

拉动石材需求的动力已经发生了变化，以量增为主要特征的行业
发展方式正在动摇,如何提升企业的竞争力,延伸产业空间成为一道难题

石材产业转型升级进行时

焦点
□本报记者 吴铎思

“这样的家装设计很有温馨感,让石材与整体融合在一起。”第十六届中国厦门国际石材展上,来自台湾的客商萧先生对展馆内陈列的背景墙、屏风等石材家装设计成品赞不绝口。

业内人士告诉记者,今年石材展,转型尤其明显。搬着大块原石参展的企业少了,面向高端家装市场的多了。

过去十年,我国GDP一直保持高速增长,房地产、基础设施、建筑业以及城镇化进程等都保持高速度。同时,石材国际贸易量、贸易额保持了年均13%、14%增长,与之相对应的石材产量更是以年均23%的速度狂飙。2015年以来,经济增长下行压力越来越大,建筑业、房地产业增速放缓甚至下降,石材需求面临严峻挑战,以量增为主要特征的行业发展方式正在动摇。

在产能过剩、销售下滑等一系列问题下,如何谋变、提升产品附加值成为石材产业面临的难题。

向家装市场进军

“今年,我们摒弃了原先追求的高大上风格,而是锐意创造更加丰富多彩的家居生活。”石材展上,一位知名品牌企业负责人告诉记者。

各类家装石材设计成品是本届石材展的一大特点,不少石材企业开始全面进军家装私人定制市场,为家装市场提供从软装到建筑石材应有尽有的私人定制服务,让消费者家更有质感。

“我们针对上班族的特点,为他们提供全方位的服务。”泉州一家石材企业负责人说,该企业正在从工装市场向家装市场转型,专门培养一个团队并投入资金用于配套工厂建设,为客户量身定做产品,满足其个性化需求。

业内人士告诉记者,目前石材品牌企业



大都将目标指向了家装市场。而分布在市场各个角落的异型加工企业和工厂也迈着自己的步伐,打造自己的特色产品,走向家装市场。

据了解,近年来工装市场需求疲软,迫使石材企业转向。其背后原因还是整体经济的影响,而与石材行业息息相关的,便是房地产市场的波动。

当前,还有许多福建的石材企业开始借助“文创+”概念,来实现产业转型。福建英良集团是将文化融入石材行业的先行者之一。过去数年,该公司投资10亿元,打造“印象五号”石材文创园。目前,该文创园的项目进展顺利。“印象五号最重要的部分是石材博物馆,全部建成后,将是世界上最大的石材产业博物馆。”英良集团负责人说。

对于饰面石材矿山开采对环境破坏严重,安全隐患大,福建省泉州市在2015年前,将所有石材矿山全部关闭,实现整体退出。业内人士告诉记者,这几年来,石材产业变量较大,福建矿山封矿,中西部开矿掀热潮;国外矿山采购陷入被动状态,资金紧缺,融资困难……

由于石材行业的特殊性,库存一直是石材企业最头疼的问题,不仅难以动销,还会带来资金压力。因此,在困境面前,如何找到新销路,成为石材企业首先需要解决的问题。对此,不少老牌石材生产企业积极“拥抱变化”,探索新领域,为企业找出路。

据新华社电(记者刘慧)国家旅游局5月15日发布的《2015年全国旅游业投资报告》显示,2015年全国旅游业完成投资10072亿元,同比增长42%。2016年,全国旅游投资将继续保持稳定增长的态势,预计全年旅游直接投资将达到1.25万亿元。到2020年,实现旅游投资总额比2015年翻一番,达到2万亿元。

“中国旅游业正处于转型升级的分水岭,资本成为整合各种要素、推动产业发展的重要驱动力。”国家旅游局局长李金早在此间举行的中国旅游产业投融资促进大会上表示,在当前经济发展新常态下,推动旅游业发展,可以有效带动众多相关产业发展,提高中国经济供给侧质量和效益,促进经济结构调整。

国家旅游局副局长吴文学介绍,2015年全国旅游投资规模不断扩大,投资结构逐步改善,投资热点加快形成。去年全国旅游投资依然延续了民营资本为主、政府投资和国有企业投资为辅的多元化投资格局。民营企业投资旅游业5779亿元,占全部投资的57.4%,投资热点从传统制造业、房地产业向现代旅游业转变。

此外,2015年旅游投资还呈现出几个特点:景区类投资占比最大,新业态投资实现高速增长;东部地区为全国旅游投资重点,西部地区旅游投资潜力巨大;大型非旅集团加速进军旅游业,跨行业投资态势明显;旅游企业加速资源整合,并购重组和走出去步伐加快。

