

# 双焦价格止跌回升迎拐点

专家:基本面不支持 回升或是昙花一现

5月8日,焦煤和焦炭期货主力合约价格强劲回升。其中,焦煤期货主力合约价格涨超6.76%,报收1412.5元/吨;焦炭期货主力合约价格涨超6.32%,报收2227.5元/吨。就在前一交易日(5月5日),焦煤和焦炭期货价格双双创下2020年10月份以来的新低。



资料图片

## 终端需求不佳 价格回升或是昙花一现

这次强劲的反弹,是否意味着焦煤和焦炭价格将迎来向上拐点?业内专家多数认为,此次上涨缺乏基本面支持,很难延续。

根据统计局和海关数据显示,今年1-3月份,国内生产原煤11.5亿吨,同比增长5.5%,进口焦煤2276万吨,同比增长85.5%,供应增量明显高于需求增量。

上海钢联煤焦事业部高级分析师熊超表示,今年焦煤供应增量大于需求增量,后市焦煤供应依然会呈现宽松局面。但现阶段部分配煤价格已接近动力煤价格,焦煤价格底部也有支撑,预计后市将维持低位震荡运行,全年价格重心依然维持下行态势。前期焦炭价格下跌,更多是因为成本下移、下游钢厂利润下滑及高炉检修增多、市场需求下滑等因素影响所致,未来价格走势仍将跟随成本和需求的波动。

“短期双焦基本面是终端需求不佳、跌价压力不减。”中信证券氢能行业首席分析师祖国鹏表示,“焦煤方面,市场延续弱势。随着焦炭降价落地以及双焦期货价格下跌,市场预期相对悲观,下游焦

钢企业表现谨慎,只是按需采购,维持低位库存;中间环节观望情绪浓厚,煤矿库存持续累积,焦煤价格仍有进一步下调可能,预计短期仍将维持弱势。焦炭方面,下游消费仍然低迷,即便是在传统旺季,成材库存依然偏高,市场悲观情绪浓厚,钢厂控产现象增多,对焦炭采购节奏放缓;焦炭价格目前已连续下跌六轮,后续不排除有继续下行的可能。整体来看,焦炭基本面仍略显宽松,价格或延续弱势运行。”

对于未来双焦价格走势,华泰期货研报认为,当前,市场交易核心在于现实消费转弱,钢厂利润微薄甚至亏损,利润开始向原料端挤压,铁水产量迎来高点,且已连续三周下降。钢价下跌、钢厂亏损,成本坍塌形成的负反馈,叠加后期压产预期较强,双焦供应端仍有大幅增量,预计双焦价格仍将维持震荡偏弱运行。

## 业绩表现不一 价格影响暂未传导至企业

焦炭、焦煤价格低位运行,相关上市公司的业绩表现不一。根据申万行业分类,今年一季度,11家焦煤上市公司营业收入合计

886.38亿元,其中,仅上海能源和淮北矿业两家公司实现营收同比增长;实现归属于上市公司股东的净利润合计162.03亿元,有7家公司实现同比增长。9家焦炭上市公司的营业收入合计280.61亿元,其中,仅开滦股份、宝泰隆、云煤能源等3家公司实现同比增长;实现归属于上市公司股东的净利润合计13.83亿元,有3家公司亏损。

笔者以投资者身份致电焦煤、焦炭行业上市公司,了解市场价格变化对公司的影响。兰花科创的煤炭产品以无烟煤、焦煤、动力煤为主,公司方面表示,“虽然目前焦炭、焦煤价格处于历史低位,但整体来看,价格并不是在最低点。价格变动会给公司利润带来一定影响,预计后续焦煤、焦炭价格走向应该会逐渐平稳。”

上海能源生产的煤炭主要是1/3焦煤、气煤和肥煤,都是优质炼焦煤和动力煤。同时,上海能源也是极少数2023年一季度实现营业收入和归母净利润双增长的公司。公司相关业务负责人表示,“中长期来看,焦炭、焦煤价格变化对配焦煤的价格走势有一定影响,但目前影响不是很大,配焦煤的价格仍处于高位。”

山西焦化的业务为焦炭及相关化工产品的生产和销售,2022年实现焦炭产量354.69万吨。公司方面表示,“原材料及产品价格的变化对公司业绩的影响有一定滞后性,目前公司生产经营暂未受到影响。后续若因原材料价格下降给公司业绩带来影响,公司会根据煤炭市场的变化来制定应对办法。”

开滦股份的主要业务包括煤炭开采、原煤洗选加工、炼焦及煤化工产品的生产销售,2023年一季度归母净利润同比下滑超40%。据公司相关业务负责人介绍,“期货价格变动对公司业绩会有相应的影响,但需要一定的传导时间,目前不会那么快反应出来。长远来看,焦炭、焦煤价格的变化与经济复苏情况有一定关联,随着各行各业生产经营逐步步入正轨,对焦炭、焦煤的需求应该也会相应增长。”

(刘钊)

## 资讯

### 碳酸锂价格 重返20万元/吨

5月8日,上海钢联发布的数据显示,电池级碳酸锂价格当日上涨1万元/吨,报收20.6万元/吨,单日涨幅远超前几个交易日。

在隆众资讯锂产业链分析师于亚楠看来,此次碳酸锂价格上涨较多,主要是受到市场情绪的推动。基本上,碳酸锂市场供大于求的局面尚未完全扭转,未来价格能否延续上涨,仍需视下游需求恢复情况而定。

