

盐业体制改革方案年内有望提出,或推进盐业股权多元化

# 上市化工企业争尝盐改“头啖汤”

□本报记者 张玉洁

尽管讨论多年的盐业改革目前尚难言有突破性进展,但今年以来化工类上市公司密集布局食盐行业,部分公司股价更是涨势明显,或传递出一种积极信号——在加快盐业市场化改革预期的大背景下,区域性产、运、销一体的大型食用盐集团可能会在不远的将来出现。

云南盐化、兰太实业等中盐系公司已在食用盐行业实现了产销一体化的经营模式,销售网络已经覆盖相关省份,食盐销售及配送效率正在逐步提高,能很好地应对盐业市场改革的新变化。新都化工则通过与盐业公司合作运营双品牌的模式,已使其品牌终端产品进入多个省市的超市,初步品尝到了“果实”。三友化工目前正通过集团盐业资产注入上市公司,来发展面向终端的食盐业务,目标则瞄准了京津冀乃至东三省地区的广阔市场。



高温下的盐业工人

新华社图片

## 盐业改革推进新机会

食盐专营制度在我国有着两千多年的历史。在古代,盐税是国家财政收入的重要组成部分。进入现代社会,食盐的税收意义已微乎其微。数据显示,2006年盐税只占我国税收的0.04%。

食盐专营制度保证了老少边穷地区食盐供应,在防治碘缺乏病和防止工业盐流入市场等方面发挥着巨大作用,但专营制度下产、运、销分离,行业利润大多集中在盐业公司和流通环节中,生产环节利润微薄,影响到产业链的均衡协调发展。

以目前河北省主导产品绿色食盐为例,生产企业出厂价不足750元/吨,而省盐务局一级批发845元/吨,省专营公司二级批发2125元/吨,三级批发3125元/吨,零售价3750元/吨,出厂价和终端零售价相差了近3000元/吨。

据中国证券报记者了解,井矿盐和粉洗盐的生产成本更低,许多品种的盐出厂价和终端零售价的价差更大。目前市场上较受欢迎的低钠盐仅是在现有碘盐的基础上少量添加氯化钾和硫酸镁,成本与碘盐相差无几,但其终端售价至少比普通碘盐高出50%以上,利润更为丰厚。

一位大型食盐生产企业人士对中国证券报记者表示,现今食盐在人们日常消费支出中占比已经极小,消费者对于现在的食盐价格多能够接受。现有盐业专营体制的弊端主要体现在行业利润集中于批发与销售环节,盐业管理系统与生产企业争利严重。尤其是近年来人工等生产运营成本不断上升,而食盐出厂价多年不变,不少食盐生产企业普遍业绩下滑,甚至出现亏损。现行模式已越来越不适应企业和行业健康发展的需求。

另一方面,在现行体制下,我国盐业的产业集中度低。资料显示,我国目前共有制盐企业1300多家,平均产能3万吨。生产能力超过5万吨的企业仅占全部制盐企业的8.5%,盐业劳动生产率总体水平较低。尽管我国制盐业的人工成本低,但由于生产工艺落后、交易成本较高,我国盐业的生产成本高于美国。

2014年,加快推进盐业体制改革方面改革有了新进展。4月21日,发改委宣布废止《食盐专营许可证管理办法》。该办法废除后,食盐生产许可证及食盐准运证的审批和发放,下放地方盐业主管部门负责。

5月召开的全国经济体制改革工作会议上传出消息,国家发改委再度重申加快推进电力、油气、盐业等

重点行业改革。由此,盐改与电改、油改等关系民生的重大改革一起,被列为年内重点推进的行业体制改革。

来自中盐协会的信息显示,2014年中盐协将提出盐业体制改革方案。不少行业人士对中国证券报记者表示,食盐行业的市场化改革有望在今年得到进一步推进。

在“2014年全国盐业产销座谈会”上,中盐协理事长董志华称:中盐协会在盐业内部提出了“专营下的市场化运作”想法,致力于推动行业内部改革。对于盐业体制改革,他尤其着重建议,推进盐行业股权多元化。中国盐业总公司在整合过程中,应逐步改变食盐企业单一国有资本结构的现状。可引进相关战略投资者,进行产权多元化改革。

尽管业内人士对盐业改革路径看法各异,但都认为盐业专营体制改革大方向仍是市场化。关于市场化推进度,多位业内人士表示,食盐事关民生,市场完全放开的可能性不大。“在一定程度的市场竞争下,部分让利给盐业生产企业,相关企业承担起部分社会责任,逐渐形成地区性产、运、销一体的盐业集团,或是一种发展方向。”

