

市场波动加剧 成本控制需求凸显

贸易适当金融化利于化解实体风险

□ 本报记者 汤莉

“目前的市場情況比以往任何時候都複雜，大宗商品價格的波動性也比以往任何時候都強。”嘉吉投資（中國）有限公司金屬事業部大中華區戰略客戶總監王強日前出席2019年（第四屆）中國鋼鐵金融衍生品國際大會時表示，商品交易的複雜性已越來越高。隨著市場變得更加成熟且更具流動性，市場參與者愈發關注工具和定制解決方案開發，以實現更有效的風險管理。

具體到鋼鐵領域，面對日趨複雜的內外環境，行業企業利用衍生品進行風險管理的需求日益迫切。新加坡交易所上海區總經理陳世亮指出，鋼材利潤自去年年底以來呈現收斂，或是持續性的。面臨較大經營壓力的鋼廠會更加重視成本控制，更多的鋼廠也將借助衍生品進行風險。上半年，新交所鐵礦石期貨交易量接近1億噸，創下历史新高。其中大部分持倉量的增加來自於期權，更多企業使用期權進行風險鎖定。

7月4日~5日，由中國期貨業協會

支持，中國國際貿易促進委員會冶金行業分會和上海鋼聯電子商務股份有限公司（我的鋼鐵網）承辦的2019年（第四屆）中國鋼鐵金融衍生品國際大會在上海舉行。與會者就如何維護我國鋼鐵行業供給側結構性改革成果、如何利用期貨工具服務鋼鐵企業等話題進行了探討。

“我國鋼鐵工業是國民經濟的重要基礎產業，其市場競爭充分、價格波動顯著、避險需求強烈。”上海期貨交易所黨委書記、理事長姜岩介紹道，繼上期所於2009年率先推出螺紋鋼、線材期貨後，焦炭、焦煤、鐵礦石、熱軋卷板、鐵合金等鋼鐵產業鏈系列期貨品種陸續在大商所、上期所、鄭商所上市。其中，螺紋鋼已連續5年成為全球最活躍的商品期貨，熱軋卷板已成為全球最活躍的扁平材期貨。同時，得益於我國鋼鐵工業龐大的產能規模、較強的国际競爭力，較高的市場化程度，鋼鐵生產、消費、流通企業和機構投資者廣泛參與鋼鐵系列期貨。目前，各品種運行平穩，市場功能得到有效發揮。鋼鐵系列期貨增強了我國鋼鐵行業的定價影響力，有助企業管理價格風險。

中國期貨業協會副會長王穎指出，一方面，期貨市場價格發現功能可以促進行業形成公開、透明的市場化定價體系，提高交易透明度，降低談判和銷售成本，提升企業經營效率。另一方面，具有公信力的基準定價體系有利於增強我國在鐵礦石等鋼鐵原材料領域的國際議價能力，使我國處於公平的議價環境中，從而維護國民經濟的穩定發展。期貨衍生品可以達到降低成本、鎖定利潤的目的，有助於提升行業整體競爭力，促進企業實現規模的擴張，以及縱向產業鏈上下游的延伸，從而促進產業集中度的提升。同時，優化鋼材等產成品的注冊品牌制度還可以提升鋼鐵產品的整體質量水平。

以大連商品交易所鐵礦石期貨為例，其自上市以來，客觀反映了鐵礦石現貨市場供需關係，為客戶降低了交易成本。其中，法人客戶持倉占比45%，參與的產業客戶約1400戶；已參與鐵礦石期貨交易的境外客戶有85家，成交持倉量占全市場的1%左右。大商所工業品事業部經理毛丹談到，2019年，鋼廠日均鐵水產量顯著增加，巴西淡水河谷礦難和澳大利亞颶風等因素導致

鐵礦石供應偏緊。在這種情況下，鐵礦石期貨現貨價格基本同幅度上漲，期現價格相關性保持在0.95以上，套保效率提升至80%以上。

“貿易的適當金融化有助於實體企業化解風險。”王強指出，市場參與者可以利用掛鈎現貨指數的掉期產品進行庫存管理及利潤管理，還可根據國內實際情況將風險管理服務與實貨相結合。市場參與者借助這些更低成本的对沖手段可以深入產業鏈管理大宗商品相關風險。

期貨市場仍在不斷探索期現結合服務實體的新路徑。毛丹表示，大商所將持續推動制度創新，豐富期權等避險衍生品工具，嘗試推出品牌交割制度，並考慮納入部分品位低於60%但市場接受度較高的主流礦種，擴大可交割品的範圍。

