

“双碳”目标引发新一轮能源革命

■ 本报记者 张伟伦

中国如何实现碳达峰、碳中和的“双碳”目标,已成为当下的热点。从官方日前发布的文件不难看出,在国家层面上,“30、60”目标已经十分清晰,到2030年,单位GDP二氧化碳排放将比2005年下降65%以上,非化石能源在一次能源消费比重将提高到25%左右。向“双碳”目标进发,意味着中国经济将全面向低碳化转型。这与高质量发展目标一致的背后,是一场方兴未艾的能源革命。

清华大学气候变化与可持续发展研究院常务副院长、低碳能源实验室主任李政近日在出席会议时表示,非二氧化碳温室气体减排是实现碳中和的关键,而油气系统甲烷是非二氧化碳减排的重要切入点。在李政看来,尽管油气系统甲烷排放占全球因人类活动造成的甲烷排放的五分之一,总量不算大,但经济性较好。

然而,值得注意的是,我国甲烷控排有待进一步改善。据联合国环境规划署驻华代表处首席代表涂瑞和介绍,中国是世界上甲烷排放最多的国家,其能源行业的甲烷排放大约占全国甲烷排放的50%左右。事实上,控制甲烷排放,对减缓气候变暖,改进空气质量,促进能源清洁

化都有重要的意义。政府间气候变化委员会及气候和清洁空气联盟的研究报告都揭示过甲烷减排对减缓气候变暖发挥的重要作用。

实现“双碳”目标的另一个主要组成是电力系统的转型。“在电力行业转型、碳达峰的过程中,供电成本一定会上升,而经济社会的发展是希望电价越来越低。因此,如何匹配两者的关系,需要对供电成本问题提前做好安排。”国网能源研究院副院长蒋莉萍在近日中新网国是论坛上坦言。

不言而喻,能源是国民经济最重要的基础性投入之一,能源成本、价格的变化对经济、居民生活会带来直接影响。能源领域实现“双碳”目标往往是有代价的。在,与低碳能源体系相耦合的新技术、新业态尚未成熟甚至前景尚未明朗的情况下,如果不计“外部性成本”,传统能源的高效减排以及清洁低碳能源的利用,势必会导致整个能源使用成本的上升。

蒋莉萍表示,电力行业转型过程中,仍要遵循能源电力行业为经济社会发展提供长远可持续、安全可靠、经济合理的电力供应这一最根本目标,以供应成本最低来优化电力行业转型的路径选择,这就需

要做多情景、多方案的比选。

“我国计划于2030年实现12亿千瓦以上的风电、太阳能的装机,在这个目标之下还需要细化很多问题。比如结构问题,太阳能分为太阳能光伏和光热两种,又分为集中式和分布式,比重和比例应该怎么安排,这些都需要全国一盘棋去统筹考虑布局。”蒋莉萍说。

记者了解到,截至2020年底,我国风电装机2.81亿千瓦、光伏发电装机2.53亿千瓦,合计达5.34亿千瓦。为实现“双碳”目标,到2030年我国风电、太阳能发电总装机容量将达到12亿千瓦以上,这意味着风电、太阳能发电装机还将至少增加6.66亿千瓦。为此,近日召开的中央财经委员会第九次会议提出,实施可再生能源替代行动,深化电力体制改革,构建以新能源为主体的新型电力系统,这为推动能源电力转型发展指明了方向。

在接受《中国贸易报》记者采访时,正泰集团董事长南存辉认为,光伏新能源产业是“双碳”目标实现的主要力量。近年来,党和国家高度重视绿色能源发展,以光伏发电为代表的新能源迅速发展,光伏已超过风电,成为我国第三大电源。低碳化和可再生能源已经成为全球能

源结构调整的大趋势,从双循环角度来说,中国的新能源产业具有国际竞争优势。

“低碳发展更重要的可能是带来一场社会变革,如果我们的发展思路不把能源问题放到与水、资源、土地资源同等重要的位置去要素化考虑,可能会忽略很多发展潜力和空间。”蒋莉萍表示,能源服务能力是各个地区公共服务能力一个很重要的体现,希望各地在未来的发展规划中,把能源问题要素化地纳入到地区发展及低碳转型规划中。

