

花生油淡季大幅提价

收购商囤积花生牟利

■ 本报记者 陈青松 实习生 王苗

近期,国内又掀起了新一轮的油价风暴,花生油价格一路飙升。继“蒜你狠”、“豆你玩”、“姜你军”之后,一个新名词又应运而生——“花你钱”。

“花你钱”的背后有着怎样的深层原因?是因花生减产原料价格上涨还是企业大量收购花生垄断所致?近日,《中国企业报》记者对北京、山东等地粮油批发市场、大超市、花生生产基地进行了走访调查。

花生油价格“疯涨”

8月16日,《中国企业报》记者来到我国北方最大的粮油现货批发市场、全国十大粮油批发市场之一的北京锦绣大地玉泉路市场。在诸多大大小小的品牌花生油中,花生油市场的龙头老大——鲁花正采用捆绑方式销售,每箱(5升×4桶)附赠4瓶(500毫升)葵花籽油的赠品,批发价格为444元。各商家介绍,涨价之前每箱批发价格在400元左右,上涨了24元左右,涨幅6%。

据业内人士介绍,花生油消费旺季一般出现在中秋、元旦和春节三个节日期间,那么花生油价格为什么今年会在淡季提价?

玉泉路批发市场一位姓李的经理向记者分析,本轮花生油提价,最主要的原因是原料价格上涨幅度较大,成本压力推动花生油一路走高。从目前市场行情来看,花生米平均批发价格每斤14元多,同比涨幅高达70%以上。

在丰台郊区的一家农贸市场,多位粮油经销商向记者表达了他们的担忧:花生油涨价之后,他们的生意更难做了,花生油快成了店里的摆设,食用油只能依靠其他种类的油来支撑。情况虽然不佳,也得进一些花生油以备顾客前来购买。

一位姓张的粮油经销商告诉记者,在花生油涨价之前,他店里的花生油每桶比超市便宜一两块钱,这样附近不少居民都过来购买,他一个月往往能卖五六十桶。但现在情况变了,5升装的花生油,每桶的售价都在100多元。最近两天5升装的花生油一桶也没卖出去。

据《中国企业报》记者调查,作为全国花生主产地的山东省,花生油价格也普遍上涨。在济南的多家大型商场、超市,金龙鱼、胡姬花等品牌食用油开始调价,多个品牌的花生油出现了断货现象。

在泉城广场附近的一家大型商场,5升装胡姬花花生油已由99.8元调至119.8元,同规格的金龙鱼花生油价格为113.8元。

这家商场的负责人介绍,中秋节临近,食用油将迎来集体涨价潮。商场本次调价是在厂方统一安排下进行的,金龙鱼、胡姬花等品牌食用油涨幅在10%左右。

面对涨价的花生油,市场上有一部分市民认为现在各种商品物价都在涨,作为食品的一个组成部分花生油涨价也很正常。但也有一部分市民对涨价幅度很敏感,并称花生油已经成为货真价实的“压榨油”——油脂企业将经营风险和成本压力转嫁到终端消费者。

在北京海淀区一家家乐福超市的粮油食品区,市民王女士在接受《中国企业报》记者采访时表示,现在物价普遍涨,花生油上涨也在意料之中,以后家里人得省着点吃。

一位一下子买了两桶花生油的江先生对记者表示,炒菜吃饭是普通百



据悉,花生油价格上涨是大油脂企业大量收购花生垄断造成的,他们收购的花生很难在市场上流通,都被大的花生收购企业所垄断。CNS供图

姓天天都要做的事情,现在的价格他基本能够接受。

“现在花生油疯涨,再继续这样涨下去,我们真的就吃不起花生油了。”一位名叫张利的消费者对《中国企业报》记者表示,花生油涨价后的价格已经超出了她的承受能力。

记者在采访中还发现一种现象:在部分大品牌花生油涨价后,部分消费者开始转而购买暂时还没有涨价的其他种类的食用油。

成本倒挂厂家无奈

鲁花7月率先宣布涨价后,近日每桶价格上涨6元,涨幅近一成。食用油巨头益海嘉里旗下的金龙鱼于8月1日起宣布上调价格,幅度为5.86%。

公开资料显示,全国每年700万吨左右的小包装食用油中,纯花生油约40万吨,鲁花占其中的20万吨左右,市场份额第一,益海嘉里旗下有金龙鱼和胡姬花两个花生油品牌,总的市场份额与鲁花相差不多。

