

推动销售公司从油品供应商向综合服务商转型

中石化进军高端饮用水产业



携手韩国SK集团

哈纳斯加快布局LNG市场

本报讯 记者祝君壁、实习生赵晓晴报道：近日，中国石化销售有限公司与西藏高原天然水有限公司签署战略合作协议，双方将共同打造“易捷·卓玛泉”天然冰川饮用水。中国石化将发挥其遍布全国的销售网络优势，利用易捷便利店向全国消费者提供西藏天然水，支援西藏开发水产业。

“西藏卓玛泉拥有得天独厚的水资源，先进的生产设备、技术及良好的管理能力，希望产品能给消费者带去高品质的饮水体验。”中国石化股份公司副总裁张海潮说。调查显示，水产品占加油站便利店销量50%以上，普通加油站在旺季每天可销售水产品达上百箱。业内专家分析，此次中国石化与西藏高原天然水联合推出新产品，与高端水市场前景被看好密切相关。西藏水资源十分丰富，依

托易捷的销售渠道，中石化可以推动混合所有制改革，可谓一举两得。据悉，“易捷·卓玛泉”天然冰川饮用水已于8月1日正式下线，目前已发往北京、上海、广东等11省份，预计8月15日左右可在部分省份的中石化易捷便利店面世销售。目前，中国石化正在进行销售业务重组工作，计划大力拓展新业务，打造包括饮用水在内的更多自有品牌商品。据近期中国石化发布的公告，销售公司

经重组后，拟通过增资扩股的方式引入社会和民营资本。通过引入外部资本，完善市场化的运行体制和管理机制，提升企业的创新能力，推动销售公司从油品供应商向综合服务商转型。据悉，中国石化在全国拥有3万座加油站、8000万加油卡客户和2.3万家易捷便利店。在发展油品业务的同时，中国石化通过平台优势，拓展便利店、汽车服务、O2O、车联网等非油业务，逐步提供全方位的综合服务。

本报讯 记者林火灿报道：日前，新能源企业哈纳斯集团与韩国SK集团签署全面合作框架协议，双方将在天然气市场的上、中、下游领域展开全面合作，以加速在国内天然气市场的布局。

哈纳斯集团的前身是宁夏银川天然气总公司，2003年改制建成新型现代股份制企业。如今，哈纳斯已经完成从上游天然气贸易，到中游液化生产，区域储备运输设施建设，乃至下游各类天然气终端消费网络、天然气发电、供热、制冷等全产业链的布局，形成每年200万吨液化天然气的分销能力，在中国液化天然气市场已占到约15%的销售份额。

目前，哈纳斯正在进一步加强其在液化天然气(LNG)领域的地位，筹谋在全国进行LNG消费终端的建设布局，将天然气全产业链条在沿海及更多城市与地区复制。不久前，哈纳斯在广东珠海、福建莆田与地方政府完成两个沿海LNG国家级战略储备基地的开发协议签署。其中，在广东珠海，哈纳斯将投资245亿元，打造一个国家级的LNG战略储备基地，项目将辐射动力、交通及民用民生多个领域，建成后具备年接收液化天然气600万吨的能力。在福建莆田，哈纳斯将投资140亿元，打造一个具备年接收LNG能力900万吨的国家级战略储备基地。

据介绍，SK集团是韩国最大的能源化工企业，占韩国城市燃气市场25.3%的份额，居韩国城市燃气供应市场之首。同时，SK集团还是亚太地区重要的能源贸易商，在全球16个国家26个矿区开展油田开发项目。哈纳斯集团总裁马富强表示，SK集团掌握着大量天然气气源，在天然气中游液化生产及各类终端应用环节有着丰富的运营经验。此次合作将推动双方在国内外新能源市场的合作，加速在全国尤其是环渤海及东南沿海各个省份的市场布局。随着沿海几个LNG战略储备基地建设的启动，哈纳斯还将规划中期建设600个至800个加气站、120个绿色能源推广中心，年产销500万吨；远期则向年产销800万吨至1000万吨、1500个加气站、200个绿色能源推广中心的目标迈进。同时，继续拓展风电、太阳能发电等领域，大力开拓新能源的推广应用，不断完善民用、车用液化气、风电、太阳能、燃气及冷、热、电分布式能源建设。