据了解,2015年全国10亿元以上的在建旅游项目有2057个,完成投资6305亿元,占全部投资的62.6%;投资额50亿元以上的在建旅游项目404个,完成投资2763亿元,占全部投资的27.4%;投资额100亿元以上的旅游项目185个,完成投资1597亿元,占全部投资的15.9%。上海迪士尼项目,山东省双岛湾休闲旅游度假区、河北省唐山湾国际旅游岛等项目投资超过200亿元。

报告显示,2015年我国的旅游投资热点集中在乡村旅游、在线旅游、旅游综合类项目、邮轮游艇和体育旅游等领域。接下来,旅游投资的热点还将在休闲度假、智慧旅游、文化旅游、健康养生旅游、特色小镇等领域涌现。

今年一季度我国服务贸易进出口增23.7%

据新华社电(记者王优玲)记者5月14日从商务部获悉,今年一季度,我国服务贸易继续保持良好增长势头。服务进出口额达12218亿元人民币,比上年同期增长23.7%。

商务部数据显示,一季度我国服务出口达4286亿元人民币,同比增长4.5%;进口7932亿元人民币,同比增长37.3%。服务贸易占对外贸易比重继续提升,促进外贸结构升级作用显著。

商务部服贸司负责人说,今年一季度,我国服务贸易结构进一步优化,部分重点领域出口增长较快。电信、计算机和信息服务进出口额达587.4亿元人民币,同比增长22.8%;其中出口424.9亿元人民币,同比增长28.6%。专业和管理咨询等现代商务服务出口增势良好,其中会计服务出口20.6亿人民币,同比增长28.8%;广告服务出口64.4亿人民币,同比增长34.8%。

据统计,今年前4个月,我国企业签订服务外包合同金额2760.6亿元人民币,执行金额1708.4亿元人民币,分别同比增长23.9%和7.5%。

据介绍,美欧日韩以及香港地区是购买我国国际服务的主要市场。前4个月,我国承接美国、欧盟、中国香港、日本和韩国的离岸服务外包执行金额分别为244.4亿元人民币、181.3亿元人民币、180.1亿元人民币、92.3亿元人民币和72亿元人民币,合计占我国离岸服务外包执行总额的68.7%。

探索新领域

由于饰面石材矿山开采对环境破坏严重,安全隐患大,福建省泉州市在2015年前,将所有石材矿山全部关闭,实现整体退出。业内人士告诉记者,这几年来,石材产业变量较大,福建矿山封矿,中西部开矿掀热潮;国外矿山采购陷入被动状态,资金紧缺,融资困难……

由于石材行业的特殊性,库存一直是石材企业最头疼的问题,不仅难以动销,还会带来资金压力。因此,在困境面前,如何找到新销路,成为石材企业首先需要解决的问题。对此,不少老牌石材生产企业积极“拥抱变化”,探索新领域,为企业找出路。

当前,还有许多福建的石材企业开始借助“文创+”概念,来实现产业转型。福建英良集团是将文化融入石材行业的先行者之一。过去数年,该公司投资10亿元,打造“印象五号”石材文创园。目前,该文创园的项目进展顺利。“印象五号最重要的部分是石材博物馆,全部建成后,将是世界上最大的石材产业博物馆。”英良集团负责人说。

对于石材企业来说,“新”这一字并不局限于技术上的革新,还包括产品、市场等诸多领域,而其目的在于帮助企业进一步发展。

此外,环球石材更是通过石材雕刻,将清明上河图以玉石浮雕的形式,进行1:1还原展示。“一块普通的石头,在知名设计师的妙手点化之下,身价能瞬间暴增几十万甚至上百万元。”厦门工业设计协会副会长、厦门长物工业设计有限公司执行董事谢小鹏说,随着行业的发展,如今已有越来越多石材企业开始意识到“创意”对增加石材附加值的作用。

避免同质化

业内人士表示,现在的石材行业,已经不再是粗放的原材料市场,企业赋予了它思想和设计理念,变成了高附加值的东西。不过现在企业关注的是,想要做好市场,人才短板和同质化不能不引起重视。

对此,在产业转型上,要考虑石材的主要市场在投资与出口市场的情况,以及市场的主体转变为消费者的情况。“传统石材业向现代石材业转变,要向资源节约型和环境友好型方向发展,营销模式是外在表现,市场定位是根本。”中国石材协会会长邹胜胜表示。

政策层面也开始发力,为鼓励石材企业向创意进军。近年来,作为福建省最大的石材加工基地,南安市先后出台《南安市促进创意石材产业发展的若干意见》、《鼓励石材企业自主创新》等文件,3年内每年安排500万元专项资金,扶持石材企业的创意项目。

为解决石材企业创意人才紧缺的问题,去年初以来,南安已组织一批石材企业,奔赴国内众多艺术院校,将众多绘画、装饰艺术、色彩规划等艺术设计类的毕业生招至南安。一些懂技术、懂管理、懂市场同时还懂艺术的优秀设计人才,更是被南安石材企业重金聘用。

