

基于价值链的山西煤炭产业提升策略研究

胡楠¹, 刘瑞贤¹, 吴俊清²

(1. 中北大学 经济与管理学院, 太原 030051; 2. 太原工业学院, 太原 030008)

摘要:煤炭产业是山西省第一主导产业,但是,随着近几年来煤炭产业的快速发展,山西省陷入了严重的资源依赖,资源诅咒的表现越来越明显。本文根据价值链的相关理论,分析了目前山西省煤炭产业价值链的发展现状和存在的问题,提出了山西省煤炭产业价值链提升的对策:明确产业定位,合理分配资源;加大研发环节投入,提升煤炭技术水平;促进煤化工的发展,提高产品附加值;以煤炭产业为依托,开发品牌乘数营销,拓展营销渠道;借助文化产业,获得创意增值。

关键词:煤炭产业;价值链;策略

中图分类号:F427 **文献标志码:**A **文章编号:**1671-1807(2012)11-0071-04

山西省是我国典型的能源大省,煤炭资源储量丰富,分布广泛。多年来,山西煤炭产业不仅促进了当地经济的发展,从全国来看,也为我国的经济提供了重要的能源基础。但由于煤炭资源的有限性,煤炭资源的开采和利用有一定的局限性。所以,煤炭产业链发展是煤炭企业实现持续稳定发展的必然选择。

国内外的煤炭产业链的发展对山西都有很重要的借鉴意义。欧盟在煤化工方面研究富有建树的国家主要有德国、荷兰、丹麦等。德国是世界上最早从事煤化工科学研究的国家。20世纪20年代德国就开始了煤的间接液化技术研究,并于1936年在世界上首先建成工业规模的合成油厂。目前,德国的新液化(IGOR)工艺是世界上具有代表性的煤直接液化工艺技术。^[1]国内的神华集团是目前国内仅有的同时拥有煤炭直接液化和间接液化技术的企业。目前,神华煤直接液化示范工程是世界上首套大型煤工业生产装置。建设地点在内蒙古自治区鄂尔多斯市的马家塔,它是世界上第一条具有完全自主知识产权的“煤制油”工业生产线。^[2]山西省经过重组,构建了许多独立的价值链,表面看来这些价值活动是独立进行的,但实际上是依赖煤炭企业价值链的活动而存在的。煤炭产业价值链的构建能够使煤炭企业根据市场变化要求,结合自身经营特点,科学地进行业务重组,合理分配资源,从而提升企业竞争力的必然趋势。

1 基本理论概述

价值链理论是由美国哈佛大学商学院教授迈克尔·波特于1985年在《竞争优势》一书中提出的。波特认为,企业的价值创造是通过一系列活动构成的,这些活动可分为基本活动和辅助活动两类,基本活动包括内部后勤、生产作业、外部后勤、市场和销售、服务等;而辅助活动则包括采购、技术开发、人力资源管理和企业基础设施等。^[3]这些互不相同但又相互关联的生产经营活动,构成了一个创造价值的动态过程,即价值链。

波特的“价值链”理论揭示,企业与企业的竞争,不只是某个环节的竞争,而是整个价值链的竞争,而根据各个关节的增值程度不同,台湾宏基集团总裁施振荣先生提出了“微笑曲线”理论。该理论通过附加值的高低来判断一个产业的竞争力,企业或者产业通过向附加值较高的环节移动来提高自己的竞争力。微笑嘴型的一条曲线,两端朝上,在产业链中,附加值更多体现在两端,设计和销售,处于中间环节的制造附加值最低。

如图所示,微笑曲线的中间也就是价值链的中游,是加工制造环节,利润空间较小;左边是价值链的上游,研发设计环节,产品附加值较高,利润空间大;右边是价值链下游的营销环节,通过拓展营销渠道和品牌的建立,产品附加值上升,利润空间也获得提升。

