

2013: “疯狂的石头”不再疯狂

■本报记者 计红梅

短短十几年来,铁矿石价格就由每吨20多美元上涨至100多美元,也因此被称为“疯狂的石头”。

2012年年初以来,由于钢铁行业需求下降,铁矿石价格一度拉低。然而,随着最近钢铁企业产能的增加,铁矿石价格又再度上扬。

普氏能源资讯最新数据显示,2012年12月14日发往中国的基准铁矿石(含铁62%)价格上涨至132.75美元/吨,创下2012年7月以来最高水平。与2012年9月初88.75美元/吨的年内低点相比,铁矿石价格在短短三个月内上涨约50%。

在业已到来的2013年,铁矿石是否还会继续“疯狂”,高达60%的对外依存度是否有望下降?《中国科学报》记者近日采访业内专家了解到,悄无声息中,由“疯狂的石头”所引发的供需关系已然发生变化。

盘整后继续下探

作为钢铁的主要原料,铁矿石价格不仅决定着钢铁企业的利润空间,也被看做是反映经济变化的先行指标。这也意味着,经济运行的总体趋势决定着铁矿石未来的价格走向。

谈及2013年的经济形势,国务院发展研究中心宏观经济部部长余斌告诉《中国科学报》记者,“2013年世界经济仍处于金融危机后的调整期,结构改革不到位和需求增长乏力等问题难以根本改观,因此消费与出口增长与2012年大体持平,但投资增长面临下行压力”。

从GDP季度累计同比增长看,从2010年第二季度开始一直到现在最新一轮经济回调,是我国自1992年开始发布该指标以来回调时间最长的一次。与此同时,经济增长也明显偏离了2002-2011年10.6%的季度平均增幅。

余斌认为,这主要是因为我国经济正处于增长阶段转换和寻求新平衡的关键期。在这一阶段,原有竞争优势逐渐削弱,新的竞争优势逐渐形成,需要重新寻找并建立新的平衡,因此经济运行总体比较脆弱。

与铁矿石及钢铁行业密切相关的是,出口不振、产能过剩和利润偏低将影响制造业投资增长。此外,根据“十二五”规划部署,虽然“用钢大户”公路、铁路、地铁、水利等基建投资2013年仍有一定增长潜力,但地方负债率较高,民生类支出压力较大,导致基建投资扩张能力受到限制。

中国冶金矿山企业协会秘书长杨家声也在近日由冶金工业规划院主办的2012铁矿石发展高峰论坛上表示,2012年到2013年全球经济复苏道路依然曲折,经济增长前景的压力十分沉重,中短期难以摆脱“弱增长”格局。

他告诉《中国科学报》记者,2012年钢铁行业是最近十几年来最艰难的一年,无



缺少“中国需求”因素的铁矿石需求增长幅度将显著下降。

图片来源: www.ceh.com.cn

论是生产企业还是贸易企业,均面临极大的生存压力。虽然业界对2013年充满期待,然而现阶段钢铁行业已然步入调整周期,在经济低速增长的背景下,未来钢铁供需矛盾将进一步加剧,而铁矿石价格也将震荡下行,在盘整后继续下探。

供需关系悄然变化

生铁产量是衡量铁矿石消费的最恰当指标。从2000年到2011年,世界生铁产量增长了5.27亿吨,中国生铁产量则增长了4.99亿吨。21世纪以来,世界新增生铁产量90%以上来自中国。

国土资源部信息中心资深专家马建明告诉《中国科学报》记者,上述数据不仅表明世界钢铁工业发展的重点开始向发展中国家转移,也意味着中国钢铁工业的快速发展是拉动世界铁矿石需求大幅增长的主要推手。

进入本世纪以来,美国、英国、法国、日本、德国等工业化国家的钢产量呈下降趋势,而中国、印度等发展中国家和新兴工业化国家,则成为世界钢铁生产的主力。

以2000年到2011年的粗钢生产为例,中国粗钢产量的增量占据了世界粗钢产量增量的77.5%。铁矿石的进口量也随之大而增长。这两年来,中国铁矿石的进口量已占世界铁矿石贸易量的60%以上。