## 上市公司布局盐业忙

在这种背景下,一些上市化工企业纷纷布局食用盐行业,希望在盐业改革中分得“头啖汤”。云南盐化等中盐体系内的公司,或将最先受益。

目前上市化工企业中,三友化工和新都化工均已在食盐领域布局。

三友化工7月23日晚发布收购公告称,公司控股子公司三友盐化以现金2511.57万元购买河北永大食盐有限公司52.14%股权。此前的4月份,三友化工即已公告表示,三友盐化将收购永大食盐股权事宜。

资料显示,永大食盐公司为大清河盐化控股子公司,是河北省唯一一家生产真空制盐的国家级食盐定点生产企业,2010年通过ISO9001-2008质量体系认证,年设计精制盐生产能力10万吨,实际生产能力13万吨,现已形成以绿色食盐为依托,包括精制盐、海水自然晶盐、低钠盐、泡菜盐、软水盐、海藻碘盐在内的产品结构,可满足不同消费群体的消费需求,产品市场占有率不断扩大,目前供应的食用盐产品占到河北市场总容量的70%。

三友化工董事会秘书刘印江对中国证券报记者透露,公司对永大食盐收购相关评估报告等材料已上报河北省国资委,省国资委审核同意后,将召开董事会履行收购程序,办理股权转让。他同时表示,永大食用盐业务一旦注入到上市公司,将成为公司未来新的利润增长点乃至会是公司业绩的护城河。

刘印江介绍,在低端市场方面,公司将充分利用曹妃甸北控水务、海港区中冶公司海水淡化浓海水资源,依托和三友盐化一体化优势,实现卤水直接生产精制盐,发挥产量大、成本低的优势,占领城乡大众食盐市场。在高端市场方面,将以三友盐化的纯生态海盐为原料,打造以“永健”牌海水自然精盐为主体,低钠盐、泡菜盐、软水盐、海藻碘盐、洗浴盐为补充的高端产品结构,同时进口澳洲原盐,打造精品纯净澳盐品牌,满足高端差异化目标市场需求。他说:“依托公司现有优质盐业资产,发展面向终端的食盐业务,成为京津冀乃至东三省地区的盐业巨头,将是公司转型的重要方向。”

三友化工是国内纯碱和粘胶龙头企业,但近年来在国内经济增速放缓和行业产能过剩的双重挤压下,作为强周期行业,公司业绩更多依赖于行业产能变化和控制成本。2013年公司业绩增长主要来源于粘胶短纤业务。进入2014年,粘胶价格下降使化纤公司业绩下滑,多亏纯碱价格今年以来一路上行,公司业绩才得以保持继续增长。因此,公司迫切希望发展新业务进行转型。

据业内人士分析,按照现有利润测算,如果食盐业务年销量达到40万吨,每年即可为公司带来2亿元的利润,这将为三友化工带来业绩护城河。公司方

面也表示,进入食盐领域,将促进盐化公司乃至三友集团,从工业原材料生产型企业,向终端商品型企业转变;后续公司或将引入合作伙伴,共同做大食用盐业务。

至于新都化工,目前在食用盐的布局上则更进一步。据公司相关人士介绍,公司子公司孝感广盐华源是国家首批食用盐定点生产企业之一,占地175亩,拥有地下可采优质井矿盐许可开采区域6.2平方公里,年产精制盐100万吨。益盐堂公司选择海藻碘盐和低钠盐两个发展方向。为实现战略目标,保证食用多品种盐原料供应,益盐堂公司投资成立威海益新九洋海藻科技有限公司,开发纯天然的海藻碘浓缩液替代无机碘剂生产含碘食用盐。益盐堂公司自建4万吨食用氯化钾生产线,保证低钠盐所需钾原料的稳定低价供应。目前益盐堂公司已成为国内唯一拥有海藻碘生产线和国内最大食用氯化钾生产线的食盐生产企业,具有明显的产业链优势。未来公司将通过技术创新及结构优化,以盐的终端产品为目标,进行后续消费品的开发,延长产业链,增强综合效益。

新都化工有专门团队管理食盐业务。在市场营销方面,公司既引进盐业体制内专业人才队伍,同时也引入国际知名快消公司市场营销人才,用于打造营销队伍。公司表示,公司将结合自己市场化的特点,建立盐行业内最具有市场竞争力的营销队伍。

## 双品牌模式初尝成果

国家食盐市场化改革将对食盐市场产生重大影响,在近期举办的一次盐化工产业论坛上,众多无机盐化工企业均表示了进军食盐行业的强烈兴趣。不过,多年来形成的利益集团会给改革设置重重障碍,改革方案何时出台,如何改,是进行彻底的市场化改革,还是有所保留的逐步实施等,诸多不确定因素构成了巨大的风险。一些布局盐业的公司,只能是摸着石头过河。

目前,食盐专营制度仍然存在,终端零售市场还未发生变化,制盐企业还不能进入食盐批发和销售环节。在新都化工模式中,公司选择与盐业公司合作,从而“曲线”进入终端市场。业绩显示,新都化工已经初步品尝到成果。

