

铁矿石资源税改象征意义大于实际意义

开工率仅五成 铁矿石资源税收被指饮鸩止渴

■ 本报记者 张龙

行业不景气,会开得都窝心。铁矿石类会议就是这样,几乎没有笑声。

一家国有铁矿企业的总经理哀叹:“去年一年,市场下滑来得很突然,虽然早有预言,但大家都有一点侥幸心理。我们的经营状况,遭受了重大挫折。公司现在算账,亏损近一个亿。”

饮鸩止渴的资源税改革

这并非个案,中国冶金矿山企业协会主席团主席杨家声此前称,2015年1月,矿山企业开工率平均仅有53%,其中大型矿山开工率63%,中型为40%,小型矿山只有19%。

尽管国务院常务会议发布消息称,自5月1日起,依法适当下调铁矿石资源税征收比例,减按规定税额的40%征收。这在联合钢铁网分析师朱金龙看来,对于大多数总成本每吨在80美元以上的国内矿山来说,是杯水车薪。而国内70%以上的矿山,整体成本都在每吨80美元以上。

朱金龙告诉记者,减税的力度太小,按照国内矿山目前的实际资源税缴纳情况,1吨原矿的税费(按之前80%的征收比率)来说,大概5至12块钱左右,核算成1吨成品矿,按照选比的不同,也就是20元至60元之间。而现在减按40%征收,也就是1吨成品矿减少了10—30块钱,不到5美元。而且,之前因为铁矿石价格下跌,很多地方政府为了保住矿山的开工,已经在不同程度地给矿山减税,再往下调整的空间已经很有限。

“进口矿降5美元,政策的利好就没有了。”朱金龙说。

面对这样的政策,国内一家矿业企业中层表示,这样的政策解决不了任何问题,现在不仅民营矿有停产,一些央企的矿也已经有停产的情况。

知情人士告诉记者,五矿在河北的六七个矿山,现在只有一个在正常生产,其他的都停了。另一家央企在安徽的铁矿,去年才投产,也停掉了。



一家矿企负责人告诉记者,自己的公司停产了5个矿,还有2个维持生产,这两个矿中,1个基本保本,1个微利。现在非常艰难,做企业的能体会到。

“停产了5个矿,地方政府都来找我们了。”该负责人说。

另一家矿企高层说,前阵子去宣化、赤城参观,寒酸,一片凄凉景象。停产以后都是破破烂烂,让人看了很心酸。

“现在矿山生产1吨精粉,每吨最高有的亏300块钱,还在生产。国企亏100多块很正常。现在很多钢厂都用了国外矿,人家确实成本低。”该高层说。

数据显示,2014年中国铁矿石对外依存度已提高至78.5%。更为不幸的是,国外矿山企业凭借其成本优势在此时开始扩充产能。2011年以来,世界矿业巨头已投入1200亿美元扩大产能,这些产能将在这几年陆续投产。2015年,四大矿山预计累计增产近1亿吨,其中力拓增产约3000万吨;必和必拓增产约2000万吨;FMG增产约1000万吨;淡水河谷增产约3500万吨。

事实上,力拓的铁矿石成本仅为每吨20多美元。

兰格钢铁信息研究中心主任王国清告诉记者,由于中国铁矿石品位低,平均品位在20%至30%,所以国内矿企的采选成本高,据报道河北省6成的矿企平均成本在80美元左右,而力拓的开采成本最低可以达到15美元;目前铁矿石进口价格在50美元左右,可见国内企业的竞争力薄弱,市场份额逐渐被国外矿企吞噬。

国家统计局数据,2014年我国黑色金属矿采选业利润总额为801.2亿元,同比下降23.9%;主营活动利润753.2亿元,同比下降29.6%。

税改救不了矿山

“靠税改,是救不了国内矿山的,说得极端一点,哪怕是把国内铁矿山的所有税和费都给抹了,还是干不过国外矿山,最多就是以前输100步,抹了税费输30步,还是输。”朱金龙说。

王国清说,从战略发展看,国家会保有一部分国产矿山的生产经营,而资源税改革是国家减轻矿山企业

负担的一大举措。

在朱金龙看来,真正能让国内矿山活过来的,首先,就得靠价格把一批规模小、品质差的矿山给淘汰掉,比如那些选比在10以上,乃至20、30的矿山,天生的采选成本就高出一大截,先天不足,后天难补,只能淘汰掉。其次,得加强资源整合,很多矿区,虽然是一个矿脉,一墙之隔,但是同时有多个企业在开采,规模做不起来,成本也难下去。

这种情况下,铁矿行业也开始自省。

一位官员表示,经过黄金十年历程之后,矿山企业过了一段富日子,之后要采取措施,过穷日子、紧日子。转变不容易。还是要眼睛向内,千方百计采取措施,降低成本提高市场竞争力。国内一些客观条件限制。无论从现金成本等,哪个方面去比较都比国外的企业要高。从人力成本上、财务成本上,还有很大的降低空间。

