

“煤老大”怎么了？——三问煤炭行业发展困境和趋势

■陈炜伟 报道

煤炭是我国能源消费的主体。但从 2012 年以来,我国煤炭需求下降,煤价大跌。经历“辉煌十年”的“煤老大”,显然感受到了阵阵寒意。在能源革命的背景下,煤炭行业何去何从?

“煤老大”怎么了?

近期,煤炭产量 14 年来首次下降的消息,成为行业关注焦点。中国煤炭工业协会 29 日发布的《2014 年中国煤炭工业发展年度报告》显示,预计 2014 年,我国煤炭产量同比减少 2.5%左右,是自 2000 年以来的首次下降。

煤炭产量十余年来首次下降,也将煤炭市场带入了“寒冬”。自 2012 年下半年以来,我国煤炭市场深度调整,卖方市场变成买方市场,煤价大幅下跌。2014 年,煤炭市场供大于求矛盾依旧突出,库存增加,效益下降。

中国煤炭工业协会统计,目前全国煤炭企业亏损面超过 70%,大部分煤炭企业经营困难,一些企业减发、欠发工资问题突出。

煤炭市场为何突然不景气了?中国煤炭工业协会副会长姜智敏分析说,造成煤炭市场供求变化的原因是多方面的,包括煤炭市场需求不旺、产能建设超前、进口规模较大等。

此外,生产集中度低、劳动生产率低、企业社会负担重、市场化程度不高等煤炭行业长期积累的深层次矛盾,在经济下行、需求放缓的时期充分暴露出来。

“黄金十年”一去不复返,煤炭行业面临

■罗捷 报道

不知从什么时候起,很多人发现自己的微信朋友圈悄悄“变了味”:曾经熟悉的朋友突然换了面孔,变身代购狂,疯狂刷屏,发各种面膜、高仿包包广告……

惊讶,反感。有人直接拉黑,也有人碍于交情,不好意思屏蔽。

专家提醒,朋友圈作为一个交流友情的社交平台,不应任其成为一个“杀熟”的商业工具,更要警惕利用这一渠道进行传销的行为。

三种面孔,都为一个“卖”字

记者采访发现,朋友圈卖货的卖家,有三种类型。

一种是只是兼职,赚点小钱的卖家。

正在日本留学的季小姐就是用做代购的方式赚外快。“市场流通的日本化妆品鱼龙混杂,有的无法保真,价格较高,许多人选择从日本代购,通过支付宝付款。”季小姐做代购一年多,通过朋友介绍来的顾客占 30%左右。因为并非专业代购,没有固定的进货发货程序,她在朋友圈发布一些化妆品信息,了解顾客需求。“下课后来日本的商场和药妆店采购,因邮费较贵,除了特殊的个人直邮外,基本是几人拼邮费。”

一种是专业的营销帐号,这些卖家能通过营销手段获取大量关注度。

还有一种卖货的模式则明显涉嫌传销。

大学毕业后,郑小姐在朋友圈卖面膜,这是最火爆的产品种类之一。她透露说:“面膜的代理商有三种,最高的是总代理,之后是一级代理商,二级代理商和网络经销商。只要掌握好技巧,月入万元不是问题。代理商的规格越高,进价越低。”

值得注意的是,郑小姐所经营的模式,正是被外界诟病的“传销模式”,据了解,这种模式下,高级别的代理通过工厂拿到廉价产品,

的困境已是业内共识。29 日举行的“2015 中国煤炭高峰论坛”,将主题聚焦在“能源革命和经济发展新常态下煤炭发展战略与规划”。与会专家认为,煤炭行业将进入需求增速放缓期、过剩产能与库存消化期、环境制约增强期和转方式调结构攻坚期。

由此看来,“煤老大”的“苦日子”还要持续。中国煤炭工业协会会长王显政在论坛上说,煤炭行业依靠数量、速度、粗放型的发展方式已经结束;煤炭产能过剩已成定局,短期内市场供大于求的形势难以改变;煤炭价格稳定很难,回升到 2012 年的高位几乎是不可能的。

还要不要煤?

去年以来,能源革命的提出,给我国能源行业带来深远影响,向来被认为“高污染、高排放”的煤炭行业首当其冲。在治理雾霾、保护环境的背景下,“去煤化”的观点也被抛出。我们究竟还要不要煤?

与会专家普遍认为,在未来相当长一段时间内,煤炭作为我国能源主体地位是难以改变的。从我国资源赋存条件看,富煤、贫油、少气的特点明显。我国煤炭资源总量占一次能源资源总量超过 90%。

与此同时,非化石能源在我国能源消费比重中约占十分之一,短期内难堪大任。中国工程院院士、四川大学校长谢和平说,新能源支撑能源需求需要较长的成长期,至少需要 15 年到 20 年的时间才能够替代另一种能源结构。

从利用角度看,黑色的煤炭,不一定是“肮脏”的。以占煤炭消费约一半的发电为例,中国工程院院士、神华集团董事长张玉卓介

生活观察

朋友圈卖货 你被“友情”绑架了吗?