鲁花公司一位不愿透露姓名的人士告诉《中国企业报》记者,鲁花花生油涨价其实“很无奈”,目前食用油市场竞争十分激烈,企业轻易不敢涨价,因为一旦涨价就意味着消费者的流失。

对于记者问及有关涨价的主要原因时,这位人士回答说,原材料上涨是主要因素,由于我国近几年花生种植面积和产量逐年减少,以致花生价格一路趋高。除原料花生涨价外,仅员工工资费用今年就比同期上涨20%。

就花生油涨价缘起,益海嘉里相关负责人也表达了同样的观点——本轮花生油涨价是迫于成本上升压力。公司表示,自去年11月份以来,原料成本大幅上涨,企业成本与终端成本价格一直处于倒挂(即原料价格远高于出厂价格)状态。这种不正常状态是自2008年以来持续时间最长的一次,公司方面承受的压力实在太大。“近6%的调整幅度并不大,是在充分考虑了消费者承受力后的涨价。目前仅仅是缓和了成本压力。”

记者从中华粮网监测数据获悉,7月28日,山东、河南市场一级花生油的出厂价为每吨1.8万元,同比上涨27.7%;广东地区一级花生油的出厂价为每吨2.26万元,同比上涨32.9%,涨幅均低于花生均价的涨幅。

山东济南一家油脂企业负责人在接受《中国企业报》记者采访时说,“本

轮调价,将略微减轻企业的亏损。虽然目前提价幅度不算太高,但至少可以暂时缓解一下企业成本面临的诸多上涨压力。”这位负责人还表示,如果按照油脂企业成本核算,食用油涨幅为5%—7%企业才能保证不亏损。

东方艾格农业咨询分析师马文峰分析,当前花生油压榨企业均严重亏损,按国内花生米、花生油和花生粕价格计算,压榨企业每压榨1吨花生就要亏损2000多元。

中投顾问食品行业研究员向健军此前对媒体表示,短期内花生油价格还将维持上涨趋势。当前“限价令”期限刚过不久,不少食用油品牌开始涨价缓解原材料价格上涨的成本压力,并以此来弥补“限价令”期间的成本增加及利润缩小的缺口,因此不仅花生油价格上涨,其他种类的食用油也将跟风上涨。

大企业囤积花生

在我国各种油料作物中,花生种植主要集中在山东、广东、河南等省区,其中山东的产量居全国首位。

中国花生信息网统计数据表示,今年以来,花生价格一路高涨,从去年每斤3—4元,到目前6—8元,几乎翻了一倍多。

而《中国企业报》记者从中华粮网获悉,今年7月3日,全国花生平均价格创下每吨11550元的历史高价,与去年同期的每吨7150元相比,上涨61.5%。

有业内人士认为,花生及花生油涨价的根本原因是我国花生种植面积以及产量的持续下滑。

为此,《中国企业报》记者联系了山东省平度市蓼兰镇多年种植花生的农民张武了解相关情况。

“此前村里绝大部分的人都种植花生,现在还种植花生的只剩下一半了。”年近50岁的张武向记者介绍,他去年种了近10亩花生,每亩地净赚大约2000元,今年花生收购价最高已经达到每斤8元左右。

据了解,自2003年以来,山东省花生种植面积和总产量均出现下滑,近10年来下降了300万亩左右,总产量约30万吨。有“全国花生之乡”美誉的山东省平度市,其花生种植面积和总产量从2009年至今呈逐年递减趋势:2009年为502万亩,单产332公斤;2010年46万亩,单产322公斤;2011年43万亩,估计单产330公斤左右。

