

煤炭合同汇总会强调合同兑现

□本报记者 李阳丹

为期5天的2011年煤炭合同汇总会于今年1月5日至9日在广西南宁举行。此次重启已在2010年被终止的现场衔接,主要为了确认合同签订情况、分配铁路运力以及提高煤炭合同的兑现率。

根据煤炭运销协会的通知,此次合同汇总会主要对在产需衔接中所签合同与通知中的框架方案出入较大以及未能按时完成产需衔接的企业,集中组织汇总,完成收尾工作。其次,在汇总合同的基础上,与电力行业牵头单位,根据煤矿实际生产、运力配置和电力企业实际需求情况,核对重点电煤合同并提交国家发展改革委、铁路交通部门进行运力配置。

据了解,在规定时间内,严格按照通知中的框架方案完成产需衔接的煤炭企业,可不参加集中汇总,多余。

在网上汇总、核对即可;而在产需衔接中,所签合同与通知中的框架方案出入较大的煤炭企业,则需要到会说明情况;未能按时完成衔接的煤炭企业,要在集中汇总阶段完成合同签订和汇总工作。

据业内人士介绍,已经签订的煤炭合同与框架方案出入最大的部分在于30万吨及以上的合同。国家发改委此前要求这部分合同延续至2011年度,铁路运力配置维持上年水平不变,但实际上最终落实情况并不理想。

由于此次重点电煤合同价格被“冻结”,电力企业普遍担心,在价格受限情况下,煤炭企业可能减少重点合同煤供应量,降低合同兑现率,或降低所供煤炭质量,甚至采用限产等手段来推高市场价格。而从目前的合同签订和汇总情况来看,这些担心并不多余。

记者观察

□本报记者 李阳丹

截至国家发改委规定的最后期限,2011年全国煤炭产运需衔接初步汇总超过15亿吨。尽管这一衔接总量超出业内人士预期,但很难就此认为衔接顺利而全年煤炭供应有保障。煤炭供应的关键在于电煤合同的兑现。而目前来看,已有不少迹象表明,煤炭企业在限价政策下,保质保量供应电煤的积极性并不高。

数据显示,今年煤炭产运需衔接总量超过发改委计划的全国跨省煤炭衔接总量6.1亿吨。表面来看,煤炭企业的积极性似乎在衔接后期被调动起来,但与2010年相比,今年的衔接情况并不如想象中理想。

2010年全国煤炭产运需衔接合同汇总最终录入的总量超过17亿吨,而当年国家发改委确定的框架方案约为9亿吨。今年的录入量在国家计划总量有所上浮的情况下出现了下降,煤炭企业的“不情愿”仍可见一斑。

尽管今年煤炭合同的签订还算顺利,但从签订的煤炭合同构成来看,煤炭

企业增加的合同量主要在冶金、化工用煤等方面。这些领域的煤炭价格上涨并没有受到限制,吨煤比重点电煤价格至少高出5元左右。而在发改委下达的2011年煤炭跨省区铁路运力配置框架的总盘子中,电煤运量合计为7.69亿吨,比2010年增加6300万吨;而冶金为9453万吨,化工业为3484万吨,居民生活3363万吨。

事实上,在7.69亿吨的电煤运量中,发改委规定不能涨价的重点电煤其实只有约3.8亿吨。按照有关部门的想法,这部分合同量应主要由2010年度单笔数量30万吨以上的合同汇总而来,而这些量比较大的合同应该每年延续下去,逐渐成为中长期合同。

在国家发改委关于做好2011年煤炭产运需衔接工作的通知中,就明确提出引导供需企业将2010年度单笔数量在30万吨以上(含30万吨)的重点电煤合同延续至2011年度,铁路运力配置维持上年水平不变。鼓励煤电双方签订中长期合同,在合同履行期限内年度铁路运力配置优先安排。”在主管部门看来,这些30万吨以上的电煤

合同是保证全国电力安全的底线。

但在煤炭运销协会已经汇总的超过15亿吨的4000多份合同中,30万吨以上的重点电煤合同却没有达到3.8亿吨。

即便如此,签订了的合同也不能百分之百保证兑现,对于价格被限的重点电煤尤其如此。2010年,为了进一步推进煤价市场化,发改委首次取消了煤炭衔接现场会,依靠煤炭运销协会建立的电子平台进行汇总,但最终全国全年的电煤合同兑现率不足40%。而值得注意的是,2010年电煤价格未受限制,合同价普遍上涨了30元~50元/吨左右。兑现率较低的原因,一方面在于合同煤价涨幅低于此前煤炭企业的预期,另一方面则是由于国内市场电煤价格总体涨势较好。

