本报记者

鑫

中国经济网记者

老油田产量递减符合自然规律

我国石油供应有保障

/透视

近年来,国内一批开发时 间较长的老油田,面临着资源 逐渐递减和开采难度加大的 问题,储量接替矛盾日益突 出、原油稳产压力越来越大。 但我国一直坚持走陆上技术 积累、海上优先开发、进口体 系保障的道路,石油供应保障 不成问题

近日,有消息称,我国每年原油产量 最大的大庆油田,2015年计划减产150 万吨,到2020年产量将调减至3200万 吨,年均减幅逾130万吨。《经济日报》记 者向相关单位求证,核实消息的准确性。

其实,近年来不仅大庆油田在减产, 国内一批开发时间较长的老油田如胜利 油田等,都面临资源逐渐递减和开采难 度加大的问题。

"老油田产量递减是符合自然规律 的。"中国石油大学教授刘毅军介绍说。

以大庆油田为例,大庆油田开发建 设55年,累计生产原油22亿吨,在实现 年产原油5000万吨连续27年高产稳产 后,又连续12年稳产在4000万吨以 上。经过多年的开采,大庆油田也面临 许多现实的矛盾和挑战。储量接替矛盾 日益突出,原油稳产压力越来越大;主力 油田水驱深度挖潜后进入快速递减期, 三次采油产量递减幅度将逐年增加;盈 利创效水平走低,油田开发和生产成本 持续攀升;技术创新要求更为迫切,急需 形成适应老区"两特高"特高含水、特高 采出程度开发技术系列等。这些都是老 油田开采共同面临的问题。

一边是主力老油田在逐渐减产,一 边是石油需求量的不断增长,是不是意



味着我国石油供应将出现危机?

"在石油供应保障上不用担忧,我国 一直坚持陆上技术积累、海上优先开 发、进口体系保障的道路,并且效果显 著。"刘毅军表示。

随着陆上技术的不断积累,我国油 气的探明储量不断上升。数据显示, 2014年,我国探明油气储量继续快速增 长,全年新增石油探明地质储量10亿 吨,天然气新增探明地质储量有望超过 6000亿立方米。

相对储量的增长,国内的石油消费 需求增长相对平稳。据中国石油经济技 术研究院初步测算,2014年,国内石油 消费延续低速增长态势,估计全年石油 表观消费量5.16亿吨,同比增长3.3%, 增速较上年提高1.1个百分点。

同时,2014年发布的《能源发展战 略行动计划(2014-2020年)》,首次提出 在南海建设千万吨级别的大油田,因而 海上油气田的开发,也将成为我国石油 保障的又一增长点。

由中海油提供的数据显示,截至 2013年底,南海西部的储量和产量分别 达到 649.6 百万桶油当量和 132284 桶 油当量/天,分别占中海油储量和产量的 约14.7%和11.7%。

在国内加大开采力度的同时,我国 石油储备战略也在不断完善。

厦门大学能源经济研究中心主任林 伯强表示,在国际油价不断下跌时,更多 采购国外原油比自己开采更合理。国内 企业对原油加速进口,增加石油战略储 备,利于国家能源安全。

专家指出,为了保障石油供应,我国 已经构建起了西北的中哈油气管道、东 北的中俄原油管道、西南中缅管道和海 上等4大油气战略通道。同时,正在加 2014年11月20日发布的消息称,国家 石油储备一期工程已建成并投入使用。 国家石油储备一期工程包括舟山、镇海、 大连和黄岛等4个国家石油储备基地, 总储备库容为1640万立方米,储备原油 1243万吨。其实,早在2003年,中国就 开始筹备石油储备基地,规划用15年的 时间,分3期完成油库等硬件设施建设, 预计2015年形成相当于90天净石油进 口量的战略石油储备能力。

图为新疆克拉

赵 晶摄

玛依油田,工人正在

进行生产作业。

辽河油田创新驱动稳产29年

本报讯 记者齐慧报道:2014年, 中国石油辽河油田原油产量1021.9万 吨,超计划21.9万吨,连续29年实现千 万吨有效稳产。

在老油田开发上辽河油田实施 蒸汽驱、SAGD、化学驱、火驱、深部 调驱等8大类重大开发项目,方式转 换项目实现转入井组总数800个以 上,原油采收率比原开发方式平均提

