

锐评

铁路所有权放开:瘦骨头的肉难啃

丁是钉 张本

近日,国务院关于向地方政府和社会资本放开城际铁路等部分铁路所有权、经营权的消息,极大地激发了资本市场对铁路行业未来的想象,此前走势不振的铁路基建板块也借势发力。

然而,资本市场的乐观含有更多借题发挥的成分,从现实分析,“路权”放开更多还是瘦骨头,难以真正把肉吃到嘴里。所谓瘦骨头有两点含义:没有肉,不好啃。

先说没有肉。

众所周知,部分“路权”放开的原因是因为铁路建设“差钱”,而“差钱”的原因是赔钱。赔钱的买卖当然算不上是肥肉,这一点应当是没有什么争议的。

当然,国务院《关于改革铁路投融资体制加快推进铁路建设的意见》中,关于“提高铁路货运价格、实行过境性补贴”的具体要求,会让民间资本看到未来赚钱的希望。不过,文件中明确要向地方政府和社会资本放开的是:城际铁路、市域(郊)铁路、资源开发性铁路和支线铁路的所有权、经营权。

从城际铁路看,运营最好的京津城际一年亏损7亿元,并且在目前价格下已经出现上座率过低的问题。其中,京福动车就因上座率过低被停运。因此,不但上调价格的空间几乎没有,而且京广高铁今年夏季还实行了淡季价格下浮。从市域(郊)铁路看,铁路运输的优势在于中长线,在短途运输中并不比公路更具优势。无论是提高运价,还是政府补贴都应当

遵从市场原则,不应当做高投入、低产出的事情。

再说不好啃。

难啃的原因之一是铁路投资的门槛高。平均每公里铁路建设投资高达2亿元,而且都是长线投资,不管赚不赚钱,光是现金流问题就会让民间资本望而生畏。所以,“路权”放开没有一般民间资本什么事。

原因之二是铁路投资的难度大。铁路建设涉及规划、环评、征地、拆迁等一系列高难度的动作。因环评问题,已经规划多年的重点高铁项目——京

沈高铁最近又被迫修改规划。并且,在目前已经建成的高铁中,不乏未通过环评就开工建设的,而且有的已经通车数年还没有通过验收。这是在当初政企合一体制下,原铁道部做到的事情。想来,是民间资本很难有这样的能量;即使有,也为法制社会所不容。

原因之三是铁路运输的系统性。单就支线铁路而言,其只有并入全国性的铁路运输网络,才具有实质性的意义。但骨干干线的运营、高度权完全掌控在铁路总公司手中,民营资本没有任何制衡权,所谓所有权和经营权也只能是空谈。

长期以来,垄断行业一直是民间资本眼中的肥肉,让庞大而饥饿的民间资本眼巴巴地盯着。任何一点关于垄断行业向民间资本放开的动向,都会让民间资本甚至是整个资本市场



王利博制图

兴奋不已。然而,垄断行业向民间资本放开会有一个渐进的过程,但前提是政府要对所有资本不分所有制都实行国民待遇,消除垄断行业向民间资本放开的体制性、制度性、政策性、法规性障碍。

消除对民间资本的道德歧视是当务之急。当前,无论是在政府层面,还是在民众层面都对民间资本存在着“有罪推定”的逻辑,这是影响民间资本发展的最大障碍。比如,有限责任公司是现代企业制度的根基,但在成立民间银行的问题上,却要求民间资本对风险兜底,承担无限责任。这就是不信任造成的道德和制度歧视。

需要通过模拟运营找到问题的结点。国家电网向个人收购光伏发电被看做是垄断行业放开的破冰之举,但运营中却出现了个人开不出发票,

电网公司无法付款;个人发电达不到政策鼓励规模,无法执行优惠上网电价等一系列问题。这些政策性和法规性障碍应当通过模拟运营的办法发现,而不能总是成为好菜中硌牙的沙子。

不能无利就放开,有利就收回。比如,在全国性煤炭供应紧张、而煤炭全行业亏损的情况下,国家曾放开民间资本对煤矿的经营权。但在煤炭行业利润最丰厚的时候,一些地方又以安全为由,把民间资本经营的煤矿收归国有。这样的制度安排不仅会伤害民间资本,更大的危害是伤害了国家信用。

