

成本承压 食品企业涨价多米诺

继瓜子、酱油、速冻食品之后，饼干也要涨价了。11月3日，“奥利奥饼干将在2022年提价”的消息传遍市场。奥利奥母公司亿滋国际（Mondelez）首席执行官冯朴德（Dirk Van de Put）公开表示：“2022年一开始，公司在美国的产品价格将上涨7%。”虽然目前市场端的奥利奥涨价范围尚未提及中国市场，不过，在业内人士看来，涨价大潮下，奥利奥涨价难免会波及中国市场。

除了亿滋国际，雀巢、可口可乐、达利集团等多家知名跨国食品企业也已宣布涨价。与此同时，国内食品龙头海天味业、洽洽食品、恒顺醋业、安琪酵母等也纷纷宣布涨价，提价幅度最高达18%。各食品企业给出的涨价理由无一例外离不开原材料等成本上涨、利润缩减。但涨价真的能提振业绩吗？在业内人士看来，涨价或能暂时从成本端缓解压力，但能否提高利润，改善业绩还要看企业自身实力。

部分食品企业提价幅度一览



依赖全球供应链的企业除了应对上游大宗商品和劳动力价格上涨外，还需要消化物流成本的增加，面临的成本压力或更大。

提价补利能否奏效

成本提升，利润缩减，进而提价以补差额。看似顺理成章的业绩补救措施真的能实现吗？

在业内人士看来，提价对于大部分企业来说可以短时间内在一定程度上缓解成本上涨带来的压力，但难从根本上解决盈利增收问题，尤其是在行业中竞争力不强的企业，很有可能在涨价潮中被淘汰掉。

“此轮提价主要系部分企业在成本普涨压力下被迫提价，后续能否顺利传导取决于终端需求情况及细分竞争格局；短期来看，仍需进一步观察需求恢复情况能否顺利消化提价影响；中期来看，若未来上游成本回落、下游动销开始提振，提价企业的利润弹性将得到较为明显的体现。”国泰君安证券分析认为。

事实上，恒顺醋业在公布涨价信息时就曾坦言：“本次部分产品调价可能对公司产品市场占有率有一定的影响，加上成本上涨因素，因此产品调价不一定使公司利润实现增长，请广大投资者注意投资风险”。

在中国食品产业分析师朱丹蓬看来，受成本上升影响，企业提价本身为了降本增利无可厚非，但在国内食品行业竞争加剧的背景下，企业是否有提价的底气，能否保证提价后客户不流失还很难说。因此从发展趋势来看，这一波涨价对于食品企业来说或是分化的节点，强者恒强弱者更弱的马太效应将进一步显现。

“成本上涨短期内很难回落，企业必然会将压力向下游消费者转嫁，在此情况下，食品企业可以在社会消费力出现分化的时候，利用基础领域的研发与创新优势，针对中高端消费群体开发收益率更高的产品或服务。”沈萌说。

北京商报记者 郭秀娟 王晓

集体涨价

从酱油到醋，从水饺到鱼丸，从瓜子到饼干……涨价潮正在逐步侵袭“干饭人”的钱包。

11月3日，据外媒报道，亿滋国际首席执行官冯朴德表示，公司旗下包括奥利奥饼干在内的产品将在2022年提价。冯朴德在接受采访时称：“目前来看，2022年一开始，公司在美国的产品价格将上涨7%。”他指出，由于商品价格上涨和运输短缺，公司预计明年的成本通胀将跃升6%。

虽然目前市场端的奥利奥涨价范围尚未提及中国市场，不过在香颂资本董事沈萌看来，对于亿滋国际来说，中国是主要销售市场之一，不可能在全球性涨价计划中“独善其身”。

无独有偶，今年以来，多家知名跨国食品

企业也相继宣布涨价。达利食品宣布自8月16日起，对旗下食品三大系列部分产品调价；4月19日，可口可乐CEO詹姆士在采访时称，将通过提高饮料价格，来应对成本上涨的影响；食品巨头雀巢首席财务官Franois-Xavier Roger近日在巴黎全球消费品大会上也表示：“预计明年的投入成本通胀很可能会高于今年，这将导致雀巢的价格上涨”。

与此同时，国内食品行业的涨价浪潮也此起彼伏，最高涨幅可达18%。10月22日，洽洽食品发布公告称：“对葵花子系列产品以及南瓜子、小而香西瓜子产品进行出厂价格调整，各品类提价幅度为8%~18%不等”。10月12日，海天味业宣布对酱油、蚝油、酱料等部分产品的出厂价格进行调整，主要产品调整幅度为3%~7%不等。随后，恒顺醋业、安井食品也宣布对其产品分别提价5%~15%和3%~10%不等。

关于旗下产品是否会提价，休闲零食企

业三只松鼠和好想你方面在接受北京商报记者采访时均表示，暂时没有提价计划”面对原材料成本上涨，好想你一方面做好了原材料储备工作，目前冷库内的成本是固定的；另一方面，好想你还利用了期货套期保值工具。因此好想你短期内并没有涨价计划。”好想你相关负责人在接受北京商报记者采访时表示。

