

产业纵深

生猪价格“涨”声响起 底部反弹还是周期反转？ 近一个月来,上市猪企获得超百家机构调研



记者 王乔琪

“毛猪一天一个价,这行情往年不多见。”回顾刚刚过去的6月行情,河南省巩义市米河镇的养殖户老张直呼“超预期”。

统计数据为老张的感性认识提供了数据支撑:今年二季度以来,生猪价格从12.54元/公斤,涨至目前的21.48元/公斤,涨幅达71%,其中,仅6月单月涨幅就接近30%。

6月行情究竟是昙花一现,还是猪周期步入上升通道的起点?

7月4日,国家发展改革委价格司组织召开行业会议,部分养殖企业及屠宰企业召开会议,认为目前生猪产能总体合理充裕,加之消费不旺,生猪价格不具备持续大幅上涨的基础。同时明确表示,将适时采取储备调节、供需调节等措施,给市场“降温”。

不少分析人士认为,目前市场供给比较充裕,接下来生猪价格可能稳中略降。从长期来看,行业普遍亏损的“至暗时刻”已过,但行业产能去化不是一蹴而就,行情或有波折。

产能去化效果初显

“今天本地毛猪最新的价格是21元/公斤,已经是去年10月的两倍了。”对于近期生猪价格上涨,养殖户老张的感受非常明显。他向上海证券报记者感慨道,与往年淡季不同,今年6月毛猪一天一个价格。这样的行情并不多见,“真没想到涨得这么猛”。

中国养猪网数据显示,国内外三元生猪价格已从6月1日的16.06元/公斤涨至6月30日的20.39元/公斤,月内上涨近30%。截至7月4日,外三元生猪价格为21.48元/公斤,较3月低点已上涨81%。

“二师兄”身价一路高涨也带动了市场预期走强。在期货市场方面,生猪期货主力合约于6月27日站上2万元关口,最高涨至22755元/吨,为2021年7月以来新高。

对于这波生猪价格上涨,不少中小养殖户将其归因于“缺猪”。“同村不少养殖户都是在猪价高点开始养的,因为今年年初受不了亏损,陆续不干了。”据老张介绍,4月陆续出现的疫病等因素也导致目前市场上生猪不多。

唐人神相关负责人表示,公司一季度母猪饲料产量同比下降31%。据中国饲料工业协会统计,一季度母猪饲料产量同比下降22%。这些数据在一定程度上反映了生猪产能去化的程度。

“整体来看,二季度生猪市场经历了典型的周期反转行情,虽然绝对价格水平不高,但上涨速度较快。纵向对比来看,二季度猪价上涨幅度几乎处于历史同期最高水平。”银河证券分析称,近期猪价上涨迅猛主要有几方面因素:其一,因去年三季度能繁母猪存栏量快速下滑,生猪产能的释放压力有所减弱;其二,猪群体重相对偏低抵消了猪肉的实际供应量;其三,市场情绪好转,养殖户反季节性压栏,也间接导致了生猪价格的快速攀升。

猪周期拐点已至?

近期超过70%的反弹,是否意味着此轮“猪周期”拐点已经显现?

对此,农业农村部猪肉全产业链监测预警首席分析师朱增勇表示,以两轮生猪价格波谷阶段为一个完整的猪周期算,本轮猪周期即从2018年6月至2022年3月,目前新一轮猪周期已经开启。其预测,从今年下半年到明年上半年,行业整体会处于小幅盈利状态;但就市场前景而言,实际上供需面只是有所改善而非完全反转,整体猪价或处于窄幅波动态势。

“从大的周期来看,目前正处于猪周期的底部区域。”国泰中证畜牧养殖ETF基金经理梁杏认为,能繁母猪的存栏量自去年6月达到峰值4564万头之后,一直处于持续下行的通道中;今年4月底的数据是4177万头,较去年6月的去化幅度不到8.5%;今年5月,能繁母猪数量环比有所反弹。“从历史上看,每一轮猪周期的去化幅度大约在15%至20%。当前的去化幅度不足,生猪价格可能还会调整。”梁杏表示。

南方一家上市猪企高管也向记者表达了谨慎的态度。其认为,近期生猪期货现货价格虽有一定上涨,但全行业的过剩产能并没有完全消退。“特别是现在去产能速度趋缓,猪周期拐点可能要延迟到明年才会出现。”