收稿日期:2012-09-05

基金项目:2011年山西省政府重大招标项目“传统产业改造提升产品升级换代相关建议”的相关成果。

作者简介:胡楠(1987—),女,山西忻州人,中北大学经济与管理学院,硕士研究生,研究方向:管理科学与工程;刘瑞贤(1968—),男,山西偏关人,中北大学,经济与管理学院副书记,副教授,博士在读,研究方向:管理科学与工程、销售理论与管理创新;吴俊清(1965—),男,山西宁武人,太原工业学院,院长,教授,硕士,研究方向:管理科学。

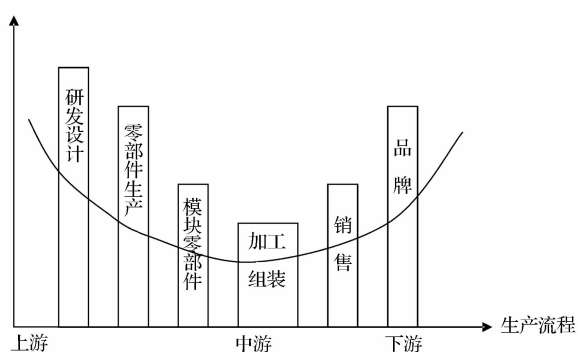


图1 微笑曲线

企业只有不断地向附加值较高的环节移动,才能促进企业持续不断的向前发展。

2 煤炭产业价值链

煤炭产业的主要活动包括设计研发、原材料和设备采购、煤炭开采、煤炭洗选、产品加工、市场营销和售后服务等。辅助活动包括采购管理、人力资源管理、一般管理等^[4]。煤炭产业的价值链构成用简化图表示,如图2。

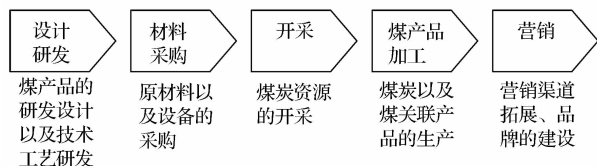


图2 煤炭产业价值链

3 山西煤炭产业价值链现状分析

山西省煤炭资源储量丰富,分布广泛,煤炭种类多。多年来,山西煤炭产业不仅促进了当地经济的发展,从全国来看,也为我国的经济提供了重要的能源基础。山西煤炭经过重组之后,发展煤炭产业价值链越来越受到重视,目前山西省已经建立了相对完善的煤炭产业价值链,但是在各环节的资源分配,投入以及管理上仍然存在不足。

第一,煤炭产业价值链资源分配不合理。煤炭产业从煤炭的研发、开采、生产到销售是一条完整的煤炭产业价值链,从著名的微笑曲线来看,利润点主要在曲线的两端,所以煤炭产业的价值创造主要集中在煤炭产业的研究和销售环节,而山西省煤炭产业的发展还基本处于开采加工到直接销售的阶段,从开采到到达用户手中除了煤炭坑口价,还要包括环境治理费、转产基金、治理土地塌陷及绿化费、资源费、矿产资源使用费、水资源补偿费等各种杂费,投入了较多的资源,而在一些附加值较高的环节上没有充足的资源基础,从而导致整条价值链发展缓慢,各环节创造

价值的能力较弱。

第二,研发环节投入不足,影响价值链上游延伸。在目前激烈的竞争环境中,能源领域单一的进行煤炭生产是很难快速发展的,煤炭产业要想持续稳定向前,必须结合煤层气等煤附产品综合发展,并且加大研发力度的投入。山西省在煤层气的开发还有待进步,首先,科研投入不足,技术创新力度不够,在勘探、生产技术上都没有取得突破性进展。从 R&D 经费总量来看,2009 年山西省为 57 亿元,在全国排第 17 位;中部居 5 位,高于江西;周边居第 2 位,低于河北;^[5]其次,基础设施建设不到位,煤层气的输送管网少,没有一套完整的天然气网络,也因此制约了煤层气下游用户市场的发展;此外,相关的政策落实不到位,积极性不高,利用率低。这些都使得煤层气在山西的发展受到了阻碍。