当然,有了骨头,就不愁有肉。民间资本最擅长的就是在瘦骨头上啃出肉来。比如,现实中就不乏在有些国企手中赔钱,而让民间资本经营就能够赚钱的事例。

本土品牌热衷“外嫁”着实可惜

邢滋沂

8月16日,在国内日化行业被喻为“面膜大王”的美即宣布已与欧莱雅集团达成协议,欧莱雅将以约合人民币51亿元的价格收购美即全部股份。

近些年,似乎很多外资企业热衷将国内民企揽入怀中,但是外资与本土品牌的这桩婚姻却并不被看好。

在日化行业,先后有不少在国内具有一定知名度,销售业绩不错的品牌被外资买下。

国外巨头企业收购本土知名品牌在其他行业也屡见不鲜,曾经在国内电池市场占据半壁江山的南孚电池,被曾是竞争对手的美国吉列收购后逐渐退出了海外市场,生产能力也大幅下降。还有饮料行业的乐百氏,那是曾经与娃哈哈一决雌雄的企业,被法国达能收购后一蹶不振,“婚后”在市场上的份额少得可怜,几乎全军覆没。因此,关于外资企业收购本土品牌是消灭对手的说法似乎得到了验证。当然,因为整合难而被迫放弃的情况也是存在的。

不过,从外资方面收购本土品牌在战略意义上讲还是收效颇丰的。这

些入了外资企业眼的企业基本上都具备了产品知名度高、销售渠道广、市场份额大等共同特征。拿美即来说,美即面膜在国内的面膜市场特别是在中低端面膜领域里广受消费者欢迎,而在另一方面欧莱雅是空白的。美即面膜的货柜在超市或零售店处处可见,它的销售业绩虽然还能与欧莱雅匹敌,但是加上美即的这部分却对推动欧莱雅在国内的利润增长,开拓新领域占据市场有很大的帮助。

还有一个不争的事实,就是将美即娶进家不光是为其在国内市场的发展消灭了一个对手,更是对其他外企进入国内市场占据市场份额的制衡。无论美即被“雪藏”还是继续开发,对于欧莱雅来说都是有益无害的。

尽管有前车之鉴,但是每一个已经具有一定影响力和一定基础的民企还是选择加入到外资门下。目前国内任何一个行业的竞争都越来越激烈,品牌多、种类多即便是对大企业都极具挑战,民营企业要将产品打入市场扎根做大不容易,所以很多本土品牌选择在风华正茂的时候“嫁人”,实在有点操之过急。

民企在尝到甜头之后就“卖身”套现,十足有杀鸡取卵的意思,这也

是为什么一直以来国货强不起来的原因之一。其实像美即一样在行业的细分领域内占绝对优势份额的企业不在少数,可很多名噪一时便不了了之。似乎放长线,做久远的想法都不在这些民企的发展规划之内,普遍都是追求一种短期的利益膨胀。当然也有想借助外力将企业做大,实现国际化的,可通常在并购后并没有看到有过多的精力投入到产品上,反而逐渐地被边缘化最终黯然收场。

无论外企因何种目的揽我民企入怀,起码都说明我们已经具备了一定的资质跟影响力,当外资的橄榄枝抛出来的时候,拒绝是不是比接受更利于本土品牌的发展壮大呢。国内市场广阔、消费群体庞大,这是吸引许多外资进入中国市场的重要原因之一。既然这么好的条件就在家门口,就该充分利用,去吸引外资的注入,而并不是委身在别人门下发展。一直以来提倡“国货当自强”,辛苦培养出来的孩子,唯有继续发展它的优势才能养大成才,在初露锋芒的时候就急于转手,只会得不偿失。

本土品牌已经引起了很多外资企业的关注,成了它们眼中的“香饽饽”,但是本土品牌在做的风生水起的时候“嫁入豪门”,实在让人觉得可惜。短期的利益虽诱人,但是我们自身的长处不要让别人来开发,善于利用周边的优势条件,看长远效益,做民族企业才是国内民营企业发展的硬道理。

境内关外上海自贸区释放制度红利信号

(上接第二版)

