

利税增长三成,同比减亏六成

# 钢铁“表面扭亏”难挡“彻骨寒冷”

■ 本报记者 张龙

中国钢铁工业协会的统计数字掩盖不住这个行业冰冷的现实。

据中钢协统计,2013年大中型钢铁企业实现销售收入36875.6亿元,同比增长3.89%;实现利税973.21亿元,同比增长30.63%;实现利润总额228.86亿元,同比扭亏为盈。

扭亏的背后,却是销售的不景气。北京一家钢铁企业老板年前对记者表示,今年一点钢材都不会囤。去年,尽管形势不好,该老板还囤了3000吨钢材。

## 真实的盈利?

兰格钢铁信息研究中心给记者的一份数据显示,钢厂下游订单继续缩减。1月总订单指数40.9%,环比下降2.8个百分点,表明钢铁下游需求低迷。其中,直供订单指数40.5%,较上月下降3.2个百分点,表明1月份钢铁企业来自国内终端用户的直接订单量继续减少,下游终端用户需求继续缩减。出口订单指数43.2%,环比下降5.3个百分点,显示国外需求减少。

中钢协统计数据显示,2013年大中型钢铁企业累计亏损16户,同比减少10户,亏损面为18.6%;累计亏损额为118.25亿元,同比减亏63.91%。

但扭亏并非源自于市场需求的好转。

山东钢铁在1月27日晚间公告显示,经公司财务部门初步测算,预计公司2013年年度经营业绩与上年同期相比将实现扭亏为盈,实现归属于上市公司股东的净利润1.2亿元至1.8亿元。

但山东钢铁主要依靠出售资产实现扭亏为盈。其中,山东钢铁在去年年底通过公开挂牌方式,出售所持有的济钢集团国际贸易有限责任公司80%股权和莱钢国际贸易有限公司100%股权,预计可获得收益2.77亿元,缓解了目前的资金压力,也使得2012年巨亏38亿元、2013年前3季度继续亏损逾亿元的山东钢铁,2013年全年实现扭亏为盈。

2012年巨亏40亿元成为34家上市公司“亏损王”的马钢股份发布公告称,预计2013年全年实现净利润1.5亿元,同比扭亏为盈。

扭亏的关键原因在于去年8月,马钢股份曾发布公告表示,将旗下部分非钢资产剥离,以超过38亿元、溢价9.18亿元的价格向大股东马钢集团出售。据了解,该项交易已于2013年10月29日获得股东大会的批准。



本报记者 林瑞泉/摄

湘股华菱钢铁此前发布业绩预告称,2013年公司实现归属于上市公司股东的净利润为7000万元至12000万元,基本每股收益为0.0232元/股至0.0398元/股,意味着公司在2013年成功实现扭亏为盈,这也避免了“ST”的风险。

华菱钢铁扭亏的关键也是甩卖资产。该公司将旗下部分资产出售。公司控股子公司湖南华菱湘潭钢铁有限公司(以下简称“华菱湘钢”)与公司控股股东湖南华菱钢铁集团有限责任公司(以下简称“华菱集团”)全资子公司湘潭钢铁集团有限公司(以下简称“湘钢集团”)签署了《股权转让协议》,拟将所持有的“湖南华菱焦化有限公司”(以下简称“焦化公司”)100%股权转让给湘钢集团。股权转让价格以经审计和评估的净资产值为依据。根据审计和评估结果,华菱湘钢所持焦化公司100%股权的转让价格为6.66亿元。

## 欠薪、抱团折射产能过剩

去年沈阳东方钢铁老板跑路、萍特钢老板跑路的事情还未远去,钢厂欠薪的情况开始出现。

2013年11月29日,3名群众代表到龙岩市职工服务中心,反映其所任公司为钢铁生产企业,已停产近1个月,生产原材料及设备零配件等突然被公司转移,现企业已拖欠146名职工涉及50余万元工资。

