

PVC淡季提价未见效 需求清淡致产量减少

证券时报记者 张昊昱

PVC(聚氯乙烯)市场淡季提价的负面效果开始显现。受下游需求清淡影响,近期PVC价格有走低迹象,而成本压力持续存在,不少生产厂家不得不减产应对。

分析人士认为,目前PVC市场参与者观望情绪浓厚,下游需求清淡,交投僵持。短期内PVC价格将在高位盘整,涨跌互有起伏。

持续了一个多月的PVC价格阶梯上涨态势似乎已结束。生意社监测数据显示,从8月19日-22日,国内PVC生产厂家均价跌幅达0.75%,国内经销价格各地区呈现不同程度的下跌。昨日,普通5型电石料华东主流报价在6760元/吨-6830元/吨送到,华南主流报价在6770元/吨-6900元/吨自提,均较前期下跌10元/吨-20元/吨;华北地区个别成交价也略有阴跌。

在电石、石脑油等原料价格上涨影响下,PVC市场于7月初进入上涨通道。不过,此次提价属于生产厂家转移成本的行为,而7月又是需求的传统淡季,淡季提价,导致下游需求面抵触情绪日渐增强。

PVC价格下跌的同时,产量也开始出现下降。来自国家统计局的数据显示,7月份,国内PVC产量为122.7万吨,同比增长12%,而环比产量下降了0.9%。据了解,由于原料价格攀升导致生产成本增加,企业不得不调整装置开工率,目前开工普遍维持在六七成。

生意社PVC分析师范婷璐表示,为应对PVC高价,目前不少下游厂家采取随用随买的策略,仅维持日常开工,这使得贸易商涨价意愿受阻。而另一方面,成本压力导致生产厂家调整开工率,PVC供应开始紧张,贸易商又有意继续调高价格。上游供应紧张,自然想提价;下游需求弱,担心没接盘,这或许是目前贸易商心态的写照。

范婷璐预计,随着企业装置检修的结束,以及部分高温地区限电政策平息,PVC产量在未来两周将得到明显恢复,短期内PVC价格将高位盘整。

新湖期货则认为,随着当前政策和宏观经济继续回暖,后期PVC的需求有望得到继续改善,这将会提振PVC的价格。

创元科技控股子公司 启动股改拟挂牌新三板

创元科技(000551)今日公告,公司控股子公司苏州轴承厂将启动改制设立股份有限公司,股改完成后,苏州轴承厂拟申请在全国中小企业股份转让系统(简称“新三板”)挂牌。

公告显示,苏州轴承,注册资本1800万元,公司持有55%的股权,经营班子及经营骨干合计持有45%股权。截至6月30日,苏州轴承经审计的账面净资产值约为6644万元,折为4000万股股份有限公司股份,每股面值1元,全部为普通股。变更完毕后,苏州轴承的股东成为新设立股份有限公司的股东,股权比例不变,创元科技将持有苏州轴承2200万股。同时,原由苏州轴承承继的一切债权债务和一切权益义务均由股份公司公告承继,经营范围保持不变。(袁源)

创兴资源 上半年净利预增近六成

创兴资源(600193)今日发布半年度业绩快报,公司预计2013年上半年实现营业收入4284.41万元,同比增长16.11%,归属于上市公司股东的净利润1.21亿元,同比增长58.79%,基本每股收益0.37元。

创兴资源表示,营业收入增长的主要原因是全资子公司湖南祁东神龙矿业有限公司铁精粉产销量同比增长,利润大幅增长是报告期内公司出让了上海振龙房地产开发有限公司15%股权,确认投资收益所致。(董宇明)

煌上煌 专卖店已近2000家

煌上煌(002695)今日发布的半年报显示,上半年实现营业收入4.49亿元,同比小幅下降3.54%;归属于上市公司股东的净利润5078.03万元,同比增长7.89%。

公告称,煌上煌已形成了以江西为核心,覆盖广东、福建、辽宁、北京、上海、陕西、海南、浙江、江苏、河南等地区的直营和加盟连锁销售网络,截至2013年6月30日,公司拥有近2000家专卖店,并在江西、广东、福建地区占据了市场领先地位。(郭渭鹏)

