

# 三季度猪价或进入上行通道

## 国家发改委宣布启动中央冻猪肉储备收储工作

羊城晚报记者 李志文

从全行业几乎躺着赚钱到普遍亏损需要多久？养猪行业的答案是一年多。羊城晚报记者梳理发现，受生猪价格低迷和饲料成本上涨等因素影响，去年生猪养殖行业出现了大规模亏损现象，可谓全员受影响，其中温氏股份和正邦科技的亏损更是达到了夸张的100多亿元，几乎把近年来的盈利都吐了出来。

有机构分析指出，猪价或将于下半年开启上涨通道，但上半年或再度探底。另外，为了稳定猪肉价格，国家发改委2月28日宣布立即启动中央冻猪肉储备收储工作。

### 养猪企业亏损成普遍现象

2月25日下午，海大集团(002311)发布了2021年业绩快报，预计公司2021年营业收入为867.40亿元，同比增长43.79%；净利润为16.01亿元，同比下降36.54%，为7年来首次下滑。海大集团分析表示，导致其净利润出现下滑的其中一个重要原因便是受生猪养殖业务的拖累。财报显示，海大集团2021年出栏生猪200万头，亏损9亿-10亿元。

资料显示，海大集团2020年饲料销售487.65亿元，占比为80.84%；农产品销售63.68亿元，占比10.56%，其中包含了种苗业务、生猪养殖、禽产业链业务和水产养殖业务收入。从中可以看出，养猪业务并不是海大集团的主业，饲料销售业务才是。但缘是如此，海大集团的盈利仍受到了养猪业务的极大拖累，可见这一业务的亏损何其惊人。



今年三季度猪价或迎拐点 视觉中国/供图

在全行业都不景气的大背景下，养猪巨头们的日子也不好过。2月23日，温氏股份发布的业绩快报显示，预计去年亏损133.37亿元，这是其自2015年吸收合并大农华上市以来的首次亏损。对于亏损原因，温氏股份解释称，是受生猪价格大幅下跌和饲料原料价格连续上涨等因素的影响。

值得注意的是，即使巨亏超过百亿元，温氏股份还不是猪企上市公司中亏损额最高的。正邦科技此前发布的业绩预告显示，去年预计亏损182亿-197亿元。

在其他上市猪企中，新希望去年预计亏损86亿-96亿元，天邦股份去年预计亏损35亿-40亿元；养猪龙头牧原股份虽然预计2021年净利润为65亿-80亿元，但较上年同期的降幅也达70.86%-76.32%。

### 拐点最快今年下半年才到

未来猪肉价格将何去何

从猪企千呼万唤的猪周期拐点和何时才可以到来？

对此，平安证券首席经济学家、中国首席经济学家论坛理事钟正生及其研究团队发布的报告认为，从短期来看，猪肉价格在今年上半年或再度探底。一是，从季节性规律看，春节后的一个季度内，猪肉消费将进入淡季。二是，去年上半年能繁母猪存栏尚在高位，对应今年上半年的生猪供给量偏高。在供需错配之下，猪肉价格大概率将再度触底。

不过，对于猪肉价格将再度探底的说法，国海证券却表示，猪价处在“W底”第二次探底过程中，目前的猪价下行空间非常有限。

从中期来看，上述报告则指出，今年下半年大概率将迎来猪肉价格的上涨，但由于目前养殖户观望情绪浓厚，市场对于这一行情可持续性看法存在分歧。

身为养猪行业局中玩家的

温氏股份看法也类似，其初步预计今年上半年猪价维持在较低位置，行业产能去化加快。乐观估计，今年三季度后猪价有可能进入下一轮周期的上行通道；悲观估计，今年仍处于社会平均盈亏平衡线位置，可能需要2023年才能进入下一轮周期的上行通道。

不过，记者刚收到了一个好消息：面对持续低迷的猪价和面积扩大的养猪企业，国家终于出手了。2月28日下午，记者从国家发改委网站获悉，国家发展改革委将会同有关部门立即启动中央冻猪肉储备收储工作，并指导各地积极收储。

