

国内成品油价明日凌晨或迎来“十三连跌” 油价又要跌了，消费税还涨吗

26日24时，国内成品油将迎来新的调价窗口，基于国际原油市场延续下跌走势，多家市场机构预测，“十三连跌”将如期而至，预计汽柴油零售价格下调幅度在400元/吨左右，折合每升约0.29元-0.34元。不过消费者更关心的是，这一次，成品油消费税还会同步上调吗？

本报记者 刘相华

虽然上周沙特老国王阿卜杜拉去世，国际市场油价出现短暂攀升，但未能改变油价整体低落格局。本轮计价周期，纽约油价、布伦特油价双双跌破50美元关口。卓创资讯监测模型显示，截至22日第7个工作日，对应汽柴油下调幅度为405元/吨。据中宇资讯测算，暂预计27日零时下调380元/吨。隆众石化网数据认为，尽管随着油价的波动，变化率跌幅有所收窄，但仍大幅超出调价红线，预测对应下调幅度约465元/吨。另据金银岛测算，参考原油品种均价为46.006美元，汽柴油对应下调幅度可能高达520-540元/吨左右。

不过，相比起油价调整，消费者更关心的是，这一次，成品油消费税还会同步上调吗？对此，有分析机构预测，此次国家仍有可能继续上调汽、柴油消费税。

去年7月以来，伴随着国际原油价格断崖式下跌，国内成品油零售价格也出现罕见的“十二连跌”局面，此次将迎来油价调整的“十三连跌”。

在2014年11月28日、12月12日、2015年1月12日三次成品油价格下调均遭遇消费税上调后，市场关注的是，油价“十三连跌”是否会再度遇到消费税上调，使得“油价不能再降了，再降就只剩下税了”再次成为老百姓的调侃之辞？

据悉，燃油消费税连续三次上调后，汽油消费税累计每升上调了0.52元，柴油消费税累计每升上调了0.4元。根据中国石化经济技术研究院提供的数据，2014我国消费汽油10355万吨，折合成本约为1400亿升，柴油17044万吨，约相当于2000亿升。以2014年的数据测算，连续三次上调消费税后，仅汽油和柴油消费税全年就增加约1500亿元。

“外电入鲁”山东段 基础灌注提前完工

本报济南1月25日讯(记者 李虎 通讯员 侯婷 徐宁) 记者从国网山东省电力公司年度工作会议上获悉，我省首条特高压入鲁工程，锡盟-山东1000千伏特高压交流输电工程线路工程山东段铁塔基础灌注桩全部完成，比计划工期提前了两个月。

“按计划，今年年底前将完成省内铁塔组立和济南特高压站完成主设备安装，力争2016年6

月前建成投产。”国网山东电力建设部主任刘志清介绍。

同时，另外两条获国家核准的特高压入鲁工程：榆横-潍坊交流和上海庙-山东直流的前期工作也在快速推进。截至目前，榆横至潍坊交流特高压工程省级核准支持性文件全部完成，上海庙-山东直流各项审批手续进展顺利。

车联网将成下一个淘金场

导航是小儿科，车载无线wifi玩大的

本报济南1月25日讯(记者 李虎) “借助云存储、大数据处理等云平台技术，车联网将为普通消费者提供安全性、互动性更强的驾乘体验。”记者从近日在济南召开的中国车联网云服务区发展论坛上获悉，云技术将成为下一代车联网发展的主流方向，车联网将借此发力民用消费领域。

相关信息显示，仅2014年上半年就有超过20家500强公司公布了与车联网相关业务，英特尔、爱立信、高通、谷歌、苹果这些科技大佬纷纷推出

了车联网解决方案。业内人士预计，车联网将在2018年成长为一个份额接近530亿美元的市场。

国内公司也开始涌入这个淘金场。除华为、中兴等通讯巨头之外，赛维安讯、荣之联等公司也开始布局希望抢占先机，掘金车联网产业中的车载云端信息系统。

山东物联网协会副秘书长苏冠群表示，随着云平台、大数据处理、wifi、4G等技术的接入，车联网将实现线上线下融合。目前汽车已经成为最大移动终端和移动信息消费

场所，在电信覆盖率基本饱和前提下，车联网市场几乎是一片蓝海，但目前围绕其展开的通信产业和信息消费还处于初级阶段。

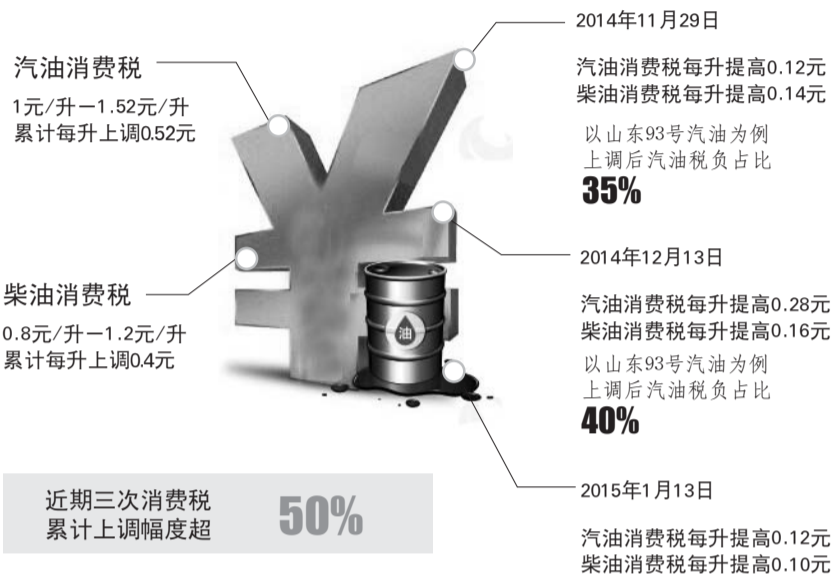
“目前车联网技术开发运用主要集中在商用级产品，技术已经相对成熟。”苏冠群告诉记者，我省车联网技术的开发和运用主要集中在“两危一化”、重卡等车辆，随着技术成熟和成本下降，省内越来越多的车联网技术企业将目光转向民用消费领域。

