

孚日股份 跨界新材料打破业绩“瓶颈” 品牌升级正当时

本报记者 王 僊

毛巾及家纺行业龙头孚日集团股份有限公司(以下简称“孚日股份”)虽然稳坐行业出口额头把交椅二十余年,却也多年苦于难以突破业绩增长“瓶颈”。而这一局面最终被打破,还得益于公司2020年做出的跨界决定。

凭借产业链协同优势,孚日股份通过跨界新材料行业快速构建“业绩第二增长曲线”,在2023年实现顺利开局,又于2024年实现“加速”增长。

日前,《证券日报》记者走进孚日股份生产园区,那些串联起“家纺+新材料”业务的管线引起了记者的注意。在公司员工眼中,这些管线就像是公司的“血管”,有的负责输送能源,有的连接关键原料,有的实现多循环回收……它们的有机协作,为公司构筑起了全新的生命力。

突破业绩“瓶颈”

在山东省级化工园区——高密仁和化工产业园内,已经实现了电池级VC(碳酸亚乙烯酯)全产业链贯通的孚日新能源厂区,崭新且富有生机。

记者在参观厂区时看到,几条专门从隔壁高源化工接入孚日新能源的管道格外引人注目。“管道里运输的是氯气,也就是生产锂电池电解液添加剂VC最主要的原材料。”孚日新能源总经理许学强对《证券日报》记者说。

由于氯气是重要危化品,对存储和运输都有着极高的要求,孚日新能源项目紧邻原料源头厂区,而通过管道直接短距离运输,不仅成本低廉,还十分环保安全。“只这‘地利’的优势,就已经胜出了大多数同行。”许学强坦言。

孚日股份成立于1987年,一直专注于毛巾及家纺业务,并早在20多年前就确定了其在全球市场的领跑地位。不仅如此,公司还在多年的发展中逐步配套了热电厂、污水处理厂等。同时,因相关岗位要求,公司也储备了一大批有化工背景的专业人才。

于是,当2020年山东审批省级化工园区落在高密,毗邻孚日股份厂区时,公司知道,助力自己实现业绩“瓶颈”突破的“东风”来了。2021年,孚日股份接连成立了两家合资公司——孚日宣威和孚日新能源,分别拓展功能涂层材料业务和新能源材料业务。也正是从那时起,原本只配套公司棉纺织业务的能源热力、污水处理等各类管线,开始迅速在仁和化工产业园区蔓延、交织、建构;原本服务于主业的化工人才,亦成为“召之即来,



孚日股份生产园区内串联起“家纺+新材料”业务的管线

王 僊/摄

来之能战”的熟练工和生力军,让两家子公司的合资方见识到了仁和化工产业园内,来自孚日股份的“地利”和“人和”。

2023年是孚日宣威投产后的首个完整财年,当年孚日股份涂层材料业务就实现营收约1.35亿元;孚日新能源的电池级VC项目,也在行业一度陷入低迷周期的状况下,迅速贯通了从CEC(氯代碳酸亚乙烯酯)到VC合成再到VC精制的全产业链布局。

“我们还利用自有技术,将生产过程中产生的副产品盐酸加工成二氯化亚砷,解决了副产品盐酸的高值化利用问题;利用三乙胺回收技术,实现溶剂循环和高效利用,进一步降低了VC的生产成本。”许学强说。

功能性涂料业务稳步增长

在孚日宣威展厅,形形色色的涂层展示板,瓶装涂料看似与普通油漆无异,但实际上这些“功能性涂层”,可以为涂上它的建筑或装备表面赋予特别的功能。

工作人员向记者展示了一款可实现隔热保温功能的涂料,同样在高温炙烤下,普通涂层板表面温度达到84.4℃,而刷了该涂料的涂层板表面温度只有31.5℃。“由于能够实现减少热量吸收,降低表面温度等功效,这种涂料可广泛应用于车辆和石化