中航证券金融研究所副所长彭海兰表示,中短期来看,受旺季生猪需求逐步回暖等因素影响,生猪供给边际收缩,行情有望得到支撑。长期来看,周期最差时

点或已过去,但行业产能去化不可能一蹴而就,行情或有波折。

上市猪企迎来调研潮

尽管业内对周期拐点判断并不明朗,但上市猪企已迎来新一波的调研热潮。据记者梳理,最近一个月以来,温氏股份、牧原股份、唐人神、新金农等企业获得超百家机构调研。

温氏股份在接受机构调研时表示,目前公司猪业生产持续向好。在饲料成本价格大幅上升的背景下,公司4月和5月养猪综合成本相比一季度仍呈逐月下降的趋势,下降幅度略超公司预期。公司现有高质量能繁母猪超110万头,后备母猪充足。如果后续行情持续变好,公司也有可能进一步加快实现能繁母猪存栏量目标的速度。

牧原股份表示,经过前期的淘汰优化,目前公司能繁母猪数量较一季度末稍有下降。在当前行情转好、能繁母猪群性能有所提升的背景下,公司预计下半年能繁母猪存栏数量会有所回升。当前公司生猪存栏3500万头左右。

“目前公司生猪出栏量正常。公司进行逆周期产能扩张,今年计划出栏生猪200万头。”唐人神表示,针对饲料原料价格上涨,公司通过优化饲料配方、降低原料采购价格等方式,持续降低生猪养殖成本。

“未来,生猪养殖行业或趋向于微利经营模式。”神农集团认为,在微利经营模式下,生猪养殖行业的回报率不会像之前那么可观,各大猪企都在积极完善产业链、补足短板,以形成均衡发展格局。

新能源浪潮带来“新”机遇 国产轮胎谋求“弯道超车”

记者 刘立

新能源汽车浪潮正在带动整个汽车供应链上下游升级、转型,而轮胎需求变化就是其中一环。

“新能源汽车轮胎并不是简单的技术升级,而是全新的产品。公司已布局该赛道,配套国内多家主流车企的新能源车,目前在手订单充足。”日前,总部位于山东的一家轮胎行业上市公司负责人对上海证券报记者表示。

记者在近期调研中发现,因为新能源汽车的快速发展和特有要求,为其开发适用的轮胎正成为各大轮胎企业的战略重点。

新能源车轮胎新在哪里?

“新能源轮胎是全新的技术突破,而不是简单的传统轮胎技术升级。”在采访中,多位业内人士均如此表示。

玲珑轮胎相关负责人告诉记者,新能源汽车的主要动力来源是动力电池,而传统汽车的动力来自燃油发动机和变速箱,因此新能源汽车和传统汽车相比,在续航能力、整车重量、动力输出和噪音表现方面都有较大差异,新能源汽车轮胎对安全、抓地力、低噪音、耐磨性、节能降耗、绿色环保等方面的要求更高。

据这位负责人介绍,电动车与燃油车最大的不同是重量。虽然新能源汽车取消了发动机、变速箱等相对较重的零部件,但也增加了更重的动力电池组。因此,新能源汽车需要载重系数更高的轮胎,还需要有一定的缺气保用功能。

“公司研发的自愈合轮胎目前已经完成主机厂配套。这款轮胎已通过并超过主机厂近百项苛刻要求目标,可以避免轮胎在行驶中扎钉后失压的事故发生,也缓解了很多电动车主对没有备胎的担忧。”上述负责人说。

长江证券认为,轮胎作为汽车的重要零部件之一,不仅与汽车产销量决定的前装配套市场相关,也和汽车保有量决定的替换零售市场关系密切。从新能源汽车维保业务的工单结构来看,新能源汽车的轮胎工单比例高于传统燃油汽车。因此,具备高技术、大市场、好渠道的新能源轮胎生产企业有望从汽车电动化浪潮中受益。

国产轮胎有望“弯道超车”

过去一年,国内轮胎企业的日子并不好过。权威机构统计数据显示,2021年,A股轮胎类上市公司的整体国内营收基本维持不变,整体海外市场营收同比增加。但是,受海运费和原材料价格上涨影响,2021年轮胎类上市公司国内市场的毛利率大幅下滑,处于过去10年的最低水平。

随着天然橡胶、炭黑等原料价格同比下降、海运费用持续下行,今年国内轮胎行业的景气度正在回升。业内人士普遍认为,轮胎行业有望迎来新一轮布局机会,其中不容忽视的就是多重政策利好的新能源汽车消费为轮胎需求注入的新动力。

“新能源汽车的崛起给国内轮胎行业带来了弯道超车的机会,传统燃油车轮胎形成的品牌认知度将会在新能源汽车轮胎上减弱,这有助于国产轮胎品牌快速占领市场。”一家轮胎类上市公司负责人认为。

