

政策力促新疆奶源优势释放

兵团乳业将向蒙牛伊利看齐

□本报记者 周浙玲

种种迹象表明,未来五年甚至更长时间,兵团乳业也许真的会出现一个蒙牛或者伊利。

一方面,兵团乳业今年频频面临政策窗口期:新疆生产建设兵团国企改革已经启动、5月召开央企产业援疆工作会议、6月第二次中央新疆工作座谈会举行,9月第四届中国-亚欧博览会开幕。

另一方面,去年5月取得婴幼儿配方乳粉生产许可证的西部牧业、重组已完成半年的天润乳业,已经将走出新疆作为今年工作重点,与资深营销公司深度合作,积极在内地市场推广产品并寻求并购机会。

奶源优势进一步凸显

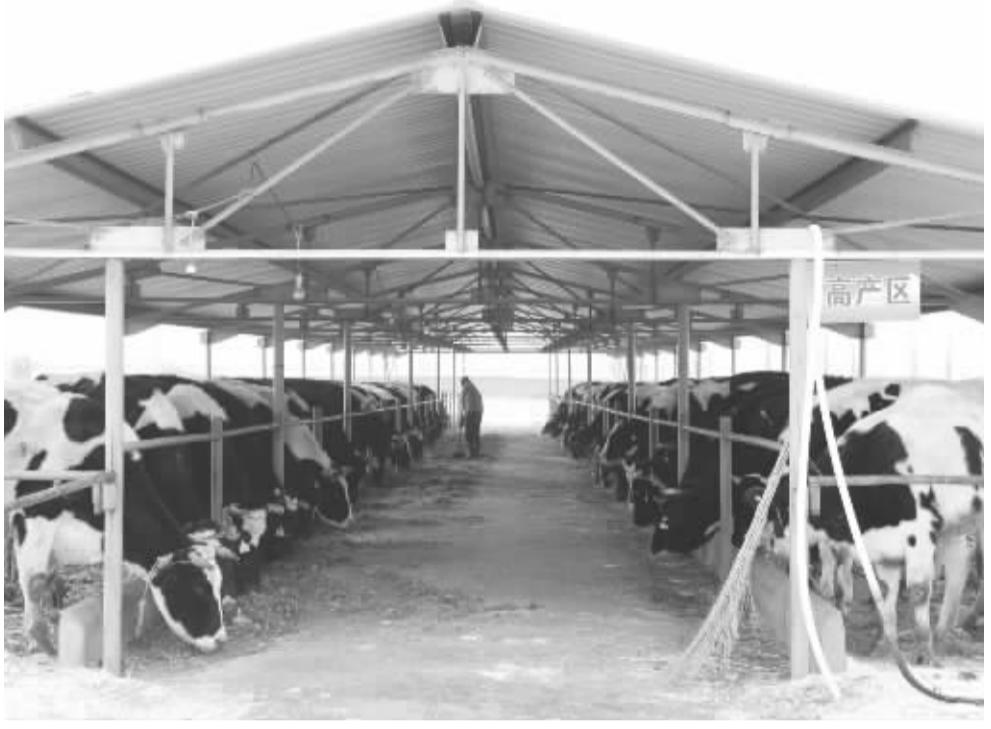
新疆是真优的奶源基地,具备发展乳业所需的得天独厚条件。新疆天然草原面积辽阔,可利用草场面积7200万亩,占新疆国土总面积的34.4%,居全国第三位;新疆光热资源丰富、人口稀少、流动性少,不易发生疫病,易于防疫;新疆幅员辽阔,土地成本低,可承载现代化养殖小区的空间远比内地广阔;新疆养殖成本低廉,与内地相比饲草料价格低10%左右,合计每头牛每年养殖成本比内地低1800-2000元。算下来,虽然新疆远离内地市场,但乳品、肉品运输到内地,其养殖成本优势完全可以与运费相抵消。

事实上,目前新疆已经成为全国乳业的后备奶源基地,旺旺、伊利等乳制品企业直接落户新疆,将生鲜乳加工成大包奶粉运送到全国各地加工,以西部牧业、天润乳业为代表的本地企业一直兼顾内地市场,既生产液态奶和酸奶,也生产乳粉供应给全国各地的乳制品生产商。

