

应对金融化趋势,争夺大宗商品定价权

# 中国酝酿推出铁矿石指数

首钢一位内部人士认为,铁矿石现在也具有金融属性,但在这轮国际大宗商品暴跌中却异常坚挺,中国企业大量进口铁矿石是主要原因。华东一家大型钢企中层告诉本报记者,幸亏铁矿石金融化的程度还不深,如果将来完全金融化,中国钢企在价格上更是任人摆布。

■ 本报记者 张龙文

从排斥铁矿石指数定价,到酝酿推出自己的铁矿石指数,中国钢铁工业协会用了2年多的时间。

同时也在中钢协任职的中国冶金工业规划研究院院长李新创5月15日在接受本报记者采访时表示,中钢协正在筹划建立一个权威的中国铁矿石价格指数,即将推出的是国内铁矿石价格指数,今后还将推出进口铁矿石价格指数。

“这件事目前正在研究当中,能否在6月推出来,我也说不好。”李新创说。

有知情人士称,这个铁矿石指数,是国家发改委要求中钢协尽快拿出来的,以缓解铁矿石谈判中的被动局面。

中国五矿化工进出口商会会长徐旭曾表示,为了积极应对铁矿石指数化的新形势,中国应加紧制定影响力大、权威性强的中国铁矿石价格指数。

商务部此前也曾经表态,中国在国际贸易体系下的定价权,几乎全面崩溃。中国当前面临的一大问题就是大宗商品定价权的缺失。

中钢协和中国五矿化工进出口商在协调制造商、贸易商的过程中发挥了很好的作用。商务部作为进出口贸易的主管部门,会给两个协会合理的建议。

## 业内并不看好中国版指数

对于即将推出“官方版本”的铁矿石指数,一些业内人士并不认可:“你都没有话语权,国外商根本就不会承认这个指数。”

华东一家大型钢企中层经理向本报记者表示,事实上,目前大部分钢企都是从现货市场上购买铁矿石,三大国际铁矿石巨头的定价权太强,中国钢企根本没有议价能力。

“只有一些大型钢企是按三大矿山季度定价的方式在购买铁矿石。”该中层经理说。

据本报记者了解,按照季度定价的铁矿石,每吨比现货铁矿石便宜160元至170元,但这个差价正在不断缩小。

该中层经理认为,“三大矿山越来越倾向于月度定价,按照现货价格卖铁矿石,以后中国钢企可能只有现

货可买了。”

从2010年4月份开始,坚守了20余年的铁矿石年度谈判定价模式被淡水河谷、力拓及必和必拓三大矿山强行更改为季度定价,同时采用了指数定价。

对于即将推出“官方版本”的铁矿石指数,该中层经理并不认可:“你都没有话语权,国外商根本就不会承认这个指数。”

事实上,从2002年至今,进口铁矿石价格已经由每吨不足30美元涨到近200美元,而钢材价格仅由2000元左右涨至目前的4400多元。这是目前钢企处于亏损状态的根本原因。

“在国际市场中,虽然我国占65%的铁矿石进口量,但是没有发言权。”商务部发言人姚坚表示,事实上,不仅是铁矿石,石油、铜、粮食等大宗商品的进口也面临类似局面。

目前铁矿石定价采用的唯一依据是普氏指数,因其价格主要来源于三大矿山,这让中国企业在对手面前没有丝毫的议价余地。

中钢协原秘书长单尚华就曾表示,凡是能被矿山采用的指数,都是对中国钢厂不利的。

目前,国际上三大铁矿石指数,分别是环球钢铁(SBB,钢铁指数母公司)的TSI指数、金属导报(Metal Bulletin)的MBIO指数、普氏能源资讯(Platts)的普氏指数。在上述三大指数基础上,从2009年开始,新加坡交易所、芝加哥商品交易所等陆续推出了铁矿石掉期交易。

兰格钢铁网分析师侯志芸告诉本报记者,事实上,普氏指数计算出来的矿石价格,每吨要高出MBIO指数价格2美元。这也是该指数受到三大矿山青睐的原因。

“我们现在就得参考国外的指数,这是没办法的事情。三大矿山愿意根据指数定价,参考哪种指数不是钢厂说了算的。”上述华东一家大型钢企中层经理说。

## 大宗商品暴跌 铁矿石价格坚挺

目前仍处于高价位的铁矿石价格,严重吞噬了中国钢企的利润。一季度纳入中钢协统计的77户大中型企业产品销售利润率只有2.91%,比全国工业行业平均销售利润率6.2%低3.29个百分点。而三大国际铁矿石