新都化工7月30日晚间发布半年度业绩预告,公

司2014年上半年实现营业收入23.41亿元,同比增长16.81%;实现利润总额1.28亿元,同比增长39.07%;归属于上市公司股东的净利润为0.60亿元,同比增长17.06%。公司表示,公司多品种盐销量高增长,并且产品结构进一步优化。新都化工目前生产盐的子公司包括广盐华源和益盐堂。益盐堂是单独运营的子公司,主要生产产品(如海藻碘盐和低钠盐)和食用氯化钾。据新都化工人士透露,2014年一季度益盐堂已实现销售收入9,895万元,净利润3,027万元。

长江证券研究报告认为,新都化工上半年多品种盐业务净利润预计超过7000万元,全年净利润有望突破1.2亿元。而益盐堂去年全年的净利润才接近5400万元,公司多品种盐业务增长迅速。

在新都化工的模式中,公司选择与盐业公司在销售渠道进一步加深合作,成为战略合作伙伴,共同打造盐业销售。在食盐专营体制下,除中盐在北京、上海打中盐的品牌外,其余各省的食用盐均是用盐业公司的品牌。通过与地方盐业公司合作,益盐堂公司的多品种盐产品已成功进入湖北、广西、广东等14个省、300多个地级市市场。在做好市场开发的同时,积极培育自主品牌,益盐堂公司已成功将“益盐堂”品牌产品推向湖北、内蒙古等省份市场。

新都化工表示,在接下来的产业布局中,为应对盐业改革,公司将适时进行全国性布点,通过建立类似于益盐堂的分装基地,通过几个基地,辐射全国。分析人士指出,这种双品牌合作的模式对于其他企业具备借鉴意义。

## 国内盐业改革历程一览

时间	摘要
1996年	国务院颁布《食盐专营办法》,食用盐实行严格专营
2002年	经贸委被撤销,盐政管理职能转移到国家发改委
2002年	原经贸委下发《关于盐业管理职能有关问题的通知》,旨在政企分开,建立现代企业制度,但遭遇波折搁浅
2004年	广东省撤销食盐专卖局,两年后又恢复
2005年	在《深化经济体制改革意见》中首次写入盐业改革
2006年	十一五规划中将盐业体制改革放在重要位置
2009年	发改委改司制定《关于推进盐业体制改革的若干意见(征求意见稿)》,但却陷入僵局
2010年	28家制盐企业签署《全国部分大中型制盐企业对盐业体制改革的建议》,由中盐协会向国家发改委、工信部等相关部委转交,但无实质进展
2010年	发改委牵头制订的盐业体制改革方案大体框架完成,但受既得利益者多方阻挠,再次搁浅
2011年	日本地震引起短期抢盐现象,工信部随即表示食盐生产和供应有充分保障,盐业总公司启动应急机制,专营改革再次被推向风口浪尖
2011年	十二五规划将盐业制度改革放在重要位置
2013年	工信部停止签发食盐准运证,运输权下放给地方政府
2013年	对国务院第197号令《食盐专营办法》修正,将食盐定点生产企业审批权从国务院下放到省市自治区
2013年	十八届三中全会再次提到食盐行业等国企改革
2014年	废止《食盐专营许可证管理办法》
2014年	2014年全国经济体制改革工作会议”,发改委主任着重强调要加快盐业行业改革

资料来源:申万研究

## 云南盐化兰太实业将率先受益

□本报记者 张玉洁

用盐业务方面的利润预计将进一歩增厚。

值得注意的是,云南盐化7月31日公告称,日前公司收到云南省物价局的通知,多品种食用盐正式销售价格已经确定,并维持原17%的批零差率。根据公布的价格表,原“绿色食品特制加碘食盐”名称变更为“绿色食品食用盐”,350克包装的零售价为1.5元/袋;绿色食品海藻碘盐350克袋装售价2.2元/袋;绿色食品低钠盐和绿色食品螺旋藻植物碘盐350克袋装价格均为每袋2.5元;澳洲湖盐雪晶盐和澳洲湖盐冰晶盐均为250克袋装,零售价分别为4.2元/袋和6.2元/袋。云南盐化

在现有的食用盐生产和流通体制下,云南盐化和兰太实业的食盐业务均保持平稳增长。这两家公司已经在相关区域市场占据绝对优势。

云南盐化是云南省唯一具有食盐生产、批发许可证企业,也是盐业生产一体化企业的典型代表,食盐和工业盐在云南市场的垄断率为96%左右。公司在其互动平台上表示,公司在云南已有15个销售分公司和22个配送中心,食盐销售及配送效率正在逐步提高,能很好地应对盐业市场改革的新变化。

