

山东高速的央企“朋友圈”

仅交通基础设施建设领域就引进央企资金610亿

本报记者 刘相华

山东建高铁高速路,央企既入股又施工

山东省的目标是2020年实现“市市通高铁、县县通高速”。来自山东高速集团的信息显示,2013年以来,山东高速集团承担山东省委、省政府安排的高速公路、铁路建设项目总投资达2200多亿元,建设任务之重、投资规模之大前所未有。

“这些项目的开工周期很紧张,投融资压力很大,但任务一定要完成。这种情况下,我们就想着吸引投资方参与到项目当中来。”山东高速集团投资部部长张仰进说。

为此,山东高速集团在全国首创“入股施工一体化”模式,即山东高速集团注册项目公司,由资质高、信誉好、实力强的央企合法中标并出资入股。央企资金实力雄厚,投资能力强,既能转到项目的施工费用,而且还能有股权投资收益。

2015年8月,首个“入股施工一体化”项目——济南东南二环出口项目开工建设,项目总投资72亿元,引进中铁、中建资金入股18.5亿元。

“既是项目股东,又是项目建设者,施工方加快工程建设的积极性和主动性得到极大调动。”山东高速济南东南二环项目负责人表示,东南二环出口项目施工进度屡创纪录,今年7月9日,被誉为“山东第一隧”的浆水泉隧道正式贯通,比原定工期提前8个月,全线将于年底通车。

2015年,由山东高速集团控股建设,总长308公里、总投资600亿的济青高铁也采取类似做法。这是国内首条由地方为主投资建设的国家高铁项目,山东高速集团引进中国建筑、中国中车近40亿元长期股权投资作为资本金。

2016年,高速集团控股建设全长494公里、总投资750亿元的鲁南高铁,采用“长期股权和类PPP”模式,与中国铁建、中国建筑、中国中铁、中交建设集团等央企达成投资合作意向80亿元。

据了解,高速集团在重大基础设施建设与央企合作共建,累计引进央企入股资金214.9亿元,

2013年以来,由山东省委、省政府安排给山东高速集团的高铁、高速公路建设项目,总计投资高达2200亿。山东高速集团如何借助央企朋友圈的力量,完成这些“一定要完成的任务”?

“一个企业能够走多远,关键看与谁同行,帆船与帆船整合还是一堆帆船,航母与航母整合才能形成龙头。”山东高速集团董事长、党委书记孙亮对与央企合作做如此评判。



鲁南高铁采用“长期股权和类PPP”模式,与中国中铁、中交建设集团等央企达成投资合作意向80亿元。

按期、按质推进山东省高速公路、铁路等重点项目建设。作为合作方的央企,则借此打开了山东交通基础设施的市场。

高速集团与葛洲坝集团的合作已经成为一个样本。2016年,山东高速集团经省政府批准向葛洲坝集团转让济南至泰安、巨野至单县、枣庄至菏泽3条高速公路资产和经营权,引进资金396亿元,这是山东省高速公路招商引资的最大成果,创造了山东省国有企业与央企合作单笔资金最高纪录。

闯荡“一带一路”,抱团搞基建

山东高速国际合作公司是山东高速集团的海外投资平台,这家公司已经有30多年海外市场项目运作经验。

“在国际市场单枪匹马地做项目,力量太单薄,但合作优势就很明显。”国际合作公司党委书记邓文华对齐鲁晚报记者说,高速集团的海外业务采用了“高速集团+央企+当地企业”的合作模式。

山东高速在海外市场有很强

品牌影响力,在资金和技术方面也有优势,与央企合作既能避免恶性竞争,又能分工合作,优势互补,更加容易打造精品工程;当地企业参与进来,更容易处理环境、法律、宗教等各个方面的关系。

