

战略制胜 | Zhanlue Zhisheng

# “海上风电”开标 央企“豪赌”争食特许权

张岩铭 李桂琴

这厢第二批光伏特许权招标硝烟还未散去,那边,首次共 100 兆瓦海上

风电特许权招标又在北京拉开大幕。

9 月 10 日,十多家央企联合风机设备企业,在北京掀起海上风电项目
 争夺战。

通过特许权招标项目把海上风电的技术可行性、经济可行性、电价水平摸一摸,仍是此次招标的题中应有之义。然而,在国家对海上风电尚未有补

贴政策,海上风电技术仍不够成熟,商业风险依然难测之际,众多央企捆绑风机制造商,希望通过此次招标占领海上风电的制高点,无异于一场豪赌!

## 一、试点地区之争

中国,作为一个海上风资源丰富的国家,究竟要不要发展海上风电?在节能减排的压力之下,决策层决定搁置争议。

年初,国家能源局新能源和可再生能源司副司长史立山公开表示,今年将启动首批海上风电特许权招标,在海上风电建设方面迈出实实在在的步伐。国家能源局、国家海洋局也于年初联合下发《海上风电开发建设管理暂行办法》,并于 5 月 18 日正式启动首批海上风电特许权招投标工作。

首战海上风电,国家分别在江苏滨海、射阳、东台、大丰开出了总规模 100 兆瓦(MW)的大盘。

“海上风电是今后发展的一个方向,它的优势在于风力强劲,不占土地,视觉影响较小,而东部沿海本身缺资源,其自身又拥有着非常适合建海上风电的基础和条件。”龙源电力集团股份有限公司总工程师杨校生表示,为实现到 2020 年非化石能源比例达到 15% 的目标,风电装机容量应达到 1.5 亿千瓦,其中江苏沿海的海上风电占到 0.3 亿千瓦,如果按照海上风场造价每千瓦 2 万元来算,项目完成所需投资为 6000 亿元。

江苏试水,跟江苏的良好风资源有关。江苏龙源海上风力发电项目筹建处副主任高宏飙说,目前国内发展海上风电最大的问题是台风,特别是在浙江、广东、福建地区,而台风对于江苏海上风资源的影响较小。江苏的另一个优势是近海滩涂面积大。

记者了解到,此次招标的江苏沿海四个项目,均离电网负荷中心很近。而江苏方面早已有了相关规划,并预留了入网通道,所以,此次招标的海上风电项目,将不会有“并网难”的问题。



## 二、风电价格之争

“海上风电在中国刚刚起步,面临着开发成本高、设备研发力量薄弱、施工经验不足等困难,依靠竞争机制是发展风电的一项重要经验。”国家能源局新能源和可再生能源司司长王骏此前明确表示,希望通过竞争性招标方式建立良好的市场环境,将会有效推进海上风电设备的研发及开发成本降低,从而在政府补贴资金有限的条件下最大限度提高资金的使用效率。

2003 年以来年我国在陆上共实施的五次特许权招标,前四次实行上网电价最低的投标商中标,致使出现每度电 4 毛多甚至 3 毛多的投标电价,运营商几乎无利可图。而从第五次招标开始,采用与平均竞标电价最接近的投标者中标。

一位国内龙头风电开发企业负责人对记者坦言,特许权招标其中非

商业化的因素太多,讲的是政治,国企之间拼的是业绩和规模,参加特许权招标,就是抱着当炮灰的心态去的。在他眼里,政府要的是尽量降低成本,企业赌的则是十年甚至二十年后产业规模化、商业化发展后占领制高点。“目前海上风电的商业风险比较大,没有实力的企业最好不冒进,应该等到政策稳定了、技术成熟了、竞争理性了以后再行动。”他说。

华锐风电一位副总经理则告诉记者,对于此次风电特许权招标项目,公司投入了非常大的力量参与。“这次特许权招标是中国大规模发展海上风电的开始。中国也必将在 2020 年前,达到风电装机容量 1.5 亿千瓦的目标。我们也会根据自身情况,联合风电开发企业,报出一个合理的价格。”

他以陆上风电招标的实例与海

上风电招标做了对比。“国家对于陆上风电,也是从 2003 年起开始,通过五轮招标,根据风电发展的市场以及产品竞争状况,才达到目前的比较合理的电价,对于海上风电,国家同样也希望通过招标,逐步确定一个合理的价格。”

“海上风电的造价与机组的技术、施工方法以及风电场的水文地质情况高度相关,不能简单地与其他海上风电项目类比。而且每个海上风电场的情况都不一样,我们相信,这次招标,会出现一个相对合理的价格。”对于国家通过招标的方式来确定海上风电价格的做法,华锐风电表示,即使是对于新能源这样的需要政策扶植的行业,也只有通过竞争,才能把补贴降下来,才能通过竞争实现行业的优胜劣汰,使市场健康发展。

## 三、技术路线之争

尽管在海上风电开发的起跑线上,企业蓄势待发,不甘落后,但在技术可行性和经济可行性均无定论的情况下,今后是不是会大规模发展海上风电?此次招标之后,未来会否大规模发展?政府层面语焉不详。

