

补齐天然气储气设施短板

能源广角

面对“断气”威胁,欧洲对于安全度冬似乎信心十足。近日,欧盟委员会表示,面对可能完全中断的俄罗斯天然气供应,欧盟已经做好了准备。据欧盟此前预计,到今年11月1日欧盟储气设施要填满80%,但这个目标已经提前两个月实现。根据欧盟储气能力占总消费量的比重测算,储存的天然气足以支撑欧盟国家使用3个月。

将天然气储存起来是解决需求波动、保障能源供应安全行之有效的办法。天然气供应具有一定的季节规律。总的来说,天然气的需求随供热市场波动,夏天减少,冬天增加。为满足冬季持续攀升的天然气需求,可以选择提高管网输送能力来增加运量。但单纯为尖峰需求顶格配套管网运力,将降低管网运行效率,提升运行成本,且无法化解外部断供风险。因此,二战以后,为了平衡天然气的供需,天然气储存设施渐渐发展起来。其中,容量大、成本低的地下储气库成为当今世界天然气储存的主要方式。

储气库可以简单看作是专门储存天然气的仓库,通常靠近下游用户所在城市建设,以满足阶段性高峰需求。其运作原理很简单:需求较低时,利用管网的空余运力在地下储气库中蓄满天然气;需求较高、管网满负荷运转时,就从地下储气库中提取天然气以满足调峰和事故应急需要。只要科学合理挑选地下储气库的建造地点,就能在需求高峰到来时有效地进行调峰,助力天然气保供。

对我国而言,现阶段加快推进储气设施建设意义重大。储气库建设是天然气产业发展到一定程度必不可少的环节。作为较为清洁的化石能源,天然气是通向“双碳”目标的重要“桥梁”,我国天然气消费每年以10%左右的速度增长,在一次能源结构中占比稳步提升,天然气对外依存度连年攀升,不断放大的天然气消费总量对保供提出了更高要求。

另外,天然气供需形势频繁变化,产销平衡的难度日益增加。近年来,随着我国城市燃气、发电用气、交通用气快速增加,稳定供气成为关系国计民生、牵动社会关注的重大问题。早在2017年,我国北方部分地区一度出现天然气供应紧张的局面,暴露出我国在天然气储备环节存在较大短板。今年下半年,天然气需求将受

到今冬明春气候不确定性、国际能源市场价格大幅波动不确定性双重影响,保供压力依然不小。

改善储气调峰能力将为天然气消费快速增长提供有力保障。近年来,加强天然气储气设施建设一直被视为保障我国能源安全的重要工作,特别是2017年冬季“气荒”发生后,我国储气设施开工建设全面提速,2021年全国已建成储气能力同比增长15.8%,3年多时间实现翻番。但与发达国家相比,我国储气能力依旧薄弱。2021年国内地下储气库工作气量仅170亿立方米,占年度天然气消费量比例不足5%,远低于12%至15%的国际平均水平。储气能力已成为天然气乃至整个能源产供储销的短板,使我国应对调峰需求和国际市场变化的能力严重受限。

未来一段时间,应加大政策支持力度,继续推动储气设施建设,发挥其在季节调峰、应急保供和应对突发事件短供断供等方面的调节保障作用。要开展地下储气库布局研究、加强关键技术攻关,在长输管道较完善但天然气供需矛盾突出区域,积极开展储气库库址筛选和建设,形成联网协调的储气库群,增强储气能力。加

快研发应用智能化调峰保供智慧平台,通过数字化手段实现储气库精准供气。增强天然气供应系统在内外供需异常情况下应对波动、实现稳定供应的能力。

“不赚钱”是限制储气库规模化发展的关键瓶颈。储气库建设周期长、投资大、风险高,加之我国天然气市场化程度低、价格机制不完善等原因,无法保证储气设施投资收益。因此,储气库长期以来由国有石油公司投资建设,社会资本对储气库投资热情不高。目前,发达国家基本完成了储气库市场化改革,竞争性市场已经形成,实现了储气库多元化管理。我国需要以更大力度推动天然气价格形成机制改革,加快储气库商业化运行模式转变,让价格体现储气设施的独特价值属性,激发更多市场主体参与储气库建设,加快储气库建设步伐,提高储气库运营水平。



水陆铁联运控制性工程竣工通车



9月13日,湖北省宜昌市三峡快速路与西陵二路、峡州大道、三峡专用公路互联互通的立交桥工程正式通车。立交桥的贯通使宜昌实现集装箱陆运跨

过葛洲坝、三峡大坝的水陆铁联运体系形成。改造后的三峡快速路成为宜昌市“四纵五横”快速路网重要组成部分,实现从三峡大坝上游太平溪港、茅坪港至葛洲坝下游白洋港、宜昌港互联互通。

黄善军摄(中经视觉)

尽管上半年国内智能手机市场呈现低迷状态,但下半年仍被寄予厚望。究其原因,除了经济环境向好,企业清库存进入尾声等因素之外,传统旗舰手机将会在下半年上市,而这一直是消费者关注的焦点,如苹果 iPhone 14 系列和华为 Mate50 系列等。

9月6日,华为宣布推出 Mate50 系列手机。其中,华为 Mate50 售价 4999 元起, Mate50 E 售价 3999 元起。“十年来, Mate 系列始终坚持极致、高端、创新,每一代都是华为尖端科技的集大成者。 Mate50 系列既有最先进技术,又开启 XMAGE 移动影像新时代,把极致的科技创新体验带给每一位消费者。”华为常务董事、终端 BG CEO、智能汽车解决方案 BU CEO 余承东说。