对于煤炭企业而言,为了提高经营效益,合理安排销售结构也在情理之中。但对于希望保证电力系统稳定的又囿于电价无法调整的主管部门而言,这样的结果显然是不能接受的。此次在南宁召开的现场汇总会,目的之一就是要解决合同签订中出现的问题,提高合同的兑现率。

版权战” 加剧视频行业寡头竞争

□本报记者 王荣

随着视频行业上市潮的来临,视频行业的“版权战”愈演愈烈,尽管经过多年的储备,视频行业羽翼开始丰满,然而不断推高的版权费用,又给视频行业提出了新问题。

版权之战白热化

日前乐视网宣布投入7500万元购买影视剧版权,加剧了视频行业白热化的“版权战”。据了解,乐视网拟购买独家电视剧版权31部,购买金额为6560万元,购买独家电影版权6部,购买金额为940万元。

有业内人士指出,此次乐视网购买的影视剧预计占到2011年全国热播影视剧的70%以上。据此测算,视频企业每年需要在购买国内热播剧正版视频方面投入1亿元左右,这其中还不包括购买海外影视剧的版权。

随着酷6、优酷、土豆等视频网站赴美上市而主动删去大量盗版版权,以搜狐为代表的门户网站增加版权采购金额,以及政府对于视频网站盗版的打击力度进一步加大,独家网络影视版权的价格近一两年也是水涨船高。

酷6网副总裁郝志中介绍,酷6已拿出数亿元购买正版影视剧。另据了解,优酷每年逾6000万投入版权购买,土豆网近三年版权花费超亿元。搜狐视频明年计划投入2亿元打造内容出品,除了购买国产剧,还从迪士尼和华纳引进多部热门美剧,并且在自制剧上也加大投资。

在视频企业的共同推动下,电视剧的版权费用水涨船高。资料显示,2009年国内电视剧网络版权单集最贵不过四五千元。到2010年上涨了10倍,热门剧单集达到10万元左右,新版《三国》网络发行价就已经高达每集28万元。

而电视剧的推出速度有增无减。根据国家广播电影电视总局的统计显示,仅2010年7~9月,全国各类电视剧制作机构共计生产完成并获准发行国产电视剧111部3838集。

寡头竞争格局渐现

2011年,视频网站竞争依然会愈演愈烈,寻求内容的差异化是生存关键。”郝志中介绍,酷6网会制作更多高清晰精彩独家的内容,走节目品牌化的路线。

在购买版权的同时,酷6、优酷、土豆、搜狐等视频网站还花大力气,在自制剧上大展拳脚,试图以“内容出品”在市场上占优。邀请各路名人参与自己的自制节目成为一大噱头,可是平均每个人名三四十万元的出场费也为视频网站增加了一大开销。

有业内人士指出,自制剧虽然可以在内容上体现差异化,但因为投入加大,影响力有限,因而目前还处在只赚吆喝不赚钱的状态,广告依然是视频行业营收的主要来源。”

正版化路线增加了视频企业成本。艾瑞咨询的分析师赵旭枫指出,随着正版化的不断推进,企业版权的费用支出会不断增加,这势必会淘汰中小视频企业,而优酷、酷6、土豆等视频行业的龙头企业,受益于上市融资,资金雄厚,加上自身品牌影响力等因素,形成寡头局面。

作为新兴领域,视频行业还吸引了搜狐、新浪、百度等门户的加入。分析指出,这些企业因为背靠大树,不乏资金和用户支持,也将成为未来寡头组织中的一员。

长城汽车2011年销量冲60万辆

□本报记者 顾鑫

2010年长城汽车销量同比增长近8成,基本实现40万辆的目标。对于2011年的销售,长城汽车表示,公司将加大新车推广力度,计划明年销量达到55万辆,冲刺60万辆,其中,国内市场48万辆,国际市场8万辆以上。