赛维安讯相关负责人在论坛上表示，年轻人已成为车

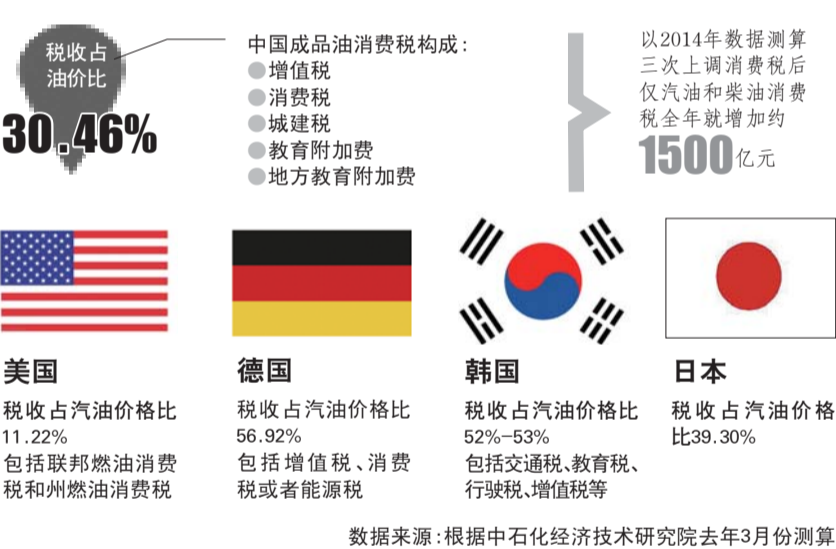
联网消费主力，目前市场上以行车记录仪、导航为主的单一功能车联网产品并不能满足需求，年轻人的网络消费习惯对消费级车联网的娱乐性和互动性提出了更高要求。

赛维安讯相关负责人介绍说，赛维安讯的车联网设备可在车内搭建一个无线wifi环境，为乘车者提供更加经济的车载移动wifi热点，开车途中遇到了美丽风景，通过设备的高清云摄像头可实现抓拍，关联到手机APP后，可在微博、微信等社交网络上进行分享。

消费税45天内三次上调



中国油价税重吗



数据来源:根据中石化经济技术研究院去年3月份测算



企业年会 都在念叨过紧日子

本报记者 马绍栋

“今年真是要过紧日子了，虽然谈不上勒紧裤腰带，但肯定要节衣缩食了。”上周，在听完公司总经理年终总结报告后，省内一家酒企销售经理感叹道。

众所周知，酒水行业因为受三公消费以及经济大环境等因素影响，近两年来一直在进行深度调整，十分难熬。“说好听点是调整，说难听点就是下滑，销售下滑，利润下滑，奖金下滑。”上述销售经理表示，整个行业无论全国知名品牌，还是地方上一些二三线城市品牌，基本在劫难逃，尤其是一些县城的中小酒企，因为回款困难资金链紧绷，已在谋求让大企业“接盘”。

在如此形势下，上述这家省内酒企的总经理报告中除了描述去年严峻的形势以及惨淡业绩，更多章节是在部署2015年的应对之策，这其中“费用管控、利润导向”成为篇幅最大的关键词。

“与生产过程有关所有环节都要控制成本。”上述人士称，今年在生产体系内部按重要性排序为：质量、成本、效率，其中质量是生存底线，不能再降，成本则成为削减的大头。采购要在控制成本上创新，消耗上要严控仓储、包装等环节加强考核，资金占用率同样如此，半成品、原材料、成品要分类对待，总之一切都为降成本。

仅靠这些还不够，为了让降本增效落到实处，公司还提出高管薪酬直接与费用考核挂钩，尤其是财务管理和销售方面，所有动作都要以利润为导向。

酒企转变是其他各行业年会透露的过紧日子思维的缩影。比如东营一家化工企业在年会上一再强调，新的一年不再进行新的大项目投入，现有在建项目抓紧收工投入运营，以缓解资金占压。济宁一家食品企业力度更大：2015年市场营销费用一分钱不增，所有副总全部分片到各区域市场抓销售，考核方式完全转向利润效益导向，所增加成本力求完全自我消化。“去年的库存还没消化完，今年的指标已经压下来了，又不增加投入，难度可想而知。”这家企业内部人士说。

造成企业如此紧缩不仅是新常态下各行业自我调整的现实需要，更有一些新趋势、新模式的冲击。譬如互联网，过去一年以排山倒海之势搅动各个传统行业，拥抱互联网、向互联网化转型已是企业圈子里的潮流。然而转型不是口头说说，团队如何搭建、制度如何设计、思维如何解放，当然更重要的还有资金如何投入，都需要实实在在的干货，而且这些布局都是战略性的，虽然短期可能不见效益，但直接决定企业在未来的竞争力，所以这些钱也是必须要花的。如此算下来，新的一年企业过紧日子恐怕要成常态了。



齐鲁晚报倾力打造
 齐鲁交通网-齐鲁晚报网
<http://jt.qwb.com.cn/>
 齐鲁能源新闻网-齐鲁晚报网
<http://nengyuan.qwb.com.cn/>