

《铁道部关于鼓励和引导民间资本投资铁路的实施意见》出炉,被指难给民企平等待遇

民间资本冷对铁路投资新政

■ 本报记者 张龙

国务院的一项决定,让几近“休眠”的铁路建设等来了复苏的信号。

近日,国务院常务会议提出,已确定的铁路项目要加快前期工作进度。这将进一步推动铁路投资,同时,《铁道部关于鼓励和引导民间资本投资铁路的实施意见》出炉,多渠道引入民间资本的措施面世。

这些新政预示着铁路建设将再次“全速推进”,而铁路建设上下游企业也将迎来大规模的投资建设机会。

然而事实似乎并非如此。在诸多明确的鼓励政策面前,不少相关企业依旧十分“谨慎”。

“铁路市场确实很大,但在基建这块,我们竞争不过中国中铁和中国铁建等铁路系统内的企业,拿一个项目太难了。”南方一家大型建筑施工企业的董事长王明(化名)告诉《中国企业报》记者。

铁路建设放缓后遗症: 资金链紧张 基建公司纷纷转行

几年前,在铁路建设如火如荼之时,王明曾经把铁路基建作为公司的三大主营业务。而去年铁路建设放缓,工程款项的结算出现困难,王明至今仍有一大笔铁路建设的工程款未能拿到。

“当时为了能多拿几个铁路项目,公司专门成立了‘铁路事业部’,还从铁路系统内的企业挖来了两个高管。”王明告诉《中国企业报》记者。但因为资金链的绷紧,铁路建设大规模放缓,公司的“铁路事业部”几乎成了“摆设”。

在去年年底公司全体会议上,王明决定把铁路基建这项业务从公司主业中拿掉,取而代之的是海外基建业务。“争取把海外业务做好吧。”王明说。

王明的做法并非个例。中铁一子公司内部人士告诉记者:“公司大大小小的项目有20多个,不全是铁路项目,有些地铁项目我们也做,不能把鸡蛋全放在一个篮子里,我们也害怕再次遇到资金问题。”

虽然铁路投资在逐渐恢复,但是一季度铁路投资低谷期仍令企业业绩倍感压力。相关数据显示,截至今年5月中旬,共计47家有高铁概念的企业公布了今年一季度业绩,只有13家企业今年一季度净利润实现增长,其余35家企业均不同程度出现业绩下滑。

在东部地区的一个铁路施工工地,记者了解到,该公司的项目施工一直断断续续,工地的项目经理经常要为资金的事情发愁。

一些铁路的供应商甚至准备转行。一家铁路设备供应商告诉记者:“虽然铁路已复工项目占到了全部停工项目的八成,但这些项目很多的设备早就都招标完成了,跟现在没有关系。而铁路‘十二五’规划的铁路项目,我其实很担心,其资金问题。”

中铁隧道副总工程师王梦恕曾公开表示,现在资金逐步到位,但是资金上得还比较慢。相对于中国的铁路建设现状,目前的投资仍然不够。

而新建的铁路项目,不少企业仍在观望。如陕西省“十二五”期间将建西宝、大西、西成等14个项目;新疆在“十二五”期间将建兰州至乌鲁木齐第二双线快速铁路等8条煤运通道项目。

“我们有时是不得不做,毕竟是专业做这个的。”上述中铁内部人士告诉记者。

“现在的重点是保在建项目,那些新项目,很容易受到资金不足的困扰。我们不会去做。”王明说。

据中金公司发布的报告统计,2011年至今,铁路停工项目共计25条,投资额1.3万亿,占全部在建项目累计投资额的52.5%。截至目前,全线复工的项目有9条,投资额为6754亿元,占总投资额的27.7%;部分复工的项目有9条,投资额为3864亿元,占总投资额的15.8%;已停工、尚未复工的项目有7条,投资额为2184亿元,占总投资额比重9.0%;按照投资额衡量,已复工项目占全部停工项目的比率已达82.9%。