在近期国际大宗商品暴跌当中,主要来自三大矿山巨头的铁矿石价格仍然居高不下,极大地吞噬了中国钢企的利润。 陈为峰/摄

巨头中,任何一家的利润都超过了中国钢铁行业利润的总和。

进入5月份,国际大宗商品价格纷纷“跳水”。但值得注意的是,铁矿石的价格却相当稳定。

侯志芸告诉本报记者,进口铁矿石在3月份曾经每段短暂下调了10多美元,但4月份又涨到了188至190美元。

另据本报记者了解,即便在这轮国际大宗商品价格暴跌过程中,铁矿石价格仍然坚挺,每吨最多只降了2美元,且集中在低品质铁矿石中。

首钢一位内部人士认为,铁矿石现在也具有金融属性,但在这轮国际大宗商品暴跌中却异常坚挺,中国企业大量进口铁矿石是主要原因。

中钢协4月29日公布的行业信息显示,今年一季度进口铁矿石17717万吨,进口到岸价平均156.62美元/吨,同比上涨60.31美元/吨,涨幅62.62%。

侯志芸告诉本报记者,按照1至4月份中国的粗钢产量测算,今年中国粗钢产量将会达到惊人的6.8亿

吨。这将消耗大量的铁矿石。

目前仍处于高价位的铁矿石价格,严重吞噬了中国钢企的利润。一季度纳入中钢协统计的77户大中型企业产品销售利润率只有2.91%,比全国工业行业平均销售利润率6.2%低3.29个百分点。而三大国际铁矿石巨头中,任何一家的利润都超过了中国钢铁行业利润的总和。

“价格那么高,还要进口那么多。铁矿石价格怎么可能下降?中国钢铁行业的过剩产能实在是太大了。”侯志芸认为。

根据联合国货物贸易统计数据,我国进口的前5名商品分别为集成电路、原油、铁矿砂及其精矿、液晶及光学元器件、自动数据处理设备。在短短的10年内,铁矿石在我国进口商品中排名从20位稳步上升到第3位,已经跃升为我国第3大重要进口商品。

上述华东一家大型钢企中层经理告诉本报记者,幸亏铁矿石金融化的程度还不深,如果将来完全金融化,中国钢企在价格上更是任人摆布。

## 中国银行业资产首破百万亿元,城商行增长最快

# 多路资本杀入:城商行急行军

民营资本参与城商行的也不在少数,据银监会数据显示,145家城市商业银行股东中,民营资本超过了60%。而在2005年末,我国115家城市商业银行股东中,民营资本占比仅为29.42%。

■ 本报记者 徐丽艳/文

银行业诸侯争霸,城商行势头最猛。本报记者从银监会获得的最新统计数据看,截至2011年3月末,我国银行业金融机构境内本外币资产总额为101.2万亿元,比上年同期增长18.9%。其中,城市商业银行资产总额8.1万亿元,增长34.4%,负债总额7.5万亿元,增长34.6%,在银行业金融机构中增长最快。

目前全国147家城商行中,资产规模从几百亿元到几千亿元不等,但不论大小几乎都有IPO的计划。

“监管层希望不同城商行选择专业化或者区域化发展模式,但几乎所有城商行都是优先考虑做大做强、跨区域经营。”一位城商行内部人士日前接受本报记者采访时告诉记者。

国务院发展研究中心研究员吴庆5月20日接受本报记者采访时表示,除了贷款的快速增长外,城商行规模增长如此迅速的另一个原因是各路资本参与城商行股权投资,使其资本呈几何级的增长速度。

## 贷款、网点规模快速扩张

据各银行提供的数据显示,截止到2010年年末,城商行资产总额规模最大的北京银行,达到了7000多亿元,上海银行、江苏银行在城商行中排名分别为第二、三位,总资产则分别超过5000亿元和4000亿元。