第三,煤炭深加工产品附加值较低。目前山西省虽然加强了煤、电、气之间的联系,也形成了煤化工产业链,但是在附加值较高的煤炭产品开发力度上却严重不足,设施配备和技术水平上都存在严重缺陷,在市场上面临饱和的风险。主要存在三个主要问题:首先,行业内部结构不尽合理。初级产品多,精细产品少;其次,缺少大型企业联合,并且支持煤化工企业集团就近参与煤田开发,发展大型项目;最后,产业布局不合理。没有形成具有明显循环经济特征的大型煤化工园区。这就必然导致煤炭产业链的短窄、结构趋同,不利于各大煤炭企业之间的良性竞争。

第四,营销渠道单一,阻碍下游产业价值链延伸。山西有着得天独厚的煤炭资源,全国 70% 的外运煤来自山西,但是今年煤炭资源供过于求,煤炭价格下跌,煤炭企业利润下降,销路更是急剧压缩。煤炭企业的营销渠道受到煤炭这个特殊资源特点的影响,往往采用直销和代理商经营的方式,但是营销过程中大都将营销局限在人员推销的范畴,对于市场信息的反应较慢,习惯由生产到销售的模式,而不是由销售而生产,更没有形成通过分析市场用户的需求而到销售到生产。在品牌的打造上也没有得到充分的重视,没有意识到品牌也是一项重要的战略投资,利用品牌形象深入人心从而提高产业的附加值。

第五,煤炭产业价值链片断化严重,造成产业链升级困难。煤炭资源从研发生产到销售多个环节构成了一条完整的煤炭产业价值链,山西省的煤炭企业往往只能局限于煤炭的开采和深加工,而煤炭产品转化进入电力、冶金等行业,煤炭的运输也主要依靠铁路、公路和水路部门,这些行业都壁垒森严无法进入,

煤炭企业无法根据需求进行产品的生产以及提供价值最大化的产品,使得一条完整的煤炭产业价值链片面化,导致了产业链升级困难,无法获得价值链的高附加值。

4 山西煤炭产业价值链发展策略

针对山西煤炭产业整个价值链上存在的不足,为了提升山西的煤炭产业价值链,从整个链条到各个价值创造环节就目前具体的发展现状提出了相应的发展对策。

4.1 明确产业定位,合理分配产业链资源

煤炭产业要稳定发展,拥有自己的核心竞争力,明确自身的定位和使命至关重要。传统的煤炭企业局限于煤炭的开采、加工和转化,最后通过简单的渠道进行销售,归结到产业定位上只是简单的生产销售过程,而煤炭资源从开采,研发加工到煤炭产品的生产、销售是一个完整的过程,构成了一条产业价值链,价值链各个环节投入的成本的创造的价值都不相等,对山西煤炭产业来说,价值增值一般集中于研发阶段和最后的营销阶段,明确各个环节的价值创造能力,才能对拥有的资源进行合理分配,实现资源优势最大,促进产业价值链增值。

4.2 加大研发环节的投入,促进产业价值链上游延伸

煤炭产业发展不能只依靠销售原煤、焦炭等初级的产品和加工品,在煤炭产业发展较快的美国、德国等国家研发的化工产品已达上千种,使价值链在研发环节上实现了价值的不断增值。对变油、煤层气等产品的开发,不仅能够优化能源结构,减少瓦斯灾害,还可以改善环境,但是在研发初期要投入的成本很高。山西省应该加大科技和资金的投入;建设完整的天然气网络,完善基础设施建设;进行统一明确的管理和规划,并且完善相关政策,规范煤层气等的发展。^[6]