成本高企

各食品企业给出的涨价理由，无一例外离不开原材料等成本上涨、利润缩减。

对于提价原因，雀巢相关负责人在接受北京商报记者采访时称：“通货膨胀对整个食品饮料行业的影响日渐明显。与业内同行一样，雀巢也面临能源、运费等成本上涨等带来的挑战。据2021年前9个月财报显示，成本通胀的影响预计约占2021年全年商品销售成本的4%，相较同年7月变得更为显著。雀巢一

直在以负责任的方式应对这一挑战，也将以负责任的方式进行提价”。

同样，安井食品也在产品价格调整的公告中表示：“鉴于各原材料、人工、运输、能源等成本持续上涨，公司对部分产品价格进行上调”；恒顺醋业、海欣食品、洽洽瓜子等食品企业均在调价公告中提及了“原材料、人工、能源、运输等成本持续上涨”的影响。

事实上，成本上涨已经直接影响到企业的利润增收。数据显示，恒顺醋业三季度营收、净利双双下滑，分别下降34.97%和91.19%；海欣食品三季度不仅营收下降1.35%，还亏损663.64万元；此外，调味品龙头海天味业二季度也出现营收净利双双下滑，创上市以来首次单季度业绩下降。

在沈萌看来，上游大宗商品和人力资源成本不断上涨实在一定程度上影响了企业的营业利润，这也是短时间内各大食品企业纷纷涨价的主要原因。相比于国内品牌，部分

首次披露研发进展 腾讯芯片不“佛”了

和已经发布并升级芯片产品的阿里和百度相比，腾讯对芯片似乎更佛系。11月3日，腾讯首次披露：目前腾讯在三个芯片方向上已有实质性进展，分别是针对AI计算的紫霄、用于视频处理的沧海以及面向高性能网络的玄灵，其中紫霄已经流片成功。不过对于上述芯片的量产、应用和商业化等后续计划，腾讯相关人士对北京商报记者保持沉默，这与百度昆仑和阿里平头哥的高调形成鲜明对比。互联网企业的芯片多聚焦在AI、云计算等场景，采用设计自研，制造代工的模式，更像一个业务辅助，背后的逻辑是优化底层基建，为云+AI整体解决方案加分。

一款流片成功

“腾讯在芯片领域一直在积极探索，并且有着长期的投入。面向AI计算、视频处理、高性能网络这三个业界存在强烈需求的场景，腾讯的芯片研发已经有了实质性进展。”11月3日，腾讯公司副总裁、云与智慧产业事业群COO兼腾讯云总裁邱跃鹏详细介绍了腾讯芯片进展：“目前，腾讯的AI推理芯片紫霄已经流片成功并顺利点亮，性能相比业界提升1倍；腾讯硬件编码器首次参加MSU视频编码器大赛就拿到冠军，背后是我们自研的视频转码芯片沧海，和业界相比，压缩率提升了30%；最新研发的智能网卡芯片玄灵相比业界性能提升了4倍。”

但除了技术和性能上的数据，以及笼统的合作计划，截至北京商报记者发稿，腾讯相关人士对芯片应用、商业化等问题均没有做出回应。

在和百度昆仑芯商业分析师宋春晓交流时，她向北京商报记者介绍了芯片的整体研发和生产流程：“一款芯片的前端和后端设计

要耗时1~3年，设计完成后的流片环节，需要3~6个月，还会有流片失败一切重来的风险。流片失败3~5次是非常正常的现象。当然，如果流片成功，仍然还需要经过3~12个月的测试调优，才能实现最终的量产。所以说一款芯片的真正量产，一般要经历2~5年。百度昆仑芯二代产品都在一年半左右完成设计，也都是一款流片成功”。

投资早自研起步晚

其实，这三款芯片不是腾讯在该领域的唯一成果。天眼查信息显示，腾讯在2018年8月、2019年6月、2020年5月、2021年1月四次投资芯片企业燧原科技，目前，燧原科技发布第二代AI芯片，并预计今年底量产。2020年，腾讯成立了专注芯片研发的蓬莱实验室，旨在实现芯片端到端设计、验证全覆盖。

邱跃鹏还表示，腾讯通过生态共建的模式，与国内外芯片企业保持深度合作，把芯片的定制化能力和软件的定制化能力结合起来，为客户提供更多元化和更适配的选择。

这种共建模式，和阿里及百度的做法类似，不过略显迟缓。不久前，阿里旗下半导体公司平头哥发布自研云芯片倚天710。在倚天710之前，平头哥已经推出了处理器和AI芯片。百度和阿里的节奏相当，8月百度宣布第二代自研AI芯片昆仑2正式量产，2018年发布的昆仑1已在百度搜索引擎、小度等业务中部署超2万片，服务50多家外部客户。