中兴通讯银川建大数据中心

本报讯 记者许凌报道：日前，由银川市政府和中兴通讯合作建设的银川中兴大数据中心正式开工建设。这是中兴通讯布局西北地区、银川市建设西部云谷的重要举措。银川中兴大数据中心规划建设2万平方米、1万组服务器，存储可达EB级。大数据中心建成后，将通过云服务平台，服务中国西部及中东阿拉伯地区，通过智慧城市业务服务平台，辐射全国的中兴智慧城市云服务平台。

“零售明日之星培养计划”启动

本报讯 记者熊丽报道：中国连锁经营协会与沃尔玛中国日前启动“零售明日之星培养计划”。该项目将主要针对开设连锁经营、市场营销等商贸类专业的中等职业学校，计划到2016年底培养200名在职教师和2万名在校学生。沃尔玛中国将在2014年至2016年，向中国连锁经营协会分阶段捐赠500万元用于该项目。据悉，零售业未来的发展将回归精细化管理和以经营商品与服务为核心的本质，对从业人员提出新要求，需要懂零售的一线员工和精通电子商务运营的中高层员工。

香港CBI公司注资兖矿集团

本报讯 记者林火灿报道：兖矿集团近日与香港CBI公司签署鲁南化工合资框架协议，双方将分别以净资产和现金出资，对鲁南化工三家企业整体重组，共同组建新的鲁南化工有限公司。根据协议，CBI公司拟出资23.43亿元，约合3.81亿美元。兖矿集团董事长、党委书记张新文表示，通过引进战略投资者，可以优化股权结构，降低负债水平。同时，还可以引进先进管理理念，减少管理环节，降低管理成本，为鲁南化工扭亏增盈奠定良好基础。

南方电网积极消纳云南水电

本报讯 记者庞彩霞报道：随着西部主要流域全面入汛，水电发电量大幅增加，南方电网公司多措并举消纳云南水电。1月至6月，云南累计西电东送电量301亿千瓦时，同比增长85%。至此，云南外送通道能力已经达到1750万千瓦。据悉，在云南铝业红河60万吨电解铝项目与水电站已签订用户直接交易协议的基础上，南方电网将继续支持云南探索建立电力市场化机制，消纳富余电能。

中石油在黔办防泄漏演练

本报讯 记者吴秉译报道：贵州安顺市和中石油西南管道贵阳输油气分公司日前联合举办中缅天然气管道汛期泄漏应急演练，检验中缅天然气管道的汛期应急能力。演练中，中石油西南管道贵阳输油气分公司接到管道泄漏的事故“信息”后，立即开展应急抢险工作。抢险人员40分钟内即排除险情，使管道“恢复”正常运行。

重庆巴南区是一个以汽车和摩托车制造业为支柱产业的传统工业大区，曾经连续10年跻身重庆工业“十强区县”。近年来，由于区域内工业企业多数处在产业链中下游环节，管理粗放，创新能力不足，加上原材料价格和人工成本上涨等问题，企业效益不佳。区委、区政府一直在思考如何更好发挥职能，帮助企业提升发展的质量和效益。“通过调研，我们发现不少企业都在加大技术研发投入，但企业的管理方式很落后。”巴南区经信委主任朱明勇对记者说，以往政府对企业的扶持主要体现在资金、政策等资源方面的支持，只能解决企业一时的发展困难，但其发展能力并未得以提升。为了推进企业转型升级，提升经营质量和效益，巴南区经信委创新服务模式，对企业从“资源扶持”走向“能力

