

常规天然气、页岩气、煤层气备受青睐

## 中国油企加速海外“气”源布局

经历了金融危机的“抄底”时机，中国石油企业的海外收购并没有减速。值得注意的是，三大国内石油巨头去年以来的海外投资中，天然气、煤层气、页岩气等“气”源项目愈发受到青睐。

## 油企加速海外收购

近两年，中国油企巨头海外投资极为活跃。普华永道数据显示，中国企业2010年188宗海外并购交易中，有85宗和资源相关行业有关。

去年8月，中石油旗下子公司中石油国际投资公司联手壳牌以35亿美元完成了对澳大利亚规模最大的煤层气生产商Arrow能源公司的收购，为中石油成为国内最大煤层气生产商奠定了基础。就在上周，中石油又宣布，以54亿加元收购加拿大能源公司页岩气项目。去年10月及今年1月，中海油两次向切萨皮克能源公司的页岩油气项目发起收购。

较之几年前前中国油企投注更多资金在传统原油类项目上，现在的石油巨头对油气项目表现出了更为强烈的兴趣。除了进行海外资产并购，中国油企还逐渐确立了中亚、中缅、

中俄三大油气管道布局，进行天然气进口。

中国油企能频繁收购也是缘于国际上沽售的油气资产在飙升。金融危机后，多数石油巨头都面临着巨大的财务压力，国际大公司急于引进拥有雄厚资金实力的少数股权伙伴，比如中国的石油企业，来降低财务风险。

## 非常规“气”获青睐

对于相对“富煤贫油少气”的中国来说，中国油企也是在未雨绸缪，而投资转向替代类能源项目则表现出对未来能源需求结构变化的一种预判。

目前，我国原油对外依存度早已超过能源安全警戒线并高达55%；传统来源的天然气储量也并不丰富。去年天然气净进口为122亿立方米，未来随

着天然气需求的继续激增，我国天然气缺口将达900亿立方米。迫切的能源需求也使中国油企亟待增加海外油气作业量。

煤层气和页岩气都是商业化潜力很大的非常规天然气，而且随着传统油气资源越来越少，开发非常规气源能够很好地填补空缺，也成为大势所趋。

## 目前国际石油巨头都在逐渐转战非常规天然气的区块，一场能源开发的变革已不可避免。

“参与海外项目对于当前来说也是为了能够保证国家的能源安全。”中国石油大学经管学院院长王震如是分析：“但此举的意义不只是在当下，还可以显示出中国石油公司对于未来能源市场的积极战略，而从某种程度上可以证明中国石油公司已在抢占未来的先机。”进行非常规天然气资

## 2010年下半年至今三大巨头海外收“气”动作

企业	金额	地点	时间	收购事项
中石油	35亿美元	澳大利亚	2010年8月	联手壳牌收购Arrow能源公司100%股权
	—	澳大利亚	2011年1月	认购澳LNG公司19.9%股权，成为其最大股东
	54亿加元	加拿大	2011年2月	收购加拿大能源公司峻岭油区50%资产权益
中石化	71亿美元	巴西	2010年10月	宣布认购西班牙最大石油公司Repsol 40%股份
	24.5亿美元	阿根廷	2010年12月	收购美国西方石油公司(OXY)阿根廷子公司100%股份及其关联公司权益
中海油	10.8亿美元	美国	2010年10月	宣布收购美国切萨皮克能源公司鹰滩页岩油气项目33.3%权益
	70亿美元	阿根廷	2010年11月	宣布与布里达斯公司以70亿美元收购阿根廷第二大石油与天然气生产商泛美能源60%股权
	12.67亿美元	美国	2011年1月	二次向切萨皮克收购页岩项目约33.33%股权

源储备在平抑进口价格方面也有积极作用。息旺能源分析师指出，未来，一旦中国油企具备大规模开发非常规天然气的技术能力并实现相当程度的商业化，那么无疑将增加在国际上的议价能力。

## 获取技术成关键

实际上，中国国内的非常规天然气资源储量非常可观。据专家估算，中国页岩气可采资源量约为26万亿立方米，与美国大致相当。而煤层气储量也至少在30万亿立方米。

但有专家直言，虽然中国非常规天然气开发潜力巨大，但其开发尚处于起步阶段，政策、技术、成本等方面还需大幅完善，才能形成良性循环，实现大量的商业化开发使用。其中，技术更是将储量化作产量、降低开采成本的关键要素，也是中国油企亟须解决的一大阻碍。

事实证明，尽管国有石油公司把握着国内的绝大部分油气资产，但是跨国巨头的技术却起到了十分关键的作用。中石化相关人士向记者表示，在复

杂的油气项目中，卡塔尔通过与外国巨头合作成为了世界上最大的液化天然气出口国；同样，俄罗斯天然气工业公司在埃克森美孚公司的帮助下，才最终启动了其在萨哈林的液化天然气业务。

一外资银行分析师也分析表示，这类项目之所以对中国买家有吸引力，是因为他们在其中除了获取油气资产，还有机会学到新技术用于开发中国规模可能很大的天然气储备。  
本报记者 郭奕涵/文  
代小杰/制表

