

黑河俄电工业区低电价承诺失信 企业数十亿元投资面临风险

■ 本报记者 江丞华

边境城市黑河与俄罗斯仅一江之隔,从事电力贸易的黑河星河电力有限公司(以下简称“星河电力”)搭建了两条电线与俄罗斯远东电网连接,引进的俄罗斯电能全部用于黑河高耗能工业区(以下简称“黑河工业区”),卖出平均每度电的价格接近0.25元,引进的成本为0.1元左右。实际上,中国从俄罗斯采购电力在2003年前已经开始。

自星河电力供电业务被国有电力企业收购后,园区电价已突破国电公司承诺,涨至老用户执行每千瓦时0.335元、新用户执行每千瓦时0.3962元。随着俄电的价格优势丧失,园区内多家高耗电企业陷入亏损或停产状态,数十亿元投资面临血本无归的风险。

便宜电价埋藏利益隐患

2002年7月,原国家经贸委、外经贸部等中国有关部门正式批准了黑河市从俄进口电力的申请。同年10月,黑河市政府以及星河电力在莫斯科与俄罗斯统一电网国际电力股份有限公司代表正式签订了电力贸易合同。

双方约定,2004年至2019年,中方将从俄引入600亿度电,购入的俄电全部用于黑河工业区。公开资料显示,由于俄罗斯采用水力发电,成本较低,所以俄罗斯的电价十分便宜。当时俄罗斯供给中国的电力价格为每度电价0.1元,远低于同期国内火电企业0.25元的电力成本。

这个消息对于东北乃至全国的高耗能企业来说,无疑令人振奋。浙江宁波合盛集团、浙江新安化工集团等一批高耗电企业纷纷落户此地。

曾经入驻黑河工业区的数家企业工作人员均表示,他们选择在黑河开厂,看好的就是电力和原材料的优势。

2006年4月,《黑河日报》在其报道中写道:黑河市新兴基础原材料加工区是全国最小的专属供电区,却成为了全国单位面积用电量最大的专属供电区。截至目前,园区累计实现工业硅产量3万多吨,上缴利税近3000万元,生产出的工业硅产品



本报记者 林瑞泉 / 摄

90%出口美国、日本等国家。可以说,让黑河市有底气进行大手笔招商,将高耗电产业集结边境,使我们向实现工业兴市的战略目标目标进一步的原因,正是因为这里有源源不断、价格便宜的电力作保障。

殊不知,便宜的电价将许多高耗电企业吸引到黑河市的同时,也为国有、民营电力企业带来了不容忽视的矛盾。

“当时的黑龙江正在大力发展紧靠煤矿的坑口电厂,如果各地都大量引进俄罗斯的廉价电力,无疑会对本地的火力发电造成冲击。”一位知情人士如是说。

国、民电企相争 致园内企业停产

曾在黑河工业园区任职的一家企业经理说,“当时,国内多数高耗电企业在内地面临的电价是每度0.48元,和园区的电价相比,同行们都感慨这里电价很便宜,按照生产一吨工业硅耗电量11500度计算,公司两个冶炼炉每年可以节约成本近2000万元,优势很大。”

同时,已融资为中外合资企业的星河电力公司,陆续同逊克、东宁、珲

春、满洲里等沿边市(县)签署引进俄电协议,谋求从进一步开放沿边俄电市场中获利。

面对黑河专署供电区模式的不断扩大趋势,黑龙江省国电公司决定采取行动,收复“失地”。双方围绕园区供电权益的争夺不断升级。

“发电企业有60%的成本用于购买煤炭,煤电联动放开煤价后,发电成本上升已经使企业压力很大。”来自黑龙江一家国有发电公司的王姓工作人员说,“如果(继续)引进俄电,他们的生存压力将更大。”

公开信息显示,当时国电公司黑龙江省电力以每千瓦时0.215元和“购销协议优惠价”向园区用户供电。该电价已低于购电成本40%,同时还低于星河电力的俄电价格10%以上。结果,不到2个月时间,星河电力的俄电进口负荷直线下降,从150兆瓦跌至仅剩5兆瓦,最终被迫退出供电市场。

