

【纺企调查】 节前补库带动走货转暖 纺企产销率回升

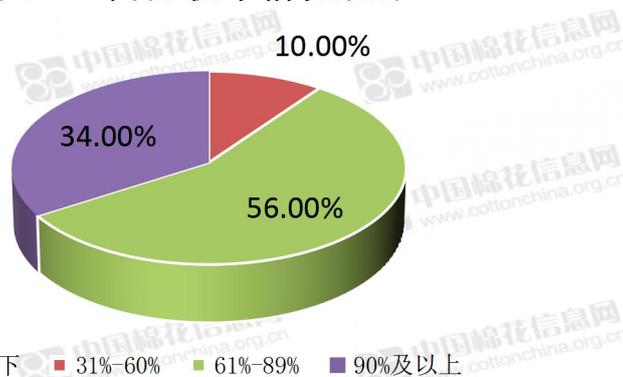
中国棉花信息网专稿 12月以来，宏观环境整体偏暖，国际层面美联储决议使市场对于降息预期整体偏强，同时国内宽松货币政策的颁布也对市场起到一定提振作用。产业方面，受下游冬春服装、家纺订单下达以及出口订单好转影响，纱线市场走货回暖，且贸易商有一定资金回笼，暂停低价抛货，也相对缓解市场压力。12月中下旬红海局势持续紧张，海运受阻，部分欧洲订单提前下达，出口订单再度转暖。整体来看，12月市场呈现偏暖态势，在贸易商季节性补库的带动下，下游整体产业链流动性增强，纺企经营压力有所缓解，部分纺企暂缓提前放春节假期。

一、企业12月整体运营情况如下：

1. 纺企12月开机率整体小幅上升

据调查，12月开机率达90%及以上的企业占34%，较上月上升6个百分点；开机率在61%-89%的企业占56%，较上月上升12个百分点；开机率在31%-60%的企业占10%，较上月下降14个百分点；无企业开机率在30%以下，较上月下降4个百分点。

图1 12月开机率情况统计

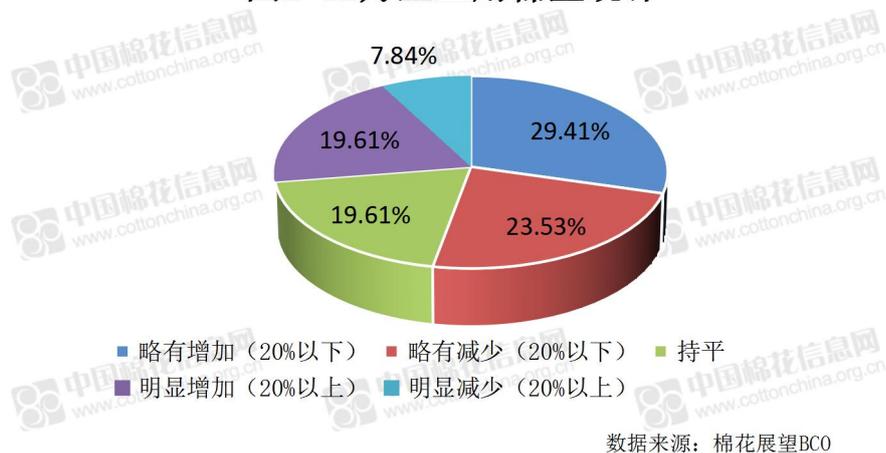


数据来源：棉花展望BCO

2. 企业用棉量整体偏增

12月企业用棉量略有增加，据调查，12月用棉量增加的企业占49.02%，较上月上涨25.02个百分点，其中略有增加（幅度在20%以下）的企业占比为29.41%，明显增加（幅度在20%以上）的企业占比为19.61%；用棉量减少的企业占31.37%，较上月下降26.63个百分点，其中略有减少（幅度在20%以下）的企业占比为23.53%，明显减少（幅度在20%以上）的企业占比为7.84%；用棉量持平的企业占19.61%，较上月上涨1.61个百分点。

