

履约必定亏损, 毁约赔付巨大

原料价格暴跌拖累光伏企业

5年前, 尚德与 MEMC 签订了为期 10 年的硅片供货协议, 时限是从 2006 年至 2016 年。此前, 在硅片供应紧张时, MEMC 给尚德 40 美元/片的价格相当于当时市价的一半。如今, 这个价格是 3 美元/片左右。

■本报记者 陈玮英

硅片价格暴跌打乱了光伏企业的原有步伐。一个月前, 无锡尚德宣布终止与 MEMC 的 10 年合作协议。为此, 尚德支付了 2.12 亿美元的赔偿金。

尚德宣布毁约后, 这个闸门似乎一下子打开了, 陆续有光伏企业表示“不排除毁约的可能”。

没有人愿意毁约交巨额赔偿金, 但是继续履约可能会被拖死。目前已经公布季报的 3 家大型光伏企业业绩都处亏损状态。

在国内市场已然开启之后, 为什么会出现大面积毁约的情况?

专家表示, 个别企业毁约应视为企业现象, 如果是行业内多数企业毁约则体现了市场规律, 光伏市场降价已经成为行业发展趋势。业内人士称, 在中国市场大门打开后, 要从根本解决问题, 当务之急是尽快建立起自己的标准认证体系。

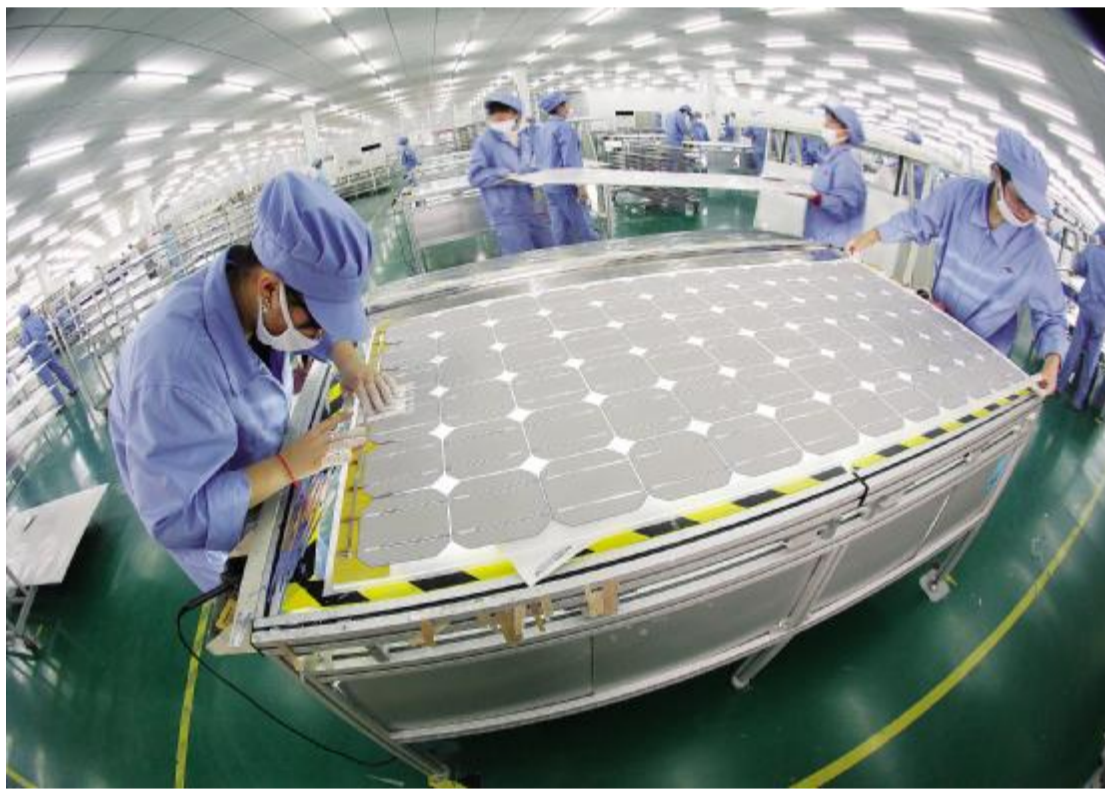
企业爽约之伤

终止合约后, 尚德将不再需要按合约在 2011 年—2016 年间购买大约 4.6GW 的硅片。预计在接下来的 5 年内能为尚德电力省下大约 4 亿美元成本支出。