随后,2008年1月,黑河市政府工作报告显示:(黑河市政府)促成了(黑龙江)省电力公司收购星河电力公司,扩大了俄电加工区范围。

而事实上,黑龙江省电力公司收购星河电力供电业务后,不但没有获得经济收益,反而因为价格倒挂陷入

亏损。该公司财务部价格处处长赵晔承认:“俄电工业园区一年13亿千瓦时的用电量,公司得赔5000多万元,这些年亏损两个亿都打不住。”

对此,国电公司方面曾公开表示,多家公司到俄方买电会产生恶性竞争,使出口方受益,因此对民企在沿边地区多点引入俄电设想持否定态度。由于事关中俄能源合作大局,此次收购民企供电业务并不指望挣钱。

“电价约占硅材料企业生产成本的四成。每涨1分钱,我们年利润就减少100多万元。若涨价,只能三十六计走为上。”黑河市元泰硅业有限公司总经理陈先法的感慨,在园区企业中颇具代表性。

“原计划做硅产业循环项目,由于电价承诺没兑现,大部分设备已拆除运往新疆。”同样入驻黑河工业区的黑河合盛硅业有限公司一位负责人表示。

其实,早在2007年合盛硅业的母公司宁波合盛集团就到距离石河子11公里外的玛纳斯县考察过,考察过程中了解的一个数字让公司高层顿时动了在石河子投资的念头,那个数字就是石河子给高耗电企业的电价是3毛1。

物流“向上走” 电商“向下走” O2O 模式点燃商业对抗烽火

■ 本报记者 宋笛

近期,腾讯、阿里巴巴、京东等多家电商巨头纷纷在仓储物流针对O2O调整方面举措不断,包括物流电商的顺丰速递也“被消息”称年内要在全国铺开三万家O2O体验店。

一边是物流企业接着O2O“向上走”,另一边电商平台也在借着O2O的契机,利用物流“向下走”,开始电商落地的进程。

顺丰 30000 家体验店 数目存疑

近日,有消息称顺丰速递2014年将在全国铺开30000家O2O体验店,三月份开始装修,目前已经进入全面招商的阶段。

《中国企业报》记者就这一消息向顺丰速递北京公关部门了解情况,工作人员告诉记者,今年顺丰速递确实将开设一些O2O体验店,但数目尚不确定。

内部人士告诉记者,就目前了解的情况而言,顺丰速递O2O体验店的开设情况可能会依照各个城市的顺丰速递网点区域划分为基准。以山东济南为例,目前山东济南可能要开设70多个顺丰速递体验店,这一数目与顺丰速递在济南的网点区域基本一致。相比较

多处于偏僻地段的配送网点,顺丰的O2O体验店将更靠近闹市区域。

另一家大型快递公司的工作人员也向记者分析道,目前快递公司的主要资金仍旧是在自建仓储的环节,相比较成熟的上游物流公司,终端配送公司在仓储自有量和比例上并没有优势。顺丰大规模做O2O体验店的可能性是有,但是30000家这个数目可能性并不大。

相关人士向记者分析道,一直以来,顺丰都非常期望借着自身完善的物流系统在电商市场占有一席之地,此次的顺丰体验店大规模铺开正是其借着物流向上发展的一个契机。最终的体验店服务项目不论是采用与线上其他平台的合作制还是以自建的平台为主,顺丰都会在电商产业链上占据重要的地位,从而改变物流公司跟着电商跑的局面。

5 年规划近成 苏宁物流系统独立成军

与物流公司借着O2O“向上跑”的意图不同,诸多电商巨头也正在借着O2O的契机“向下跑”,期望通过完善自身物流系统实现电商平台的“落地”。

苏宁控股集团董事长张近东在全国两会上接受媒体采访时提到今年的工作重点之一是要实现三四级

市场的O2O融合,而苏宁在O2O上的一个有力武器正是其长期投入建设的物流系统。

今年年初,苏宁自建的物流系统成立了独立的公司,原北京大区总经理侯恩龙调回总部全面掌管物流公司的运营管理。记者在苏宁了解到,将自营物流系统成立为独立的公司是早已定好的战略路线。在2010年,苏宁就计划用5年时间发展整体的物流布局,到明年基本完成。