2000年以来,由于铁矿石需求旺盛,加

上必和必拓等世界三大铁矿石巨头对国际市场铁矿石贸易的垄断控制,致使铁矿石价格不断攀升,最高时达到每吨180多美元,大大挤压了我国钢铁企业的利润空间。

不过,这样的局面正在发生改变。杨家声告诉《中国科学报》记者,“中国铁矿石需求已进入低速增长阶段,人均粗钢消费增幅接近由大到小的转折点,钢铁需求增幅将进入下行通道。”

他预计,随着经济结构的调整和发展方式的转变,我国钢材消费峰值在2020年前后出现,2015年以后中国铁矿石需求量将呈现下降趋势。

随着“中国需求”因素减弱,以印度等为代表的新兴工业化国家粗钢需求将进入快速增长阶段,并成为推动全球铁矿石需求持续高涨的主要动力。但是,缺少“中国需求”因素的铁矿石需求增长幅度将显著下降,由2001-2011年6.5%的年均增长下降到3%以下的年均增长。

多管齐下降低对外依存度

铁矿石对外依存度居高不下引发出一系列问题,例如铁矿石国际贸易价偏高、企业生产成本攀升等等。在市场低迷、融资成本高的背景下,铁矿石产品的转型显得尤为迫切。

转型路径之一是调整进口铁矿石的结构。马建明告诉记者,近年来我国铁矿石进口来源

集中度有明显下降,进口多元化有一定进展。

我国传统铁矿石进口市场主要集中在巴西、澳大利亚和印度。2000年,我国从这三个国家进口的铁矿石总量占当年铁矿石进口量的84.0%,2011年这一比例则降到了74.7%。

2012年1至9月,此前为中国第四大铁矿石来源国的南非,对中国的铁矿石出口量为3117.3万吨,接近印度的3273.6万吨。南非有望取代印度成为第三大铁矿石来源国。

除了澳大利亚、巴西和印度,中国也正在增加来自其他国家的铁矿石量,用以缓解对三大矿商的依赖程度。

对于铁矿石进口依存度高的原因,中钢协常务副秘书长、冶金工业规划院院长李新创的看法是,“现在的局面是10年前不作的恶果,而现在不作为,以后会更加不利”。

他认为,解决这一问题的方法是,一方面要加大中国企业参与世界铁矿石资源开发的力度,另一方面也要拓展我国铁矿石资源开发的范围。

他告诉《中国科学报》记者,历经半个多世纪的铁矿地质找矿和勘探工作,中国铁矿石资源的格局已基本确定,预测资源量可达2000亿吨左右,是目前保有资源储量的近3倍。

“虽然这些已探明储量并不能保证完全开发,但综合中国钢铁产业铁矿原料需求、拟建及在建项目情况等因素,我国远期铁矿石产量仍有一定增长幅度,这也将有助于铁矿石对外依存度的降低以及价格的理性回归。”李新创说。

■异言堂

近日有媒体报道,2012年年末这段时间,各级政府的财政补贴又成为上市公司的大红包。以获得财政补贴为主题的上市公司公告此起彼伏,不仅“扮靓”上市公司业绩,甚至助力其扭亏为盈。

众所周知,业绩如何、亏损与否,对上市公司而言事关重大,尤其关系到它们继续留在资本市场的资格和投资评级,ST与否和退市风险也都基于此。通过争取到政府补贴来逃脱被ST的可能,甚至规避退市的可能,这让依据上市公司业绩来进行风险评估和投资价值评估的监管指标及投资分析都变成了纸上谈兵,毫无现实意义。

上述做法,很像在电脑游戏的过程中,有些电脑高手通过调用内存数据修改参与自身的生存值和战斗值,甚至还可以在濒死状态下原地“满血”复活。这正是中国资本市场的畸形表现之一。因此,也难怪很多人从竞争和资本两方面都倾向于否定中国的市场化进程。