五大运动品牌上半年合计关店1807家

整体库存较去年末仅下降一成

证券时报记者 周少杰

运动品牌寒潮未退,各大品牌仍在艰难地消化过去几年积压的库存。证券时报记者统计发现,今年上半年,已披露中期报告的5家在港上市运动品牌,今年上半年净关门店共计1807家,整体存货较去年末仅下降了一成。

截至8月22日,除特步国际(01368.HK)外,李宁(02331.HK)、中国动向(03818.HK)、361度(01361.HK)、安踏(02020.HK)以及匹克体育(01968.HK)等5家上市运动品牌公司均披露了2013年上

半年业绩报告。上述公司中报显示,体育服装行业上半年仍处于去库存阶段,这些公司大都预期,行业低迷市况下半年仍将持续,最早今年年底才能有所改善。

过去几年,国内运动品牌商由于对伦敦奥运等体育盛事带来的销售增长预期过于乐观,在全国大量铺货,造成库存积压严重,供过于求。2012年,李宁率先宣布大规模关闭门店,国内运动品牌纷纷去库存。截至去年底,上述5家运动品牌存货为27.13亿元,到了今年6月底,存货下降10.32%,为24.33亿元。

面对行业困境,运动品牌商多数采用了减少未来订单、关闭店铺、清理老化库存、改善零售渠道等措施。其中,关闭效率欠佳门店成为运动品牌普遍采用的去库存方式,5家运动品牌公司今年上半年关闭门店数量达到1807家。

去年大规模关店的李宁今年上半年继续关闭门店410间,仅次于中国动向,全国常规店、旗舰店、工厂店及折扣店减少至6024间,并减少一家经销商。与此同时,李宁还减少向零售渠道发售新品,并清理渠道存货。上半年,已有超过九成经销商参与李宁渠道复兴计划,渠道库

存平均周期由最高峰的9个月缩短至7个月以下。

中国动向经营业务以Kappa品牌在中国分销、零售为主。该公司今年上半年在中国拥有27家经销商,直接或间接营运1399间Kappa品牌零售门店,较去年年末的2009间减少了611间,是上述公司中关闭门店最多的上市公司。

中国动向称,各品牌在消化库存时提供折扣,竞争进一步加剧,加上成本上涨,品牌商及分销商的利润大受影响,需关闭效率欠佳门店。不过,在关店的同时,中国动向加快开设地区零售分公司。自2012年下

半年在湖南设立首家公司之后,今年上半年,大连、河南、湖北、深圳、上海5家分公司相继成立。

匹克体育也是一边关店一边开出新店。上半年,匹克体育通过关闭面积较小及效率欠理想的零售网点,同时开设面积较大的零售网点,继续优化分销网络。

也有一些运动品牌开始实施转型。例如,361度和安踏都对童装品牌进行布局。其中,361度童装收入已经占到公司总营收的10.4%。361度童装零售门店总数由1590间增加到1678间,不过,童装今年上半年收入同比却下降37.8%。

羊绒纱线产量锐减 价格一月飙涨56%

见习记者 翁健

羊绒纱线被称为“软黄金”和“纤维钻石”,近一个月来因原料稀缺价格飙涨。7月25日在渤海商品交易所上市的羊绒纱线期货最低时为913元/公斤,而在昨日其价格已经飙升到1431元/公斤,不到一个月涨幅高达56%。

据记者了解,此次羊绒纱线价格飙升的原因是今年的羊绒产量较低,价格水涨船高。今年羊绒整体产量减少,羊绒的资源稀缺性得以显现。“国内最大的羊绒生产商

中银绒业(000982)在回答投资者提问时表示,羊绒本身是稀缺资源,受自然条件变化的限制,每年原绒总产量也不过1万多吨,加工成无毛绒和纱线也就不过几千吨而已,羊绒原料收购市场竞争非常激烈。”

同时,8月份和9月份一直是羊绒需求的高峰期,加上欧美经济的复苏,国内外高端市场缺口较大,价格节节攀升。中银绒业表示,公司外销羊绒纱线及制品订单的接单时间通常是在每年的秋冬及次年初春时节,现在正逐渐步入需

求旺季。

资料显示,我国是山羊绒原绒产量最大、品质最高的国家。近10年来世界原绒产量稳定在1.6万吨左右,其中中国平均每年生产原绒约1.2万吨,约占全球总产量的75%。目前,世界上超过90%的羊绒原料在中国完成初加工处理,中国羊绒及制品加工数量、生产能力和出口量位居世界第一,世界羊绒消费市场有3/4以上的商品产自中国。