四个中心的落地

据乔依德介绍,上海自贸区方案是由上海和北京方面共同做的,上海方面主要是上海发改委牵头,上海市人民政府发展研究中心、上海市商务委等和北京方面诸如国务院发展研究中心等共同参与规划的。

上海市一直是以建设“四个中心”作为经济发展目标的。四个中心即国际贸易中心、国际航运中心、国际金融中心、国际经济中心。

“在我看来,两者是相当一致的。比较容易做的是航运、贸易,因为这

两个方面更实在点。上海也想做一个中转港,类似于釜山港,周边的比如日本韩国的货物都来中转,而不是局限于当地的货物。也可以说自贸区是一个抓手,是上海四个中心的具体落实。光提一般的规则是不好搞的,有了具体抓手,原来的很多东西就落地了。”乔依德告诉记者。

那么,上海自贸区跟香港有什么样的不同呢?

乔依德说,香港紧张是可以理解的。1949年以前,上海是最大的远东金融中心。1949年后,因为历史的种种原因,西方对上海和对中国的封锁,给了香港发展的机会;现在来看,香港没有经济腹地可依附,而上

海依托于长三角,是香港无法比肩的。

当然,香港是全部放开的,自由度很大。乔依德表示,上海还不能一下子全部放开,是比较综合性的,制造业不会放弃,尤其是高端制造业;另外,金融方面肯定会有大动作。

乔依德说,这次比较明的一个地方是,国务院在自贸区果断地停止了有关法律法规,扫清了障碍。以前创新大多是突破法律法规,这在改革前期是可以的,但发展到今天这个程度,再说突破法律就容易给人以口实。所以,首先进行了一些不合时宜的法律法规的废止。

由此判断,上海自贸区在制度方

面会有比较大的突破和创新。它如果做成功,其他自贸区也会陆续推出,从而影响并带动全国。

在乔依德看来,比较可能的制度创新有以下三个方面:第一,国有、民营、外资会在更平等的基础上公平竞争。现在外商投资项目目录中的哪些可以投哪些不可以投的规定,在将来的上海自贸区应该是不存在的;第二,民资进入金融领域方面会有新突破;第三,税收方面也会有一些创新。比如说所得税方面能不能有一些灵活性,企业方面能不能有一些减免等等,还是值得期待的。之所以现在上海无法跟香港竞争的一个方面就是税率的差别太大。

资讯

慧聪网发布“十大评选”新标识

近日,慧聪网“十大评选”新标识发布会在北京举行。新标识秉承了慧聪网“客户第一”的价值观团结向上用心服务的宗旨。自2003年首度推出“安防行业十大品牌评选活动”以来,慧聪网在涂料原料、广电、水工业、汽车用品行业等各大领域成功举办各行业品牌评选活动达192场次,参与的优秀企业达10万余家,数千个优秀品牌、上千位优秀企业家已获得过“十大”殊荣。会上,慧聪网与HCR(慧聪研究)签署战略合作协议,开启了慧聪网十大评选活动第二个十年的进程。

北京市政交通一卡通飞付卡正式商用

日前,北京市政交通一卡通有限公司、凤凰云科技(北京)有限公司、武汉天喻信息产业股份有限公司及北京亿阳汇智通科技股份有限公司联合发布了具有北京市政交通一卡通功能的手机支付配件产品——“飞付卡”。用户只需要下载一个搭配“飞付卡”使用的客户端“e乐一卡通”,手机在瞬间就变身为一个具有市政交通一卡通功能的手机。作为手机配件的形式,用户可以随时随地通过手机查询卡内余额,当发现余额不足时,立刻可以通过手机对一卡通“飞付卡”充值。

雅培收购两家公司创造新机会

雅培公司近日以最高可达7.1亿美元的金额收购了两家公司,进一步扩大了公司的医疗器械业务,扩展了血管支架的产品组合和眼科领域治疗选择。被收购的IDEV Technologies是创新支架技术的开发商,而OptiMedica公司则在眼科激光技术领域保持领先地位。雅培出资3.1亿美元获得IDEV Technologies。该收购使雅培心血管业务如虎添翼。通过对眼科激光设备公司OptiMedica最高可达4亿美元的收购,雅培现在能够在快速发展激光辅助白内障手术市场中参与竞争。(张岩)