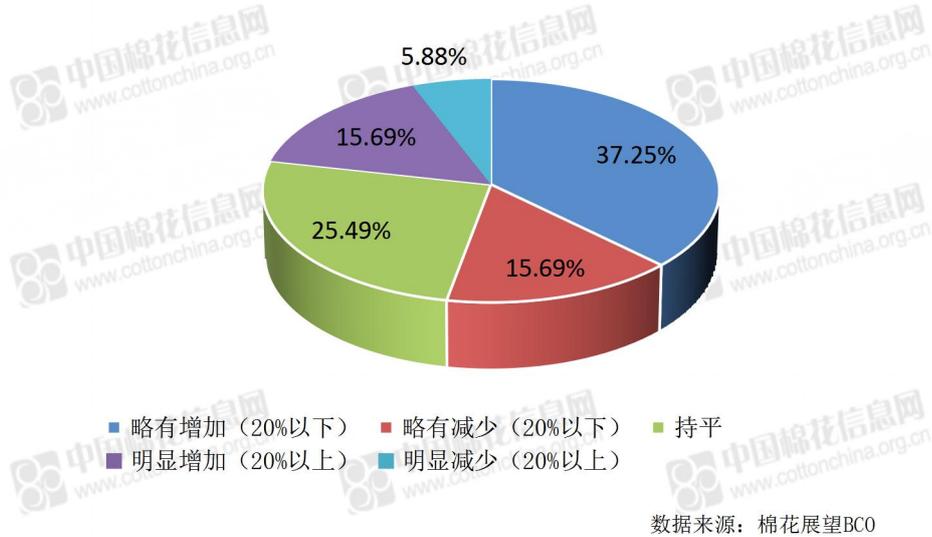
图2 12月企业用棉量统计



3. 12月纺企订单止跌反弹

从企业的订单情况可以看出，12月份下游需求好转。据调查，12月企业订单数增加的占52.94%，较上月上涨34.94个百分点，其中略有增加（幅度在20%以下）的企业占比为37.25%，明显增加（幅度在20%以上）的企业占比为15.69%；企业订单数持平的占25.49%，较上月上涨21.49个百分点；订单数减少的企业占21.57%，较上月下降56.43个百分点，其中略有减少（幅度为20%以下）的企业占比为15.69%，明显减少（幅度为20%以上）的企业占比为5.88%。

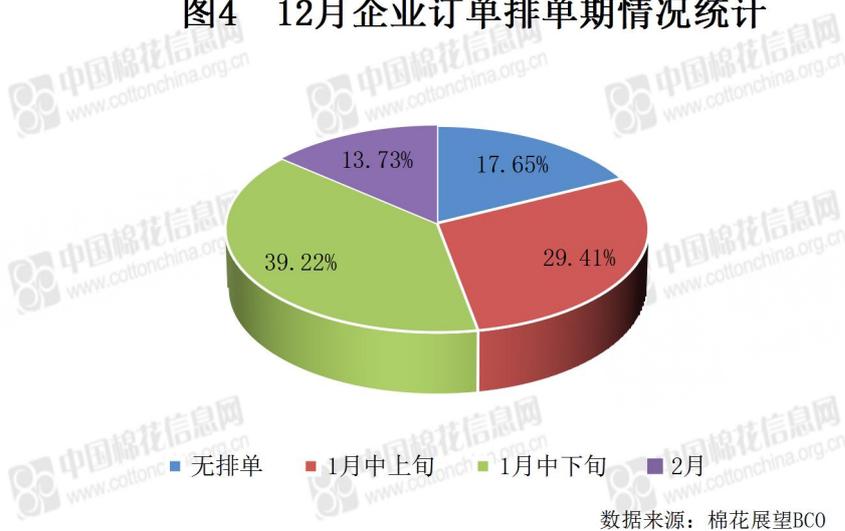
图3 12月企业订单情况统计



4. 订单排单期小幅增加

从企业订单排单期情况来看，无排单的企业占17.65%，较上月下降2.35个百分点；企业排单期在15天以内的占29.41%，较上月下降2.59个百分点；排单期在15-30天的占39.22%，较上月上升3.22个百分点。排单期在30-60天的企业占比13.73%，较上月上升1.73个百分点。