配合云+AI战略

“互联网企业做芯片不是必选项，因为这不是它的主业。各家对芯片行业的态度，主要还是看芯片和自身业务的结合。”比达咨询分析师李锦清告诉北京商报记者。

以百度和阿里为例：“在AI计算方面，如果没有自己的芯片未来很难做，Google也在做自己的芯片。阿里从2009年开始做云计算，那时候各大公司很少有重视云计算的，现在阿里成了国内最大云计算公司，芯片也是循序渐进的，从AI芯片、服务器芯片到CPU芯片，越来越通用”。文渊智库创始人王超向北京商报记者直言。

如果用腾讯高管介绍产品的篇幅来判断具体业务之于腾讯的重要性，芯片不是唯一重点。在演讲时，邱跃鹏将芯片归纳在海量计算范畴，在他看来海量计算是全真互联网时代的三大技术之一：“芯片是硬件中最核心的部分。在强大的硬件基础设施之上，腾讯通过公有云、私有云以及客户本地集群构建了无所不在的云服务。”邱跃鹏这样说。

在做横向比较时，王超认为：“腾讯的三款芯片针对AI、视频和网络运算，和自己的业务都可以做结合，比如腾讯自己的AI部门、腾讯视频等，但是腾讯做芯片没有置之死地而后生的意思，不像百度和阿里那样，和自身业务结合得那么紧密”。北京商报记者 魏蔚

国家发改委:全国电厂存煤突破1.1亿吨

进入11月，全国煤炭产量继续呈现高位增长态势。据“国家发展改革委”微信公众号11月3日消息，国家发展改革委同有关部门全力推动煤炭增产保供，加强产运需衔接，不断提高电煤供应和调运能力，10月以来全国电厂供煤持续大于耗煤，存煤水平快速提升。

截至11月2日，全国电厂存煤突破1.1亿吨，较9月底增加超过3100万吨。尤其是10月19日以来，电厂供煤屡创新高，供煤大于耗煤最高达到230万吨，电厂存煤快速攀升，将有力保障发电供热用煤需求，确保人民群众温暖过冬。

11月2日当天，全国煤炭日产量达到1167万吨，接近今年产量最高峰值，为今年以来产量第二高峰，较10月初增加约100万吨。随着各项增产保供措施持续落地见效，全国煤炭日产量有望突破1200万吨。

在市场方面，煤炭板块11月3日大幅反弹，截至收盘，山西焦煤、兖州煤业涨停，平煤股份涨超8%。国内期市夜盘，煤炭期货持续反弹，焦煤、动力煤一度涨超6%，焦炭涨超4%。

此外，为保障和督促煤炭中长期合同履约双方积极履约、规范长协煤流通秩序，按照煤电油气运保障工作部际协调机制相关部署，11月3日上午，国家发展改革委组织召开全国长协煤流向监管工作视频会议，介绍并部署煤炭中长期合同履约监测系统数据填报工作，委党组成员、秘书长赵辰昕出席并讲话。

会上，国家发展改革委评估督导司负责人介绍了构建长协煤流向监管系统的前期工作情况，全国煤炭交易中心负责人介绍煤炭中长期合同履约监测系统报送内容、范围和具体要求，国家发展改革委经济运行调节局、国家公共信用信息中心负责

人分别围绕长协煤履约和监管介绍了下一步工作考虑。

赵辰昕在讲话中强调，长协煤不仅是稳定市场的“压舱石”，更是发电、供热等关系国计民生重点领域用煤保障的“主力军”，强化长协煤流向监管、督促签约双方积极履约，对于做好今冬明春乃至今后能源保供工作具有重要意义。

一是要高度重视，充分认识煤炭中长期合同履约监管的重要性，将做好履约数据每周填报作为一项基础性工作，长期坚持下去。二是要落实责任，及时准确填报长协煤供应接收数据。当前所有参与今年四季度补签中长期合同的煤矿、燃煤电厂、热电厂和民用采暖燃煤供热企业都要纳入长协煤流向监管系统数据填报的企业范围，履行企业经营责任和社会责任，不折不扣做好数据填报工作，并对数据的真实性负责。三是要强化监管，以扎实、高水平中长期履约保障国家能源安全。全国煤炭交易中心、国家公共信用信息中心要定期对供需双方填报数据进行汇总分析和交叉比对，国家发展改革委相关司局将适时组织实地督查核实，并加强信用综合监管，将煤炭中长期合同扎实履约作为保能源安全的重要抓手。

国家发展改革委等部门还开展了煤炭产地存煤场所清理整顿工作的部署，山西、内蒙古、陕西开展专项整治行动，通过设立举报电话、实地调查检查等方式，对本辖区内存煤场所进行全面摸排，分类加强监管和清理整顿，坚决清理取缔未经批准以及未办理用地、环保、安全等手续的存煤场所，严厉打击利用违规存煤场所囤积居奇、哄抬煤价等非法牟利行为，切实维护煤炭经营市场秩序。

北京商报综合报道