

# “猪茅”牧原股份回应市场三大关切

记者 刘立 编辑 邵好

有“猪茅”之称的牧原股份近日再次成为市场关注焦点。记者借参加调研活动之机，实地探访了这家公司。

5月12日，牧原股份发布公告称，近日收到中国证监会下发的《关于对秦英林采取监管谈话措施的决定》。经查，证监会发现公司违反了《上市公司证券发行管理办法》第四十八条的规定。依据相关规定，证监会决定对秦英林采取监管谈话措施，要求其本人于5月11日携带有效身份证件到证监会接受监管谈话。公告称，秦英林已在规定时间内到中国证监会接受监管谈话。

“我们在程序上确实有失当的地方。这次事件也对我们的投资者关系、媒体关系提出了新课题，我们还需要学习提升，针对舆情及时处置、及时沟通。”12日下午，牧原股份董事会秘书、首席战略官秦军在特定对象调研会上说。

在当天的调研活动上，公司回应了目前的资本开支情况、未来资金压力、未来猪价走势等投资者关注的问题。

## 业绩好为何还发债？

牧原股份今年3月曾陷入财务数据遭质疑风波。（详见本报3月16日报道《牧原股份突遇“惊雷”各方激辩工业化养猪模式》）

这件事带来的影响似乎还没有消散。公司公告称，《上市公司证券发行管理办法》第四十八条规定：“上市公司发行证券前发生重大事项的，应暂缓发行，并及时报告中国证监会。该事项对本次发行条件构成重大影响的，发行证券的申请应重新经过中国证监会核准。”

证监会在上述决定中指出，2021年3月15日，牧原股份在有媒体对公司部分财务指标和关联交易等事项提出质疑，被深交所问询并要求核查说明的情况下，向证监会提交了启动发行可转债相关材料，并出具书面意见，表示公司不存在影响发行上市和投资者判断的重大事项。同时，秦英林作为牧原股份法定代表人、董事长在相关材料上签字确认。

据悉，5月11日，证监会已与秦英林进行谈话。但牧原股份并未披露具体谈话内容。公司表示，公司按照相关规定进行披露，此次监管谈话对后续可转债事宜没有影响。

记者注意到，5月11日，董事长秦英林被证监会约谈的同时，牧原股份在当日下午召开了业绩说明会。在当日业绩说明会上就有投资者提问：“为什么公司业绩这么好却



12日下午，牧原股份在公司会议室举行特定对象调研会

光霁雷 制图

一直在发债券和质押？”公司回应称：“随着公司经营规模的不断扩大，需要与其规模相匹配的资金投入；公司充分发掘潜力，积极开拓多渠道融资模式；公司结合市场状况和运营需求，选择适合的金融工具，支撑公司的正常发展和运营。”

未来公司资本开支情况如何？是否有资金压力？“2020年底，基于对2021年生猪市场行情的预计，结合公司的资金计划，公司对2021年的建设进行了规划，前3至4个月建设相对比较密集，目前资本开支的最高峰已经过去，之后资金压力会相对较小。”秦军说。

## 成本增加为何较快？

在今年一季度猪价不断下滑的情况下，牧原股份发布极为亮眼的一季报，净利润近70亿元，同比大增六成以上，在行业内几乎是一枝独秀。

据卓创资讯最新数据显示，5月11日国内自繁自养单头猪盈利为584.77元，较上月同期下滑41.11%，由于各地区猪价有一定的差异，粗略估计自繁自养的企业单头猪盈利在200元至600元。而选择外购仔猪或者购买小体重猪进行二次育肥的养殖户，目前已经深陷亏损的泥潭。

根据公开资料，2018年之前，牧原股份商品猪完全成本在每公斤12元左右。2020

年，公司完全成本在每公斤15元多；今年一季度，完全成本为每公斤16元左右。可以看到，以目前的猪价，牧原股份仍有利润空间。

公司在调研会上也再次回应了成本优势问题。公司表示，因为全产业链优势，同行业的可比公司存在对外采购种猪、仔猪的情况，而公司不存在此问题，同时，仔猪、种猪的毛利润率要高于商品猪。

秦军表示，2020年粮食价格的普涨，增加了整个行业的成本；尽管生猪价格高，但由于公司快速发展，生产效率与成本还是倒退的。主要原因有两方面：一方面受疫情的影响，防控疫情所增加的成本；另一方面，由于公司员工数量快速增加，新员工培养周期短、成长相对较慢，人工效率偏低。“目前公司正在采取各项措施，希望降低到非洲猪瘟前的成本，我们有信心把相关问题解决，但是需要一定的时间。”

