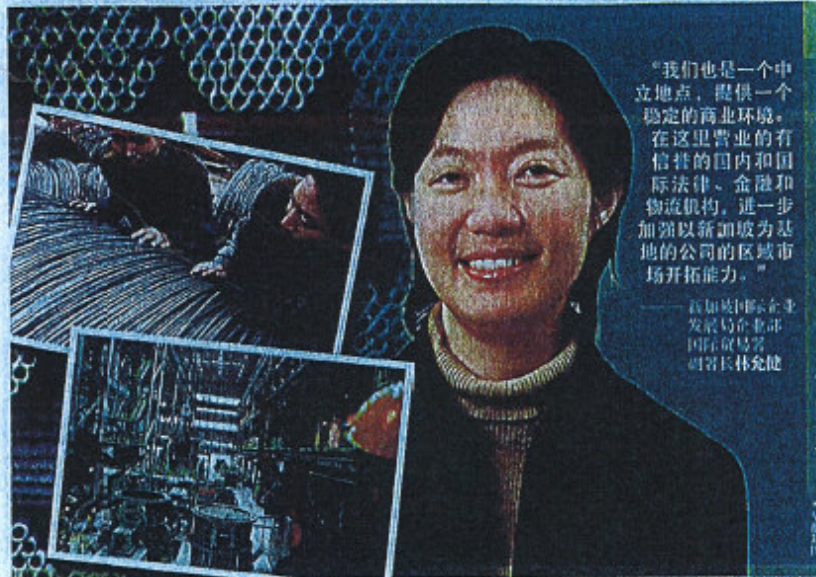


我国成钢铁贸易枢纽



“我们也是一个中立地点，提供一个稳定的商业环境。在这里运营的有信义的国内和国际法律、金融和物流机构，进一步加以新加坡为基地的公司的区域市场开拓能力。”

新加坡企业
发展局企业部
国际贸易署
署长林允健

中国已超过日本，成为世界上最大的钢铁进口国。在过去的2年里，全球海运钢铁贸易随着中国崛起成为世界最大钢铁生产国，而获得大幅度的增加。

● 王阳发

新加坡既不是生产者，也不是一个重要的铁矿及钢铁消费者，但它却是融资、采购和钢材分销活动的一个重要的神经中枢。

新加坡国际企业发展局企业部国际贸易署署长林允健说：“我们也是一个中立地点，提供一个稳定的商业环境。在这里运营的有信义的国内和国际法律、金融和物流机构，进一步加以新加坡为基地的公司的区域市场开拓能力。”

他指出，这首先体现在铁矿与钢铁海外贸易方面。铁矿是钢铁生产的主要原料之一，约98%的铁矿是作为全球钢厂的原料。在2005年，铁矿的产量增长了11%，达到13亿吨。巴西依然是全球最大的铁矿生产国，澳洲和印度依次为第二和第三大。这三个市场的出口，占了2005年全球铁矿出口的83%。

需求的强劲动力来自主要工业国的钢铁生产：中国、日本、韩国、法国和德国。这五大进口国，占了2005年铁矿进口的近75%。中国已超过日本，成为世界上最大的铁矿进口国。在过去的2年里，全球海运钢铁贸易随着中国崛起成为世界最大钢铁生产国，而获得大幅度的增加。中国本身占据了世界海运钢铁贸易的40%。

世界铁矿业务由三家公司主导，即BHP Billiton、Rio Tinto以及Companhia Vale do

Rio Doce公司 (CVRD)。中国和日本这两个世界最大的铁矿进口国，占了BHP Billiton公司的销售额的95%、Rio Tinto公司的85%、以及CVRD公司的35%。

铁矿寻求强劲供应链起骨牌效应

强劲的铁矿需求，对供应链产生了骨牌效应。首先，铁矿价格因为需求持续强劲，在2004年至2006年几乎倍增。此外，因为往年对铁矿产能的投资不足，使情况更加紧张。任何这方面的投资，在几年后才能够增加产能。铁矿的运费也大幅度上升。

林允健表示，新加坡正开始在全球铁矿贸易，扮演一个积极角色。2006年，澳洲BHP Billiton公司在新加坡设立其全球铁矿市场部。这是对亚洲在全球铁矿能力占主导地位，而做出的反应。作为世界最大的铁矿出口商，BHP Billiton公司的到来，

