

晋能控股集团正式挂牌成立,资产总额达1.11万亿元——

战略重组打造“能源巨头”

本报记者 梁 婧 通讯员 吴 玲

慧眼观企

一架架适用于不同煤层厚度的高端液压支架排成整齐“方阵”,在阳光下熠熠生辉;不远处取得欧盟CE认证、德国TUV专用检测认证的圆环链,与各类先进装备摆在一起显得威风凛凛……在第六届中国国际煤炭清洁高效利用展览会上,新成立的晋能控股集团有限公司首次亮相国际性展会,并通过高端装备产品的展示,充分展现出现代能源企业“创新、绿色、卓越、高效”的新风采。

晋能控股集团是联合重组同煤集团、晋煤集团、晋能集团,同步整合潞安集团、华阳新材料科技集团相关资产和改革后的中国(太原)煤炭交易中心的企业,集团于今年10月30日正式挂牌成立。此次跨行业、产业链的整合,不仅是山西省属国企新一轮战略性重组的重大节点,也是山西省能源行业改革发展史上的一个重要里程碑。



目前,重组工作正在有效地按照山西省委、省政府重组方案时间节点认真推进和组织实施。

“晋能控股集团将全力推进整合重组后续工作,认真完成好今年的目标任务,积极筹划明年各项工作。”郭金刚表示,重组后的晋能控股集团将以“构建成在国内乃至全球具有举足轻重地位的高科技、高效率、智能化、环境友好型现代能源旗舰劲旅”为发展目标,全力建设“创新、绿色、卓越、高效”的国际能源集团,为山西省高质量发展作出更大贡献。

目前,晋能控股集团已完成对山西科学技术研究院有限公司和中国(太原)煤炭交易中心有限公司的揭牌,其他整合重组工作将继续按照山西省委和晋能控股集团党委的决策部署,在既定时间节点内积极稳妥推进有关公司的手续办理工作,确保高质量完成企业整合重组工作。

握指成拳—— 破解同质化竞争难题

10月30日,晋能控股煤业集团运销总公司收到了第一笔从划转煤矿打来的煤款,这标志着划转煤矿的原销售合同已陆续废止,重组后的晋能控股集团已经全面运转。

“相比较过去每年2亿多吨的煤炭销售量,重组后增加到4亿多吨,大大提高了市场份额。”晋能控股煤业集团运销总公司副总经理黄永明表示,目前实行同地区、同流向、同质量、同价格的措施,避免了不必要的煤炭价格恶性竞争,在市场竞争中形成了有效话语权。

业内人士表示,对山西省属煤炭企业实施深度改革重组,组建晋能控股集团,是从本

图① 晋能控股煤业集团同忻煤矿综采一队技术主管全小军(右)带领工作人员操作煤矿智能化系统。
图② 采煤机正在割煤。
洪 浪摄(中经视觉)



点评

山西国企改革“改”出新气象

梁 婧

山西之长在于煤,山西之困亦在于煤。山西转型发展,煤炭企业首先要带头转型,在持续做优做强煤炭产业的同时,培育若干与煤炭并驾齐驱的战略性新兴产业,从经济结构上真正破解“一煤独大”的局面。

晋能控股集团有限公司揭牌仪式的举行,标志着历时6个月、涉改资产2.6万亿元的山西省属国企新一轮战略性重组基本收官。经过战略重组,新兴产业企业大幅增加,国有资本布局更趋优化。重组后的山西国企,奏响了一曲让“改”更加彻底、让“破”更有分量、让“立”更加稳固的铿锵之音。

“根上改”“制上破”“治上立”,是山西此次国企改革的总体要求。新一轮改革重组朝着“专业化重组、市场化整合、板块化经营”的方向推进,不是简单的“归大类”和“拉郎配”,而是依托山西比较优势进行科学的顶层设计,通过一系列战略性

重组,让国有企业在传统产业领域迭代升级。

就目前观察来看,山西新一轮国资国企改革呈现五大特点:

