

钢企“扎堆”押宝新疆 产能过剩再成定局

■ 本报记者 张龙

在钢铁业仍处于低迷状态之下,多家钢企仍然选择了投资这条路,并把投资重点放在了新疆。

山东钢铁集团在新疆喀什的钢铁项目将要投产,该项目是山东省援疆重点工业项目,项目总投资73亿元,建设期为两年,计划于2012年10月底前投产。

记者从相关人士处了解到,目前,该项目高炉主体设备全部安装完毕,炉体内部继续砌筑,热风炉内部砌筑进入收尾阶段。烧结、轧钢系统主体设备安装全面展开。原料、炼钢连铸系统辅助设备正在安装。与其他项目不同的是,此项目技术含量较高,运用的新技术、新模式有近百项。

除山钢外,宝钢、首钢、新余钢铁和新兴铸管等多家企业早已“入疆”,押宝新疆大开发所带来的钢材消费井喷机遇。

尽管从中国物流与采购联合会钢铁物流专业委员会最新发布的指数报告看,9月份国内钢铁行业PMI指数为43.5%,较上月回升3.6个百分点,脱离了8月份创下的近45个月的低点,但钢铁业产能过剩的格局并未改善。

经济学家马光远指出,中国投资占GDP的比重超过了50%,超过了过去100年来任何主要国家所达到的最高水平。

众多钢企“涌入”新疆

国内一家大型钢企中层告诉记者,新疆的钢材还远未饱和,加之国家对新疆的扶持力度较大,去新疆投资建厂是比较适合的。

有专家称,由于新疆固定资产投资增速远高于全国水平,对钢材的需求非常旺盛,新疆的竞争并不像内地那么激烈。

新疆地区的固定资产投资增速也同样远高于全国水平,2009年至2011年分别是19.4%、24.4%和37.6%,2012年1至8月为32.5%,而同期全国固定资产投资增速只有20.2%。而银行证券的一份研究报告也认为,新疆“十二五”期间固定资产投资增速仍将保持在25%左右。

而新疆的钢材产能也在急速释放,兰格钢铁网的数据显示,2012年1至8月份,新疆累计实现粗钢产量762万吨,同比增长39.1%;同期,全国累计粗钢产量41945.8万吨,同比仅增3.1%。

而新疆在政策上的便利也吸引了不少钢企进入。

以山钢所在的喀什为例,去年,《国务院关于支持喀什霍尔果斯经济开发区建设的若干意见》将喀什、霍尔果斯经济开发区定位为向西开放的重要窗口和新疆跨越式发展的经济增长点。

有专家表示,这不仅有助于钢企



CNS 供图

有报告称,2012年为新疆钢铁行业最后的盛宴,八一钢铁、新兴铸管2012年仍能在新疆供不应求的格局中受益,但其他钢厂2013年后陆续投放的项目可能面临盈利能力的显著下滑。

在新疆开拓市场,也有利于钢企打开中亚市场。

山钢方面也表示,喀什项目产能主要立足满足本地需求,同时适当出口中亚国家。

近年来,多个钢铁项目落户新疆,2010年9月,新余钢铁集团有限公司在克州的300万吨高强度钢项目(一期100万吨)开工奠基;去

年3月,新兴铸管新疆和静300万吨特钢炼铁工程开工,预计2013年达产;去年4月,总投资120亿元的山东钢铁集团喀什钢铁产业升级项目在新疆疏勒县动工,建成后将成为360万吨铁、钢、材配套年产能;去年9月,阿拉尔三五九钢铁有限公司的一期钢铁配套设施工程建设正式启动,计划在3年内建成年产能达300万吨钢材的现代化综合型冶炼企业;总投资6.8亿元的新闻福特钢有限公司年产100万吨特钢生产项目于去年3月落户吉木萨尔县,去年9月份实现投产;首钢伊犁钢铁55万吨/年高速线材生产线已投产,两座1080高炉已经开工,预计到2015年伊钢将实现500万吨产能。

相关研究数据显示,2011年底新疆地区粗钢产能为1275万吨,到2015年预计产能将达3815万吨,年均增速20%以上。

产能过剩危机凸显

目前,新疆市场的钢材价格还较国内市场每吨高出400元左右。但已经有人看到了危机。

安信证券的一份报告指出:“新疆钢铁行业2012年仍将维持供不应求的格局,只是供需缺口将有所收窄。由于产能集中在2013年及之后投放,我们猜测2013年新疆钢铁将转变为供需平衡,2014年、2015年将转为产能过剩。”

该报告称,2012年为新疆钢铁行业最后的盛宴,八一钢铁、新兴铸管2012年仍能在新疆供不应求的格局

中受益,但其他钢厂2013年后陆续投放的项目可能面临盈利能力的显著下滑。

钢铁业专家许中波对众多钢企在新疆大干快上并不看好。许中波公开表示,目前八一钢铁扩展产能的步伐已经放缓,一期工程完成后,二期、三期都在往后推。

事实正如上述报告指出的那样,供需缺口在收窄。

八一钢铁的钢材产量同比增长了20%至25%,而市场需求量和价格却下降了。

有专家指出,下游行业对钢材需求减弱,钢材需求明显萎缩。就新疆而言,去年大批援疆项目集中开工建设,钢材需求量呈井喷式增长。而今年受限于房地产调控政策影响,钢材需求量大幅回落甚至出现较为严重的萎缩也是必然的。