据初步统计汇总，目前北京、江西、湖北、重庆、云南、陕西、宁夏等地已启动收储，其余地方也将于近期启动。

国家发展改革委表示，下一步将继续会同有关部门做好储备调节工作，必要时进一步加大收储力度，促进生猪市场平稳运行。

### 相关链接

### 温氏养猪成本究竟会有多高？

近日，温氏股份披露业绩快报，去年亏损高达133.37亿元，而前年盈利74.26亿元。

之所以会出现如此巨大的滑坡，最直观的原因就是——猪价暴跌、成本过高。去年猪价滑坡的程度不必多说，那温氏的养猪成本有多高呢？在养猪成本最高的去年一季度达到了15元/斤。

据国海证券的研报显示，温氏的生猪养殖成本由去年一季度最高15元/斤下降至去年年底的8.8-9元/斤，降低了整整6元。

不得不提，温氏在去年取得的“降本成绩”可圈可点，同期大多数猪企一年到头降低成本不过一两元/斤，再多也不超过5元/斤，但温氏9元/斤的成本依旧太高了，因为今年猪价并没有大幅好转，反而处于持续下跌的状态。据国家统计局网站数据显示，2月中旬三元猪价仅为12.30元/千克，与2月上旬相比下降6.80%。

这意味着，如果一直这种猪价下去，温氏每斤猪肉要亏3元，每头猪要亏600元左右。

而温氏还宣布今年出栏目标为1800万-2000万头。如此一来，温氏在2022年就必须背水一战，继续大幅降低造肉成本。

据悉，温氏在今年有望实现全年成本7.80元/斤的降本目标。这已经接近牧原股份，温氏也曾透露自己在降低成本上“有信心、有方法”，因为他们曾经的造肉成本甚至比牧原还低，认为“5元成本”都并非不可能。

(钟和)

## 茶饮巨头急急降价 能否拉来中低群体？

羊城晚报财经评论员 戚耀琪

财经辣评

据媒体报道，喜茶宣布今年年内将不再推出29元及以上的食品，所有食品在今年年内也绝不涨价。与喜茶一起被提起的新茶饮品牌中，还有定价较为接近的“奈雪的茶”和“乐乐茶”，奈雪门店价格也有所下降，乐乐茶则近日退出了广州市场。

如果只是从单价来看，一杯喜茶动辄30元以上的价格，已经超过了许多白领的一顿午饭了。为什么喝一杯茶可以比吃一个午餐还要贵，大概是有三个维度的优势。

第一是从饮品到店面极具设计感，不落俗套，从观感和口感上很能赢得年轻消费市场的青睐；第二是门店在各大城市数量庞大，形成了无处不在的品牌联动效应；第三是迅速达到了30元以上的行业价格标杆，把不知名、低价格的小品牌甩开距离，还适应了年轻人情趣，和外资小众品牌消费错位竞争。再加上自有茶园和供应基地，能更好地控制上游成本；有外部持续投资，烧钱也能把一个品牌烧起来。

尽管能总结出以上优势，作为新式茶饮，在疫情持续的大环境下，也要考虑长远的应对策略。至于策略，大概就包括了继续吸引融资、降低成本、裁减员工、争取中间层市场、扩大规模经济效应，等等。但是究竟有没有效果，终究不是决策层说了算，还得看市场的反应。

更关键的是，企业内部员工常常爆出诸如企业文化畸形、管理低效、任人唯亲、拉帮结派、奖励不公、品控太差、流程混乱等问题，这些是非非放在

新兴的英雄出身、急速扩张、野蛮奔跑的企业身上，似乎也常常是通病所在。资本对未来增长市场乐观看好，而作为消费者关心的却不是PPT的故事，不是企业怎么鸡生蛋的战略。用户只会看吃的冰是不是接错了自来水制造出来的，排队是不是总是这么慢，品质是不是能放心。偏偏这些细小的问题，凸显的是整个商业帝国的致命根基和管理水平。

