

煤价跌跌不休 煤企何去何从

本报记者 林火灿

透视

尽管已经进入传统用煤高峰的四季度，但煤炭价格依然延续着“跌跌不休”的态势。中国煤炭经济30人论坛与会人士认为，对于煤炭企业而言，摆脱困境一方面要坚定不移地化解过剩产能，增加产业集中度；另一方面，要通过控制产量，使煤价向理性回归。未来，要建立产业管理部门参与协调、大企业牵头的煤炭产业制衡机制，才能缓解煤炭产业面临的困难

最新一期(10月28日至11月3日)的环渤海动力煤价格指数显示,5500大卡动力煤综合平均价格报收379元/吨,再次刷新最低纪录。

受煤炭价格持续下滑的影响,煤炭企业经营状况不断恶化,煤炭开采业已经濒临全面亏损。在艰难脱困的道路上,煤炭产业究竟该何去何从?

煤炭经济形势严峻

中经煤炭产业景气指数报告显示,经初步季节调整,2015年三季度,煤炭产业实现利润同比下降60.2%,连续14个季度呈现同比下降趋势;销售利润率为1.3%,比全部工业平均利润率低3.9个百分点。在近日举行的中国煤炭经济30人论坛上,内蒙古伊泰集团董事长张双旺说,面对煤炭产业严峻形势,伊泰集团虽然人员负担不重、工效相对较高,但已经感到十分困难,企业连续运行30年没有亏损的纪录可能会被打破。陕西煤业化工集团党委书记华伟表示,该集团旗下红柳林矿用工少、产量高、资产负债率低,在诸多方面占尽优势,是代表国内最先进产能的高产高效矿井,目前同样处于亏损局面。可想而知,当前的煤炭企业生产经营有多难。

“山东省煤炭经济形势在去年持续低位运行的情况下,今年又急速下行,形势极为严峻。”山东省煤炭工业局局长乔乃琛表示,当前山东省煤炭销售竞争激烈,



图为在山西省

大同市塔山循环经济园区,工人用煤

矸石制砖。这样不

仅有效解决了采煤

造成的环境污染,

也节省了成本、节

约了能源。

新华社记者

燕 雁摄

价格继续下跌,产成品资金占用和应收账款居高不下,企业效益大幅下滑,亏损面加大。

产能过剩是主因

专家认为,导致煤炭产业陷入困境的是产能严重过剩。山西省煤炭工业厅副厅长牛建明表示,由于前期重组整合的煤矿进入投产高峰期,今年前9个月,山西省煤炭产业各项指标中只有库存处于增长态势。目前,山西省煤炭库存增加到5000万吨,占全国煤炭企业库存的一半之多。

福能电力燃料公司董事长陈本佑认为,近年来,我国煤炭产业实施了一系列的并购重组,但产业集中度仍处于较低水平,产业内部过度竞争,科学的生产秩序难以构建,加之企业数量众多又极为分散,在与下游产业对话的价格策略中,难以形成合力。

淮北矿业集团董事长王明胜表示,从本质上讲,煤炭产业的困难是供给总量大大超过需求总量,但其背后是由巨大的投资推动,导致资产负债率过高,财务成本不断上升。煤价跌至目前的境况,煤炭企业正常生产经营已经难以为继。如果任由这一形势继续发展,会使得越来越多的煤炭企业垮掉,而引发巨大经济社会矛盾。

“产能的问题是根本性的问题,煤炭产业要彻底摆脱困境,关键是化解产能过

剩。”国家能源局原副局长、中国能源研究会副理事长吴吟认为,煤炭产业必须先把减量退出的路子确定下来,发挥好法律法规的作用;同时,要建立常态化的产能退出机制。

乔乃琛说,建议国家层面制定压减目标,根据各省实际逐一下达压减计划指标,并作为当地政府政绩考核指标,实行“产量”一票否决。同时继续严格控制煤炭生产能力增长,暂缓办理核增煤矿生产能力项目,严厉打击煤矿违法违规建设生产能力,加大煤炭供给总量调控力度。

华伟表示,煤炭企业应该主动退出落后产能,尤其是效益差、人员负担重的煤矿,要想方设法有序退出。这对缓解产能过剩可以起到一定的积极作用,也有助于企业减少困难程度、改善经营状况。

建立控产保价机制

不少专家认为,要扭转煤炭产业的窘迫形势,关键要牵住价格这个“牛鼻子”,千方百计稳住煤炭价格,使煤炭价格向理性回归。

华伟认为,在产能过剩问题没有从根本上解决之前,煤炭企业应该形成合理控制产量的运行机制。例如,在春节期间,停产关闭2个月,实行每年生产10个月的生产制度,以解决煤炭供给过剩,煤价非理性下跌的问题。