上期所也將發揮各方合力，努力提升全球資源配置能力，探索推進包括鋼材期貨在內的現有品種的對外開放，提升重點品種的國際定價影響力，進一步增加高質量產品供給，爭取上市不銹鋼期貨，做好氧化鋁期貨、鉻鐵期貨等品種的上市準備。

1~5月，中國鋼材出口小幅增長，進口有所下降。其中，鋼材出口2909萬噸，同比增長2.5%。中國鋼鐵工業協會副會長屈秀麗表示，因全球經濟增速放緩，市場需求相對減弱，今年中國鋼材出口難有大幅增長，整體狀況或與去年持平。

在日前舉行的2019年（第四屆）中國鋼鐵金融衍生品國際大會上，與會者重點總結了鋼鐵上下游領域的上半年運行情況，並對下半年運行進行了展望。

“2019年以來，我國財政政策更加積極，貨幣政策相對寬鬆，經濟運行保持穩中有進態勢，為鋼鐵行業發展創造了良好的市場環境。”屈秀麗認為，今年鋼鐵行業運行總體平穩。一方面，鋼材產量保持增長，產需銜接總體較好。1~5月，國內粗鋼產量40488萬噸，同比增長10.2%。另一方面，鋼材價格小幅波動，總體平穩。儘管5月份中國鋼材出口環比明顯下降，但中國鋼鐵產品較強的国际競爭力並未受此撼動。

鋼鐵原材料端鐵礦石價格的大幅波動帶來了諸

上半年鋼鐵行業運行總體平穩

□ 本报记者 汤莉

多變數。近一年來，鐵礦石價格自去年10月份大幅下跌後，已陸續經歷了三轮大漲。成本的大幅上升致使行業企業效益明顯下降。1~5月，中鋼協會員鋼鐵企業實現利潤總額855億元，同比下降18.15%。同期，鋼企採購的進口鐵礦石價格同比增長19.1%，且煤、焦炭、廢鋼價格也在上漲，直接影響了企業效益。

今年以來，進口鐵礦石價格的上漲幅度已超過50%。中泰證券研究所執行所長篤慧提醒，對於今年鐵礦石行情的火爆，市場更多關注的是供應端的突發事件，但其實，需求端的变化影響或更大。“國內環保放鬆帶來高爐產能的釋放，由此帶來的鐵礦石需求增量可以達到9900萬噸，遠超外礦供應收縮的量級。”篤慧綜合供需兩方面因素判斷，今年鐵礦石供應缺口或在1億噸的水平，補足這一缺口需要啟動大量的國內高成本閒置礦山，而國內礦的平均成本在100美元/噸附近，對礦價給予了強支撐。

鐵礦石價格大漲，“有鋼材產量大幅增長、巴西礦難和澳大利亞颶風的影響，但也不排除有市場過度解讀、資本炒作的因素，具有不合理、不可持續性。”屈秀麗據此預計，今年鋼鐵行業利潤水平難以超過去年。她表示，中國鋼鐵協會已向國家有關部委及監管機構反映行業和市場存在的有關問題，希望相關各方進一步加強調查和監管力度，規範市場行為，維護鐵礦石市場的正常秩序，促使鐵礦石價格合理合規。

近期，中鋼協組織的鐵礦石市場座談會也指出，供需關係的轉變是今年以來鐵礦石價格上漲的主要原因。同時，也有與會代表提出，近期鐵礦石市場價格大幅上漲存在非市場因素。與會企業一致同意成立進口鐵礦石工作小組，負責研究與進口鐵礦石市場有關的重大問題，包括鐵礦石供給保障、進口鐵礦石定價機制等；跟蹤了解進口鐵礦石市場的發展現狀和趨勢；協調進口鐵礦石市場出現的問題；向政府有關部門提出維護進口鐵礦石市場秩序和平穩運行的相關建議等。

對於後市運行，屈秀麗指出，國外礦山產量已逐步恢復，國產礦呈增加趨勢，且鋼企生產增速將逐步回落，下半年鐵礦石可能呈現供大於求的局面。上海鋼聯總裁助理任竹倩也表示，據Mysteel的6月份供應量統計口径，2018年全球鐵礦石產量為22.09億噸，2019年預計產量約為21.99億噸，同比減少980萬噸左右，降幅為0.4%。伴隨供給逐步恢復，下半年的鐵礦石供給將有所增加，從而緩解供需緊張關係。

20号胶期货即将上市

中国橡胶期货国际化步伐加快

□ 本报记者 刘叶琳

中國證監會已批准上海期貨交易所子公司上海國際能源交易中心（上期能源）開展20號膠期貨交易，合約將於2019年8月12日正式掛牌。20號膠期貨將作為境內特定品種，採用“國際平台、淨價交易、保稅交割、人民幣計價”的模式全面引入境外交易者參與。

