

强主业、减辅业、优结构、除包袱——

长庆油田“磨刀石”里榨出油

本报记者 赵梅

长庆油田勘探总面积约20万平方公里

已累计发现48个油气田

2021年营业收入1472亿元

2021年

原油生产……2536.01万吨
天然气生产……465.43亿立方米
均创油田历史新高

油气当量……6244.63万吨
刷新国内油气当量纪录

企业漫谈

当前,共享充电宝在商场、景区、餐饮、娱乐场所乃至大学教学楼等多场景的渗透率越来越高。在快速扩张的同时,共享充电宝企业面临的盈利模式单一,行业竞争加剧,消费者对价格上涨、归还难诟病增多等问题日益凸显。

为了缓解压力,在优质点位入场费和商家分成不断提高导致成本攀升的情况下,越来越多的共享充电宝企业尤其是头部企业开始在直管模式之外,探索代理运营模式。让更多的本地代理商参与,向三四线城市渗透,实现控制成本、拓展市场、转嫁风险,这是共享充电宝企业推广代理模式的目标。然而,代理模式有其短板和弊端。比如,代理商很难做到每个点位都签独家,一个点位出现几个共享充电宝品牌竞争的情况不可避免,因此代理商收益不易保障;代理商急于做市场推广,容易出现乱收费、服务品质下降等现象,导致部分用户把不满归咎到共享充电宝品牌;一些代理商铺货困难,难以回本,不可持续;等等。

事实上,不管是直管模式还是代理模式,品牌的核心竞争力是共享充电宝企业盈利的关键。对于点位而言,除了收益分成、后台操作便捷、设备耗电量之外,还在意能否通过共享充电宝品牌获得展示和引流。要想获得更多优质点位,企业和代理商要重视和满足点位的需求,从而提高品牌的市场占有率。对于消费者而言,相对于琳琅满目的产品,更加注重是否能享受到优质服务。企业和代理商应通过制定合理价格、提供“易借易还”渠道等方式,提升用户黏性,并吸引更多消费群体。

据预测,共享充电宝市场规模目前已达到百亿元,未来还将持续增长。面对广阔的发展空间,共享充电宝企业充分利用大数据拓宽渠道,不断提升自身的市场竞争力,应是企业盈利的可靠基础。

(作者系广东外语外贸大学南国商学院教授)

本版编辑 刘佳 向萌 美编 夏祯

共享

王毅

长庆油田陇东油区页岩油钻井现场。(资料图片)



中国石化长庆油田日前宣布:2021年,陇东油区油气当量首次突破1000万吨,原油产量增长占长庆油田原油总增量的70%,这标志着甘肃庆阳千万吨油气生产基地建成。

庆阳是长庆油田的主产区和发展地。1970年,长庆油田在庆阳组建成立,之后逐步走上了建设“西部大庆”的融合发展之路。长庆油田勘探区域主要在陕甘宁盆地,勘探总面积约20万平方公里,迄今已累计发现48个油气田。

通过科技自强和改革创新,长庆油田找到了传统石油工业转型升级的“金钥匙”。2012年,长庆油田跃居我国第一大油气田;2021年,油气当量达到6244.63万吨。

上得去、稳得住、可持续

长庆油田开发的是国际上典型的低渗、低压、低丰度“三低”油气田,其显著特点是“井井有油,井井不流”,含油的岩石坚硬致密,被称为“磨刀石”。

“要从这样的石头里打出油来,真的是干毛巾里挤水,石头缝里榨油。”长庆油田公司油气工艺研究院院长张矿生说。

从“磨刀石”里榨出油的关键技术是压裂,通过给地下几千米深的岩层施加压力,产生裂缝,让藏在岩石里的石油流出来。

“可溶球座是压裂的重要工具,能够让地下全井段改造更加充分,形成更多裂缝,并且作业后全部自动溶解。”张矿生拿着一个长约40厘米的银色圆柱体告诉记者,“为了这个能溶解的宝贝疙瘩,我们与国内高校合作研究,重复了几百次筛选材料、设计、合成、加工、测试的过程,终于攻克了具有自主知识产权的油气行业核心技术。”