秦军表示，公司也关注到一些小的养殖户做好疾病防控，并能获得好的养殖成绩。因此，增强疾病控制能力，提升生猪健康水平才是在市场中占据优势的关键。目前公司使用智能化设备、信息化改造等手段来提升疾病防控能力，也将不断研发核心装备、提升人效，这也符合行业的发展趋势。

## 未来猪价如何演绎？

据卓创资讯监测，5月11日全国生猪均价跌破“20元/公斤”大关，较此前低点再降2.32元/公斤。养殖户恐慌出栏，肥猪充斥市场。

猪价下跌是由需求层面引起的还是供给增加引起的？未来猪价走势如何？

牧原股份相关负责人表示，目前，在需求层面，生猪需求并没有下滑；在供应层面，每个月市场生猪出栏数量没有明显上升，但是生猪重量有显著变化。据公司了解，部分散户和企业的生猪出栏重量在150公斤/头至170公斤/头，正常应该是120公斤/头，因此，市场猪肉供应增加了。

这位负责人同时表示，根据农业农村部的数据，全国生猪产能恢复至常年水平的90%以上，随着生猪价格的快速下滑，集中出栏的情况比较明显。

根据往年的情况，三季度一般是每年生猪价格的高点，一方面是因为北方1、2月份疫病高发，对应影响7、8月份生猪出栏；另一方面，夏季温度高，生长效率低，三季度供给受到影响。

不过，牧原股份也表示，2022年、2023年可能出现行业底部，公司需要做好2022年迎接价格低点的准备。

# 被指“市值管理”还“坐庄赖账” 中源家居火速否认

记者 韩远飞 编辑 邵好

私募大佬叶飞的“爆料式”吹捧，很快获得监管机构的关注。5月13日，上交所向中源家居下发监管工作函，要求公司对媒体报道相关事项予以核实。中源家居当晚发布公告称，经自查，公司控股股东、实控人、董监高未委托有关各方购买公司股票，开展“市值管理”，也未接触过叶飞等人。

## 中源家居火速否认

5月9日晚10时许，叶飞在微博上向中源家居董事长和董秘隔空喊话，声称通过中间人参与中源家居的市值管理，并联系了一些公募基金经理和券商资管买入中源家居股票，但最终蒙受了损失。

该微博有多个内容值得注意。例如，叶飞的下游近期参与了中源家居的市值管理，只收了不到10%的定金。其下一家一些公募基金经理和券商资管买了股票一直下跌，损失较大；中源家居市值管理找的盘方蒲菲迪赖账不付尾款。叶飞称，一开始说锁仓代持保底给保证金，盘方拉升30%以上。结果不仅没有锁仓，还直接出货给了他们，而且不付保底的保

证金；盘方曾拿出中源家居的200名股东名册等资料给叶飞看过。

据了解，叶飞所称的“盘方”，实际上是业内对上市公司之前庄家的称呼。叶飞举报的真实性需进一步核查，但其所提及的情况基本上是在A股市场上目前比较常见的股票坐庄模式。

叶飞在微博中提及的盘方“蒲菲迪”其人，公开信息较少。天眼查显示，注册在深圳的一家名为莘天使基金管理（深圳）有限公司的私募基金，现任实际控制人同样名为蒲菲迪，目前持有该公司70%出资额。该私募基金成立于2016年1月，注册资金1000万元。

面对叶飞的指责以及监管的问询，中源家居火速发出公告回应，对“市值管理”的指责予以否认。

中源家居表示，公司、控股股东、实际控制人、董监高均未直接或通过第三方以口头或书面形式委托有关各方购买公司股票，开展“市值管理”，也未接触过蒲菲迪、微博大V“叶飞私募冠军直说”相识。

对于叶飞指出的曾看过中源家居的200名股东名册的情况，中源家居表示，公司股东名册由公司董事会办公室证券事务代表专

管理，并列出了2020年以来的查看情况，除此之外，公司未对其他股东提供股东名册查询信息，或对外发送或出示股东名册相关文件。

## 股价频现暴涨暴跌

3月31日至今，中源家居股价从今年以来的最高点30.33元/股（前复权，下同）一路震荡下跌，最新收盘价为19.1元/股。

资料显示，中源家居2018年上市，主要生产和销售功能沙发。在2019年净利润减少近六成后，中源家居2020年实现净利润同比增长23.76%，今年一季度实现净利润582.7万元，同比增长418.16%。

中源家居近年来股价频现大涨大跌。例如去年2月4日至4月29日，其股价从最低的19.79元/股一路飙升至39.12元/股，区间涨幅接近翻倍。紧接着，中源家居便是连续3个一字跌停，至5月18日股价已经回落至22元/股附近。