在生产运行上,中国石油辽河油田 确定了40个重点开发方案。同时,通过 多项改革措施进一步激发了企业质量效 益发展的活力。

此外,辽河油田积极推进科技进 步,承担多项国家科技重大专项课题, 研发出系列关键工具,促进了稠油有效

/中经6%6%

"中国互联网正从消费型转向 企业型。"赛迪顾问股份有限公司总 裁李树翀接受《经济日报》和中国经 济网记者采访时表示。目前中国的 工业互联网还处于起步阶段,深度 和广度有限,但中国作为仅次于美 国的第二大互联网产业强国,工业 互联网发展前景广阔。

"互联网与传统产业的融合是 大势所趋。"李树翀表示,互联网能 大大提升工业的信息交互效率,互 联网应用是工业和产业领域发展的 必然趋势。

互联网应用在许多传统企业收 到了良好的效果。"传统产业要积极 利用互联网加快转型升级,强化原来 的优势并拓展领域。"中化蓝天集团 有限公司副总经理王水耀介绍说。

产业互联网在中国经济转型过 程中改变的已不仅仅是产业销售体 系,还包括整个生产体系、流通体 系、融资体系、交付体系。传统产业 通过互联网技术整合产业链上下游 资源,在原材料、装备制造、军工等 重点领域开展试点工程,加快生产 流程的创新,发挥"信息流"的作用, 在研发、设计、生产、销售、服务等环 节促进网络与信息技术发展。

"传统企业与互联网融合要量 力而行,根据自身水平制定一套适 合自己的互联网方案。"李树翀表

示,线上入口的成本逐渐增高,并对传统渠道产生较大冲 击,传统企业要做好取舍和平衡。

王水耀表示,企业开展电子商务将面对打乱原有渠道 的状况,企业内部形成左右手的博弈。同时,互联网又存在 投入产出的不确定性,这都是传统企业与互联网深入融合 时要考虑的问题。

王水耀介绍说,例如中化蓝天旗下的英特药谷,将原来 线下交易转移到线上,最多一天有1万张单子,这是原来人 工交易不可能完成的。中药处方的后期服务更有特色。"医 生开完处方直接到了中化蓝天旗下英特药业的生产车间, 煎完药以后再送到客户的手上。这也是一种O2O。"王水

互联网应用为许多传统产业带来了巨大的成功。"同质 化产品应用了互联网手段会在同类产品中脱颖而出,但要 真正战胜所有对手,自身优质的产品仍是根本。"李树翀说, 互联网思维覆盖不到具备产业核心竞争力的资源。

李树翀表示,互联网正从容易进入的消费领域开始向 传统产业渗透。传统产业和互联网互相抱团取暖成为趋 势。他表示,目前互联网仍主要是通过搭建平台与企业合 作,实现互联网和传统产业的融合。但相同产品在不同平 台间会有价格、服务等方面的比较和竞争。因此,传统企业 首先要立足创新提升自己的竞争力,并积极利用互联网来 提升品牌宣传、渠道建设、营销管理等方面的效率。

十部门联合发文提升物流企业专业化服务能力

冷链运输业获政策"礼包"

本报北京1月11日讯 记者顾 阳报道:针对我国冷链运输物流企业 集中度低,专业化服务能力不强,运 输成本高、效率低等突出问题,国家 发展改革委、财政部、商务部等10部 门日前联合发布《关于进一步促进冷 链运输物流企业健康发展的指导意 见》,旨在进一步提升冷链运输物流 业发展水平。

意见提出,大力提升冷链运输规 模化、集约化水平。发展第三方冷链

物流,鼓励冷链运输物流企业通过参 股控股、兼并重组、协作联盟等方式 做大做强,加快形成一批经济实力雄 厚、经营理念和管理方式先进、核心 竞争力强的大型冷链运输物流企业, 通过规模化经营提高冷链物流服务 的一体化、网络化水平。

意见要求,加强冷链物流基础设 施建设。鼓励企业购置节能环保的 冷链运输车辆,推广全程温湿度自动 监测系统和控制设备,提升企业的冷

链运输服务能力。加强温度监控和 追溯体系建设,确保冷链食品、药品 在生产流通各环节的品质可控性和 安全性。

意见强调,积极推进冷链运输物 流信息化建设。加强物联网、云计 算、大数据、移动互联等先进信息技 术在冷链运输物流领域的应用。鼓 励和支持企业按照规范化、标准化运 作的要求,建设全程温湿度自动监 测、控制和记录系统。

