

编者按:钢铁行业步入“寒冬”,几乎是当前最不妙 的行业。内需持续疲软,国际市场低迷,然而庞大的产能又必须消化,价格一再探底,出

现出口越多赚得越少的局面。无论钢铁生产企业,还是钢材贸易商,尽管压力山大,也得“笑对人生”——不容易啊!



钢铁行业寒冬来袭

■ 本报记者 李红阳

钢铁工业是国民经济的基础产业,是技术、资金、资源、能源、劳动力密集产业,但同时也是产能过剩最严重、影响最大的行业。今年以来,钢铁行业的形势尤为严峻。中国钢铁工业协会(下称中钢协)人士认为,中国钢铁业未来一段时间的发展轨迹将是“三低一高”,即低需求增长、低钢材价格、钢企低效益和行业高压力。这或许就是中国钢铁业未来很长一段时期的“新常态”。

今年钢铁出口量有望突破1亿吨

中国市场的持续疲软,迫使中国钢企和贸易商开始将注意力转而投向海外市场。根据国家海关总署发布的最新数据,2014年中国出口钢材9378万吨,较2013年同期增长50.5%,创下历史新高。而今年9月中国出口钢材1125万吨,再创历史新高;1-9月中国累计出口钢材8311万吨,同比增长27.2%。日前,中钢协副会长王立群表示,今年中国钢铁



钢贸商的电商“情缘”

■ 钟 也

近些年,钢铁电商以“井喷”式的势头快速崛起,似乎有“无商不电”的态势,对传统钢铁贸易业态造成巨大冲击,钢贸商为之忧心忡忡。而如今,钢贸商对钢铁电商的态度出现了180度的大转变,由当年的“抵触”转变为现在的“拥抱”。那么,钢贸商与钢铁电商的“情缘”是怎么转变的呢?

钢铁电商助钢贸商拓宽盈利渠道

记者在采访中发现,时下钢贸商从钢铁电商平台采购钢材明显增多,从钢厂订货却在减少,这是因为从钢铁电商现货交易平台拿货十分方便,而且价格贴近市场,现需现买,价格“倒挂”的风险小了许多。钢贸商只要行情把握得准,一般不会亏损,还有盈利。据了解,目前,钢铁电商还处于“烧钱”阶段,追求流量,经营重点以扩大钢材销量为主,价格相对较低。有的钢铁电商推出网上“众筹服务”,将区域内的市场需求聚集成一个大单子,集中从钢厂采购,取得钢厂的价格优惠,然后将钢厂折扣优惠让利于钢贸商,吸引商家在电商平台交易。钢贸商受优惠政策吸引,也乐意在电商平台上拿货,从而扩大盈利空间。有位钢贸公司老总说他在电子盘拿货,没有一笔是亏损的,只有盈利多少的区别,这比从钢厂订货风险小多了。确实,如今钢贸商的订货渠道明显扩展了,不一定要向钢厂订货,钢铁电商也有现货交易平台,有的称之为网上钢材超市,从那里拿货很便捷。上海五波钢结构材料有限公司董事长任庆平对记者说:“过去向钢厂订货,货款要预先付给钢厂,有时现货市场价格跌了,钢厂订的货还没有发出,价格倒挂,亏损就免不了,所以,不少钢贸商退出了钢厂的协议户行列。而钢贸

产品出口量可能超过1亿吨。

中国钢材出口屡创新高,并非得益于国际需求大幅增长,而是中国钢企寻求生存的新方向。中钢协人士表示,中国钢铁需求的顶峰已过。由于中国正在由投资拉动增长的经济模式向消费拉动转型,导致中国的钢出口量上升至纪录高位。宝钢股份副总经理张典波也表示,由于国内需求萎缩,未来几年,中国每年的钢出口量将增长至1亿吨左右。

在国际国内市场低迷的情况下,中国钢材产品为何还能逆市增长? 商务部国际贸易经济合作研究院国际市场研究部副主任白明在接受《中国贸易报》记者采访时指出,中国钢铁出口出现20-30%的增长,这是多方面因素叠加的结果,一方面是我们的竞争力提高了,由于国际产能的转移,很多国家的进口钢铁被中国所取代;而且还有很多国家上马的项目跟中国有关,当这些项目需要用到钢材时,中国当然近水楼台,优先从中国进口钢材。另一方面,国内钢铁企业很多都效益不好,尽管出口量多,但金额是下降的,说明价格低了,部分甚至带有“挥泪甩卖”的性质。

商从钢铁电商平台拿货,不存在预付款的问题,能够降低采购成本。”

钢贸商可与电商携手形成全新交易模式

在采访中,记者还发现钢贸公司的老总们对钢铁电商的冲击不再惊慌失措,而是显得淡定和理智。“钢铁电商的优势,咱们可以利用;咱们的优势,钢铁电商一时还不具备。”一位老总说道。

