

2 热点透析 Hot Dialysis

财富暴利神话终结 煤老板迎来“冬天”



一位煤老板的“冬天”： 背着 1.8 亿债务过日子

“每个月要发 130 多万工资,煤炭却卖不出去,企业只能停产!”6月20日,52岁的新疆煤老板鲍荣亨在煤场前来回踱步。眼前的6万吨煤从去年堆到今年,很少卖出去。“驼背是因为干煤矿 30 多年闹下的病。”鲍荣亨说。

从 18 岁到 52 岁,鲍荣亨用 18 年时间完成了从挖煤工到煤老板的身份转变,又用 15 年时间,使他的小煤矿变成了民营大煤矿。他显然是个能力出众的人。然而,如今面对企业停产、市场疲软、能源企业走下坡路的局面,他却有些束手无策。

1979 年,18 岁的鲍荣亨从河南来到新疆投靠亲戚,最开始在私营煤矿打零工,然后搞基建,最后才下到煤矿挖煤,一步步从工人、班长升到队长。1987 年,他转投新疆昌吉市国营煤矿,做井下管理工作,成为国营煤矿的“名正式工”。然而好景不长,1997 年,随着国企改制,他被迫下岗自谋生路。

当时,鲍荣亨已经 36 岁,干煤矿已经 18 年,具有相对丰富的煤矿工作经验。他被乌鲁木齐南山林场煤矿聘请去当矿长,负责承包煤矿。

2002 年,正是我国煤炭行业“黄金十年”的第一年,鲍荣亨顺势买断了一个乡政府的事故煤矿的采矿权,也就是现在的昌吉市保平煤矿。

当时国家工业发展迅速,对煤炭的需求量很大。鲍荣亨记得很清楚那个时候煤炭好卖,人好招,运煤车队为了拉到一车煤,排队需要一天时间。“那时,煤老板很好干,工人经过简单的培训后,就开始下井挖煤。”而且,当时开煤矿成本也很低,工人没有宿舍住,就在山下挖个洞安家,俗称“地窝子”;煤矿的办公室也就是几间土坯房子。

从 2002 年一直到 2012 年上半年,因为煤质好,鲍荣亨管理的煤矿的经营情况一直很好,老板和工人都赚到了钱,工资每月结算,很少拖欠。

“因为周边煤矿停产,我的煤矿在 2012 年的销售还很顺利,2013 年 1 月开始,销售才出现问题,6 万吨煤到现在都没有卖出去,再加上最近几年搞煤矿升级,我们负债已经达到 1.8 亿元。”鲍荣亨说,半年没有收入,财务非常拮据,4 月份的工资直到 6 月份才给工人结清。这是他经营煤矿 10 年来第一次出现长时间拖欠工资的情况。

至于债务何时偿还,鲍荣亨说,现在肯定没有能力,等市场好一些再说。煤炭卖不掉,企业只能停产,但工人却不管这些,他们只管要钱,否则就走人。企业只能安排杂活让他们

我国煤炭行业从业者,是一个数目巨大的群体——2009 年为 570 余万,到 2012 年仍有 520 余万。大约从 2002 年开始,我国煤炭行业进入了一个史无前例的繁荣阶段,“黑色黄金”缔造了一个又一个财富神话。如今,“黄金十年”已经结束,萧条的大势下,“煤炭人”处于何种状态? 记者深入矿区,对他们现下的生存状况进行了实地调查。



干,以便保证工人的生活稳定,防止人员流失。

对于未来,鲍荣亨还是充满信心。他说,煤炭行业从去年开始走下坡路,但并不会立即消失,将来的利润会降低,开矿门槛会更高,只有靠规模化生产才能保证生存。

小煤矿关了,矿工散了

6 月 26 日,记者找到黄先生的时候,他正好休息在家,“我们的工作平时根本没有休息,如果是在以前,矿区工作忙的时候,我都没有时间和你聊天。”现如今,煤炭行业前景堪忧,夏季用煤量又低,黄先生多少有了自己可支配的时间,于是才有了记者和他的这次谈话。