据业内人士介绍,尽管米其林等国际品牌在高端新能源汽车的配套上取得了一定优势,但很多老牌海外轮胎品牌并没有在新能源汽车配套这条赛道上取得明显优势,这或许与其本国的新能源汽车行业发展进程有关。具体来看,海外龙头在高端电车配套及单胎尺寸方面具备较大优势,而国内轮胎品牌在走量车型的配套方面占据先机。国内轮胎龙头企业,在技术、配套、渠道端等方面不断提升,并且凭借高性价比优势,有望不断替代海外产品,提高市占率。

记者也注意到,在今年热销的新能源车型中,原配轮胎中已经出现了不少国产轮胎品牌的身影。例如,宏光MINI EV原配轮胎为玲珑GREEN-MAX EcoTouring,比亚迪海豚原配轮胎为朝阳RP76等。

头部企业已战略布局

A股相关上市公司在新能源轮胎赛道已开始布局并取得一定市场份额。

据介绍,玲珑轮胎新能源配套产品2021年的增速超180%,市场占有率接近20%,是国内新能源车配套的第一轮胎品牌,世界排名仅次于米其林。

“截至今年6月30日,公司国内外乘用车轮胎实际达产产能7000万条,新能源车轮胎在手订单充足。”近日,玲珑轮胎相关负责人告诉记者,“公司将在新能源汽车配套方面持续发力,奥迪新能源、宝马新能源这些高端品牌都有项目在推进。在国内新能源汽车快速增长的趋势下,公司新能源汽车配套量增速快于新能源汽车销量增速。”

据了解,目前公司已配套国内多家主流车企的新能源车,包括红旗、吉利、一汽、比亚迪、上汽通用五菱、北汽新能源和雷诺日产联盟、日产启辰等,以及新兴的新能源汽车厂威马、开沃等,且售价30万以上的车型配套越来越多,如一汽红旗BOM5、奥迪EQ7等。

7月1日,森麒麟宣布,正式推出3款适用于新能源汽车的专用轮胎,这三款轮胎具有超低滚阻、静音棉及自修复功能。

“森麒麟新能源车轮胎已经实现量产,目前已成功配套广汽新能源埃安系列车型以及合创、轻橙等新能源车企,同时与小鹏汇天联合研发飞行汽车项目,并且已通过德国奥迪技术认可和高度赞扬,德国大众的部分新能源车型已经实现定点。国际一线车企的多种新能源车型配套研发工作正在推进之中。”日前,森麒麟相关负责人对记者表示,“未来,我们会继续深耕新能源车轮胎领域,不断实现技术领先,不断拓展高端配套市场和替换零售市场。”

去年,森麒麟推出“液体黄金”(EVE胶)轮胎,在耐磨性、抗湿滑、低滚阻等指标上的表现优异,助力公司快速切入新能源汽车轮胎赛道。近期,公司在投资者互动平台上表示,已与奇瑞、北汽、长安、哪吒、比亚迪等新能源车企的部分车型进行合作。

部分上市公司也在投资者互动平台表示已布局新能源车轮胎。贵州轮胎表示,新能源汽车对轮胎的节油、驱动和静音等性能有更高要求,公司已经开发了用于新能源车的系列绿色产品,节油、抓地和噪音性能都已达国内先进水平。青岛双星称,公司目前与比亚迪商用车已开展正式合作,主要供货新能源卡车及轻卡车型。

吉利和华为相向而行 汽车和手机企业跨界拓市场

记者 俞立严

7月4日,吉利和华为这两家中国汽车和手机通信领域的头部公司不约而同地迈出战略性的一步。由李书福担任董事长的星纪时代宣布,取得对魅族科技的单独控制;华为常务董事余承东则宣布,所有鸿蒙手机应用“上车”,搭载在和小康股份联合推出的问界M7电动车上。对此,多位企业高层和专家对上海证券报记者表示,汽车和手机的产业跨界趋势增强,未来汽车作为大智能终端的新机遇非常值得关注。

李书福希望实现车机协同

7月4日,湖北星纪时代科技有限公司(简称“星纪时代”)与珠海市魅族科技有限公司(简称“魅族科技”)战略投资签约,正式宣布星纪时代持有魅族科技79.09%的控股权,并取得对魅族科技的单独控制。双方将致力于为用户提供多终端、全场景、沉浸式融合体验的核心产品。