对于近期羊绒纱线价格的飙升,中银绒业的工作人员表示短

期内对公司的影响不大。因为渤海商品交易所的羊绒纱线交易上线时间短,从某种意义上说只是价格风向标。而百货公司订购羊绒纱线会有一个相对固定的时期,公司会跟客户进行谈判确定合同订单,在规定的交货期按合同价格交货。

另外,记者了解到,中银绒业正加紧布局羊绒产业,近期就有两个项目上马,包括柬埔寨200万件羊绒制品项目和灵武羊绒产业园500万件羊绒衫、20梳20纺羊绒纱线项目。

瑞贝卡董事长郑有全:未来着重开发非洲市场

证券时报记者 庞珂 李彦

五年前,坐在我对面探讨这件事的不是你。五年后,坐在我对面的也不一定是你。”这是1995年瑞贝卡(600439)董事长郑有全与当时全球最大的韩国发制品企业高层之间的一次对话。

现实果然如郑有全所说,韩国企业的规模不断萎缩,中国企业逐渐壮大。经过十几年与韩国人在商场上的拼杀,瑞贝卡逐步由世界第五做到了世界第一。”郑有全颇为自豪。

已经是世界第一的瑞贝卡,未来将如何走?

百年圆梦

谈及国内发制品行业的发展,身为许昌本地人的郑有全感触很深。从清朝末年,许昌人就收购人发,然后简单加工,洗洗梳梳,卖到国外,整整重复了一百年。”郑有全说,发制品这个行业在许昌很有历史,但在上世纪80年代以前,没有自己的工厂,一直是卖原材料。

从1990年到现在,人发产品终端售价在美国大概涨了1倍,而原材料却从10元涨到了1000元,在这种情况下仍有利可图,可见早年韩国人通过低价收购我们的原料赚了多少钱。”郑有全对此很痛心。

瑞贝卡成立后,做到了由原材料买卖变为产成品买卖。今天说起来很容易,但当时很难。建厂时买设备都很不容易,1990年建厂,做到当年建厂、当年投产、当年收回投资。”郑有全回忆起来仍不免感叹,“我们圆了许昌百年的一个梦。”

今天,瑞贝卡已经成为全球最大的发制品企业,但郑有全感到了更大的压力。

这个第一很难当。”郑有全表示,所有的人都盯着你,在挖你的人,也在学习你的理念、企业文化等等。坐在第一的位置就是坐在火山口上,只有一个选择就是继续高速运行。”

2003年到2008年是瑞贝卡的高速增长期,此后受金融危机影响,公司业绩也产生了一定波动,2009年到2012年,公司的净利润增长率分别为-44%、47%、39%、-36%。不



图为瑞贝卡假发生产线及展示大厅

过,对于发制品市场,郑有全还是充满了信心。

中国只要有100万人使用瑞贝卡的产品,一人5000元,就是50亿元。”郑有全表示,美国市场今年已缓慢复苏,欧洲市场还看不出来,国内今年变化也不明显,但预计明年肯定强于今年。

业绩或触底回升

据介绍,瑞贝卡目前最大的销售市场美洲市场去年主要是消耗库存,在今年一季度观望后,二季度开始恢复。公司在该地区的销售情况环比每个月都在提升,特别是女装假发订单,10月前已经订满。

另一方面,曾被寄予厚望的国内市场受宏观经济形势影响,过去两年的增长低于瑞贝卡的预期。

国内市场,今年增速不会低于去年。”郑有全说,国内市场方面,从去年下半年开始,瑞贝卡一项很重要的工作就是提高单店盈利能力。目前来看这一工作成效不错,今年上半年公司内销终端增长26%,单店业绩增长22%。

同时,在过去国内专卖店主要出售假发头套的情况下,今年公司在部分城市试点引入了半假发、发饰等配件新产品,效果较好,拉动了夏季淡季的消费。郑有全认为,该类

产品的盈利能力、市场潜力不小于假发头套市场。此外,在接发产品上,公司也正在探索新的销售渠道。

除了销售市场的复苏,成本压力的减小是瑞贝卡业绩改善的另一个重要因素,而从过往经验看,公司利润对于成本的变动更为敏感。郑有全介绍,原材料人发主要在2011年和2012年上半年涨价较多,国外价格自2012年下半年已经回落,国内这1年多都没有再涨价,印度、印尼价格已经开始往下走。