“除了投资风险巨大,海上风电投资可能是陆上风电的几倍之外,也有现实的问题,如风机和风资源不配套的问题。另外,海上风电也存在很大的施工难度。国外的经验不能照搬,风机安装也存在着困难,这些都需要解决。”高宏飙说。

华锐风电方面则显得很有信心。“海上风电,从国外经验来看,的确存在着不容易到达的问题,对机组的可靠性、低成本维护等方面的要求很重要。但从东海大桥项目的成功经验和欧洲已经成熟的经验来看,国内的海上风电的技术路线选择上,应该以技术成熟、高可靠性为第一要素。”据介绍,目前,在风电的技术选择方面,有直驱和带齿轮箱两种模式。在过去十几年中,直驱和齿轮箱技术都有所发展,齿轮箱技术的市场占有率一直在 85% 以上。但鉴于海上风电机组的超

高可靠性的特殊要求,到目前为止,全球海上风电场无一例外地全部采用技术成熟且可靠性好的带齿轮箱方案,包括 2 兆瓦、2.3 兆瓦、3 兆瓦、3.6 兆瓦、5 兆瓦等各级别机型,厂商包括 Vestas、Repower、华锐等全球所有主要海上风电机组生产厂商。

“国内海上风电迟迟未动,现在就是通过招标把海上风电先做起来,让企业都参与进来,今后怎么发展,要做出出来才知道。”史立山一语道破此番海上风电招标的政府意图。

初步估算,我国在 5—25 米水深线以内近海区域、海平面以上 50 米高度可装机容量约 2 亿千瓦。根据我国可再生能源发展现状分析,到 2020 年,我国海上风电装机容量有望超过 1000 万千瓦。

陆上风电的优势在于发电成本低,海上风电,目前中国陆上风能资源利用多于海上。不少业内专家都认为,现阶段,国内陆上风电和海上风电应根据不同的市场发展需要,两者并重。随着技术的提升,不论是海上还是陆地,风能资源都会得到更充分的利用。

从目前发展情况看,经过了几年爆发式的增长后,我国发展风电的脚

## 我国已具备独立发展海上风电的能力

罗宇凡

国内最大的风电设备生产企业之一、华锐风电科技股份有限公司负责人日前在接受新华社记者采访时表示,目前中国在风电领域的技术水平已经具备了独立发展海上风电的能力。

2010 年 7 月,上海东海大桥 10 万千瓦海上风电场全部 34 台机组正式投运,并网发电,并开始为世博会提供清洁能源。该项目是全球欧洲之外第一个海上风电并网项目,中国第一个国家海上风电示范项目,全部采用华锐风电自主研发的 3 兆瓦海上风电机组。

华锐风电副总裁陶刚说,东海大桥项目自今年 7 月份并网发电以来,目前运行情况良好,得到了项目业主的肯定。来自欧美等风电大国的专家在评估东海大桥项目后也表示,中国现在已经具备了独立发展海上风电的能力。

据了解,与陆地风电相比,由于海上及潮间带风电机组安装在海里或潮间带,其所处的环境条件与陆地截然不同,海上风电技术远比陆地风电复杂,在海上风电机组设计和制造过程中,必须考虑海上风资源特性、海流、波浪、潮汐、海床条件、冲刷等因素的联合作用,可以说海上风电技术代表了当前风电技术的最高水平。

受到技术水平的限制,全球海上风电的并网项目长期以来主要集中在欧洲。随着自主研发兆瓦级风机机组的技术突破,中国的风电项目也开始从陆地走向海洋。

陶刚表示,与目前大量建设风电项目的中西部地区相比,中国东部沿海城市经济发达、用电量大,煤、水电力资源少。与此同时,东部沿海,特别是江苏、上海地区,海岸线长、水不深、适合风电发展的面积比较大,且东部地区电网基础设施良好,并网消纳能力又强,尤其适合发展海上风电。

从目前发展情况看,经过了几年爆发式的增长后,我国发展风电的脚

步已开始迈向拥有丰富风资源的大海。初步估算,我国在 5—25 米水深线以内近海区域、海平面以上 50 米高度可装机容量约 2 亿千瓦。根据我国可再生能源发展现状分析,到 2020 年,我国海上风电装机容量有望超过 1000 万千瓦。

陆上风电的优势在于发电成本低,海上风电,目前中国陆上风能资源利用多于海上。不少业内专家都认为,现阶段,国内陆上风电和海上风电应根据不同的市场发展需要,两者并重。随着技术的提升,不论是海上还是陆地,风能资源都会得到更充分的利用。