2013 华樽杯酒类 200 强出炉

8月26日,华樽杯第五届中国酒类品牌价值200强名单出炉,其中有142个品牌价值比上年下降,下降比例达到71%,茅台、五粮液和洋河位列中国酒企前三强。此次评奖工作是由中国酒类流通协会和中华品牌战略研究院共同举办,特针对今年屡次出现的、广大消费者特别关注的质量安全问题,评出十大质量安全名酒,它们是:茅台、酒鬼酒、古井贡酒、西凤、长城葡萄酒、青青稞酒、天湖啤酒、老广酒、七十二沽、丰谷酒等。

“2013 第七届贡献中国高峰会”在京举行

由《英才》杂志主办,华泰汽车、瀚亚资本协办的“2013第七届贡献中国高峰会”日前在北京举行。据悉,本次“贡献中国”高峰会共有三场平行论坛,分别是“交锋论坛2013英才预见”、“中国金融危机的可能性”、“新生代企业家重塑商业精神”。与以往不同,主办方特意邀请商界领袖共同推出交锋论坛——2013英才预见,对金融、能源、地产、产业等领域给予最有说服力的预见,英仕曼集团中国区主席李亦非带队的产业组,获得了最终胜利。

汽车消费“六感”体验活动在穗举办

广州市消费者委员会联合中国消费者协会以及国内知名汽车专家和主流汽车厂商,于8月20日在广州举行了一场主题为“在路上·汽车消费大家谈”的汽车消费指导公益活动。主办方以专家讲解配合现场实车体验的方式,从“视、触、听、嗅、驾、预”六方面入手,总结出“六感购车体验”,第一次对消费者在“选车、购车、用车、售后”中应该掌握的知识和技巧进行了系统归纳,为众多汽车企业规范销售指导标准与流程提供了可资借鉴的参考。

王潮歌一元执导《印象·国乐》

8月14日,由《印象刘三姐》、《印象西湖》等多部“印象”系列实景演出导演王潮歌亲自操刀,携手中央民族乐团共同编排的民族乐剧《印象·国乐》在京举办媒体见面会。这次,王潮歌以“一元”酬稿执导演出,第一次把演奏家引入剧情,直面观众讲述自己的音乐人生。蒙牛乳业、中国文研集团大力协办《印象·国乐》演出。蒙牛乳业总裁孙伊萍表示,希望通过这种支持,让更多的社会力量参与进来,弘扬和传承我们的国乐。(宋伟玲)

《红豆·中国魅力》将于辽宁卫视播出

8月25日,由辽宁卫视、中外名人文化产业集团联合出品,红豆集团冠名的“中国服饰文化新浪潮圆桌会议”暨“红豆·中国魅力”电视节目启动仪式在京举行。据悉,该节目将自10月25日起在辽宁卫视强势播出,并结合中国国情进行了多重创新:第一次将真人秀元素与中国服饰文化元素结合、第一次全程以形象大片作为展示的主要手段,第一次以男女混合参演时尚“偶像连续剧”形式展现中国服装的魅力。

重塑未来爱心圆梦公益行动举行

8月14日,由中国残疾人联合会特别支持,中国肢残人协会、中华志愿助残阳光使团、畅行基金管理委员会主办,联合国工业发展组织中国促进代表处、中国银行业协会荣誉参与,北京丰台广济医院技术支持的“2013重塑未来·阳光畅行·爱心圆梦”公益行动在北京举行。中国残疾人联合会副主席、重塑未来慈善公益活动组委会名誉主席吕世明以及北京丰台广济医院、奥克集团股份有限公司等相关负责人等120余人出席了本次活动。(林雪)

首届中华孝文化艺术节在京启动

首届中华孝文化艺术节暨老年用品交易会日前在京正式启动。本次活动由中国老龄事业发展基金会、中国老年宜居养生产业联盟、中国老龄产业协会老年用品专业委员会主办,活动将于8—11月分别在北京、重庆、广州、苏州等地举行。启动仪式上,爱心企业向中国老龄事业发展基金会捐助了总价值200万元的老年产品和老年电动代步车用于资助老年机构。会上宣布将在苏州建立全国第一个老年用品交易、物流中心,并计划投资800亿元基金建设全国老龄宜居养生社区(基地)。