

发改委:加大自主创新成果产业化支持力度

证券时报记者 周荣祥

本报讯 发改委昨天公布了《关于促进自主创新成果产业化的若干政策》。根据文件要求,我国将采取一系列措施培育企业自主创新成果产业化能力,并大力推动自主创新成果的转移。其中,我国将加大自主创新成果产业化投融资支持力度。

文件指出,各级人民政府要根据财力的增长情况,继续增加投入,主要通过无偿资助、贷款贴息、补助(引导)资金、保费补贴和创业风险投资等方式,加大对自主创新成果产业化的支持,加快自主创新成果的推广应用,提高自主创新成果产业化水平。

同时,鼓励按照市场机制设立创业风险投资基金,引导社会资金流向创业风险投资领域,扶持承担自主创新成果产业化任务企业的设立与发展。发展改革和财政等部门要积极培育、发展创业风险投资,对高技术产业领域处于种子期、起步期的重点自主创新成果产业化项目予以支持。

此外,商业银行要根据国家产业政策和信贷政策,结合自身特点和业务需要,按照信贷原则,加大对自主创新成果产业化项目的信贷支持力度。加强担保机构等融资支撑平台建设,为自主创新成果产业化项目融资提供服务。

文件指出,将启动实施自主创新成果产业化专项工程。国家在信息、生物、航空航天、新材料、先进能源、现代农业、先进制造、节能减排、海洋开发等重点领域,将选择一批重大自主创新成果,实施自主创新成果产业化专项工程,并给予适当的政策、资金等支持。

文件还表示,将切实落实促进自主创新成果产业化的税收扶持政策。鼓励企业加大对自主创新成果产业化的研发投入,对新产品、新工艺等研发费用,按照有关税收法律和政策规定,在计算应纳税所得额时加计扣除。

行业快报

国际尿素市场继续回暖

东方证券 庄琰 杨云 王晶

上周初虽然美国零售业指标大幅低于预期,但在欧佩克领导人宣称将进一步削减产量消息的刺激下,Nymex原油期价一度上涨;此后在美国原油库存大幅上涨,OPEC削减2009年原油需求预期等利空因素的打击下价格一路下滑,只是在周五由于套利因素的影响而略有回升,周五报收于36.51美元/桶;此外Nymex天然气价格大幅下滑至4.801美元/MMBtu,自2006年9月以来首次收于5美元以下。

由于原油价格持续下跌,再加上下游需求疲软及进口货源到港,上周苯酚华东市场价格有所下跌,只是由于传闻下游部分厂商有备货意愿,市场成交才略有好转。至上周五,华东市场苯酚价格在4500元/吨左右,较前一周下跌500元/吨。丙酮市场需求一般,采购按需进行,华东地区价格再次下滑100元/吨至5000元/吨。

PTA价格在上周初下跌后渐渐走稳,在上周后半段,华东地区价格基本每天上涨50元/吨左右。货源偏紧是PTA价格上涨的主因,而PX价格的上涨也对PTA的上涨构成支撑,至周五华东市场PTA价格在5550元/吨左右,较前一周上涨150元/吨。

二甲醚下游需求一般,油价下跌对二甲醚的价格也形成冲击,部分厂家如泸天化价格走低,至周五跌至3000元/吨,较前一周下跌了150元/吨,而大部分厂商出厂价较为稳定。

上周国内丙烯报价基本持稳,各厂家报价涨跌互见,山东地区主流成交价在5700元/吨左右,其中青岛炼厂报价周末跌至5670元/吨,但成交量很小。而上周环氧氯丙烷因库存消耗,货源偏紧原因,价格有所上涨,齐鲁石化环氧氯丙烷价格在13日上调至6100元/吨后,基本保持稳定。

上周聚氨酯市场继续保持平淡,TDI价格因货源偏紧有所上涨,但下游厂商已开始放假,需求并无明显放大,市场成交清淡。至上周五,华东市场TDI价格在19500元/吨左右。而PO和聚合MDI情况与TDI相似,价格虽有所上涨,但是没有需求支撑,有价无市。至上周五华东地区PO和聚合MDI分别为6800元/吨和11000元/吨。

