

新闻眼

去年生产油气当量破5500万吨

我最大致密油气田实现高产

本报北京1月4日讯 记者齐慧报道:2014年,中国石油长庆油田生产油气当量突破5500万吨,较上年净增长345.8万吨,成为我国产量最高的油气田,油气当量占全国油气当量约六分之一。

长庆油田位于我国西部的鄂尔多斯盆地。2013年,长庆油田实现年产油气当量5000万吨,此次年产油气当量突破5500万吨,标志着油田实现稳产、增产,这为保障国家能源安全、调整国家能源结构以及促进经济、民生发展做出了贡献。

中国石油长庆油田新闻发言人张凤奎说,长庆油田开发的是世界上典型的低渗、低压、低丰度油气藏,储层是俗称“磨刀石”的致密砂岩,常规技术难以实现经济有效开发。长庆油田今天能够成为国内产量最大的致密油气田,科技创新作用巨大。

长庆油田在44年的开发过程中形成了经济有效开发特低渗、超低渗油气主体技术,获得国家专利超过1008项,其中多项居于国内或国际领先水平。2014年,长庆油田“水平井+体积压裂”等核心技术攻关接连获得突破性进展,拉动储量巨大的致密性油气田步入大规模开发阶段。

作为中国最大的天然气主产区之一,长庆油田担负着40多个大中城市的供气任务。超过380亿立方米的年产量,给以首都北京为核心的华北地区和陕甘宁内蒙古区域,形成了安全稳定的气源地。截至目前,长庆油田累计生产天然气2205亿立方米,相当于替代4.39亿吨标煤,减少二氧化碳等排放量10.33亿吨,发挥了良好的生态效益。

导航

去年12月物流景气指数同比回升

物流经济延续稳中有升态势

本报北京1月4日讯 记者杨国民报道:中国物流与采购联合会发布的2014年12月份中国物流业景气指数为57.5%,比上月回升1个百分点,反映出物流业经济延续稳中有升的发展态势。

在中国物流业景气指数(LPI)各单项指数中,业务总量指数、平均库存量指数、库存周转次数指数、资金周转率指数、物流服务价格指数、主营业务利润指数、固定资产投资完成额指数和业务活动预期指数回升,新订单指数和主营业务成本指数和从业人员指数回落。

中国物流信息中心副主任任何辉认为,平均库存量指数和库存周转次数指数双升,且回升幅度相近,显示出生产环节和消费环节相关企业活动较为活跃。资金周转率指数回升,显示出物流企业回款速度加快,企业融资难的情况有所缓解。在主营业务成本指数回落和物流服务价格指数回升的带动下,主营业务利润指数有所回升,企业经营情况有所改善。从后期走势看,业务活动预期指数和固定资产投资完成额指数均保持55%以上,显示出物流企业对2015年的物流业经济发展的趋势看好。

同期,固定资产投资完成额指数回升明显。且2014年全年,该指数均保持在50%以上,反映出物流运行的基础设施条件呈现改善态势。

国家统计局价格监测显示

35种生产资料价格环比下降

本报北京1月4日讯 记者林火灿报道:根据国家统计局对24个省市区流通领域9大类50种重要生产资料市场价格的监测,2014年12月下旬与中旬相比,9种产品价格上涨,35种下降,6种持平。

数据显示,黑色金属板块价格普遍下跌,其中,螺纹钢价格比上期下跌65.9元,跌幅为2.4%;线材下跌2.3%。有色金属板块中,铍锭价格比上期上涨91.8元,涨幅为0.6%;其余品种价格均有不同程度下滑。化工板块价格出现分化,其中,甲醇行业受产能过剩影响,价格跌幅达到12.9%;苯乙烯、聚乙烯、聚丙烯的价格则有不同程度的回升。此外,受国际油价走势影响,汽柴油价格继续保持跌势;煤炭价格则保持相对平稳。

50个城市主要食品平均价格变动情况也于4日同期发布。监测结果显示,多数食品平均价格较为平稳,其中,油菜、芹菜涨幅较为明显,达到4.8%;黄瓜则下跌6.5%,跌幅明显。