□本报记者 赵昂

5月17日是世界电信日。去年5月15日,三大电信运营商公布了提速降费方案,至今已满一年。根据三大运营商公布的数据,三家均“超额完成”工信部的降费指标。中国移动2015年全年手机上网资费较上年下降43%;中国电信2015年流量平均资费较上年下降31%,有线宽带单位带宽价格下降58.8%;中国联通固网宽带平均单价下降了50.6%,移动数据流量综合单价下降了27%。而在网速层面,中国移动4G网络下行最高速率超过300Mbps。

工信部的数据证实了运营商的说法,去年一年,提速降费让利用户超过400亿元。但是,消费者对于这样的让利,感受却不深。根据搜狐新闻推出的相关调查,在17905名参与者中,有82.15%的网友对于提速降费无感觉,而感到费用下降网速提升者只有2.32%。

从数据本身来看,消费者无感的原因,与让利规模有关。让利400亿元,看似数额

巨大,但考虑到我国移动通信用户的规模,平均到每个用户上,每月节省仅2.6元,买一斤土豆都不够。

提速降费的本意,是为了减轻企业和公众的上网成本,并提供更好的互联网服务。但是,如果提速降费的速度,赶不上企业和公众对互联网高质量使用需求的增加速度,难以满足公众日益增长的网络使用需求和各类企业的网络营销需求,提速降费无感就不难理解了。

事实上,提速降费不仅仅影响着电信企业和用户,也影响着其它行业,因为网络已经是许多企业的必备营销渠道。服装公司把服装照片展示在网上商城里,消费者如果加载图片时速度过慢,或者因此产生的流量费用较多,很可能就会放弃购买,网游公司更新一款游戏,如果下载速度永远以KB为单

位,消费者自然也会放弃更新。

不过,企业具有先天的逐利性,降费对于电信企业而言,意味着“挥刀割肉”,收入减少,增速意味着要加大投入,增加成本,这一增一减又该由谁来买单?在市场竞争的前提下,企业让利以吸引消费者,提升服务质量以留住消费者,而为此增加的成本,则通过业务拓展、优化管理等诸多方式弥补,是再正常不过的事情。

但是,虽然目前电信市场上有三家运营商,但三家之间不同细分领域内的发展却并不均衡,使得在某些细分领域中,出现一家独大的态势,这使得运营商让利的积极性大打折扣。在过去一年中,主管部委就提速降费对电信企业屡屡喊话督促施压,就不难理解了。

行政手段的确能在短期之内把网络资费降下来,但是降下来之后呢?三大运营商的业务存在相对集中化的现象,有的主要做移动通信,有的则在宽带业务上优势明显,这使得一旦自己的优势业务被降价,整体收入就会大受影响。

行政手段的确能在短期之内把网络资费降下来,但是降下来之后呢?三大运营商的业务存在相对集中化的现象,有的主要做移动通信,有的则在宽带业务上优势明显,这使得一旦自己的优势业务被降价,整体收入就会大受影响。

导 读

6版:民办博物馆:藏有“金饭碗”缘何没饭吃

7版:上市公司也追星 明星股东成香饽饽

8版:连年亏损凸显商业车险改革的迫切性

热点
□新华社记者
刘开雄 华晔迪 王炳坤

“对中国钢铁工业而言,现在就正处在‘危机’之中——危险中蕴含着机遇。”16日在北京举行的中国国际钢铁大会上专家如是说。

在过去的4个月中,钢铁价格再次玩了一轮“过山车”行情。自2015年12月中旬,以铁矿石、螺纹钢为代表的黑色系金属价格出现一轮快速上涨局面,包括热轧卷板、焦煤、焦炭等相关产品的涨幅都在40%以上。然而,从4月底开始,这些黑色金属品的价格又快速回落,仅用了3个星期时间,几乎将过去2个月的涨幅全部“吃掉”,钢价又回到了今年3月初的水平。

在很多专家看来,本轮钢价波动背后是宏观预期和产业逻辑之间的对赌。

5月12日,国家发展改革委新闻发言人赵辰昕表示,此次钢价上涨,主要是受政策预期、市场炒作和短期因素等推动,市场供求关系并没有发生根本性转变,钢铁产能严重过剩的情况也未改变,钢材价格难以持续快速上涨。

16日举行的钢铁大会上,工信部副部长辛国斌表示,自去年12月下旬以来,国内市场钢材价格步入回升通道,今年3月份以后,钢材价格回升速度明显加快,但是市场供需关系没有根本改变,产能严重过剩未有根本改观。