在《新疆生产建设兵团畜牧业“十二五”期增工程建设项目》的推动下,新疆的奶源优势还在进一步加强。根据倍增规划,兵团畜牧业“十二五”期间投资总匡算为62.91亿元,其中,奶牛标准化规模养殖工程投资匡算为15亿元,饲草料保障体系投资总匡算为0.88亿元,到2015年,兵团畜牧业产值要达到140亿元。为了实现这一发展目标,倍增规划提出,奶牛养殖以农一、四、六、七、八、十二师为重点,支持建设10个存栏3000头以上、平均单产7吨以上的规模化奶牛场,50个存栏1000头、平均单产7吨以上的规模化奶牛场,140个存栏500头、平均单产7吨以上的规模化奶牛场。

疆内一上市公司高管告诉中国证券报记者,“规划”之类的词很容易让人联想到空头文件,但在兵团,一切都会被高强度执行,2015年实现倍增规划是个实实在在的目标。”

未来几年内,新疆奶源将进一步集中。据了解,兵团乳业目前已完成多家牧场现代化牛场的收购工作,计划2015年存栏量达3万头。届时,天润乳业计划通过资本运作收购兵团乳业集团奶源,“至少控股”。而西部牧业控股股东兵团农八师今年将拿出1.6亿元支持西



CFP图片

部牧业发展,尤其是奶源基地建设方面的扩张。知情人士介绍,由于农八师的大力支持,今年西部牧业奶源扩张速度前所未有,早前公司已公告要新建合计2.1万头的规模化牛场。

制度束缚正在解除

石河子大学动物科技学院教授刘贤侠回忆道:“蒙牛1999年组建时,我们几个搞奶牛养殖研究的朋友断定蒙牛和伊利要倒一个,结果一个都没倒,这说明(内蒙古)政府政策好。”

对西部牧业和天润乳业来说,好的政策应指向两个方向:一是提高行业整合力度,二是提高管理层经营积极性。

今年1月,兵团出台《兵团党委贯彻<中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定>的意见》。兵团本轮国企改革在兵团层级以产权制度改革为中心,对国有资产进行战略性重组,在此基础上逐步理顺出资关系,盘活存量,引进增量,打造“国资”,构建“大平台”;同时,兵、师两级组建若干具有核心竞争力专业化的行业集团公司,重点整合乳业、肉业、果业、棉花、能源、氯碱化工、煤化工、番茄、糖业等兵团具有资源和规模优势的行业。

“不熟悉兵团的人,根本无法理解这种自上而下的制度推动,给兵团乳业带来的机遇。”刘贤侠告诉中国证券报记者,走出新疆、打响品牌,一直是兵团乳业的目标,但在兵团乳业“几乎每个团有牛场、每个师部有乳制品企业”的现实面前,此前企业自发推动的多次行业整合均以失败告终。“别说打造蒙牛、伊利,要让两个师部的乳制品企业合并都很难,因为

谁都想把利益留在自己师部。”

2013年新疆兵团乳业集团公司成立,兵团自上而下整合乳制品行业的决心终于初现端倪。而本轮以“国资”、“大平台”为基调的国企改革,无疑给兵团乳业集团推动行业整合提供了明确的制度保障。作为兵团指定的乳制品产业整合平台,天润乳业表示,兵团乳业集团就是公司的孵化器,公司不宜采取并购之策,兵团乳业集团将先期开展对目标牛场、乳业的并购,天润乳业待时机成熟后通过定向增发实施收购。

不过,兵团乳业集团的并购目标并不局限于兵团内部。据中国证券报记者了解,其目前已经接触过喀什地区的南达乳业、巴州的瑞缘乳业以及伊犁河谷等南疆、北疆地区的乳企,并多次赴内地考察内地乳品市场。

在打造“国资”、构建“大平台”的基调下,本轮兵团国企改革强调简政放权,即把企业的投资决策权、法人财产处置权下放给企业,激发企业发展活力,拓宽企业自主经营空间。天润乳业控股股东新疆兵团十二师国资公司一高管表示,兵团国企改革已经给企业下放了所需的权力,下一步就是要通过培训,给天润乳业的领导班子洗脑,让他们迅速完成从国企领导人向上市公司掌舵人的身份转变、思想转变,充分利用资本市场的规范治理、融资功能引领公司以“坐电梯”的速度发展壮大,坚决摒弃按老国企的方式来经营上市公司。