可溶球座技术2018年进入现场试验,2019年开始大规模应用,大幅提高了石油单井产量,油气开采深度从以前的1000米延伸至5000米以下。“单井产量由以前的每天10吨提高到18吨,而单井工程建设成本从近4000万元下降至2000万元。”张矿生说。

企业要发展,科技是利器。如今,国际上油气压裂最先进的技术已在长庆油田实

现低成本创新,系统化配套、工业化应用。

陇东地区是长庆油田增储上产的主战场。近年来,长庆油田在陇东地区先后探明5个亿吨级油田,发现了我国目前探明储量规模最大的10亿吨页岩油田,但页岩油田地质条件复杂,勘探开发难度很大。“核心技术是买不来、讨不来的,即使再难也要攻克。我们锚定油气科技前沿,建立低渗透国家工程实验室,集智攻关。”中国石化长庆油田公司执行董事、党委书记何江川说,通过运用三维地震关键技术为黄土塬区地层做高精度“CT”,突破了巨厚黄土层的重重阻隔,实现了油气发现的精确制导;水平井优快钻井技术相当于给钻头装上“导航系统”,做到打得快、打得准、打得好,让“多井低产”变为“少井高产”;综合稳产方案延长了油气藏的开发寿命,实现了“上得去、稳得住、可持续、高质量”。目前,庆阳建成了国内首个百万吨页岩油示范区,多项工程技术指标迈入世界领先行列。

在以先进性和实用性为主线持续开展技术攻关的同时,长庆油田大力开展数字化智能化建设,进行精细生产管理,全力提升效益产量。

“以前,每口井都要盯着视频一个个巡检,现在用了AI视频智能分析系统后,有问题系统会自动弹窗,提示重点包括泄漏、烟雾等。”长庆油田分公司第二采油厂采油三区工程师韩磊说,采用数字智能化系统后,可以进行油层研究、井筒分析治理等工作,产量监控重点报表会自动生成,产量实现自动分析,减轻了人工劳动强度,节省了时间,提升了效率。

“我们让地下的油气资源‘看得见、摸得着、管得好’。‘地面机器人、天上无人机’的巡检模式解放了职工的眼手脚,‘梦想云’‘数据湖’成为油田海量数据处理的‘中央厨房’。”何江川说,长庆油田集纳国内外上千项先进适用技术,建成我国第一个数字化油气田,将分散在大漠深处、梁峁之间的12万口油水井、2800座站库、8万公里管线及上百万台生产设备装进计算机、接入互联网,实现了自动操控、远程管理和智能指挥。目前,长庆油田油气田数字化管理覆盖

率达到98%,有1200多个站场实现无人值守,采用机器人巡检、无人机巡线,油气生产方式、管理模式向新型工业化转型。

用“物理变化”催生“化学反应”

将输送来的原油进行三相分离、沉淀、净化、加温等一系列工艺流程后输出净化油,是长庆油田第二采油厂温台作业区岭一联合站副站长杨晓峰每天的工作。

杨晓峰以前在长庆油田矿区事业部涇渭苑物业服务处工作。2015年,油田进行机构改革,他参加了公司组织的技能培训,拿到安全上岗证后,被分配到第二采油厂温台作业区岭一联合站,成为一名采油工。

“如今,我的工资翻番了,还可以晋升职称。自己对未来有了规划,只要努力,一定会有更大的发展空间。”杨晓峰说,改革给他带来了机遇,提供了平台。

杨晓峰是长庆油田推进改革创新,探索“油公司”模式的典型代表。“油公司”模式是以采油厂为生产主体,把每个项目的勘探、运输、供销等分类,实行市场化运行模式。该模式以“主营业务归核化、组织机构扁平

化、辅助业务专业化、运行机制市场化、生产管理数字化”的“五化”管理模式为核心,进行重点改革。

在改革中,长庆油田集中资源做好主营业务、创效业务,逐步退出不具备竞争优势、缺乏发展潜力的非主营业务,推进主辅分离、专业化重组,全面推进市场化的定价机制和运行机制。同时,推进机关“大部制”改革,推动职能综合化配置,系统压减管理层级。