由于俄乌天然气争端的持续和北美、西欧等地的需求逐渐恢复,国际尿素市场上周继续回暖,其中阿拉伯地区非美国地区大颗粒尿素Fob价格涨至260美元/吨,部分地区最高价格已经突破300美元/吨;国内市场仍然波澜不惊,各地尿素价格基本维持在1700元/吨左右。上周坦帕DAP价格继续下跌25美元至330美元/吨,国内成交未见起色,价格持稳。

目前国际国内钾肥报价基本持平,但成交量稀少,国内进口俄红钾实际市场价格已经跌至3300元/吨。

我国统一内外资企业和个人房产税

财政部:取消城市房地产税不会造成房价波动

证券时报记者 郑晓波

财政部、国税总局日前下发通知,自2009年1月1日起,废止《中华人民共和国城市房地产税暂行条例》,同时,对外资企业及外籍个人的房产税征收房产税,在征税范围、计税依据、税率、税收优惠、征收管理等方面按照《中华人民共和国房产税暂行条例》及有关规定执行。

财政部有关负责人昨日表示,由于城市房地产税和房产税的征税对象主要是用于生产经营的房产,取消城市房地产税,对内外资企业和个人统一征收房产税,对于房地产市场的供求关系不会产生大的影响,也不会造成房价的波动。

据了解,改革开放以来,为适应不同时期经济和社会发展的需要,我国一直实行着一些单独对外商投资企业、外国企业及外籍个人征收的税种。为统一内外税制,2007年和2008年,我国分别废止了对外资征收的车船使用牌照税、外商投资企业和外国企业所得稅,只是在房产的保有环节还按内资与外资分别征收房产税与城市房地产税。房产税和城市房地产税两个税种并存时,由于税收政策的差异,使内、外资企业及个人在房产保有环节的税负不尽一致。取消城市房地产税,对外资企业和外籍个人统一征收房产税,标志着我国房产税制度实现了内外统一,也彻底结束了我国对内外资分设税种的历史。”上述负责人说。

该负责人还表示,取消城市房地产税,统一征收房产税后,内外资企业可以按照相同的计税依据、税率及相关规定缴纳房产税,消除了税收待遇不一致的问题,更好地体现了税收公平性原则和WTO的国民待遇原则,有利于内外资企业按照市场经济规律开展公平竞争。

据介绍,现行房产税的征税范围是城市、县城、建制镇和工矿区。房产税以房产的计税余值或租金收入为计税依据,采用比例税率。按房产余值计征的,税率为1.2%;按租金收入计征的,税率为12%。现行政策还对一些房产规定免税,包括对个人所有非营业用房免税。



康佳集团董事局主席兼总裁侯松容:

今年是国产平板电视战略反攻的拐点

证券时报记者 黄丽

2009年,中国家电市场在寒冬中迎来开门红。在为期三天的元旦假日家电大战中,北京、上海、广州等中心城市都刮起抢购热潮。仅康佳品牌,三天内就销售彩电16万台,其中10万台为液晶平板,均创历史新高。康佳集团000016董事局主席兼总裁侯松容日前在接受记者采访时表示,2009年是国产平板电视战略反攻的拐点,国产品牌在中国彩电市场的份额将得到进一步提升。

记者:全球金融危机发生以来,世界范围内的消费电子需求增速明显下滑,您认为这对2009年中国彩电产业将会产生哪些影响?

侯松容:我认为对于中国家电行业,特别是中国平板电视来说,这个冬天虽然寒冷,但是并不可怕。

首先,从宏观环境来看,美国金融危机引发消费者预期的下降,短期内可能存在一定影响。但中国自

身经济状况较为良性,加上政府采取了大规模拉动经济发展的措施,提振信心,会产生明显的“渗透效应”。2009年上半年,中国平板市场可能确实会面临一定困难,但相信会慢慢好起来。

其次,从行业角度来看,2009年中国彩电市场总体规模仍将保持平稳,其中液晶市场规模将达到1462万台,比2008年增长24.2%。

再次,从市场竞争态势看,国产品牌将逐步具备竞争优势。在彩管电视市场,由于“家电下乡”政策的拉动,国产品牌占据绝对优势;在液晶电视市场,由于金融危机导致全球市场销售的下滑和液晶面板价格的大幅下降,外资品牌在中国市场的竞争优势被大幅削弱,国产品牌在液晶电视市场第一次遇到了没有竞争劣势的时期,甚至具备了相对的竞争优势。

记者:具体来说,您的信心建立在哪些地方?