储罐。”展厅工作人员说。海洋防腐则是孚日宣威功能性涂料的另一重要应用领域。相关展区播放的视频,展示了工作人员如何从水下给海工项目(海港码头、跨海大桥、海洋平台等)“刷涂料”。

“孚日宣威的合资方青岛科技大学李少香教授团队,凭借近20年的技术积淀,掌握了带温带锈的水下固化施工技术,目前国内拥有该技术的企业仅2家到3家,和国外同类产品进行综合对比后,我们的技术也是先进的。”孚日股份董事长张国华向《证券日报》记者表示,产能建设方面,目前孚日宣威一期5万吨/年功能性涂层材料项目已经建成投产,正处于产能爬坡期,有望在2025年全部达产。

孚日宣威副总工程师刘猛向记者表示,公司2023年涂料业务产能利用率只有20%,2024年目标是提升至40%,当前月销量正在稳步提升,高附加值合同也在不断增加。随着下游应用场景的拓展,公司的海工涂层材料有望逐步应用到商用车、光伏发电桩、海上风电装机等多个领域。

据中国涂料工业协会测算,2023年涂料行业的总体业务规模约为4300亿元,市场空间广阔但国内竞争格局分散,功能性涂层材料的国产化发展空间巨大。东兴发布证券研报称,从孚日宣威

目前的产品结构看,公司未来年收入规模可超10亿元,毛利润额可超2亿元。

提升家纺品牌影响力

业绩“第二增长曲线”的顺利开局,快速拓展,离不开孚日股份家纺主业的支持。2023年公司实现营收53.4亿元,其中家纺业务实现营收39.19亿元,是公司的基本盘,也是公司发展新材料业务的底气。

“公司的家纺业务以出口为主,销售额约80%来自于海外,去年行业整体承压,公司凭借长期积累的竞争优势实现了稳健发展。”孚日股份总经理肖茂昌向《证券日报》记者表示,从2024年的发展态势来看,我国纺织服装外贸或仍将面临外需不足、订单下降的挑战。

反观国内,近两年由于婚庆需求集中释放以及地产政策频出,家纺行业表现出较强的修复势头,市场规模平稳向上,居家品质生活理念正推动消费提频,价格提升。

肖茂昌表示:“随着我国经济持续回稳向好,孚日股份正在调整发展策略,通过在国内市场进一步提升品牌影响力和调整市场策略,力求实现稳健发展。”

只是,长期以来“墙内开花墙外香”的

孚日股份,将以何种策略让“花”在“墙内”也越来越“香”?

记者实地探访孚日股份时,公司品牌总监孙浩博对《证券日报》记者表示:“公司会通过整合自身优势,以代言人推广的方式,提升品牌影响力,并运用社交平台进行品牌“种草”,尽量避开低端市场的低价竞争,同时积极接触线下高端渠道。”

孙浩博表示,为适应行业个性化、差异化、品质化的消费需求,孚日股份一方面会逐步推进新的产品方案,如加大新材料、新技术在家纺产品上的应用,推出更多差异化概念的功能性产品。另一方面,公司会逐步引进自动化设备提升效率,推动生产模式和产业组织方式创新,持续扩大优质产品、中高端产品的供给。目前,公司国内产能已处于满负荷状态,预计9月份和10月份将有新增产能。

“我们将继续做强做精家纺主业,统筹国际、国内两个市场两种资源,实现产业的转型、提升与发展。同时,发挥企业产业链完备等综合优势,加快培育壮大新能源、新材料等新兴业务,不断拓展未来业绩增长空间,推动公司向高端化、智能化、绿色化迈进。”张国华如是说。

公司零距离·新经济 新动能

金银铜价格联袂走强 沪银主力合约刷新纪录

本报记者 贺王娟

贵金属金银及铜期货价格上涨的消息再度受到市场关注。5月20日,黄金、白银、铜(以下简称“金银铜”)主力期货合约纷纷上涨,其中,白银价格表现最为强势,截至当日收盘,沪银主力合约以8%的涨幅涨停,报收于8211元/千克,刷新了上市以来的历史纪录。