5年前, 尚德与 MEMC 签订了为期 10 年的硅片供货协议, 时限是从 2006 年至 2016 年。此前, 在硅片供应紧张时, MEMC 给尚德 40 美元/片的价格相当于当时市价的一半。如今, 这个价格是 3 美元/片左右。

晶澳在提交的 2010 财年年报的补充文件中称, 如果现行价格严重低于长期合同价格以及或者无法通过重新协商获得满意的采购价格和数量, 公司有可能终止履行采购合同。当然, 这样晶澳会招致预付款损失、毁约赔偿, 如果协议双方在解约赔偿上无法达成一致势必会引发诉讼。

“晶澳太阳能目前真是进退两难, 下一步只能看市场情况而动。”日前, 晶澳太阳能有关人士这样告诉《中国企业报》记者。



硅价大幅下降, 说明原料完全依赖进口的时代在慢慢终结, 客观上推动光伏产业走向成熟。
CNS 供图

据了解, 苏州阿特斯、常州天合等多家光伏组件、电池制造商, 均面临着这样的局面。

“多晶硅价格最高时达到了每公斤 400 美元—500 美元, 而现在, 价格已经降到每公斤 50 美元到 60 美元。”中国可再生能源学会副理事长孟宪尧告诉《中国企业报》记者, 光伏企业长期毁约属于企业行为, 不能单纯地上升为行业行为, 但是这在某种程度上反映出光伏低电价时代的到来。

孟宪尧说, 尚德前几年为保证生产能够正常进行, 在多晶硅价格比较高的时候, 与多晶硅厂家签订长期订单合同, 这在当时来说是可取的, “占硅为王”。但是今非昔比, 面对光伏市场日渐成熟完善, 过去的原材料低价如今已成为高价。“由于在多晶硅方面投入巨大, 尚德去年的利润只有 20% 左右, 而英利则达到 30%。后者在多晶硅定价方面比较灵活, 不会受制

于原材料商。”

晶龙实业集团新闻发言人段同刚告诉《中国企业报》记者, 现在光伏发展还需要政府补贴和扶持, 当前光伏企业的市场还主要在欧洲, 但是欧洲各国降低了对光伏的补贴, 很大程度上影响了市场业绩。同时, 由于经济危机的影响, 欧洲经济发展受到制约, 经济下滑, 引发光伏投入减少。“随着光伏产业技术的成熟、行业的完善以及光伏的普及, 降价是早晚的事。”段同刚说。

中投顾问新能源行业研究员沈宏文在接受《中国企业报》记者采访时表示, 目前多晶硅价格下跌幅度远远超过光伏企业预期, 原有合约价格高于市场实际价格, 从目前的态势来看, 多晶硅价格将继续下降的空间。在此情况下光伏企业继续执行合同意味着面临更多的亏损, 因此包括尚德在内的光伏企业宁愿支付违约金

也不愿意继续履行合约。全国统一的光伏上网标杆电价已经出台, 尽管价格并不高, 但是已经可以保证光照丰富地区的光伏电站盈利。对于光伏企业来说, 其利润来源于进一步降低光伏发电成本。在标杆电价的鼓励措施下, 成本越低的光伏企业所获得的利润越高。

“从整个行业来看这是光伏产业的进步, 降价是光伏产业发展的必然趋势, 是市场规律作用的结果。”孟宪尧表示, 国家补贴太阳能的目的也是为了太阳能发电能达到正常电价标准, 实现普及。硅价大幅下降, 说明原料完全依赖进口的时代在慢慢终结。过去, 中国光伏产业两头在外, 原材料几乎完全依靠进口, 中国市场的大量需求, 无形中多晶硅的价格推向高位。目前国内多晶硅相继投产, 将价格慢慢拉下来, 使价格趋于理性。
(下转第四版)

可口可乐在华追加 40 亿美元投资

饮料市场再遭外资挤压

■见习记者 李金玲

可口可乐公司日前宣布, 2012 年至 2014 年的 3 年时间, 公司及其装瓶合作伙伴将在中国市场再投入 40 亿美元。业内人士认为, 此举对我国在非碳酸方面有很大冲击。