上期所天然橡膠期貨市場經過20餘年的發展，交易活躍，成交量、持倉量快速增長，期貨市場價格影響力不斷增強。20號膠期貨是上期能源上市的第二個國際化品種。基於我國天然橡膠自身龐大的市場規模，上期能源上市20號膠期貨既有利於構建全球天然橡膠市場的定價體系，服務我國橡膠工業的發展，助力我國輪胎產業從製造大國邁向製造強國，服務我國天膠企業“走出去”，又有利於推進我國期貨市場對外開放，進一步擴大我國天然橡膠期貨的市場影響力，是服務“一帶一路”倡議的有力舉措。

上期所現有天膠期貨的交割品為

國產全乳膠和進口3號煙片，20號膠與全乳膠（WR膠）都是天然橡膠的一種，但在初級原料、加工工藝、貿易模式、最終用途、增值稅率優惠和關稅等方面存在一定差異。總體來看，20號膠期貨與全乳膠期貨分別側重於我國橡膠產業的保稅和完稅市場，二者互為補充、有機結合，可协同发展。

為響應“一帶一路”建設，橡膠企業紛紛實施天膠業務“走出去”戰略。海南天然橡膠產業集團股份有限公司、雲南天然橡膠產業集團有限公司、廣東省廣星橡膠集團有限公司作為國內行業龍頭企業，或在東南亞種植加工天然橡膠，或收購天然橡膠生產、貿易企業。20號膠期貨的上市將為其提供更豐富的价格风险管理工具。

詩董橡膠股份有限公司、聯潤橡膠有限公司、宏曼利有限公司等境外天然橡膠生產企業表示，將積極參與上海國際能源交易中心的20號膠期貨市場。

中國橡膠工業協會副會長兼秘書長徐文英表示，中國作為全球20號膠的戰略買家，推出自己的20號膠期貨

具有重要意義。“我國是全球天然橡膠的最大買家，是天然橡膠的主要消費國和進口國。20號膠是天然橡膠中生產、消費量最大的品種。上市20號膠期貨，一方面符合下游終端的真實需求和天然橡膠產業的發展趨勢；另一方面可服務“一帶一路”建設，加深我國與東南亞各國的政經往來和金融合作。同時，上市20號膠期貨對於增強我國天然橡膠市場的國際影響力具有重要意義。”

對於20號膠即將在上期能源上市，中信期貨分析師童長征表示，從產業鏈角度來看，20號膠期貨的上市可以更好增強橡膠序列期貨在國內橡膠相關產業鏈中的作用。天然橡膠有70%以上用於輪胎行業的生產，而輪胎行業使用的主要原料是20號膠。20號膠的上市使得輪胎產業相關企業參與套保的積極性提高，為我國輪胎行業提供了一個更加有力的風險管理工具。從定價話語權的角度來看，20號膠期貨是國際化品種，將會有更多的國際投資者參與交易，這必將提高我國在国际天然橡膠市場的定價權和話語權。

國泰君安期貨分析師高琳琳表示，20號膠期貨上市後可能促進國內企業加大20號膠、9710等下游企業主要用膠的生產，促進企業逐步轉型，提升國際競爭力；20號膠期貨的上市將會增加產業鏈各方的參與興趣，尤其是下游輪胎廠參與買入套保；產業投資者或將選用20號膠期貨進行期現套利，貿易商非套利造成庫存被動囤積的現象可能有所緩解。另外，其與日本東京商品交易所和新交所合約間的聯動和跨市機會也會更多。

創元和贏盛總經理顧仁舟表示，20號膠期貨的上市豐富了風險管理工具組合，給廣大貿易商、輪胎廠提供了合適的風險對沖工具，為更多投資者參與兩個橡膠品種的套利提供了工具。兩個品種的細分未來能更好地反映兩個品種各自的基本面情況，使得價格發現功能更精準。同時，20號膠期貨也是中國影響力走出國門，將中國價格帶到“一帶一路”沿線國家的又一次重要嘗試。

紧盯科技、时尚、绿色三大重要领域

中意共享时尚创新合作未来

□ 本报记者 汤莉

時尚產業同為中意兩國的传统產業，也是意大利最為重要的經濟和文化名片。在產業互補的基礎上，兩國不斷加強在時尚產業鏈各個環節和領域的合作，時尚合作已成為中意兩國經貿合作的重要杠桿。尤其是在新技術革命和產業變革的大背景下，兩國時尚產業的利益契合點增多，深化合作迎來新機遇。

