

鸡苗价格11天涨逾165% 益生股份称订单已排至2月下旬

■本报记者 赵彬彬

去年第四季度跌跌不休的鸡苗价格，近期迎来快速上涨。据Mysteel农产品数据统计，白羽鸡苗实际成交价格自2024年1月6日的1.01元/羽上涨至1月17日的2.68元/羽，涨幅高达165.35%。

对于近期鸡苗价格快速上涨，国内白羽鸡行业龙头益生股份证券代表李玲对《证券日报》记者表示，一方面，去年12月下旬“停孵期”后，市场鸡苗供应量减少；另一方面，随着毛鸡价格上涨，养殖户补栏积极性较高，市场对鸡苗的需求有所提升。供给减少需求增加，导致近期鸡苗价格快速上涨。

供需变化推动价格上涨

由于下游屠宰企业春节放假，每到岁末孵化企业都会根据计划进行停孵操作，以避免毛鸡在春节期间出栏。这便是白羽鸡行业的“停孵期”。2023年12月中旬开始，鸡苗企业陆续进入“停孵期”，而随着“停孵期”结束，鸡苗价格便开启“涨涨涨”模式。

益生股份的报价显示，2024年1月7日，鸡苗报价2.20元/羽，1月17日报价则涨至3.50元/羽，短短数日鸡苗价格上涨近六成，而鸡苗的市场成交价格更是上涨了1.6倍。

“此次价格上涨主要是由供需

矛盾推动的。”上海钢联农产品事业部鸡业分析师程婧在接受《证券日报》记者采访时表示。

从供给端来看，目前市场处于陆续恢复出苗的时间，出苗量少，大厂按计划进行排苗，小厂受前期亏损较多，上孵积极性较差，导致当前鸡苗供应紧缺。此外，在2023年11月份至12月份种禽企业存在连续淘汰鸡的现象，短期内导致供应减少。

海通证券研报认为，2023年引种量下降逐渐向下游传导，新增父母代鸡的数量或将处于低位，同时在产父母代鸡将进入淘汰高峰。随着在产父母代鸡逐步下降，鸡苗供应趋紧，鸡苗价格或将进入上行通道。

“从需求来看，近期毛鸡价格的连续上涨，饲料价格下滑，给养殖户带来盈利，也刺激了养殖户的补栏积极性。”程婧表示，目前正处于跨年鸡补栏时段，前期市场空棚率较高，补栏意向较强，鸡苗供不应求，促使鸡苗价格连续上调。

李玲也对《证券日报》记者表示：“近期市场对鸡苗的需求旺盛，公司订单已经排至2月下旬。”

价格拐点已至？

从持续下跌到快速上涨，鸡苗价格的巨大波动是否意味着行业价格拐点到来？

2022年，受美国禽流感等因素



据Mysteel农产品数据统计

白羽鸡苗实际成交价格自2024年1月6日的1.01元/羽上涨至1月17日的2.68元/羽，涨幅高达165.35%

王琳/制图

影响，我国白羽肉鸡祖代种鸡更新量合计96.34万套，同比下降24.51%，这一数据远低于业内认为的110万套至120万套的均衡量。根据国际传递规律，祖代鸡引种不足，会导致此后的父母代鸡和商品代鸡供给下降，并引发供需矛盾，导致出现“鸡周期”。

不过，由于国内祖代鸡自繁量较高，导致业内曾预计在2023年下半年出现的“鸡周期”爽约。

不过，种鸡存栏量已出现环比下滑。2023年12月末，行业白羽祖

代鸡总存栏量183.52万套，环比下降2.3%。父母代鸡总存栏3850.03万套，环比下降0.1%。商品代鸡苗销量也出现了下降，2023年12月份，国内商品代白羽鸡苗销量3.25亿羽，环比下降0.68亿羽。