2020年7月28日至8月26日期间，中源家居股价再度从23.46元/股一路飙升至最高36.98元/股，区间涨幅接近60%，而后又是连续3个跌停，股价持续回落。

进入2021年，类似的“剧情”再次上演，

1月14日至3月31日盘中高位，中源家居股价涨幅最高逾六成，然后该股在3月31日收跌近9个百分点以后，紧接着就是连续2个跌停板。

作为举报方，叶飞的经历也颇有看点。叶飞1994年涉足证券市场，2003年从事机构私募投资。叶飞还是CCTV-证券资讯频道长期特约财经证券讲师，并在金融界网站财经论坛发表股评已经12年。2007年度，他还获得“中国股市民间高手大赛”第一名。

资料显示，叶飞于2010年创办倚天投资，投资风格上偏爱短线操作。天眼查显示，叶飞对该公司持股达99%。2015年，倚天投资旗下的“倚天雅利3号基金”收益率为351%，被机构评为阳光私募基金股票策略组2016年上半年度冠军。

不过，2015年9月18日，因涉嫌操纵信威集团等5只股票价格，叶飞被证监会没收违法所得，并处以1991.37万元罚款，总共约2600余万元。

值得一提的是，叶飞还在微博中表示当年的华钰矿业就是其举报的，表示“（华钰矿业）已经被证监会调查，ST了”，并对中源家居喊话：“你们要是想成为ST那就走着瞧吧。”

# \*ST雪莱拟定募资4亿元还债

记者 温婷 编辑 邵好

\*ST雪莱5月13日晚间发布公告，拟向新疆辉映文化发展有限公司（下称“辉映文化”）发行股份，募集不超过4.02亿元资金，发行价格为1.74元/股，扣除发行费用后的募集资金净额将全部用于偿还公司债券。发行完成后，辉映文化将直接持有公司22.86%的股份，成为公司第一大股东及控股股东。

\*ST雪莱紫外线杀菌灯订单在2020年大幅增加。公司是少数几家有能力生产大功率紫外线杀菌灯的企业之一，可

根据客户需求提供功率为2W至800W的低气压紫外线杀菌灯产品。2020年，公司紫外线杀菌灯产品营业收入约为9024.72万元，同比增长60.55%，占公司2020年营业收入的27%。

但是，\*ST雪莱面临日益严峻的债务危机。截至一季度末，公司资产负债率达到了106.43%，流动比率仅为0.39，应付利息达到6925万元。公司面临包括银行贷款、供应商货款等多笔债务逾期，以及因此产生的罚息、违约金和诉讼纠纷等。公司对上述债务（包括逾期债务）已无力全部偿还，对公司经营拖累较大。

本次非公开发行被视为公司摆脱财务困境并进一步发展主营业务的重大机遇和举措。公司表示，目前紫外线杀菌灯订单充足，但受制于流动性资金不足，产能一直无法全部释放。若能得到营运资金补充，公司的紫外线杀菌灯业务将获得加速发展，有利于增加公司和全体股东的利益。

根据公告，\*ST雪莱本次非公开发行股票数量不超过2.31亿股，全部由辉映文化认购，募资总额不超过4.02亿元。截至本预案公告日，公司控股股东及实际控制人柴国生及一致行动人合计持有公司约19.42%股份；发行完成后，柴国生及其一致行动人持股比例

将被稀释到14.98%，辉映文化将直接持有公司22.86%的股份，成为公司的第一大股东及控股股东。

公告显示，辉映文化成立于2019年4月，由内蒙古金辉文化传媒股份有限公司100%控股，经营范围为组织文化艺术交流活动、文化艺术交流策划、广告创意、会展服务等，截至预案公告日尚未正式开展业务。

\*ST雪莱表示，本次募集资金主要用于偿还公司债券，公司的业务结构不会因此而发生变动。归还公司逾期债务后，大部分因此而产生的诉讼纠纷将会得到解决，公司管理层也将能够集中精力发展公司主业。

# 永鼎股份力争3到5年再造一个“新永鼎”

周健 编辑 邵好

1997年，永鼎股份在沪市主板鸣锣上市，成为光纤行业内首家登陆资本市场的民营企业。经过数十年的发展，公司不仅形成了“光电交融，协同发展”的战略格局，更不断交出盈利的“成绩单”。但在2020年，公司遭遇了上市以来的首度亏损。

“去年疫情对我们几个业务板块都造成了不同程度的影响，上市以来第一次亏损，公司内部都有压力。”永鼎股份董事长莫思铭说，“只有大决心和大魄力，才能把压力转变为公司发展的动力，力争3到5年再造一个‘新永鼎’。”

