

国家能投挂牌 神华和国电完成合并重组

■ 重华

记者获悉,11月20日早间,中国国电集团公司与神华集团有限责任公司在京召开重组大会,两家公司合并重组,正式成立国家能源投资集团有限责任公司。

早在3个月前的8月28日,国务院国资委网站已经披露,两家企业的合并重组已经通过了国务院的批准。

经过了近3个月的筹划准备,两家公司最终完成了合并重组。

根据此前官方公布的数据,截至2017年6月底,国电集团资产总额超过8000亿元;截至2017年6月底,神华集团资产总额超过1万亿元。这意味着,新成立的国家能源投资集团的总资产有望超过1.8万亿元,在能源央企中的资产额仅次于国家电网、中石油和中石化。

中国企业研究院首席研究员李锦对记者表示,神华与国电最终联手,将使得产业链优势互补。煤炭企业与发电企业重组,形成同一主体是煤电联营的较好形式,能够形成全产业链竞争优势,发挥协同效应。

神华集团总经理凌文在十九大会议期间接受媒体采访时表示,重组合并后,新公司

(国家能源投资集团)会成为中国第一大(能源当量)一次能源生产公司和二次能源生产公司。从产量计算看,还将拥有四个世界之最,分别是全世界最大的煤炭生产公司、全世界最大的火力发电生产公司、全世界最大的可再生能源发电生产公司和全世界最大的煤制油、煤化工公司。

他还透露,新公司会形成煤炭、常规能源发电、新能源、交通运输、煤化工、产业科技、节能环保、产业金融等8大业务板块。从火电装机容量来看,目前神华集团拥有7552万千瓦(其中煤电7373万千瓦)、国电集团拥有9940万千瓦(其中煤电9926万千瓦),整合后的国家能源投资集团火电装机容量将达到1.75亿千瓦(其中煤电1.73亿千瓦)。两家公司合并后,国家能源投资集团的煤炭年产量近5亿吨,可以为内部煤电提供稳定的煤炭供应,形成产业链协同效益。

凌文表示,神华集团拥有产运销一体化优势,已经形成了较强的煤炭供应保障能力。神华与国电的合并后,将会进一步发挥煤电联营的优势,增加对我国能源安全供应的保障能力。两公司合并之后,对社会的煤炭供应总量不会减少,国家能源投资集团一定会继续发挥央企保障能源供应的社会责任,综合

考虑,做到内外兼顾。国家能源投资集团将继续遵守对原来客户的承诺,特别是对签订长协合同客户继续提供长期承诺。

新的国家能源投资集团已经开展了相关运作。11月9日,美国西弗吉尼亚州商务部表示,同中国国家能源投资集团签署一项谅解备忘录,该集团将向西弗吉尼亚州的页岩气、电力和化工生产项目投资837亿美元。

神华和国电的合并重组酝酿已久。今年6月4日,中国神华、国电电力发布了几乎一模一样的重大事项公告,均称2日接到控股股东通知,获悉其拟筹划涉及本公司的重大事项,且该事项存在重大不确定性,尚需获得有关主管部门批准。两家公司均于5日起停牌。

中国神华今年3月宣布,拟按0.46元/股(含税)派发2016年期末股息,金额共计91.49亿元;同时拟以2.51元/股(含税)派发特别现金股息,金额共计499.23亿元。两者相加,累计派发股息高达590.72亿元。

李锦当时对记者表示,中国神华巨额分红的main因是为煤炭企业兼并重组提供资金。大股东神华集团持有中国神华73.06%股权,能从此次分红中获得约432亿元。

从2003年国务院国资委成立以来,从原来189户央企起步,国资委一直将推动央企

之间重组整合作为加快企业做强做优做大的重要工作。

十八大以来,按照党中央、国务院关于深化国有企业改革的决策部署,国资委会同有关部门先后完成中国南车与中国北车、宝钢与武钢、中国远洋与中国海运、中国国电与神华集团等18组34家企业的重组,中央企业由117户调整至98户。