开源证券认为，随着祖代种鸡存栏开启去化，预计2024年一季度父母代鸡苗供给逐步收缩。同时，受2023年4月份至10月份父母代鸡苗供给低位运行影响，预计2024年1月份至7月份商品代鸡苗

供给持续偏紧。当前白羽肉鸡需求旺季叠加祖代供给缺口传导至商品代肉鸡端，供需双弱格局已成，白羽肉鸡行业景气度回升，价格拐点已现。

益生股份表示，“受祖代肉种鸡低引种量的影响，我国优质的父母代种鸡较为稀缺，公司预计2024年父母代肉种鸡苗的价格较好。另外，祖代肉种鸡引种量的减少对2024年商品代鸡苗的供给产生影响，公司预计2024年商品代鸡苗价格好于去年”。

高盟新材董事长被采取刑事强制措施 公司总经理、副总经理正取保候审

■本报记者 桂小笋

1月17日早间，高盟新材发布公告称，公司于1月16日收到总经理陈登雨的通知，因涉嫌侵犯商业秘密罪，公司董事长曹学被公安机关立案调查并采取刑事强制措施；因涉嫌侵犯商业秘密罪立案调查，公安机关决定对陈登雨、公司副总经理赫长生取保候审。而在1月16日晚间，东材科技也发布公告称，收到公司董事长曹学家属通知，因涉嫌侵犯商业秘密罪，曹学被公安机关采取强制措施。

《证券日报》记者以投资者身份

分别致电高盟新材和东材科技，高盟新材工作人员介绍：“相关案件是否和公司有关，公司还不清楚更多的细节，曹学和赫长生二人的履职情况未来是否有变动目前也不清楚，如果有新的进展我们会进行公告。”

东材科技的工作人员则向记者解释称：“曹学的事情和公司无关，目前了解到的信息是和一些商业纠纷有关。”

曹学简历显示，其现任高盟新材董事长。但早在1994年7月份，曹学毕业于四川东方绝缘材料厂（现东材科技），历任车间技术员、

质检处质管员、销售分公司会计、销售分公司经理、华南区域销售经理、总经理助理、副总经理、总经理，直至目前仍任东材科技董事。

赫长生简历显示，其2004年进入高盟新材工作至今，是公司在职20年的老员工。

东材科技公告显示，曹学为公司的现任董事，除担任公司董事、部分子公司董事职务外，未担任其他职务，亦不参与公司日常生产经营活动。本次被采取强制措施的事项，与公司无任何关联，不会影响公司日常生产经营活动。

东材科技表示，公司董事会现有董事7名，根据《董事会议事规则》的相关规定，董事会会议应当有过半数的董事出席方可举行。董事会审议通过会议提案并形成有效决议，必须有全体董事过半数或三分之二赞成票。目前，公司的其他董事均可正常履职，在曹学被采取强制措施的期间，不会影响公司董事会的正常运作和决议生效。相关事项尚待公安机关进一步调查，公司将持续关注上述事件的进展情况，严格按照监管要求及时履行信息披露义务。

上海明伦律师事务所律师王智斌告诉《证券日报》记者：“侵犯商业秘密和知识产权保护，不正当竞争、商业纠纷等行为相关，而在司法实践中，由于企业高管、核心技术员工的工作变动而引发的此类案件时有发生。”

王智斌进一步解释，企业是否会受到高管涉嫌违法犯罪行为的影响，关键要看所涉及的案件和上市公司业务的关联度。虽然公司公告未披露更多细节，不过，建议公司内部先自查，并进一步向投资者说明公司是否会受到实质性影响。

零售业加速升级 多家百货公司2023年业绩预增

■本报记者 王镜茹 冯雨珊

随着多元消费需求的持续释放，产业加速升级，2023年多家零售百货企业业绩迎来显著增长。

1月17日，重庆百货发布2023年业绩预告，预计去年实现归母净利润12.5亿元至13.7亿元，同比增长41.5%至55.1%，扣除非经常性损益后的净利润10.50亿元至11.70亿元，同比增长31.85%至46.91%。