对于贵金属及铜的市场行情,融智投资基金经理夏风光分析表示,一是大宗商品期货市场近期做多方向高度活跃,以美铜逼空为代表,带动白银创出新高,也刺激了金价;二是地缘政治不稳定因素增多;三是近期市场对美联储降息预期又有升温。

5月20日,贵金属金银及铜期货合约联袂上演大涨行情。铜方面,5月20日,伦铜盘中价格突破至10848美元/吨,创下伦铜价格历史最高位;国内市场,沪铜主力开盘上涨至87000元/吨,日内涨幅超5%,超越85500元/吨的价格高点,创历史新高。

白银方面,5月20日,白银价格持续走强。沪银期货主力合约开盘涨停,小幅震荡后守住涨停,当日报收于8211元/千克。伦敦白银现货价格升至32美元/盎司关口上方,续创11年来新高。

伦敦黄金现货价格则涨超1%,再度刷新历史新高,至2439.19美元/盎司。

在巨丰投顾高级投资顾问王旭看来,金银铜是具有金融属性的商品,其价格不仅仅受实际供需影响,还受到金融市场流动性和投资需求的驱动。

“在贵金属和铜市场,投资者可能会利用不同金属之间价格变动的差异进行套利交易。如果黄金快速上涨,而白银或铜的涨幅相对滞后,投资者可能会买入这些相对低估的金属,期待它们随后跟进上涨,以获取差价利润。这种操作也会促使金银铜价格呈现联动性。”王旭说。

对于近期铜价大涨,市场认为主要受地产政策和COMEX市场双重影响,预计后市铜价仍有上涨空间,但目前已虚高背离基本面。同时,在降息预期下及多重因素影响下,铜期货行情也带动了黄金和白银期货价格的上涨。

南华期货贵金属分析师夏莹莹表示,从宏观影响因素看,4月份CPI数据表明,美国通货膨胀有所放缓,美联储9月份降息预期重新升温。同时,国内推出超长期国债,对金融市场形成利好。此外,纽交所出现铜逼仓,在一定程度上增强了市场的做多情绪。

Wind资讯数据显示,全球商品市场中伦敦银现、COMEX白银、SHFE白银价格年涨幅均超30%,同时也跑赢黄金和铜的价格涨幅。

“从金银比价来看,黄金价格已经来到历史高位,可能会导致投资者转向白银市场。”排排网财富研究员丁益力向《证券日报》记者表示,除此之外,伴随着美国CPI增速放缓,市场对于后续降息预期有所加强,降息预期会导致实际利率下降,有助于提高白银吸引力;而在光伏组件排产和AI相关的电子制造过程中,白银需求用量增加,从而导致供需缺口扩大,也利于提振银价。

对于后市白银行情的演绎,王旭表示,银价将持续受到金价上涨影响,“白银虽然在工业需求上仍不明朗,但是短期看,只要国际黄金继续收储,则白银的行情也会随着金价上涨而持续。”

“浪漫经济”持续升温 “520”掀起消费小高峰

本报记者 李 静

因谐音“我爱你”,5月20日这天,逐渐演变成“情人节”。饿了么数据显示,近一周以来,“520鲜花”“520礼物”和“520蛋糕”等产品外卖搜索量均环比增长约10倍。“520”当天上午,“鲜花”“乌梅子酱花束”“玫瑰花”等相关搜索量更是霸占饿了么App搜索榜前十。

《证券日报》记者在位于北京市南四环的世界花卉大观园了解到,前来选购的人群并不多,但商家仍是忙得不亦乐乎。“今天主要是工作日,来现场购买的消费者较少,但很多老顾客会选择闪送,我从早晨开门到现在一直在打包鲜花。”花店老板李女士对《证券日报》记者表示。