根据规划,到2015年,苏宁将有12个自动分拣中心、60个大型的物流基地,这一整个物流布局都将有力地连接苏宁从线上至线下的产品和服务。

苏宁长期的实体经营的经历也让其在末端配送和仓储管理上具有相当的优势。苏宁遍布全国的实体销售门店也成了其支撑末端配送,实现体验式O2O的有力据点。据了解,苏宁现有5000个以门店为骨干的城市配送中心,并围绕此将要构建一个拥有10000辆自有配送车辆和50000个快递队伍的庞大终端配送网络。

自建物流系统 电商平台争相落地

不仅苏宁在物流方面动作频频,进入2014年以来,包括阿里巴巴、京

东在内的多个电商平台在借着物流实现O2O落地方面都有所动作。

腾讯近日宣布以15亿港元入股商贸型物流企业华南城,双方将在电子商务、品牌特卖、O2O零售、支付、仓储物流等线上线下一体化商贸领域进行全面的合作。

记者在采访中了解到,华南城是一家主营综合商贸物流的企业,在商业地产领域有着相当的资源 and 经验。腾讯此次入股也正是看好了其在商贸物流方面管理经验和庞大的仓储物流系统。

业内人士向记者分析道,腾讯作为互联网巨头在物流方面的投入却并不多。腾讯的电商平台对于第三方物流的依赖程度较高,而在电商加紧“落地”的今天,传统的物流系统并不能满足电商实现线上线下快速结合的需要,因此腾讯也开始筹建自身的物流系统。

“物流体系本身就具有一个从上游到下游的连接作用,而且由于终端配送的需要,成熟的物流体系在终端应该具有完善的网点设计。这也让物流系统在O2O体验的实现方面有着天然的优势,因此,诸多电商企业选择通过重新构建和完善物流系统来作为电商落地的切入口。”茂升祥物流咨询公司总经理牛志文告诉《中国企业报》记者。

资讯



高端展会 MATELEC 中国展 EIBT 受热捧

近日获悉,上海市电气工程设计研究会、上海荷瑞会展有限公司以及西班牙 IFEMA 展览集团,将于2014年3月25日至27日在上海国际展览中心(上海市兴义路77号/娄山关路88号)共同举办2014上海国际建筑电气与建筑智能化展(MATELEC 中国展 EIBT 2014)。本次展会将搭建一个专业、高端的第三方平台,汇聚全球建筑智能化行业的精英带来的众多前沿智能建筑技术和解决方案,促进行业整体技术水平提升,助力智慧城市建设落地。届时,在12000平方米的展厅里,将有400多家来自韩国、日本、印度、新加坡、西班牙、美国、巴西等国家的建筑智能化精英齐聚一堂。(方英然)

法国熏香品牌 LAMPEBERGER 进入中国

日前,拥有114年历史的法国熏香品牌 LAMPEBERGER 与中国区总代理在北京正式签约。据了解,该品牌获得了 ISO11014 质量和安全认证,其产品具有改善空气品质、消除异味、杀菌、驱蚊虫、分解二手烟、提高空气含氧量等功效,同时可预防室内交叉感染。据介绍,植物界把植物精油称为液体黄金,不同的植物可对人体产生不同的功效,如薰衣草可有效帮助睡眠,檀香具有安神理气的效果等。同时,熏香过程中产生的负离子还可以分解甲醛、臭味及二手烟,精油所释放出的臭氧具有灭菌除螨作用。据中国疾病预防控制中心的试验数据显示,室内熏香一小时的灭菌率可达50%。(荷香锋)

雅培连续第 361 个季度派发股票分红

日前,全球知名的多元化医疗保健公司雅培的董事会宣布即将派发新一季度的普通股股息,每股分红22美分。这标志着自1924年起,雅培公司已经连续第361个季度实现季度分红。现金分红将在2014年5月15日发放给股东,这些股东以4月15日闭市登记为准。雅培股票季度分红已经连续42年保持增长,并入选标普500红利经典指数(S&P 500 Dividend Aristocrats Index),该指数由标普500指数成分股中过去25年间现金分红持续增长的大盘蓝筹股构成。雅培计划2014年增加其股份回购逾20亿美元。雅培公司董事长兼CEO白千里表示:“2014年,我们的目标是在新的一年内再次实现每股收益两位数的增长。”(张岩)