一位专门给高铁提供设备的王姓供应商告诉记者,和自己同样做设备供应的一些人,有近1/3的人已经准备转行,想去做投资。

民营看铁路投资新政: 象征意义大于实际意义

虽然相关部门对民营企业参与



几近“休眠”的铁路建设终于等来了复苏的信号;但相关的基建公司却十分“谨慎” CFP供图

铁路建设再一次明确鼓励,但相关民营企业似乎并无太多期待。记者采访的3位施工类民营企业负责人均向记者表示,将不会参与铁路的建设。

“即便中标进入了铁路建设领域,由于监理方等各方面肯定也是铁路系统的,很难受到同等待遇。”上述其中一位民营企业负责人说。

王明也感同身受,“我之前中标的标段,经常会被检查,弄得我们战战兢兢的,生怕哪里做得不好,哪里就有漏洞。而其他标段的施工企业基本都是中国中铁或中国铁建,检查人员和他们经常打交道,也认识,不会找他们麻烦。”王明说。

专家质疑“新36条”实施细则: 更像应景之作

民资缺乏公平竞争条件

■ 本报记者 李金玲

近期,中央各部委对“36条”的实施细则密集出台。继铁道部、卫生部、交通部发布实施细则后,国资委发布14条意见,鼓励民间投资参与国企改革重组,国企和民间资本可以共同设立股权投资基金投资战略新兴产业,进行境外投资。证监会也发布通知,支持民企上市和再融资、债券融资、境外上市,促进民企上市公司规范发展。此外,证监会还鼓励民间资本入股证券期货经营机构,并改革行政审批制度,减少行政审批项目。

对此,有评论认为,民资破冰的春天已到来。

而上海交通大学法学院教授、上海东方学者特聘教授沈伟对《中国企业报》记者表示,各部委实施细则操作性弱,具体条文和措施基本上是呼应或重复法律对民企和民间资本实行非差别待遇的规定。因此,从《实施意见》的规定看,这些松绑措施并没有政策亮点或有效的推进措施。

沈伟直言,民企和民间资本的竞争优势或者公平竞争条件并不存在。国企的势和实力决定了国企仍然会在相当一段时间里能够“路径依赖”,维持市场强势地位和相当大的市场份额。最重要的是,市场环境不具备民企和民间资本复苏和增长的因素。各部委实施意见和“36条”对民企和民间资本开放的都是铁路、医疗和银行等行业垄断非常盛行的领域,这些领域的市场竞争态势已经成型,不存在在民企和民间资本可以公平竞争的条件。

“民资春天”言之过早

济南大学金融研究中心主任、博士生导师孙国茂教授接受《中国企业报》记者采访时表示,认为各个部委放宽民间资本的一系列《通知》和《意见》就意味着民营企业和民间资本的春天到了,这显然是有点太乐观了或者说太幼稚了。

孙国茂认为,各部委的《通知》或者《意见》更像是应景之作和无奈之举,而非诚心所为。事实上,国务院早在2005年初就已经下发了《关于鼓励

这也是后来王明一定要从铁路系统内企业挖人的一大原因。

日前铁道部出台的《关于鼓励和引导民间资本投资铁路的实施意见》,在王明和上述3名民企负责人看来,纸面上的意义大于实质意义。

以国内首条民营铁路——罗定铁路为例,2006年7月,广东罗定铁路总公司100%股权转让在广州市产权交易所挂牌,最终被深圳市中技实业(集团)有限公司签约受让,成为我国第一条民营铁路。这条铁路由春罗铁路和罗岑铁路组成,春罗铁路于2003年通车,罗岑铁路于2006年开始动工。然而,6年过去了,罗岑铁路至今还未通车。即便是已

经通车的春罗铁路,也因为缺乏独立的核算机制,使得投资方无法独立从市场中获益。

国家发改委宏观经济研究院投资研究所研究员刘立峰曾公开表示:“在铁路建设、施工、设计方面,民间资本可以进入,但目前的情况是,经过层层转包,他们即使能够进入利益也要少得多。应当鼓励有实力的民间资本参与其中,真正做起来,那将会是不错的突破。”

中铁系统内一名中层告诉记者:“因为铁路建设周期长,国企因为有国企的身份,从银行贷款容易一些,而民企很容易因为建设工期长导致自身资金链断裂。”

专家认为,各部委实施细则操作性弱,具体条文和措施基本上是呼应或重复法律对民企和民间资本实行非差别待遇的规定,并没有政策亮点或有效的推进措施。

支持和引导个体私营等非公有制经济发展的若干意见》(国发〔2005〕3号),即“老36条”。“老36条”明确规定了允许非公有资本进入法律法规未禁入的行业和领域;允许非公有资本进入垄断行业和领域;允许非公有资本进入金融服务业;鼓励非公有资本参与国有经济结构调整和国有企业重组等。

“但是,快10年的时间过去了,国务院的这些规定究竟有哪些得到了落实?又取得了哪些成效?”孙国茂反问:“为什么会这样呢?”

