

企 思妙想

山西国新能源担起“气化山西”重任——

煤海里“挺”出个燃气巨头

本报记者 刘存瑞



▲图为天然气调控中心。
▲图为碳四深加工。
▼图为平遥液化天然气项目。
本报记者 刘存瑞摄



让煤炭大省率先“气化”

山西省国新能源发展集团公司董事长

梁谢虎

党的十八届五中全会提出了绿色发展理念,将生态环境质量总体改善作为全面建成小康社会新的目标,要求抓好绿色转型,推进能源革命,这势必为我们从事燃气产业等新能源领域发展的企业带来了良好机遇。

目前,我国天然气产业仍处于起步阶段,潜力足,发展空间大。从产业层面上看,我国将继续加大天然气在一次能源消费中的比重,到“十三五”末提高到10%以上。同时,燃气产业作为治理大气环境、实现绿色发展的重要突破口,必将迎来良好发展前景。从地域层面上看,山西省委、省政府在“十三五”发展规划中提出“做好煤与非煤两篇大文章”,通过转型发展实现新突破。这些战略决策为我们正在实施的“气化山西”战略进一步指明了方向与道路。

众所周知,山西是煤炭大省,其能源结构不仅给山西社会经济发展带来了巨大压力,而且给山西的节能减排和绿色发展也带来了极大困扰。而天然气作为一种清洁能源,可减少60%的二氧化碳和50%的氮氧化物排放,对于生态脆弱的山西意义重大。对于转型中的山西来说,普及天然气已经产生出巨大的经济效益和社会效益,推广使用天然气逐渐成为山西省能源结构调整和循环经济发展的重要途径。

很明显,这对山西来说是一个巨大的挑战,但也蕴藏着更加巨大的发展机遇和转型机遇。国新能源发展集团就是觉察到这一商机和机遇而付诸行动的一个代表。

让山西在全国率先实现“气化”,这是我们在“十二五”期间进行的探索,目前,我们已初步实现了这一目标。“气化山西”,既是一场空前的新能源革命,也是山西破解“资源性经济困局,破解生态环境瓶颈,走循环经济路径,致力能源企业转型,实现城乡绿色发展的必然选择。同时,也是我们企业必须完成的一项造福于民的生态工程。

“气化山西”本身就是一个巨大的产业工程,发展前景十分广阔。我们要通过主干和支线管网建设,不仅要沿高速公路的经济带,而且还要向东西两边辐射,使省级管网达到互联互通,把国家过境天然气和煤层气、氢气等气源串到一起,真正实现管网互通、气源互补。在具体目标上,首先实现全省119个县(市、区)全部用上天然气;其次是全省大力推广城乡经济等全部使用天然气,包括新农村、公共服务业,压缩天然气加气汽车、载重车和公交车、出租车等,实现气化运输通道,以及全省的优势工业企业,如装备制造、新型材料和食品制造等十大产业集群。

今后,我们将以发展环境生产力为己任,以高碳能源低碳化利用为战略目标,紧紧抓住“打造新兴产业、服务山西经济、实现节能减排、服务低碳生产力、服务低碳消费、用足用好低碳政策、提供优质资源”这条主线,全面推进以低碳为特征的新型产业发展,全力推进全省燃气管网建设和天然气综合利用工作,积极推进“气化山西”进程,争做山西省全面转型的先锋队、加快跨越的排头兵、环境生产力的先行者,早日实现“气化山西”这一宏伟目标。

冷眼观企

“以天然气代替烧煤效果怎么样?”面对记者的提问,山西省清徐县徐沟镇东南坊村村民朱瑞彬用“不解”的目光盯了记者几秒钟,哈哈一笑,“当然方便多了,不仅省钱还省时省力。煤气都没它劲儿大,烧壶水比煤气少用5分钟,一天花1元钱就足够了”。

自从用上天然气,东南坊这个曾经的烧煤村如今变成了天然气安全用户示范村。村民月支出由用煤时的55.5元,降低到用气后的24元,其好处也为村民们津津乐道……

在刚刚过去的2015年,煤炭大省山西气化覆盖率达到52%,全省有104县(市、区)的550万户居民用上了燃气。

“‘十二五’期间,我们初步完成了‘气化山西’的第一步目标,在山西基本形成了开发利用燃气产业这个新能源的链条,企业也实现了转型跨越式发展。”气化山西主力军——山西省国新能源发展集团有限公司董事长梁谢虎告诉记者。

一个艰难的抉择——

谋“气”而动

山西“多煤少气”。因为多煤,山西为我国的经济社会发展和国家的能源安全做出了巨大的贡献,但也陷入了经济结构过于单一的“资源性经济困局”。尤其是近年来,作为燃煤大省的山西遭遇了前所未有的绿色转型压力。山西省国新能源发展集团公司是如何在山西这个“能源堆”里闯出了一条开发利用新能源的发展路子的呢?

