

■ 产业调查

江南“天价采暖”盼天然气入户救急

新增需求正倒逼价改提速

□本报记者 汪瑛

江南的冬天一向阴冷难熬。2013年初,王先生决定自己掏钱,为新居置办一套暖气设备。不料,由于其所在地还未用上天然气,各种“通气费”以及管道石油气相对较高的价格,令这个憧憬中的“暖冬”最终付之东流。

像王先生这样有采暖需求的南方家庭并不在少数,过去的这个寒冬更是使“南方供暖问题”再度被热议。由于集中供暖短期内较难实现,以小区或家庭为单位采暖的现象在江浙沪一带大面积萌生,并由此催生了对天然气的大幅度需求。

能源发展“十二五”规划提出,到2015年,天然气占一次能源消费比重将提高到7.5%,天然气使用人口将达到2.5亿人。业内人士认为,不断增长的国内天然气市场,一方面需要“开源”,另一方面也亟待理顺定价机制,促进价格市场化,增强产业发展的动力。由于我国管道天然气价格长期低于市场水平,目前已有部分城市开始或正在酝酿提价,为进一步推进价改“热身”。

天价暖气“伤不起”

原以为装了暖气就能过一个暖冬了,谁知道要多花那么多钱!”王先生一边抱怨,一边给中国证券报记者算了这样一笔账:首先,燃气公司称由于这是采暖用气,因此需要上交近5000元的“暖气扩容费”;其次,因为要在主管线上安装支管,还要缴纳500元的施工费;此外,因为燃气公司的“不情不愿”,为使对方能够顺利施工,王先生请客吃饭又花去1400多元。总的一算,光“通气费”就花了近7000元,比13600元的“安装费”的一半还多。

多花的还远不止如此。王先生告诉中国证券报记者,虽然其家距离杭州市区不到半小时的车程,但就是这样一个距离“天堂”如此之近的地方,却依然没有用上天然气,大部分居民用的还是



气化进入管道后的液化石油气。

“杭州城里烧天然气是3元/方,我们这里烧管道石油气的要17元/方。而且燃气公司说了,因为我们是采暖而不是烧饭,价钱还要加到24元/方。”王先生扳着手指计算到,这样下来,按照我家一天10方天然气的采暖量计算,用天然气一个月的花费只有900元,但用24元/方的管道石油气,同样热值,一个月就要花掉2400多元!”

既然已收了“扩容费”,为何价格还不一样?据中国证券报记者了解,目前我国很多地方对于用液化石油气采暖,都存在“额外收费”且“差异化定价”的情况。

对于这种采暖收费,目前国家没有统一的规定,各地标准不一。有的地方只收一个费用,有的地方则重复收费,有的甚至按照商业用气的价格向居民采暖用气收费,所谓“扩容费”的标准也是各地不一。”卓创资讯天然气分析师王晓坤表示。

中国石油大学天然气问题专

家刘毅军认为,南方冬季用气峰值可控性弱,自家安装暖气需要燃气公司相应提高调峰能力,因此燃气公司会向用户收取一定费用作为成本补偿。但既收取“扩容费”,又提高采暖用气价格,有重复收费之嫌。此外,“差别化定价”的标准也不够清晰、透明。

企盼天然气进城入户

既然管道石油气收费高,又没有统一标准,那我们什么时候能用上天然气?”王先生感到,这次的“暖气事件”使他从来没有像现在这样迫切地盼望能够用上天然气。

王晓坤告诉中国证券报记者,目前,各地管道天然气和液化石油气的价格的差别很大。以北京为例,北京的民用液化石油气价格约7.76元/公斤,民用天然气价格则为2.28元/立方米。折算后,要获得同样热值,用液化石油气的价格约为天然气的三倍。此外,管道天然气由政府定价,一段运行周期内价位基本恒定不变,

对居民而言更加具备优势。

而且,当前环境污染等问题越来越受到关注,天然气作为相对清洁的能源,提高其在一次能源消费中的比重,具有很大的社会和环境效益。”她补充道。

中石油经济技术研究院报告指出,2012年,天然气占我国一次能源消费比重由上一年的5%增至5.4%,用气区域继续扩展,用气人口超过2亿,城镇化率达到29%。其中,城市燃气消费量由2000年的43亿立方米增至2012年的578亿立方米,占消费总量的39.2%。

报告预计,2013年,天然气占一次能源的消费比重将进一步提高至5.8%,其中,城市燃气消费量将继续领涨,取暖用气、交通用气、分布式能源用气将增加。

听说杭州周边已经有越来越多城市用上天然气了,我们这儿去年底也有部分企业和居民区通上了气。我们希望天然气快点进城入户,这样新装的暖气才能有武之地。”王先生感叹。

需求倒逼价改提速

目前,我国管道天然气价格基本是政府定价,低于市场水平。业内人士认为,要提高天然气的消费比重,价格改革势在必行,否则将很难吸引更多的投资者进入,天然气市场也难以获得更大发展。