中国市场一枝独秀

可口可乐公司董事长兼首席执行官穆泰康日前表示, 中国是可口可乐全球最重要的增长最快的市场之一。可口可乐华南装瓶合作方太古上半年财报的业绩则显示, 虽然原料成本有所增加, 但通过改善销量组合和上调售价, 在内地的饮料利润每箱还是增加了 12%。内地饮料业务上半年净利润同比增长 159%。

自 1979 年可口可乐重返中国市场至 2009 年, 可口可乐在中国市场累计投资 16 亿美元, 与中粮集团、嘉里集团和太古集团紧密合作, 在全国

各地建立了数十个装瓶公司和工厂。最近 3 年, 可口可乐联手在华装瓶合作伙伴太古集团和中粮可口可乐, 共计投资总额已超过 30 亿美元。新宣布的 40 亿美元投资, 再次显示可口可乐对中国市场的高度重视。

最新通报显示, 可口可乐 2010 年的营业额是 1000 亿美元, 愿景是实现营业额翻倍, 达到 2000 亿美元。但是和中国的情况迥异, 全球大量资产蒸发, 特别是在欧洲、美国以及世界的其他地区。但在中国以及亚洲部分地区始终保持了增长。

穆泰康说: “中国市场第二季度的业绩令人瞩目, 增长高达 21%。可口可乐品牌则获得 24% 的增长。特别值得一提的是作为中国果汁饮料第一品牌的美之源果粒橙, 其二季度增幅为 36%。这些增长均源自强化核心品牌、深化渠道收益以及加大冷饮设施的投入和利用率等, 是我们多年来持续的投入和细致的执行的结果。”穆

泰康透露, 中国第 42 个可口可乐装瓶厂 11 月将开业。“我确信, 中国将成为可口可乐最大市场。”

中小企业遭“狼”袭

据透露, 可口可乐 40 亿美元投资将用于新建装瓶厂、扩建现有设施并支持新冷饮的分销、推广和研发。东方艾格饮料行业分析师陈静分析, 新加码的项目有可能在终端销售方面继续加强, 继续稳固其碳酸方面; 同时非碳酸方面也将有所提升。可口可乐本身想在中国做大做强, 未来 40 亿美元的投资将对我国非碳酸方面有很大冲击。

中投顾问食品行业研究员周思然向《中国企业报》记者表示, 可口可乐再次加码中国市场, 一方面推动了中国饮料行业的发展, 促进饮料行业产业升级, 另一方面也加剧了饮料行业的市场竞争, 提高了我国饮料产品的差异性壁垒, 外资企业在技术、规模等

方面的优势也将阻碍新企业的进入, 不利于饮料行业的产业结构调整。

周思然同时认为, 外资斥资做大中国市场, 容易导致一些实力较弱的中小企业利润和生存空间被压缩, 并逐渐被淘汰出市场。

陈静接受《中国企业报》记者采访时表示, 企业必须将产品创新放在首位。我国目前果浆、植物蛋白饮料的同质化严重, 小企业应该发挥灵活优势, 在产品创新上加大力量, 根据当地的优势资源, 去做大企业需要花费很大力量去做的事, 尽快占领当地市场。

周思然指出, 面临可口可乐等外资的强势扩张, 中小企业走联合之路是应对外资技术壁垒、增强自身实力的有效措施; 其次, 企业应该积极利用本土优势, 结合我国传统文化和饮食理念, 开发富有中国化或区域化特色的产品; 第三, 中小企业应将渠道下沉到中小城市、乡镇等, 避免与外资正面竞争。

紫竹评论

康菲还漏掉了什么?

——再评康菲石油蓬莱 19-3 油田漏油事件

■江雷

中国的环境问题似乎又到了一个集中爆发期——云南“铬污染”未平, 恒山因过度开采“破相”令人揪心, 陕西榆林沙漠中出现高耗水的高尔夫球场更让人惊诧。

整个七八月, 蓬莱 19-3 油田漏油事件吸引着成千上万人的目光。于是, 相关企业以及政府部门能否及时、透明地给予中国公众解答就成了新的企盼。因为《政府信息公开条例》和《环境信息公开办法(试行)》都有相关规定: 突发环境事件的应急预案、预报、发生和处置等情况, 政府必须主动公开, 重大环境污染地方必须及时公开。

