

2015年4月

中国领先的内部控制与风险管理解决方案提供商

企业内部控制和风险管理领域的持续领跑者  
国务院国资委指定的为中央企业提供风险管理服务的专业机构



# 内部控制与风险管理信息简报

## 目录

### 政策解读：

关于联交所《企业管治守则》风险管理与内部控制章节修订解读

.....P1

### 案例分析：

加多宝与好声音：中国好合伙人

.....P6

### 行业风险提示：

.....P10

DIB 数据库中心

2015/05/06



## 政策解读

### 关于联交所《企业管治守则》风险管理与内部控制章节修订解读

文：DIB 研究部

2005 年，为了加强对上市公司的监管，香港联交所推出了证券上市规则附录十四，即《企业管治守则》和《企业管治报告》（以下合称《守则》），十年来，该附录为在港上市企业规范内部管治提供了指引。然而，随着全球风险管理理论与实践的发展，该附录在风险管理模块的缺失使得它已不适应当前形势。在这样的背景下，香港联交所决定对之前的《守则》进行修订。联交所认为《守则》内有关发行人内部监控的条文应更注重风险管理。此外，联交所认为《守则》应更清晰区分发行人的董事会、管理层及内部审核功能在风险管理及内部监控系统方面的角色与职责，并列出发行人在《企业管治报告》内最低限度应披露的具体内容，以提高透明度。

为此，联交所于 2014 年 6 月刊发咨询《有关检讨企业管治守则及企业管治报告：风险管理及内部监控的咨询文件》，就《守则》内有关内部监控的修订条文建议咨询市场意见。截止 2014 年 8 月 31 日，联交所共收到 57 份回复意见，在综合多方意见建议之后，联交所对《守则》进行了适时修订。经修订的《守则》将适用于 2016 年 1 月 1 日或之后开始的会计期间。发行人必须在首份涵盖 2016 年 1 月 1 日或之后期间的中期或年度报告中，说明该段期间其有否遵守经修订《守则》中的新守则条文。

#### 修订内容

总体来说，此次修订主要集中在以下几点：

1、《守则》在适当情况下加入风险管理元素。

此处将《守则》C.2 节的标题由《内部监控》改为《风险管理及内部监控》。修改标题恰当地强调风险管理与内部监控不可分割，此外，这样的修改也与国际惯例一致。

2、界定董事会及管理层就发行人的风险管理及内部监控系统的角色与职责。

此处有两处新增，其一为：管理层负责设计、执行及监察风险管理及内部监

控系统。管理层亦应向董事会确定该等系统的有效性；其二为：董事会负责评估发行人达成目标时所愿意接纳的风险，确保设立及维持有效的风险管理及内部监控系统。此处要特别注意的是：董事会的责任除了评估发行人达成策略目标时所愿意接纳的风险性质及程度外，也应包括“厘定”该等风险的性质及程度。

### 3、厘清董事会有持续责任监察发行人的风险管理及内部监控系统。

此处新增要求董事会须持续监察发行人风险管理及内部监控系统的规定。该规定认为：风险管理及内部监控系统已与发行人的日常业务结合；风险管理须为持续及稳健的过程，而不是成立了内部监控系统就可了事；虽然董事会或未能每日对风险管理及内部监控系统进行监察，但仍期望董事会可寻求及收取有关这些系统操作的定期报告，当中应包括了解如何管理主要风险及发行人所面对的风险有否变动等。

4、提升发行人风险管理及内部监控系统的披露责任，即相关的政策、程序以及每年成效检讨的详情，以提高发行人在风险管理及内部监控方面的透明度。

此处修订主要包括：第一，将列明董事会每年检讨应包括的事项、列明发行人《企业管治报告》内应就报告期内其遵守内部监控守则条文的情况而披露的具体数据从现行建议最佳常规（即为自愿性质）提升至守则条文（即不遵守就必须作出解释）。第二，将与内部监控有关的大部分现行建议披露的资料提升为强制披露。所涉及的披露内容为：需披露如何遵守风险管理及内部监控的守则条文，例如风险管理和内部监控的特点、风险评估的程序、处理及发布内幕消息的程序和监控措施；需披露是否设有内部审核功能；需披露评估内部监控体系有效性的程序、检讨的频次以及所涵盖的期间；需披露已检讨风险管理及内部监控系统有效性的声明，并说明发行人认为该等系统是否有效及足够。