4.3 促进煤炭深加工和转化,实现产业价值链增值

煤炭深加工和转化是目前山西省产业链延伸的主要方向,也是实现价值增值的主要环节。现代煤化工已经突破了传统的行业界限,由简单的焦炭产品向多联产的模式发展,国外著名的发展模式有南非萨索尔 F-T 合成模式,实现煤—油—化—电多联产,对煤进行综合利用,发展化工产品和燃料煤气;德国鲁奇公司的 GTC-MT 模式提出合成气制化学产品,发展以煤代油生产烯烃的。^[7]目前山西省应以新型煤化工和精细化工为重点,对全省煤化工产业合理布局,积极发展现代煤化工,借鉴德国等煤化工技术领先国家,积极与科研单位和高等院校进行科研工作,并且

尽可能建立自己的研究室,与生产密切结合,改造传统工艺,实现煤炭大省向煤化工大省的转变。

4.4 以煤炭产业为依托,开发品牌乘数营销,拓展营销渠道

所谓品牌乘数即用品牌做乘数,在后面乘上各种经营手段以获得最大的利润,延长产业价值链,利用品牌开发各种衍生品,以获得更广泛的赢利空间。^[8]由于煤炭产品的特殊性,煤炭企业的客户绝大多数是国有大型企业,客户的购买行为相对简单,对产品的需求特性也相对一致,所以销售渠道一般采用直销和代理商经营的方式,扩大营销渠道首先要有正确的营销思路,将营销习惯于由客户开始再到销售和生,充分掌握市场信息,寻找新的销售点。此外,对于山西煤炭产业来说,要充分体现山西煤炭资源的弥足珍贵,可以以打造品牌煤炭为基础,充分利用品牌营销来拓宽销路。品牌凝结着企业的价值理念,蕴含着企业文化,成功将品牌推向客户,从而赢得消费者对品牌的认同感,获得市场竞争地位,在战略地位上取得优势。

4.5 借助文化产业,获得创意增值

山西煤炭资源丰富,有很多可以利用的空间,在此基础上开发设计出创新性的特色服务,需要相关部门联合包括创意产业在内的各主体来完成。文化理念可以渗透到煤炭产业从研发到销售的各个环节,从而扩大产业价值链范围,能为煤炭产业的价值创造起到画龙点睛的作用。^[9]德国的鲁尔区利用遗留下来的工业化产物,由政府投资改造成历史文物,形成了风格独特的历史博物馆,地下矿石仓库开辟成了攀岩场所,炼钢车间改建成流行歌舞剧的大剧院,弥补了煤炭产业资源的有限性,对于山西煤炭的发展有很重要的借鉴意义,通过文化产业的融合,不仅使得山西的煤炭品牌深入人心,而且提升了煤炭产业价值链的附加值,完善了产业链条。

4.6 发展洁净煤技术,提升山西煤炭产业链

洁净煤技术的发展对山西意义重大。煤炭产业作为山西的主导产业,在今后的发展中依旧会长期占据主导地位,但是随着煤炭不断开发以及综合利用过程中对环境造成了很大的压力。洁净煤技术通过改变终端能源的消费结构,将煤炭转化为环境污染较小的电、油和气,不仅保障能源的安全,还满足了未来能源的需求。所以,发展洁净煤技术是山西能源发展的重要选择,通过引进新的先进技术,提高能源技术水平,同时以较低成本保障经济的稳定发展,保障经济、环境协调发展,带动相关产业,以及区域经济的发展。

5 结束语

煤炭产业的可持续发展是一个复杂的系统工程，从国内外的煤炭产业发展来看，通过构建产业价值链来促进煤炭产业的持续发展是一个重要的方向。目前山西煤炭产业价值链的发展还不够成熟，山西煤炭产业要实现可持续发展，技术创新和产业结构调整扮演着很重要的角色，通过积聚人才、技术、资金、管理等资源，结合山西省的区域经济特点，合理构建、优化并延伸煤炭产业价值链，使煤炭资源得到充分应用，是实现山西煤炭资源开发利用社会效益最大，促进山西煤炭产业可持续发展的根本途径。

参考文献

[1] 罗宾逊,赵爱东. 南非煤炭工业概况[J]. 中国煤炭,2003(8): 56—58.