在市场占有率“11连降”后——

自主品牌车企如何突围

本报记者 杨忠阳



面对困局，自主品牌车企——

- ④ 培育好自身的体系竞争力
④ 改变分散重复、恶性竞争的局面

在政策层面，政府应——

- ④ 做好汽车产业政策顶层设计
④ 从技术、生产、市场上做通盘考虑
④ 扶持包括民营企业在内的自主品牌



8月8日，广汽传祺GA3S视界在业界期待中上市。广汽乘用车总经理吴松在新车发布会上自信地表示，“除了今天的GA3S视界，今年下半年广汽还将推出传祺GS5S和GA6，未来5年广汽传祺将推出20款至30款新车型。”吴松的自信，来源于广汽传祺的市场亮丽表现。

作为一个全新自主品牌，广汽传祺2011年进入市场，当年销售1.7万辆，2012年销售3.3万辆，2013年销售8.5万辆，连续3年销售翻番，并首次实现盈利3亿元。“特别是在自主品牌整体下滑明显的背景下，今年上半年广汽传祺实现销售5.1万辆，同比增50%，远超行业平均水平。”吴松说。

不过，此时站在发言席上的吴松并不轻松。就在传祺GA3S视界上市前一天，中汽协发布了新的产销数据。数据显示，7月份，自主品牌乘用车和轿车市场占有率分别降至34.6%和17.7%，这已是“11连降”。今年前7个月，自主品牌乘用车销售409.94万辆，占乘用车销售总量37.3%，占有率同比下降3.12个百分点；轿车销售151.96万辆，占轿车销售总量的21.68%，占有率同比下降5.43个百分点。

数据显，今年“年中考核”不及格的大部分自主品牌车企7月份的成绩依旧没有起色。吉利汽车7月份销量为2.01万辆，同比减少约41%；前7个月累计销售20.73万辆，同比减少约30%，仅完成今年全年销量目标的35.7%。长城汽车7月份销量为4.8万辆，同比下降

19.70%；前7个月累计销量为39.57万辆，未及今年全年销量目标的一半。此外，比亚迪、奇瑞、上汽荣威等自主品牌今年的日子也不太好过。

回首往昔，自主品牌汽车也曾经历了销量稳步增长的“黄金十年”，但那时跨国公司尚未涉足低端市场，自主品牌市场空间相对较大。“此前外国品牌走高端、中国品牌走中低端，双方互不干涉，但最近两年合资车企在低端车和廉价车领域布局，包括大众、丰田等企业，产品已经进入4万元至6万元的细分市场，这刚好和自主品牌短兵相接，中国品牌车企的生存空间越来越窄。”中国汽车工业协会常务副会长兼秘书长董扬忧心地说。

如何突围？“作为市场竞争的主体，自主品牌车企首先要培育好自己的体系竞争力。”吴松表示，只要分析自主品牌的发展历程就不难发现，很多时候一家企业取得领先业绩，凭借的仅仅是一两款车型的热销，但这样的辉煌都是“各领风骚三五年”。随着中国车市从快速增长步入稳定增长，竞争日趋激烈，面对强大的跨国车企进攻，不少自主品牌很快“体力”难支。

“这就好比架桥。”重庆长安汽车股份有限公司党委书记、副总裁朱华荣打了一个比方，当很多自主品牌车企按照摸着石头过河的套路进行时，长安一直在架桥，“摸着石头过河的企业，过河前一段或许很快；但摸到河中间，水深了就难以逾越，这时长安的桥已基本成型。”

过桥显然比摸着石头过河要稳，更有效率。统计显示，今年前7个月长安轿车销量达到22.66万辆，成为唯一

跻身轿车销量十强榜单的自主品牌。“如果整体竞争能力没上来，长安孤掌难鸣。”朱华荣表示，今天长安的发展路径已经从以提升开发能力为重点，转向更具体系能力的“四化”——平台化、家族化、通用化、模块化，这正是走向国际级汽车制造商的必由之路。