5、提升发行人内部审核的责任，以加强对发行人风险管理及内部监控系统的监察。

此处主要修订了三处内容：第一，将是否设立内部审计部这一项由建议最佳常规提升至守则条文，即订明发行人应有内部审核功能，没有内部审核功能的发行人应每年考虑是否需要增设此项功能及在企业管治报告内解释为何没有这项功能。第二，新增以下附注，厘清：(a)内部审核功能的角色在于对发行人的风险管理及内部监控系统是否足够和有效作出分析及独立评估；及 (b)拥有多家上

市发行人的集团可让旗下成员公司共享控股公司的集团资源去执行内部审计功能。第三，修订现行守则条文 C.2.2 条，订明董事会的每年检讨应确保发行人除会计及财务报告功能以外，其内部审计功能的资源、雇员资历及经验、培训计划及预算等亦均为足够。

#### 6、新增审核委员会的职权范围。

此处修订的内容主要有：有关审核委员会的原则 C.3 条以及有关该等委员会职权范围的守则条文 C.3.3 条，在适当情况下加入“风险管理”的建议，即审核委员会的职权范围须至少包括监管发行人财务申报制度、风险管理及内部监控系统程序；说明董事会是否另设风险委员会应留待发行人自行决定；说明若由风险委员会执行监察及其他风险管理及内部监控的职责，不应视作偏离《守则》。

### 企业应对

风险管理与内部控制已经成为企业实现战略目标必备的最重要的管理职能之一。上市公司作为公众公司，对其风险管理与内部控制进行监管的重要性不言而喻。因此，联交所的修订通告一出，就迅速受到了社会各界的广泛关注。对于那些已于或即将赴港上市的公司，如何熟悉新规以及今后如何能够在新规下良好运行，尤为重要。

首先，需要就企业风险管理与内部控制现状与新规进行对标，分析差距。只有在识别出差距后，才能有所针对，制定出合规计划。

其次，注重风险管理，建立完善的风险管理体系，推进风险管理与内部监控融合。之前的《守则》只强调了内部监控，而忽视了风险管理的重要性，因此企业需要在原有的内部监控体系的基础上，建立适合本企业的风险管理体系，开展风险识别、风险评估、最终做好关键风险管理应对以及建立风险汇报机制。并且尤为重要的是要认识到风险评估与内部监控是不可分割的整体，内部控制从管理职能上讲，侧重强调控制职能；风险管理从控制对象上讲，侧重强调风险控制，两者内涵一致。风险管理、内部控制、公司治理都基于存在风险而产生，都为进行风险控制，因此可以从风险评估和风险控制角度促进风险管理与内部控制融合。

再次，理清董事会和管理层的职责范围和监督问责关系。根据新修订《守则》

中的描述 董事会确保负责评估及厘定发行人达成策略目标时所愿意接纳的风险性质及程度；具体确定整个组织的风险偏好；董事会确保公司设立及维持合适及有效的风险管理、内部监控系统稳健妥善而且有效，以保障股东的投资及公司资产；董事会应监督管理层对风险管理及内部监控系统的设计、实施及监察；管理层具体负责建立企业的风险管理和内部监控体系，并负责实施和持续监控；同时向董事会提供这些系统是否有效的确认。企业可以考虑做的有：第一，董事会要确定风险偏好和风险水平，确保风险管理与内部控制体系完善和有效；第二，管理层执行董事会制定的风险管理与内部控制政策，识别和评估风险，设计、运行和监控有效的风险管理与内部控制体系；第三，管理层向董事会保证体系有效性，董事会对其监督和问责。

此外，企业还应建立对“风险管理及内控系统的有效性”的持续监督和例行检查机制。针对《守则》新增的要求董事会须持续监察发行人风险管理及内部监控系统的规定，企业可以考虑 1) 定期根据内外部环境变化情况，开展风险识别与评估。2) 管理层针对识别的风险制定关键控制措施，并设置合适的测试程序和自我评估机制，对控制的执行情况实施自我评估；3) 内部审计职能对组织的风险管理情况，如关键控制的实施情况等开展独立检查；4) 有条件的企业可尝试将持续监控与持续审计进行结合。即管理层识别对业务效果和效率达成较为重要的一系列关键控制点，利用信息技术实施自动化的测试，来确定这些控制点是否恰当运行，从而实现对业务的持续监控；若在持续监控中出现非预设情况，将触发内审职能开展对应的系列行动。5) 对重大风险，可尝试建立关键风险预警指标体系，通过量化的方式对风险进行监控。6) 管理层应定期就风险管理及内部监控体系的有效性向董事会提供管理报告，使其信任管理层已知悉该等风险、执行及监察适当的政策及监控，以保证董事会及时、持续了解公司相关体系运作的有效性情况。