平度市农业局工作人员表示,花生总产量减少的原因主要有三方面:花生种植效益较低、机械化程度相对不高,另外年年价格也不稳定。

一位在花生经销行业有多年经验的人士表示,今年花生涨价涨得离谱,既与种植面积减少有关系,也与需求旺盛、加工厂大量收购有关系。很多大型油脂企业看到货源紧张,就抓紧组织货源存储,以致今年“五一”之后原料缺货,价格自然上涨。

“花生种植的人力成本、化肥价格以及其它种植业所必需的各种投入成本都在上涨,这些成本的上涨直接推动了花生价格的上涨。”河南金鹏期货有限公司产品研发部经理赵克山告诉记者。

山东乳山市农业局副局长冷振滕分析:“农产品越便宜卖得越快,价格越高卖得越慢。往年花生一下来,种植户出手较快,今年花生价格走高,种植户产生惜售心理,估计现在还有50%的存货没卖,这在一定程度上影响了花生的价格走势。”

很多花生收购商接受《中国企业报》记者采访时表示,今年花生油价格大涨背后,真正的原因是企业的大量囤积和收购。

为此,记者专门采访了山东、河南、辽宁等花生生产大省的几个花生中间商。山东泰安一家花生米筛选厂老板左忠民在接受《中国企业报》记者采访时认为,去年价格只有4元多,现在的价格平均在6—7元钱。河北唐山滦县的花生加工商王经理说,河北花生产量和去年差别不大。辽宁黑山的花生米收购商刘成林说,目前花生价格接近8元,且今年辽宁花生产量相对去年增产。

采访中,很多中间商表示,花生油价格上涨是大油脂企业大量收购花生垄断造成的,他们收购的花生很难在市场上流通,都被大的花生收购企业所垄断。

对记者“花生价格上涨,有没有商家炒作因素”的疑问,一位专门从事花生系列制品生产的企业负责人认为,花生遍布全国,种植面积大、总产量大,和大蒜不一样,投机者要想炒作难度很大。

山东省农业技术推广总站研究员曾英松认为,食用油是老百姓生活必需品,希望国家能够像重视粮食一样重视花生等油料作物,加大政策扶持力度,促进油料作物稳产增产,缓解供需矛盾,保障我国食用油的战略安全。

中国股市正向底部靠近

(上接第一版)

这说明中国的股市相对全球来讲,是个独立的市场。中国现在实行的是有管理的浮动汇率制,和世界上的浮动汇率制有很大的不同,金融和证券市场受世界的影响并不大。就像叶檀评论的“A股市场与外界资金基本隔绝,基本没有金融杠杆,因此国外股市大挫实际影响不大”。

《中国企业报》:那又是为什么呢?股市和经济形势是密切相关的,而中国的经济形势向好,为什么股市一路走低?

李慧忠:其实经济高增长只是一方面。还有一方面,是高企的CPI和没有消退的通货膨胀,这给大家一个信号:财富在缩水。相应地,人们的悲观心理并没有消除,对经济的预期并不看好。在悲观心理蔓延,尤其是目前因为网络通讯的发达,很多负面的消息被曝光而加剧了消极的预期下,市场反应就会低落,股市一路走低也就不难理解了。还有一个不容忽视的方面是,投资人在中国有更好的选择,那就是楼市。

当前我国的城市化率约为49.68%,人均GDP超过4000美元,而同水平的人均GDP的其他国家城市化率为60%左右,中国低了10个百分点。二三线城市的刚需型购房者以及改善型购房者仍是主力。此外,全国下半年的商品房供给面积较大,不排除大供应量“巧遇”政策性打压的可能,信贷政策的紧缩使中小型企业面临洗牌的可能。

就房价而言,未来二三线城市的房价还将经历一轮上扬的波段,一线城市的房价更多的是横盘或者是微涨。价格基本会在一定的区间内运行,中央严格控制房价过快上涨的态度决定了房价的上限,地方政府对土地财政的依赖决定了房价的下限。