一是在国家垄断条件下,所谓的市场竞争已经变成了不同的政府部门和利益集团的竞争。在制度条件不发生变化,其他力量很难打破这种垄断竞争;

二是长期以来由政府管制所形成的行业壁垒给政府部门带来巨大的利益,这种部门利益使政府部门安

于现状,乐于现状。

事实上,让民营资本参与国企重组的结果又会怎样呢?去年,国内一家权威的研究机构公布了一份长达200页的国有及国有控股企业研究报告,研究结果表明:2001—2008年,如果把名义利润总额中的各种补贴等收入扣除,国有及国有控股企业平均的真实净资产收益率为-6.2%,也就是说,国有企业整体上是处在亏损的状态。

操作细则尚未成熟

据了解,关于新能源、通信等领域对民营开放的相关细则也正在加紧编制中。

那么,民营资本参与国企重组后,是让民营资本与国有企业一样亏损呢,还是让民营资本控制国有企业?重组后的国有企业如何进行公司治理?类似这样的问题国务院的“新36条”没有明确,各部委的《通知》或《意见》更没有涉及。

沈伟建议,真正落实“36条”和各部委实施意见的政策目标需要中央部委为民企和民间资本提供导向性的政策优惠,比如有更加优惠的贷款条件、补贴资助和更加便捷的审批程序,形成民企和民间资本的实质“利好”条件。这些优惠其实是对民企和民间资本多年“利坏”的补偿。

“更加重要的是,中央部委要真正进行反垄断执法,打破行业垄断的既得利益格局。这个任务不仅决定着‘36条’和《实施意见》是否真正落实,更关系到市场经济何去何从,是市场化的市场经济还是垄断型的市场经济。”“36条”和《实施意见》推进的吸引民间资本进入更多的经济领域有利于稳定经济增长和改善民生。”沈伟表示,“同其他经济政策一样,如果没有持久的努力,这样的政策推进恐怕也只能是昙花一现。”

财经评论人杨国英撰文指出,打破民营准入限制势在必行,但是这不应仅作为挽救经济下行探底的应急式行动,而应成为我国深化市场改革的根本理念,更应确保在可行性操作细则和严格监管机制的前提下具体实施,而不是持续“摸着石头过河”。

麦德龙扩张隐忧

用3年时间完成之前17年建立起来的规模,麦德龙的巨资押宝能否成功?

中国市场会成为挽救麦德龙颓势的救命稻草还是压死骆驼的最后一根稻草?

■ 本报记者 李志豹

赶完一场又一场。

近几个月,麦德龙中国的高管周转于洛阳、重庆、青岛、镇江、宜昌等城市,在做着同一件事——奔赴这些地方签署麦德龙的人驻协议。按照计划,下半年计划签约入驻协议的还有肇庆等城市。

在收缩欧洲战线的同时,欧洲第一大、世界第三大零售商麦德龙正在中国掀起一场其史无前例的扩张旋风。

5月30日,麦德龙宣布,将旗下子公司英国 Makro 全部30家连锁批发超市出售给其英国的竞争对手 Booker 公司。

几乎与此同时,麦德龙高调宣布今年将在中国新开至少10家门店,同时计划三年内将门店扩张一倍,并付诸实际行动,上述已经签约的麦德龙超市大多都会在今年年底前开业。这是自1995年进入中国以来,麦德龙第一次做出令外界侧目的战略规划。

而在看似风光的扩张浪潮背后,麦德龙也正将自己置身于危险的境地。

“一家企业的高速扩张一般有两种情况,一种是乘胜追击快马加鞭式,一种是背水一战孤注一掷式。”第一商业网总裁黄华军对《中国企业报》记者表示,很显然,麦德龙不属于第一种。

押宝中国

除了出售英国业务外,麦德龙还计划剥离旗下子公司 Real 超市的东欧业务。最新的消息显示,目前麦德龙正同法国尚零售集团就这一事宜进行谈判。

事出有因。2011年,麦德龙集团实现利润7.41亿欧元,同比下降了1/5。据分析,欧债危机以及欧洲国家的高失业率和多数国家采取的财政紧缩政策使其购买力受到压制,进而影响麦德龙的经营业绩表现。