如今新式茶饮的降价，大概是因为利润回报还能支撑，所以可以用向下打压的方式，以品牌优势挤占中低层的消费市场。而从国内市场来看，经济廉价始终是驱动销售的第一动力。无论是自主品牌汽车还是潮流服装，谁更符合过日子的需求、品质超过了同等价位的商品且价格更低，谁的市场占有率就会更大。何况茶粉加冰如果肉就卖30多元一杯，靠新兴网红形象不可能一直撑下去。打工仔每天的公交费用也许还抵一杯奶茶，企业忽视了庞大的打工仔阶层的状况，却又想透支他们的消费能力，想想都知道不可能长久。

至于茶饮降价会不会引发市场份额的扩大，依然要观察。一方面，29元和30元的差别并不见得有有多大。即使20元一杯，对一般大学生和打工仔来说，依然是奢侈的，不太可能成为每天的刚需。何况如果管理和流程都没有改变，可能排队的人更多，最后依然会让人掉头就走。已经不是什么白富美了，干嘛还要浪费时间去排队追呢？

## 开年五只基金发行失败 超过七成爆款产品亏损

羊城晚报记者 胡彦

伴随A股市场持续振荡，开年不足两个月，又有2只基金宣布发行失败，虎年开年以来已有5只发行失败的基金。新基金发行难、成立难，“基金好发不好做，好做不好发”现象再现。同时，去年1-2月成立的25只爆款基金截至目前超七成在亏损。

### 又有基金发行失败

2月26日，宝盈基金发布公告称，旗下宝盈鸿翔债券基金于2021年5月28日准予注册募集，截至今年2月24日基金募集期届满，未能满足基金合同约定的基金备案条件，为此宝盈鸿翔的基金合同不能生效。同一天，德邦基金也发布公告称，截至今年2月21日基金募集期届满，旗下德邦锐丰债券基金未能满足基金合同约定的生效条件，故德邦锐丰债券基金合同不能生效。

据了解，宝盈鸿翔债券、德邦锐丰债券均为中长期纯债基金，主打稳健收益，是年内首批募集失败的债券型基金。这两只基金未能达到基金合同约定的备案条件，有可能是募集份额少于2亿份，或未能募集2亿元以上的金额等。

深圳一位公募基金市场部人士表示，与权益类基金主要持有人是散户不同，债券型

基金的持有人多数是银行、保险等机构投资者。因此不少债券基金能够顺利成立，很大程度上依赖于机构客户，募集失败的原因可能是客户改变投资需要，资金没有如约到位。

今年2月，宣布基金募集失败的，还有平安中证港股通消费ETF、中银证券国证新能源车电池ETF、同泰同享混合基金3只产品。基金发行遇难题，今年以来已有逾30只基金宣告延长募集期，以权益类基金为主。有些基金还会通过增加销售渠道来提高发行几率，例如寻求代销机构。有渠道人士表示，不少基金公司目标是“保成立”。

Wind数据显示，截至2月22日，今年以来新成立的25只基金仅201只，较去年同期232只下降了14%；今年以来平均发行规模9.04亿份，较去年同期的32.41亿份下降了72%。

### 爆款基金业绩告负

此外，25只爆款基金出现业绩告负情况。Wind数据显示，去年1-2月份发行总规模破80亿元的主动权益基金共25只(份额合并计算)，截至今年2月25日，这25只爆款基金中成立一年左右平均收益率为-10.47%。其中，7只产品取得正收益，剩余18只产品仍处于亏损状态，占比72%，首尾业绩相差超过33%。同期，近一年沪深300指数跌幅超16%。

北京一家公募基金市场部人士表示，应理性看待爆款基金业绩，在市场高点基金容易募集，但却存在“爆款基金魔咒”，高点成立的基金赚钱难度更大。从规模变化来看，亏损的爆款基金也出现了整体规模的萎缩。数据显示，截至去年年底，25只爆款基金累计总规模由发行时的2668.53亿元下降至2149.04亿元，减少了519.49亿元，规模萎缩近两成。

如何破解“爆款基金魔咒”？该市场部人士认为，基金行业正在从过去过分倚重新发行的模式，逐步在向持营转变。特别是在当前这样的市场冰点，更需要专业的机构投资者做好投资者教育工作，帮助投资者陪伴服务，帮助大家克服追涨杀跌的人性弱点，共同等待市场的回暖。