另一方面,服务业将成为我国下一阶段重点发展的产业。发达国家经济增长80%的贡献源于服务业,中等发达国家60%,而我国仅为42%。中国的服务业不仅缺乏吃、穿、住等消费型服务业,更为缺乏的是生产型服务业,即金融、电子商务、物流等。特别是在特大城市中,生产型服务业有广阔的发展空间。城市化与住宅市场紧密相关,服务业与商业地产息息相关。房地产在未来几年仍是非常重要的产业。

股市的资金流失变得导致了其一路走低。《中国企业报》:您预测未来一段时间全球及中国股市会是什么样的走向?

李慧忠:预测不好说,只能是一个粗略的判断。我们看到,中国的股市从2007年的6000高点,到下一个高点3400,一路走低到2008年金融危机时的1800点左右,现在接近2600点左右。

我个人认为,现在正向底部靠近。下行到多少点不好说。

股市好坏和企业赢利不完全相关

《中国企业报》:股市的好坏和企业的赢利是不是正相关?

李慧忠:理论上讲是这样的。实际上并不完全这样。价格有时候不是价值的体现,价格在市场上只是一种比较。比如我面前的这座楼,价值只有那么多,但价格在半年之中已经从37000元/平方米上涨到50000元/平方米。股市从某种程度上讲,也是这样。

你说股票能不能正好反映企业的赢利?按道理应该是,但更多时候市场的预期在起很大的作用。再者,中国股票分红的很少,企业信用还不发达,甚至就没有信用,有的圈完钱一走了之,根本不关心投资者的利益。

现在在中国上市的门槛还相对较低,违法时处罚力度又不够,这就造成了违法的成本很低,圈钱圈得甚至肆无忌惮。有的企业上市圈了钱不知做什么,就转向了楼市,实体经济损失很大,我们实际中就遇到很多。

有些世界知名度很高的跨国巨头的做法值得中国企业借鉴。比如说苹果,现在是世界上市值最大的企业,公司股票稳定。苹果定期分红,把从市场上募集到的资金用于科技创新,开发新产品,回报社会,其创新产品iPhone4、iPhone5等且不说存在什么问题,至少方便了人们的生活。人们对企业的信任预期高了,企业的股票也会呈现良好状态。这是一个良性循环。

相比于西方股市的发达和成熟,中国的股市还不是完全的市场,某种程度上讲,还是政策市。

《中国企业报》:您预测接下来中国的货币政策对股市会有什么样的影响?

李慧忠:刚过去的7月份CPI创历史新高6.5%,现在看来,CPI居高不下,输入性通货膨胀还远未缓解,这种宏观大形势下,中国政府的货币政策还会趋于稳健,实际上是相对紧缩,在这样宽松预期和对经济预期都不明朗的情况下,加上世界局势的影响,中国股市短期会有起色,除非有奇迹发生。

强化企业管理 加快转型步伐 实现科学发展

中国中铁四局第七工程分公司通过“五大载体工程”建设推进企业持续发展

■ 汪涛 宋勇

2011年以来,中国中铁四局第七工程分公司(以下简称七分公司)全面启动“管理执行年”,以公司总经理薛模美、党委书记李建平为首的领导班子提出实施“营销龙头地位、强化执行力建设、项目监督管理、强化财务管理、人才队伍建设”五大载体工程,推动企业加快转型、科学发展。

实施营销龙头地位

2011年以来,七分公司根据所面临的形势,转变营销策略,加速实现营销生产一体化,对区域内的项目、办事处实行一体化管理,彻底解决生产营销“两张皮”问题,通过加强施工管理,优质、安全、高效完成施工任务,以信用评价的优异成绩促进市场营销。此外,七分公司将机关经营部扩充为经营开发中心,在