再层层卖给下线。发展下线赚取差价,产品质量不要紧,只是击鼓传花的道具。

从“尴尬”到“拉黑”,距离有多远

今年刚大学毕业的李小雨说,她与奢侈品高仿工厂合作,在朋友圈里卖货。一个路易威登的正品旅行袋,高仿的只卖 700 至 800 元,满足了一些女性的需求。

但李小雨说,她也注意到,频繁地刷屏令朋友们不满。

对于朋友圈卖货,您怎么看?从记者采访



绍,通过燃煤电厂升级改造,可以实现煤电污染物排放达到或优于天然气燃气机组排放水平。此外,通过煤制油、煤制气等现代煤化工,不仅能实现煤炭清洁高效低碳转化,还能降低石油和天然气对外依存度。

“煤炭革命,不是‘革煤炭的命’,而是要把煤炭挖好、用好、管好。”谢和平说,煤炭生产消费可以实现洁净、绿色、低碳,煤炭也是最经济、最可靠的能源,没有理由“去煤化”。

煤炭出路在哪?

不容忽视的是,未来煤炭的需求将会承压。我国煤炭产能已经超过 40 亿吨,在建规模 10 亿吨以上,煤炭产能释放压力加大,而全球煤炭市场过剩,煤炭进口仍将保持较大规模。但在需求端,我国已经明确要调控煤炭消费总量,到 2020 年,煤炭占一次能源消费比重控制在 62%以内。

由此来看,低迷煤炭行业,必须谋求转型

升级。

“传统的煤炭利用方式不革命是不行了,煤炭行业革命的核心在于推进煤炭全产业链清洁高效开发利用。”中国工程院院士、中国科协副主席谢克昌说,我国传统煤炭开发利用方式过度开采、生态破坏、利用技术落后、能效低下,带来严重的环境问题和减排压力。

在他看来,煤炭由“黑色”到“绿色”的转变,要控制开发量,提高科学产能比例;分级分质,对口利用,全面洗选;加大高效洁净燃煤发电和煤电节能减排技术的应用推广,改造工业窑炉,提高燃煤效率;突破技术瓶颈,减少水耗和排放,降低成本,有序布局,适度发展现代煤化工;重视高硫、高灰、低价煤的利用,提高资源利用率。

王显政认为,煤炭工业发展必须推进结构调整,促进发展方式由数量速度型向质量效益型转变;推动行业发展由生产、销售原煤向销售商品煤、洁净煤转变;促进煤炭产品由燃料向原料与燃料并重转变。此外,要推进煤炭市场交易体系建设。

正在念大学三年级的源源说,卖货的以在校大学生为主,一般都是当成兼职来做。有一些久未联系的老同学突然联系的话,多半是为了宣传自己的产品。“本来想拒绝的,但是碍于面子不好拒绝只好帮着转发一个。屏蔽掉又会被对方发现,自己倒觉得不好意思。但刷屏太厉害我必须屏蔽了。拉黑后,世界安静了很多!”

社交平台“卖货”能走多久

一个很大的问题是:朋友圈中的买卖,远非面子和心理那么简单。

专家提醒说,朋友圈卖货和开微店不同,付款方式由双方商定,消费者之间的交易纯属个人交易,没有第三方参与担保和监督,买到假货或者上当,一旦遭遇熟人“坑友”,往往只能无奈吃个“哑巴亏”。

天津社科院社会学研究所所长张宝义说,微信朋友圈属于社交平台,商业行为介入后,会遭到部分人的抵制。建议经商人士把朋友圈分组,单独添加客户群,与亲朋好友的分组相区别。

天津允公律师事务所合伙人易天洋表示,朋友圈卖货要看货物性质和销售方式。“涉嫌侵犯知识产权的,卖假货,触犯法律。需要特许经营的如烟草,也不允许私自销售。对于扰乱经济秩序的传销,更是法律禁止、从严打击的犯罪行为。”

张宝义认为,要警惕社交和电商融合的模式中,出现为传销开绿灯的情况。传销杀熟,利用移动互联网的传销行为更具隐蔽性。监管部门拿到群众举报的线索,也需要掌握相应的证据,如往来帐户信息、货物流转、资金往来的记录。