整合重组带来了企业规模实力、资源配置效率、创新水平和经营业绩的有效提升,还能更好地服务于国家战略。

重组后的中国远洋海运综合运力、干散货船队、油轮船队和杂货特种船队规模实现“四个世界第一”,行业地位和话语权明显提升,成为“平衡航运界东西半球的重要力量”。

重组后的国家能源投资集团,在煤炭产销量、发电装机总容量、煤制油化工产量等领域居全球第一,成为具有较强竞争力的综合性能源集团。2017年上半年实现利润总额32亿元,位居五大发电集团首位。

重组后的中国宝武集团借助重组契机,加快实施钢铁“去产能”,2016年完成“去产能”任务997万吨,占中央企业总量的98.52%,在落实供给侧结构性改革中发挥了示范表率作用。

(来源:第一财经)



品质集结 魅力盛放

一汽大众携两大品牌 闪耀亮相广州车展

作为车企集中展示实力的行业盛会,每年的广州车展都备受社会各界的关注。11月17日,主题为“新科技、新生活”的2017第十五届广州国际汽车展览会正式拉开帷褀,一汽大众坐拥华南基地主场优势,携旗下大众、奥迪两大品牌近30款车型盛装登场,全面展示了一汽大众的精益品质和创新科技,以及年轻化、富有活力的品牌形象。

两大品牌品质集结 全新车型燃情出征

在一汽大众大众品牌展台,新高尔夫家族以及蔚领、迈腾、捷达、宝来、速腾等车型品质集结。其中,上市刚满一周年的蔚领,累计销量已超过5.5万台,已经占据整个中国旅行车市场78%的份额,成为了旅行车市场当之无愧的领军者;连续9个月领跑B级车市场的迈腾,也圆满完成“十九大”服务任务。

此外,近期上市的新高尔夫家族三款重磅车型也燃情出征本次车展,无论是酷炫十足的新高尔夫,还是时尚动感的新高尔夫R-Line,抑或是性能“小钢炮”新高尔夫GTI,都吸引了众多高尔夫粉丝及现场观众的目光。

一汽大众汽车有限公司商务副总经理、一汽大众销售有限责任公司总经理董修惠表示:“作为一汽大众创新与品质的标杆、运动与活力的代表,相信新高尔夫家族的到来,将再次点燃所有高尔夫粉丝的激情,继续谱写其两厢车的传奇历史。”

而在一汽大众奥迪品牌展台,融汇尖端科技的奥迪Q8运动型概念车、专为南部区用户打造的奥迪Q7、奥迪A4L南方车型,以及实现“尊贵再进化”的奥迪A8L典藏版等重磅产品,全方位诠释了一汽大众奥迪强大的产品实力,传递了“突破科技,启迪未来”的品牌理念。

尤其是奥迪Q8运动型概念车的亚洲首发,吸引了大批观众前来参观体验,这款融合了轿跑外形设计及奥迪尖端科技的全尺寸SUV,承载了奥迪品牌最前卫的量化科技理念,并揭示了奥迪Q家族未来的设计语言。

在奥迪品牌新闻发布会上,一汽大众汽车有限公司奥迪销售事业部总经理任思明先生表示:“奥迪Q8运动型概念车,向我们展示了奥迪在设计及科技领域的非凡实力。动感、高效、极致舒适——奥迪Q8运动型概念车无疑是奥迪品牌的巅峰之作。”

部署2025 描绘宏伟蓝图 共创美好汽车生活

今年是一汽大众成立26周年,也是实现“2020战略”的关键一年,随着基地布局和产品布局的日益完善、市场份额的持续扩大、社会责任的不断深耕,一汽大众已经具备了实现“2020战略”的实力,并开始面向2025描绘宏伟蓝图。

近日,一汽大众对外发布了企业“2025战略”,全面更新了企业愿景、使命和口号,规划了包括“推出第三品牌、大力发展新能源、提升品牌影响力和用户满意度、进入移动出行领域”等一系列战略目标,并将陆续开展20项举措,致力于进一步提升体系能力和加快新业务布局。

面向未来,一汽大众将继续坚持“创·享高品质”的品牌理念,肩负起“造价值经典汽车,创卓越出行服务,促人、车、社会和谐”的企业使命,不断推动汽车行业转型升级,为广大用户带来更加美好的汽车生活!