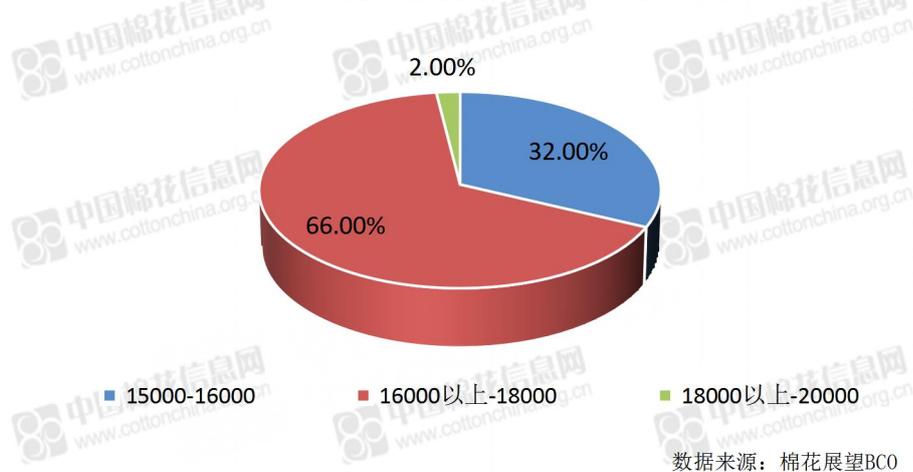
图4 12月企业订单排单期情况统计



5. 库存棉花平均成本小幅下滑

经统计分析，企业库存棉花的平均成本在18000-20000元/吨之间的占比为2%，较上月下降4.12个百分点；16000-18000元/吨的企业占比为66%，较上月下降5.43个百分点；库存棉花的平均成本在16000元/吨以下的企业占32%，较上月上涨9.55个百分点。

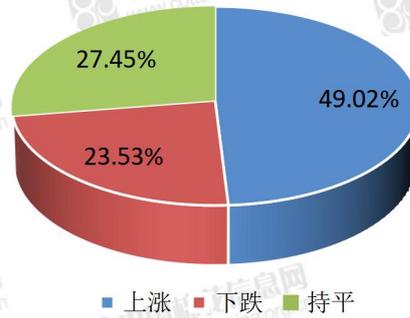
图5 12月库存棉花平均成本统计



6. 大多数企业棉纱价格稳中上涨

从企业的棉纱价格情况来看，23.53%的企业棉纱价格出现下跌，较上月下降58.47个百分点，49.02%的企业棉纱价格有所上涨，较上月上涨35.02个百分点；27.45%的企业棉纱价格持平，较上月上涨23.45个百分点。整体来看，在原料成本走强、下游走货好转的情况下，棉纱价格有所上涨。

图6 12月棉纱价格变化情况统计

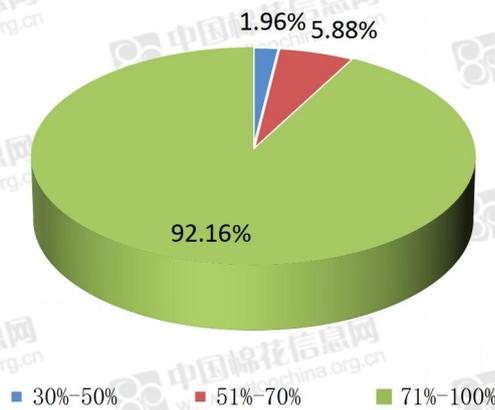


数据来源：棉花展望BCO

7. 纺企产销率明显回升

12月纺企产销率整体上涨，企业棉纱产销率在71%-100%之间的占92.16%，较上月上升26.16个百分点；产销率在51%-70%之间的占5.88%，较上月下降26.12个百分点；产销率在30%-50%以下的企业占比为1.96%，较上月下降0.04个百分点；无企业产销率在30%以下。