“我们运用‘加减乘除’改革创新,强主业、减辅业、优结构、除包袱,打破‘大而全、小而全’的业务结构。3万人转岗油气生产一线,主业从业人员占比达到89%,主业投资占比达到95%以上,实现了集约高效发展。”何江川说,主业归核,让企业握指成拳,打出的力道更足更强。

“我们计划于2025年初建成国内一流、国际接轨的中国石油特色的‘油公司’管理模式。”长庆油田人事部主任黄杰说,长庆油田以“油公司”模式为目标,努力通过管理方式上的“物理变化”催生质量效率的“化学反应”,走出一条质量更高、结构更优、动力更足、效益更好的发展之路。

吉利汽车持续发力新能源

本报记者 杨忠阳

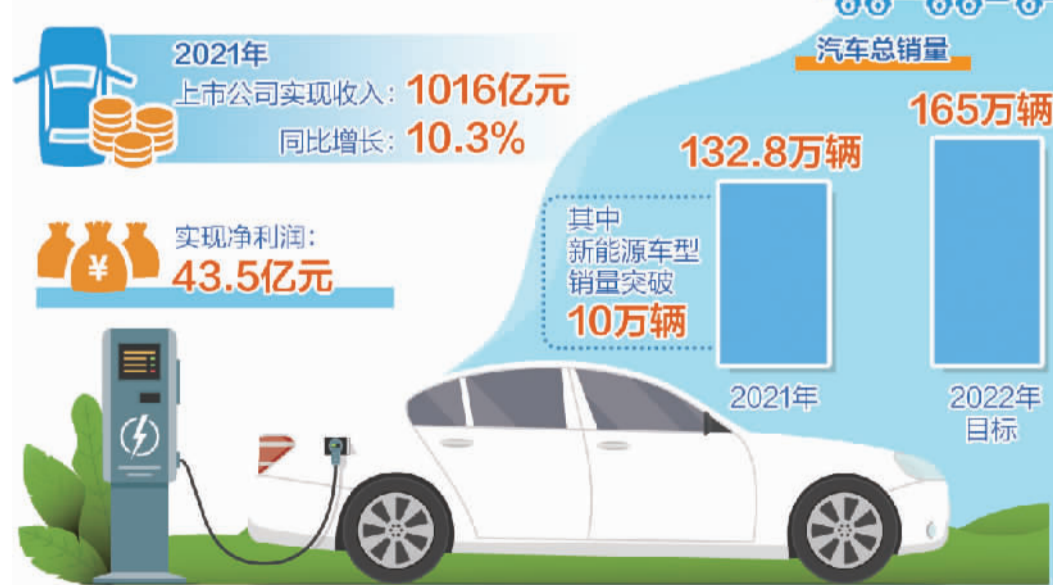
吉利汽车控股有限公司3月23日发布年度财报显示,2021年上市公司实现收入1016亿元,同比增长10.3%,净利润43.5亿元。吉利汽车集团高级副总裁兼CFO(首席财务官)戴庆表示,“得益于产品结构优化、技术输出、合营公司发力等原因,2021年上市公司盈利能力提升,总现金上升46%,股息支付率提升至35.3%,达到历史最高水平”。

吉利汽车在2021年全面进入“科技吉利4.0”时代,全年总销量实现132.8万辆,连续5年蝉联中国品牌乘用车年度销量冠军。随着产品结构优化和盈利能力提升,高端品牌领克累计销量突破65万辆,成功站稳主流市场。含领克在内,吉利汽车整体平均单车收入87672元,同比增长9.0%,品牌溢价能力凸显。

不过,财报透露,吉利汽车在新能源汽车赛道上还需提速。2021年,吉利汽车新能源车型销量突破10万辆,其中几何仍为销量主力,年销量5.5万辆,同比增长145.3%。同时,旗下新品牌极氪的首款车型极氪001自2021年10月开始交付以来,4个月累计交付量为1.2万辆。要想与造车新势力头部企业“蔚小理”比肩,吉利新能源得加快创新突破。