推10款新车型

长城汽车2011年的销售目标分解下来看,哈弗SUV系列预计销售20万辆,腾翼轿车预计销售24万辆,风骏皮卡预计销售12万辆。公司将加大新车推广力度来促进销售,预计2011年投放市场的新车共计10款车型,包括哈弗SUV系列4款、腾翼轿车系列5款和风骏皮卡系列的改款风骏。

2010年,长城汽车累积实现销售39.73万辆,同比增长77%,超过行业平均增长水平,是销量最高、增速最快的品牌之一。其中,哈弗SUV实现15万辆,同比增长109.5%,在全国SUV市场中保持销量冠军;腾翼轿车实现14.4万辆,同比增长73.1%;风骏皮卡实现10.3万辆,同比增长46%,连续12年保持行业第一位置。

长城2010年在国际市场销售5.5万辆,出口金额达到30多亿元,双双增长超6成。为扩大海外市场,公司近年来在俄罗斯、印尼、伊朗、越南、埃及、乌克兰、保加利亚、塞内加尔、委内瑞拉、菲律宾、马来西亚、埃塞俄比亚等国与当地合作伙伴建立了KD组装厂,数量达到12家,并与意大利、马来西亚、斯里兰卡、苏丹、南非、巴西、泰国、土耳其等国达成合作建厂意向。

2010年以来,长城逐步建立了三大品类营销网络。截至2010年底,销售网络实现了100%的增长,新建经销商网点达到345家。2011年,公司将继续加强二三线市场的布局,三大品类形成各自独立的营销网络。

天津基地一期即将投产

2009年2月,长城汽车总投资约122.5亿元,分三期在天津滨海新区规划建设80万辆乘用车、配套零部件、出口物流及生活区项目。中国证券报记者了解到,天津基地一期项目建设接近尾声,三期将于2015年建成投产。

一期项目预计在今年3月投入使用;二期项目已经开工,具有年产25万辆轿车、SUV生产能力,建有冲压、焊装、涂装、总装四大车间及生活办公设施,预计2012年8月份建成投产;三期项目预计于2015年建成投产。项目全部建成后,长城天津基地整车产能将达到80万辆,有3款高端SUV和5款高端轿车下线。

根据产能规划,未来5年,公司将在天津、保定新增产能150万辆,其中内销占70%,预计到2015年产能达到200万辆,销量180万辆。

重点电煤供应存隐忧

□本报记者 李阳丹

截至国家发改委规定的最后期限,2011年全国煤炭产运需衔接初步汇总超过15亿吨。尽管这一衔接总量超出业内人士预期,但很难就此认为衔接顺利而全年煤炭供应有保障。煤炭供应的关键在于电煤合同的兑现。而目前来看,已有不少迹象表明,煤炭企业在限价政策下,化工业为3484万吨,居民生活3363万吨。

事实上,在7.69亿吨的电煤运量中,发改委规定不能涨价的重点电煤其实只有约3.8亿吨。按照有关部门的想法,这部分合同量应主要由2010年度单笔数量30万吨以上的合同汇总而来,而这些量比较大的合同应该每年延续下去,逐渐成为中长期合同。

在国家发改委关于做好2011年煤炭产运需衔接工作的通知中,就明确提出引导供需企业将2010年度单笔数量在30万吨以上(含30万吨)的重点电煤合同延续至2011年度,铁路运力配置维持上年水平不变。鼓励煤电双方签订中长期合同,在合同履行期限内年度铁路运力配置优先安排。”在主管部门看来,这些30万吨以上的电煤

合同是保证全国电力安全的底线。

但在煤炭运销协会已经汇总的超过15亿吨的4000多份合同中,30万吨以上的重点电煤合同却没有达到3.8亿吨。

即便如此,签订了的合同也不能百分之百保证兑现,对于价格被限的重点电煤尤其如此。2010年,为了进一步推进煤价市场化,发改委首次取消了煤炭衔接现场会,依靠煤炭运销协会建立的电子平台进行汇总,但最终全国全年的电煤合同兑现率不足40%。而值得注意的是,2010年电煤价格未受限制,合同价普遍上涨了30元~50元/吨左右。兑现率较低的原因,一方面在于合同煤价涨幅低于此前煤炭企业的预期,另一方面则是由于国内市场电煤价格总体涨势较好。