相关统计数据显示,1至7月,乌鲁木齐市房地产开发完成投资额同比下降5.9%。

新兴铸管的半年报已经为企图在新疆掘金的钢铁企业提了个醒。报告显示,尽管2012年上半年公司新疆区域新增120万吨普钢产能,但增产不增利,单位产品均价为每吨3760元,同比下降16.09%,公司钢铁产品毛利率同比下降5%。

银河证券的报告也指出,新疆2012年前产能利用率基本可维持90%以上的高水平,2013年之后较不确定且风险将加大。

上述国内一家大型钢企中层表示,未来的办法只能是想尽办法扩大对中亚国家的钢材出口,压缩产能并不现实。

互联网金融



虚拟财险市场难料 保险公司前赴后继

专家认为,众安在线针对的是虚拟财产,这在法律上几乎是一片空白,下游对于虚拟财产保险的监管自然难以谈起,这对现有的法律制度和监管制度都形成了很大的挑战。不过,虚拟财险并非一个陌生的概念,早在去年7月,阳光保险就推出了全球首款虚拟财产保险,被认为是虚拟财险的正式破冰。

■ 本报记者 郭奎涛

“已经跟公司确认过,没有这回事。”近日,针对报道称携程网作为小股东参与阿里巴巴、腾讯和中国平安马明哲合资的网络保险公司众安在线一事,携程网相关负责人在接受《中国企业报》记者采访时表示。

不过,有知情人士透露,众安在线的筹备申请早在今年4月就提交给了保监会,然而时至今日,仍无进一步的消息。

身世成谜 “三马”暗战网络财险市场

8月24日,马明哲声称将与阿里巴巴、腾讯联手试水互联网金融行业。他说:“地面上的一些保险,可以搬到网上去。网络游戏有一定的价值,做保险业务是蛮新的。此外,网络上也有一些虚拟的资产。”

一位阿里金融内部人士告诉记者,“阿里金融主要负责小贷方面,网络保险应该不归阿里金融管,应该是由集团直接操作。”而腾讯相关负责人则表示对此事官方不予置评。

日前,另一位知情人士声称,这家新型财险公司名为众安在线,产品主要包含基于互联网的产品和基于物联网的产品,而且除了注册地上海之外全国不设任何分支机构,销售和理赔完全通过互联网进行。

“阿里巴巴和腾讯公司在互联网上有自身的平台以及庞大的客户基础。平安是做保险的,网上的产品与地面是不一样的。平安的优势,在理赔服务、保险产品的设计和精算。”马明哲在介绍平安与阿里、腾讯之间的合作模式时说。

然而,广州创新谷孵化加速器创始合伙人朱波认为,三马组建金融公司的最大获利者是阿里巴巴掌门人马云,网络保险可以让其固有的阿里金融锦上添花;腾讯马化腾也不过是在拉车,庞大的用户和数据营销正好可为阿里所用。

“马明哲跑龙套,想要搭互联网的车,但受体制和DNA所累,最终一无所获。”朱波说。

一位要求匿名的互联网企业人士说,与平安合作是阿里、腾讯进军网络保险业务的一个步骤,等待时机成熟不排除阿里、腾讯会抛开平安直接深耕保险业务。数年前,阿里就曾与建行合作为会员提供小额贷款,如今阿里金融俨然已经用建行开始单干。

另一方面,对于平安所钟情的阿里和腾讯的用户信息、虚拟财产,阿里和腾讯也可能不会全部交给平安。例如,作为金融领域的新手,腾讯就不可能对众安在线完全开放QQ的用户资源,最多会拿出一部分比如财付通或者腾讯电商来合作。

“三家公司各有各的算盘,都想利用对方的优势抢夺网络财险,却都要防范自己的优势被对方复制,这也在一定程度上加剧了众安在线的不确定性。即使将来获准成立,众安在线的实际发展也可能因此而受限。”上述互联网企业人士说。

法律法规缺位 或遇审批难题

根据记者了解,保险类公司从递交筹建申请到被批准筹建,时间多在6个月左右,比如早期的新华、泰康等等。然而,众安在线的申请报告已在今年4月递交保监会,保监会人士也声称审批结果会在9月底10月初揭晓,但至今仍无明确答复。

互联网行业资深律师赵占领接受《中国企业报》记者采访时说,“应该是审批面临的法律和监管障碍比较大,众安在线针对的是虚拟财产,这在法律上几乎是一片空白,下游对于虚拟财产保险的监管自然难以谈起,这对现有的法律制度和监管制度都形成了很大的挑战。”

据悉,众安在线主要包含基于互联网和物联网的虚拟保险产品,例如虚拟货币失窃险、网络支付安全保障责任险等等。但是,《物权法》对于虚拟财产并没有明确定义,认定则还要从保监会到人大法制委员会甚至人民代表大会的流程,需要相当长的时间。