营销短板有望被克服

“酒香也怕巷子深”,石河子大学食品科

学学院教授、新疆本土知名乳业专家李开雄一语道破兵团乳业走向全国面临的最大考验。

兵团乳业这坛“香酒”很快将迎来第一个“走出深巷”的政策窗口期。据中国证券报记者了解,5月中旬将在乌鲁木齐召开央企援疆工作会议,在今年6月中央召开第二次新疆工作座谈会背景下,本次央企援疆会议有大动作。相关人士透露,尽管援疆思路一直是“造血重于输血”,但从实际结果来看,多种因素仍导致援疆造血功能略显不足。因此,本次央企援疆工作会议的指向将更加明确,旨在帮助新疆特色产业落地。作为此轮新疆国企改革聚焦的十大产业之一,乳业在疆外市场的销售渠道搭建,有望得到强有力政策支持。

中国证券报记者从兵团援疆办得到的信息,从另一个侧面印证了本次央企援疆工作会议的动向。据相关工作人员介绍,目前参与援疆的央企中有多家食品类巨头对兵团独特的农业资源感兴趣,其中最具代表性的就是光明食品集团,其作为上海市产业援疆单位,已经先后与兵团、喀什等地签署合作协议,建立了多个食品生产加工平台,并与兵团成立了公司,兵团负责集成资源,光明食品集团负责全国市场销售。

有外力可借助自然是好事,但西部牧业、天润乳业同时也明白“修炼内功”的重要性。西部牧业一高管告诉中国证券报记者,品牌推广是当前公司最大的任务。他透露,目前西部牧业已经与包括蒙牛、光明在内的内地公司合作,推销公司产品,一系列推广产品的新办法也将启动,“今年的销售投入明显高于去年,并且产品已经送到了长三角、珠三角”。在产品种类规划上,作为新疆上市乳企中唯一具有婴幼儿配方奶粉生产许可证的企业,西部牧业集中精力推广其生产的花园牌婴幼儿配方奶粉,目前花园牌婴幼儿配方奶粉已发展成为石河子第一品牌,并已进入上海市场。

相比西部牧业,天润乳业走出新疆、走向内地的步伐迈得更大、更快。据了解,目前,天润乳业专利产品奶啤、奶黄金和利乐砖已经在北京、上海、广州、江苏、浙江、福建和安徽等12个省区销售。公司已派员跟踪市场,采取“普遍撒网,重点培养”的策略,经过筛选,精心培育重点市场。“如果单一省区年销售量达3000万,就考虑建厂或者收购当地乳企”。

为了走出新疆,天润乳业还进行了深层次的内部制度改革。据了解,天润乳业已和上海天强投资管理咨询公司展开合作,拟通过薪酬改革、风险控制和法人治理结构优化等手段,提升公司内控水平,向管理要效益。同时,公司已和上海乳业协会签署了合作框架协议,上海乳业协会将在饲草料种植加工、奶牛繁育、产品研发等方面提供全方位的技术支持。此外,公司已聘请国内一家知名公司负责公司品牌建设,并着手制作公司产品细分市场规划,该项目负责人曾出任蒙牛销售总监多年。

前五大啤酒集团行业集中度达75%

啤酒业正告别微利时代

□本报记者 王锦

“当前啤酒产品的市场议价能力已得到显著提升,未来几年,啤酒业的微利时代将逐步远去。”中国酒业协会副秘书长兼啤酒分会秘书长何勇4月23日在中国啤酒业年度峰会上表示。

行业格局趋稳

何勇指出,国内啤酒行业的规模化扩张之路已接近尾声,目前的可购资源、市场空间和投入成本等客观原因,均制约了企业的主观预想,中短期之内破局的可能性极低。

据介绍,2013年,华润雪花、青岛啤酒、百威英博、燕京啤酒和嘉士伯等五大啤酒集团占全国总产量的75%,突破80%指日可待。

数据显示,2013年国内啤酒产量为5061.5万吨,同比增长4.6%。其中,华润雪花销量1172.2万吨,市场占有率为23.15%;青岛啤酒产销量为870万吨,市场份额17.19%;百威英博产销量为655.23万吨,市场份额为14.1%。