黄先生今年 40 多岁,出生于矿区,自幼生活在矿工之家。长大以后,他继承了爷爷和父亲的工作,依然在大大小小的矿区抛洒汗水。“我做矿工已经 20 年了,这么多年,我的工资从二三百涨到了四五千,但这个行业的前景并不乐观。”

黄先生在矿区从事机电设备维修工作,主要负责地面和井下的“综采支架”。在外人看来,这或许是个技术活,然而实际上它对体力的要求并不轻松。“我们负重最重的时候,要扛 100 多斤的 U 型钢,一天井上井下差不多要扛 10 趟。”黄先生在描述自己在矿区的工作时语气极为平静。他说自己早已习惯了

辛苦,也习惯了在这一行业中经历的浮浮沉沉。

作为一名矿工,黄先生在大大小小的矿区都工作过,其中有私人企业,也有国有大矿。每当一家小型私人煤矿企业由于经营不善倒闭或是被政府关闭,和他一样的众多矿工就要重新找出路。“私人小矿的矿工一般都是临时打工的,企业解散了,他们就重新寻找打零工的地方。”而那些国有矿的职工,在企业兼并重组后,会被分配到另一家煤炭企业。黄先生说,他也在煤炭行业的兴衰中经历了几次辗转,“在这一行业,煤老板可以创造神话,而我们仅仅可以维持生计。”

今年 5 月份以来,全国煤炭生产运输继续下降,需求放缓,市场供需宽松局面进一步显现。黄先生认为,吉林省煤炭行业的发展前景并不乐观,“吉林省煤炭资源并不丰富,而且一线员工的安全意识很差。”同时,他认为吉林省煤炭行业也必将受煤炭行业整体形势的影响。

记者了解到,今年,吉林省辽源市关闭小煤矿 4 处。另外,吉林省还将通过煤矿企业兼并重组等方式减少企业数量,力争到今年年底将煤矿企业的数量控制在 60 个以内。同时,兼并重组后的煤矿企业生产规模不低于 30 万吨/年。

数万煤炭企业的转型之痛

转型发展是山西的出路。从 2008 年开始,山西煤改启动,数万家煤企最终被整合退出煤炭行业。

目前,山西的民营经济正处在多元化投资、转型发展的方向。很多煤老板在撤身煤炭行业后,又在房地产、现代农业、旅游文化等领域出现。

在采访中,记者了解到,因为存在管理、技术、市场、政策等诸多原因,在转型过程中,也有一些煤老板遇到了很多瓶颈。但不可否认的是,他们数千亿资产的转向,对于山西而言,具有重大意义。

“‘煤老板’这个词在我看来是个贬义词”在山西煤炭行业最火爆的几年里,靠煤运起步的葛鹏飞(化名)积累了很多资金。

听完记者的采访意图,操着一口地道山西长治方言的葛鹏飞说,转型对他来说是必须的,即使没有煤炭资源整合这一政策,他也迟早要面临这一天。

葛鹏飞年纪不算大,却已经和煤打了 10 年交道,亲历了山西私营煤矿从无到有、由盛而衰的全过程。2010 年,武乡县 32 座煤矿参与兼并重组,之后,在朋友的推荐下,手握重金的葛鹏飞经过几个月的考察和斟酌,最终决定投资被称为“液体黄金”的红酒。

在此之前,葛鹏飞对这次投资的可行性、

市场潜力等做了大量的研究。据之前媒体公布的一项调查报告显示,山西煤炭转型资金开始由此前投资最多的房地产业,转向 IT 互联网业,农业、红酒等领域。

和葛鹏飞一样,来自山西中阳、孝义、介休等地的多手握煤炭资本的老板,共出资 50 亿元建设了集生产、营销、旅游度假、文化为一体,以酒业为主相关产业协调发展的杏花村酒业集中发展区。