## 图表新闻

## 四啤酒巨头在南方市场仍具开拓空间

根据苏赛特提供的2010年11月啤酒四大巨头在全国各地32个城市的对决情况来看，四巨头均在自己的优势市场占据绝对的优势，而在对手优势的区域处于夹缝生存中。

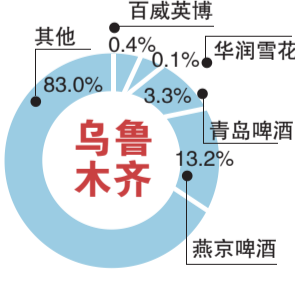
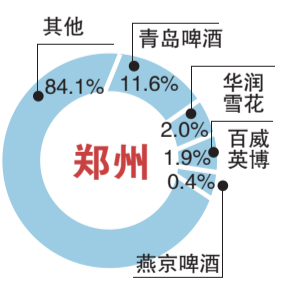
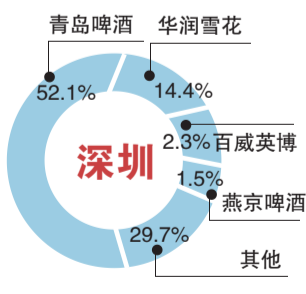
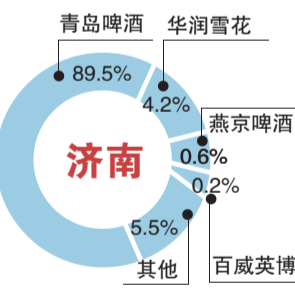
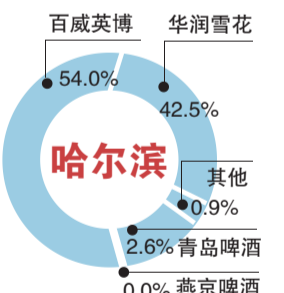
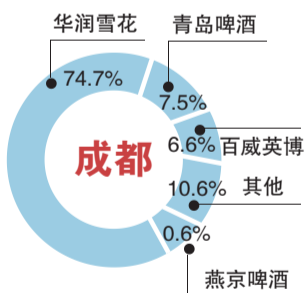
华润雪花市场份额领先的城市数量最多，“贫富分化”现象严重，即垄断城市数量较多，但在很多城市处于夹缝中。比如其在沈阳占据85.4%的份额、合肥占据79.7%的市场，而在南昌和乌鲁木齐市场却分别只有0.2%和0.1%的份额。

青岛啤酒的市场份额分布比较均匀，但高度垄断和相对垄断的市场数量不多。百威英博的城市份额呈现梯状特点，体现出了百威英博的市场夺取实力和能力参差不齐，系统竞争力不足。

而燕京啤酒的优势城市较少，但优势城市一般都是高度垄断。比如其在南宁的市场份额达到82.2%，在哈尔滨、南昌和重庆的份额却为零。

从本报选出的六大区域代表性省会城市的情况来看，哈尔滨、济南所代表的北方城市中，四巨头的

## 四啤酒巨头在六大省会城市对决情况



市场占有率均达到94%以上，郑州虽然因为金星啤酒的强力抵抗而使得其他品牌渗入艰难，但是去年四巨头均在河南市场有所行动，瓜分河南市场只是时间问题。加之国内三巨头的大本营均在北京，而百威英博旗下哈尔滨啤酒也处于北京，所以各品牌

在北方市场均已达到较高的把控程度。

而他们在南方市场均属于开拓行为，缺少了在北方市场的霸气。原本“北有青岛，南有珠江”的说法虽然早已被四巨头的对抗与珠江的逐渐没落打破，但珠江在南方市场仍留有较高威望，占据

相当一部分市场。而西部城市因发展原因，也是各巨头渗入较为欠缺的区域。由此可见，南方和西部区域相对于北方地区，仍有较为可观的市场，接下来，巨头向南方扩张的力度将加大。

本报记者 李冰/文  
代小杰/制表

## 一周关键词

## 榜名牌

## 五粮液起诉七粮液侵权

上周，四川宜宾五粮液股份有限公司将白酒“七粮液”的生产企业和销售企业一并告上法庭，认为对方侵犯了自己的注册商标权。北京市第二中级法院已受理此案。

五粮液称，北京寅午宝酒业有限公司大量生产、销售多款以“七粮液”为酒名的白酒，其股东高某曾向国家工商总局商标局申请“中原七粮液”商标被驳回后，仍投资设立寅午宝公司，并在生产的白酒产品上使用“中原七粮液”商标，这是一种典型的“傍名牌”行为，意在让人联想到“五粮液”知名度以助推销售，误导了消费者，侵害了“五粮液”注册商标专用权，给其公司造成了巨大的损害。要求法院判令被告方公开刊登声明澄清事实、赔礼道歉，并赔偿经济损失50万元。

此外，五粮液日前再次提高旗下主力产品的零售价，上涨幅度高达百元，这已是五粮液今年的第二次提价。

## 收购

## 传联合利华计划收购高露洁

近日，联合利华大手笔收购高露洁的消息甚嚣尘上。消息称，近10年来在收购举措上一直相对“保守”的联合利华，有可能再次祭出大手笔，以550亿美元的天价收购高露洁棕榄有限公司。

据了解，消息来源于意大利联合信贷银行分析师尼古拉斯。他在近日公布的投资者报告中称，联合利华很可能会以超出高露洁当前市值50%的价格，即大约550亿美元收购高露洁，而高露洁目前的市值为368亿美元。他指出，对于联合利华来说，进行并购交易是该公司实现将其营收提高一倍的最快方式之一。收购高露洁“将加快联合利华的产品组合向个人护理产品转变的速度，增强联合利华在新兴市场上的力量”。

联合利华大中华区副总裁曾锡文在接受媒体采访时表示，他目前并没有收到相关的收购信息。联合利华曾在3年多前把北美的牙膏业务卖掉，现在的情况与当时不同，是否会收购高露洁也不准。