱丰收,领略当地风土人情,全面立体地展现了谷粒丰收带来的“多重满足”,并深度传递“燕麦大颗粒、大口大满足”的产品力。



同时,桂林文旅、桂林龙脊、桂林头条、龙脊梯田景区、桂林广播电视台、桂林日报等当地权威媒体阵容,均以不同形式对活动进行了报道,一举助力品牌话题冲上了桂林本地热搜榜TOP1。

谷粒多自品牌成立以来,始终不忘初心,以追求“大颗粒、大满足”为目标,不断创新产品,来满足消费者日益提升的营养需求。更重要的是,谷粒多以产品为内核,以品牌为势能,支持消费者以更好的状态,收获人生更大的满足。

当“国家级文化产业赋能乡村振兴”试点龙脊,遇到与农业及耕作有着千丝万缕关联的谷粒多,以欢度丰收的唱丰收活动为契机,谷粒多基于传统习俗上进行拓展延伸,通过品牌和丰收节文化的强关联,为品牌实现多元化破圈,当地文旅资源及名优特色产品的风采也得到更多释放。未来谷粒多将进一步传承和弘扬优秀的传统乡土文化,多方合力推动文化产业高质量发展,以产业融合赋能乡村振兴,任重而道远。(CIS)

