

四川省企联充分发挥桥梁纽带作用

积极促成天府商品交易所与中石油合作

■ 胡雪峰 刘建平

四川省企业联合会、企业家协会秉承“为企业和企业家服务”的宗旨,充分发挥桥梁纽带作用,积极为促成天府商品交易所与中石油合作牵线搭桥,协调相关事宜,受到企业赞誉。

早在今年2月19日,省三方机制企业方首席代表张国斌与省企联副会长兼秘书长梁勤一行在天府商品交易所调研时发现,2015年天府商品交易所年交易额突破了5000亿元,已成为中国西部最大的大宗商品实货贸易的交易平台和衍生品场外交易的结算平台。但由于种种原因,目前能源板块还未建立,特别是石油和天然气还未上平台。根据石油的特性,物流成本占的比例较其他商品高很多,实现电子交易,能有效减少流通费用和流通环节,降低物流成本、为生产企业带来较好利益,还能规避远期市场风险;同时也能为国家减少无序物流,节约社会资源,尽一份社会责任,是一举多得的好事。因此,天府商品交易所非常希望省企联能够利用协会平台,帮助他们协调中石油等相关行业的企业与天府商品交易所建立合作关系,使天府商品交易所做强做大,成为四川一张靓丽的名片。

了解到这一情况后,张国斌当场表示,随后将由他亲自联系协调中石油方面尽快与天府商品交易所对接。梁勤雷厉风行地促成了四川能投集团与天府商品交易所的联接,并正在洽谈中。

3月18日,张国斌与梁勤一行顾不上全省企业调研一周的辛劳,马不停蹄地带领中石油调研组赶到天府商品交易所了解情况,沟通交流。



在沟通交流会上,张国斌指出,天府商品交易所是四川省人民政府批准设立的,由省金融办主管、省商务厅作为业务指导,经国务院部际联席会议验收的大宗商品电子交易平台。因此,天府商品交易所既是物流平台、交易平台,也是融资平台。中石油在川销售石油份额高达80%,前些年油价高时销售金额突破1000亿元,2015年销售额600多亿元,因此我们首选中石油来与天府商品交易所探讨合作事宜,争取促成双方合作,实现强强联手,互利共赢。

中石油办公室主任、调研组组长陈清在沟通交流会上表示:“通过企联这个平台我们

认识了天府商品交易所,并开阔了新的视野,拓展了新的业务。为此,首先感谢四川企联为中石油提供这次合作机会,感谢省企联为企业服务的一片真心。中石油高层对天府商品交易所合作项目高度关注,也非常希望拥抱这个新鲜事物,下一步将按相关程序做好各项对接工作。”

天府商品交易所董事长刘昂生在沟通交流会上首先感谢省企联的牵线搭桥和真心诚意的服务。并对中石油调研组提出的有关问题做了详细解答。

梁勤在会上表示,中石油与天府商品交易所合作是强强联合,有利于中石油品牌提升、

运营模式的创新,并对物联网建设非常有好处;同时,天府商品交易所增加了一个强大的平台支撑,有利于迅速提升品牌价值。除了中石油,省企联下一步还要帮助促成四川能投集团等企业与天府商品交易所的平台化合作。

张国斌在会上强调:中石油和天府商品交易所合作是皆大欢喜的事,双方要加强协作,共同完成项目建议书。合作项目要按规范程序报批,省企联要积极协调省发改委、能源局向国家发改委、能源局汇报,争取促成两家达成合作关系,实实在在为企业排忧解难办实事。

成都春季糖酒会 万商云集探讨行业大趋势

■ 邹晶 刘文藻

3月24日,第94届全国糖酒商品交易会在成都开幕。而此前一周,成都各大宾馆酒店以及主要街头,就成为了各大食品饮料的营销宣传主战场。众商云集成都,探讨行业新课题:营销渠道下沉、食品进口商发力、冷链配送待完善,等等。

渠道下沉厂商力拼三四线城市

“今年参加糖酒会的人特别多!”这几天,许多成都市民都有这样的感慨,不但市区道路交通拥堵,就连要帮朋友订酒店都很难。记者从本届糖酒会组委会了解到,今年受邀而来的经销商增加了近一倍,尤其以往不见得的三四线城市经销商大大增加。

从东北三线城市齐齐哈尔来成都参会的经销商魏嘉林告诉记者,这是他第一次受名酒企业之邀参加本届糖酒会。“往年,像我们这种小规模经营的经销商只能参加厂商在当地搞的招商大会,或是看画册订货,今年随着我们的订货量增加,所以受到了厂方的邀请。”

五粮液代理商李金龙告诉记者,在目前的经济形势下,名酒在一二线城市的竞争已经非常激烈,市场开发已趋饱和,不再是厂商花精力财力的主攻方向,反而拓展三四线城市的营销渠道,往往会开辟一些新市场。据了解,除了酒类企业,一些知名食品企业也在纷纷采取这样的市场战略。