完全通过互联网进行销售和理赔服务的方式也对监管形成了挑战。一位有意于虚拟财险的用户即表示,保险卖出去以后,如果出现理赔情况,不能走网上理赔吧,万一身份信息、账号信息被盗,却又见不着人,保险费怕也要损失了。

不过,虚拟财险并非一个陌生的概念,早在去年7月,阳光保险公司就推出了全球首款虚拟财产保险,被认为是虚拟财险的正式破冰。

另一方面,众安在线财险除注册地上海之外,全国均不设任何分支机构的模式一旦通过,可能会对现有的保险公司管理制度造成冲击,政策严格控制的外资保险公司更可以趁机而入。

“如果‘三马’可以这么做(不设机构),那么大家都可以。这对于外资公司是利好。看看吧。”一家外资保险机构的负责人袁颖晖评论说。

赵占领告诉记者,即使众安在线的筹备申请通过保监会审批,还需要经过6个月左右的时间进行筹备,并通过保监会的验收和拿到开业批复。因此,众安在线正式成立为时尚早。

保监会:保险营销迎来改革 营销员待遇灵活提高

保监会表示,将积极鼓励保险公司拓展专业中介、网销、社区门店、交叉销售等销售渠道,走多元化营销道路。监管部门希望增强保险营销新渠道、新模式的实力和市场占比,使保险营销改革转型有更健康的渠道来承接。

■ 吴王

目前,保险营销员管理体制关系不顺、管理粗放等问题突出。为此,中国保监会8日发布了《关于坚定不移推进保险营销员管理体制改革的意见》,指明了改革的基本原则和工作目标,并明确要提高营销员待遇和保障。

改革需要时间进行试点

保监会相关负责人坦言,现行保险营销员管理体制已不适应保险业转变发展方式的需要,也不适应消费者多样化的保险需求。保险业改革迫在眉睫,但仍遭遇着较大阻力,营销替代机制和承接渠道未成熟、营销人员职业教育体系欠缺等问题尚待解决。

对此,《意见》提出,将选择适当时机和地区先行试点,用3年、5年或更长时间,分别实现阶段性目标和整体目标。

据介绍,即将推进的改革主要包括六个方面:一是鼓励探索保险

营销新模式、新渠道;二是强化保险公司对营销员的管控责任;三是提升保险营销队伍素质;四是改善保险营销员的待遇和保障;五是建立规范的保险营销激励制度;六是持续深入开展总结和研究工作。

保监会特别强调,改革主体是公司,监管部门不能越俎代庖、直接参与,而应起到政策引导、鼓励和支持作用,调动公司、市场的积极性,发挥市场主体、行业组织的创造性。

因此,《意见》提出了“坚持监管引导、市场选择、行业推动、公司负责”的原则,保监会正在研究制定《保险销售从业人员监管办法》,加大对保险公司的问责力度,旨在强化保险公司管控责任,推进保险营销队伍职业化。

灵活形式提高营销员待遇

保监会此前多次鼓励保险公司改善营销员待遇,并提出将营销员转化为公司正式员工的建议,这给不少保险公司带来了经营压力。

此次《意见》再次提出改善营销员的待遇和保障问题,并表示将引导保险公司采取多种灵活形式,为营销员提供劳动者基本的法律身份、薪酬待遇和社会保障。

保监会表示,鼓励市场主体积极主动探索保险营销新体制,改善营销员特别是基层营销员的待遇,提供更多的保障。可以将代理制转为员工制,也可以在不改变现行代理佣金制的基础上,增加一个劳动身份,提高福利待遇;可以所有机构一起改,也可以选择部分机构改;可以全公司执行一个制度,也可以先选择部分绩优营销员进行尝试。

《意见》还强调,保险公司应当承担与保险营销业务直接相关的考试、培训、保险单证等费用,不得以任何名目向营销员转嫁公司正常业务活动所必需的经营成本。

引导创新 保险营销模式和渠道

在探索营销新模式、新渠道方面,《意见》指出,鼓励保险公司设

立保险中介公司,逐步实现保险销售专业化、职业化。鼓励各类社会资本投资设立保险中介公司,支持保险中介公司开展寿险营销业务。鼓励保险公司深化与保险中介公司的合作,建立起稳定的代理关系和销售服务外包模式。鼓励保险公司拓展多元化销售渠道和方式,建立新型的保险销售体系。

保监会表示,将积极鼓励保险公司拓展专业中介、网销、社区门店、交叉销售等销售渠道,走多元化营销道路。监管部门希望增强保险营销新渠道、新模式的实力和市场占比,使保险营销改革转型有更健康的渠道来承接。

截至今年上半年,保监会已批准13家保险公司成立了保险销售公司,鼓励保险销售专业化、职业化经营。近期,保监会还出台了多个文件,鼓励保险大型中介企业、集团等开展寿险营销业务,支持汽车企业投资设立保险代理等开展汽车保险业务。目前,保监会正在积极研究邮政企业代理保险业务专业化经营。