共和国骄子——汪海和他的中国双星 146

## 新奥运经济学(下)

赵晏彪

汪海认为,如何在运动本身和商业之间找到平衡点,把奥运的商业化保持在一定的尺度之内,是保持奥运会继续发展的关键所在。

汪海的之言极有道理。奥运营销是把双刃剑,历年来参与奥运赞助的企业,既有成功者,也有失败者。1988 年的汉城奥运会,韩国的泡菜没有赞助奥运,而是用政府官员出面请奥运观众品尝的方式推广,却将泡菜卖到了 100 多个国家;美国施乐公司 1994 年加入国际奥委会 TOP 计划,2003 年却因陷入经营困境被迫退出,奥运并没给施乐带来好运和成功。2004 年雅典奥运会,赞助商恒康保险集团,无法从主流媒体上得到支持,几乎没有获得曝光的机会,观众对它一无所知,投下巨资后仍然波澜不兴,如泥牛入海。

中国踢世界杯的时候,有一家洗衣粉的企业做了声势浩大的体育营销,结果收效甚微。洗衣粉的购买者是家庭主妇,但看球的是大老爷们,这种风马牛不相及和体育不搭界的广告为后人留下了无尽的思考。

另外,来自国际奥委会的一个调查大概也会让很多企业失望:有 80% 的奥运赞助品牌并没有达到预期的效果,只有 20% 的企业完全达到了预期的效果。仅仅通过举办一次奥运会,是不是就可

以便捷地实现爆发户的梦想?投资奥运会是不是肯定会稳赚不赔?这显然都是未定之论。市场是检验企业工作的唯一标准,奥运会只能锦上添花,要想把知名度保持下去,还必须靠内在的产品质量和良好的服务。

汪海表示,“举办奥运会是中国百年梦想,全球华人共同的期望,是中国人的伟大自豪。双星作为中国著名的品牌,关注的是让更多的普通老百姓参与奥运,用上质量好、价格实惠的双星名牌产品,使普通大众也能够享受到奥运会所带来的激情、梦想以及实现梦想的成就感。”

双星奥运营销战略是“赞助全球的奥运大众”,根据国家奥组委“绿色奥运、科技奥运、人文奥运”的全民奥运理念精神,把奥林匹克的理念和双星“理念”相整合,提出了“物美价廉更实惠、强身健体迎奥运”的主题口号,实实在在地将实惠让利于普通消费者,将“更高、更全、更丰富”的产品奉献给消费者,遍布全国的大型物流平台和 5000 多家连锁店,将实现生产和销售“零距离连接”。双星坚信“奥运经济是短暂的,奥运精神是永恒的”,双星永远一如既往地支持体育事业,为中国体育健儿加油,为全中国人的强身健体精诚服务。

(下期刊登“焦点透视:爱国之情,强国之梦”)

## 北汽股份即将成立 两年内上市

随着中国步入从汽车大国向强国的历史拐点,各大汽车集团纷纷加快了转型步伐。据悉,北汽集团的上市平台——北汽股份将于 9 月 25 日正式挂牌,两年内北汽股份将登陆 A 股市场。与此同时,北汽集团将合资、自主品牌两条腿走路,且通过收购兼并做大自主品牌。

随着北汽股份股权方案尘埃落定,北汽股份挂牌进入倒计时。记者获悉,9 月 25 日,北汽股份将在北京正式挂牌。北汽控股、首钢股份、北京国资经营公司、现代创新控股、北京国资经营中心、北京能源投资集团等多家股东将出席记者,“北汽股份计划两年内上市。再给我几年时间,一个焕然一新的北汽集团将出现在大家面前。”据悉,2010 年,北汽集团计划产销 150 万辆汽车,实现 1500 亿元的营业收入;2011 年销售 200 万辆,实现 2000 亿元的营业收入。

据悉,北汽集团准备两条腿走路。第一,短期内将借力合资品牌,提升盈利能力、培养技术及管理人才。第二,长期则筹备做大自主品牌,如通过海内外收购及自主研发,培育强有力的自主品牌,并通过对外合资合作,做大产业集群。

在借力合资品牌上,北汽集团选择了进一步做大北京现代。徐和谊称,“9 月,北京现代三厂将开始动工建设,计划 2012 年达产,届时北京现代产能将达到 100

万辆的产销规模。北京现代销量将进一步提振北汽集团总销量。”与扩张产能同步而行的是扩大产品图谱,尤其凭借瑞纳挺进经济型车市场。徐和谊称,“北汽现代未来三年将推出五款轿车,包括 A0 级轿车瑞纳、紧凑型车及中级轿车,覆盖 7 万元至 23 万的主流轿车市场。作为北京现代的战略车型,瑞纳希望在容量较大的 A0 级市场占据更多份额,最终推动北京现代登上销量前三的宝座”

在谈及为何首选扩产北京现代时,北汽集团高层指出两大理由:第一,北京现代是北汽集团旗下盈利能力最强的资产;第二,北京现代经营形势较好。徐和谊明确指出,“2010 年,北京现代产销两旺,预计全年销量将达 70 万辆,超额完成既定年销 67 万辆的目标。预计 2010 年北京现代销量将占北汽集团总销量的 46%。”(吴琼)

国药准字H46020636
 快克®
 复方氨酚烷胺胶囊
 一天一粒防流感
 一天两粒治感冒
 请在医生指导下
 购买和使用
 海南亚洲制药生产
 海南快克药业总经销