对新加坡在销售和铁矿贸易的强度，是一个有力的支持。虽然我们并没有进出口铁矿，新加坡位于连接澳洲、印度、拉丁美洲和亚洲其余地区的主要海运路线。除了具有战略地理位置，新加坡提供稳定和吸引力的商业基础设施，这也包括政府政策、亲商的税务制度，以及与各持有优惠政策的地区。

他说：“尽管BHP公司前年来新加坡设立一个巨大的据点，但多年来我们还汇集了一批经验丰富的钢铁贸易商，在这里进行海外贸易。我们是中国 [五矿、万向、宝钢] 和印度 [MMTC - Gold Mark] 业者的区域采购和分销中心。许多本土土生土长者在过去几年里出现，以成为全球钢铁的总部。Neumaital-Steel Park International以及Wilson International公司便是一些例子。”

至于钢铁方面，林允健表示，全球产量已从1994年的约250万吨，增至2005年的11亿

3200万吨。部分的增加可以归因于中国崛起成为世界最大的钢铁生产大国。2006年，中国的生铁产量增加到3亿4900万吨，在2004年为2亿8000万吨。这是全球第二大钢铁生产国日本三倍多的产量。

就在中国的产能增加时，其国内消费量也在增长。中国占2005年世界钢铁消费量的约39.8%，增幅则为14.8%。随着中国钢铁生产与需求的快速增长，世界正在目睹钢铁贸易形态的巨大变化。从一个净进口国，一年进口约3000万吨钢铁，中国现在已变为净出口国。2006年，中国向钢铁出口名单上，其次为日本、俄罗斯、欧盟25国，以及乌克兰。

正如之前所述，中国崛起为钢铁生产国，为新加坡带来重要的好处，这是基于新加坡作为区域铁矿市场营销和贸易的枢纽。受中国市场需求吸引的环球钢铁制造商和贸易商，以新加坡为进入中国市场的跳板。新加坡现在是欧洲主要钢铁厂商和贸易商的区域贸易中心，它们包括Arcelor、Siemco、Dulcor、蒂森克虏伯集团 (ThyssenKrupp)、以及Salzgitter公司。

中国钢材厂商也来说话

他认为，新加坡有很多条件，可成为有竞争力的区域钢铁配送中心，覆盖巨大的区域市场，即印度、印尼、马来西亚和越南等。我国作为转运枢纽，加上拥有强大的区域市场营销网络，吸引了一些国际的中国和香港的钢厂和贸易商，前来设立区域营销业务。例如，中国最大的钢铁厂宝钢，它利用新加坡作为它在东南亚和南亚的钢材行销和贸易中心。

此外，新加坡的码头设施、原料场 (stockyards)、特殊材料处理设备、钢铁加工设备、以及后勤服务，已享誉国际。多项营销活动也在新加坡进行，例如测试和验证、贮存、镀锌、喷砂 (blasting)、切割等。

日本三井 (Mitsui) 株式会社在2003年底，收购了当时东南亚最大的钢铁贸易商——丰隆亚洲的钢铁结构部门后，把这个业务注入了今天立足于新加坡的立臻亚洲公司 (Regency Steel Asia)，业务蒸蒸日上。

立臻亚洲有志成为一家综合一站式环球钢铁分销商及服务供应商，在资源及相关市场领域拥有很强的基础。它年销售额约2亿美元，有70个员工。公司在本地已投入了1亿美元资金。据立臻亚洲公司主席魏廷俊受访时说，可能于两三年内，再投资1500万美元至2000万美元，建设新的货仓以及其他服务设施和器材。

这些新的投资，主要是为应付钢材库存、物流设施以及内部运作与控制系统的需要。立臻亚洲在新加坡专注于为海事、造船、船机改装、下游炼油以及建筑业，提供所需要的钢材。

它在新加坡置业，并非纯粹只是因为新加坡是个钢材海外和转口贸易中心。魏廷俊说：“选择新加坡并不完全是因为新加坡的钢材贸易地位。新加坡本身也是一个稳定的市场，因为它有亲商的政府和政策以及是一个有效的资讯中心。这使我们能够及时取得最新的资讯。”

他指出，钢材作为一种商品，涉及巨额的资本投资，因此很容易受到价格波动和外汇风险的打击。如果值是不能及时和有效的获得，帮助我们做出快速的决定，那将无可避免的使公司面临巨大的风险。亲商的政府以及稳定的政策允许商家制定长远的商业计划，确保业务的可持续性。