8月22日, 当康菲石油中国有限公司承认“在蓬莱 19-3 油田 C 平台北侧 15 米范围内发现 10 处海底油污渗漏点”时, 这个事件暴露的企业作为社会公民所表现出的迟钝、犹豫、骄傲、得过且过以及对公众环境权、对渔民生存权的极度漠视让人失望。康菲 23 日就渤海漏油事故再度向公众“表示真诚的歉意”, 康菲中国总裁司徒瑞在内的 6 名高管出席。不过对于公益索赔、处置过程是否存在不当、应承担何种等敏感问题避而不答。对于有关赔偿的问题, 也只是表示如果收到要求, 将“给予考虑”。

教授易中天发表观点说: “你问当下中国缺什么, 我看最缺底线。这很可怕。”

目前的中国公众, 不是不理解企业和企业家在发展过程中将要遇到的各种问题和困难, 而是在事情出现之后, 作为公众所受到的蒙骗和不敬。

当无数次在世界各地的经济论坛上看到优秀企业和企业家演讲、承诺社会责任时, 我们真的为这个商业时代的激情感染, 为这个可以熬出伟大企业家的环境欣慰。但是, 总有另一种破坏性的事件让我们的思维导向另一种疑问的氛围, 不得不正视那些问题企业以及企业家所表现出的畏缩、欺瞒、狡辩、不屑一顾。

这让我再一次想起温家宝总理不久前在安全事故现场一次又一次的强调说: 我懂, 你们不是要钱, 你们是要真相。是什么难住了我们的企业家, 以至于选择沉默, 放弃“伟大”?

冯仑直言: “美丽的蝴蝶被人关注, 是因为熬过了黑暗的独处。”

熬的过程很痛苦, 但如果有了 4 种品质支撑就可以做到: 毅力、勇敢、包容、智慧。

毅力, 就是别人认为痛苦的时刻、看不到光明的时刻, 你可以看到黑暗尽头的曙光; 勇敢, 是勇于牺牲敢于胜利; 包容是把所有的恩怨搁在肚子里消化; 智慧, 是不随波逐流, 能看到别人看不到的层面。

这些品质需要企业家朝夕磨砺。很多事故面前, 我们看到了企业家的心态在发生着变化——

积极认真变为“左顾右盼”。只要历史上没有受重罚倒闭的企业案例, 自己就可以狡辩, 逃过惩罚, 再后无声无息不了了之。

行业地位导致“骄傲蛮横”。出现问题首先想着给相关部门“小恩小惠”。只要政府相关部门不处罚, 消费者的呼声可以忽视。

“强企观念”导致不愿意“承认错误”。国外企业认为中国消费者大多注重个人利益, 没有公共海洋权益意识, 于是强调“这是个别现象”。

这让人想到阿博都巴哈的一个观点: 不管什么机构, 即使它是服务于人类至善的工具, 也可能被人们滥用。使用合理与否, 取决于公众意见代表者们的开明、能力、信仰、诚实、认真和高尚等因素。

事实再一次证明, 任何大企业、强企业都不意味着永远是优秀企业。我们必须客观、乐观地看到, 这个社会的进步必须要仰仗着那些可以“弯腰”前进的企业和企业家。

在这个事件过程中, 我们听到了经济学家对自己民族的分析: 导致康菲石油傲慢态度的根本是权贵企业毒素持续发酵的结果。这个观点也印证了法律专家的观点“法律以及思想上的漏洞比漏的油还多”。

国际上没有人否认“大企业”、“强企业”应有的尊贵地位。因为“大和强”包含着贡献、责任、义务、承诺。但是与“权贵”相连, 难免颠覆根本, 漏洞多多。

在企业被迫“公开透明”的过程中, 中国公众的眼睛看到美丽的蝴蝶慢慢枯萎, 成熟的麦穗却依然低头迎风摇曳。

事件回顾:

- 6月4日 发生事故的 B 平台开始少量溢油
- 6月21日 微博出现相关信息
- 7月1日 中海油和康菲石油中国公司回应漏油事故
- 7月3日 中海油称原油渗漏点已得到控制
- 7月5日 国家海洋局在北京召开新闻发布会
- 7月11日 国家海洋局称中海油渤海油田仍少量溢油
- 8月5日 河北乐亭疑遭漏油污染, 50%扇贝非正常死亡
- 8月12日 中海油就漏油道歉, 表示将持续发布事故信息
- 8月16日 海洋局将向康菲提起生态损害索赔诉讼
- 8月19日 康菲首次就漏油事故道歉, 仍未提及赔偿事宜
- 8月22日 新渗漏点解释争议, 康菲坚称未发生新溢油事故