规模扩张曾是国内啤酒行业一直以来的发展模式,其中常用的方式包括新建、改扩建和并购。过去几年,并购也成为啤酒行业的扩张关键词。

华润雪花营销中心总经理曾申平4月23日表示,成功的收购和整合支持了雪花的快速发展,也促成了去年“双千万吨”的成绩,收购的所有工厂约占去年雪花销量的35%。“不过,收购没有带来全部销量,去年销量中65%是收购后创造的。”2013年华润雪花以1172万吨的年

销量继续稳居行业销量第一,而雪花品牌也以1062万吨的销量成为首个销量超千万吨的啤酒品牌。

数据还显示,2013年啤酒行业新增产能230万千升,创下近几年新低,显示出投资趋于理性。何勇表示,啤酒行业格局渐趋稳定,已经进入大集团之间的竞争。

中高端提升盈利水平

何勇还认为,我国啤酒市场日趋饱和,啤酒消费将迎来多元化升级,进而促进啤酒产品结构转变。“国内消费水平提高,对中高端啤酒产品的需求将增大。”

这从进口啤酒的大幅增长上也可见一斑。

去年进口啤酒18.2万千升,同比大幅上升

65.6%。国内包括华润雪花、青岛啤酒在内的啤酒企业也都加速产品升级,进入中高端市场。

青岛啤酒董事长孙明波表示,中高端市场增长较快,啤酒企业纷纷推出中高端产品,以产品升级顺应消费升级趋势。

何勇指出,当前大部分省份啤酒售价和利润出现提高,显示出啤酒产品的市场议价能力得到显著提升。今后,随着啤酒产品盈利水平的提升和产业集中度的提高,类似情况可能会进一步放大,啤酒业的微利时代将逐步远去。

此前也有分析师认为,啤酒企业逐步进入“要利润”阶段,利润提升的重要依托点就是产品结构升级。长期来看,啤酒企业净利率提升将是趋势。

特斯拉牵手汉能建北京充电站网络

在4月22日完成交车仪式的同时,特斯拉宣布北京的第一个超级充电站正式落成。据了解,特斯拉北京的充电站网络合作方包括了汉能太阳能集团有限公司。

特斯拉CEO马斯克表示,这并不是一个独立的项目,特斯拉未来将会有许多的合作伙伴来帮助实现网络建设,未来还会持续在中国投入超级充电站建设,尽快扩大网络。

资料显示,汉能太阳能是香港联交所主板上市公司,2013年1月更名为汉能太阳能集团有限公司。汉能太阳能提供经过验证的大规模薄膜太阳能电池整线生产系统及综合解决方案,是世界级薄膜太阳能光伏组件生产设备及整线综合方案的供应商。公司正积极开发下游业务,大规模迈进全球太阳能发电及光伏应用市场。(刘兴龙)

湖南公共服务推金融IC卡

湖南省政府网站印发《湖南省人民政府办公厅关于推动金融IC卡在我省公共服务领域应用的通知》。通知提出,到“十二五”末,在全省范围内形成增量发行的银行卡以金融IC卡为主的应用局面;以金融IC卡为载体,加载多种行业应用和公共服务应用功能,实现中国金融集成电路卡规范与各行业应用标准的对接;实现金融IC卡全省通用并与全国互通对接。

湖南将采取“政府推动、市场运作、统一标准、互利共赢”的原则推动金融IC卡在公共服务领域的应用。政府推动方面,各级各有关部门负责公共资源的整合,将行业应用纳入金融IC卡的应用范围,扩大金融IC卡在公共服务领域的应用面。市场运作方面,在充分尊重现有市场格局、主体与产品的基础,引入市场机制,打破行业进入壁垒,促进信息资源开放共享和企业公平竞争。统一标准方面,将统一公共服务标准,建立公共服务应用平台,实现公共服务、金融服务、支付服务、行业服务标准的相互通用和有效对接。

作为主要任务,湖南将以“数字湖南”为依托,以公共交通应用为突破口,统一平台、统一标准、建设湖南金融IC卡公共服务应用品牌,逐步融入更多社会和民生领域,实现全省居民生活出行通、居家通、保障通、理财通、商务通。(李香才)

湖北出台碳排放权交易办法

湖北省政府网站日前印发《湖北省碳排放权管理和交易暂行办法》,自6月1日起施行。办法指出,对湖北行政区域内年综合能源消费量6万吨标准煤及以上的工业企业实行碳排放配额管理。纳入碳排放配额管理的企业应当依照办法的规定履行碳排放控制义务,参与碳排放权交易。