假如补贴针对创业企业,甚至“扶上马,再送一程”,那无可厚非。但对于已然上市的企业来说,早已脱离了创业企业的范畴,其存在价值本身就在于投资者和社会创造更多财富,用自身的盈利能力向社会进行输出。现在的情形却恰恰相反,一些企业依赖政府的“反哺”而生存,不断地消耗社会红利。

那么,为什么会存在为数众多的补贴和如此巨大的补贴呢?笔者认为,这是因为补贴作为很多地方政府留住企业或者吸引企业的重要手段在发挥作用,甚至上市公司的数量和被ST的多少也成为政绩考核的指标。于是乎,你方唱罢我登场,各地政府竞相补贴。这样做的结果是,谁不补贴谁就留不住的企业,更招不来新的企业。如此一来,原本应当服务于百姓、服务于公共事业的税收又重新流入企业的腰包。

虽然中国加入WTO已经多年,但地方政府始终不能以开放的心态将企业交给市场那只“看不见的手”,而是不肯放下干涉市场、干涉企业事务的自己那只“手”,无论是早年的拉郎配,还是今天的送红包,都是如此。当上市公司的数量和政绩与地方政府的面子挂钩以后,地方政府和上市公司实际上成了一个利益共同体,一荣俱荣,一损俱损。

就像维持高关税会使贸易失衡一样,对上市企业进行补贴也会使市场失衡。政府补贴不仅会扭曲上市公司的真实业绩,也会间接地误导企业投资的合理方向,成为市场调节机制失效的主要因素。它不仅让没有渠道获得政府补贴的同行企业陷入不公平的竞争环境当中,而且严重模糊和扭曲了市场准确把握产业趋势的能力,让旧者难去,新者难来,创新者无利可图,守旧者阴谋不散。

据媒体报道,重庆钢铁获得了多达5亿元的补贴,并进一步向市政府争取不少于15亿元的现金补贴。多大的胃口!市政府的补贴从何而来?无外乎税收和财政拨款这两个渠道,用如此巨额的资金补贴一个上市公司,企业的价值何在?

■数据

三行业未来炉窑节能市场超300亿元

本报工业耗能占比较高,因此一直是节能的重点对象。当前,在结构节能空间渐趋缩小的情况下,技术节能更具时效性。华融证券近日发布研报指出,工业技术节能整装待发,而根据《工业节能“十二五”规划》,未来工业锅炉窑炉节能改造、电机系统节能改造、余热余压回收利用将成为工业节能重点领域。

根据华融证券估算,未来工业锅炉需求量为13万台。电石、合金和钢铁三个行业炉窑节能改造市场超300亿元。余热余压回收利用方面,目前我国余热发电技术成熟且应用范围广泛的两个行业主要为水泥和玻璃行业。预计到2015年,国内水泥行业仍需加装余热电站的生产线约770条,玻璃行业仍需加装余热电站的生产线约210条。

电机系统节能改造方面,目前我国高效电机使用率仍较低,高效电机只占电动机总销量的1%左右,具有较大发展空间。而变频器市场近年来亦增长较快,中低压变频器市场复合增长率为18%,高压变频器市场复合增长率达40%。(李准)

中国搜索引擎规模将达422亿元

本报中国搜索引擎市场的市场规模在2012年高速增长。据易观智库最近公布的数据,2012年全年,中国搜索引擎市场规模将达283.3亿元,较2011年增长51.1%,预计到2015年中国搜索引擎市场规模将达950亿元,较2012年增长235.3%。

易观智库分析认为,中国搜索引擎市场的高速增长主要有以下几方面原因:一是搜索引擎营销效果的稳定输出成为对冲宏观经济不利影响的因素;二是长尾资源发挥效应,中小企业广告主经济实力的增强和对搜索引擎市场的认可度增加,共同推动了搜索引擎市场规模的增长;三是搜索引擎品牌营销力度增大,为搜索引擎市场规模绝对量的增长增加了砝码。