上海证券基金评价研究中心高级基金分析师赵威表示，解决这个矛盾最好的办法就是引入买方投顾思维。基金行业应该从转变投顾模式的角度来提升投资者体验，“基金公司大可按自己的节奏来安排产品发行，但对于投资者何时以及如何布局的工作，则应该由专业的投顾顾问来把握。进而让投顾机构与产品发行机构形成新的反馈逻辑。”

目前，国内市场的主流模式为卖方销售，即客户付费给金融机构，机构投资者再从金融机构赚取管理费与销售费等；而买方投顾是指客户直接付费给专业的机构投资者来进行投资。

## 白酒进入存量竞争时代？

### 进入中场争夺行业头部入场券

羊城晚报记者 程行欢 实习生 肖渝

2月26日开幕的第二届广州中酒展正在进行中。作为年度酒业首场展会，此次规模由去年的2万平方米增长至4万平方米，约有400家企业参展。白酒业作为近年来消费领域备受关注的行业，大规模的展会也“透露”了发展的风向。记者在现场巡场留意到，参展企业大部分为贵州酱酒企业，酱酒热潮依然火热，依然是资本关注的热点。

### 集中度进一步提升

在展会现场，来自贵州的夜郎古酒业、黔酒股份、宝酝名酒、容大酱酒等近年来新晋行业黑马酱酒品牌，都展示了重点推广的大单品品牌，期待在展会上能通过招商扩大经销与渠道。除此之外，还有地方经销商组团参展，如老家河南，展示的产品也主打与钓鱼台、国台等酱酒大厂的联名定制产品。

“从中国酒业所处的阶段来说，酒类流通市场体量超过1.5万亿元，预计在未来几年内将达到2万亿元，成为全球第一酒水消费市场。这是划时代的机遇和挑战。”中国酒类流通协会常

务副会长刘员在展会开幕式上表示。但另一方面，随着规模以上数量企业的不断减少和产能的不断减少，白酒行业也进入了存量竞争的时代。

中国副食流通协会会长何继红在会展上表示，2017年规模以上企业数量是1539家，2021年下降为965家，下降幅度是39%。“我们从民营企业的数据来看，以茅台为代表的品牌企业和品牌酒业的营业额近几年来大幅持续上升，市场份额占比持续扩大。整个白酒业的品牌集中度进一步提升。”

### 酱酒生产门槛提高

据了解，从去年下半年以来，白酒行业已经进入供给侧改革，特别是随着去产能、调结构的逐步深化，白酒行业整体呈现出了规模稳中有降、产出效益逐步提升的新特征。品牌集中度继续提高，新的战略性的价格带出现，香型回归理性，酱酒产业也开始进入理性调整。其中表现之一就是在白酒业在疯狂扩产能的同时，进入国家重点关注行业资本管制的范畴。

对此，酱酒专家权图认为，酱酒赛道竞争已经进入中场，从品类扩张转向品牌竞争。而规模产能是企业竞争中脱颖而出的最重要基础之一，同时也是护城河。“2022年如果主流酱酒企业没有跨过10亿元，就没有机会进入下半场的发展。”他表示，未来5000吨的产能是酱酒企业的生产门槛，而2万吨则是主流酱酒企业入围门槛，5万吨将成为主流酱酒企业门槛。基于行业对这一门槛的认

知，中酒展上众多的酱酒新晋企业也纷纷发布了布局战略，尤其是争夺关键性市场。据行业调研，2021年整个广东的酒水消费比去年整体增长约20%，其中酱酒类增长幅度最大的，广东酱酒已经朝着品牌集中化、品质高端化趋势发展。已经跻身“中国酱酒十强”的夜郎古酒则于昨日宣布在华南成立运营中心，并发布了在广东进军10亿元目标的发展战略。华南运营中心是夜郎古继华北运营中心、中原运营中心、华东运营中心后启动的第四个区域运营中心。此前，夜郎古已在华东、华中、西南、西北等市场取得了关键性突破。“广东酱酒市场拥有容量足够大、对于外来品牌开放包容且高端酒销售位居全国第一的三大特点。且广东市场品牌集中度也位于全国前列，选择在此时深入广东深入华南是最佳时机。”夜郎古酒业股份公司董事、销售公司总经理王东表示。