对于煤炭企业而言,为了提高经营效益,合理安排销售结构也在情理之中。但对于希望保证电力系统稳定的又囿于电价无法调整的主管部门而言,这样的结果显然是不能接受的。此次在南宁召开的现场汇总会,目的之一就是要解决合同签订中出现的问题,提高合同的兑现率。



京沪高铁南京南至上海虹桥段建设的下蜀、丹阳、郑陆、无锡、虹桥等五座牵引变电所已完成设备安装,其中虹桥变电所为配合上海虹桥站和沪宁、沪杭高铁的开通已先期送电运行。图为1月6日一名参加变电专业技术比武的施工人员在接线。

新华社图片

农药“大年”期盼或落空

□本报记者 顾鑫

2010年是农药行业经历的连续第三个“小年”,除了在炒作蝗虫概念时曾昙花一现外,农药板块整体依然沉寂。部分市场人士期盼,2011年农药行业渐渐复苏,迎来“大年”。

尽管农药价格上涨,但是行业获利情况并没有好转。”农药市场信息中心张为农表示,农药价格上涨背后的推动因素,包括生产原料价格上涨、劳动力成本增加、“三废”治理等,预计2011年农药价格将小幅上涨,但是不会重演2008年金融危机前价格疯涨的行情。

另有业内人士称,“下游采购十分谨慎,原药有价无市,制剂连价格都没有。”

四季度高出10%~20%,如草甘膦原药为24500元/吨、高效氯氟氰菊酯原药为170000~175000元/吨、氯氟氰菊酯原药为97000~98000元/吨、毒死蜱原药为34000~35000元/吨。大宗常规农药品种中价格上涨的品种占70%~80%。

尽管农药价格上涨,但是行业获利情况并没有好转。”农药市场信息中心张为农表示,农药价格上涨背后的推动因素,包括生产原料价格上涨、劳动力成本增加、“三废”治理等,预计2011年农药价格将小幅上涨,但是不会重演2008年金融危机前价格疯涨的行情。

另有业内人士称,“下游采购十分谨慎,原药有价无市,制剂连价格都没有。”

去产能化尚未结束

导致行业陷入连续遭遇“小年”困局的重要原因是产能过剩严重。业内人士提供的数据显示,农业部认可的农药企业数量约2400家,实际的企业数量可能有4000多家。2010年1~10月,农药产量达到223.5万吨,接近2009年的水平。2010年11月末,农药生产企

业的库存达到99.9亿元,同比增长4.23%。工信部2009年10月末曾公布过《农药生产准入条件》(征求意见稿),但是最终的正式文件却不了了之。

需求方面,农药的使用量增长比较缓慢。据全国农业技术推广服务中心预测,2011年我国农药需求将增加2.6%。中信建投研究员梁斌称,农药行业的高速增长已经过去,上一轮的增长来自于农产品价格上涨、农业播种面积增加、抗药性导致用药量增加、杀虫剂替换和除草剂推广。而当前除草剂已经大面积推广,新的农药品种短期很难出现,正常的气候条件下,农药需求增长有限。”

出口方面,受制于农药登记制度,中国企业在欧美等重要出口市场扮演着为他人打工的角色,赚取微薄的辛苦费,尽管如此,还频频遭遇反倾销。

由于农药在某种程度上“靠天吃饭”,除非“暖冬”发生和大面积虫灾出现,农药板块或许将迎来阶段性行情,但是,只要去产能化没有结束,投资农药板块的风险依然较大,正如一位市场人士所说,“横盘太久未必就有机会上涨。”

2010年石化市场以涨为主

□本报记者 顾鑫

中国化工网提供的数据显示,在重点跟踪的100种石油和化工产品中,2010年价格上涨的品种占大多数,涨幅多集中在15%~30%。

中国化工网资讯总编刘心田表示,结合2009年的石化市场表现看,长达近18个月的市场表现都比较强势,并且呈现出产业链中端发力猛于上端和下端的特点。原油和部分终端产品上涨幅度小

于大部分品种)。

刘心田认为,随着全球金融危机带来的影响逐渐消退,石油化工市场的外部环境较2008、2009年趋于明朗,在可见的未来比较稳定。2011年的石油化工市场从目前看仍处于上涨阶段。原油如发力,仍会对石油化工市场带来较大动力;如若原油下半年走弱,则不排除石油化工市场提前进入整理阶段。