图7 12月棉纱产销率统计

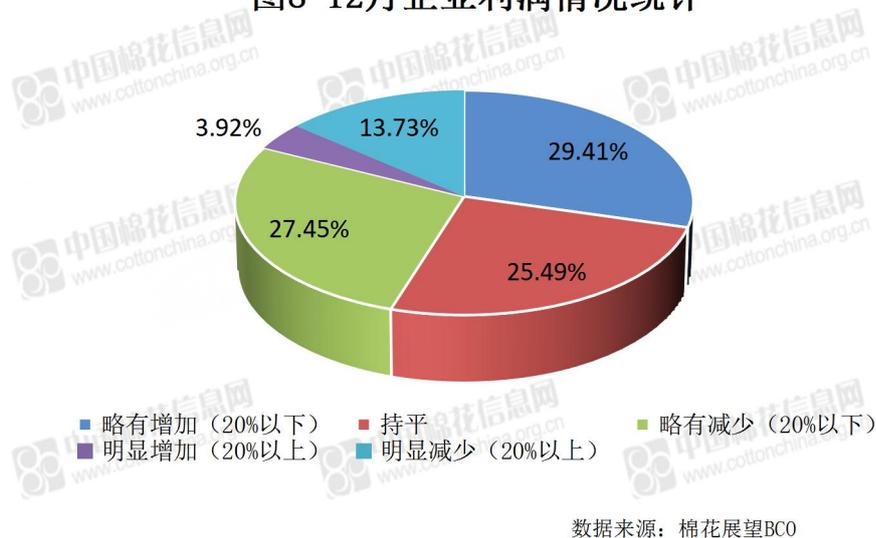


数据来源：棉花展望BCO

8. 超5成企业利润稳增

由于贸易商暂停抛货以及下游需求走强，12月纱线价格有所上涨，纺企经营压力转小。从企业的利润情况来看，企业利润减少的占41.18%，较上月下降34.82个百分点，其中略有减少（幅度在20%以下）的企业占比为27.45%，明显减少（幅度在20%以上）的企业占比为13.73%；企业利润较上月持平的占25.49%，较上月上升15.49个百分点；利润较上月增加的占比为33.33%，较上月上升19.33个百分点，其中略有增加（20%以下）的企业占比为29.41%，明显增加的企业占比为3.92%。

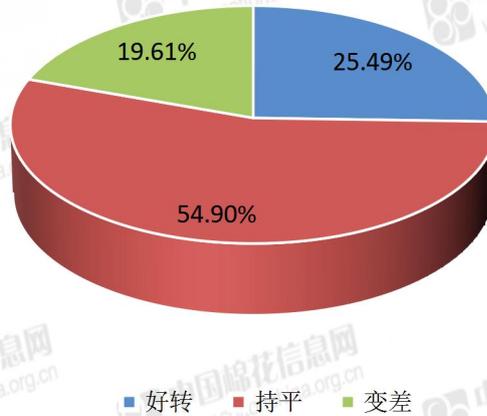
图8 12月企业利润情况统计



9. 超8成企业认为12月下游情况稳中向好

因下游消费疲软、订单稀缺，大多企业认为下游情况在变差。企业反映12月下游情况在变差的占19.61%，较上月下降51.82个百分点；企业反映较上月变化不大以及不确定的占54.90%，较上月上升38.58个百分点；企业认为下游好转的占比为25.49%，较上月上升13.25个百分点。

图9 12月下游情况统计



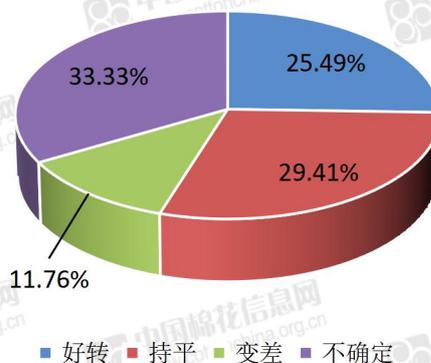
数据来源：棉花展望BCO

二、大多企业对后市预期有所转好

1. 认为下月市场行情会变差的企业不足两成

从企业的预期来看，1月下游行情或不会大幅变差。企业认为下游会变差的占11.76%，较上月下降20.89个百分点；认为持平的企业占29.41%，较上月上涨17.17个百分点；仍对下游抱有不确定性的企业占33.33%，较上月下降7.49个百分点；认为会好转的企业占25.49%，较上月上升11.2个百分点。

图10 预计1月下游情况统计

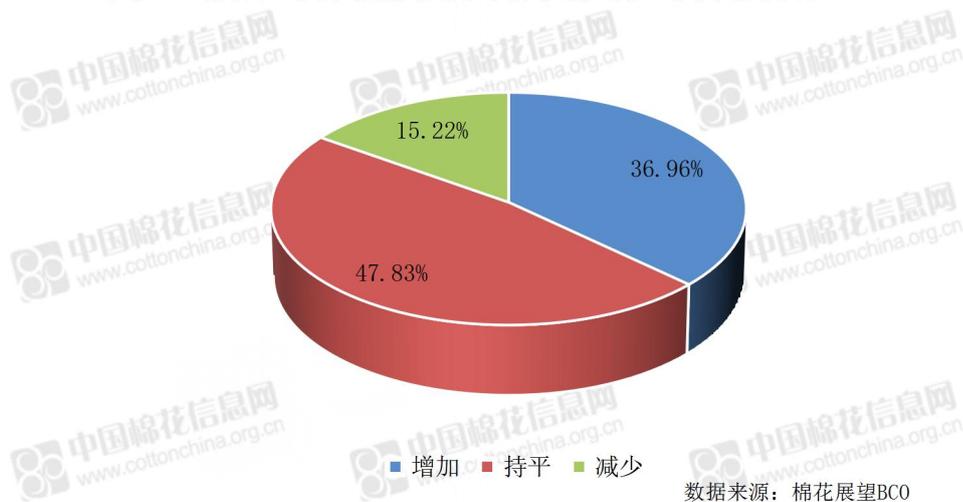


数据来源：棉花展望BCO

2. 企业预计1月底棉花库存或小幅增加

从企业对棉花原料库存1月底的预期来看，企业认为棉花库存将会增加的占36.96%，较上月上升12.52个百分点；企业认为棉花库存将会基本保持的占47.83%，较上月上升1.16个百分点；企业预计棉花库存减少的占15.22%，较上月下跌13.67个百分点。