国际品牌海外直接采购增多

记者了解到,本届糖酒会进口食品展现了一个新趋势,就是本地一线国际知名品牌越来越多采取海外直接采购,部分有实力的大型食品进口企业正在美国、日本和欧洲等地建立专业的海外食品采购团队,并在国内配备专业的报关、清关和品控团队。

据了解,费列罗、雀巢、依云、好时等国际品牌食品在中国市场的销量巨大,但价格往往比国外要高出30%-50%。由于品牌垄断及价差巨大,这就为一线品牌的海外直采提供了市场机会,不少经销商及零售商都希望在这个领域分一杯羹,他们渴望接纳更低价的供应链。

中粮我买网生鲜采购总监高霖告诉记者,他们海量的采购订单能拿到更优惠的价格,作为经销商或零售商只要加入中粮的海外采购系统,即可以联合采购,实现价格透



明、成本公摊,可大大地降低采购成本,加速选品进度。

冷冻低温食品成新增长点

早在本届糖酒会开始前,业内人士就预测,冷冻、冷藏、低温食品将成为今年食品发展的一大趋势。在欧美发达国家的超市,50%的空间都是用来摆放销售这类食品的,因为食材新鲜不用防腐剂,从而非常受消费者的欢迎。

3月24日,第五届国际机械技术交流会也在本届糖酒会期间召开,“迈入自动化时代的食品行业——开启智能制造,实现智慧工厂”成为本次会议的主题。

目前,国产冷冻食品发展迅速,进口冷冻食品却由于受制于冷链配送,发展相对缓慢。进口商除了考虑冷链进出口外还要建冷库,国内发货也需要全程冷链配送,虽然国内物流可以解决,但是成本高,最关键是不能直接送到门店,当地经销商还要建冷库和购买冷藏车。“只要解决好这个问题,进口冷冻食品会成为拉动进口食品业务的主力军,也将带动整个冷冻食品行业的快速发展。”高霖说。不仅是消费者,大量的餐饮企业也有冷冻食品的需求。

欧洲日本食品最受欢迎

记者在麒麟酒店进口食品展区看到,和往年不同,欧洲和日本食品的占比已超过东南亚,约占60%左右。中国消费者对食品质量的要求也在不断提高,因此更加喜欢购买欧洲和日本的食品。另外,由于欧元和日元持续贬值,这些国家的食品酒类价格也有一

定的优势。

记者在世纪城新会展中心的几家酒店看到,也有不少欧美品牌参加今年的糖酒会,如意大利的咔啡莎饼干,日本的三立、红帽子,美国的皮克尼克薯条等零食品牌都在招商。而日本的酱油、乌冬等一系列调味品也是进口食品经销商的关注对象。

刚需增加民生商品变主角

牛奶、食用油、水、面粉等都是民生商品,在本届糖酒会上成为主流展品,受到许多经销商的青睐。“这类商品虽然利润不高,却是预包装食品中最大的一块。”一位来自辽宁的经销商陈和向说,“如果你想把自己的公司规模做大,公司有持久的竞争力,这是必须经营的品类。”

据了解,这类商品仅有5%-8%的利润,但由于是生活刚需品,市场消费量大,和零食相比产品更新换代较慢,具有稳健经营等操作优势。但这类商品对经销商的要求也十分高,大资金、低毛利和高风险是3个难以跨越的门槛。因为汇率和粮油价格波动较大,对经销商的实力和专业能力都有很高的要求。

▼ 链接

第94届糖酒会折射中国消费“新口味”

24日开幕的第94届全国糖酒商品交易会上,来自国内食品行业的企业或开发新产品,或研发新工艺,或借势“互联网+”,掀起一场食品业供给侧改革热潮。已经举办了61

年、有着“天下第一会”美誉的糖酒会,折射出中国消费的“新口味”。

麻花作为中国传统零食,一直给消费者以粗长、笨拙的印象,然而湖北众望科工贸有限公司发明的直径1cm左右的“小麻花”却深受消费者喜爱。公司开发的海苔味小麻花进军上海市场时,甚至引发了排队购买的火爆场面。

“回顾这两年,能够逆势发展的食品企业,无不是在品牌、品质、创新上保持领先。”公司总经理方纳序说,“我们在口感不变的前提下发明的自动麻花机,将生产成本降低了15%。”这家创办于1996年的公司在2015年销售额达到1.8亿元,成为麻花品类的全国名牌,在“小而美”的道路上加速奔跑。

面对世界经济复苏乏力 and 中国经济持续下行的双重压力,作为历届糖酒会的主角,中国白酒产业正经受着“黄金十年”之后深度调整的重大挑战。

“当前白酒政务消费持续走低,但商务和大众消费继续上升,消费偏好呈现高品质、高服务、个性化、多样化趋势。”五粮液集团董事长唐桥说,“正是顺应这种消费需求的变化,五粮液推出一系列产品、营销模式的改革,2015年销售收入增长3.4%,不仅止住了下滑颓势,今年一季度还实现了‘开门红’。”