总量设定是碳排放权管理和交易的基础性工作。办法指出,在碳排放约束性目标范围内,主管部门根据本省经济增长和产业结构优化等因素设定年度碳排放配额总量、制定碳排放配额分配方案,并报省政府审定。碳排放配额总量包括企业年度碳排放初始配额、企业新增预留配额和政府预留配额。政府预留配额一般不超过碳排放配额总量的10%,主要用于市场调控和价格发现。(李香才)

上半年

交通运输运行稳中偏缓

交通部4月23日发布2014年一季度交通运输经济运行情况,一季度铁路公路投资增势良好,客运货运增长速度相较去年有所下降,港口内贸增速放缓,外贸进口增长较快。预计二季度全社会货运量增速将继续处于寻底阶段,上半年交通固定资产投资规模有望继续保持。

具体来看,一季度,铁路、公路、水路完成固定资产投资2783亿元,同比增长11.4%。其中,铁路完成固定资产投资713亿元,增长6.4%;公路建设完成投资1842亿元,主要是续建项目较多,实现17.2%的快速增长;水运建设完成投资23亿元,下降7.4%。中西部地区交通建设继续保持较快增长,共完成投资1382亿元。

客运增速缓中趋稳,高端出行增长迅速,全社会客运量(铁路、公路、水路)同比增长4.8%,较去年同期回落1.2个百分点,降幅收窄,有一定企稳迹象;货运需求稳中偏弱,一季度全社会货运量、货物周转量同比分别增长7.4%和4.6%,增速较去年同期回落1.6个、1.9个百分点;港口内贸增速放缓,外贸进口增长较快,一季度规模以上港口完成货物吞吐量26.2亿吨,同比增长5.2%,增速较去年同期回落4.9个百分点。

报告预计,上半年交通运输行业运行稳中偏缓,但仍将处于预期的合理区间。全社会客运量增速将保持在5%左右。受经济增速“换挡”等因素影响,二季度全社会货运量增速或将继续处于寻底阶段,预计上半年增长7%左右。港口货物吞吐量将保持5%左右的平稳增长。今年国家继续实施积极的财政政策,并明确加快中西部铁路、公路等基础设施建设,交通固定资产投资规模有望继续保持高位。(欧阳春香)

港口煤价走平

煤企静待两巨头下月调价政策

价格走平

本期发热量5500大卡/千克动力煤在秦皇岛、曹妃甸港、国投京唐港、京唐港、天津港和黄骅港的主流成交价格分别报收525-535元/吨、525-535元/吨、535-545元/吨、530-540元/吨、530-540元/吨和530-540元/吨。其中,国投京唐港和天津港的交易价格区间比前一个报告期上涨了5元/吨;黄骅港的交易价格区间比前一个报告期下降了5元/吨;其他三港的交易价格区间与前一个报告期持平。

从对环渤海六个港口交易价格的采集计算结果看,本报告期,24个港口规格品中,价格持平

的港口规格品数量由前一期的17个增加到18个;价格上涨的港口规格品数量由前一期的5个减少到3个;价格下降的港口规格品数量由前一期的2个增加到3个。

业内人士表示,价格持平的港口规格品数量略有增加,价格上涨和下降的港口规格品数量均处于较低水平并且数量相当,表明该地区各品种动力煤价格走势相对平稳。

后市难乐观

虽然港口煤价的走平令煤炭企业暂时松了一口气,但是多位业内人士都对煤价后市不乐观。不少煤炭企业对中国证券报记者表示,目前

他们都在期待神华和中煤两大巨头即将出炉的5月份优惠政策,倘若大型煤企取消优惠,将为小型煤炭企业带来福音。

“但是从目前迹象看,由于大型企业一季度销售状况很差,为了完成销售目标,优惠政策通常会不变。”卓创资讯煤炭行业分析师刘冬娜对中国证券报记者表示,“即使优惠政策取消,也会是试探性的,不会一次性完全取消。”

此外,大秦铁路将于4月30日检修完毕,由此导致的港口煤炭库存减少也将消失。而随着夏天的到来,水电输出的增加,也令水电企业不敢积累更多煤炭库存。“整体来看,煤价后市上涨的动力非常微弱。”刘冬娜分析说。

□本报记者 王小伟