这是张家口市宣化县中电投新能源基地发电场。截至2014年底,该市风电装机容量达610万千瓦,并网580万千瓦;光伏发电装机容量18.3万千瓦。据介绍,张家口风资源可开发容量达2000万千瓦以上,光伏可开发容量在2000万千瓦以上。 新华社记者 杨世光摄

本版编辑 于泳 李景

今年煤炭经济运行仍面临挑战

本报北京1月4日讯 记者林火灿报道:国家统计局今天发布的数据显示,2014年12月下旬,煤炭价格走势保持基本平稳(与12月上旬相比),未出现明显的涨跌。不过,尽管煤炭价格止跌企稳态势进一步明朗,但煤炭经济运行面临严峻挑战的局面并未发生根本改变。

数据显示,12月下旬,在国家统计局中国经济景气监测中心监测的6个煤种中,4500大卡普通混煤价格微涨2.9元,涨幅0.7%;5500大卡山西优混煤价格下跌2.9元,跌幅0.5%;无烟煤、山西大混、大同混煤、焦煤等煤种的价格则保持不变。

自去年9月份以来,煤炭市场逐渐出现价格止跌微升的行情。12月31日,秦皇岛海运煤炭交易市场发布的环渤海动力煤价格指数报收于525元/吨,比9月初上涨了43元/吨,涨幅接近9%。中国煤炭工业协会发布的监测数据测算结果显示,中国煤炭价格指数为137.8(至12月26日),比9月末上涨了1.5个基点。

煤炭价格的止跌企稳,与市场供给放缓有一定关系。国家发展和改革委员会公布的数据显示,2014年前11个月,全国煤炭生产同比小幅下降;铁路煤炭发运21亿吨,同比基本持平;净进口2.6

亿吨,同比下降9.1%。

值得注意的是,尽管市场供应有所遏制,但煤炭消费市场依旧不景气,全社会煤炭库存仍然继续保持高位。

中国煤炭工业协会会长王显政表示,当前,受经济增速放缓、主要耗煤产品产量增速下降、能源结构调整等因素影响,我国煤炭消费持续下降。而从生产端看,目前全国煤炭产能已经达40亿吨左右,在建产能达11亿吨左右。产能的大量集中释放,将进一步加剧市场供大于求的压力。从发展趋势看,国际煤炭市场虽然出现了一些新变化,但市场

供大于求的局面仍未发生根本改变,价格将持续处于低位运行。

王显政表示,今后一个时期,我国煤炭需求低速增长与产能结构性过剩和进口煤保持高位将成为常态,煤炭供应总量宽松态势不会发生明显改变,煤炭经济运行仍将面临严峻挑战。因此,煤炭产业仍需采取有效措施,努力保持供求基本平衡;同时,加快推动煤炭生产方式向“两化”融合、人才技术密集型转变,经营方式从生产销售原煤向销售商品煤、洁净煤转变,发展方式从数量速度型向质量效益型转变。

透视

凭借对数据和流量的准确把握,众多互联网企业高调进入影视娱乐业。未来的影视娱乐业必将是融合发展的产业,从这个意义上看,互联网企业不是“搅局者”而是参与者,互联网企业的进入将为整个行业的发展注入新的活力与动力



影视娱乐“网”事如风

本报记者 陈静

曾几何时,互联网与影视娱乐业的交集仅有视频网站“真金白银”砸下的电视剧和电影网络播放版权,以及电影票团购。但在刚刚过去的2014年,情况已经发生变化。《心花路放》背后的投资方之一是阿里影业,《智取威虎山》来自优酷土豆旗下的合一影业,乐视影业则拿出了《归来》和《小时代3》……互联网巨头们正在把名字悄无声息地“印”在了电影票上。网络文学也不甘心一直扮演仅提供内容的“剧本”角色,《择天记》才刚在腾讯文学写了个开头,相关的动画和电影拍摄就已有了明确计划。

“疯狂”的资本最能体现互联网行业对影视娱乐业的巨大热情。2014年3月,阿里巴巴以62.4亿港元收购文化中国,文化中国随后更名阿里影业。7月,爱奇艺宣布成立爱奇艺影业公司,未来一年计划投资7部国产电影和一部好莱坞电影。8月,优酷土豆集团正式宣布成立合一影业。11月,网络文学的“当家老大”盛大文学易主,其幕后推手正是腾讯,收购价超过40亿元人民币,其重要的目的之一就是与“腾讯影业+”一起构筑腾讯泛娱乐版图。至此,几乎所有互联网巨头都已杀入影视制作业。