涉事公司称:公司不是转移资产,是为了避免其他债权人处理这些资产,公司确实无力支付职工工资,只剩大概值300万元的资产,公司外债累累,已经资不抵债。

尽管在政府部门的干预下,企业方最终同意支付50余万元的工资。但已经停产一个月的现实反映出钢铁下游需求的低迷。

就在这起事件一个月后,山西5家中小型钢铁企业自觉选择了“抱团取暖”。1月22日,临汾、运城5家钢铁企业在“各自生产、独立核算、资源共享”基础上,跨区联合组建晋南钢铁贸易有限公司。

1月20日前,5家公司已派人参与组建“晋南钢铁贸易有限公司筹委会”。根据计划安排,3月1日前完成晋南钢铁贸易有限公司工商登记手续,条件成熟时变更为晋南钢铁集团有限公司。

其中一家企业的中层对记者表示,就个体而言,每家企业的块头都不够大,现在钢材非常不好卖。大家组合在一起,有利于增强企业抗风险能力,实现利益共享、风险共担。

冶金工业规划研究院院长李新创表示:“我国钢铁业已经严重过剩。2012年已达到10亿吨的设计产能,而实际产能还要远远大于10亿吨。由于技术进步、操作水平和生产效率提高,当前全国钢铁产能已经远超设计能力,产能过剩问题十分严重。”

李新创认为,化解钢铁产能过剩的当务之急或者说着力点,仍然是扩大市场、提升消费,这个提升不是简单地增加消费量,而是重在提高消费的档次和质量。

## 拥抱互联网

工信部信息化推进司副司长董宝青日前表示,目前主管部门跟踪的钢铁电商已达到30多家,这些新兴

力量将从交易模式、物流和金融等多方面改变钢铁业的发展环境。

董宝青指出,2013年中国的电子商务交易额超过10万亿元,在这10万亿元的总量中,B2B(企业间)业务约8万亿元,远超大红大紫的B2C(商家对顾客)业务。钢铁作为重要的生产资料,是B2B电商中发展最快的产业之一。

河南一家钢厂负责销售的副总向记者表示,以前销售的模式是40%依靠贸易商,60%靠自营。现在1吨钢材也就几十元钱。如果通过电商平台销售,可以减少销售层级,减少人力成本,增加利润。

国内钢铁类大型企业都对建立电商平台虎视眈眈。五矿集团旗下的电子商务平台——鑫益联已于1月7日正式上线,首期上线的四种业务包括挂牌交易、金融协同、商情资讯和销售专区。

五矿集团总裁周中樞表示,电商平台上线是集团公司战略转型的重要成果,意味着五矿构建了进入电子商务新领域的坚实基础和通道。

宝钢国际副总经理、上海钢铁交易中心董事长马苏曾公开表示,自上海钢铁交易中心(宝钢电商交易平台)成立以来,半年交易量已经突破100万吨,交易额达45亿元。

按照马苏的预计,今年的交易量有望突破300万吨,交易额超过100亿元。

宝钢的优势在于已经拿到国内工业领域的首个第三方支付牌照“东方付通”。宝钢集团董事长徐乐江前往阿里巴巴杭州总部交流时称:“宝钢和阿里巴巴也可以有进一步的合作空间”。

近九成停产,全球排名前9的国内企业仅2家维持生产

# 多晶硅企业申请全面阻击恶意倾销

■ 本报记者 陈玮英

一场光伏行业的激战正此消彼长甚嚣尘上。

仅仅几天时间,在中国公布了对美、韩进口太阳能级多晶硅反倾销调查的终裁结果之后,美国近日宣布再次对华光伏产品启动“双反”调查。

苏州市乐能光伏科技有限公司市场部陈新庆接受《中国企业报》记者采访时表示,“我们无法阻挡欧美对我们的‘双反’与制裁。”目前来看,相对于美国第一轮双反,中国光伏企业还比较淡定。而多晶硅企业更希望将太阳能级多晶硅列入加工贸易禁止类商品目录,以“扼制进口多晶硅的恶意倾销行为”。