与其他贸易中心相比较，他认为新加坡更加方便传达其他高速增长市场和区域国家，因为它的地理位置、更繁忙的港口以及高效率的港口设施。这些是新加坡更加优良的地方，拥有竞争优势，它们是公司选择新加坡的主要原因。

此外，他指出，新加坡的优良银行与金融服务和法律基础设施，亲商的环境以及有效、前瞻性的政府，都是吸引立臻亚洲的因素。

是在新加坡，该公司便取得1亿美元至1亿2000万美元的年营业额。立臻亚洲也投资到中东、南亚、大洋洲国家、东北亚等，因为这是高速增长市场，有很多的能源与造船业务。这个领域正是立臻

亚洲的主要强项。

他指出，立臻亚洲的独特之处在于广泛的环球销售网络，全面的环球钢材采购网络、客户多元化、与客户有良好的且长期的关系，拥有广泛全面的钢铁产品。对主要市场与行业有深刻的知识和认识，拥有一批经验丰富的团队、敏捷的品牌以及良好的企业形象，它也有母公司提供的财务支持。但公司面对人才短缺。它需要这些人才支持业务高速增长。

他表示：“我们的主要和独特的强项，是多年商业经验的累积和员工的奉献精神。为了支持和加强业务的成长，我们可能考虑聘用更多外来人才。在这些培训和工作中，并把他们带到海外协助推动和落实海外业务扩展计划。”

开放政策吸引最佳钢铁商

新加坡是个非常开放的市场，因为政府的开放政策。虽然市场狭小，它却吸引了世界上一些最佳的钢铁贸易商和分销商。在这里设立业务，任何有在这类设立业务的公司，必须确保它们本身有能力竞争。否则它们可能被挤出市场。魏廷俊说：“立臻亚洲的情况是，我们向能够在竞争中保持领先，因为之前所建立的以及强大的管理团队，能够向前计划以及看得到。这种战略策略在高层管理中进行，允许公司计划未来，事前准备好迎接任何不利的市场状况以及把握机会的到来。”

目前，该公司面对的整合包括设立立臻亚洲的其他区域分销中心，以支持区域业务。这主要是把新加坡模式复制到去，但并不是所有国家都拥有新加坡那样的优良基础设施以及物流网络。调查美工

他也表示，要在这个行业成功，公司需要关键性的规模。“我们的目标是在今后3年至5年，取得50万吨的销量。新加坡作为一个小市场，只能满足这个目标的一部分。我们必须扩大到其他高速增长国家，把它们增长中的需求。此外，我们也在为新加坡的钢铁分销业务制定新计划，以投资，以便这里的业务成为现代化、先进的区域钢铁分销中心。”



魏廷俊说：“选择新加坡并不完全是因为新加坡的钢材贸易地位。新加坡本身也是一个稳定的市场，因为它有亲商的政府和政策以及是一个有效的资讯中心。这使我们能够及时取得最新的资讯。”

吸引立臻亚洲来立足 亲商政策和高效资讯

出因也可能不是件容易的事，因为不是像新加坡人愿意被派往国外。他说：“因此，我们必须一个一个来，只考虑那些符合条件的国家。这是要避免资源过度紧张。人才方面，我们可能在新加坡训练他们一段时期，然后才把他们派回国外经营我们的业务。”

前路不免有挑战，而他认为，鉴于能源、造船和建筑业未来对钢铁的强劲需求，组成如何从钢厂那里取得足够的钢材供应，以作行需求。要成功取得记够钢材供应，我们正与一些钢厂建立长期或策略伙伴关系，确保长期供应。

他也表示，要在这个行业成功，公司需要关键性的规模。“我们的目标是在今后3年至5年，取得50万吨的销量。新加坡作为一个小市场，只能满足这个目标的一部分。我们必须扩大到其他高速增长国家，把它们增长中的需求。此外，我们也在为新加坡的钢铁分销业务制定新计划，以投资，以便这里的业务成为现代化、先进的区域钢铁分销中心。”

ie INTERNATIONAL BUSINESS EXHIBITION SINGAPORE

联合报

新加坡企业国际化系列

由新加坡国际企业展及贸易展组委会、金安国际集团及工商界共同推动新加坡企业的海外发展及成为国际品牌的主要契机。

www.ie-singapore.com