“外卖传情”对于异地的家人、爱人来说尤为便利。饿了么数据显示,今年“520”期间(5月19日至5月20日,下同),饿了么异地鲜花外卖量环比上月增长约100%,占全国鲜花订单量的22%。

除了送鲜花外,陪心爱的人一起用餐,也是消费者在“520”的一大选择。

《证券日报》记者在餐饮场所看到,为了这个甜蜜的日子,企业纷纷主推情人节特别活动。有的餐饮店推出情侣套餐,有的还推出赠送酒水等活动。“店里推出了情人节套餐,消费满520元还会赠送一瓶香槟。”北京市大兴区一家餐饮店的工作人员对《证券日报》记者表示。

此外,5月份以来,珠宝首饰、配饰等消费品持续升温,而“520”更是为珠宝首饰热潮再添一把火。唯品会数据显示,“520”期间,珍珠吊坠的销量同比增长40%,黄金项链、黄金手链、黄金耳饰均成为了最受消费者关注的黄金饰品。

“在这个特别的日子里,我能给女朋友送的礼物是一枚钻戒,我是打算今天晚上向她求婚。”一位正在挑选珠宝的男士对记者表示。

喜茶也在“520”这一天,携手北京、天津、广州、杭州、青岛、成都、深圳7座城市的民政局,第一时间为“520”当日领证的新人们送上礼品。喜茶方面对《证券日报》记者表示,该活动最早是2022年推出的,截至今年“520”活动前,喜茶已累计送出近千万份礼品。

中国企业资本联盟副理事长柏文喜向《证券日报》记者表示,“浪漫经济”也是一种消费模式,商家以情感、体验为核心,通过营造浪漫氛围,为商品和服务赋予浪漫元素,以满足消费者的情感需求,进而获得更高的经济效益。

艾媒咨询数据显示,2018年至2022年中国礼物经济产业市场规模从8000亿元增至12262亿元,呈逐年递增趋势;预计2024年中国礼物经济市场规模将达13777亿元,2027年达16197亿元。

艾媒咨询创始人兼CEO张毅向《证券日报》记者表示,随着中国礼物经济产业的逐渐增长,未来将吸引更多的市场参与者关注。

华泰证券研报显示,“她经济”涉及行业众多,2023年市场规模超10万亿元人民币,“她经济”已成为拉动我国消费持续增长的主力军,未来有望持续蓬勃发展。

猪价回暖 二季度上市猪企盈利有望改善

本报记者 李如是 实习生 臧雪也

近日,国家统计局发布数据显示,今年4月份,国内猪肉价格同比上涨1.4%。

上海钢联农产品事业部生猪分析师张斌对《证券日报》记者表示:“春节过后,生猪价格整体呈现震荡上行态势,全国均价逐月走高。5月20日全国外三元生猪出栏均价为15.73元/kg,环比增长4.79%,同比增长11.27%。”

多家猪企近期披露的2024年4月份生猪销售数据显示,商品猪销售均价出现同比上涨,公司销售收入也实现增长。

有上市公司表示,看好第二季度行情,4月份单月有望实现盈利。同时,牧原股份、温氏股份、神农集团等猪企纷纷宣布,生猪养殖完全成本降至14元/kg左右,再次增加了行业降本增效的想象空间。

中国农业科学院北京畜牧兽医研究所研究员朱增勇对《证券日报》记者表示:“目前,生猪养殖行业正从猪价低迷向常态波动转变,从全行业亏损进入到行业正常盈

利区间。”

养殖端盈利改善

生猪价格自春节以来连续回升,A股市场多家上市猪企近期纷纷发布利好消息。据不完全统计,截至5月16日,已有19家上市猪企披露了4月份生猪销售数据,企业商品猪销售均价均实现同比增长,多家猪企销售收入报喜。