“在市场情绪引导下,下游询盘询货力度增加。但锂盐厂看好后市需求,出现捂货不出、持货待涨的现象,叠加前期低价散货已消耗完毕,致使场内货源趋紧,推动碳酸锂价格重心不断上移。”于亚楠对当日碳酸锂价格的上涨分析称。

有机机构分析称,一季度是数码电子及动力市场的淡季。虽然数据显示,3月份我国新能源汽车销量65.3万辆,同比增长24.4%,环比增长40.6%,月度销量占今年一季度销量的41.2%,但此轮销量增长主要体现在消化前期整车库存,终端需求仍在大幅回落。

(陈子文)

### 终端需求回暖 MLCC厂商提价“有底气”

“公司多层陶瓷电容器(以下简称MLCC)的产能此前已经扩充完毕,目前基本可以满足订单需求,公司针对一些客户的不同产品价格有所提涨,但对长期客户会谨慎考虑。”公司相关负责人如是说。

近期,受手机、新能源汽车、家电等终端需求回暖带动,MLCC的出货开始逐步增长,部分企业纷纷选择涨价或考虑涨价。

东高科技投研院副院长刘飞勇表示,预计年内国产MLCC需求量相比2022年会企稳回升。此外,随着国内经济逐渐复苏,年内陶瓷电容器下游需求释放有望持续向好,产品价格以及行业景气度将不断上行。

据了解,受终端市场需求下滑影响,素有“电子工业大米”之称的MLCC近两年出货价格持续下滑,跌价周期超过14个月,今年以来这一情况逐步得到好转。

风华高科相关负责人表示,“目前,公司MLCC产线稼动率相较一季度有所提高。公司一直按实际情况推进扩大MLCC产能相关的募投项目。”

刘飞勇表示,MLCC行业具有比较明显的周期属性,产品价格主要受供需关系的影响,厂商是否提价与下游需求企稳关系密切,此前较长一段时间MLCC行业呈现供大于求的情况,但目前供需关系的好转使得国内厂商有底气对相关产品进行提价。

(李正)

## 叶冉:抓住烘焙行业成长新动力,实现企业韧性成长

随着烘焙市场的发展,烘焙行业迎来新一轮洗牌,而危机来临的同时对烘焙业一定伴随着另一种机遇。寻找烘焙行业成长新动力,实现企业韧性成长,成为原麦山丘 & M'Cake 创始人叶冉等烘焙人当下共临的课题。

在此背景下,由中国焙烤食品糖制品工业协会和北京贝克瑞会展服务有限公司主办的第2届烘焙行业峰会(Bakery China Summit)于2023年3月7日至8日正式在深圳湾万丽酒店如期举行。

作为烘焙行业另人瞩目的盛会,第2届烘焙行业峰会的主题是“寻找烘焙行业成长新动力”,峰会涵盖了:连锁门店经营与管理、焙烤新国潮、营销管理、供应链管理、品牌创新、健康烘焙、预制

烘焙等最热门话题。以叶冉代表的原麦山丘为首的烘焙品牌等行业头部企业与专家们共聚一堂,共同探讨对中国烘焙行业有着重要影响力的话题。

“原麦山丘”创始人叶冉,此次以特邀VIP身份出席此次峰会,分享他在行业中的得与失。叶冉同时出席了3月7日下午举行的圆桌讨论,与讨论嘉宾共话新市场形势下,连锁烘焙门店的高质量发展之路。在讨论中,叶冉从企业运营表现、企业研发分析、消费者洞察等多个角度进行了深度解读,对当前市场环境下的行业变革、渠道潜力、消费者关注及市场机遇等对未来烘焙企业的创新升级、低碳转型与新型营销的影响进行了深度思考,收获了与会嘉宾们的一致赞同。叶冉在峰会上分享了利用线

上、线下联动打造全新的营销模式、品牌创新等方面的成功经验,从而带领原麦山丘站在行业前端,抓住烘焙行业成长新动力,实现企业韧性成长的心得。能够邀请到叶冉这样在烘焙行业起到带头作用的企业家出席本次峰会正契合了峰会的宗旨,即:“通过行业智慧共享”穿越周期、韧性生长,一起寻找烘焙行业成长新动力。

成立多年来,“原麦山丘”在叶冉的带领下,成为了“软欧包标杆”的行业品牌,以持续的产品研发与创新力,引领着中国烘焙市场的创新发展。叶冉表示,烘焙行业历久弥新,要在不断创新中实现自我成长才是行业长久发展之计。除了做出好面包,叶冉提出了理想生活场景的打造,从一份新鲜出炉的

吐司,到一杯香气四溢的咖啡,让顾客在“原麦山丘”尽享温馨生活体验。这只是叶冉对“原麦山丘”战略布局的一隅,凭借着前瞻性的市场判断与大力推进的产品创新,对消费者心理的揣摩,无不彰显着叶冉作为一个优秀企业家所拥有的行业智慧,也正因为有他的带领,“原麦山丘”才能够在不断变化的市场中收获成功,成为拥有30多家直营门店、年营业额数亿、在烘焙行业持续绽放异彩的头部烘焙品牌。

“乘风破浪海,逐浪立潮头”。深耕烘焙行业无数载光阴,叶冉不仅赋予“原麦山丘”品牌经久不衰的生命力,还凭借着高超的运营能力推动着烘焙行业的迅猛前行。

(高浩)