业内人士表示,熟人信用取代不了商业信用,持续市场还要靠商品和服务本身的质量和口碑。朋友圈卖货或许流行一时,但长远来看,随着交易平台完善,这种交易方式将逐渐弱化。

网店第一村：2014 交易量 35 亿左右

■陈周锡 报道

中国“网店第一村”的名声传到了世界经济名镇达沃斯。“做推广”的是中国总理李克强。

“两个月前,我去了中国东部的一个村庄,那里有 700 多户人家,却开设了 2800 多家注册网店,每天向世界各地售出超过 3000 万件各类商品。这就是勤劳肯干大众创业的生动写照。”李克强近日在达沃斯年会致辞中提起了这个“淘宝村”。

追溯总理足迹,这座村庄就是他两个月前考察的浙江义乌青岩刘村。近日,记者再度走访了这座著名的电商村。

去年 11 月 19 日,李克强总理考察青岩刘村时,去的第一家店铺就是童志达的义乌福发电子商务商行。童志达告诉记者,从 2010 年白手起家,到去年销售额达到千万级,成为义乌年销售额超千万的 1300 多家电商之一。

童志达是大众创业、万众创新的鲜活缩影,他和他的企业亦成为中国经济增长新引擎的基层动力源。李克强说,中国有 13 亿人口,9 亿劳动力、7000 万企业和个人工商户,人民勤劳而智慧。如果把全社会每一个细胞都激活,就会使整个经济肌体充满生机,进而汇聚成巨大的推动力量。大众创业、万众创新蕴藏着无穷创意和无限财富,是取之不竭的“金矿”。

旅行收纳包做出千万规模

与喧哗的集贸市场不同,处在城郊的青岩刘村颇为宁静。村里道路边,除了堆放的货物外,就是停放的运货车。这里聚集了 1.5 万余名电商从业人员,是当地村民人数的 10 余倍。一个更直观的数据是,这里每户人家注册了 4 家网店。

在过去八九年里,来自全国高校的 8000 多名大学生,先后在青岩刘村从事电商创业。其中,就有来自杭州建德农村、毕业于义乌工商学院的童志达,他做的也是并不起眼的旅行收纳包批发业务。

童志达向记者回忆了李克强考察时的情形,“总理给我带来创业的信心和勇气。”

当时总理主要了解商铺经营状况,当他得知该店铺“只有 9 个员工、目前销售额已达 900 多万元,带动生产企业 200 余人就业”时,点头称赞。

童志达说,如今在青岩刘村,大部分为规模较小的零售、批发电商,他们大部分在二三楼办公,身后就是堆放产品的仓库,“受场地狭小、租金上升影响,一些规模大起来的电商都搬到了周边工业园区。”

在人来人往中,青岩刘村成了大学生创业的集聚地,也是义乌电商的孵化器。从 2006 年开启电商业务以来,青岩刘村诞生了 8 家年销售额近亿元的网商,60 家皇冠店铺。年交易量也从 2008 年的 2 亿元,一路上升至 2014 年 35 亿左右。一名义乌市官员对《第一财经日报》记者说,30 多年来,当地始终坚持“商行义乌”。义乌商人的吃苦耐劳成为大众创业、万众创新的精神支柱。

“海外建仓”

义乌是全球“最大小商品超市”,汇集了 20 万余家日用消费品生产企业的 180 多万种商品。

目前,义乌是唯一获批创建国家电子商务示范城市的县级市。据不完全统计,义乌在全国各市县中,国内电商交易额排名全国第六、跨境电商交易额排名全国第四。2014 年,全市电子商务实现交易额 1153 亿元,同比增长 35%。

同时,电子商务产业链不断细分和延伸,涌现出一批快递、金融、商务、培训、代运营、第三方仓储等衍生服务的企业。现在,义乌建成投用 19 个电子商务园区,电子商务园区—专业市场—专业楼宇—示范村平台体系已初步成形。

“今后 5 年,跨境电商依然还是蓝海。”义乌外贸电商协会会长、吉茂科技董事长贾才民说,过去几年,义乌跨境电商贸易额几乎成倍增长,为帮扶电商创业、创新,该公司还办了“电商学习班”,去年培训了 2000 余名人员。

改革红利正在不断释放。经过一系列改革创新后,义乌通关速度提高了 30%。特别是基于互联网的电子商务,更是突飞猛进,2014 年跨境快递日均出货量 35 万件,同比增长 40%,居深圳、广州、上海之后列全国第四位。

如今,一些规模较大的义乌跨境电商企业,正计划建立“海外仓”。

他们在国外预先租下仓库,以海运或空运形式先把货物运达仓库,在接到海外客户订单后直接发货。

有“走出去”也有“请进来”,记者了解到,“义新欧”(义乌—马德里)铁路货运开通后,将有更多的欧洲商品通过铁路进入中国市场。目前,义乌有 7.5 万个商铺的 180 多万种商品出口到 219 个国家和地区,2013 年海关监管小商品出口 78.2 万标箱。