山西省国新能源发展集团公司组建于2008年,前身是山西省乡镇煤炭运销公司,也就是搞煤炭运销的一家中小型企业。当时,山西全省有8大煤炭集团和2家大型煤炭运销企业。这么多有实力的企业都扎堆儿在煤炭行业,竞争的激烈程度可想而知。

是继续在老本行里摸爬滚打、苟延残喘,还是寻找新的出路,谋求转型发展?这一选择摆在了新组建的国新能源发展集团公司面前,更摆在了当时刚刚从山西煤炭运销公司阳泉分公司经理位置上调来的新老总梁谢虎面前。

“这确实是一个艰难的选择。我们审时度势选择了后者,并确立了以‘气’为核心的转型发展路径,走一条高碳能源低碳

化利用的道路。”梁谢虎说:“山西有气,气源还很丰富。不仅有过境的天然气,还有采煤伴生的副产品煤层气、炼焦产生的焦炉煤气以及氢能源。不过,在过去很长的一段时间里,这些都被煤炭的光环掩盖了。”

我国在“十二五”能源规划中提出,在“十二五”末,天然气占一次能源的消费比重由4%提升到8%,天然气使用量超过2500亿立方米;要实现4亿人口能使用上天然气,要建设1000个分部式能源项目,相当于5000万千瓦的电力装机容量,可节约1.5亿吨煤炭,从而减少二氧化碳排放7711万吨,减少二氧化硫排放428万吨。这无疑让国新能源集团公司从中看到了商机。

梁谢虎告诉《经济日报》记者,2009年5月,国家能源局和山西省发展改革委在太原主持召开国新能源集团能源产业发展规划座谈会。会议期间,国新能源集团把企业的主导产业确定为天然气、煤层气、焦炉煤气利用开发及氢能源的产业开发。在山西省首次提出“四气合一”产业发展战略。同时,还将企业定位为新能源的追求者、节能减排的推进者、低碳经济的探索者。

一个远大的目标——

“气”化全省

这一选择,在2010年上升为省级发展战略。当年,山西省委、省政府在规划新的经济发展战略时,明确提出,要用5年时间初步实现“气化山西”,即利用煤层气、焦炉煤气、煤制天然气和过境天然气等清洁能源,满足人民群众的生产生活所需。这标志着山西这个煤炭大省、能源大省从燃煤时代向燃气时代的华丽转身。而山西省国新能源集团提出的“四气合一”战略与“气化山西”的核心内涵不谋而合。山西省委、省政府要求山西省国新能源集团公司承担这一重任,并给予了拥有100亿立方米天然气独家经营权及200亿立方米混合燃气资源主导运营权。

实现“气化山西”,一要有完善的管网,二要有可靠的气源。为此,山西省国新能源集团提出了“气源多元互补,管网纵横贯通,科学有效管理,全面加快实施”的发展思路,着力构建了“一体两翼”的战略格局,即以山西天然气股份有限公司为主体,山西煤层气集输公司和山西压缩天然气集团公司为两翼,由主体负责省级燃气管线的大建设、大调控、大安全;两翼

分别负责煤层气进入管网的大贯通和瓦斯气的提纯液化以及在全省运煤通道的压缩天然气加气站全覆盖,实现“气化山西”的战略大合围。

如果说天然气管道的铺设到位是“气化山西”的前提条件和载体,那么确保气源充足是检验“气化山西”成功与否的一个至关重要的标准。

在保障气源安全上,山西省国新能源集团公司构建了以中石油陕京线系统、西气东输系统为主供气源,煤层气为备用气源的多气源供应格局。同时,还积极致力于全省天然气综合利用工作,将“燃气资源混合燃烧”发展战略纳入了发展规划。其中,气体混合是该公司实施“气化山西”战略的一大创举,就是将天然气、煤层气、焦炉煤气和氢气统筹考虑,联合开发,形成山西独特的多元互补的气源结构,也是“气化山西”的根本保障。