能源技术进步和创新是推动能源革命和转型发展的根本动力,也是实现“双碳”目标的关键驱动力和必然选择。南存辉建议,加快碳中和目标实现,很大程度上基于加快构建绿色、低碳、循环的可持续发展经济体系。从政策端,各有关部门应关注顶层设计,注重健全交易体系,强化多层次政策引导。在市场端,作为更安全、更环保、更便宜和更方便的能源,光伏将在能源转型和碳中和目标实现的过程中成为主要力量。因此,可以预见,商业投资将继续政策支持成为推动清洁能源发展的重要驱动力,持续推进能源格局优化和产业结构调整。



中国贸促会专利商标事务所
CCPIT PATENT & TRADEMARK LAW OFFICE



贸促专商微信公众号

中国贸促会专商所被评为北京市专利代理AAAAA机构

本报讯 5月12日,北京市专利代理师协会正式公布了2020年北京市专利代理机构等级评定结果,中国贸促会专利商标事务所再次被评为AAAAA机构。

根据《专利代理机构等级评定规范》(DB11/T 1182—2015),经专家评分、行业评价委员会审定,并提交理事会审议通过,最

终确定44家机构等级评定结果,其中AAAAA级机构17家,AAAA级机构10家,AAA级机构10家,AA级机构5家,A级机构2家。中国贸促会专商所再次荣获最高级别奖项,体现了该所作为知识产权代理机构的一贯实力以及始终如一的行业领军地位。

(毛雯)

国家发展改革委：坚决斩断营商环境评价背后“利益链条”

本报讯“坚决斩断营商环境评价背后的‘利益链条’,严格禁止借开展营商环境评价之机,向地方政府、市场主体收取参会费、培训费。”国家发展改革委政策研究室主任新闻发言人金贤东5月18日作出上述表示。

当前,社会上以“国家”“中国”名义发布的营商环境评价排名数量众多,相关评价大多属于学术研究,采用的指标体系、评价方法、数据来源等与通行做法存在较大差异。有的使用“权威”“官方”等词语误导社会公众,有的过度强调得分排名、组织颁奖仪式,还有的借机搞培训、收取参会费用,严重影响了正常的工作。

2019年底国务院公布的《优化营商环境条例》(以下简称《条例》)明确要求,开展营商环境评价,不得影响各地区、各部门正常工作,不得影响市场主体正常生产经营活动或者增加市场主体负担。任何单位不得利用营商环境评价谋取利益。“下一步,我们将认真贯彻落实《条例》要求,规范各类营商环境评价,促进评价回归本源。”金贤东强调,一方面,强化源头管理。对于没有得到国家认可、授权,或仍处于学术研

究、理论探索阶段的营商环境评价,组织开展评价的相关主体应明确研究属性、规范相关表述,避免对社会公众和市场主体产生误导。与此同时,国家发展改革委将持续加强相关信息的发布解读。另一方面,加强监督处置。希望社会各界共同加强监督,如果发现以“中国营商环境评价”名义或国家发展改革委名义、收取参会费、培训费或谋取其他利益的行为,请通过适当方式反馈。国家发展改革委将会同有关方面进行查处,坚决斩断营商环境评价背后的“利益链条”,严格禁止借开展营商环境评价之机,向地方政府、市场主体收取参会费、培训费,严格禁止以提升名次、颁发奖项为名,向地方政府、市场主体收取“好处费”“赞助费”。

发展离不开环境,国家发展改革委已连续3年在全国组织开展多批次营商环境评价,覆盖31个省市区,共有98个城市和18个国家级新区参评,充分发挥评价对优化营商环境的引领和督促作用,指导和帮助参评城市及时掌握本地营商环境总体水平、存在的短板弱项、改进方向等,为各地持续优化营商环境提供决策参考。(刘琦)

企业眼光放远方得品牌成长

本报讯(记者 张海粟)互联网时代信息更迭迅速,企业要打造品牌,需要长期持续地关注市场变化、消费者需求、行业竞争态势和竞争对手品牌策略,才能“精确制导”。近日,在品牌助力企业成长专题讲座上,品牌管理专家郑学勤为企业分享了推动企业长远发展与打造品牌的经验与做法。