更糟糕的是,麦德龙的财务状况还在继续下滑。数据显示,第一财季,麦德龙的净亏损从上年同期的300万欧元扩大至8200万欧元。第一财季的每股亏损从上年同期的0.1欧元扩大至0.25欧元。

对于上市公司来讲,经营亏损显然是股东们所不愿看到与接受的。

“瘦身”是麦德龙遏制亏损放大的捷径。而要获得持续发展,还要寻找新的利润增长点。中国市场成为这一增长点的重中之重。

在麦德龙公关部人士回复《中国企业报》记者的邮件中,该人士对亏损压力导致中国战略突然发力避而不谈,仅强调“麦德龙一贯把中国视为亚洲扩张战略的重中之重。秉承中国市场的长期发展战略,麦德龙今后几年将继续深耕中国,加大投资力度。”

对于中国市场,麦德龙拿出的计划是“用3年时间完成之前17年建立起来的规模。”

1995年,麦德龙进入中国并于1996年在上海开出了第一家 B2B 批发商场即现购自运超市,以酒店餐饮、中小零售和批发商、企事业单位为核心客户群。截至目前,麦德龙共在中国39个城市开设了54家超市。

17年,54家门店,麦德龙在中国的发展可谓缓慢。中国连锁经营协会公布的2011年中国连锁百强名单显示,麦德龙在中国的销售规模为138亿元,不及家乐福和沃尔玛的1/3,在国内市场外零售商的排名中也仅列第十名。这与世界第三大零售商的地位极不对等。

现在的计划是在3年内,麦德龙在中国将再开54家超市。去年,麦德龙在中国仅新开4家门店。

“经过长时间的摸索,麦德龙的本土化能力得到提升,开始熟谙在中国的运营模式,找到了仓储超市在中国的生存路径。同时欧洲购买力的下降促使麦德龙海外扩张,尤其是加快在中国市场的布局。”黄华军表示。

隐忧缠身

“其实,从家乐福、沃尔玛的每年二三十家的扩张速度来看,麦德龙的这一扩张计划并不夸张。”黄华军表示,但与家乐福、沃尔玛的零售模式不同,麦德龙一直采用仓储式会员制模式,其销售形式也以批发为主,客户主要面对餐饮酒店、中小零售商、机构等群体,“这一模式并不适宜快速扩张。”

有业内人士认为,批发这种业态本不是靠门店数量取胜的,一年开10家新店的做法已经是“大跃进”了。

“麦德龙作为国际上市公司,必须遵守严格的投资关系监管,不能与您分享具体投资数据。”虽然上述麦德龙人士未透露有关投资情况,但据媒体的相关报道信息,麦德龙在中国的店铺面积一般都在1万平方米以上,目前多采用自建物业的方式开店,投资开设一家麦德龙新店的费用基本都要上亿元。

这样算来,10家门店的投资额将是十几亿元,3年新建54家门店需要的费用则接近百亿元。这对于财务状况并不好的麦德龙来说不是小数目。

与此同时,麦德龙的现购自运制批发商场模式在中国面对很大的竞争压力。“在中国,批发市场已经形成一套独有的运营体系和固定的消费群体,是一个很传统同时很成熟的本土业态。”黄华军指出,尤其在二三线城市,批发市场和小商品市场比超市更具价格优势,因此更能吸引消费者。

还有业内人士指出,“现购自运”的会员制超市模式在一定程度上制约了麦德龙在中国的扩张速度,“死板的会员制模式如果不对普通大众有所松动,那必将阻碍增加新客户步伐。”

此外,麦德龙投资上亿元打造的麦德龙官网上商城,同样不被业内人士看好。

“家乐福曾经试网上商城后又搁浅,沃尔玛控股的1号店经营上也难见起色。”黄华军表示,之前并没有电子商务经验的麦德龙要想在电商领域有所建树很难。

麦德龙方面称,网上商城还将投入数亿元,以自建物流和实体店的方式进行全国配送。

“麦德龙已准备充分,沿着渤海湾、长三角和珠三角三大经济区的版图,麦德龙将建起辐射全中国的庞大业务网络,并在成熟市场持续扩充门店数量。”前述麦德龙人士表示。

不惜重金开拓中国市场的战略能否成行,中国市场会成为挽救麦德龙颓势的救命稻草还是压死骆驼的最后一根稻草,仍需拭目以待。