日前,根据宁波银行对外发布2010年年报显示,截至2010年末,宁波银行总资产为2632.74亿元,比年初增加999.22亿元,增幅61.17%。

宁波银行内部人士分析,该行保持2010年业绩稳健增长的主要原因是营业收入稳定增长,同时盈利结构不断改善,盈利能力不断提高。2010年继续加强渠道建设和营销组合,推进国际结算、银行卡、理财、财富管理等多项业务的拓展,丰富了业务收入来源。

“这两年来,城商行异地开分行速度加快,但都在监管部门的允许下开设,风险是可控的。”宁波银行一内部人士告诉本报记者。去年年底,宁波银行正式进军北京市场,目前,该银行已经在国内开设了7家异地分行。

在北京,杭州银行、大连银行、盛京银行、上海银行都可以看到其身影。杭州银行已经在北京开设了5家营业网点,在上海的网点数量达到8家。目前,在上海开设异地分行的城商行已经达到11家。

城商行的贷款余额也在节节攀升。

截至2010年末,宁波银行各项贷款余额达1015.74亿元,比年初增加197.10亿元,增幅24.08%;北京银行贷款总额为3347.32亿元,较年初增加612.51亿元,增幅22.40%;南京银行去年末贷款余额为838.92亿元,比年初增加168.64亿元,增幅25.16%。

和2009年下半年城商行的天量信贷投放量相比,城商行去年的投放量增长有所回落,但仍比其他商业银行的增长速度更快。南京银行和宁波银行成为11家上市银行贷款增速最快的银行。

“城商行对于上级下达的政策执行会有时滞,这让其有机会占领更多信贷市场份额。”吴庆分析,今年是“十二五”开局之年,地方政府推动经济增长的动力,导致城商行的资产信贷规模扩张。

中国银河证券证券投资高级分析师田书华也同意这样的观点:“整体上说,去年货币政策宽松,国内形势较好,城商行盈利能力凸显。”

## 高额利润吸引众多资本参与

2011年,城商行对于上市格外“冲动”。截至目前,江苏银行、东莞银行、杭州银行、上海银行、重庆银行等向监管部门申报了上市材料,有十几家银行聘请了保荐团队。

这同样刺激了各路资金对于城商行的追捧。吴庆表示,城商行资产规模增长如此迅速,有很大一部分原因是更多的资本参与其中,“今年多家城商行改制在即,城商行在改制后上市,股东的资产可以实现数倍的增长,这些都刺激着资本向城商行涌入。”

这一幕曾在2007年出现,当时南京银行、宁波银行以及北京银行先后上市,城商行的股权变动热极一时。

而以即将上市的江苏银行为例,2007年1月,江苏银行正式挂牌之时,资产总额仅为1517.96亿元。而3年之后,截至2010年底,该行资产总额4305亿元。其盈利能力也快速增长,2007年至2009年,江苏银行的净利润分别达8.4亿元、17.32亿元、26.3亿元。2010年,全行实现净利润更是达到了41.8亿元。

“多路资本杀入城商行,国企占了很大比重,其次是外资和民营资本。”吴庆说。

根据江苏银行2010年年报,前五大股东中全部是国企,持股占比达到34.18%。

民营资本参与城商行的也不在少数,据银监会数据显示,145家城市商业银行股东中,民营资本超过了60%。而在2005年末,我国115家城市商业银行股东中,民营资本占比仅为29.42%。

田书华表示,由于我国金融业长期处于相对垄断地位,这些企业一直能够获得高于一般行业的丰厚收益。

据上市公司2009年年报统计,金融服务业的毛利率达50%,净资产收益率达19%,为所有行业最高,金融业拥有“天然的超乎实业运作的高额利润”,资源的稀缺造就了这个行业必然的超额利润。

“资本对于城商行也有更大的偏好,因为和国有大型银行相比,城商行的股本相对较低,资金进入城商行,其控股或者操作空间比大型的金融机构大很多。”田书华指出,金融牌照的高门槛和稀缺性决定了高收益,这种趋势在一段时间内还会持续,所以以实业集团控制金融牌照的意愿很强烈。

以参股徽商银行的丰原药业为例,后者发布的2010年业绩报告显示,公司收到徽商银行367万元现金红利,而2009年分红也达到670万元,仅两年就收到逾千万元的红利,而这几乎相当于该公司2009年净利润的一半。