接下来，企业还需要细化信息披露要求，新规在《企业管治报告》的披露上做了较大的改动，不仅将发行人需要考虑及披露每年检讨其风险管理及内部监控系统的有效性的要求，由建议最佳常规提升至守则条文，还将与内部监控有关的大部分现行建议披露的资料提升为强制披露。因此企业不仅需要针对新规条文调整披露内容和范围，还需要了解其它上市公司的披露情况，尤其是行业标杆企业

的披露情况，确定《企业管治报告》的披露策略并起草相关内容。

最后，要建立内部审计职能。修订后的《守则》要求“发行人应设立内部审计功能。没有内部审计功能的发行人须每年检讨是否需要增设此项功能，并在《企业管治报告》内解释为何没有这项功能”。对于那些尚未建立完善的审计职能的企业，可以考虑通过外包方式，快速、有效的建立内部审计职能；当然，新规规定“...拥有多家上市发行人的集团可让旗下成员公司共享集团资源去执行内部审计功能”。即企业可根据专业及资源规划，灵活分配由集团总部或旗下成员公司（控股或附属公司）为整个集团履行内部审计功能。因此企业还可充分利用同集团内的内部审计资源。此外，在审计职能建立的基础上，还要强调内部审计和审计委员会对风险管理与内部控制的作用，将确认和评估风险管理与内部控制体系完整性和有效性作为内部审计和审计委员会主要职责之一。

## 案例分析

### 加多宝与好声音：中国好合伙人

文：DIB 研究部

**导读：**娱乐化时代，如何将娱乐与营销紧密结合，如何紧跟时代潮流，玩出新意，如何精确把握观众心理诉求，将节目融入生活？加多宝给出完美答案。2012 年，加多宝“切中”浙江卫视《中国好声音》，用 6000 万冠名费用，让当时还在凉茶之争中的加多宝确立了品牌印象；2013 年，携两个亿冠名费的加多宝打败了诸多对手，再续“好声音”的缘分；2014 年，2.5 亿冠名费和内定的身份，让加多宝与“好声音”的恋爱再次升级。步步升级的除了冠名费用，还有营销手段。如果说第一季的成功，加多宝存有“押对宝”的运气成分，那么第二季、第三季加多宝围绕冠名所开展的一系列线上线下活动，绝对可以看出其强大的营销实力。这起经典的营销案例，对其他快消品企业来说无疑是教科书般的典范。

#### 首次冠名，一炮打响

时间回到 2012 年那个炎热的夏季，相信不少人还会对《中国好声音》第一季播出时的火爆盛况记忆犹新，同样记忆深刻的还有那句由浙江卫视知名主持人华少以 47 秒神速说完了 350 个字的广告词：“正宗好凉茶正宗好声音欢迎收看由凉茶领导品牌加多宝为您冠名的加多宝凉茶中国好声音……”这句广告词不仅引发了公众挑战最快语速的热潮，也使得广告词中提到的凉茶品牌——加多宝，变得耳熟能详，无人不知。

在这之前，加多宝已然面临了巨大的品牌危机，事情还得从它和广药集团的商标之争开始说起。1997 年，加多宝公司从广药集团手里取得“王老吉”商标的使用权，随后加多宝利用“怕上火喝王老吉”的产品诉求，以及不惜成本的宣传攻势，一举奠定了红罐王老吉在中国饮料品牌中的地位，将其打造成为价值超千亿的品牌。然而好景不长，自 2010 起，广药集团启动了大健康产业计划，决心收回“王老吉”商标，转为自己经营。经过一年多的司法诉讼，2012 年 5 月，加多宝集团被裁定不能继续使用王老吉商标。无奈之下，加多宝公司只得进行更名，这就意味着它之前用十几年时间竖立起来的品牌知名度毁于一旦，新的“加多宝”品牌对于市场来说如同一个新生儿。怎样快速地打开新品牌的知名度，