郑学勤表示,企业成长发展首先要打造自己的传播载体。当下流行把个性化广告语印在产品外包装,配合产品特点对产品特性进行渲染,以达到精准营销的目的。其次,就是寻找差异化的竞争点,与竞品拉开差距,吸引特定消费人群以提升品牌的转化率。名创优品就是通过贩卖优质低价的家居生活用品,走极致性价比的亲民路线,最大程度上实现了品牌溢价。“企业如果不能获得合理的利润收入,无法提供相配套的服务,客户的消费体验将大打折扣。”郑学勤表示,这样消耗的将是企业美誉度,企业可持续发展将受到挑战。

郑学勤还提到,故事是品牌最有效的传播手段。比如近几年火爆水果市场的褚橙,就是由原云南红塔集团董事长褚时健年逾古稀二次创业时种植得名,正是有了丰富的背景故事褚橙才一炮而红。但他提醒,农业产业化受到自然限制,产量天花板决定它不能像工业品那样无限量生产,只有转型升级到食品加工业才能提高毛利率。

郑学勤总结说,成长一定要敢于试错,“从偶然到必然,品牌的打造最看重的还是长期持续的投入,把可持续发展作为企业的核心目标才能不被替代。”

《中国营商环境指数蓝皮书(2021)》在京发布

本报讯(记者 张沐锡)5月18日,以“优化营商环境 助推高质量发展”为主题的《中国营商环境指数蓝皮书(2021)》(以下简称“蓝皮书”)研讨会在京举办。蓝皮书对全国各省、市、县、国家级经开区、国家级高新区五个层级的营商环境进行排名,对全国八百多个脱贫县的营商环境进行了说明分析,以公共服务、市场环境、政务环境、融资环境、普惠创新等5项内容为指标作为评判标准。

在本次发布的五类营商环境排行榜上,省级排名前五名分别为:上海、北京、浙江、江苏、广东;城市排名前五名分别为:上海市;北京市、杭州市、广州市、深圳市;县(市)排名前五名分别为:昆山市、江阴市、常熟市、张家港市、太仓市;国家级经开区排名前五名分别为:广州经济技术开发区、苏州工业园区、广州南沙经济技术开发区、北京经济技术开发区、武汉经济技术开发区;国家级高新区排名前五名分别为:深圳市高新技术产业园区、上海张江高新技术产业园区、中关村科技园区、苏州工业园区、广州高新技术产业开发区。



5月18日,中国机床工具工业协会发布最新数据:2021年一季度中国机床工具进出口总额同比增长30.5%,与2019年一季度相比增长9.5%。放眼2021年全年,中国机床工具行业将有望扭转近10年以来的下行趋势,实现5%以上的增长。图为福建一展会上展示的巨型制鞋机械设备。

中新社记者 吕明摄

评级机构应更加关注投资者服务能力建设

■ 本报记者 周东洋

的评级体系、理念等评级技术不足等原因,也与长期以来我国信用生态环境尚不完善等因素有关。

对此,中诚信国际副总裁吕寒表示,各监管机构为解决评级行业存在的问题,促进行业高质量发展,今年以来已有不少新规出台。证监会和交易商协会先后出台了逐步取消强制评级的一些办法和通知,五部委联合发布了《关于促进债券市场信用评级行业高质量发展健康发展的通知》,其中要求评级机构提升评级质量和区分度,完善公司治理和内部控制,加强信息披露,同时也提出了要优化评级生态,加强监管等。

“取消强制评级,降低评级的内

容类、强化评级行业监管等相关的举措,短期内将对评级行业发展带来一定压力。”闫衍表示,但长远来看,将有助于促进评级行业回归投资者服务本源,推动评级行业格局重塑,并迈向高标准。

闫衍认为,评级机构应当坚守评级初心,开拓发展思路,以创新评级体系、提升评级质量为出发点,提升投资者服务水平。一方面,应顺应监管趋势,从优化评级技术入手,逐步拉开评级结果的区分度,充分发挥信用评级的风险提示和风险定价的功能。从现实采取路径来看,短期内,评级机构可既反映受评主体基础性状况的评级,提高评级的