侯松容:事实上,2008年,国产平板已经夺回半壁江山,销售额占有率已经从1月份的45.7%,上升到11月份的60%。11月,康佳42、47寸两大高端平板主流尺寸的市场占有率均高居全行业第一;12月,康佳液晶电视单月销量和销售额的历史新高。这些成绩的取得,极大地鼓舞了我们的信心。

在2009年,我认为,国产品牌将第一次取得压倒洋品牌的成本优势。目前,全球液晶面板的产能总体过剩,金融危机加剧了液晶面板价格下滑和行业亏损。这极大地制约了拥有液晶面板生产线的洋品牌,而对没有涉足面板产业的一些国产品牌来说,将会在成本上取得超过洋品牌的显著优势,这在以往的竞争中是从未有过的。

另外,随着“家电下乡”政策拉动,平板向三四线城市普及,2009年国产品牌的渠道优势将进一步

显现。

记者:您反复强调成本优势,是否意味着国产品牌将重拾价格战?这是否会导整个行业陷入新一轮的恶性竞争?

侯松容:目前国产品牌并不单纯依赖于价格战,应用技术的创新成为国产品牌参与市场竞争的重要砝码。事实上,无论是在技术更新、画质提升、3C融合,还是外观设计与新工艺新材料的应用上,中国彩电企业的创新能力已经今非昔比,它们的应用创新上取得领先优势的同时,也获得了良好的市场表现。这些都表明,国产品牌已经进入了一个较为良性的竞争时代。

记者:除了产品和技术层面的突飞猛进外,我们注意到国内企业纷纷进军上游液晶模组,这对中国彩电未来竞争力产生何种影响?

侯松容:随着中国平板电视市场在全球地位的上升和上游面板整体出现供大于求,在这样的情况下,

上游面板企业与国产整机企业将出现越来越紧密的策略性合作。平板电视产业链重心将转移至中国,液晶电视模组、屏等相关配套产业的集聚效应将进一步在国内形成,促使国产品牌提升市场话语权。

而切入上游模组也将帮助国产品牌补足资源短板。2008年8月,康佳宣布投资8.86亿元建设8条液晶模组生产线。通过一体化设计、减少包装和运输环节等措施节省成本,将使我们对于平板电视产业链的控制率从原来的30%提高到50%-60%,增强了企业的盈利能力。

2008-2010年是国产品牌实现突围的关键三年。我们欣喜地看到,在过去的2008年,国产品牌已经成功夺回平板电视市场半壁江山。相信在2009年,中国平板企业将会奠定优势,在战略反攻中取得平板之战的最终完胜。

两岸携手打造平板产业“中华制造”

证券时报记者 刘莎莎

本报讯 1月16日,由工业和信息化部、国台办支持,中国电子视像行业协会主办的“海峡两岸平板显示战略合作论坛”在福州隆重举行,两岸携手,共迎平板显示产业春天”的主题,吸引了海信电器(600060)、深康佳A(000016)、四川长虹(600839)、上广电等9家中国大陆平板制造企业和台湾地区奇美电子、友达光电等面板生产企业。

工业与信息化部娄勤俭副部长表示:希望海峡两岸平板显示产业进一步加强协作,这是新形势下两岸经贸交流的一件大事和一件实事,具有重要意义。

海信电器的代表说:近年来中国平板电视品牌表现出越来越强大的市场竞争力和影响力,2008年11月,中外品牌的市场份额比重为7:3,中国品牌占据了前五名,海信平板的市场份额更是以15.54%的市场份额领跑市场。在当前的经济形势下,中国平板企业更应该表