一家大型国有矿企高层告诉记者,高成本的给它剔除出去,只有市场的力量。黄金十年过去了,而矿企的管理却低于钢企的管理水平,要从管理上要效益。

中邮合并31家省级公司 EMS 下月重回邮政系统

■ 本报记者 宋笛

4月8日,邮政集团官网上悄然挂上了一则《吸收合并公告》,在这份公告中,邮政表示将吸收合并北京邮政、河北邮政等31家省级邮政公司,从原来的子公司更改为分公司。

除此之外,据EMS系统内部人士告知,EMS也将改变以往相对独立的状态,重回邮政系统,这一消息预计在5月份会最终确定公布。

地方公司反应迅速

邮政集团在这则公告中表示吸收合并是建立在此31家省级邮政公司内部协议的基础上,并且通过了财政部的批准。在合并后,31个省级邮政公司各自拥有的全部资产、负债、业务、人员、合同和其他一切权利和义务由中国邮政集团集成,而债权债务,则由中国邮政集团在全国各省份新设的分公司相应承继。

在合并消息释放出的6天前,邮政刚刚开始了一个大批次巡视活动,而巡视的目标正是各地的邮政公司,4月13日,邮政第一批巡视组已经进驻了北京、上海、河北等12个省级邮政公司。

在陈明(化名)看来,这次的合并进程异常的速度,作为邮政的老员

工,陈明经历过邮政的上一次改革——邮政政企分开,这项从2007年就开始的改革历时则要长许多,在陈明的记忆中,有些省级下属的邮政公司直到2014年才完成了最后的挂牌,从原有的邮政局更名为邮政公司。

而此次在邮政发出公告后,一些地区的省级公司已经着手开始相关手续的办理。

但从眼前的情况来看,对于合并后可能的改变还暂时没有出现。“现在是在接收到了消息,周围也在讨论,但是下一步会怎么样还不知道。”陈明表示。

统一管理能力将加强

“邮政下属的省级邮政公司均属于邮政的全资子公司,从财务方面考虑,合并与否并不会产生太大的不同,可能产生的影响主要还是在内部管理方面。”邮政相关人士向记者分析道。

2014年从财务方面,邮政集团交出了不错的成绩单,在美国《财富》杂志发布的世界500强排行榜中,中国邮政以589.6亿美元收入排名第168位,在2013年,中国邮政的排名是200名。

而在内部管理方面,中国邮政的

表现则略显凌乱。由邮政各地公司分散的状况所导致的效率低下在物流业已经不是新鲜事情。“邮政网点很多,发包裹确实方便,但是包裹发出后,辗转各省之间的时间非常长,缺乏有效的统一调配,速度上是慢一些。”一位物流行业的相关人士告诉记者。

而在2012年,邮政内部原本地位初衷并不相同的EMS系统和各地邮政公司的小包业务甚至出现过在同一位层面打价格战的现象——一些地区的小包业务推出了“5元快递,6元快递”。

合并后的中邮集团将带来更强的对下属分公司的统一调度能力,这一能力也将对邮政的小包和速递业务产生积极的影响。

合并难一蹴而就

对于31家省级邮政公司的吸收和合并并不是一个结束,而恰恰是一个开始。据EMS系统内部人士透露,以往相对独立的EMS业务也将在未来重新回归邮政公司,而这一消息预计在今年5月份会最终确定和发布。

这一消息实际上在2013年EMS主动退出上市时就已经有了雏形,EMS当时表示退市后EMS将逐渐从

原有的“母子公司制”变为“总分公司制”。

而当时EMS退市时就有观点认为,EMS的退市正是为了和邮政集团进一步融合,最终形成一个整体,再进行整体IPO。

而从业务方面考量,EMS的业务与目前各地邮政公司的小包业务确实有重复的地方。合并后对于厘清邮政集团旗下各项业务也有一定的帮助。而在早先单独划分出的EMS系统中,各地的中邮速递子公司也存在各自为政的情形。

从收编31家省属公司到EMS回归,中邮集团的既定方针已经较为明显,即打造一个更为统一的邮政平台,实现对各个系统和地方公司更为全面的掌控。

但这一规划实现起来的难度却并不小,“各地子公司各自为政的时间也比较长,短时间内很难完全收编,这些公司各自的运营状况也不同,比如广州、上海这些地区的邮政公司发展情况就会好一些,要实现收编难度也就大一些。”邮政相关人士表示。

而在4月16日,记者也突然发现,4月8日发布在中邮集团官网上的《吸收合并公告》已经不在信息公告栏中出现,具体原因中邮方面截至截稿时还未给出答复。

业界大佬质疑乐视手机模式 服务能否持续成关键

■ 本报记者 郭奎涛

在由电信运营商主导的预存话费零购手机之外,中国硬件厂商刚刚开启了另一种手机免费模式。这就是日前发布的系列乐视超级手机产品,提出根据用户购买的会员服务年限减免硬件费用,其中最低购买5年就等于免费获得超级手机乐视1。

绝大多数报道都将这个消息视为简单的促销手段,甚至乐视集团董事长贾跃亭也没有过多地阐释此举的含义,但是这种买服务送手机的模式的确是全球首创,更是以服务作为卖点的乐视生态在商业模式上最为直观的表达。

剩下的问题是,乐视的服务具备让用户持续关注5年,甚至更长时间的能力吗?