“煤炭企业困难的本质是价格问

行业观察

在第14届中国国际住宅博览会上,绿色建筑引人关注——

太阳能建筑一体化成趋势

本报记者 秦海波

随着人们对住宅的需求从经济和社会两个层面向环境这个维度延伸,绿色建筑进入人们的视野。在日前举行的第14届中国国际住宅博览会上,太阳能建筑一体化、绿色建筑与智慧能源、人居城市与低碳生活等,成为重要议题。

有数据显示,2014年我国建筑能耗占社会总能耗的41%;在已有的近500亿平方米建筑中,高耗能建筑占了绝大比重。住房和城乡建设部科技发展促进中心总工程师高立新表示,“太阳能建筑一体化是绿色低碳建筑的发展趋势,其技术与应用创新正在提速”。

我国汽车工业正在遭遇汽车产销下滑的“寒冬”。在近日举行的2015中国汽车产业区域经济峰会上,原工业和信息化部总工程师朱宏任表示,我国汽车产业危中有机,对内有不断增长的新空间,对外有实体开放的新机遇,特别是新能源汽车的需求不断扩大,汽车业要把握住转型升级的机会。

中国汽车工业协会的数据显示,今年前三季度,中国汽车产销分别完成1709.16万辆和1705.65万辆,产量比上年同期下降0.8%,销量比上年同期增长0.3%。而去年同期,汽车产量增速为8.08%,销售增速为7.04%。有观点认为,中国汽车业“黄金十年”已接近尾声。

对此,朱宏任认为,产销下滑主要是因为汽车业外部需求不振、国内出口、投资需求都在下降,同时,汽车业成本不断提升,汽车业赋税较重,自身创新能力不强。

虽然汽车行业面临下行压力,但新能源汽车却表现亮眼。中国汽车工业协会的最新数据显示,1至9月中国新能源汽车产销同比分别增长2倍和2.3倍。

尽管太阳能光热作为可再生清洁能源,按目前保有量计算每年可节约4000万吨标准煤。但是,太阳能建筑一体化推动起来并没有预想的顺利。截至今年上半年,全国共有3000余个项目获得绿色建筑评价标识,总面积只有3.5亿平方米。“节能建筑一方面提高了建筑开发成本,另一方面相关鼓励扶持的政策力度还不够。”中国建筑科学研究院高级工程师、国家太阳能热水器质量监督检验中心(北京)副主任何涛表示。

何涛认为,太阳能建筑一体化需要

建筑师、环境工程师、能源专家、管理者、使用者的共同参与和营建。企业层面上,围绕太阳能建筑一体化商机,龙头企业四季沐歌“太阳能+”绿色建筑技术创新行动启动。据介绍,战略由“太阳能+建筑设计、太阳能+多能互补、太阳能+大数据”三部分组成。四季沐歌工程公司总经理张晟耀表示,“光热在建筑领域的应用已探索10余年时间,未来主要方向是太阳能建筑一体化设计、智能控制以及围绕消费需求升级的太阳能建筑科技创新”。

在建筑采暖中,河北经贸大学太阳

能跨季节蓄热采暖被认为是“太阳能+传统常规能源”的突破性创新。以此为例,四季沐歌通过多能复合及热能反向提取等国际先进技术,将春、夏、秋三季阳光储存起来用于冬季供暖,有效减少了建筑采暖温室气体排放。与此同时,张晟耀表示,未来的太阳能建筑一体化不是在现有的建筑上安装太阳能,而是让太阳能从产品变成部品,像门和窗一样成为建筑的一部分,融入到楼体的规划设计中去。

业内专家指出,“太阳能+大数据”会进一步推动城市的绿色发展。云应用正在让太阳能变得更加智慧,从集热量、供热量、散热量,到天气变化、水位变化、用热空间、消费行为变化等等,太阳能内置的智能模块都会运算出数据,同时生成直观的经济节能图表,通过手机客户端传输给终端用户。这些数据反过来会成为绿色建筑、绿色城市、绿色生活的标尺,深刻影响人们的生活。

在2015中国汽车产业区域经济峰会上,新能源汽车引发热议——

汽车业借“新”升级谋转型

本报记者 黄鑫

比亚迪汽车有限公司总经理刘振宇表示,目前比亚迪已经实现了从电池、电机、电控甚至到交流电机的自主生产,部分介入了新能源汽车的城市公交、城市物流、城市建筑、环卫等七大常规领域和四大特殊领域。“从比亚迪目前推出的电动车来看,新能源汽车不但要解决能源和燃料问题,还要解决与现有车的竞争问题,找到自己的优势。”刘振宇说。

中国汽车技术研究中心电动车研发中心博士周能辉认为,目前我国新能源汽车发展产业化加快,技术日趋完善,技术路线多样化,尤其是商用车领域取得了显著优势,商业模式也在不断创新,很多地方都在逐步实施汽车工厂