(何伸 李佳南 于丹)

中国保健酒联盟参展 2017 年上海国际酒交会

2017年11月19日,上海国际酒交会于国家会展中心举办,中国保健酒联盟参展此次盛会。此次展会共为期3天,旨在打造世界上最顶级、最具专业水平的酒类产品交易平台。

联盟此次参展的位置在展区1H馆074号特装展位,展位面积160余平方米。12家会员单位展示了包括中国劲酒、竹叶青酒、椰岛鹿龟酒、华佗十全酒、鹿司令鹿精菜酒等不同品种和规格的保健酒行业代表产品60余个。本次联盟展位还设置有消费者品鉴区,通过亲身品尝了解各家保健酒的口感特点,各企业也借助此次参展契机与消费者积极互动,让消费者体会保健酒丰富多样的色泽、口感和功效。



●中国保健酒联盟

保健酒行业一直受到行业协会的关心和支持,开幕式后,中国酒业协会理事长王延

才、常务副理事长王琦、副理事长宋书玉、刘秀华等领导先后到联盟展位观摩指导,并与

茅台保健酒业亮相 2017 重庆糖酒会

“茅台不老酒”等自主品牌受关注

■ 本报记者 张建忠

11月7日至9日,第97届全国国糖酒商品交易会在重庆举行,国内外企业云集,交流合作共谋发展。保健酒业公司携旗下茅台不老、茅乡、味粮宝、茅乡珍藏、台源酱酒、华盛名酒、贵州原酿、茅乡玉液、台源原浆、播窖等多款产品亮相2017重庆秋季糖酒会。

位于渝州宾馆的茅台展区,人潮涌动,热闹非凡。茅台集团旗下茅台酒及子公司产品集体亮相,共设置了十余个展台。股份公司及各子公司此次参展的产品均属常规产品,股份公司以飞天为主,酱香酒公司以系列酒为主,习酒公司也以常规窖藏系列和金酒系列为主。保健酒业公司自主品牌茅台不老、茅乡、味粮宝等十余款产品参展,迎来了观展客户和消费者的大量关注,他们积极了解公司产品信息,或是定制,或是开发,或是代理,客户们纷纷表达投资意向。产品性价比,是客户衡量、选择的重要标尺,对有知名度、公司大力支持的产品较为青睐。

展会期间,公司党委书记、董事长王开馥,党委委员、副总经理赵富刚莅临渝州宾馆茅台展区,听取了公司产品的展览情况、客户需求、行业动态、客流量、参展商的情况汇报,走访了茅台集团股份公司及各子公司十余个展台,了解了整个展区情况,对工作团队的坚守与尽职尽责表示肯定并高度赞扬。公司领导表示,糖酒会期间工作比较辛苦,希望团队成员能够克服,用最好的状态迎接客户和消费者,助推公司品牌影响力与知名度的提升。

公司对此次糖酒会高度重视,精心组织,携旗下自主产品与开发产品共同参展。除渝州宾馆茅台展区的自主品牌之外,公司开发产品主要齐聚于华宇温德姆至尊家庭酒店和伊可莎酒店两个展区,与各大企业分享交流,共谋发展。展会期间,工作人员行走于各个展区之间,未发现任何违规产品,品牌管理办法得到很好的宣贯及落实。销售人员坚守在展厅,向外界推介公司产品、文化及未来的发展,饱满的精神状态亦是公司的名片。

据了解,本届糖酒会共设置了传统酒类、葡萄酒及国际烈酒、食品饮料、调味品、食品机械、食品包装六大展区,展览面积达15.6万平方米。

全国糖酒会作为中国食品和酒类行业历史悠久、规模庞大、影响深远的综合会展,为业内提供了展示交易、信息沟通、思想交流、合作发展的平台。全国糖酒会不仅为参会者提供良好的展示交易环境,同时也给参会者带来更具品质、更加直观、更加丰富的交流互动,满足参会人员的多元化需求。



●王开馥(中)、赵富刚(左)在茅台展区了解情况



●王开馥、赵富刚了解其他子公司产品



●茅台不老酒亮相重庆糖酒会



●工作人员向客户介绍公司产品



●茅台展区