重庆百货称，公司2023年回归商业本质，融合变革创新的同时，积极探索打造本地生活生态，不断满足消费者多元化、高品质消费需求。

具体来看，重庆百货加快商场

调改升级，开展重百购物节、家电节、亲友内购会、时尚潮购等消费活动，打造线下店、线上平台、B端（卡券、BIC、团购）、强管控加盟店、社区集市外展、员工分佣“六大卖场”，并形成重百大楼“时光塔”、世纪新都“生活美学院”等多元化消费新场景。

重庆百货业绩增长并非个例，合肥百货业绩同样大幅预喜。在零售主业加速升级、农产品主业提质增效、新型产业战略布局初见成效背景下，合肥百货预计2023年实现归母净利润2.41亿元至2.93亿元，比上年同期增长43.8%至74.8%。

多位业内人士认为，2023年百

货业绩整体呈复苏态势。

中华全国商业信息中心的监测数据显示，2023年全国50家重点大型零售企业（百货业态为主）零售额累计增长15.6%，其中12月份同比增长42.4%。

受益于高性价比商品更受消费者喜爱，折扣业态在2023年表现较为抢眼，快消品领域的零食折扣、尾货折扣、硬折扣、耐用品的奥特莱斯业态等占据了较多市场份额。

以百联股份为例，旗下奥特莱斯业态2023年前三季度实现营收9.85亿元，同比增长46.36%；王府井去年新开工项目也主要集中在购物中心和奥莱，公司表示：“未来奥

莱将是公司重点发展业态，公司正不断调整提升，如在该业态内加入餐饮、娱乐服务性功能等，以满足消费者多元需求。”

重庆百货则积极探索超市业态“社区折扣店”。公司表示，将以区域门店为单位进行试点，计划试点20余家，同时计划打造店内零食专区50余家，加强零食直采，开展全网比价。

北京社科院副研究员王鹏告诉《证券日报》记者：“目前平价消费景气度高涨，传统商超通过折扣，靠低价切入市场，赢得较多消费者。而对于传统商超而言，既充分发挥商品管理能力，加快商品

动销，提高资金周转率，也集聚了更多流量和人气。不过想要保持长期低价的竞争优势，核心还是在自身的供应链管理，包括采购能力、自有品牌开发等。”

中国数实融合50人论坛智库专家洪勇告诉《证券日报》记者：“零售行业竞争或将进一步加剧，企业管理重心将逐步转移至人力资源效率、供应链管理、与品牌深度联盟等方面。未来消费规模相对固定，客流不足仍是企业面临的主要问题，因此精准定位、积极调改的企业将占据更多市场份额，与尾部企业的距离将进一步拉大，业绩分化将成为行业常态。”

餐饮品牌小菜园递表港交所 力争2026年底门店超1100家

■本报记者 李静

1月17日，小菜园国际控股有限公司（以下简称“小菜园”）正式向港交所递交招股说明书。

小菜园在招股书中称，IPO募集资金将主要用于持续扩大门店网络、增强供应链能力、升级智能设备和数字化系统以提高数字化能力等。

不会做加盟模式

资料显示，中式餐饮连锁品牌小菜园成立于2013年，目前门店分布在江苏、上海、浙江、北京等地。

招股书显示，2021年和2022年，小菜园的营收分别为26.46亿元和32.13亿元，净利润分别为2.27亿

元和2.38亿元。2023年前三季度，小菜园的营收从2022年同期的24.22亿元增加41.6%至34.29亿元，净利润则从2022年同期的2.07亿元增加107.6%至4.30亿元。2023年前三季度的净利率为12.5%。

招股书显示，过去三年，小菜园直营门店总数从2021年1月1日的278家增至截至2024年1月11日的548家，三年时间门店数量几乎实现翻倍。其中，2021年、2022年以及2023年前三季度，小菜园分别新开107家、48家以及79家新门店；2021年、2022年以及2023年前三季度，小菜园总共营业过的门店有512家，仅关闭门店15家。