具体来看,京基智农4月份累计销售生猪19.20万头,实现销售收入2.99亿元,同比增长48.76%,其中,商品猪销售均价15.24元/kg,同比增长5.69%;金新农4月份累计销售生猪10.56万头,实现销售收入1.45亿元,同比增长41.55%,其中,商品猪销售均价15.39元/kg,同比增长10.32%;牧原股份4月份累计销售生猪545万头,实现销售收入91.53亿元,同比增长0.52%,其中,商品猪销售均价14.80元/kg,同比增长4.23%;神农集团4月份累计销售生猪17.11万头,实现销售收入3.01亿元,同比增长80.24%,其中,商品猪销售均价14.58元/kg,同比增长4.82%。

5月9日,金新农在与投资者交

流时表示,公司2024年一季度净利润亏损,预计4月份当月实现盈利的概率极大。初步判断今年生猪市场行情预计会好于去年,但途中仍会存在反复波动。随着公司养殖成本的持续下降,公司有信心2024年实现扭亏为盈。

农业农村部4月19日披露的数据显示,随着生猪去产能效果的逐渐显现,能繁母猪存栏量、中大猪存栏量和新生仔猪数量都呈现下降趋势,第二季度生猪供需关系将进一步改善,生猪养殖可能实现扭亏为盈。从能繁母猪存栏量看,3月末全国能繁母猪存栏3992万头,同比下降7.3%,相当于3900万头正常保有量的102.4%,处于产能调控绿色合理区域。

朱增勇表示,能繁母猪降至4000万头以内,产能就已经接近供需基本平衡。拐点不是说猪价一定要持续上涨才叫拐点,产业进入良性循环,例如养殖有一定利润,猪肉供应充足、肉价适宜,从产业低迷进入产业良性循环,这也是一个拐点。

尽管处于消费淡季,但生猪养殖企业通过成本控制实现了销售收入的增长。随着市场供需关系的改善,行业有望迎来进一步回暖。

温氏股份表示,过去几年,养猪行业格局变化较大。未来一段时间,行业可能总体处于供需平衡、低盈利状态。公司将更加注重成本控制,练好内功,以保证盈利为首要考虑因素,实现企业高质量发展。

养殖企业降本成效显现

在5月份以来的多场投资者交流会上,多家上市猪企宣布4月份生猪养殖完全成本进入“14元/kg阶段”。

京基智农表示,公司4月份育肥猪平均养殖成本为13.5元/kg(对应完全成本约14.6元/kg)。过去一年,公司养殖业务降本成效显著,标杆项目茂名高州项目4月份平均养殖成本已降至12.44元/kg。

新希望表示,在正常运营的场线中,随着1月份、2月份以后“非瘟”影响的消退,运营场线出栏肥猪的成本下降非常明显。1月份为15.8元/kg,2月份在16元/kg左右,3月份已降至15.3元/kg,4月份降至14.7元/kg。预计今年12月份运营场线出栏成本可以降至14.2元/kg-14.3元/kg区间。

此外,4月份,牧原股份生猪养

殖完全成本为14.8元/kg;温氏股份16个省级区域养殖单位中,肉猪养殖综合成本低于14元/kg的已达7个;神农集团生猪养殖完全成本为14.2元/公斤。

张斌表示:“生猪养殖成本的下降,主要来自产能增效及饲料成本下降。随着规模企业持续进行产能优化,母猪性能不断提高,更少的母猪能够提供更多商品猪,实现了产能增效。同时,养殖企业的养殖技术和防疫水平也在不断提高。”

生猪养殖完全成本率先进入14元/kg阶段的猪企还分享了“降本秘籍”。牧原股份表示,公司坚持科技创新及应用,积极将研发成果应用到生猪养殖的场景中。例如,公司研发合成生物技术,聚焦豆粕减量替代。

神农集团相关负责人对《证券日报》记者表示:“2024年一季度,公司出栏生猪结构得到改善,三元商品猪出栏占比持续提升,料肉比下降到了2.57。同时,公司不断提升养殖的标准化程度,遵循两点式生产,全进全出、适度规模和疾病净化,猪只的健康度和PSY(每头母猪每年所能提供的断奶仔猪头数)也因此得到提升。”