国家发改委去年12月发布了《天然气利用政策》,明确提出要继续深化天然气价格改革,完善价格形成机制,加快理顺天然气价格与可替代能源比价关系。

“理顺天然气与可替代能源比价关系,意味着要推进天然气价格机制改革,其实质就是要改变目前天然气定价不合理、价格水平过低的现状,这是鼓励天然气生产和进口的重要前提。”刘毅军指出。

2010年,我国各地民用天然气价格曾经经历过一轮涨价,但仍存在调价空间。中国证券报记者春节前从业内人士处获悉,目前部分省市正在酝酿提高天然气价格。其中,浙江省预计计划用气量内的上调0.2-0.3元/立方米,计划量外的上调0.5-0.7元/立方米;江苏省一些城市正在考虑提高天然气终端销售价格,最高上调幅度为0.7元/立方米。

与此同时,长春市已明确表示,将于2月25日上午举行调整民用燃气价格听证会,拟将民用天然气价格由现行的2.00元/立方米上调至2.80元/立方米。

2010年调价没有到位,导致很多地区天然气价格一直有欠账。若提价,应该是为扩大试点、推行价改做准备。东部沿海地区支付能力较强、天然气消费量较大,先在东部地区进行价改的可能性也比较大。”刘毅军分析称。

应该说全国天然气价格上涨是一个趋势。一些经济较发达、承受能力较高的地区如华东、沿海等省份,可能会优先接纳;内陆、北方等地由于气价长期较低,则会有个循序渐进的过程。”安迅思思旺能源天然气分析师陈莉对中国证券报记者表示。

2013年进口胶价或继续下跌

短期未对轮胎企业构成利好

□本报记者 顾鑫
实习记者 徐伟平

2012年全国天然橡胶进口量增价跌,鉴于我国天然橡胶对外依存度较高,轮胎等下游行业的生产成本随之下降;展望2013年,进口胶价格有可能继续下跌。业内人士认为,尽管轮胎企业的生产成本下降,但产品价格也随之下调,因此其利润空间未必会受益于胶价下跌,真正的好转应当是在胶价企稳和缓步回升之时。

进口胶价下跌约三成

海关总署公布的2012年全国进口重点商品量值数据显示,2012年,我国累计进口天然橡胶218万

吨,较2011年(210万吨)高出3.6%;进口金额为68.13亿美元,同比下降27.4%。这意味着天然橡胶进口量增加的同时,价格却在下降。

2012年,福建省共进口天然橡胶123万吨,比上年增长16.2%;价值3.6亿美元,下降19.9%;进口平均价格为2914美元/吨,跌幅为31.1%。山东口岸进口天然橡胶1143万吨,同比增加1.6%;价值374亿美元,下降29.03%;进口平均价格为3276美元/吨,跌幅为30.4%。

分析人士认为,进口天然橡胶价格下跌,主要是受到宏观经济形势的影响,尽管中国天然橡胶对外依存度较高,但是天然橡胶是全球定价的产品,需求的萎缩必然导致价格的下跌。

对于今年的进口天然橡胶价格走势,业内人士预计,2013年全球汽车业发展的信心依然不足,轮胎市场总体疲软,再加上天胶产量还在增长,胶价有可能继续下跌。

中银国际期货研究员马堃表示,2013年国内天然橡胶供应量很大,供大于求的现象依然存在,大部分东盟国家天然橡胶种植面积依然在扩大,加之国内中间商库存了大量的天然橡胶,预计今年天然橡胶价格相对2012年仍有下跌的可能。数据显示,2013年,天然橡胶产量预计增加4%-6%,超过1082万吨。

轮胎企业短期未获利好

胶价下跌给市场带来了轮胎企

业成本下降、盈利好转的想象空间。

据国金证券分析师测算,2013年天然橡胶价格有可能继续下跌,围绕在2.5万元/吨震荡,以2012年天胶均价2.68万元/吨计算,有6.7%的下降空间,以橡胶成本(胶皮+合成胶)占轮胎60%,轮胎毛利率15%计算,胶价降低6.7%可提升销售净利率约2.6%。

不过,在轮胎企业看来,胶价价格下跌短期并未对企业构成利好。青岛双星有关负责人在接受中国证券报记者采访时就表示,长期看,胶价价格下跌对企业构成利好,但短期内由于企业都有原材料存货,价格相对较高,一旦原料降价,下游客户也会有产品降价要求,对企业不见得是好事。

受益浆粕反倾销

春节后粘胶厂家普遍提价

□本报记者 顾鑫

第一纺织网数据显示,粘胶厂家报价出现本轮价格反转周期开启以来的第二轮普涨,中高端主流报价上调100-200元/吨,至14800-15200元/吨,实际成交重心在14800元/吨上下;高端报价15200-15300元/吨,实际成交在15100-15200元/吨。