和记者之前联系的很多煤老板一样,对于此次采访,被传资金实力排在长治前十的葛鹏飞,一开始也不愿配合,“我一直就不喜欢听到别人说‘煤老板’这个词,感觉像在骂人一样。”现在的他更喜欢做一些以前没有做过的事,让自己活得更更有成就感。

转型搞旅游

山西虽是“中国煤都”但并非处处有煤。煤炭大区吕梁市交城县的会立乡,就没有丰富的煤矿资源。该乡的很多村民靠天吃饭,每年依靠种地过活,生活很是艰难。因而,当地的年轻人大多都外出打工。

但是,会立乡却有个风景优美的果老峰。以前,没有人想到这里,现在它却成了香饽饽。

接受媒体采访时,山西省工商联的一位工作人员说,煤炭资源整合转型后,民间资本不断寻找新出路。在政府的引导下,煤老板主要向两个方向转型:一是走煤炭深加工循环经济的路子;二是投资装备制造、现代农业和文化旅游等产业。

2005 年初,山西率先在全国开展煤矿业整合重组。2008 年,山西交城的蔚明和众多煤老板一样,携巨资彻底退出了煤炭行业。与不少持观望态度或远赴外地找矿的老板不同,他决定到会立乡的果老峰投资搞旅游。

在当地的媒体上,这一项目被描述为:按照规划,将总投资 12.2 亿元开发果老峰景区旅游项目,建成后不仅填补山西国际化大型水上乐园的空白,而且成为华北地区最具特色的度假地和华北地区规模最大的水上乐园。

此时的交城县,也随着山西省委省政府制定的转型跨越发展战略,加快了推进转型跨越发展的步伐。

2011 年,交城县委、县政府提出,要在推进第三产业发展上实现新跨越的同时,大力发展特色旅游业,加大对全县独特生态资源、自然资源和人文资源的挖掘保护力度。为此,当地实施了“一企一事一业”举措,庞泉沟—果老峰生态旅游开发,就是其中的重要项目。

记者了解到,近年来,山西煤老板投身旅游业的绝非少数。据统计,截至 2012 年,山西民营资本投入旅游产业的总投资近 400 亿元,仅煤炭、焦炭、电力等企业独型投资旅游业的资金就超过 200 亿元,其中民营企业投资占 60%以上。

今年 4 月,山西省文化旅游产业投资促进会在太原成立。对于促进会成立的初衷,工作人员说,促进会将以国有资本为主,带动社会资本,推动民营合作,引领民营企业和民营资本及资源投入到山西的文化旅游产业中去。

科学引导民间资本

山西省煤炭工业协会的一位工作人员说,在他看来,土生土长的煤老板重新选择一个产业来创业很难,很多情况下,对其他行业的了解,会导致其转型的失败。

“留住民间资本,促进资源型经济转型”,是记者采访过程中很多人提到的一句话。在山西甚至新疆、内蒙古等很多资源丰富的区域,这都是一个要进行持续研究的话题。对此,山西省社科院副院长潘云说,对整个山西来说,煤老板的转型关乎当地经济结构调整的大计。他们有庞大的资金,这笔资本的流向,对山西乃至全国经济都可能产生影响——若能对这些资金进行有效引导,将有利于促进地方经济发展。这就需要将企业的投资思路和各级政府的长期规划有效结合起来,更重要的是双方都要有长远的战略眼光。

(马旭 陈海宁 王莉莉)

[上接 P1]

其实,这已不是工商总局第一次“亲厚”利乐公司。记者辗转找到工商总局于 2005 年 5 月 13 日公开在其门户网站上的一篇文章——《对跨国公司限制竞争行为和跨国公司限制竞争行为的防范对策》,其中便明确指出,一些跨国公司利用市场优势地位,搭售和附加其他不合理条件,这一典型便是利乐公司。

“如果要使用瑞典利乐的罐装机,就要购买瑞典利乐的纸质复合包装材料……其上游行业中的企业根本没有讨价还价的余地。”文章中还指出,在中国,乳品包装占销售成本的 40%。这就意味着,消费者每买一盒液态奶,实际上有 4 成的费用都在“买包装”。然而当年,利乐公司对此予以否认。