星纪时代成立于2021年9月,李书福担任董事长,经营范围包括互联网游戏服务、移动终端设备制造、集成电路芯片及产品制造、大数据服务等。股东信息显示,吉利集团为公司第一大股东。李书福表示,要通过布局手机业务实现车机协同。

早年曾在深圳打工后进入电子行业的黄章在2003年创立了魅族品牌,并于2009年推出魅族M8。作为国内第一款智能手

机,其搭载微软Windows CE系统,发布后两个月内销量就达10万台。根据统计,2015年至2017年,魅族及其旗下的魅蓝品牌共计发布了25款手机,年均出货量为2000万台左右。

根据协议,本次战略投资后,魅族科技会作为独立品牌继续保持运营。双方在保持品牌独立的基础上,覆盖不同的消费电子细分市场,同时跨界打造用户生态链,实现超级协同。黄章作为魅族科技产品战略顾问,继续为魅族科技的发展贡献力量,魅族科技高层管理团队将保持稳定。

吉利有关人士对记者介绍,魅族科技已经深耕消费电子行业近20年,是中国智能手机行业先驱,其Flyme操作系统拥有上亿用户,为双方合作奠定了良好用户基础。未来,魅族科技将获得吉利更多产业链和生态资源支持,Flyme系统会不断迭代升级,打造更好的智能手机,并实现手机和汽车的跨平台、跨终端融合,为用户带来更好的万物互联体验。

华为鸿蒙手机应用全部“上车”

7月4日晚,华为夏季旗舰新品发布会召开,其中最大的主角并非手机等电子产品,而是华为和小康股份合作的智能新能源汽车品牌AITO的第二款电动车——问界M7。

“所有鸿蒙手机应用全部上车,全球仅此一家。”华为常务董事余承东说,在华为

手机生态上车后,汽车的智能座舱再次进化。华为鸿蒙HarmonyOS智能座舱进化的表现包括:新增的超级桌面功能让手机应用直达问界M7车机,用户可以通过大屏操作手机应用,软件界面会根据屏幕自适应,方便利用大屏编辑微信文档或利用车载摄像头拍摄手机Vlog等操作。

在系统运行方面,鸿蒙智能座舱继承了华为终端流畅的特点。问界M7具备多设备互联能力,其中的Petal Maps导航能够在不同设备间无缝流转,一键同步位置信息,完成车机导航。

小康股份创始人张兴海也亮相新车发布现场。“华为和小康是联合制造、联合销售,依靠华为的智能科技和小康的造车经验,AITO问界品牌显示的是跨界造车的力量。”张兴海说,华为智能座舱是天花板级的座舱,在传统油车中从未见过。

张兴海透露,在华为智能座舱的加持下,2022年6月,AITO问界M5销量已经达到7021辆,环比增长40.25%;新增“大定”10685辆。

有望实现多终端、全场景互补

汽车和手机的跨界已经成为近期的热点,甚至有专家提出,未来汽车就是装配四个轮子的智能手机。特斯拉创始人马斯克此前透露,特斯拉要造智能手机。据悉,特斯拉手机在设计上有望融入诸多跨界黑科技,包括手机具有与SpaceX星链高速卫星的互

联网连接功能、脑机连接功能等。

“未来智能汽车、智能手机两个行业的赛道不再单调,两者不再各行其道,而是面向共同用户的多终端、全场景、沉浸式体验的一体融合关系。”李书福在7月4日签约现场表示,新一轮科技和产业革命催生了大量新业态、新模式,消费电子行业和汽车行业的技术创新和生态融合势在必行。“通过布局手机业务,消费电子产业与汽车产业深度融合,跨界打造用户生态链,可以实现超级协同。”李书福说。

“李书福董事长对于进军消费电子行业思考了很多年。”新任魅族科技董事长沈子瑜认为,手机公司造汽车,汽车公司造手机是大势所趋,未来汽车行业和手机行业的竞争将不再是单一赛道的竞争。多终端、全场景的互补协同,可以让消费者拥有更好的体验。

“汽车与手机用户数量有差异:中国目前前一年销售约3.3亿台手机,两千多万辆汽车。消费者一天花在手机上时间约四五个小时,花在汽车上的时间约一个小时。但是,人在开车的时候不能用手机,离开汽车后可以通过手机来了解汽车的情况。跨终端、全场景就是今后需要重点突破的领域。”沈子瑜说。

罗兰贝格合伙人吴钊对记者表示,车企跟手机厂商合作的基本逻辑,主要强调汽车和手机的智能互动和一体化体验。未来,汽车作为大智能终端的新机遇非常值得关注。