“今天中国品牌乘用车竞争力之所以弱，除了车企本身底子薄外，还在于资源的分散重复。”董扬给记者算了一本账，去年中国品牌乘用车销售720万辆，中国品牌轿车销售330万辆，数量可谓不少。如果中国品牌乘用车和轿车像美国、德国、日本等汽车强国一样只有3家至5家，应能成长得很好。但不幸的是中国品牌乘用车和轿车按企业算近20个，按车型算超过100个，每一种只有2万辆左右的销量。“这就意味着竞争太激烈，甚至还有一部分产品是在赔钱卖。”

董扬认为，中国品牌汽车应改变分散重复、恶性竞争的局面，对此行业应该自律，政府应该引导。起步晚于中国的韩国汽车工业，为什么已具备国际竞争力，能培育出现代、起亚这样的世界级品牌？政府引导得法是重要原因之一。

引进技术只是建设汽车大国的手段，发展自主品牌才是汽车强国的根本途径。业内专家还表示，今年是我国《汽车产业发展政策》出台20周年，目前新的汽车产业发展政策正在修订之中，自主品牌要想摆脱困局，除了车企自身努力外，还需要国家做好汽车产业政策顶层设计，从技术、生产、市场上做通盘考虑，给予包括民营企业在内的自主品牌强有力的扶持。



开展地铁投资开发业务

绿地集团升级商业模式

本报讯 记者李治国报道：绿地地铁投资发展公司日前在沪揭牌成立。绿地集团与申通地铁、上海建工等沪上企业签署战略合作协议，由绿地牵头组成联合体在全国多地开展地铁投资开发业务。

此举标志着绿地集团深化产业转型再获新成果，地铁投资以“轨道工程+区域功能”整体开发模式为亮点，为绿地多元产业布局增添重要一员，将有力推动绿地实现资源整合与产业协作，开辟企业可持续发展的全新增长点。绿地集团董事长、总裁张玉良表示，“这是绿地立足主业优势、延伸拓展相关产业的积极尝试。”

绿地地铁投资产业计划以包括BT投资模式在内的多种方式，牵头战略合作伙伴组成联合体，在全国多地开展轨道工程投资建设业务，同时积极参与地铁沿线区域的城市综合开发。联合体作为轨道工程投资建设主体，承担工程资金投入、规划设计、工程建设、设备运营等职能，并由政府相关部门直接或委托监管。工程竣工后，其有关权利按不同情况由政府部门以多种方式赎回。

借鉴深圳、广州等城市的成功案例，绿地“轨道工程+区域功能”的整体开发模式，将结合沿线土地出让作为部分回购条件，由绿地先期介入参与地铁沿线区域的综合功能开发，发挥绿地优势特长，打造具备商业、办公、酒店等于一体的地铁上盖城市综合体及配套服务设施。



8月11日，新疆生产建设兵团第二师二十一团职工将采摘的优质番茄装车。时下，新疆巴音郭楞蒙古自治州新疆生产建设兵团第二师种植的8万亩优质番茄陆续成熟，进入采摘期，番茄农户们抓紧时间采收，日均收获量1万余吨。杜炳勋摄（新华社发）

重庆巴南创新企业服务模式——

变“资源扶持”为“能力扶持”

本报记者 吴陆牧 冉瑞成

华说，“多数企业一开始都是抱着试试看的心态来实施管理变革的，但结果令人满意。”重庆大江美利信压铸有限公司总经理余亚军说，通过推进管理创新，公司营业收入从2009年底的1.8亿元提升到2013年的6.3亿元，实现年均近30%的增长。另一方面，巴南区政府也不断加大引导扶持力度。巴南区政府出台了《关于加强企业管理创新促进转型升级的

实施意见》，为企业开展成本控制、物流管理等价值链增值提供智力支持。

数据显示，今年1月至5月，巴南区工业完成总产值262.9亿元，同比增长17.0%；完成销售产值252.5亿元，同比增长16.2%。根据巴南经信委对首批实施“精益管理和两化深度融合”的10家企业调查结果显示，管理模式的创新让企业人均产能提高30%，产品合格率提升15%。