业内分析认为,受进口浆粕反倾销立案调查事件影响,浆粕厂家提价意愿较强,这对粘胶价格构成成本支撑;加上粘胶厂节前订单充裕等原因,后期粘胶价格预计将维持上涨势头。

复苏走势基本确立

对于本轮粘胶产业复苏,券商分析师认为,纺织服装在整个经济周期中是明显的早周期行业,纺织服装行业的复苏将带动

原料的景气复苏,尤其是目前开工率比较高,后续新增产能比较少的化纤原料。目前整个化纤行业的库存增速处于历史的底部,潜在的补库存需求会放大短期的需求增速。从产能利用率和新增产能的情况来看,粘胶短纤是首选的子行业之一。

银河证券研究报告显示,纺纱原料中,棉花约占50%,粘胶短纤只占10%,用棉量约有10%是弹性的;粘胶短纤综合性能优于棉花,目前和棉花价格倒挂,比价优势明显。在行业供需结构不断转好的背景下,粘胶短纤价格反弹有望持续。据测算,粘胶价格每上涨1000元/吨,南京化纤、澳洋科技、三友化工和新乡化纤的每股收益将提升0.27元、0.24元、0.16元和0.14元。

数据显示,全国粘胶产能接近270-290万吨,存在阶段性过

剩。相对于每年700-1000万吨的棉花消费量而言,5%的替代就能够拉动35-50万吨的粘胶短纤需求。实际上,2009年以后,粘胶短纤在国内的消费量一直维持10%-15%的增长速度,而棉花的消费量反而缓慢下降,这证明实际生产中替代一直存在。2012年棉花的收储价格19800元/吨,2013年是20400元/吨,收储价格调高将推升棉花现货价格。

盈利改善仍待观察

随着粘胶产品价格价格上涨,相关公司的盈利空间得到改善。在盈利预期好转的推动下,相关公司股价近期也大幅上涨。反弹的高度决定于盈利改善的程度,然而实际改善的情况并不确定。

分析人士认为,浆粕反倾销虽然在短期提升了粘胶的价格,

但是长期看粘胶的生产成本也将上升并挤压其利润空间。此外,价格上涨到一定程度后,下游接受的情况也有待观察。

第一纺织网总编辑汪前进认为,当前粘胶价格已经高于动态成本,行业整体扭亏为盈,但盈利空间未来能否进一步提升到多大还不确定,行业内对此也存在分歧。尽管1月份数据显示内外需都不错,但根据以往的经验,1月份数据的可比性较差,最好看一季度整体的情况。如果宏观经济处于弱复苏而非强复苏过程中的判断成立,则粘胶盈利空间的扩大也不能太乐观。

对于浆粕反倾销的影响,业内人士认为,短期看,粘胶价格上涨,可以解读为利好,但长期看,粘胶企业用完前期的低价原料后,生产成本的上升将挤压企业利润空间。

大马力高性能农机补贴标准提高

农机购置补贴对象微调

□本报记者 顾鑫

据农业部消息,农业部、财政部有关负责人近日在解读2013年农机购置补贴政策的有关情况时称,积极引导农民购置高性能、大马力、复式作业农业机械,允许各省可以将价格较低的机具不列入中央财政资金补贴范围,并适当提高大马力高性能机械单机补贴额上限。

补贴标准方面,一般机具单机补贴额不超过5万元。为缓解农民全价购买大型农机时的筹款压力,允许各省在不突破总体不超过30%补贴比例的前提下,可将100马力以上大型拖拉机、高性能青饲料收获机、大型免耕播种机、大型联合收割机、水稻大型浸种催芽控设备单机补贴额提高至15万元;200马力以上拖拉机单机补贴额提

高到25万元;甘蔗收获机单机补贴额提高至20万元,广西壮族自治区提高到25万元;大型棉花采摘机单机补贴额提高至30万元,新疆维吾尔自治区和新疆生产建设兵团提高到40万元。

2013年,农机购置补贴对象和经销商的确定还进行了微调,原来补贴对象中的“直接从事农机作业的农业生产经营组织”改为“从事农机作业的农业生产经营组织”。主要考虑部分种植合作社,虽然不直接从事农机作业,但对其购置农业机械也应鼓励和支持。

此外,还增加了“对每户农牧渔民、农场(林场)职工及每个农业生产经营组织年度内享受补贴购置农机的台(套)数或享受补贴资金总额应设置上限,具体由各地结合实际自行确定”等条款。