部门内部启用岗位流程化和业务程序化管理,按照工作业务职责编制业务流程,建立工作例会长效机制。七分公司牢固树立“干好今天的现场,就是明天的市场”的理念,建立了以路外信用评价为主、业主和地方法主管部门日常检查为辅的奖惩机制,在建项目经理为主责的生产经营一体化奖励机制以及收集业主评价反馈制度。截至2011年6月底,七分公司完成营销产值9.5亿元。

实施强化执行力建设

七分公司深化公司效能建设,提升全公司的执行力和管理水平,深入开展“忠诚、感恩、执行力”主题教育活动,公司机关和基层各单位结合实际,制定切实有效的绩效考核办法,创造千多千少不一样、干好干坏有区别的绩效激励环境,加强对业务知识和管理知识的学习,提

高工作能力、工作效率和自身素质,强化监督考核,切实落实公司各项管理制度,提高监控水平,保证管理可控。

实施项目监督管理

七分公司坚持开展内部“曝光台”制度,要求各项目经理和安全总监每天到现场检查违规违章、安全质量隐患,对存在的问题限期整改,常见的安全质量通病令行禁止;坚持隧道、地铁、既有有线作业领导干部跟班作业制度。监督各项目做好施工记录,做到可追溯、可分析,加强现场管控力度。坚持重大危险源监控报告制度,责任到人,实施有效监控;坚持隧道、地铁施工监控量测制度,配备专人负责监控量测工作,做好动态监控;坚持火工品管理日检查、周通报制度,对于火工品各个环节的记录、台账、安全措施

检查,做到制度化、常态化;坚持隐蔽工程和搅拌站“旁站”制度。杜绝现场安全质量监控空白区和死角,杜绝隐患、规避风险;坚持“工序工艺安全质量控制卡”制度,做到管理人员人手一套,操作人员随身携带,施工过程中严格执行,确保所有工序施工质量安全受控。在2011年领导干部会议期间,七分公司举办全公司样板工序、工程评选活动,每类工程(工序)评选出两个优质样板,并作为全公司“首件”样板标准在全公司推广,推动全公司工程质量上水平、上档次、出精品。

2011年,七分公司相继出台了《关于进一步规范物资计划管理工作的通知》、《物资设备采购管理办法》、《关于发布公司物资设备采购、租赁合同范本的通知》等文件,对物资设备采购、租赁合同进行了规范,完善合同评审程序。通过宣贯、强化推进和专项重点检查,公

司将项目中资金投入最大的“物资材料”关,牢固地规范管理起来。

实施强化财经管理体系

七分公司全面落实财务预算管理,坚持和深化经济活动分析制度,对亏损项目进行专项预防和治理,按照“亏损原因不清楚不放过、没有实现减亏目标不放过、亏损责任人没有处理不放过”的“三不放过”原则,采取切实措施控制项目经费支出和责任追究。公司机关职能部门进行专项督察,限定整改期限,落实整改措施,并将整改效果予以通报。

该公司全面加强收尾项目财经管理,出台《收尾工程项目管理办法》,严格按照规定做好资产和账目移交工作,做好后续成本费用的审批工作,防止后续效益流失,努力使二次经营有始有终。公司在2011年上半年重点对现款保证金、银行保

函等进行了彻底清理、清欠,取得了较大成效。截至6月底,共收回各类欠款7829.6万元。

实施人才队伍建设管理

七分公司通过基层锻炼、双导师制、岗位轮换、专家及各类先进评选等措施,不断优化人才成长环境,完善人才培养路径,搭建人才发展通道,促进广大技术人员尽快进步成才。该公司积极培养了一批隧道、地铁、桥梁、水利等关键专业人才和符合公司发展的中坚人才,着重锻造一批经验丰富、执行力过硬、业务素质好的管理人才队伍。

七分公司在项目关键工程、关键工序以及专业化程度高的关键部位,推行架子队管理。成立了公司隧道、搅拌站、桥梁等三类架子队队伍,积极推进架子队作业,进一步提高了施工生产能力。