家电业需从"新"出发

周

我国经济步入新常态,家电业也 需从"新"出发。

回顾2014年,家电市场增速明显 放缓,价格战、口水战增多,部分企业 遭遇严峻挑战,行业进入了调整期。 据中怡康测算数据显示,2014年1至 10月家电市场规模达1.2万亿元,同 比增长3.2%,较上年同期回落13.8个 百分点。主要大家电市场表现不佳, 彩电零售额同比下降14.2%,冰箱、洗 衣机零售额同比分别增长-7.1%、 0.6%, 空调零售额同比增长 4.6%。究 其原因,既与经济下行压力较大、房地 产市场不景气等因素有关,又与家电 消费刺激政策退出、市场需求被提前 透支等因素密不可分。

由于增速换挡期、结构调整阵痛 期、前期政策消化期"三期叠加"的影 响持续加深,今后一段时间,走出政 策"保温箱"的家电企业,面临着增速 放缓的考验,经受着市场机制的检 验,大调整、大变革势不可挡,

新年要有新气象。家电业作为改 革开放以来以充分竞争著称的行业, 从不乏生机和活力。当前,在遭遇增 长动力不足暂时困难之时,家电业更 要看清大势,增强信心,努力转向创新 驱动,切实把握新机遇、增添新动力。

首先, 抓住更新换代机遇。经过 前些年家电下乡、以旧换新、节能惠民 等政策的助推,国内市场彩电、冰箱、 洗衣机等大家电普及率大为提高。仅 从农村地区为例,冰箱百户拥有量已 从20几台迅速增加到70台,洗衣机百 户拥有量也达到70台左右。由于城 乡市场冰洗、彩电等部分大家电产品 的家庭保有量非常巨大,市场基本上 处于饱和状态,今后的发展主要靠产 品结构调整,更新换代商机进一步凸 显。按照中国家电协会的估算,"十二 五"时期预计有约5050万台的冰箱、 6200万台洗衣机和12000万台空调器 超过使用寿命,平均每年更新量电冰 箱1000万台、洗衣机1250万台、空调 器2300万台。对于大家电企业来 说,要深入研究和把握家电更新需 求,着力加强节能环保健康、智能化 产品的研发推广,通过不断扩大"两 高"产品比重,在低增速市场取得较 好的经营质量与效益。

其次,做大新兴品类市场。小家 电在发达国家是家庭必备品,在我国 的普及度仍明显偏低。由于小家电 产品能够大大简化家务劳动、提高劳 动效率和趣味性、改善厨房与居室的 清洁性,正日益受到消费者的青睐。 有关数据显示,2014年前10月,油烟 机、燃气灶、热水器零售额同比分别

增长10.4%、7.4%、6.2%;榨汁机、电饭 煲、吸尘器等产品零售额同比分别增 长 96.5%、11.3%、30.0%; 空气净化器、 净水设备零售额同比分别增长 66.0%、72.1%。这显示,包括厨卫、清 洁通风类、健康型、美容保健类等在 内的小家电市场在不断升温,环境电 器等新兴品类发展势头尤其喜人。 由于新兴品类市场正处于蓬勃发展 期,并有待于规范和提升,这将给龙 头企业和创新型企业以巨大商机。

第三,着力深化转型创新战略 一方面,在人力成本等要素成本不断 上升、国际竞争加剧的情况下,家电业 应加快转变发展方式,大力推进装备 升级和技术创新,把以往所依赖的低 成本优势转变为品质优势、品牌优势, 从而提升市场竞争力,挺进全球价值 链中高端。另一方面,面对互联网经 济的冲击,家电企业在加快线上渠道 建设、推出电商定制产品等举措顺势 而为的同时,更应从战略高度估量这 场深刻变革,学习借鉴互联网思维,积 极与互联网企业竞合,着力进行企业 自身组织体系、运营模式的重构,进而 拓展新空间。目前,海尔、美的、长虹 等龙头企业持续进行布局和尝试,有 的以创新、创业为导向开展平台化运 营,有的着力推进以系统集成、服务转 型为特征的智能化家居战略,其探索 具有行业风向标意义,值得密切关注。



光大小微阳光助业 与您共成长

光大小微 "阳光助业"是中国光大银行为小微客户量身打造的集贷款、结算,理财三大类业务于一体的综合性 金融服务平台,为您的每一个成长和发展阶段提供专业、快速、专属的资金支持和综合性财富规划服务,与您 同心同行。共同成长。

【用途广泛】 经营加租金,想用款用 【方便快捷】 当天申请,最快一天放款

95595 www.cebbank.com

【使用方便】 办理e贷道,实现随借赎还 【增值服务】 机票、酒店加代缴,全方位生活服务

- 阳光两户进

阳光期业(9 - 阳光物业设 相光企业常现会管理平台 阳光创业设 阳光助业士 汇光支付易

会相光俱乐部



其字目 A·创新生活