## 消除恶意倾销

2014年1月23日,美国商务部发布公告,对进口自中国的晶体硅光伏产品发起“双反”调查。这是继2011年美国对华光伏电池发起“双

反”调查后,再次由SolarWorld公司挑起的第二轮“双反”调查。

而几天前,1月20日,中国商务部公告了我国对美、韩进口太阳能级多晶硅反倾销调查的终裁结果,随后于1月24日公布了对欧盟的进口太阳能级多晶硅反倾销调查初裁结果,裁定原产于欧盟的进口太阳能级多晶硅存在倾销,中国多晶硅产业受到实质损害,而且倾销与损害之间存在因果关系。

而事实上,多晶硅材料价格主动权则完全掌握在海外垄断巨头手中。有消息称,相关企业已经向有关部门申请将太阳能级多晶硅列入加工贸易禁止类商品目录。一家多晶硅企业高管向《中国企业报》记者介绍说,我国多晶硅进口一直主要采取一般贸易方式。利用加工贸易政策进口多晶硅加工成为光伏产品出口的贸易方式。主要是2012年下半年商务部公布对美国、韩国、欧盟多晶硅“双反”立案调查之后,进口企业意在利用加工贸易政策,进口多晶硅原料时不征收

进口环节税,而实行海关监管保税,出口光伏制成品时也不再征收增值税。

“如允许多晶硅以加工贸易方式进口,在多晶硅‘双反’裁定后,就无法对此类贸易项下的进口征收惩罚性关税,无法扼制进口多晶硅的恶意倾销行为。”上述高管表示。

## 光伏行业受益

据中国有色金属工业协会硅业分会报告显示,历经2011—2012年多晶硅光伏价格快速下跌之后,国内多晶硅光伏企业陷入大规模停产的境地。从全国的情况来看,截至2013年上半年,已投产多晶硅企业为43家仅剩6家企业尚在开工生产,其余企业均已关闭生产线,即有86%企业已经停产。国内在全球排名前十的企业也仅有2家仍在维持生产,且产能利用率也大幅下降;如果考虑已经关停的企业,国内整个产业的产能利用率不足30%。

# 烂片的奇幻商业之旅

“

专家指出,完全没必要去钻牛角尖,拿艺术的标尺来衡量一部电影的商业价值。一部影片有着足够清晰的卖点和受众足够造就一个成功的产品了。

■ 本报记者 李金玲

马年春节档电影票房七日内高达14亿元,而两部被网友称作与电影质量和电影圈无关的“烂片”——《大闹天宫》与《爸爸去哪儿》两部影片则联手贡献超过70%的票房。

是该庆祝,还是要悲哀?

不过,这对商业电影模式的开发却是一种难得的样本。中美电影公司总经理杨兵接受《中国企业报》记者采访时表示,有票房的电影除去商业因素外,必然要和社会环境、社会生活、观众生活特别是主流观众的生活情感发生共鸣才容易取得票房上的可观成绩。

## 粉丝经济推波

“策划方面看,《大闹天宫》是受到了降魔者的启发,《爸爸去哪儿》是受到了快乐大本营快乐家族的影视转化启发,就是影视融合一体化开发,但这种开发很难复制。”杨兵接受《中国企业报》记者采访时表示,包括郭敬明的电影,都是对粉丝的细分和开发。

“严格意义上《爸爸去哪儿》不属于电影,但是也可以说是电影,这要能满足人民的文化消费需求,激励人、感动人、温暖人,给人正能量的视听作品,我们就可以说是电影,至少可以说是中国特色的电影。”杨兵如此阐释。