永鼎股份控股股东永鼎集团董事长兼总经理蔡渊表示，集团将全力支持永鼎股份创新发展的长期战略规划，助力公司抢占产业竞争制高点，加速向高质量发展转型。

## 上市以来首亏

走进位于苏州吴江的永鼎股份总部园区，首先映入眼帘的便是“追光逐梦”四个大字，这正是永鼎股份一直在追求的经营理念。虽然公司经营业绩时有起伏，但上市后的永鼎股份始终保持盈利状态，并有17年采取分红方式与股东共享公司经营红利。

2020年，永鼎股份持续盈利的纪录被终止。受到疫情和行业周期的叠加影响，公司经历了上市以来的首度亏损——2020年实现营业收入32.85亿元，实现归属于上市公司股东净利润-5.60亿元。公司光纤光缆业务受主要客户的订单量和招标价下降，导致毛利同比减少2938.46万元，并计提了1997万元的存货跌价准备。事实上，这只是国内光纤光缆市场“青黄不接”现状的一个缩影。

随着FTTx（即各类光纤网络的总称）和4G建设接近尾声，5G大规模商用逐步兴起，国内光纤光缆市场近两年进入震荡调整阶段。市场变化最直接的表现，就是光纤单价从2012年的百元每芯公里，降至2018年的65元每芯公里；2019年，中国移动1.05亿芯公里普通光纤集采的单价进一步降至30元每芯公里。

另外，终端销量、项目周期、费用率等因素导致公司汽车线束业务全年亏损3.29亿元。

所谓年降，是每年年底主机厂与零部件企业协商下调第二年的供货价格。据了解，国内汽车行业的年降幅度一般在3%至5%，具体比例由双方协商而定，但与供货项目所处阶段紧密相关，获得新项目定点往往意味着更好的利润空间。

“从去年下半年开始汽车行业回暖明显，我们争取到了16个新项目定点，包括成为华为的线束供应商，通用汽车的33亿元订单也将在今年开始交付。新客户、新业务方面也取得了进展。”莫思铭介绍道。

## 如何再造辉煌

“十四五”规划开局之年，永鼎股份制定了以打造“坚强永鼎，高效永鼎”为目标的长期战略规划。

“坚强永鼎”是指从组织框架到人才团队再到业务协同上，在公司内部形成面向未来长期发展的稳定的构架。去年底，永鼎股份管理团队进行了整体迭代，更年轻、更专业的“新面孔”随之进入公司董事会。

莫思铭表示，通过团队重组和流程再造，公司管理层可以稳定相当长的一段时间。

同时，永鼎股份还通过整合公司内部产业、人力、研发等资源，新成立了汽车电气事业部，目标是超越传统一级供应商（Tier 1）的市场定义，成为与车企深度绑定，提供从前期协同创新到后期数据共享服务的“Tier 0.5”。

事实上，成为“Tier 0.5”，永鼎股份有足够的“底气”。公司旗下的金亨线束是国内知名汽车线束厂商，产品覆盖了常规低压整车线束和新能源高低压线束，主要客户包括上汽通用、上汽大众、沃尔沃、康明斯、延锋安道拓、佛吉亚等；另一家子公司永鼎致远则是中国联通和中国电信在电信大数据方面的核心供应商之一。

类似这种通过整合公司内部资源，形成高效协同效应，便是“高效永鼎”的目标。同样的“化学反应”也发生在公司的光通信业务板块上。面对下游市场的震荡调整，永鼎股份主动选择“往外走”和“往上走”两条应对之策。

“往外走”便是摆脱对三大运营商订单的依赖，开拓海外工程、特纤项目等新市场，打开公司新的业绩增长空间。“往上走”则是凭借公司光纤光缆业务的体量优势，将业务延伸至上游光器件、光模块、光芯片等高附加值环节。

（上接1版）

二是提升交易定价功能，活跃市场交投。落地精选层混合交易和融资融券制度，研发推出精选层指数，优化创新层和基础层交易机制，积极扩大投资者规模、完善投资者结构。

三是强化承上启下功能，打通板块间有机联系。以“转的顺畅、转的便捷”为目标，进一步细化相关操作安排；加快实现与区域股权市场对接，提升新三板市场覆盖面。

四是提高挂牌公司质量，夯实企业发展基础。开展提升内控水平等专项行动，发挥主办券商持续督导作用，帮助挂牌公司提高信息披露和公司治理水平。

五是培育特色中介，发挥市场合力。强化证券公司从事新三板业务专项加分的激励作用，开展中介机构培训交流，积极推广“有益经验”。

六是提升市场服务质效，增强各方获得感。对增量企业以专精特新为重点开展市场推广，对存量企业提供“管家式”服务。