888 元八核北斗青葱 X1 低价问世

北斗青葱 X1 新机发布会于3月6日下午在北京798艺术区揭开帷幕。6.8mm 航空铝镁合金一体化机身、5.0英寸HD全贴合IPS屏高清视界和康宁大猩猩第三代钢化玻璃屏,外加叫卖888元的价格定位再一次冲击八核市场。不同于早前上市现已大卖的北斗手机系列,北斗星手机网CEO谭文胜这次对北斗青葱 X1 玩出了新花招。不管是早期造势还是近期宣传,不再对着超值狂呼乱炸,而是将青葱 X1 和“好美”绑定,放出烟雾弹!随着青葱 X1 在微博上信息的不断泄露,真正坐实“好美”定位,让视觉系的粉丝充满期待!

东易日盛上市大型答谢庆典在北京举办

2014年2月26日晚,中国“家装行业第一股”东易日盛(股票代码:002713),在北京中国大饭店隆重举办了主题为“风雨同舟,感恩有您”的上市全国庆典,同时启动“感谢客户伴我成长”大型客户答谢活动。来自政府、媒体、企业、合作伙伴等各界的300多位人士,一起见证了这一盛典。全国人大副委员长、民建中央主席陈昌智发来贺信,对东易日盛为行业、社会所做出的贡献给予了积极的肯定。东易日盛作为中国最早的品牌家装企业之一,成立于1997年历经17年的积累,东易日盛于2月19日在深交所成功敲钟上市。

360 去年营收 6.71 亿美元同比增 104%

根据互联网安全服务提供商360公司日前发布的2013年第四季度财报,该公司连续12个季度取得业绩的持续型增长,第四季度的收入和净利润再创新高,达到2.22亿美元和9630万美元,分别同比增长115.3%和260%;2013年全年收入6.71亿美元、净利润2.26亿美元,分别同比增长104.0%和132.4%。据悉,2013年,360安全产品在PC端的用户已达4.75亿,在无线端的用户数达4.7亿,360手机助手已成为安卓应用开发商认可的最有效的分发平台,360搜索市场份额约为23%,超出公司内定目标。周鸿祎透露,未来360在保持PC端领先优势的同时,将汇集资源有效运用于快速发展的无线互联网领域。

世纪佳缘连续十一季度保持高增长

世纪佳缘日前公布截至2013年12月31日的第四季度和2013年度未经审计的财报。财报显示,第四季度净收入达到人民币1.331亿元,超过公司之前预期的人民币1.28亿元到1.30亿元,同比增长20.4%;2013年第四季度的净利润为人民币2500万元,相比2012年同比增长45.2%。这是世纪佳缘连续十一季度保持净收入高增长。其中,婚恋O2O模式效果显著,一对一红娘业务实现净收入人民币1970万,同比大涨111.8%,占总收入的比重也从去年同期的8.4%上升至14.8%。截至2014年1月,世纪佳缘已在西安、郑州、青岛、石家庄、武汉、长沙、东莞、洛阳、天津、苏州、太原开设32家线下服务中心。

新媒传信在北京召开媒体见面会

3月5日,北京神州泰岳全资子公司新媒传信在北京总部召开了媒体见面会。飞信公众平台产品负责人周岩表示,北京新媒传信科技有限公司成立7年来,一直是中国移动战略合作伙伴,负责飞信系列产品的开发、运营工作。自2013年4月上线以来,飞信公众平台吸引了工商银行、当当、京东、唯品会等众多企业客户和个人的加入。另外,新媒传信也开始布局融合通信海外市场 and 游戏平台,2014年,将是步入多元化、国际化进程的一年。随着公司业务的快速发展、运营服务水平的不断提高,新媒传信必将会成为“最可信赖的运营服务提供商”。