现出强烈的社会责任感和企业责任感,加强优势互补型产业的战略合作,携手应对金融危机对实体经济的影响。”

论坛上,海峡两岸11家平板企业就加强信息交流、稳定供求关系、倡导绿色制造、共同参与产业标准制定、提升售后服务及物流体系等六项内容达成共识,并签署了战略合作协议:大陆9家彩电企业将向以奇美电子、友达光电为主的台湾地区液晶面板生产企业购买电视用液晶面板,采购额为21.9亿美元,与

2008年相比增加了59%,采购量将超过1200万片,涵盖了各个主流尺寸规格。

据了解,目前LG、三星等外资企业在中国大陆设立了液晶模组生产厂,台湾奇美电子、友达光电等面板供应商通过合资合作等形式在大陆设厂。国内平板企业也加快了进军平板模组产业的步伐。2007年9月,海信电器建成了中国电视行业第一条液晶模组线,打破了我国液晶模组几乎全部依赖进口的现状。

随着海峡两岸平板产业战略合作的不断深入,节能环保等新技术将更加广泛地应用到平板新产品中,同时也会全面推进平板新产品的上市速度,进一步提升中国平板品牌的竞争力。

蔓延全球的金融危机虽然导致了全球对液晶电视需求量的降低,但中国内地平板市场依然保持了非常良好的发展势头。海峡两岸的平板企业都已经认识到,只有携起手来才能够实现双赢。”中国电视行业协会秘书长白为民说。

节前下游备货 粘胶业现回暖之势

证券时报记者 望江

在相对高点被腰斩的粘胶行业近期出现回暖迹象。伴随着粘胶价格的小幅回升和下游棉纺企业的库存下降,下游用户节前开始大量备货,以待春节后开工使用。对此,市场人士认为,节前下游备货反映预期好转,粘胶行业出现回暖之势。

由于下游主要用户棉纺企业的需求低迷,加之行业前期的大规模扩张,2008年粘胶行业维持供过于求的局面,导致价格大幅缩水。据中国化纤信息网统计,粘胶短纤价格从2008年年

初的2.15万元/吨跌至去年年底的1.16万元/吨,企业开工率呈现下降趋势,库存增多,部分厂家停产。

不过,行业的这一产销失衡的颓势在今年1月出现转机。据中国化纤信息网统计,由于从去年12月开始下游订单增长较多,企业库存快速下降,由去年11月底的约28天库存,下降至今年1月中旬的约9天库存;粘胶短纤1.5D规格产品主流价格由1月上旬的近期最低点11450元/吨,反弹至中旬的11550元/吨,粘胶短纤开工

率小幅增加,由75%提高到76%左右。长丝方面,今年1月份以来,粘胶长丝价格稳定在2.85万元每吨左右,近期销量也略显好转,下游厂商与经销商也出现少量的备货,开工率略有上升,不过厂商库存天数依然保持高位。

对于近期粘胶下游行业订单增加,出现回暖迹象的原因,业内人士认为主要是其价格相对高点大幅回落,已经进入下游采购商的心理接受区域。目前粘胶价格相比2007年底的

高峰期已经回落一半,绝对价格水平已经回落至2003年的水平,与棉花的价差也回落至1000元以内。”浙江一化纤上市公司的原料采购员表示,下游用户和经销商认为目前价格已经相对较低,因此开始大量节前备货,以待春节后开工使用。

分析人士也表达了类似看法。安信证券粘胶纤维行业研究员方峻指出,节前下游备货反映预期好转。节前粘胶短纤下游的积极备货,反映了下游用户对粘胶短纤价格预期开始出

现由悲观向乐观的变化,同时也反映了对于低价位粘胶短纤需求回暖的一种信心。”方峻表示。

不过,有些分析人士对粘胶行业的前景持谨慎态度,认为目前下游主要用户棉纺企业的整体开机率仍在较低水平,同时很快将进入春节的假期,据此判断春节前市场的实际需求不会有明显回升,最近的订单可能将转化为下游企业的库存,行业是否回暖取决于春节后下游行业的实际需求。