

盐改落地打破原有市场格局

自今年1月1日起,我国食盐体制改革正式落地实行,各地食盐定点生产企业开始能够直接进行食盐销售,省去了中间的流通环节,同时也可实现跨区域销售。这样,原本由国家统一计划调配的国内食盐市场就成了活水。

近日,记者在江苏省南京、苏州等多地采访期间了解到,食盐体制改革实行后,外来盐企入苏,打破了原有的价格格局,外来盐企近千元的价格优势,对原有的食盐市场带来了不小的冲击。一位进入江苏市场的外地盐企的销售经理向记者表示,盐改在价格和经营区域两端的放开,减少了中间流通环节及监管的成本,食盐生产企业的毛利率有望得到提高,居民在终端的购买价格也有望下降,真正的做到双赢。

流通环节吞噬利润?

食盐在我国是专营体制,但并不是所有业内企业都享受着高额利润和靓丽的业绩。在此前食盐定点生产企业不允许进入流通领域时,由于食盐出厂价格是国家定价,其利润空间时常被较大压缩。

比如此前,甚至会出现食盐定点生产企业的食盐出厂价在600元/吨左右,而经过流通环节后,最终卖给商超等终端的价格却在3500元/吨左右的情况,巨大的利润被流通环节所吞噬。

江苏盐业集团控股的上市公司井神股份2016年报显示,公司去年营业收入为21.5亿元,净利润2295万元,其中盐及盐化工行业营业收入为13.97亿元,毛利率为29.65%。从产品上看,盐产品当期营业收入为12.16亿元,毛利率为29.20%。而井神股份作为食盐生产企业,目前在国内单厂生产规模排名第一。可以看出,其盐与盐化工产品的毛利率并不高。产销一体的江苏盐业集团却是另外一种情况。

无论是生产还是销售,都没有超过一倍的毛利率。那中间巨大的利润差去了哪儿呢?一家食盐生产企业的配送公司负责人告诉记者,食盐的运输成本很高,在放开了经营区域之后,一般盐企愿意进入的区域也是在方圆二百公里之内的地方。“超过这个距离,基本上就没有利润了。”

对于那些还没有政企分离的地方盐务局和盐业公司来说,成本更高。江苏省盐务局办公室主任王英俊表示,江苏全省盐务执法人员有800多人,这些人也要靠盐业集团发工资。

盐改带来市场变局

根据相关政策规定,盐企可以通过自建物流、委托第三方物流、自建网点或是通过原有渠道等4种方式进入跨区域市场进行经营。

以江苏市场为例,今年起,江苏省盐务局先后公布了3批在江苏省开展跨区域经营食盐批发企业的名单,目前数量已达到31家,而这份名单也只是作为备案信息。

外省盐产品分别在品种数量上与价格上对本地盐产生了冲击,据中盐东兴第三方配送公司盐富物流负责人介绍,中盐东兴普通的精致盐产品价格最低在2500元/吨,而苏盐集团的产品最低在3400元/吨左右。而中盐上海的相关人士则表示,中盐上海的产品要比苏盐集团的更加丰富。

王英俊表示,盐业体制改革,实行跨区域经营,是一个机遇。他表示,苏盐集团走的是品牌战略,质量上不出问题,并且产销一体,同时还可以去外省拓展市场,苏盐集团并不想进行低价倾销策略,这样不利于盐企和行业的健康发展。

外地盐企走进来,而江苏盐企也在走出去。记者掌握的一份苏盐集团文件《江苏省盐业集团关于印发各市盐业公



司开拓省外市场暂行办法规定》的通知显示,苏盐集团要求各市盐业公司“打好打赢省内市场保卫战和省外市场攻坚战”,“各市盐业公司代表集团挂钩开拓1个外省(市、区)市场”,重点开拓的市场包括浙江省、上海市、黑龙江省、吉林省、北京市、天津市、山东省等。

专家认为监管尚须规范

国务院发展研究中心企业研究所副所长袁东明针对今年大量出现的外地盐被查扣事情表示,长期垄断市场快速转型竞争性市场,“阵痛”在所难免。目前改革尚处于过渡阶段,相关配套改革措施没完全到位,出现一些局部问题可以理解。

随着盐改跨区经营政策专项行动的推进,以及其他相关配套措施的出台,相信监管不当的问题很快会得到有效解决,但如何解决好监管不足的问题,确保形成一个健康稳定、竞争有序、安全高效的食盐市场,可能会有比较长的一段时间,需要相关政府部门在加强监管转型、

提升监管能力方面多下功夫。

针对目前情况,袁东明认为,对政府而言,首先要加强改革的领导、指导和协调工作,督促各地切实按照改革方案的精神与要求制定地方性措施,确保过渡期内改革能够顺利推进;其次,尽快出台配套改革措施,包括行业标准、监管条例等,尤其是要督促各地尽快完成政企分离任务;第三,推进各地加快行业监管转型,着力提升监管能力。