“如果像2015年四季度那样的艰难日子再维持半年,那么在2015年停产的钢铁产能就会彻底关门。”一位参会的业内人士指出,由于钢价上涨过快,即使原材料涨幅超过钢价涨幅,但企业吨钢利润仍增加400元至600元,大面积的复产改变了之前因为2015年大面积停产带来的短期内“供需错配”局面,使得整个钢铁市场又再度回到供应过剩的局面,“究其原因还是我们钢铁产业的产能过剩比较严重,再好的行情都是砸在自己手上。”

据辛国斌介绍,十二五期间我国累计淘汰炼铁炼钢产能各约九千万吨,经过5年努力,四百立方米及以下的高炉,三十吨以下的砖炉等落后产能基本淘汰。今年提出钢铁行业的去产能目标,“总体来看我国确定五年化解钢铁产能1亿到1.5亿吨是综合平衡了我国现有钢铁产能和国内需求,以及职工安置和社会稳定等保持经济发展的多种因素,完成这一目标要克服重大困难,充分体现了中国维护国际经济秩序,共同应对全球性挑战负责任的态度。”

“通过市场化竞争淘汰产能在一定时期,一定范围是有效的。适度竞争和可协调的发展状态是各国钢铁行业的相对理想产业形态。”鞍钢集团董事长唐复平表示,在去产能过程中,提高产业集中度是钢铁行业持续健康发展的必要条件。

此外,与会的企业家认为,结合国际经验,发展非钢产业,通过设备、人员合理化,为钢铁主业调整提供支持,这也是未来钢铁企业转型的一个方向。

显然,中国钢铁业的转型之路才迈出了万里长征第一步,正如埃德温·巴松所言,“产业结构调整不是一个事件,而是一个过程,即便是现在的钢铁强国,他们的调整也还在继续。”

据新华社电)

消费者真正在意的,是自己所花的钱是否物有所值,是否得到了满意的服务。而提升服务质量,才是提速降费的应有之意

提速降费满一年缘何消费者无感

□本报记者 赵昂

5月17日是世界电信日。去年5月15日,三大电信运营商公布了提速降费方案,至今已满一年。根据三大运营商公布的数据,三家均“超额完成”工信部的降费指标。中国移动2015年全年手机上网资费较上年下降43%;中国电信2015年流量平均资费较上年下降31%,有线宽带单位带宽价格下降58.8%;中国联通固网宽带平均单价下降了50.6%,移动数据流量综合单价下降了27%。而在网速层面,中国移动4G网络下行最高速率超过300Mbps。

工信部的数据证实了运营商的说法,去年一年,提速降费让利用户超过400亿元。但是,消费者对于这样的让利,感受却不深。根据搜狐新闻推出的相关调查,在17905名参与者中,有82.15%的网友对于提速降费无感觉,而感到费用下降网速提升者只有2.32%。

从数据本身来看,消费者无感的原因,与让利规模有关。让利400亿元,看似数额

再平衡的发展之路

——当下中国钢铁业的那些热点话题

现过剩的情况,必须要把过剩的产能压下来,使供需实现平衡,这是绕不过去的一条路。”

转型之路在何方?世界钢铁协会总干事埃德温·巴松认为,政府应该及时给钢铁行业提供指导,以确保在调整过程中让市场发挥主要作用。“出台一个适当的长期产业战略,在一个大环境下,钢铁行业的结构调整会更加成功,生产效率不会下降。”

“通过市场化竞争淘汰产能在一定时期,一定范围是有效的。适度竞争和可协调的发展状态是各国钢铁行业的相对理想产业形态。”鞍钢集团董事长唐复平表示,在去产能过程中,提高产业集中度是钢铁行业持续健康发展的必要条件。

此外,与会的企业家认为,结合国际经验,发展非钢产业,通过设备、人员合理化,为钢铁主业调整提供支持,这也是未来钢铁企业转型的一个方向。

显然,中国钢铁业的转型之路才迈出了万里长征第一步,正如埃德温·巴松所言,“产业结构调整不是一个事件,而是一个过程,即便是现在的钢铁强国,他们的调整也还在继续。”

据新华社电)

换言之,实现提速降费,促进电信行业可持续发展,关键在于引入竞争机制,增加市场活力。用市场的手段促进服务价格合理化,也用市场的手段促使企业优化服务,创新发展。

本月初,工信部正式向中国广播电视网络有限公司颁发《基础电信业务经营许可证》,至此中国第四大电信运营商诞生。该公司负责全国范围内有线电视网络有关业务,并开展三网融合业务。多了一家运营商,能否激发市场竞争活力,促进提速降费尚不可知,但至少已经向前迈出了一步。

消费者真正在意的,其实并非每个月的流量费是不是“少收了三五斗”,而是自己所花的钱是否物有所值,是否得到了满意的服务。而提升服务质量,方才是提速降费的应有之意。