市场:国内六成饮品使用利乐产品

记者了解到,早在 20 世纪 50 年代,利乐便开始为液态奶提供包装。利乐在全球已有 39 家销售公司,42 家包装材料厂、8 家罐装机和加工设备组装厂,去年净收入约为 111.55 亿欧元,累计生产包装超 1700 亿件。

“最高时候,利乐包装在中国市场曾占到 80%~90%,现在市场上约有 50%~60%的产品使用该公司包装,包括液态奶、饮料等。”7 月 7 日,国际食品包装协会秘书长董金狮在接受记者采访时称。该数据也得到了知名乳企专家王丁棉的证实,他透露,目前无菌包装的整体市场容量约 1100 亿包,其中利乐公司提供的包装数量在 600 亿包左右。

记者从利乐中国的官网上查阅获悉,消费者熟知的康师傅冰红茶、蒙牛特仑苏、绿盒王老吉、伊利优酸乳等 30 余种乳品、饮料等,均采用利乐公司的包装。重庆本地的天和光大两大龙头乳企,也在使用该公司产品。“我们的包装由利乐、康美、唯维三个厂家提供,其中利乐的数量最大。”天友乳业公关事务部经理熊大勇告诉记者。光大集团行政总监石浏则表示,由于光大涉及的常温奶产品不多,所以尽管在使用,但数量不大。

知名乳企专家王丁棉则认为,从原奶到洋奶粉再到加工设备和原料,此次国家反垄断整治可谓“方方面面”,“这必将更加规范整个乳品行业,起到行业净化的作用,是件好事,支持!”不过他也指出,单从乳品行业看,其实成本中占比最大的是原奶价格,因此即使包装成本降下来,体现在终端价格上也不会太明显。

解读:“神秘”的利乐模式

盛景网联咨询培训集团联合创始人、董事长彭志强曾于 2009 年著书《商业模式的力量》专门分析了利乐的商业模式。7 月 7 日,彭志强等人向记者解读了该模式。

“它把设备送给需要包装材料和包装材料的公司,让它们免费使用。再靠包装材料、耗材来赚钱。”上述知情人士表示,中国乳业公司背后最大的推手、最大的力量源泉其实是利乐,它还帮助乳品公司制定市场营销规划、建立分销渠道、协助打造零售终端,甚至乳品公司早期的员工培训都由利乐完成。

中国奶业协会理事陈渝公开表示,“从进入中国的第一天起,利乐就带着垄断的阴谋。”这是一种“我送你一盏灯,但是你必须用我的油”的做法,合作方购买设备时可先赊销,以后通过使用利乐包材的使用费价款来偿还。陈渝认为,这正是在利用市场的强势地位,把“捆绑销售”写进合同。

国际食品包装协会秘书长董金狮则指出,通常,利乐与中国企业签订合同的年限都在 10~20 年左右,短期合同是被利乐拒绝的,“这样一来,就把中国企业绑住了,甚至环环相扣,赚了设备的钱,又赚包装材料的钱,包装上还印着‘利乐’商标,相当于一成免费宣传。”他表示,将设备“免费”卖给企业,再从后期的包材中扣除费用,生产企业选择利乐的设备就必须选用它的包材,存在“强制性消费”的嫌疑。

“十年前我就曾质疑过利乐的做法,那时利乐不仅市场份额高,甚至生产线都不能兼容,在它的设备上只能使用它自己的纸张生产。”王丁棉向记者表示。不过,他也指出,近几年,这种情况正在得到改善,其他品牌的纸张已可以被利乐的设备所兼容。