作为“一带一路”沿线重要国家,孟加拉是中资企业重点布局的海外市场。今年6月,国际合作公司联合中国水电与意大利泰发集团组建PDEE项目公司,按照34%、15%、51%的股权比例共同参与达卡机场高速公路项目的投资、建设、运维管理。该项目投资总成本12.5亿美元。

在巴基斯坦,高速集团联合中国水电建设集团正在推进总投资28亿美元、总里程299公里的巴基斯坦M6高速公路项目。

在北非,山东高速路桥集团还与中信建设集团合作参与建设了阿尔及利亚全长1216公里的东西高速公路项目,承担该项目三个标段合计111公里的建设。

在安哥拉,山东高速路桥集团又与中信建设集团合作建设了安哥拉K.K.一期社会住房项目、国家旅游开发区项目等市政工

程,合同金额达30亿元,其中K.K.一期社会住房项目还摘得了“中国建设工程鲁班奖(境外工程)”。

此外,山东高速国际合作公司在伊拉克、南苏丹为中石油、中海油提供配套服务,累计承揽项目55个,营业额近12亿元。

与中铁建合资公司,进军高铁装备制造

“单纯项目业务的合作仅仅是一单单来做,做完了就完了,但是股权合作是各方基于目标方向和利益趋同的长久考量,更为稳固。”张仰进说。

齐鲁晚报记者观察到,在投资策略上,山东高速集团有两条非常明显的路径:第一是直接投资布局集团公司产业链上下游项目;

第二是采取基金方式参与到一些发展前景良好且回报较好的产业中去。

2016年6月2日,山东高速轨道交通集团生产的第一块CRTS III型高铁轨道板在临朐下线,山东高速集团由此获得国内高铁市场通行证。

但由于库存商品24小时在线,经销商可直接对接店主,这使得经销商的综合运营成本降低50%。过去一箱奶挣0.2元,现在赚1.1元。什么都没有增加,但在系统优化下赢利能力却增加了4倍。

新零售要革经销商的命吗?

今年4月,京东宣布要在全国开一万家便利店,集中配送。对此,有人质疑,京东这么做,经销商还有活路吗?生态怎么维护?

廖建文对这个问题的答案是,老虎把羚羊都吃完了,老虎也活不了,不能吃光,任何东西都有生态,行业也一样。

上周,号称“东西拿了就走”的天猫无人超市亮相。马云表态说,并不是我们真准备干这个事,让所有的商店都没人,而是要给业界一些信号、一些思考。

马玉峰说,商贸流通业与广大居民、就业群体利益相关,零售业变革一定要考虑他们的利益,

要普惠,要就业本地化,税收本地化。国家对于垄断性企业要加以限制,不能杀鸡取卵。如何培植当地企业能力,这也是新旧动能转化的使命。淘宝模式的确值得反思,大家都在拼价格,没有合理利润,制造业怎么去研发创新?

针对一些B2B平台扰乱了经销商价格体系的问题,倍全研发了一款经销商和小店交易的云采平台,让经销商管理小店、订单、资金流。“这就是让厂家踏踏实实干厂家的事,让经销商干经销商的事,让生态良性发展。”崔麟说。

技术是最强大驱动力

在这场社区零售基础设施升级战中,技术扮演了最强驱动力。

京东在发力智慧物流后,“改口”称自己是大数据公司。同样,公众眼里做着社区便利店生意的倍全,在公司内部一直强调自己是以数据驱动的互联网科技公司。目前,倍全最大投入是技术投入,产品研发团队在北京,有100

CRTS III型高铁轨道板项目由山东高速轨道交通集团与中铁二十三局合作投资建设,是国内规模最大、第一个使用流水线生产的轨道板厂,这个项目的投产标志着山东高速集团已具备高铁高端混凝土产品制造能力,为企业拓展高铁和地铁高端混凝土产品市场,并借助“一带一路”开拓国外高铁产品市场奠定了基础。目前,轨道板已供应济青高铁、鲁南高铁建设使用。