据悉,公司人发采购国内和国外的比例约各占50%。而2009年至2012年公司的存货周转率分别为1.18、1.23、1.04和0.92次,虽然有所降低,但仍接近1,由此可以推测2011年的高价原料在2012年乃至2013年上半年会逐步消耗,而2013年下半年成本上涨的压力能够得到缓解。并且,随着国外原料降价,其明年后成本还有下降空间。

未来看非洲

相较于成熟的美洲市场,非洲市场似乎给予更大的想象空间,因为受天生发质影响,黑人对发制品的消费需求刚性更强。2012年瑞贝卡在非洲市场的销售收入达到5亿元,已经成为

仅次于美洲的第二大市场。

非洲大陆拥有超过7亿的人口,而据预测今年非洲经济增长率为4.8%,2014年可达5.3%,而西非经济共同体是非洲大陆经济发展最快区域。

我们未来几年会把精力放到非洲的广度深度开发上。”郑有全说。

据介绍,瑞贝卡正在多方面开拓非洲市场:一是在中西非,包括尼日利亚、加纳等,经过两三年的实验,已经开始让高档产品大量进入当地市场;二是将畅销的人发假发、女装假发等产品引进该地区;三是增加覆盖面,今年下半年还将进入非洲其它新兴市场;四是探索新的销售模式,如与当地商人合作,共同开发市场。

我们未来还计划在东部非洲、南部非洲建厂,真正实现产地直销。”郑有全表示,在非洲建厂能够大幅度降低公司的生产成本,非洲人工工资仅为国内1/5。

走进非洲,瑞贝卡已经开始谱写新的篇章。

(本系列完)

嘉凯城 拟发13亿公司债

已涉足保障房及新型城镇化建设的嘉凯城(000918)拟发行不超过13亿元公司债,成为又一家推出公司债融资方案的地产上市公司。

嘉凯城此次拟发行总额不超过13亿元、期限不超过5年的公司债,用途为偿还部分公司债务、补充公司流动资金,以优化公司债务结构,改善公司资金状况。2011年及2012年,公司利息支出分别高达2.79亿元和3.49亿元,其中融资成本较高的信托类融资较多是主要原因。以2012年报为例,一年内到期的长期借款前五名中,信托类融资金额为20.8亿元。

信托融资成本整体偏高,而公司债的平均资金成本在7%以内,结合公司这次发债规模,公司融资结构将不断改善,初步估算发债之后嘉凯城每年可节约5000万元左右的财务费用。”财通证券房地产行业研究员认为:“发行公司债不仅可以提升公司的整体盈利能力,更有助于公司城镇化战略的快速推进。”

去年以来嘉凯城启动战略转型,以城镇商业作为主攻方向,并涉足保障和安居房建设,同时引入房地产金融提升协同效应,目前进入快速落地阶段。

(文星明 邢云)

马钢股份大股东 38亿接盘非钢资产

昨日,马钢股份(600808)与大股东马钢集团签订了《股权和资产出售协议》,拟以38.43亿元的价格向马钢集团出售包括马钢国际经济贸易总公司在内的12家子公司、重型机械设备制造公司等8项资产及未经审计的账面价值为8445.1万元的27处土地。本次资产转让标的不包括之前媒体猜测的马钢财务公司。

记者注意到,12家出售的子公司今年1-5月份营业收入为40.91亿元,实现的净利润为-2210万元。

马钢股份称,出售上述支持性的非钢铁主业资产,公司可以获得约38亿元的现金对价,可提升公司资产的流动性,预计每年减少财务费用约2亿元,能够使公司集中资源发展钢铁主业。整体来看,本次出售的标的资产账面增值9.18亿元,主要原因是标的资产所对应的土地增值较多,本次出售使马钢股份能够兑现资产增值收益。

马钢股份预计自年初至三季度末的累计净利润为亏损。虽然7月份以来钢材价格上升,公司降本增效工作升级,但是原材料价格上升幅度较大,而且公司上半年累计净利润仍为亏损。中报显示马钢股份今年上半年净利润为-3.33亿元,二季度减亏约5200万元。(程鹏)