区分度,同时结合内部环境的变化、内部支持等因素,ESP评估等参数,形成具有区分度的评级标准。中长期来看,应逐步建立以违约率为核心的评级计数体系,以实现低密度违约式标线的评级结果。另一方面,评级机构应借助金融科技发展智能评级技术,有效地提升评级的预警能力,加速推动传统评级技术与金融科技的融合,研发基于量化技术的多层次风险预警监测体系,从而进一步提高信用评级的前瞻性。

“总体而言,未来评级机构应更加关注于投资者服务能力建设,建立评级行业良性竞争的正向激励机制。”闫衍说道,此外,评级行业的健

康发展需要监管制度和信用生态环境的进一步完善。过去信用评级在债券的注册、发行、交易、投资环境的大量应用,无形中形成了诸多的门槛,助长不少发行人高评级的诉求。目前,监管机构正在合力推动降低债券发行的评级,但在债券投资、交易环节中诚信仍存在一些门槛,拉开区分度仍需要监管规则的逐步调整。另外,市场也要避免对信用评级的过度使用,债券问题说明书、投资者保护条款的设计与负面评级不应过度挂钩,避免评级机构负面评级的影响被被动地放大,对债券市场的稳定性带来不利的影响。

为健康担当 为国货代言

中央行业媒体社长总编走进和也暨和也第二届品牌节开幕仪式举办

5月9日,在第五届中国品牌日到来的前一天,中央行业媒体社长总编走进和也暨和也第二届品牌节开幕仪式在和也大健康产业园内启动。中国行业报协会秘书长化中强出席并致辞。他表示,此次走进活动,充分展示了十八大以来党中央在治国理政新理念的引领下,安吉在绿色发展、科技创新、文化传承、品牌创新等方面取得的辉煌成就。希望和也公司一定要把握住新时代发展机遇,用核心技术,走出有中国文化特色的大健康产业发展之路,努力打造出自建民族品牌,让老百姓真正爱上中国造。

化中强强调,这次由协会牵头组织的活动,正是落实中宣部、中国记协践行“四力”要求,以系列走进活动为契机,大力传播中国民族品牌文化、讲好中国品牌故事,提升正确引导舆论、回应社会关切、服务百姓健康生活的能力。

会前,化中强及各位媒体负责人到和也健康博物院进行调研,对和也公司发展历程、所获专利成果以及健康消费新趋势等给予了好评。和也健康科技有限公司董事长兼总经理方志财等相关负责同志陪同调研。

在主旨演讲环节,中国质量万

里行促进会会长刘兆彬分享“品牌发展新路标”;中国经济时报副总编辑王或表示,创新驱动的持久发力和文化内涵的持续注入,是质量基础的加速夯实和制度保障的日趋完善,更是中国经济强劲的发展韧性和内生动力。像和也这样的民族品牌,加速崛起将能助力内循环,用高质量发展继续推动中国经济良性、有序、健康和可持续增长。小康杂志社副社长赖惠能围绕“从个人的角度怎么看和也的产品”“从小康的角度怎么看和也的模式”“从党的角度怎么看和也的模式是如何助力党和国家的中心工作”等三方面分享

了体会。

在“为健康担当,为国货代言”座谈会上,中国贸易报党委书记、社长许素亭,经济参考报副总编辑王恒涛,中国改革报副总编辑吴小雁,健康报编委陈会扬,中国商报总编辑助理赵钢等媒体负责人就“如何看待大健康产业拉动中国国民经济发展”“大健康企业如何高质量发展才能行稳致远”“怎样才能为健康担当”以及“如何看待和也的快速发展”等问题表达了各自精辟的观点与见解。方志财在会上讲述了自己创业奋斗的故事。

随后,现场嘉宾与和也公司领

导上台共同按下启动按钮,宣布和也第二届品牌节正式开幕。希望和也公司通过一年一度的品牌节,能让更多的人重视健康,热爱祖国货。

本次活动也让社会各界了解到作为大健康产业中的一员,和也在“为健康担当,为国货代言”所做的努力,同时,中央行业媒体方面领导们对和也给予了厚望。出席活动的媒体负责人还有中国消费者报副社长李晓清,商品与质量周刊执行社长鲁乙颖,中国行业报协会副秘书长朱胤元、新闻摄影专业委员会会长丁幼华等。

(来源:中国行业报协会)