告诉消费者现在的加多宝就是之前的王老吉，是横亘在加多宝集团面前的一道难题。

不过擅长营销的加多宝很快就找到了突破口。2012 年 7 月，一档由荷兰引进的专业音乐评论节目——《中国好声音》，将在近几年异军突起的浙江卫视播出，这档节目主打的就是“正宗版权”，与加多宝所倡导的“正宗凉茶”理念不谋而合。理念上的契合，再加上对“好声音”制作团队的信任，节目形式的看好，加多宝决心斥资 6000 万进行冠名。

没想到这起在外界看来，属于“押宝”性质的冠名营销取得了空前的成功。自《加多宝中国好声音》开播以来，收视率节节攀升。首期节目收视率超过 1.5，第二期节目的收视率达到 2.8，已经位列同时段节目榜首，此后节节攀升，第三期节目以 3.093 创下收视新高，均遥遥领先其他节目，位列同时段第一，总决赛收视率更是超过 6.0，于是出现了文章开始时，华少“贯口”流行的一幕。加多宝迅速打开品牌知名度的目的也得以实现，一份来自第三方的数据显示，节目播出后的加多宝凉茶品牌知晓率高达 99.6%，品牌第一提及率达 47.9%，为凉茶品牌最高。

## 二度合作 线上线下齐发力

首次冠名便一炮打响的加多宝，对于第二季的“好声音”自然不会错过。相对于仓促上马的中国好声音第一季，第二季里，加多宝显然做足了准备，营销战略继续升级。首先，加多宝还是利用电视平台进行推广，“正宗好声音，正宗好凉茶。欢迎收看由凉茶领导者加多宝，独家冠名播出的加多宝中国好声音，这个夏天还是熟悉的味道，还是好听的声音……”第二季里，熟悉的广告词再次透过华少，传到消费者耳边。不过除了这样的广告插播、植入之外，为更好地“捆绑消费者，加大与消费者互动，实现品牌与节目之间理念进一步融合，加多宝还开展了一系列线下活动。

2013 年 4 月 10 日，加多宝推出“唱饮加多宝 直通中国好声音”的大型网络报名+六城推介会活动，该活动共分“征集唱饮好声音”、“选拔直通好声音”和“决战加多宝好声音”三个阶段，辅之以对应各个阶段的“我要新导师”、“热歌推荐”、“我要去现场”等辅助活动，将电视节目海选延伸到网络媒体，使更多



的受众可以参与进来共同互动，进行情感共振。每天都能收到成千上万的报名者上传的演唱视频。

此外，为了本次活动，加多宝特意推出全新罐体包装，并同时为所有消费者提供了参与活动的权力和获奖机会。凡购买加多宝好声音促销装，均可凭罐码票选自己心目中的好声音，并有机会获得好声音总决赛门票及观赛基金。

与此同时，加多宝“红罐随手拍”活动也在微博上火热开展，凡发布加多宝促销装照片的网友都能够参与活动，赢取多重礼品。

由此，正宗好凉茶、正宗好声音再次成为街头巷尾热议话题，而在罐装凉茶中占据了近八成的份额的加多宝，也始终稳坐“中国饮料第一罐”的交椅。

### **三度携手 开启营销 3.0**

2014 年的夏天，“好声音”第三季如约而至，已经有了凉茶味的“好声音”，本季依然牵手加多宝。进入到合作的第三年，加多宝不再满足于知名度的提升，而是如何与“好声音”形成一个共生体，给品牌注入新的内涵。于是，我们看到加多宝开启了营销模式 3.0 版本。

这季的营销手段除了继续延续上两季的精华，也做了许多创新。比如说与腾讯展开合作，成为第三季中国好声音腾讯网络娱乐互动总冠名。比如说与顺丰嗨客达成战略合作，借助顺丰嘿客高效的物流体系，近 800 家的线下门店资源以及精准的大数据系统，将第三季加多宝中国好声音的收看邀请传递给目标消费者。

当然，最大的创新就是加多宝首次推出了印有代表中国好声音的 V 型标志的加多宝好声音 V 罐。通过 V 型标志首次上罐，将加多宝和好声音完美融为一体，让一罐凉茶成为好声音的活广告，借助加多宝覆盖 3、4 线城市乃至更深入的终端渠道，让好声音的触角得到了延展，遍布每一个角落，又让加多宝好声音 V 罐成为品牌和消费者互动的有效载体。