政企分离后,盐业公司将不再承担监管职责,监管重担落在政府身上,政府须切实履行好监管职能,为企业创造统一开放、竞争有序的市场环境,确保老百姓吃到放心盐;最后,要积极推进盐行业供给侧结构性改革,引导食盐生产企业、批发企业加快兼并重组,提高行业集中度,尽快形成生产专业化、流通便利化的行业格局。对盐业公司而言,要充分认识到盐行业市场化改革是国家政策,大势所趋,把好脉、定好位,把市场化改革视为做大做强企业的机遇,把工作重点放在练好内功、拓展市场、加强合作等方面,而非逆改革而行。(中国网)

企业动态

创企业文化 为品牌助力

奥肯国际宣传片发布会在京举行

本报讯 杨剑 近日,由奥肯国际全球品牌联盟指导,奥肯国际主办,北京神驰腾翔协办,北京千古浪科技有限公司承办的奥肯国际宣传片发布会在京举行。国家工商行政管理总局商标审查协作中心审查三部原部长刘惠英,安徽大学文学学院院长、博士生导师吴怀东教授,北京市道教协会、博思创成教育集团、奥肯律师事务所以及来自行业协会、电视台、媒体、网络、移动等多元立体化媒体资源的数十家企业代表参加活动。

会议由刘惠英主持。与会者在观看完奥肯国际宣传片,纷纷给予高度评价。据奥肯国际创始人李宗虎介绍,举办奥肯国际宣传片发布会主要是为了扩大奥肯国际的品牌知名度,其次在于展示奥肯国际的文化理念和服务宗旨。

“企业之间的竞争,正突显为文化的竞争,企业文化对企业生存与发

展起着决定性的引领作用,而企业品牌则关乎企业兴衰。”安徽大学文学学院院长、博士生导师吴怀东教授介绍说,“创新企业文化,打造企业品牌,是提升企业核心竞争力的长效之举。宣传片制作,既可为你的企业品牌助力,也显示出一个企业的文化理解与内涵。”

奥肯国际坚持将软资产、软实力、软文化作为推动企业发展的核心动力,以“严谨、正直、包容、创新”为企业文化的核心价值观。宣传片详细介绍了奥肯国际的商标、法律、图书三大业务板块,并通过对三大板块内容的场景再现、数据呈现、人员展现的方式,把奥肯国际清晰、形象地展示给公众。

据了解,奥肯国际始创于2008年奥运会举办之时,由奥肯国际知识产权代理有限公司、奥肯律师事务所组成。奥肯国际知识产权代理有限公司,

是一家从事国内外商标代理及其他知识产权相关服务的专业代理机构,曾代理众多知名企业进行商标注册,并成功维权。如,奥肯国际成功协助“沈阳德氏企业集团”申请认定驰名商标,获得客户广泛认可。奥肯国际被中华商标协会授予“中华商标协会理事单位”,2015年,国家商标评审委员会主任何训班亲自为奥肯国际颁发“优秀商标代理机构奖”。奥肯国际还成功举办了“清代状元李振均学术研讨会”、“2017知识产权新年论坛”等系列活动,被众多媒体竞相报道。未来,奥肯国际还将在图书行业提供全产业链的终端服务,并致力于打造全球领先的线上线下一“购书中心”商城。奥肯律师事务所,是经国家司法部门核准设立的综合性律师事务所。律师团队由多所名牌大学的法律精英组成,还聘请了知名大学教授和著名学者作为顾问。

行业信息

首届京津冀饭店餐饮业发展论坛六月召开

本报讯 日前,从北京市餐饮行业协会了解到,为推动京津冀地区旅游、酒店及餐饮业发展和交流合作,以“协同共享、互助共赢”为主题,由北京市餐饮行业协会牵头,联合北京市旅游行业协会、天津市烹饪协会等共同举办的“首届京津冀饭店餐饮业发展论坛”将于6月21日在北京全国农业展览馆举办。

据介绍,本次论坛将在国家京津冀协同发展战略规划的背景下,针对消费升级的整体行业趋势,着力在饭店餐饮领域围绕产业转型、模式创新展开深入讨论,对“互联网+”、移动互联网时代饭店餐饮业新方向、新业态进行专题对话。通过举办论坛峰会、展览展示、产品对接、品鉴交流等活动,构筑和搭建京津冀饭店餐饮业合作新平台。

论坛同期还将举行第七届北京国际酒店用品博览会展商新品推介会、京津冀酒店用品及厨具业高峰论坛、颁奖盛典、京津冀烹饪大师邀请赛、饮食文化品鉴交流会等活动。