王丁棉同时提出一个疑点,“除占领包装市场,利乐还有更大计划,因为利乐不仅仅是一家包材供应商。”中国的洋奶粉虽多,但液态奶还是国内乳企的天下。2008 年之前,洋品牌液态奶在国内市场基本空白,只有个别品牌存在,但仔细观察会发现,2010 年后,突然有 30 多个国家的 40 多个品牌扎堆涌来,这绝对不是巧合。短短三年,这些品牌甚至以每年翻一番的速度增长。“王丁棉分析称,尽管暂时没有确切证据,但不排除利乐在背后为这些洋品牌提供中国乳业市场的信息,以‘围剿’中国市场,毕竟进来的牌子多了,有助于自身的拓展业务。

“在所有的包装品牌中,不得不承认利乐做得最到位。奶源建设、设备配套、市场行情、渠道布局等,即使看上去与其没有直接关联,它也会给予指导。”王感叹。

► 国有企业采访团 | 究矿系列报道之七

不打价格战 质量拓市场

究矿集团煤质运销部找准定位冷静出招应对危机

■ 王艳芹 王淑娟 渐伟 本报记者 李国政

当前煤炭市场经济徘徊低迷的严峻形势下,如何最大限度地巩固和拓展市场空间,成为大小煤炭企业共同瞩目的课题。肩负究矿煤业公司营销重任的煤质运销部,坚持把履行社会责任放在重中之重的位置,做到不打价格战,走好质量路,用“策略”、“质量”、“服务”三盏“矿灯”照亮前方市场发展征程。

在部分煤企低价竞争的情况下,煤质运销部本着“让利不让市场、调价不赊销”的原则,结合实际,根据矿井库存紧急情况,有力有序、有进有退地调整挂牌价格,力求与市场形势“同频共振”。把对企业的责任和对客户的

承诺放在煤炭运销工作之首,找准自身定位,审时度势,冷静出招,按照互利互惠的思路,推出战略优惠、运距优惠、现金优惠等六大策略,探索推行“定时间、定品种、定流向、定价格”一户一议政策,努力向大型直供客户倾斜,提升大客户集中度和销量。对与集团公司有业务往来的战略客户实行产品互销合作,对月发运 1—3 万吨的中小客户加大量价挂钩优惠幅度,有效规避客户损失,促进销量稳中有升。

“三零工程”向来是“究矿煤”靠品牌闯市场的一张名片。煤质运销部一班人认识到,越是在艰难时期,越要做到“以质保价,以质促销”,用质量为“究矿煤”拓宽市场路。今年一季度,该单位研究出台特殊时期商品煤质量

管理办法,组织好质量指标靠上限生产,收紧各煤矿选煤厂统管的“口子”,将精煤产量、精煤产率、煤泥产率、重介开机率、材料消耗等指标全部纳入考核,抓好数量效率关键指标,向选煤厂吃净榨干方面要效益,从提高精煤产率、降低煤泥产率、减少矸石带煤率三个方面下功夫,研究各矿煤泥分选技改措施,围绕原煤和商品煤质量两大考核点,推行二层煤、薄层煤、高灰分低密度煤的质量控制措施,力争实现分提、分运、分落、分销,避免煤炭质量出现波动,同时鼓励各矿处将内部利润考核延伸到采煤区队,从源头提升煤炭质量。

6 月 5 日,笔者在运销部采访时了解到,煤质运销部在办公楼大厅专门设置了涵盖 7

大类 35 项查询内容的煤炭客户自助查询系统,在兴隆庄矿、鲍店矿、东滩矿 3 个驻矿销售科试点安设小屏自助查询系统,便于客户随时浏览、查阅产品信息、营销网点、煤炭发运等方面情况。面对煤炭市场竞争趋紧的态势,该单位优化和树立销售窗口形象,不断加强服务“砝码”,深入开展一张笑脸、一把椅子、一杯热茶、一张名片“四个一”活动,定期征求客户的需求、想法、意见和建议,务实高效、有的放矢地做好改进工作,进一步提高工作效率、服务质量和客户满意度。发挥作风整治“利器”作用,公开举报电话、信箱和邮箱,坚决消除“三堆”现象,用有效的策略、优质的产品和高效的服务回报企业和社会。