## 百济神州再度亏损近百亿

### 市场对其盈利能力仍存质疑，股价较发行价已跌36.88%

羊城晚报记者 丁玲



百济神州广州生物医药生产基地 视觉中国/供图

去年12月通过科创板回归A股市场的创新药巨头百济神州(688235)或将面临2021年继续亏损近百亿元的局面。根据百济神州近日发布的业绩快报，去年公司实现营业收入75.9亿元，同比增长257.9%，净利润亏损97.5亿元，较之2020年的113.8亿元亏损有所收窄。但百济神州截至目前仍是去年医药行业亏损最大的企业。

### 亏损总额同比有所下降

百济神州披露的经营情况显示，2021年，公司产品收入为40.9亿元，上年同期为21.2亿元，产品收入的增长主要得益于自主研发产品和授权产品的销售增长。

合作收入为34.99亿元，主要来自与诺华制药分别于2021年第一季度就PD-1抗体药物百泽安®获得的6.5亿美元合作预付款和2021年第四季度就TIGIT抑制剂ociperlimab的3亿美元合作预付款进行的部分收入确认。

分产品来看，2021年，BTK抑制剂百悦泽®(泽布替尼胶囊)全球销售总额达14.06亿元，上年同期全球销售总额达2.86亿元。另一款药物百泽安®(替雷利珠单抗注射液)2021年在中国的销售总额达16.47亿元，上年同期

中国市场销售总额达11.18亿元。百济神州表示，医保报销范围扩大带来的新增患者需求、进一步扩大的销售团队以及药品进院数量增加，持续推动了百泽安®市场渗透率和市场份额的扩大。

百济神州还强调了自身商业化的能力，例如，2021年新上市自主研发产品百汇泽®(帕米帕利胶囊)，该产品已获纳入国家医保目录(2021年)；2021年新上市倍利妥®(注射用贝林妥欧单抗)等4款授权产品。目前，公司在中国商业化共11款产品，其中8款为授权产品。

此外，百济神州还在去年持续推进自主研发药物的全球化进展，提高药物可及性；同时，通过加强自主研发能力和合作，加速推进多元、创新的药物管线开发。百济神州表示，受上述产品收入和收入增长的影响，公司2021年度亏损总额较上年同期有所下降。

### 股价较发行价跌近四成

不过，尽管亏损总额有所下降，但由于研发投入过高，百济神州近5年来一直处于亏损状态，市场对于其盈利能力也存在较大质疑。

2016年，百济神州在美股上市，随后又于2018年在港股上

市，启动科创板上市以来，公司更是备受市场关注。然而，百济神州IPO前也经历了市场的用脚投票。

一方面，百济神州去年12月初的发行结果显示，网上投资者放弃认购数量为103.25万股，网上投资者放弃认购金额约为1.99亿元，弃购率为0.78%；另一方面，公司12月15日上市首日就迎来开盘破发，集合竞价低开8.12%，当日收盘跌16.42%。

值得一提的是，百济神州A股发行引入了“绿鞋”机制，但是，截至2月28日收盘，公司收报121.55元，相比192.60元的发行价累计跌幅达到36.88%，公司当前A股总市值为1620亿元。

百济神州预计IPO募集资金总额205.78亿元，最终实际募集资金254.84亿元。根据公司计划，募集资金均用于药物临床试验研发项目、研发中心建设项目及生产基地研发及产业化项目等研发类支出。正如业绩快报显示的一样，在高研发投入之下，公司仍未实现盈利。

在2月25日晚的公告中，百济神州也提到，由于生物医药行业具有研发周期长、投入大、风险高的特点，公司的药物产品需完成药物早期发现、临床前研究、临床开发、监管审查、生产、商业化推广等多个环节，容易受到一些不确定性因素的影响。