为了强化品牌的 V 内涵，加多宝紧接着发动了以“人生 V 时刻”为核心的创意活动，最先在微博发出“大 V 攻占地球”的预告，随后推出了一组名为#加多宝中国好声音促销装与您共享胜利喜悦时刻#的微海报，分别选取了“洞房花烛夜”、“金榜题名时”、“他乡遇故知”三大人生巅峰喜悦时刻，将加多宝原有的

喜庆调性巧妙的融入到这些众人皆知的成功场景中，引出“V 是分享”、“V 是胜利”，引发共鸣。接着，一个更加平易近人的“日记体”接档：在经过 25 小时加班之后，终于还是休了五一假；毕业后奋斗的第 1825 天，终于拿到了写着我名字的房本；在漫漫等待 768 天后，终于摇到了车号.....这些消费者极为熟悉的生活场景，迅速在消费者中产生共鸣和互动，活动发起三天，总转评量就超过了 6.7 万次，十万多人参与了该话题的讨论。加多宝趁热打铁，又邀请了杨幂、EXO 等知名人物加入到分享“人生 V 时刻”活动中来。在明星的号召下，不到两周的时间就创造了 1900 万的讨论量。继“看好声音，喝加多宝”之后，喝 V 罐、抢 V 罐、玩 V 罐成为一股全新的消费趋势。截止第三季《中国好声音》收官，已有 1.6 亿消费者参与活动中来，线下销售更是力压群雄，提前 2 个月便完成了 2014 年全年的销售目标。

**【案例分析见 DIB 内部控制与风险管理数据库】**

## 行业风险提示

### (一) 交通运输

1、干散货运输：五一假期临近表现平平，运价小幅波动。海岬型船市场：矿石需求疲软，运价低位运行。第五周，国内铁矿石需求依旧疲软，运力持续过剩。巴西-青岛航线成交略增，但运价平稳，运价上涨 1.51%至 10.19 美元/吨，西澳-青岛航线运价为 4.46 美元/吨 (0.22%)。最终，BCI 指数报 574 点，较上周上升 5.32%。巴拿马型船市场：降价传言引市场观望，成交偏少运价下行。煤炭方面，由于煤企 5 月份降价的传言，加之内外煤价差大跌 60.85%至 24.96 元，市场观望气氛加重，至中国煤炭船运成交偏少；粮食方面，市场有较多可用运力，船运成交迟缓，运价平稳。最终，本周，BPI 指数报 647 点，较上周下跌 5.55%。

2、集装箱运输：市场需求稳中有升，部分航商上调运价。欧地航线：欧线未见起色，地线运价恢复进行中。欧洲航线方面，受制于 4 月欧洲经济的低迷，运输需求疲软，航商停航因较大运力基数规模影响而效果不佳；地中海航线受益于运力收缩和货量回升，供需关系改善，加之航商力推本轮运价上涨。4 月 30 日，上海出口至欧洲、地中海航线运价分别为 343 (-1.72%)、684 (43.70%) 美元/TEU。北美航线：美西港口恢复需求增加，美东供需失衡拉低运价。美国经济复苏推动需求平稳增长。美西航线随着港口作业效率的恢复和被美东分流货量的回流，需求稳中有升。美东航线需求持续增长，但受制于部分航商的运力扩张，供需失衡现象持续。4 月 30 日，上海出口至美西、美东航线运价指数分别为 1783 (11.72%)、3605 (-1.07%) 美元/FEU。

3、油品运输：原油轮运价波动，成品油轮运价回升。VLCC 运输市场：市场成交萎缩，运力略有过剩。第五周市场成交小幅萎缩，由于租船活动减少，可用运力增加，运力稍有过剩，导致运价小幅下跌。最终，VLCC 原油轮 TCE 报收 50117 美元/天，较上周下降 9.72%。Suezmax 运输市场：市场成交平稳，航线运价盘整。市场运价盘整，西非出口成交不足，至欧洲运价停留在 WS80 水平，黑海至地中海成交运价维持在 WS80 水平。最终，Suezmax 原油轮 TCE 报收 42191 美元/天，较上周下跌 0.21%。Aframax 运输市场：市场冷清成交