互联网企业的“新玩法”

数据和流量,被称为互联网切入影视娱乐业的两把大刀。数据意味着精准。在阿里影业CEO张强看来,互联网切入影视娱乐业,如果仅仅关注于在电商平台卖几张电影票,那就太过时了,“阿里影业希望利用阿里集团在电商和大数据技术方面的优势,比如说通过大数据知道用户对于影视剧作品关注什么、对什么衍生产品感兴趣,由此来决定影视剧

的商业植入和周边开发。”互联网的介入会大大扩充传统电影行业的潜在空间,毕竟在国外影视行业超过40%收入来自衍生产品,而在我国,这一比例不到10%。

流量则意味着营销创新。凭借在移动端的珍贵入口和对“游戏规则”的熟悉,网站们对自己作品的营销格外给力。拿2014年的年度神曲《小苹果》来说,如果看过电影《老男孩之猛龙过江》,就会发现这只是一首普通的插曲,它的“爆红”其实正是优酷土豆借以提高自己电影话题度的方式。“隔行如隔山”,这些正是传统电影产业的从业人员们难于操作的“新玩法”。

视频网站、互联网金融和电商平台的涌入,也让“看电影”这件小事未来将具有越来越鲜明的互联网基因,扫一扫电影票上的“二维码”,观众可以直接跳转到在线视频网站去看一段只对电影观众“开放”的独家访谈或者幕后花絮,又或者会被带到影片官方开设的网店选购周边产品。而且,在观影之前,他们也许已经花了几百块钱通过众筹方式成为了这部电影的“微股东”。

华夏电影发行公司常务副总黄群飞对此不无感慨,“互联网切入传统电影行业是大势所趋,最主要的是电影的主要目标观众都是‘数字人’。互联网进入电影业,有可能颠覆行业的某些环节,甚至会改变电影业的整个生态。”

粉丝经济的未来

磨铁图书CEO沈浩波一直记得,《甄嬛传》的改编版权只卖了30万元,但电视剧《甄嬛传》卖给电视台,一集的价格就是300万元。作为影视制作产业的重要内容来源之一,在低价“贡献”了《甄

嬛》、《步步惊心》、《失恋33天》等大把的卖座片后,网络文学行业终于幡然醒悟:“两手一拍卖版权”的方式,真是亏大了。

在腾讯2014年的计划里,“泛娱乐”被屡屡提及,在其多次活动中腾讯文学CEO吴文辉都被当做这一战略的得力干将上台演讲,几乎每一次他都要讲一讲“大神”作者猫腻和他的《择天记》,这部小说不但开创了网文动画化的先河,更将在2015年开拍大电影甚至在开始连载之前就为此后多种产品的开发设计了统一的标识。

网络文学对自己定位的重新评估,来自于移动互联网时代独特的社交属性。拿网络阅读来说,过去粉丝们分散在豆瓣、百度贴吧、论坛和QQ群中,为了与他们互动,作者也不得不“转战南北”,但

“超级入口”对用户的高黏性有可能将粉丝们集合到一个平台上来。比如作者风凌天下在手机QQ上开设的“风家部落”,在14天内就聚集了10万粉丝,一些线上活动引发了逾2万人的参与互动。

可以预见的是,未来的影视娱乐业必将是融合发展的产业,从这个意义上看,互联网企业不是“搅局者”而是参与者,互联网企业的进入将为整个行业的发展注入新的活力与动力。

题图 日前,第二届北京剧本推介会开幕式暨网上剧本超市启动仪式在中华世纪坛举行。共有3020部作品参加推介会,类型涉及文学、电影、电视剧等。图为嘉宾在推介会上启动网上剧本超市。 新华社记者 高静摄