携手五大行,获银行授信2264亿

2015年,高速集团向中国建筑所属的中建安装工程公司转让山东高速海南发展公司15%的股权,转让完成后,海南发展公司形成了地方国企、外企和央企“三位一体”的混合所有制企业,将集中各方优势,打造立足国内、面向世界的一流石化科技企业。

为弥补现代服务业短板,山东高速集团加强与金融类央企合作,共同设立股权投资基金、产业投资基金等。山东高速集团与中信集团、光大控股合资成立了山东高速信业城市发展股权投资基金管理公司、山东高速光控产业基金管理公司,高起点进军基金产业,目前已完成项目投资45亿元。

“投资股权多元化,可以缓解项目的资金压力,完善公司的治理结构,利用外脑的专业优势,共享各种资源,协同发展。”张仰进说。

此外,山东高速集团凭借拥有的国内债券市场最高AAA企业信用评级,先后与工农中建交等五大行以及中国人寿、中国人保等保险业巨头建立密切合作关系,获得银行授信总额高达2264亿元,累计发行债券1169.2亿元,每年可节约财务费用4.93亿元,这为投资山东省交通基础设施重大项目发挥了关键作用。

今年2月9日,中国农业银行与山东高速签署债转股合作协议。根据协议,农业银行将为山东高速集团提供300亿元的股权融资规模。

据介绍,为推动新旧动能转换,山东高速集团已经初步建立重大项目库,储备项目达40多个,将打造成为与央企深入合作的载体和平台。

了新零售的公共设施。

马玉峰说,云媒股份在成立时就定下一条底线,坚决不赚实物商品交易差价的钱。未来,针对精准营销的大数据分析将成为B2B平台重要盈利点。当智慧商业底层数据达到一定量时,就可以输出大数据产品。

“在一、二、三、四线城市都要取样,用户画像才能精准。”马玉峰说,就讯猫集采平台而言起码要覆盖20个省100个城市才有能力输出大数据产品。如果平台上百万用户,每个小店一天人流量300人,每天涵盖C端用户的购物行为数据在3500万~4000万之间,包括产品供给速度、配送时间、货架陈列状态等,这些产业结构数据商业价值很高。

倍全的智能收银系统中,用户、会员消费都会留下痕迹,通过大数据分析可对用户消费习惯进行画像。崔麟透露,倍全自主研发的收银机产品营销预计10月份启动,该系统会向用户推荐商品,在需求端实现“比你自己更懂你”。

(上接B01版)

以前新品上市做地推需要一两个月,消耗大量时间和成本,大家能力趋同,爆款越来越难出现,最后变成消耗战。现在,新品发布如何三天内覆盖全市?

泰安区域品牌亚奥特乳业的新产品零食化酸奶正准备从社区便利店切入,试水上海市场。亚奥特副总经理李庆官告诉齐鲁晚报记者,此次新品推广投入预计将占到销售收入的40%。

据了解,高速集团在重大基础设施建设与央企合作共建,累计引进央企入股资金214.9亿元,

以前新品上市做地推需要一两个月,消耗大量时间和成本,大家能力趋同,爆款越来越难出现,最后变成消耗战。现在,新品发布如何三天内覆盖全市?

泰安区域品牌亚奥特乳业的新产品零食化酸奶正准备从社区便利店切入,试水上海市场。亚奥特副总经理李庆官告诉齐鲁晚报记者,此次新品推广投入预计将占到销售收入的40%。

如果加入集采平台,品牌商就可以快速地在社区便利店实现覆盖,推广成本也降低很多,并且还能获取从进货、仓储、C端用户画像等一系列数据做精准营销。

而经销商群体面临的问题是,人工成本越来越高,畅销品毛利率越来越低。

以某一线品牌牛奶为例,市级总代理进价48元/箱,卖50元,除掉成本一箱奶赚2毛钱,相当于整个渠道消耗1.8元。现在走云采购渠道,同样一箱奶赚2元差价,