一是国资监管体制改革效应已经显现。以山西省国有资本运营有限公司承担出资人职责、行使“管资本”为核心的改革,建立了独特的“品”字架构,推出了一系列改革,成效正在逐步释放,转化为转型效能和企业效益。二是国有资本布局更趋优化。国有企业经济运营情况不断优化。三是国企重组更趋科学。山西省属企业在做强做优钢铁、煤炭、装备制造、建筑等传统优势产业的同时,加快向信创、大数据、半导体光伏等领域发展,培育形成新兴产业集群,“一煤独大”正在向“八柱擎天”加速转变。四是山西省属国企将全力构建现代国有企业制度。重组整合后的省属国企不但要做大,还要做优做强,全面深化改革,

持续构建现代企业制度、完善治理体系,提升治理能力是国企改革的不懈追求。五是深耕细作,提质增效,提升行业核心竞争力。山西新一轮国企重组阶段性收官,下一步将重点在降本挖潜、提质增效上发力,切实增强企业竞争力。

当然,也应该认识到,仍有许多深层的矛盾与难题亟待破解。改革未有穷期,必须进行到底。从“夯基垒台”到“积厚成势”,这是改革的必经路径。国企要有活力、动力和竞争力,就要向能源革命方向进军,向新兴产业方向集结,就是要与时俱进,紧跟全球科技和产业变革趋势,并以一马当先的魄力引领转型发展。

山西国企此番战略性重组,深度破冰、立柱架梁,在“转型发展上率先走出一条新路来”的实干中,一定能改出一片崭新天地,为我国国企改革提供有益探索,为山西高质量发展书写壮丽篇章。

质上破解“一煤独大”局面的重大举措,将有效破解山西煤炭各自为战、大而不强、同质化竞争严重的困局。一方面,有利于山西省发挥煤炭作为传统支柱产业在战略性新兴产业培育成长过程中的有力支撑,提升对战略性新兴产业的吸引力 and 凝聚力;另一方面,将推动整合各方先进科技资源,加快关键技术突破,提升绿色发展水平。

“重组后,晋能控股集团统一管理全省300多座煤矿资源,大幅度提升市场话语权和主导权,带动山西煤炭产业链整体质量效益提升。”晋能控股集团副总经理、晋能控股煤业集团有限公司总经理王存权说,重组既是深化国企改革、推进山西能源企业优化布局结构的必然要求,也是推动能源结构调整转型升级、防范和化解煤炭煤电产能过剩的重大举措。

据了解,重组后的晋能控股电力集团装机容量位居山西省第一,拥有火电、水电、风电等多种发电类型,能有效破解煤电价格矛盾等问题。“煤电产业的深度融合,充分发挥了企业的规模优势、比较优势、煤电协同等优势,把能源优势转化为电力优势,把电力优势转化为电价优势、经济优势和转型优势,让煤电行业进入了更可持续、稳定发展的状态。”晋能控股电力集团党委副书记、副董事长、总经理刘会成说。

除了煤电强强联合,煤电联营之外,此次重组成立的晋能控股装备制造集团也格外引人注目。整合重组前,山西各大省属煤企都有自己的煤机装备制造企业,但相应市场普遍局限在各自领域,体量小、实力弱。此次整合重组,目的就是破解装备制造产业布局分散,市场内部化、同质化严重,以及无序竞争的不良格局,构建形成“大团队协同生产、大规模定制服务”的运营体系,为对接大市场、承接大订单、开展大修提供保障,充分展现产业集群实力。

做强专业—— 打造高端化“智”造产业

晋能控股集团组建后,将按照“集团化管控、板块化运营、专业化发展”的思路,倾力打造高科技、高效率、智能化、现代化、环境友好型现代能源企业,实现企业高质量发展。整合重组后成立的晋能控股煤业集团将通过稳步实施煤炭“减”“优”“绿”发展战略,为山西省乃至全国推动煤矿装备向智能化、高端化发展发挥示范引领作用,进一步支撑战略性新兴产业的培育和成长。