上海瑞坤金属材料有限公司总经理李忠双表示,与传统钢贸商相比,目前,钢铁电商在钢材加工配送、物流、融资等方面还没有什么优势可言,有的电商平台不具备这方面的功能,只是把线下交易变成线上交易。相比较而言,有的钢贸集团公司拥有铁路专用线、大型专用吊装设备、大型货运车,组建了专业化的加工、装卸、运输、仓储队伍,这样可以根据下游终端用户对产品的不同要求,提供开平、分卷、纵剪等加工服务,以及经济、便捷、安全的配送服务。

一位钢贸公司老总说,钢铁电商的发展应该是一种趋势,线上线下交互操作,期货、现货共同发展,逐步形成全新的交易模式和理念。业内专家的研究显示,通过线上线下融合、加快资金周转速度、提高物流效率、减少库存积压等,钢铁电商可以大幅降低现有交易成本100元/吨左右。这对于钢贸商而言具有巨大的吸引力,也是钢铁电商的生命力所在。

除在线资源交易外,钢铁电商还有助于钢贸企业拓展营销渠道、减少流通环节、压缩流通成本、增强竞争力。通过钢铁电商平台的大数据,钢贸商可以挖掘终端客户的真实需求。此外,钢铁电商还具有期货市场的风险规避服务功能,有利于钢贸商根据期货预期来锁定成本。

当前,钢铁行业面临的发展形势相当严峻,钢铁电商和钢贸商应相互补充,携手发展。

中国钢铁出口引多国反倾销抗议

随着出口量的不断增加,中国钢企也面临着日益加大的反倾销压力。

数据显示,2014年,14个国家和地区对中国钢材产品发起21起贸易救济调查。这一势头正愈演愈烈。今年前9个月,海外向中国钢铁产品发起的贸易救济调查就多达29起,其中反倾销调查22起,反补贴调查1起,“双反”调查3起,反规避调查3起。

向中国发起钢铁贸易救济调查的国家,过半是中国钢材出口前十位的国家。今年1-8月,中国钢铁出口前十的国家依次为韩国、越南、菲律宾、泰国、印尼、印度、马来西亚、新加坡、美国、土耳其,共计出口钢材3594万吨,占中国总出口量的一半。其中,泰国、印度、马来西亚、美国、土耳其等国已向中国钢铁产品发起贸易救济调查。

白明认为,今后这种贸易摩擦会越来越多。因为以前中国钢铁产品在国际市场所占的份额有限,随着出口的放大,所占份额增加;以前主要生产低端的钢材产品,而发达国家则以高端钢材为主,相对而言,可替代性还不是很大;随着中国向高端产能发展,钢铁产业的升级换代,高端钢材的产量和出口量增加,与发达国家之间的竞争也就会加剧。对此,“一要维护我们的权益,二是企业也应该规矩一些,越是竞争的领域越容易被关注,别给人家留下把柄。”白明说。

“中国钢企不能扎堆出现在同一个市场。”冶金工业规划研究院院长李新创表示,目前,中国钢铁出口大部分还是集中在东南亚和欧美少数国家,应当进一步分散开,采取“多渠道、多地区”策略。紧密联系当地客户也是钢企进攻海外市场的必修课。“必须要在当地树立起中国品牌,赢得客户认可,让他们为中国企业呼喊,这有利于中国反对海外的贸易救济调查。”

产能过剩 钢企亏损严重

钢铁企业在国际市场上备受贸易摩擦的困扰,在国内市场却面临严重的产能过剩压力。

中国钢铁行业规模居全球之首。2014年,中国粗钢产量8.23亿吨,约占全球一半。随着时间推移,钢铁消费量和产能的关系越来越不成正比,导致钢铁产能过剩。通常产能利用率在75%以下即可称之为产能过剩,2014年中国钢铁产能利用率只有70.69%,属于严重过剩。

严重的产能过剩,导致钢企亏损严重,利润稀薄。“今年1至8月,钢铁业需求规模萎缩,表观消费量同比下降5.2%,全国大中型钢铁企业利润总额亏损180亿元。”在近日举办的第十届中国钢铁年会上,中钢协副会长、宝钢集团董事长徐乐江这样说。

不仅如此,银行对钢企的贷款也在下降。中泰信托股份有限公司研究发展中心研发经理王婷婷给记者提供的数据显示,截至2015年6月末,钢铁行业从商业银行贷款的总额为1.3万亿元,仅占整个商业银行同期贷款总额的1.8%。金融行业对钢铁行业的信贷政策,当前是放在商业银行贷款五级分类中的关注类,也就是对钢铁行业贷款的增长比较少。王婷婷表示,钢铁企业是商业银行的重要客户,但其重要性在不断下降。今年,在上市的钢铁企业中,资产负债率普遍在60%以上,

宝钢布局“互联网+”