兰太实业是内蒙古最大的盐业产销公司。公司相关人士此前在接受媒体采访时表示,公司盐是自产自销,价格基本稳定,目前政策变化对公司业务的影响不大。此外,公司在产业方面优势明显,通过开发高端产品投放市场,公司食盐业务方面的利润预计将进一歩增厚。

值得注意的是,云南盐化7月31日公告称,日前公司收到云南省物价局的通知,多品种食用盐正式销售价格已经确定,并维持原17%的批零差率。根据公布的价格表,原“绿色食品特制加碘食盐”名称变更为“绿色食品食用盐”,350克包装的零售价为1.5元/袋;绿色食品海藻碘盐350克袋装售价2.2元/袋;绿色食品低钠盐和绿色食品螺旋藻植物碘盐350克袋装价格均为每袋2.5元;澳洲湖盐雪晶盐和澳洲湖盐冰晶盐均为250克袋装,零售价分别为4.2元/袋和6.2元/袋。云南盐化

在现有的食用盐生产和流通体制下,云南盐化和兰太实业的食盐业务均保持平稳增长。这两家公司已经在相关区域市场占据绝对优势。

云南盐化是云南省唯一具有食盐生产、批发许可证企业,也是盐业生产一体化企业的典型代表,食盐和工业盐在云南市场的垄断率为96%左右。公司在其互动平台上表示,公司在云南已有15个销售分公司和22个配送中心,食盐销售及配送效率正在逐步提高,能很好地应对盐业市场改革的新变化。

兰太实业是内蒙古最大的盐业产销公司。公司相关人士此前在接受媒体采访时表示,公司盐是自产自销,价格基本稳定,目前政策变化对公司业务的影响不大。此外,公司在产业方面优势明显,通过开发高端产品投放市场,公司食盐业务方面的利润预计将进一歩增厚。

值得注意的是,云南盐化7月31日公告称,日前公司收到云南省物价局的通知,多品种食用盐正式销售价格已经确定,并维持原17%的批零差率。根据公布的价格表,原“绿色食品特制加碘食盐”名称变更为“绿色食品食用盐”,350克包装的零售价为1.5元/袋;绿色食品海藻碘盐350克袋装售价2.2元/袋;绿色食品低钠盐和绿色食品螺旋藻植物碘盐350克袋装价格均为每袋2.5元;澳洲湖盐雪晶盐和澳洲湖盐冰晶盐均为250克袋装,零售价分别为4.2元/袋和6.2元/袋。云南盐化

在现有的食用盐生产和流通体制下,云南盐化和兰太实业的食盐业务均保持平稳增长。这两家公司已经在相关区域市场占据绝对优势。

云南盐化是云南省唯一具有食盐生产、批发许可证企业,也是盐业生产一体化企业的典型代表,食盐和工业盐在云南市场的垄断率为96%左右。公司在其互动平台上表示,公司在云南已有15个销售分公司和22个配送中心,食盐销售及配送效率正在逐步提高,能很好地应对盐业市场改革的新变化。

兰太实业是内蒙古最大的盐业产销公司。公司相关人士此前在接受媒体采访时表示,公司盐是自产自销,价格基本稳定,目前政策变化对公司业务的影响不大。此外,公司在产业方面优势明显,通过开发高端产品投放市场,公司食盐业务方面的利润预计将进一歩增厚。

## 发达国家盐业呈寡头格局

□本报记者 张玉洁

目前已形成了六大大产盐业公司。六大大产盐业公司占据了全美的绝大多数市场份额,垄断了全美国的盐业生产。这些企业组织化程度很高,集团内部产销也减少了交易成本。美国盐业行业的集中度高,规模效应显著,目前美国前三大盐业企业的产量占全国总产盐量的90%左右,规模经济使得同类盐产品的制造成本较低。

日本也曾经实行过盐业专卖制度。在市场化之前,日本为了保护本国的盐业企业,实行了5年左右的保护期,比如对进口盐征收高额关税。1997年取消盐业专卖制度以后,日本盐业实行全面自由化经营。不过,行政垄断的机构和手段仍然得以保留。

目前日本盐业管理模式是在行政垄断的同时还有寡头垄断,也形成了若干盐业公司,在市场上进行有序竞争。

日本盐业的产业集中度也很高,日本最大的盐业生产企业是日本海水公司,其盐产量占日本盐产量的比例在50%。日本盐业企业的规模也较大,劳动生产率较高,盐的生产成本也较低。

在德国,盐业保持着激烈的市场竞争状态,有关盐的系列法规被列入食品法范畴。

有分析报告指出,从市场监管角度看,美国和日本法制健全,市场化程度高,盐业企业自律性高,加上国民自我保护意识强,因此,美国和日本极少发生以工业盐、劣质盐等充作食盐买卖的行为,他们的盐业市场不存在需雇佣打假的情况。