以往业内人士对“烂片”能成为票房之“王”的分析是明星的号召力和五花八门的营销手段,忽略甚至忘记了决定影片票房好坏的只有市场本身。

“一部电影要有好票房,必须在观众中找到同感共鸣。”他认为,《大闹天宫》是80后开始的所有中国人的西游情结的最好体现。《爸爸去哪儿》前期有同名电视综艺节目余热和品牌,本身影响力就很大,又赶上寒假,孩子的懵懂可爱,与爸爸之间的相处呼唤出人间亲情,特别是在当下中国中东部高离婚率的城市,无疑是情感温暖幸福的写照。驱除寒冬,温暖世界,一部促使家庭和睦幸福的小清新电影,与电影市场以80、90后为主流的电影观众产生了情感共鸣。

北京剧角映画文化传媒有限公司(以下简称剧角映画)创始人兼CEO梁巍接受《中国企业报》记者采访时表示,《大闹天宫》如此大量的3D特效制作对于中国电影来说是空前的。

梁巍认为完全没必要从影片的性质上去钻牛角尖,拿艺术的标尺来衡量一部电影的商业价值。一部影片有着足够清晰的卖点和受众,再加上春节这个阖家欢乐的档期,足够造就这样一个成功的产品了。

无限自在总裁、知名电影营销专家朱玮杰把《爸爸去哪儿》的成功经验总结成四点:首先,依托湖南卫视强大的平台,电影《爸爸去哪儿》的告知程度近乎完美。其次,制片方充分借力,让电影的传播效果最大化。第三,根据影片的类型,准确判断合适的档期。最后,如今超过5亿元的票房成绩,离不开制片方对三四线城市电影市场的充分开发。

## 二三线影院助力

谈及今年春节档票房爆棚的原因,梁巍肯定了二三线城市影院数量和银幕数在近两年间的快速增长是一个基本因素。

“很多在一线城市已经形成了观影习惯的人过年回家,带动全家去看电影,从而点燃了二三线乃至四线城市的一个观影热潮。”梁巍认为,春节期间,很多行业都彻底放假歇业,在茶余饭后看电影不失为一种很好的家庭娱乐方式,当然这也就是建立在大量中小城市的影院越来越多的基础上。另外今年春节档主打的《大闹天宫》、《爸爸去哪儿》、《澳门风云》都是典型的“合家欢”电影,娱乐性强,适合全家老小观看,这算是电影本身的一个因素。

新兴市场呈现出的旺盛的电影消费需求,将成为推动中国电影市场下一步发展的重要动力。去年以来,电影院建设向县级城市的延伸则为春节期间的回乡观影提供了硬件基础。2013年底,全国银幕总数达到18195块,是2002年启动的产业化改革前的近10倍,其中,县级城市的影院多达5362块,并且还在以更快的速度增长。随着三、四线城市及县级城市影院建设的加快,新兴市场在全国市场格局中所占的份额也越来越高。

马年春节档市场迎来开门红后,不少业内人士认为,2014年将成为电影的大年。艺恩咨询分析师杨舒婷初步预测,全年票房将不低于275亿元,观影人次预计将超8亿人次。

也有分析认为,内地影市只能靠国庆、春节这种非理性消费的档期效应来充饥,如果不靠大量的好莱坞来支撑的话又将进入大冰期。

春节档票房创历史新高会对2014年全年的电影市场带来怎样的影响?梁巍对《中国企业报》记者表示,并不能说春节档卖得好,全年就一定卖得好,还是要从电影产品本身来看票房。从今年上映的影片来看,一众大导演都拿出了新的作品,好莱坞也有一系列的大片上映,在观影需求如此旺盛的今天,全年票房成绩想必不会差。梁巍预测全年票房在260亿元上下。

对于今年电影市场,业内人士依然持“高速增长”的乐观看法,起用“新人”、跨界运作和资本运作频繁是主要特征。

杨兵认为,春节档高票房之后,各大影视公司将会更加有针对性地安排好春节档期的影片。必争之地,让观众有更多的选择。