根据小菜园的规划，其将在2024年至2026年分别开设约160

家、190家以及230家“小菜园”门店，至2026年底，“小菜园”门店数预计将超过1100家。

对于未来门店是否会采取加盟模式，小菜园创始人、董事长汪书高此前接受《证券日报》记者采访时表示：“不会做加盟模式，我们慢热型发展，不打广告、不做营销，以口碑取胜。”

增强供应链能力

在招股书中，除了持续扩大门店网络外，增强供应链能力，也是小菜园此次募资用途之一。据招股书显示，截至最后实际可行日期，小菜园已建立了全面的供应链体系，由一个中央工厂及遍布全国的11个仓库组

成。同时，小菜园也拥有一支由200多架车辆组成的自建运输车队，以确保向每家门店有效运送物资。

“小菜园的自建供应链体系赋能我们按有利的价格采购优质物品，有效地实施成本控制策略，同时，中央工厂和仓库网络使我们能够通过储备的库存产品和集中采购流程，确保门店供应的稳定性。”小菜园在招股书中表示。

艾媒咨询策略分析师沈萌对《证券日报》记者表示：“餐饮行业竞争激烈，对成本的控制非常重要，加强供应链建设是优化成本结构的重要举措之一。”

据了解，2023年12月份，小菜园宣布完成新一轮融资，投资方为华加资本。这是继2023年3月份完

成首轮融资后，华加资本对小菜园的再次投资。作为小菜园的独家投资人，华加资本累计投资金额5亿元。这也是近年来大众便民餐饮市场最大一笔融资。

彼时，小菜园总经理李道庆对《证券日报》记者表示，部分资金将用于门店扩张，其余资金用于打造企业后端，即供应链和数字化建设等。

据了解，早在2015年1月份，小菜园就成立了菜品研发中心，实施标准化统一管理。随后，小菜园成立专属供应链公司，构建起了集采购、加工、仓储、配送为一体的大型物流供应链体系。2020年正式组建安徽小菜园控股有限公司后，小菜园将一线门店与后勤供应链合并打造成集团式企业。

阿里云PolarDB 近三年用户累计增长400%

■本报记者 谢岚 见习记者 梁傲男

1月17日，阿里云发布PolarDB新版本。据记者了解，这是业内首个支持三层分离形态的云原生数据库，可帮助用户节省高达50%的数据库成本；同时接入大语言模型，大幅提升数据库智能决策水平。

“数据库是AI时代的数据底座，随着大模型的落地迎来全新发展机遇。云原生数据库加速迈向一体化和智能化，数据平台将像‘积木’一样便捷好用，用户可专注于业务创新，只为效果和价值付费。”阿里云数据库产品事业部负责人李飞表示。

随着数据爆发式增长，各行业数字化转型进入“深水区”，传统单一数据库已无法满足多元化、差异化的应用场景需求。Gartner2023云数据库魔力象限报告预测，2023年全球数据库市场规模将首次突破1000亿美元，充分印证了数据库领域充满活力，其中云数据库占比55%。

当下，国产云原生数据库正成为市场主流选择，IDC报告显示，在中国市场规模最大的关系型数据库领域，阿里云已连续多年排名第一。当前，阿里云PolarDB在全球80余个可用区拥有超过10000名企业级用户，落地于政务、金融、电信、物流、互联网等领域的核心业务系统，近三年用户规模累计增长400%。

“云原生数据库正引领国产数据库换道超车，加速迈向智能化。”李飞对《证券日报》记者表示。

海底捞数据库负责人余乐表示：“借助PolarDB冷数据归档、Serverless等能力，帮助海底捞节省了超过50%存储成本，超过70%计算节点成本。”

