

地炼成品油售价频被终端“剪羊毛”

山东地炼或打造炼化集团

“今年以来,国内成品油过剩,加油站大打价格战,山东地炼企业的加油站的零售价格比国家规定的最高限价还要低。”卓创资讯成品油分析师张瑾怡说,在这种背景下,我省地炼企业生产的成品油销售被贸易商和批发商等环节层层“剪羊毛”。

其实,这种局面反映出的,是地炼企业产能过剩加剧的现实。

本报记者 刘相华

地炼出口配额被暂停,央企频剪羊毛

从2015年上半年开始,山东省地炼企业不断获得进口原油使用权,截至目前,国内正式获批和进入公示期的拥有进口原油使用权的地炼已达32家,其中山东一共有25家地炼企业获得进口原油使用权。

政策红利带来的效益显而易见。2016年山东省地炼企业(监测统计31家企业)年实现加工原油4266.9万吨、加工燃料油4414.0万吨,合计8680.9万吨,分别较上年增长185.20%、0.1%、47%;实现主营业务收入4924.9亿元、利税317.7亿元、利润138.2亿元,分别较上年增长21.7%、79.1%、60%。

不过,随着国家产业政策调整及全国炼化能力过剩不断加剧,山东省地方石油炼化企业在发展中又遇到新问题。

今年以来,国内成品油加工贸易出口配额下发额度较2016年明显减少,政策面逐渐收紧,不仅山东地炼成品油出口配额被暂停,四桶油的出口配额也大幅缩减。2016年净出口量3255万吨,较上年增幅达52.4%,连续3年年均增长近50%,预计2017年出口将达到4000万吨,但地炼企业成品油来料加工复出口资格没有连续执行,不能参与国际竞争,海外市场不能开拓。

山东省地炼企业没有直接的零售终端市场,成品油只能通过批发方式,经过贸易商多次转卖进入零售渠道。而央企市场供应点分布不平衡,每月均向地方炼油企业进行大量采购,这些油品通过央企外采方式进入央企成品

油企业。而地炼企业单厂营销谈判能力有限,议价及仓储调剂能力不足,长期出现“油好价低”现象。

根据相关机构统计研究,两大集团在同区域、同时期从地方炼化企业和其直属炼厂出厂采购价相比,汽油价格低1000元-1500元/吨,柴油低800-1200元/吨,成品油销售价格被终端“剪羊毛”。

齐鲁晚报记者注意到,7月5日,利津石化92号汽油出厂价是5080元/吨,同期主营炼厂相同型号的汽油出厂价是5700元/吨,如果是大单的话还可以每吨优惠五六十元。本来地方炼厂的价格就比主营炼厂低600元/吨至700元/吨,再加上两桶油集中采购,地炼企业的利润空间被进一步压缩。

据悉,两桶油在山东地炼的采购价是4900元/吨至5000元/吨,已经比地方炼厂的挂牌出厂价便宜了180元/吨。

“目前中石化华北地区迫于库存的压力已缓采购地炼油品,但是山东地区仍在采集。中石油在山东的统采权限已经从地方划归至总部,统采的范围扩展至全国20多个省。”

本来利润就低,两桶油这种大范围、高密度统采的做法,又把山东地炼企业的成品油价剪了一次羊毛。

进口原油使用权暂停申报,地炼又将吃粗粮

另外一个重大国家政策变化是,5月5日发改委将停止接收有关原油加工企业使用进口原油的申报材料,对2017年5月4日前已按规定完整提交申报材料的企业,继续开展后续核查评估等工作。

“本来一些地炼企业就存在内部竞价、争夺货源、抬高价格



目前,山东地炼的企业中,只有京博石化和东明石化在终端布局了大量的加油站。 资料片

的现象,停止原油进口申报,地炼企业又将回到吃粗粮的苦日子。”一家大型炼厂的负责人对齐鲁晚报记者说。

山东省地炼企业单体规模小,成本处于劣势。据统计,山东省39家地炼企业炼油产能体量相当于韩国炼油产能,但单个企业平均产能不足350万吨。在价、税到位情况下,地炼企业与央企炼厂、与七大基地新建炼厂动辄1000万-4000万吨的产能相比,在竞争中处于不利地位。山东地炼企业一直在夹缝中生存,而且还面临成品油消费增速全面放缓的严峻形势。

来自国家统计局口径的数据统计,2016年成品油总体消费量3.13亿吨,较上年下降1%,增速回落6.2%,其中汽油消费1.19亿吨,增长3.1%,增速回落7.9%,柴油消费1.63亿吨,出现负增长,同比下滑5.6%,增速回落5.7%,国内成品油市场竞争加剧。