消费者的口味也越来越“挑剔”,“吃饱”已远远满足不了需求,好吃、好玩、个性、安全,正在成为国人的消费新理念。

依托大数据技术,四川高福记生物公司彻底颠覆了过去“以产带销”的食品企业传统模式,而是将消费者不同层次的需求进行精准剖析、定位,按照实际订单来引领企业的全部生产流程。正因如此,这家开发出风靡四川的“饭扫光”酱菜的企业2015年销售额逆势增长70%。

“与其说是经济形势影响了行业整体发展,不如说是消费观念革新给食品行业提出了新要求。”四川高福记生物公司董事长高银江说,“整个行业面临一场革新。”

穿行在人头攒动的糖酒会会场,“互联网+”的气息无处不在。总部位于成都的1919酒类直供网,线下店面数从2014年底的73家,急剧增加到2015年底的600多家,覆盖国内300多个城市,实现年销售额约15亿元。

“围绕供给侧改革,1919构建酒类生态圈,让上下游自由对接,以用户的力量自下而上推动整个产业链的生产、供应方式变革。”1919酒类直供网CEO杨陵江雄心勃勃,“我的规划是到2019年开店6000余家,会员3700多万。”(江毅 叶含勇)

成都启动大企业大集团培育企业动态调整

■ 世福

日前记者从成都市经信委获悉,成都市2016年度大企业大集团培育企业动态调整工作已经全面启动。根据要求,凡是成都市去年销售收入或者营业收入超过10亿元的企业,均可以进行申报。

记者了解到,成都市对纳入大企业大集团培育名单的企业,每年度进行一次动态调整,其间同时组织符合申报条件的非名单内企业进行申报考评。纳入和退出大企业大集团培育名单的企业,经市培育大企业大集团联席会议审定后,由联席会议办公室负责组织公示,广泛接受群众监督,确保培育工作公开公平公正。

根据要求,今年大企业大集团培育企业申报的企业应为2015年度营业收入达到10亿元及以上企业,在成都市域范围内登记注册且纳税的独立法人机构,母公司和子公司不得同时申报;总部在成都的按整个企业(集团)统计各项指标,总部不在成都的按在蓉部分统计;2015年度没有发生严重违法国家法律法规的行为。

四川多举措 助建筑业走出去 力争海外产值增长20%

■ 熊筱伟

3月18日,四川省住建厅公布《2016年加快建筑业发展重点工作实施方案》,提出将紧抓国家“一带一路”建设机遇,力争实现全年建筑业省外产值1970亿元,同比增长8%;海外产值90亿美元,同比增长20%。

去年,四川省建筑业省外产值同比增长5.3%,占全省建筑业总产值比重为20.8%。“这个比例,和沿海建筑业发达省份差距明显,但也正是潜力所在。”省住建厅相关负责人表示,在经济下行压力加大背景下,力争今年将这一比例提升至约21%。

为此,省住建厅、省商务厅就促进建筑业企业“走出去”发展签订框架协议,双方将合力拓展建筑业海外市场;对境外承包工程建筑业企业,在国际市场开拓专项资金、申报对外承包工程资格和援外成套项目实施企业资格等方面给予政策支持;联合举办“走出去”相关活动,同时将建立跟踪服务保障机制和建筑对外服务平台,积极为企业在宣传推荐、信息咨询、项目对接、手续办理等方面提供帮助。

四川打响营改增收官战 5月实施全行业覆盖

■ 陈岩

3月21日,省国税局召开全省国税系统全面推开营改增试点工作动员会,正式启动全面营改增试点推进工作。按照国务院统一部署,5月1日起,四川省正式实施全面营改增试点。

全面推开营改增,基本内容是实行“双扩”。一方面扩大试点行业范围,将建筑业、房地产业、金融业、生活服务业4个行业纳入营改增试点范围;自此,现行营业税纳税人全部改征增值税。其中,建筑业和房地产业适用11%税率,金融业和生活服务业适用6%税率。另一方面,将不动产纳入抵扣范围,无论是制造业、商业等原增值税纳税人,还是营改增试点纳税人,都可抵扣新增不动产所含增值税。

省国税局相关负责人介绍,5月1日正式启动试点前,省国税局将做好国、地税账户基础信息移交,厘清征管基础信息;做好税控器具及发票准备;强化办税服务保障,设置营改增绿色通道。

全面营改增后,纳税人的税负是增还是减?“营改增试点全面推开后,将基本消除重复征税,可降低纳税人整体税负,促进服务业发展和制造业转型升级。”西南财经大学财税学院副院长李建军分析,将建筑业、房地产业、金融业、生活服务业纳入营改增范围,使企业购买或租入这些行业相关项目所支付的增值税都可抵扣;特别是将不动产纳入抵扣范围,减税规模较大、受益面较广,通过外购、租入、自建等方式新增不动产的企业都将因此获益,前期试点纳税人总体税负会因此下降。同时,原增值税纳税人可抵扣项目范围较前期试点进一步扩大,总体税负也会相应下降。