“和欧美钢铁业遭遇产能过剩不同的是,中国钢铁业赶上了互联网时代,互联网已经超越工具,而成为一种能力,一种与各行各业结合之后能够赋予传统行业新的力量。”宝钢集团董事长徐乐江在近日举办的第十届中国钢铁年会上表示。

借助“互联网+”,宝钢集团在2014年开始了电商产业战略布局的构想。今年2月份,宝钢集团成立了欧冶云商,注册资金高达20亿元。“依托集团内部原有资源和大数据、云计算等服务技术,现在欧冶云商的订单量已达到找钢网的水平。”宝钢集团旗下东方钢铁电子商务有限公司人士表示。

据了解,欧冶云商由宝钢股份和宝钢集团分别持股51%和49%。欧冶云商力图打造成全行业、全产业链的



强势出口喜中有忧

相对于其他行业来说,这是一个比较高的数据,也反映了当前钢铁行业所处的困境。钢铁行业普遍的共性是投资数额大,投资期限长,所以资金的流转速度比较慢,钢铁的债务问题也相对其他行业严重,进一步加剧了钢铁企业向银行贷款的难度。

“现在,钢铁行业的处境不仅是‘冬天’,更是‘冰冻期’,但同时也是钢企改革调整的黄金时期。”中钢协会长、鞍钢集团公司董事长张广宁认为,目前,钢铁行业面临的压力前所未有。钢铁企业应积极应对挑战,采取有效措施克服生产经营中的困难。

开展国际产能合作 规避贸易风险

白明认为,无论是应对贸易摩擦,还是化解产能压力,与其“竞争博弈”,不如“合作博弈”。钢铁企业结合“一带一路”建设,开展国际产能合作,不仅有利于化解国内相对过剩的产能,而且能够提升“中国制造”的形象和国际影响力。

今年5月,国务院出台《关于推进国际产能和装备制造合作的指导意见》,力推钢铁产能国际合作。事实上,国内一些钢铁企业也尝到了“走出去”开展产能合作的甜头。

作为钢铁产能大户,河北钢铁集团在国外投资建厂、销售渠道铺设方面,已率先展开一系列运作。据介绍,去年11月,河北钢铁集团与瑞士德高控股集团签署协议,增持全球最大的钢铁贸易与综合服务商——德高国际贸易控股公司股权至51%;同年9月,河北钢铁集团还与南非工业发展公司、中非发展基金签署《河北钢铁集团南非钢铁项目合作谅解备忘录》,标志着该集团500万吨南非钢铁项目建设正式启动,该项目是截至目前中国在海外投资建设的最大规模全流程钢铁项目。“产能的境外转移将不仅仅是河北省,这符合国家的经济政策,也将是未来的趋势。”河北钢铁集团人士如是称。

河北省政府发布的《河北省钢铁水泥玻璃等优势产业过剩产能境外转移工作推进方案》还明确提出,以东南亚、非洲和西亚国家为重点,鼓励钢铁企业将境外矿产资源开发与境外资源深加工相结合,在矿产资源丰富地区开发矿产资源,投资建设钢铁生产加工基地,延长冶炼及加工产业链条,扩大钢铁销售贸易。

对于“一带一路”战略下中国钢铁企业“走出去”,白明提醒注意,“走出去”进行国际产能合作不能是单方面转移产能,还应该是合作共赢的模式。要在给当地经济和就业带来帮助的情况下,同时化解国内过剩钢铁产能。

据王婷婷分析,钢铁企业在国际贸易中存在的风险主要有两个,一个是结算风险,一个是交易风险,从现在的贸易形势看,不仅有现货交易还有期货交易。所以,钢铁企业在运作过程中,要认真研究我国和买方所在国家的贸易关系,在进行贸易合作前,要先做好尽职调研,考虑政治环境,对交易对手所在国家的政局稳定性、交易的安全性和历史信誉以及交易对手自身的需求情况和企业经营过往业绩等等进行综合权衡。从结算形式来说,国际通行比较好的交易方式,主要是用信用证结算。一般在使用信用证的过程中,选择对方比较大的银行、知名银行开出的信用证,信誉相对比较高,国内钢铁企业再根据信用证进行货物的准备,这样贸易相对比较顺利。

生态型服务平台,在交易和服务的产品上完全向包括竞争对手在内的全行业所有钢铁企业开放。

当然,要做到这点并不容易。与钢银、找钢网等平台相比,宝钢也是钢铁生产企业,竞争对手为什么要把自己的产品挂到宝钢的平台上卖? 为此,宝钢集团总经理陈德荣亲自带队走访武钢、首钢、河钢、五矿等兄弟企业,邀请同行一同参与欧冶云商的建设,电商平台的名字取名“欧冶”,也是为了淡化“宝钢”的痕迹。

据最新数据,目前欧冶电商平台的注册用户超过4.2万个(户),单日挂货量超过120万吨,平台日均交易量(结算量)超过5万吨,预计2015年全年可实现交易结算量800万吨以上,有望达到1000万吨,而2014年全年仅为430万吨。(宗 河)