不足，运价下行。地中海、黑海货盘成交低稳，跨地中海运价小幅上涨 WS105 至 WS120。加勒比海至美湾航线依然冷清，7 万吨级船运价持续下降至 WS98。最终，Aframax 原油轮 TCE 报收 32492 美元/天，较上周下跌 9.81%。成品油轮运输市场：市场成交略增，运价波动下调。波斯湾至日本航线 7.5 万吨级船和 5.5 万吨级船运价基本维持在 WS98 左右。最终，MR 型成品油轮 TCE 报收 20360 美元/天，较上周下跌 1.11%。

4、沿海散货运输：利好影响渐弱，运价涨势趋缓。沿海煤炭运输：第五周，华东、华南地区火电厂开始对部分机组停机检修，耗煤量下降，另外，由于 5 月煤炭进一步降价促销的消息，需求方观望情绪渐起，港口去库存节奏趋缓。本周，沿海煤炭运价指数报收于 869.67 点，较上周上涨 0.27%。

## （二）煤炭

1、期货市场，煤焦弱势下行，期钢先跌后涨。动煤 1505 报于 415.6 元/吨，较月初跌 9 元/吨；螺纹钢 1505 先跌后涨，报于 2406 元/吨，较月初降 39 元/吨；焦炭 1505 报于 937 元/吨，跌 6 元/吨；焦煤 1505 报于 695.5 元/吨，环比跌 1.5 元/吨。

2、煤-焦-钢产业链：钢价回落，焦价下行。上海地区螺纹钢 HRB40020mm 价格为 2310 元/吨，跌 120 元/吨，唐山二级冶金焦 880 元/吨，跌 95 元/吨，天津港一级冶金焦 1065 元/吨，跌 35 元/吨，京唐港山西主焦煤 855 元/吨，跌 15 元/吨。

3、动力煤产业链：港口和产地煤价均下跌。秦皇岛山西优混（5500）415 元/吨，跌 35 元/吨，广州港山西优混（5500）为 510 元/吨，跌 35 元/吨。产地大同南郊动力煤（5500）300 元/吨，跌 15 元/吨，内蒙古东胜精煤（5500）车板价 265 元/吨，持平。

## （三）有色金属

1、金属库存：海外库存多下降，而国内铝锌库存增长。海外，铜库存增加 1200 吨，镍库存增加了 10044 吨，铅库存下降了 1.31 万吨（6.97%），铝、锌库存下降 3.46 万吨和 1.3 万吨。国内，铜库存下降 20120 吨，铝库存增加 4009 吨；锌库存增加 8236 吨。

2、贵金属价格：美元指数下跌，但美联储决议更显鹰派，黄金价格下跌 20 美元至 1974 美元，跌 1.66%，银价涨 3.19%。

3、小金属价格：国内氧化锆价格上涨，但铟、锰、钨精矿、氧化钼价格回落。海外，钼、APT 价格下跌。稀土价格：稀土品种价格下跌，氧化铈跌 2.74%，氧化钕、氧化镨价格都有所下跌。

#### （四）医药

1、维生素类价格暂未回暖：主要维生素类原料药的最新报价为 VA 价格 106 元/kg，同比下降 35.76%，环比下降 3.64%；VE 价格 43 元/kg，同比下降 48.19%，环比下降 4.44%；VB2 价格 125 元/kg，同比上涨 4.17%，环比下降 3.85%；VD3 价格 130 元/kg，同比上涨 62.5%，环比下降 3.70%；VC 价格 28 元/kg，同比环比均持平；VB5 价格 58 元/kg，同比下降 59.2%，环比持平。维生素价格整体变动不大，景气度依然不高，短期内也没有快速回暖的迹象，维生素行业已经由过去的“黄金时代”进入到“迫切生存时代”。

2、激素类价格保持低迷：755 元/Kg，同比上涨 4.14%，环比基本持平；双烯 1250 元/Kg，同比上涨 2.44%，环比基本持平；地塞米松醋酸钠 12250 元/Kg，同比下滑 14%；黄体酮 2550 元/Kg，同比下滑 5.5%。随着皂素的大起大落，激素行业整体开始走向成熟，供需越来越趋于平衡。

3、肝素价格底部徘徊：肝素当前的出口平均单价为 4645.10 美元/kg，依旧处于近年来的低谷。预估肝素价格继续向下的空间已经不大，短期内或将有所反弹，但肝素行业整体产能过剩的局面难以改变。

#### （五）基础化工

1、PO、聚醚价格续跌。第五周环氧丙烷市场弱势，华东区均价跌 3.1%，现报价 10500 元/吨，终端海绵等需求一般，而行业供给充足，价格易跌难涨，下游聚醚受成本下移及消费不力影响，价格亦呈下跌走势。