[2] 肖常先,余延双,王柳松. 河南省煤炭工业发展的现状分析[J]. 资源与产业,2010(S1):28—31.
[3] 波特. 竞争优势[M]. 陈小悦,译. 厦门:厦门大学出版社,2005.
[4] 吴学旭. 基于价值链管理的煤炭企业作业成本法应用探讨[J]. 煤炭经济研究,2011,31(4):30—42.
[5] 卢建明. 加快综改试验区建设 推进转型跨越发展[J]. 前进,2011(4):18—19.
[6] 卜小平. 中国煤层气产业发展途径与前景分析[D]. 北京:中国地质大学,2011.
[7] 汪寿建. 国内外新型煤化工及煤气化技术发展动态分析[J]. 化肥设计,2011(1):1—3.
[8] 任慧,李春雷. 我国休闲体育产业价值链构造及延伸路径研究[J]. 天津体育学院学报,2011,26(1):35—36.
[9] 焦斌龙,王建功. 文化产业解构传统产业:机制与路径[J]. 晋阳学刊,2009(3):2—3.

Based on the Value Chain of Shanxi Coal Industry Promotion Strategy

HU Nan¹, LIU Rui-xian¹, WU Jun-qing²

(1. North University of China,Taiyuan 030051,China; 2. Taiyuan Institute of Technology,Taiyuan 030008,China)

Abstract: The coal industry is the leading one in Shanxi Province. However, with the rapid development of it in recent years, Shanxi Province has lost into a serious resource dependence on the coal resource and the resource curse has become increasingly evident. According to the theory of the value chain, it analyzes the development status and existing problems of Shanxi coal industry value chain,proposing measures about how to improve Shanxi coal industry value chain;identify industry location to enhance the rational allocation of resources; increase R & D investment to improve the technical level of coal; promote the development of the coal chemical industry, increase product added value; , develop the brand multiplier marketing to expand marketing channels based on the coal industry; Receive added value through the creativity in cultural industries.

Key words: coal industry;value chain;tactics

(上接第 40 页)

[3] 胡燕京,董迎迎. 中国农民消费问题的计量分析[J]. 西安财经学院学报,2006(1):82—84.
[4] 朱孟晓. 我国居民消费倾向变化及原因研究[D]. 济南:山东大学,2010
[5] 杨朝英. 收入对福建农村居民消费的影响分析[J]. 发展研究,2004(8):25—26.

[6] 吴炜峰,杨蕙馨. 转型时期我国城乡居民居住消费—收入弹性研究[J]. 产业经济评论,2008(3):87—102.
[7] 李林杰,于飞. 河北省农村居民消费—收入弹性的实证分析[J]. 全国商情(经济理论研究),2006(4):21—22.
[8] 常璐. 上海市城市居民消费结构变动分析[J]. 安徽农业科学,2007(4):1245+1248.

Empirical Analysis on Consumption Structure of Rural Residents in Fujian

XIA Fa-gang, LIU Fei-xiang, XIAO Jin-yuan

(College of Crop Science,Fujian Agriculture and Forestry University,Fuzhou 350002,China)

Abstract: The rural residents' consumption is an important part of residents' consumption in Fujian povince. Deeply researching the rural residents' consumption has grant important meanings to know about the rural residents' consumer demand by rule and line and find the exact point to stimulate the rural market. At the beginning, the article analyses the consumption structure of Fujian rural residents in different periods of time with the method of Cluster Analysis. Based on this, it analyses the developing trend and feature of consumption structure. With the method of Gray Correlation, it then analyses the primary and secondly project of rural residents' consumption structure to make an Quantitative Analysis, from which we can look through the problems existing in this structure and trends of the future consumption.

Key words: Fujian;rural residents;consumption structure;cluster analysis;gray correlation