“整合重组不是资产、队伍的简单合并,更多的是人才、技术的融合提升。煤矿智能化对于提升煤矿安全生产水平、保障煤炭稳定供应具有重要意义。”晋能控股煤业集团塔山矿研发中心主任刘宏杰表示,煤炭对于能源大省山西来说有着特殊的意义,此次晋能控股煤业集团公司成功组建后,煤炭产能约4亿吨,成为世界第三大煤炭企业。下一步,将通过建好矿、建大矿,加大减量重组、产能置换、产能核增力度,有序淘汰落后产能,提升先进产能占比。同时,探索5G网络在煤矿通信、管理、生产、销售、安全、监测等方面的应用落地,推动煤矿装备向智能化、高端化发展,努力建成多种类型、不同模式的智能化煤矿。

“整合重组是优化资源配置、提升竞争力的重要手段。重组后,集团将大部分电厂集中到一起,有助于进一步优化现有电力产业布局。”晋能控股电力集团塔山发电有限公司发电部部长袁国生介绍,该电力集团将加大整合优质煤电资产,科学规划建设煤电一体化项目,调整优化煤电产业结构,促进煤电协作;将着力发展一批单机容量百万千瓦的大型坑口燃煤电站、外送通道节点电站和煤矸石综合利用电站,建成综合能源大基地;将聚焦电力行业前沿技术,联合知名高校、科研院所,建设国家级重点实验室,对电力产业的关键技术瓶颈进行重点攻关。到“十四五”末,晋能控股电力集团电力装机容量力争达到5000万千瓦,确保4500万千瓦,新能源装机规模将达到1400万千瓦。

随着晋能控股集团的挂牌成立和整合重组工作有序推进,近日,晋能控股装备制造集团公司签订了首个超2亿元高端液压支架制造和检修订单。

依托企业大平台,新设成立的晋能控股装备制造集团已完成省内47家装备制造企业的重组整合,拥有460多项自主知识产权,产值达100亿元。生产设备种类涵盖煤矿、电力、化工等领域,从技术、产能、产品种类、质量等各方面,可满足晋能控股集团煤炭板块各区域所属矿井的各种装备需求,并且覆盖全省高端煤机制造,提供高标准、高品质、高附加值的精准定制产品。

据了解,“十四五”期间晋能控股装备制造集团将按照“一核、两翼、多点支撑”的思路推进公司发展。“一核”即以能源装备为核心,“两翼”即以高端产品、优质服务为两翼,“多点支撑”即在整合现有装备制造资源的基础上,建设多个制造基地,力争到2025年实现“山西制造”向“山西智造”的转变。

“提高销售量要不要请网红做直播?不开直播生意还能不能做?”这成了今年很多企业家、创业者关心的问题。面对成交额动辄过亿元、坑位费高得惊人的直播带货行业,即便是精明的商家心里也难免打鼓。

不过,记者发现一些重视粉丝积累的企业已经找到了营销窍门,通过微信、QQ、快手、虎牙、微博、知乎等社交平台把生意做得风生水起。

“从2016年底公司创立开始,我们就在微信设立了店铺。”杭州认养一头牛生物科技有限公司创始人孙仕军说,该公司创新营销方式,通过微信公众号的图文内容展示养牛过程,让消费者随时了解牛的生活状态,同时通过“有赞店铺”开展客户运营,拉近消费者与生产者的距离,建立消费黏性。

“我们不想把‘认养一头牛’做成简单卖牛奶的公司,而是要让消费者看到牛生活、产奶的环境,为消费者提供更多有价值的信息。”孙仕军说,目前该公司微信公众号每篇阅读量过万,还经常与消费者互动,这样以消费者为基础的私域流量可以让客户变成用户,这是基于搜索、兴趣分发等渠道做不到的。

对网红直播带货和自己的微信客户群,安路零售集团专业运动品牌群零售负责人黄德华表示,“几年前安路就在电商平台开展直播,但网红直播带货以价格为核心,很难获取利润,更多是起到品牌宣传作用,因而不可能长期做。如果要做直播,还是需要自己的主播。”黄德华说,传统线下企业有两个优势,一是多年沉淀的会员,二是几千家或上万家门店。如果能够把这些会员、到店客流转化为忠实用户,品牌就会拥有十分可观的私域流量。