模式。

“我国汽车业要转型升级,不仅仅是要发展新能源汽车,整个汽车产业还要弥补智能制造、大规模个性化定制、服务化转型的短板。”朱宏任说。

对此深有感触的是陕汽集团董事长袁宏明。今年前三季度,陕汽集团商用车产量降幅在30%,降幅最大的是工程用车和新能源重卡两大产品。“面临这种情况,陕汽在产品结构和市场布局上做了大量调整,保持和行业一致的速度。”袁宏明认为,“十三五”期间,除了应对国内市场的变化,陕汽要更多借助“一带一路”的国家战略,在国际市场寻求突破。建立完善的产品营销体系,实现沿线区域全覆盖。

纵横谈

最近,国内最大的互联网洗车平台E洗车、摩卡爱车等O2O企业大幅裁员并停止多项业务,58到家、嘟嘟美甲等曝出技师维权。网上一份流转颇广的O2O死亡名单显示,餐饮外卖、出行、汽车、美容业、旅游、教育成为O2O企业倒闭的重灾区,不完全统计倒闭的餐饮外卖项目有20多个、社区O2O项目有10多个。

种种迹象显示,曾经风生水起、遍地开花的O2O企业将面临严峻的考验,绝大多数企业中短期内仍然难言盈利。

O2O(Online To Offline),是指将线下的商业机会与互联网结合,其中核心是在网络上寻找消费者,然后将他们带到现实的消费中。近一两年来,O2O风生水起,涌现出众多的企业,其中滴滴快的、携程去哪儿更是成为传统行业的搅局者,迅速积累了大批用户,推动了行业的生产效率。

但是,O2O企业要实现良性运行,必须具有一定的规模,而且互联网的铁律是“赢者通吃”,所以尽快被消费者认知,扩大市场规模便成为O2O企业的第一要务。在这个思路下,比拼烧钱便成为大多数O2O企业的选择。正因为如此,去年资本相对充裕时,不少初创企业融资容易,市场上频频爆出巨额融资新闻。但今年全球股市变脸,投资人收紧钱袋,重提现金为王之后,互联网企业的融资形势也悄然收紧。这让不少O2O企业无钱可烧,资金链立马紧张,企业便很难支撑。

而且,因为之前老有大把的银子送上门来,不少初创企业花钱来便没有那么小心谨慎,甚至心生浮躁,注重市场推广多,实际打磨产品和提升消费者体验便没有那么精细。

不少O2O企业产品同质化严重,产品很容易被复制,企业的核心竞争力不大。比如美甲、外卖等领域的O2O企业,产品高度相似,在烧钱模式下,客观上促成了一些消费者跟着低价走,用户群很难稳固。

而实际上,不少O2O企业成本其实不低。不少洗车平台推出一元洗车甚至免费洗车以开拓用户,但算上交通成本、时间成本,平台还需要另外补贴技师。这种情况下,一旦资金收紧,企业发展便立即堪忧。

总之,不管是什么概念,最重要的是瞄准社会需求痛点,能够让消费者更高效率地享受到同等甚至更好的服务,提升消费者的体验,只要真正集中力量关注和解决这些核心问题,需求也就自然而然汇聚而来。

黄晓芳

京东冷链物流服务全面开放

本报讯 记者纪伟报道:京东集团与美国食品行业巨头玛氏近日签订了冷链物流战略合作协议,今后双方将就供应链、冷链运输配送进一步实现优势互补。同时,京东物流正式对外推出了生鲜冷链物流解决方案,面向商家全面开放,可根据不同的商家信息特征匹配不同的解决方案,此举标志着京东物流全面进军国内生鲜冷链物流配送领域。

京东物流相关负责人表示,面向商家全面开放冷链物流服务仅是个开始,未来京东物流将继续在关键性的温控技术、大数据监测和跟踪等方面深入研究,优化配送工具,深入网点建设,帮助更多的商家解决生鲜电商冷链运输、宅配的问题。

中国运动装备创意论坛举行

本报讯 记者艾芳报道:中国运动装备设计大赛“十年风采”创意论坛日前在北京举行。论坛由中国服装设计师协会和乔丹体育股份有限公司联合主办。

中国服装设计师协会副主席、北京服装学院院长刘元风在论坛上分享了中国运动装备设计现阶段存在的问题及未来走向。乔丹体育服装商品总监孟宪访分享了乔丹体育作为一个优秀的民族体育品牌,对中国运动装备设计领域做的切实推动。乔丹体育总经理倪振年表示,10年磨砺,多年的运作摸索、经验积累,使得这项权威赛事广为人知,这个选拔设计精英的平台更加成熟,设计水准也是逐年提升,大赛的健康成长及其在行业中发挥的积极推动作用令人欣喜。



以“生态江西、时尚麻艺”为主题的2015中国(江西)国际麻纺博览会近日在江西新余举行,本次麻博会参展企业有70家,日本麻协以及韩国、埃及等国家均派代表参会。还有350多家纺织服装企业前来观展、洽谈。图为夏绣表演现场。 张文耀摄