中国电动汽车百人会副理事长兼秘书长、首席专家张永伟表示,汽车革命的上半场是电动化,下半场则是智能化。随着智能化的推进,新能源汽车将逐渐形成对燃油车的替代优势,赢得下半场才能真正赢得未来。

吉利汽车集团CEO(首席执行官)淦家阅表示,2022年,吉利将继续加大在新能源产品上的研发投入,在纯电、超级电混、醇电混动、换电等赛道上全面发力。全新换电出行品牌睿蓝汽车正式



打开吉利的换电新格局,8款以上雷神Hi·X油电混动和超级电混产品计划投放市场,开启新能源出行新格局。

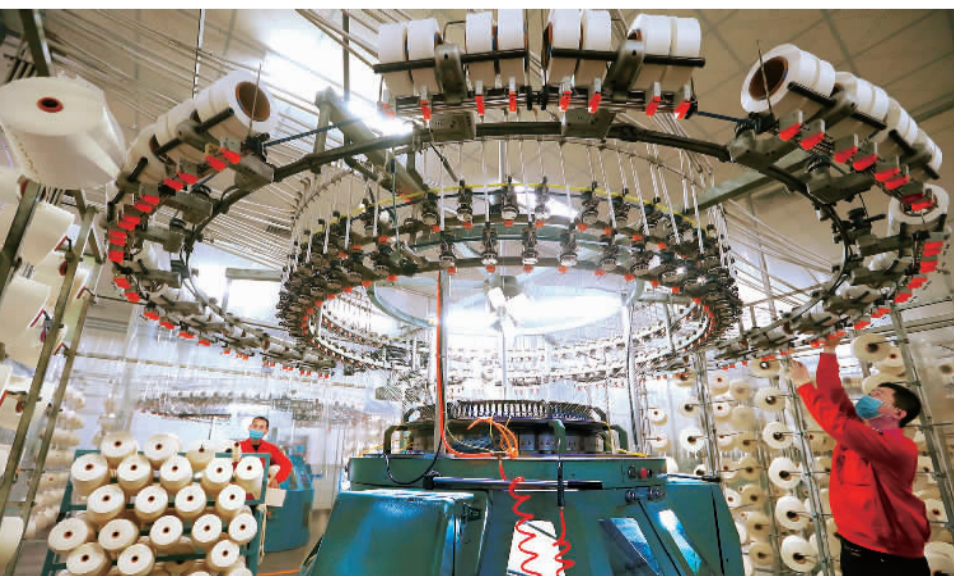
“虽然疫情、供应链等不确定性因素较多,但极氪2025年销售65万辆的信心坚定,我们有信心在全球高端电动汽车市场占有率达到全球前三名。”吉利汽车集团董事长、吉利汽车控股有限公司执行董事、极氪智能科技CEO安聪慧透露,在接下来的3年里极氪将推出6款车型。目前,极氪研发人数约7100人,纯研发人员达3900多人。

为了实现目标,极氪还将在用户端发力。“要快速提升体验中心、交付中心、充电补能和售后服务的网络建设。”安聪慧说,今年要新增250家体

验中心,500座包含极充、超充和轻充在内的自建充电网络。

“2022年,我们的销量目标为165万辆,包括极氪7万辆在内,预期同比增加24%。”戴庆说,吉利汽车为此将加快推动“智能吉利2025”战略落地,构建吉利在智能新能源汽车时代的领先地位。

针对目前困扰整个行业的芯片供应链问题,吉利汽车称,目前已对供应链体系的管理做过一些调整及优化,并与130多家芯片厂建立起日常沟通机制。随着芯片的国产化替代以及自研芯片路线加速推进,未来吉利汽车的芯片供应将得到一定改善。



3月22日,山东青岛即墨发集团和针织有限公司工人在智能化车间生产面料。今年以来,该集团致力于智慧工厂建设,生产的多功能纤维材料受到市场欢迎。梁孝鹏摄(中经视觉)