当前,新冠肺炎疫情加速了商品线上销售的产业链整合。企业最有效的线上化做法,就是将线下顾客变成线上好友,对接线上销售,之后再将订单交给线下处理。

这不是与线下门店竞争的新电商渠道,而是充分利用互联网将线下生意做得更好。像认养一头牛、安路等企业一样,很多优秀商家的经营平台并不单一,新品牌的崛起不断依靠多平台力量。为了帮助商家覆盖更多的消费场景,电商平台软件服务商“有赞店铺”几乎打通了国内所有大流量APP,包括微信、QQ、视频号、快手等近20家平台。

以私域流量为基础,商家们已摸索出很多“玩法”。比如一些连锁商家利用总部直播联动分店直播带动门店销量,一些商家发起联合活动,几个品牌一起直播,进行私域流量互换互助互利。

业内人士判断,线下规模较大的零售企业未来业务构成会是“532结构”:50%是线下,30%是平台电商,20%是私域流量。私域流量为企业建立起销售渠道,依托消费黏性可以带货更多的品类。这就是私域流量为企业带来的生意,如果将这些资源细分为常客群、到店群、高消费群等,运营就可以变得更加精准。当前,私域流量已逐渐让企业与客户之间的关系更加紧密,这一特点也成为企业拓展销售渠道的选择。

得物APP聚焦年轻人消费市场——

“社区+电商”捧红国潮品牌

本报记者 李治国

“得物APP努力探索中国传统文化与潮流生活的结合,试图了解年轻人的消费偏好、习惯和规律。”近日,新社交电商平台得物APP创始人兼CEO杨冰在2020“首发经济引领性本土品牌”新品集中发布会上表示,作为扎根上海的企业,得物APP将大力支持上海进一步做大做强首发经济,加快打造全球新品首发地,积极培育孵化本土新品牌,加快国际消费城市建设。

在杨冰看来,传统国货具备深厚的文化底蕴,但想要吸引更多年轻消费者,则需要用新艺术手法“赋能”和“激活”。今年上半年,上海“五五购物节”举办期间,得物APP就发起了国潮设计大赛,搭建国潮品牌方和优秀设计从业人员互相选择的孵化平台,帮助国潮文化创意企业提升在原内容生产、设计和商业模式创新上的能力,同时对老字号进行设计赋能,让“Z世代”与凤凰自行车、六神花露水、英雄钢笔等老字号品牌碰撞出新火花。

“知名国潮品牌GUUKA、PSO、FYP等将设计作品转化为十余款商品,并于今年秋季在得物APP上进行新品首发,形成了国潮品牌孵化的新模式。”杨冰表示,新的“赋能”方式,加速了时尚服装、饰品产业原创设计、工艺改进、品牌定位和商业模式创新步伐,同时也推动了国潮文化创意企业的发展。

在杨冰看来,国潮文化兴起是年轻人文化自信的表现。同时,国潮文化的发展也与新社交电商平台的推动相关,平台通过不断引入国潮和设计师品牌打造原创品牌集聚地。以得物APP为例,今年已上新架国潮品牌商品近2万款。

今年9月,汉服品牌“栗”入驻得物APP,一方面在得物社区普及汉服文化、与用户交流分享汉服穿搭,同时也在交易板块销售汉服商品,让千年服饰与年轻人“同袍”。不同于其他电商平台,得物上聚集了大量的年轻消费群体,因此“栗”品牌选择入驻得物社区,并将得物作为部分商品的独家首发地。

通过抓住“社交化”触点,以得物APP为代表的垂直电商逐渐掌握了年轻人的消费习惯。消费者在社区发现商品,到交易板块购买商品,再回到社区写下评论,交流消费体验。通过社交行为,用户们不断“种草”“拔草”,构建从“了解”到“获取”再到“交流”的年轻消费新生态。

业内人士认为,相对于传统电商,“社交型电商”作为一种新业态,兼具了“电商”和“社区”属性因而受到年轻消费者喜爱。得物APP通过“社区+电商”双业务模式,不仅满足了年轻一代的消费需求,也为国潮消费提供了新平台,打造了新场景。

本版编辑 李 景

零售企业将线下客户转化为线上流量——

私域流量变成销售增量

本报记者 余 颖