中國是意大利時尚產業界重要的合作夥伴。意大利時尚工業聯合會執行主席、意大利國家皮具製造商協會主席里卡多·布奇里尼日前在杭州出席2019中意時尚峰會暨中國服裝杭州峰會時表示，意大利時尚產業擁有超過6.5萬家企業，產值達955億元，其中66%是依托出口實現的。目前，意大利時尚產業相關產品對中國市場的出口額正在逐年增長。

新形势下，時尚產業的發展路徑以及中意時尚合作如何共享機遇是兩國業界共同關

注的話題。在日前於杭州藝術尚鎮舉行的2019中意時尚峰會暨中國服裝杭州峰會上，與會的意中兩國時尚產業領袖和品牌高管就此展開了探討。

中國駐意大利前大使孫玉玺表示，中國已經成長為世界第一大貿易國，互聯互通會促使中國產品暢銷世界，中國將成為全球商品的分銷中心。人才聚集、企業眾多、中等收入人群不斷增長以及全球化、自由貿易、多邊主義等都賦予中國更大的發展優勢。這也為中意合作提供了新機遇。

“中意時尚產業合作一定會催生出奇妙的時尚化學反應，不斷釋放魅力與遠見，智慧與擔當。”中國紡織工業聯合會會長孫瑞哲提出，科技、時尚、綠色是中意兩國未來合作的三個重要領域。

以互聯網為核心的新一輪科技和產業革命正帶來重大變革。大數據為判斷和分析消費者喜好提供了更為精準的依據。在此驅動下，不少企業開啟了從顧客、研發、生產、物流到零售的全鏈路、數據化管理轉型之路。

“以前，新品需要提前9個月設計、3個月生產，現在需提前2個月設計、15天生產，快反則只需2天設計、6小時生產。”由傳統服裝企業向全鏈路數據化、智能化、時尚平台型公司轉身的伊芙麗集團董事長錢曉韻感慨，產品設計和生產周期已大大縮短，這給企業的综合管理能力帶來了更大的挑戰。中意兩國時尚產業共同應對挑戰，攜手推動創新可實現聯動發展。

中國經濟的穩定增長和龐大的中產階級群體為全世界的好產品、好品牌提供了廣闊的市場，意大利時尚行業就是其中的受益者。中國消費者不僅通過海外旅行和線上購買的方式選購意大利時尚產品，相關品牌在中國市場的線下銷售也在穩步增長。

“中國是全球奢侈品消費的主要市場，消費額逐年增長。目前，GUCCI等品牌的強勁增長很大程度上受益於亞洲消費者的貢獻。”意大利蘭THE ONE MILANO高級成衣展執行副主席、意大利國際皮草協會副主席、FURECO公司主席愷撒·加瓦齊指出，18~

25歲的“千禧一代”逐漸成為奢侈品的強勁消費者，年均消費150億元，但年輕消費群體相對缺乏品牌忠誠度。與此同時，奢侈品設計的包容性也越來越強，以適應更多群體。

與此同時，西方企業開拓中國市場也面臨本地化的問題。中國商業聯合會副會長王耀強強調，進入一個新興市場的時機和策略對於海外品牌而言至關重要。面對快速變化的中國市場，每一個新進入的品牌都需要花費更多的耐心去學習和投入。里卡多·布奇里尼則認為，對中小企業而言，打開中國市場面臨不少挑戰，可以抱團發展。

PAL ZILERI（伯爵萊利）品牌CEO馬可·薩納維亞指出，現在的市場是由消費者主導的，要想在多變的零售環境中持續發展，品牌需要重新審視產品和服務，充分運用數據分析，從根本上改變消費者的期待，與消費者建立一種堅實的情感聯繫。

著名時尚品牌PINKO（品高）的本土化創新嘗試就收到了不錯的效果。PINKO目

前在亞太地區的80多家商店貢獻了品牌1/5的營業額，其中中國市場的占比越來越大。“一定要了解消費者想要什麼。”PINKO總經理羅貝托·塞爾吉分享道，之所以能夠取得這樣的成績，得益於對中國市場進行的有針對性的設計與創新。品牌在上海設有辦事處，會將對中國消費者喜好的信息反饋給總部，並在設計上傾向於中國消費者的審美，同時針對官網、微信等中國消費者喜歡的購物渠道進行更為精準的營銷布局。

同時，生態文明理念和綠色消費觀念日益深入人心。米蘭新美術學院時尚總監、意大利文化遺產和活動部委員會委員尼科萊塔·莫羅茲認為，可持續發展理念應該貫穿產業鏈的每一個環節，特別是設計環節的材料選擇、設計方法和文化傳遞都應該遵循綠色、環保的理念。

為構建常态化的溝通機制，促進兩國產業的深度交流與創新合作，中國服裝協會與意大利時尚工業聯合會、克拉斯傳媒集團達成了合作意向，並在峰會現場舉行了簽約儀式。