田书华表示,我国相当一部分企业集团在各产业环节的生产经营活动以及利益相关者有着巨大的金融服务需求,企业集团发展金融业务,试图通过利用关于产业过程和利益相关者的财务状况和金融需求的信息相对优势,提供更具个性与特色的金融服务。

# 东方地毯一天签下 800 万订单

## 在 2011 年新品推介会上,与本报结为战略合作伙伴

■ 周净/文

5月22日,东方地毯2011年新品推介会在山东滨州举行。会上,集团董事长韩洪亮与本报社长吴昀国签署协议,双方正式成为战略合作伙伴。

“真是太漂亮了!”“图案新颖、颜色鲜亮、设计风格不拘形式。”“以往设备只是2米幅宽,现设备是4米幅宽;原来最多可织8色,现在为16色,真是太神奇了!”零距离接触着高清晰高速数码印花生产线和款式多样的新产品,摸着一块块高清提花地毯的工艺图案,来自全国各地的200多名经销商对东方地毯集团有限公司2011年新品连表赞叹,热情空前高涨。当天,展示的100多种新品被抢订一空,签订合同总值达800多万元。

东方地毯作为我国地毯界一颗新星,十年来一步一个脚印,踏踏实实、认认真真,从一个不为人知

的地毯小厂,成长为享誉国内外的“地毯航母”,为我国地毯行业写下了浓墨重彩的一笔。在采访中,东方地毯集团董事长韩洪亮表示:“置身于全球一体化的经济时代,我们时刻能感受着它的铿锵节奏。我们深知,不进则退;我们深信,机遇与挑战共存。”为了适应市场需求,拉动企业新一轮发展,东方地毯加大技改力度,调整产品结构,增强产品的市场竞争力。2010年公司投资4600万元,引进了国际先进的16色阿克明斯特高速地毯织机、4米幅宽25.4dpi高清晰高速数码印花机、高速簇绒织机。目前,各台织机已安装并调试完毕。至此东方地毯将实现年产高档威尔顿地毯600万平方米,簇绒、印花、匹染类地毯600万平方米,阿克明斯特地毯60万平方米的目标。

在新品推介会现场,来自天津市华茵地毯营销公司的姚恩林总经理对记者表示,他对地毯行业发展

前景和趋势十分看好。“随着国内消费需求的逐年上升,机织地毯将迎来一个广阔的发展空间。”此外,作为东方地毯经销商,他还深切感受到东方地毯十年来的快速成长。“东方地毯人的质量意识、服务意识都给我留下了深刻的印象,公司重合同、守信用、讲原则的经营理念,在业界享有极高的美誉度。”

与此同时,为提升东方地毯集团品牌形象,扩大其在地毯行业的知名度和美誉度,在东方地毯集团2011新品推介会现场,东方地毯集团还与《中国企业报》正式结为战略合作伙伴。

在签约仪式上,中国企业报社社长吴昀国表示,中国企业报社关注任何一个具有发展潜力的公司,但在选择战略合作伙伴时却又十分谨慎。上个月,中国企业报社刚刚与河南省国资委签订战略合作协议,以推动河南省企业的发展,加大河南省企业走出去的步伐。“今天我们与东方地毯集团签订战略合

作协议,那是因为我们看好未来30年的中国经济,看好未来30年中国企业的上升空间,更看好未来中国消费市场的增长。东方地毯就是这样,以提升人民生活质量,美化百姓家庭为己任的朝阳产业。为此,我们锁定东方地毯为新闻跟踪报道对象和战略合作伙伴。未来三年间,我们将结合过去十多年东方地毯的发展经验,提炼出一整套我国家纺企业成功发展的经典案例;全程报道今后三年东方地毯的方方面面,展现东方地毯的发展业绩和企业文化,弘扬东方地毯人敬业奉献的创业作风,从而透视未来十年东方地毯的基本趋势,继而为东方地毯的未来发展建言献策,为中国家纺业的行业发展做出必要和正确的分析判断,尽到媒体应有的社会责任。作为战略合作伙伴,中国企业报社和东方地毯集团将以共同成长和使命,共生共赢为目标,共同谱写‘日出东方,经纬世界’的宏伟志愿!”