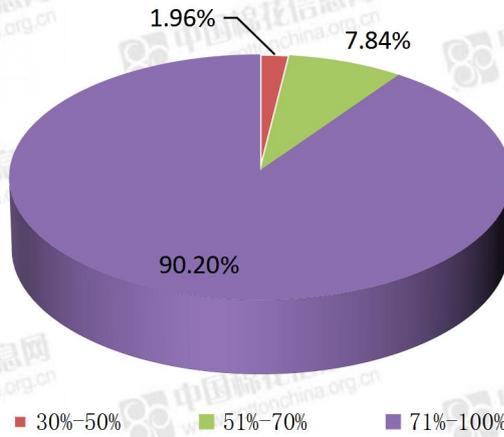
图11 预计1月底棉花原料库存较12月底统计



3. 企业整体预计1月产销率将有所提高

因下游需求好转，部分纱厂对1月产销预期较好。从企业对棉纱产销率的预期情况来看，预计1月产销率在71%-100%之间的占比为90.2%，较上月上升26.2个百分点；产销率在51%-70%之间的占比为7.84%，较上月下降22.16个百分点；产销率在30%-50%之间的企业占比为1.96%，较上月下降4.04个百分点；无企业产销率在30%以下。

图12 预计1月棉纱产销率情况统计



数据来源：棉花展望 BCO

三、结论

综上所述，12月纺企开机率、用棉量以及订单情况等止跌反弹，虽12月份棉价有所上涨，但下游走货回温，棉纱价格上涨，纺企业经营情况略有好转。整体来看，如今部分品种去库效果较好，节前贸易商季节性补库促进产业流动性，但下游市场是否就此反转仍待验证。季节性补库过后，节后订单的持续情况仍需持续关注。



如有与本文内容相关的问题，请联系作者

作者：中国棉花信息网

座机：010-88086622-857

数据开发合作、报告定制、意见建议

联系人：邓真良

电话：010-88086622-819

微信：13810146109 (mhxxw001)

加入贵宾网员、商务合作

联系人：李楠

电话：010-88086622-801

公司介绍/法律声明

中国棉花信息网

中国棉花信息网由全国供销合作总社棉麻局、全国棉花交易市场共同创办，于1998年6月试运行。中国棉花信息网致力于向广大用户提供权威、准确、全面、及时的棉花行业信息相关资讯报道，并为广大涉棉用户提供信息咨询服务！

北京棉花展望信息咨询有限责任公司

北京棉花展望信息咨询有限责任公司（以下简称信息公司）创建于2004年，目前由全国棉花交易市场控股，为涉棉行业提供棉花市场数据、信息等基础信息服务和投资咨询服务。

北京棉花展望信息咨询有限责任公司依托中国棉花信息网，为行业传递有价值的信息，并不断开拓新的服务与产品，打造一流棉花信息服务和咨询平台，竭诚为广大涉棉企业服务。

版权声明

1、本报告版权为北京棉花展望信息咨询有限责任公司（中国棉花信息网）所有，报告中所有的文字、图片、表格均受有关商标和著作权的法律保护，采集于公开信息的部分文字和数据，所有权为原著者所有。报告有偿提供给限定客户，仅供客户在分析研究过程中参考。任何单位和个人不得用作商业或其他用途。

2、未经本公司（中国棉花信息网）授权，禁止任何单位和个人以任何方式抄袭、改编、转发本报告部分或全部文字及图片，在任何媒体上（包括互联网）公开引用本报告的数据和观点。如需转载请与我公司联系010-88086622，经授权后援引本报告中的数据或相关结论观点时需注明出处，全文或部分转载还需添加源链接。违者本公司（中国棉花信息网）将依法追究其法律责任。

3、凡在本网申请注册的用户均受本报告一切有关版权之条款约束。

免责条款

本报告中行业数据和相关市场预测除署名外，均为展望公司调研及其他研究方法获得，仅供参考。本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给购买报告的客户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。