一个振奋的成果——

由“气”而利

“气化山西”的战略部署对全省来说,既是热点,也是难点。热点体现在各级政府都行动起来了,难点是在如何创新发展上。

“目标已经明确,我们必须真抓实干,马上就办。”梁谢虎说。2012年至2015年是山西省国新能源集团公司实施“气化山西”战略大展拳脚和大见成效的4年,不仅建设了10000公里的输气管网,而且启动建设了三大“气化山西”的基础性工程项目。一是由国新能源集团与古县正泰煤气化有限公司共同投资建设的焦炉煤气合成天然气项目建设启动,总投资2.5亿元,采用西南化工设计研究院自主研发的“焦炉进化、甲烷化、分离”等国内领先水平的专利技术,年合成天然气1亿立方米,这也是我国首个焦炉煤气综合利用示范项目。二是由国新能源集团总投资30亿元的首个国内煤层气、天然气综合利用示范园区在寿阳县开工建设。园区采用设施综合布局、能源循环利用、环境友好协调的设计理念,包括2×60兆瓦热电联产项目、日处理150万立方米低浓度煤层气提纯液化项目和煤层气综合利用项目。三是国新能源平遥液化天然气项目建设。这三大项目为山西由燃煤时代向燃气时代的转变提供了优质绿色动力。

在古县的国新正泰焦炉煤气制备天然

美团大众点评网:大数据勾勒“大钱景”

本报记者 崔国强

近日,美团外卖APP通过大数据分析国内不同城市用户的外卖消费习惯,对外公布了各大城市的外卖消费特点。根据美团外卖对“各品类外卖订单量最高的城市”统计发现,除了订餐外,北京市鲜花蛋糕销量远超其他城市,稳坐“最浪漫”城市宝座;广州市在超市商品方面订单量最高,夺得“最居家”城市的头衔;上海市则在甜品饮料方面战斗力惊人,全年点出909727份外卖,夺得“最甜蜜”城市头衔。

自2010年3月4日上线以来,美团网用户数已经超过两亿。这些用户在美团上吃掉了7亿顿饭、住了7000多万间酒店、看了3亿场电影、收到了1.4亿份外卖,累计花费超过800亿元,而美团网则为用户节省了1100多亿元。

美团大众点评网究竟是如何成为近6亿用户“吃喝玩乐好帮手”的?

答案正是大数据。

2015年,美团大众点评网交易额达1800亿元左右,覆盖城市达1200座以上,累积用户近6亿。其中,美团外卖在白领和校园两大市场均实现份额第一。

对于用户来说,借力大数据,无疑是进行优化筛选的最佳利器。相比于价格上的优惠,口味与口碑的软性服务显然更具有用户黏性。

对于企业来说,大数据则为企业全方位的提升提供了更加明确的判别指标。以餐饮企业为例,新开店的传统判断指标是客流量、房租价格等,从美团网大数据平台上能看到真实的消费数据,如消费频次、消费习惯等。此外,大数据还能实时反映和汇总餐厅的产品、服务问题以及销售数据,便于改善经营管理。

武汉的大溪烤鱼就是这样从一个美团网上成长起来的餐饮品牌。目前,该餐厅

已经从一家烤鱼店扩张到3家门店,并成为当地每天都要排队等位的热门餐厅。“大溪烤鱼会依靠美团商家后台上的消费者评价来进行产品质量以及前厅服务的考核,非常直观有效。我们努力对每条评价进行回复,尤其是不放过任何一个差评,根据差评来追查问题,改善服务。每个门店的原材料采购也会根据美团的销量曲线,来对应计算需要购买多少活鱼和其他材料。就算每天不来店面,只要通过商家版客户端监测到大溪烤鱼在美团上的一个套餐,就能知道销售额是上涨还是下滑了。”大溪烤鱼负责人如是说。

大数据的另一个重要功能是对市场走势进行预判,并结合营销手段提振消费。

近日,美团猫眼电影与大众点评电影业务完成整合,今后双方产品、品牌将保持独立运营,后台数据将全部打通,接入统一的数据平台。“我们鼓励用户发布更

多信息,利用这些信息,猫眼电影就能更清楚地知道消费者的喜好,预测票房,即‘通过用户画像锁定潜在观众,解构用户消费行为,通过映后评价释放票房潜力’三部曲。”猫眼电影负责人介绍说。

正是充分运用大数据并不断提升用户体验,猫眼电影对影院的票房贡献占比超过90%,覆盖城市多达400余个。猫眼电影现覆盖全国影院超过5000家,日活跃用户数超过1000万,覆盖电影购票用户数超过1亿,成为行业第一。

而今,美团网又开始布局新的大动作。2015年11月,美团外卖宣布进行全面品牌升级,正式提出打造“全品类”和“配送”的概念。“虽然美团外卖平台上的品类比较齐全,但是超市购、送药上门等服务接入的商家还为数不多,2016年拓品类将成为美团网外卖平台的重要任务。”美团网有关负责人说。



山东省枣庄市市中区近年来注重引导发展“科技型实用型”“工作轻型”的纺织、玩具、电子等门类“多元型企业”,有效解决了城镇人员和农村剩余劳动力的就业问题。图为当地一家乐器厂的职工在查看生产的吉他产品质量。

孙中喆摄(新华社发)