商务部筹划增加纺织加工贸易配额

□本报记者 张洁

纺织工业联合会预测,2013年纺织工业经济运行情况将呈现前稳后高走势。中国纺织工业联合会副会长高勇认为,受欧债危机等诸多不确定因素影响,2013年国际市场并不具备显著好转的条件,但并不会继续恶化,纺织行业出口形势将保持相对稳定。

分析人士指出,获得纺织工业加工贸易配额的企业可以实现零关税进口配额棉花,而一般企业只有有了加工贸易订单后才能申请配额进口棉花。纺织企业海外订单的多少,成为可否充分利用加工贸易配额的关键。

在线旅游经营9月前有望立规矩

□本报记者 张洁

权威人士透露,国家旅游局正在研究制定《在线旅游经营规范和监管办法》,有望在今年9月底前完成。

分析人士指出,在线旅游经营业务迅猛,2012年中国在线旅游交易规模已达1729.7亿元,份额不断扩大。但对于在线旅游市场,目前仍缺少针对性的监督管理与处罚条例。上述管理办法出台,将促进在线旅游市场规范健康发展。

监管办法呼之欲出

艾瑞咨询发布最新研究报告显示,2012年中国在线旅游市场交易规模为1729.7亿元,较上年同期增长31.6%。在线旅游经营业务在整个旅游市场所占的份额越来越大,同时也给市场监管部门带来了严峻的考验。

分析人士认为,目前对于旅游电子商务企业,缺少针对性的监督管理与处罚条例;对于在线旅游市场,缺少净化市场环境、促进公平交易和市场规则的有效手段。因此,有必要建立一整套在线旅游市场监管的规范和标准,用于指导各级旅游管理部门对在线旅游市场的监督和监控。

旅游业内专家建议,监管办法应涉及对经营旅游产品的旅游电子商务企业自身资质审核、管理责任追溯、企业经营评价体系和标准体系建设、在线旅游交易电子合同规范等内容。

随着传统旅行社、酒店、景区纷纷投身在线旅游业务,在线旅游市场格局在不断发生变化。中国国旅、首旅股份、中青旅等旅游业上市公司均有网络直营产品,它们旗下的在线旅游网站分别是国旅在线、神州旅游、中青旅遨游

旅游网;快捷酒店龙头锦江股份也通过发展线上会员扩大“锦江之星”酒店网络直销的业务份额。

直销网站成新引擎

在线旅游市场上,依据业务经营模式的不同,可分为:旅游产品直销网站、旅游产品分销平台、B2B同业交易平台、C2C交易平台。

艾瑞咨询研究报告称,2012年在线旅游代理(OTA)市场规模达94亿元,较上年增长19.7%,仍占据在线旅游市场较大份额。不过,中国的在线旅游市场引擎正逐渐发生改变。易观国际分析师认为,以OTA模式引领的第一个阶段已走向终点,在线直销——酒店、景区以及旅行社产品的直销业务,将引导在线旅游市场走向下一个爆发期。

以酒店为例,OTA利用其在分销渠道的垄断优势,对酒店利润的压榨引发了酒店的不满,OTA通过佣金对酒店利润的侵蚀成为无法回避的事实,这促使酒店加快寻求在线直销机会。分析人士认为,拓展在线直销渠道,发展官网和线上会员体系,已成酒店行业大势所趋。

7天董事局联席主席郑南雁曾公开透露,7天酒店七成房费收入来自官网。截至目前,7天会员已突破7000万,保持着中国酒店行业最大的会员体系,且基本摆脱了对OTA的依赖。

分析人士表示,我国传统旅游业线上营销潜力巨大,不少企业在OTA分销渠道的基础上,开始建立官网,发展会员体系,逐步减少对OTA的过度依赖。未来旅游产品直销网站、垂直搜索带来的销量将持续快速增长,和OTA并行,成为酒店在线预订的三大主要渠道。

增产不增收

新浪调整管理层

□本报记者 王荣

在公布2012年四季度及全年业绩的同时,新浪首席执行官曹国伟对管理层做出调整,首席运营官(COO)杜红升兼联席总裁,同时空降许良杰为新浪首席技术官,以提升新浪微博在产品、技术上的能力和用户体验。

财报数据显示,新浪第四季度净营收1.391亿美元,同比增长4%;净利润240万美元,同比下降74.2%。2012年全年净营收5.293亿美元,较上年度增长10%;净利润3170万美元。

广告收入仍是新浪的主要营收来源,2012年,新浪的广告营收为4.129亿美元,较上年度增长12%。2012年新浪微博的总收入约为6600万美元,而全年微博业务总成本近1.6亿美元。截至2012年12月底,新浪微博注册用户已超5亿,同比大幅增长74%,日活跃用户数达到4620万,微博用户数与活跃用户数保持稳定增长。

新浪预计,2013年第一季度公司的净营收将在1.15亿美元至1.19亿美元之间,其中广告营收将在9400万美元至9600万美元之间。