抱团取暖,组建山东炼化集团频被提起

在夹缝中生存下来的山东地炼企业不会坐以待毙,又一次

选择了抱团发展,组团抗争。

7月6日,中国(独立炼厂)国际石油采购联盟主席、东明石化副总裁张留成在青岛举办的2017中国石油市场及贸易峰会上首次公开表示,建议通过兼并重组、股权交换及成立山东炼化集团的形式,优化地炼企业在原料、物流、资金、产品等方面配置,实现大资金、大物流,提高行业核心竞争力与话语权。

组建山东炼化集团的话题不止一次在各种内部会议被东明石化董事长李湘平提到。记者掌握的一份《组建山东炼化集团可行性分析报告》,详尽阐述了地炼企业生存的内外部环境,山东地炼的发展现状以及存在的问题,成立炼化集团的必要性和思路等。种种迹象都表明,自从2016年2月29日中国(独立炼厂)国际石油采购联盟成立后,以东明石化为首的山东地炼企业对整合省内炼厂资源、增强溢价能力、提高话语权的努力从未停止过。

作为倡导者,东明石化为了表达诚意,开放其下属的太平洋商业(控股)有限公司的股权,按照零利润的模式和独采联盟成员共享太平洋公司的优

质平台资源。

其实,2016年4月份之前,组建山东炼化集团的想法开始萌芽。山东地炼企业数量多、单体小、产业链短、产品雷同,未来央企、七大石化基地产能发展到位后,地炼企业遇到的矛盾和问题将更加突出。

“炼化企业大型化是未来行业发展趋势,山东地炼应通过合并逐渐成为大型企业集团,走上下游产业一体化发展模式,才能在激烈的市场竞争中生存。”张留成在6日的大会上说。

根据报告,山东炼化集团由山东省已经获得进口原油使用权的企业为发起人,各企业以国家确认保留的常减压装置及进口原油使用权数量评估值出资,拟引入国内国有资本或者产业投资基金以现金投资,按照混合所有制方式组建山东炼化集团。

组建后的集团公司维持各家成员企业经营团队不变、纳税渠道不变、独立经营自负盈亏的管理体制不变,重点推动发展规划、原料采购、油品运输、销售渠道、零售终端管理等五个方面的协同。

很显然,通过组建山东炼化集团,能够增强山东省地炼企业产业集中度和话语权,实现统一采购和统一产品销售及出口,实现各类资源的集合优势,有利于把山东地炼发展成为在国内外有重要影响力的能力。

不过,组建山东炼化集团并不被两桶油看好。中国石油一名负责人对记者直言,“这个集团之前也听说过,不过就像独采联盟一样,会是个比较松散的机构。山东地炼企业那么多,个头都比较大,利益不好协调,统一协调会比较难。”



在圣彼得堡,考察团和俄罗斯本土最大的电商平台ULmart的工作人员交流。

元左右,而百度要十几元。一般企业投入56万,就能收到很好的效果,平均能有20多个询盘的,这比去趟俄罗斯参展加展会的费用要少很多。

俄罗斯九成海外包裹来自中国

俄罗斯最大的电子支付服务供应商Yandex支付发布的数据显示,2016年俄罗斯网民从中国订购的商品数量较2015年高出78%,2016年俄罗斯网

民在中国网店的花费增加了1.8倍,从中国订购的商品数量增长78%,中国网店营收增加73%,俄罗斯中国网店顾客数量增加38%。

数据显示,中俄跨境电商去年贸易额超过25亿美元,俄罗斯的主要跨境电商平台都来自中国,90%海外包裹来自中国,来自欧盟的占4%,来自美国的占2%。在资金比重方面,中国占52%,欧盟占23%,美国占12%。总体上超过64%的进口商品其价值都不超过22欧

元。平均每天有超过50万个包裹从中国发到俄罗斯。

“不仅仅是速卖通还是其他电商平台,在俄国市场的耕耘才刚刚开始。”段丽华说。

eMarketer的最新数据显示,俄国拥有欧洲最多的互联网用户,达8700万,但俄国只有3700万电商用户,线上零售份额仅为1.9%,远低于中国的5.7%及美国10.1%。俄罗斯电子商务协会主席谢尔盖·普卢戈塔连卡认为,目前网络经济对俄罗斯GDP贡献率为2.8%,与网络经济相关的市场对GDP贡献率为19%,与发达国家水平相差甚远。

进入2017年以来,中俄电商之间的合作动作频频。据悉,中铁快运与俄铁、俄联邦客运及其物流公司达成合作协议,将建立中俄跨境电商物流平台。中俄电子商务促进会与海商网签署合作协议,将共同建设针对中俄贸易的供应商平台。

“买全球卖全球是大趋势。同样,这也是一带一路大背景下创造出的历史性机会,山东的中小企业一定要抓住这个机会,充分调研国际市场,抢夺先机,快速布局。”胡近东强调说。