对于2013年的中国搜索引擎市场,易观智库认为机遇和挑战并存。一方面,互联网领域人口红利优势逐渐减少,将引导搜索引擎运营商从注重用户规模到注重用户行为方向发展。另一方面,社区搜索和无线搜索将成为搜索引擎市场积极探索的方向,但是真正开发这些市场尚需一段期间的市场考察。(李准)

2012年投资机构退出回报为4.38倍

本报2012年12月28日,投中集团发表分析报告指出,在全球资本市场低迷态势下,2012年VC/PE背景中国企业IPO数量与融资金额大幅下滑,融资规模同比缩水逾五成。2012年共有97家VC/PE背景中国企业在全球资本市场实现上市,总计融资达801.1亿元,数量和金额同比分别下降41.2%、55.4%,融资金额创下近四年新低。

在机构退出方面,2012年VC/PE机构的IPO退出平均账面回报率较去年出现大幅回落,共有149家VC/PE机构通过97家企业的上市实现235笔IPO退出,总计获得账面退出回报436.3亿元,较2011年全年1065.5亿元的账面退出回报下降59.0%;平均账面回报率为4.38倍,较2011年7.22倍的退出回报相比也出现大幅缩水。

在上市地点选择方面,2012年IPO的97家VC/PE背景企业基本都选择在境内上市,深交所创业板依然是投资机构境内退出的第一选择。(贺春禄)

政府补贴上市公司几时休

■ 原雨

互联互通技术“推着”银行跑

■本报记者 原诗萌 实习生 郭峰

“双十一”刚过不久,又迎来了圣诞节和元旦,很多消费者趁着降价打折,在淘宝、天猫等电子商务网站进行大采购,而这些交易很多都是通过第三方支付平台完成的。

易观智库最近发布的数据显示,2012年第三季度,中国第三方支付互联网支付市场交易规模达9764亿元,环比增长13.1%,同比增长73%。

第三方支付的迅猛发展势头,正是互联网时代下互联互通技术对传统银行业挑战的缩影——第三方支付能够跳过银行这个传统的金融中介,直接为广大消费者提供金融服务。

在近日召开的第十三届中国金融发展论坛上,与会专家指出,互联互通技术的发展让传统银行业面临日益严峻的挑战,银行业应积极进行转型升级,以适应新的生存环境。

传统银行业面临挑战

随着互联互通技术的兴起,互联网和各种通讯手段正不断改进和重塑着我们的生活形态。

“当前移动支付正给传统业务带来新的冲击与挑战,网上银行正不断取代传统物理网点,银行业呈现出一种全能的、综合化的特征。”中国人民银行金融信息化研究所所长郭全明说。

郭全明表示,IT技术日新月异的发展,使得传统金融业对海量数据无能为力的状况发生了改变,大数据的收集和处理使银行能够对更大、更宏大的景象或状态进行监测和掌握,而这正是建立在对我们每个人微数据的收集上,从而使得传统金融业需要重新审视自己客户多样化的需求。

中国银行总行创新研发部总经理钟向群说:“我们做金融的人都知道,每天要处理数以千计的交易,这些交易的背后是用户的行为模式、消费理念和兴趣爱好。从这个意义上讲,我们比客户更懂得客户。”

他进一步解释说,现在众多个体以“微”存在的方式出现,这些个体的行为记录聚合成了互联网世界的信息源,针对个体消费行为聚合成的消费信息,支付宝、拉卡拉、贷帮等纷纷提出自己的服务模式和解决方案。而这些形态正不断冲击着传统金融业。与此同时,传统的银行网点也面临着日益严峻的业务发展制约。

南京合荣新业金融服务有限公司总经理助理程建强表示,某商业银行的业务调查发现:为办理存取款、转账等业务而到该网点排队的人占60%之多,消耗了银行80%以上的资源,而这些业务的经济效益却相当有限。