安之

融合创出新生态

互联网与影视业的“联姻”,其实意味着在移动互联网时代,新的综合娱乐消费形态正在形成。无论是数据、流量还是将网络文学作者当做明星打造,其核心都是更精准地把握消费者的需求,希望通过精准营销和“粉丝经济”,来增强消费者的黏性,从而让碎片化的需求尽可能被满足,并由此创造新的价值。

从这个意义上来说,未来影视娱乐产业的新生态将是融合的产物,互联网产业则在其中扮演多样化的角色:市场调研、众筹投资、网络宣传、电影票售卖……互联网技术将不断拓展商业

边界,在传统影视剧产业中寻找“空白”。与此同时,互联网企业也将包括游戏、漫画等目前传统电影尚且极少涉足的领域“裹挟”进整个产业链,从而带来整个影视业转型升级的新局面。

不过,尽管一切看起来都大有可为,但互联网企业也必须意识到这样的现实:能吸引眼球并不代表能换得票房。2014年《黄金时代》的关注与票房不成正比,已经给互联网企业敲响了“警钟”,在高度发达的影视制作产业中,互联网企业必须要尊重生产环节的客观规律,超越代偿恐怕只能换来“人傻钱多”的嘲笑。

我国大企业版图如何变迁

高蕊 施湛斌

纵横谈

一直以来,大企业都以其体量巨大,并在业内具有引领作用而著称。据中国企业联合会发布的数据显示,2013年我国500家最大的企业营业收入总额达到56.68万亿元,与国内生产总值56.88万亿元大体相当。仅以我国最大的企业中石化为例,其营收已达到“省份级”水平,如果将其纳入2013年31个省市区地区生产总值的排名中,可高居第六位。

我国大企业的版图遵循着一般的成长规律,更有政府的强力推动。未来10年,我国大企业版图将如何变迁? 据统计,目前我国的大企业以资源

类、一般制造业类、建筑类构成为主,呈现出劳动密集型、外贸导向型的发展特点。从由重到轻、由实到虚的产业演变规律来看,我国大企业仍旧处于“重”和“实”的阶段。中国500强榜单发布至今已13年,在此期间,在榜单中蝉联超过10年的企业共有190家,这些企业中半数左右属于钢铁、建筑、煤炭、汽车制造、有色、银行、电力7大行业,带有明显的行业属性,其成长伴随着行业红利和行政力量。而今,这些行业红利正在加速衰减,随着行政干预逐渐放开、民营企业扮演更为重要的角色、互联网力量逐渐兴盛,我国大企业的产业格局将会发生巨大变迁。

大企业的发展反映一个国家产业竞争力的变化,这从各国入围世界500强的大企业所处的行业可见一斑。我国的大

企业主要集中在采矿、工程建设、钢铁、商业银行、贸易行业,而美国大多集中在流通、金融、食品和大保健领域。每一个国家的优势产业的形成路径都各不相同,美、欧的特点是遵循经济发展和产业更替规律,逐步形成优势产业。而我国作为后发国家,有的产业则更多依靠政府进行强势推动,这也是矿产能源、银行等企业高居大企业榜单前列却多遭诟病的主要原因。如果放开行政干预,无疑将加速目前大企业所处产业格局的重塑。

中国企业联合会每年发布的中国100大跨国公司榜单显示,2013年入围门槛只有21亿元,与世界100家跨国公司的2101.25亿元相差悬殊,平均跨国指数为13.60%,也远低于世界100家跨国公司的平均跨国指数64.55%。

2014年世界500强中,我国内地企

业共有93家入围。在52个行业中,我国大企业挤进了26个,而其他一半的行业未能入围。相比而言,美国只有6个行业没有企业入围。这是两个国家产业优势不同所导致的结果,但也进一步说明,未来我国大企业除了在已有的优势领域继续抢占国际市场外,在其他领域也应该有所突破,尤其应该整合美国大企业的经验,建立全球化的经营和管理体系。

进入新世纪以来,我国经济发展受到世界瞩目,也给企业“走出去”提供了更有力量的后盾。目前,正在推进的“一带一路”规划又为我国大企业跨国成长提供了国家战略层面的支持。因而,在未来,我国大企业突破国家边界、经营地域更加广泛是必然趋势,成长为真正意义上的跨国公司指日可待。

(作者单位:中国企业联合会)