在业内人士看来，基于丰富的实践场景，国产云原生数据库将建立新的技术和理论体系，通过数据赋能平台，持续降低数据库使用门槛。

阿里云PolarDB MySQL负责人杨辛军在接受《证券日报》记者采访时表示：“生产力提升在于更好地利用资源。做数据库也是一样，做资源池化、三层分离，实际上也是更好地利用资源，我们怎样充分利用计算力和内存，存储这些资源，是提升生产力的重要方式。”

在李飞看来，PolarDB正朝着智能化方向发展：“未来，随着DB4AI、增强版向量检索等能力的持续提升，云数据库将实现AI驱动的‘自动驾驶’状态，让数据真正自由、有序地流动，创造更大价值。”

“随着人工智能技术的演进，云数据库正进入2.0时代，AI与云数据库的深度结合大有可为。”中国科学院外籍院士黄铭钧如是说。

三雄极光2023年净利润或增超100% 看好照明需求持续增长

■本报记者 李雯珊

1月17日晚，主营业务为绿色节能照明产品的三雄极光发布2023年度业绩预告，公司预计2023年实现归母净利润1.9亿元至2.09亿元，同比增长100%至120%。

“由于上游部分原材料及元器件价格下降以及公司加强降本增效举措，报告期内公司综合毛利率同比上升；公司在预算制下各项费用管控较好。在以上因素的综合影响下，公司报告期内净利润和扣非后净利润较上年同期大幅增长，公司经营盈利能力得到提升。”三雄极光董秘办相关人士向《证券日报》记者表示。

同日，三雄极光也发布了《关于计提减值准备、资产减值准备的公告》，公司对可能发生减值损失的应收票据、应收账款、其他应收款、存货等资产进行减值测试后，2023年公司拟计提各项减值损失合计3023.76万元。

三雄极光上述董秘办人士认为，本次计提减值准备和资产减值损失符合会计准则和相关政策要求，不存在损害公司和股东利益的行为。

日前，在三雄极光举办的投资者关系活动中，三雄极光董秘顾元公开表示：“从长期趋势看，我们对照明行业发展保持相对乐观的态度。照明行业的需求既包括基建投资与房地产建设等新增投资项目需求，也包括日常商业、办公、生产生活等方面的消费需求，既与投资关系密切，又有较强的消费品属性。”

三雄极光判断，从长期维度看，随着我国城镇化率不断增加，人们生活水平的提高以及对光环境要求的提升，照明需求长期趋势应该是不断增加的。因为相对而言，城市的照明强度是高于农村的，在农村人口向城镇转移时，照明需求是增加的。

顾元向《证券日报》记者表示：“公司产品的应用场景基本覆盖了通用照明的主要应用领域，将加大电商等TO C端业务的拓展力度，同时在商用照明领域以八大项目部为主要抓手，不断扩大在重点细分领域的专业能力与影响力。在商用照明板块，智能化趋势越来越清晰，公司将以智能作为重要抓手，充分利用在商用照明领域的客户与项目优势，快速打造有较强竞争力的商用智能照明产品与方案。”

公开资料显示，三雄极光2020年至2022年每10股分别派发现金股利7元、7元和6元，并制定未来三年股东回报规划。公司表示，未来公司将根据盈利状况及业务发展规划需要，确定适当的分红派息方案。

据悉，三雄极光目前以经销模式为主，根据经销商资源禀赋特点推行“1+N”的渠道模式，大力发展各细分行业的经销商。“1”指在区域中综合能力较强、行业覆盖面广的大经销商，“N”指在区域中个别或部分地区拥有较强资源与能力的经销商或分销商。

顾元表示，公司根据现有经销商体系的资源禀赋与能力优势分析，找出公司在区域中的薄弱环节与领域，针对这些薄弱环节重点对外发展具有相对资源优势与竞争力的细分领域专业经销商，补全公司在该区域的短板，提高公司总体行业覆盖与专业竞争能力。