除此之外,传统银行业还面临着更多的挑战。钟向群表示,从整个金融业发展来看,金融新媒介的出现,使得金融领域中的参与者不再仅仅是银行,第三方支付公司、电信运营商、电商企业如雨后春笋般加入进来。此外,金融业务正不断拓展、更新,许多支付、融资的新形态层出不穷,国内的拍拍贷、贷帮等公司的出现,加速了金融脱媒的过程。而以支付宝为代表的第三方支付,更是影响着整个支付领域,与传统银行业务形成日益激烈的竞争。

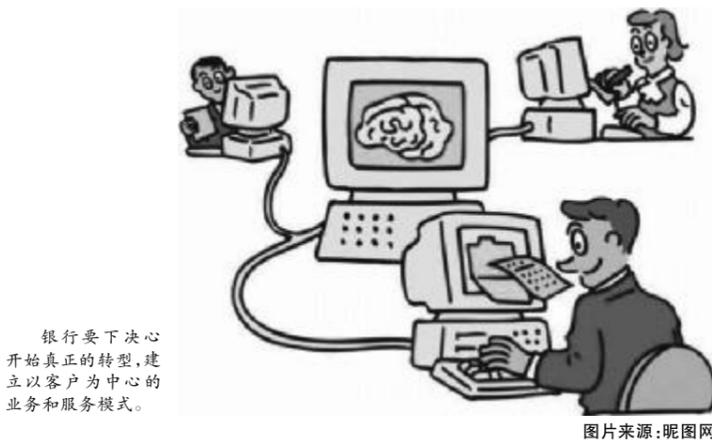
以客户为中心

面对上述挑战,与会专家指出,未来银行业的发展应从客户出发,设计满足其需求的金融服务。

“此前我们银行系统建设的核心是以会计记账模式设计的,从来没有从客户的角度着想,在防范风险上也只是考虑到如何防范我们自己的风险。”程建强说。

他指出,现在这一以银行为中心的模式已不能适应发展需要,银行要下决心开始真正的转型,建立以客户为中心的业务和服务模式。

程建强看来,未来银行在发展中,精准定位客户信息和实施多元化的服务是首先要做的。“我们应该对客户群体进行分析,不同年龄段的人,要在哪些渠道引导?这些渠道要提供哪些金融产品?这些是我们真



图片来源: 昵图网

银行要下决心开始真正的转型,建立以客户为中心的业务和服务模式。

正思考的问题。”

程建强的上述想法,和IBM智慧银行的设想不谋而合,即以客户为中心,实施“制造业”管理机制,打造最优化和标准化流程。

向营销转型

除了以客户为中心,与会专家表示,多元的业务处理渠道也应是银行未来关注的重点,特别是移动支付,将成为未来支付的主流。

目前移动支付主要有三种模式,第一种是IC卡,第二种是基于手机等互联网终端的远程支付,第三种是“刷手机”形式的近场支付。

交通银行总行信息技术管理部副总经理刘林科表示,目前交通银行正在移动支付的基础上,在渠道方面开展多元化的探索,如在手机银行上放置多个生活服务板块,在努力发展手机支付的同时增强其应有的安全性能,开展无卡金融及互联网终端等,运用这些多元化的

支付方式来满足客户的需求。

与会者也指出,大部分银行业务的承担者——网点建设依然是银行要着力完善和提升的工作,在未来这依然是银行发展的优势所在。

文思海辉技术有限公司副总裁况文川表示,2003年以来,国内主要的几大银行都开展了网点转型的工作,通过改变网点的物理环境和物理流程提升银行的营销能力。这一转型一直持续到今天,目的是打造面向财富管理银行。

程建强也表示,要把大量非实时的、核算性的业务放到后台去处理,以减轻网点柜员日常工作束缚,同时,还要把银行的记账系统转为销售系统。

“以营销为主的服务模型是银行网点将来发展的方向。”况文川说,“我们的营销方式要发生变化,要为客户提供财富管理方面的服务;在企业客户方面,我们要成为客户的现金管理银行,为客户提供更多的企业级精准解决方案。”