2、醋酸价格走低。第五周醋酸市场价格有所下滑，前期厂家检修，供给减少，货源紧张，价格高位，近期厂家装置检修结束，装置重启，醋酸供给增加，加大供求矛盾，价格回落，本周下跌 100 元/吨，报 2750 元/吨。预期短期仍可能小幅调整。

3、聚合 MDI 价格走跌。第五周国内聚合 MDI 市场行情弱势，华东区均价跌 2.1%，报 13050 元/吨。国内消费仍显不足，下游仍在消化前期库存，短期聚合 MDI 价格难涨。

## （六）钢铁

1、钢价延续跌势。从当月价格动态变动的角度来看：2015 年 4 月份，长材价格当月下降 2.87%~下降 1.16% 板材价格当月下降 4.97%~上涨 1.20%。从月度均价变动的角度来看：2015 年 4 月份，长材月度均价环比上升 0.79%~上升 2.11%、同比下降 25.90%~下降 24.94% 板材月度均价环比下降 6.37%~下降 0.58%、同比下降 28.47%~上升 21.69%。4 月钢厂的高炉开工率小幅提升，市场供应量继续增加，宏观经济放缓大背景下，下游需求虽季节性回暖，但总体而言仍显疲软，钢厂库存不断攀升，钢价延续跌势。

2、矿价震荡下跌。从当月价格变动的角度来看：2015 年 4 月份，内矿价格下跌 6.46%，外矿上涨 4.40%；新交所铁矿石掉期结算价下跌 10.43%；二级冶金焦价格下跌 7.61%；废钢价格上跌 2.03%；钢坯价格下跌 1.45%。从月度均价变动的角度来看：2015 年 4 月份，内矿均价环比下跌 5.50%，同比下跌 38.52%；外矿均价环比下跌 10.17%，同比下跌 54.31%；二级冶金焦均价环比下跌 5.60%，同比下跌 11.55%；废钢均价环比上涨 0.76%，同比下跌 31.19%；钢坯均价环比下跌 0.64%，同比下跌 31.66%。4 月份，内矿、外矿月度均价双双明显下降。当月，传统旺季来临，钢厂高炉开工率有所上升，铁矿石需求随之复苏，本月中下旬外矿价格进入上升通道，但受到环保等因素影响，钢厂产能释放仍受限，原料采购仍然谨慎，矿价月度均价环比下行明显。

## （七）建材

1、水泥价格持续回落。第五周全国水泥市场价格跌势依旧 环比回落 0.94%。价格下跌区域：南京、福州、海口和遵义等地，不同地区下调 10-30 元/吨；上涨区域主要有山东济宁、淄博，江西赣州和甘肃平凉局部市场，幅度 10-20 元/吨。整体来看，4 月底，由于下游市场需求不济，部分地区水泥价格继续走低，特别是南京市场企业间竞争加剧，刷新前期价格底线，原高价区海口市场受周边地区价格走低影响，也出现持续回落。

2、需求低迷下浮玻价格下跌。第五周全国均价环比下降 0.47 元/重箱，其中东北、西北、西南、华北、华东降幅为 2.00、0.67、0.27、0.20、0.17 元/重箱，华中、华南均价保持不变。本周国内浮法玻璃市场走势稳定为主，沙河市场连续小涨之后，走货略减缓，少数企业价格回落 0.1 元/平米，生产商基本可产销平衡。整体来看，浮法玻璃下游加工厂订单不足，需求缩减明显。

# DIB 内部控制与风险管理数据库

专注 专业 卓越

DIB 内部控制与风险管理数据库旨在为国内外各类型企业、研究机构、政府机构等提供内部控制与风险管理相关的数据与信息。该数据库目前包含风险库、内部控制库、案例库、法律法规库、内控动态、外部审计库、公司基本信息库 8 个大型专业数据库，27 个子数据库，内容涉及 200 多个细分行业，涵盖面较广，动态更新及时、准确。



## 了解更多

如需了解更多，可登入 DIB 内部控制与风险管理数据库宣传介绍网站，链接如下：请点击> <http://www.ic-erm.com>



**销售总监：熊女士 18676708100**

**销售座机：027-87497827 转 8006/8008/**



敬请关注迪博微信：迪博风控  
公众号：dibcn-com