周鸿祎的设想:360 手机免费

互联网公司一直在探索硬件免费。

自从安全厂商360创造免费模式以来,这家公司的董事长周鸿祎不时流露出这种想法,在近日谈及360与酷派合作的手机产品定价时,他以“过去我们把原来单款售价数百元的杀毒软件能做到免费”作铺垫,也被外界解读为360手机可能会免费。

周鸿祎完整的说法却是,“在未来的手机产品,我也一定会用最大的诚意,回馈一直支持的老朋友和新朋友。”由此基本可以断定,360手机会尽最大幅度的低价,做到免费应该是不可能的了。

从模式上来看,360手机目前还不具备免费的条件。周鸿祎在谈及免费模式时也表示,硬件免费,需要依靠后续的服务来实现营收,只是360在手机产品上可以用来直接向用户收费的服务并不多。

而不管能否赖以营收,视频网站出身的乐视至少已经具备了这种后续持续服务的能力,依靠乐视多年来积累的影视内容以及如今的影视、体育、音乐等内容生产能力,乐视还搭建了“内容+平台+服务+终端”的乐视生态。

其实,乐视之前一直在采取收取服务费部分降低硬件价格的模式,从早期的乐视盒子,到成熟的乐视超级电视,再到后续不断推出的乐小宝等其它硬件产品,都是如此,不过手机产品根据买服务的年限全免硬件价格确实是第一次。

李东生的疑问:内容服务

就在乐视持续打生态牌为手机产品造势之际,有媒体曝光了TCL集团董事长兼总裁李东生眼中的“乐视超级电视”三大软肋,即主要质疑乐视的内容对用户的吸引力。

李东生认为,对于当前的电视市场和消费者来说,乐视提供的并不是垄断的服务,有很多乐视这样的服务商可以选择。最终市场是不是接受这一概念,还是存在疑问的。

“不是你说我怎么好,就怎么好,用户最终决定是否好,包括产品和服务,到底用谁的服务,用的是乐视的服务,还是其他服务商的服务,这一选择是用户来决定的。”李东生表示,不看好这种销售产品之后“包办”后续服务的模式。

早期,乐视在推广超级电视产品时主要强调乐视网多年来积累的版权内容,号称全网第一,近来随着乐视影业在行业的走俏,乐视在内容生产上能力开始成为新的卖点,乐视还不断在体育、音乐等细分服务方面寻求突破。

不过,仅凭乐视一己之力,至少从体量上来看,显然无法与各个领域的整体服务竞争,在乐视网之外,有优酷土豆、爱奇艺、搜狐视频和腾讯视频等诸多内容服务商存在也就不足为怪了,这还不包括文学、音乐等其它互联网服务。

从乐视超级电视开售至今已经过去近两年,第一批用户捆绑购买的一年服务已经到期,乐视官方还没有透露这部分用户的续费情况。

贾跃亭的聚变:还在路上

对乐视各条业务线高管的专访中没有人抛出这个问题,但是乐视集团董事长贾跃亭似乎一直在从侧面进行回答。

他不再单纯地强调乐视的生态有多完善、业务线有多长、单条线内容量有多大,而是将阐释重点放在了生态带来的“核聚变效应”,这种用户体验是具备单条业务线优势或者简单将各条业务相加所不能相比的。

“有的竞争对手在自制上和乐视相比,那是量级的差距,虽然大家都在模仿乐视,几乎所有的视频网站都成立了自己的电影公司,但是你会看到,距离只会越来越远,这其实跟生态密切相关,简单地模仿很难达到真正的聚变效应。”贾跃亭说。

具体来讲,这种聚变效应就是,生态体系下的单一内容服务可以通过乐视各个平台、各个终端为不同用户共享,这一方面可以增加用户的活跃度和黏性,另一方面还会使得乐视内容实现价值的最大化,进而实现营收的可持续和最大化。

各个终端之间的协同也是乐视生态聚变的体现,贾跃亭还说,“很多人都在抄袭乐视电视的模式,推出某某某和某某某相加的模式,体验那是东施效颦”,乐视的电视、手机和即将推出的汽车产品的关联度也会更加紧密。

手机产品负责人冯幸还曝光了乐视生态在硬件产品售后方面的整合能力,这可以很大程度上减少单一产品售后的成本。他说,乐视已经在智能电视的基础上搭建了针对智能终端的服务体系,并会针对手机做出适当调整。

目前可以看到的是,乐视做电视、视频网站同行跟进了,乐视做影视公司、视频网站同行也跟进了,乐视如今做手机从消息传出到真机曝光前后一年多的时间,其它视频网站至今没有跟进的迹象。