9月8日,苹果推出 iPhone 14 系列手机,售价 5999 元起,价格基本保持不变。 iPhone 14 Pro 配置了苹果自研的最新芯片 A16,并采用“药丸屏”设计; iPhone 14 基础款则沿用了 A15 芯片和“刘海屏”。

巧合的是,两家新款手机都采用了一项技术,即可以在离线状态下发送消息。其中,华为 Mate50 系列是全球首款支持北斗卫星消息的大众智能手机,在无地面网络信号或者身处特殊情况时,手机仍能向外界传递信息。 iPhone 14 系列也可在离线状态通过通信卫星发送紧急求救信息。

显然,在当前全球经济下行压力加大背景下,面临生产、零部件成本提高、运输价格上涨等不利因素,手机厂商在高端市场的比拼更加激烈,既要最佳的供应链控制能力从而压缩成本,还要不断进行突破式创新。

市场调研机构 Counterpoint 发布的最新报告显示,今年第二季度,中国高端(批发价格在 400 美元及以上)智能手机销售额占比从去年同期的 31% 增长至 33%。在智能手机整体销量同比下滑 14% 的情况下,高端智能手机销量仅同比下滑 10%。排名前六的原始设备制造商占据了高端市场的 95%。其中,2022 年第二季度,中国高端智能手机市场份额排名第一的品牌为苹果,占比 46%;第二至第六位分别为 vivo、华为、荣耀、小米和 OPPO,市场份额分别为 13%、11%、9%、8% 和 8%。

Counterpoint 认为,中国智能手机销量在 2022 年第二季度下滑并达到近十年来销量的历史最低点。随着中国 5G 的高普及率和智能手机缺乏有新意的创新点,更多消费者倾向于

手机中高端市场

中高端手机市场在 2022 年第二季度呈现下滑态势,苹果逆势而上,国产季度没有大幅下滑。

“国内手机市场的 5G 渗透红利已趋近饱和,市场销售端的品牌份额逐步向高端品牌集中。加快向高端市场冲击已成为国产手机厂商的必选项,也将全方位提升国产手机品牌的研发能力和市场能力。”众诚智库执行总裁韦玉怀说。

赛迪顾问数字经济研究中心高级分析师周君坦言,今年以来,国内智能手机高端市场竞争激烈,随着华为高端业务受阻,苹果逆势而上,国产手机厂商在影像、折叠屏等领域打造高端产品亮点,但其高端化进程并不本

对于此次华为能否借助 Mate50 系列获取更多国内高端手机市场份额,赛迪智库无线电研究所高级咨询师钟新龙认为,华为想依靠 Mate50 系列重回智能手机高端市场第一,可能并不容易。但是对重回大众印象、唤起品牌信心来说,这是关键举动。

天风国际分析师郭明錤表示,高端产品是当前手机品牌的出路,如果华为 Mate50 系列市场反应好的话,对其他国内高端手机品牌也会有鼓舞效果,有利于降低消费电子市场下行周期的影响。

当前,国内市场手机的平均价位段已增至 2700 元至 3000 元。同时,手机市场呈现两极分化,2000 元以下市场萎缩,换机周期变长,下降更剧烈;高端市场份额逆势增长,证明高端用户购买力不减,但需要真正创新的产品来打动消费者。由此可见,在这样的市场环境下,发力中高端市场十分重要。而想要在中高端市场脱颖而出,关键还是差异化的产品和技术,这已成为主流手机厂商的共识。

正因为如此,国产主流手机厂商纷纷在自研芯片方面加大投入,比如小米推出的澎湃 C1/G1/P1 自研芯片、OPPO 的马里亚纳 X 自研影像芯片、vivo 首款 V1 自研芯片等。国产手机厂商掌握更多核心技术,不仅可以从同质化的手机行业中打开新局面,更有助于产业链自主可控,夯实向产业链中高端迈进的基础。

“今年以来,在需求萎缩和不断冲击高端手机市场中,国产手机品牌的综合实力不断提升,研发投入明显加大,并加快了产品技术迭代和底层创新。从国产品牌纷纷进入折叠屏手机市场,加大对高端市场的渗透,就能看出这一趋势。预计下半年国产品牌还会推出折叠屏手机新品,进一步夯实在高端市场的布局 and 竞争。”韦玉怀说。

因为专注,所以专业

玉柴致力打造独立的专业动力系统供应商

2022年1月至8月,在国内商用车销量下滑的形势下,广西玉柴机器股份有限公司却逆势而上,不仅连续3个月销量领先,而且在牵引车、自卸车、公路客车等细分市场实现逆增长。其中,牵引车动力销量同比增长更是超过270%,海外销量同比增长49%,发动机综合市场份额增长超过2个百分点。

亮丽成绩单背后,是这家拥有71年历史的老牌发动机制造企业,心无旁骛做主业积聚起的强大能量。

“从偏居西南一隅的手工作坊成长为具有全球影响力的发动机品牌,我们始终坚持以客户为中心,找准在产业链中的价值坐标,攻克堵点和难点,更好服务于产业链的高质量发展,为千万用户打造品质更加卓越的汽车‘心脏’。”玉柴集团党委书记、董事长李汉阳说。

专注研发 打造高效可靠的产品

1958年至1959年,玉柴相继试成功煤气机和2105柴油机,从此正式进入内燃机制造领域。在这条做专业动力系统供应商的赛道上,玉柴深耕不辍,追求卓越。从国一到国六,从涡流到直喷、增压到中冷、电控到后处理,再从传统能源到新型能源,玉柴一路劈波斩浪,保持领先。

公司总工程师林铁坚介绍,截至目前,玉柴建立了玉林、南宁、苏州、欧洲四大研发基地,并在英国、奥地利、北美等地设置联合研发中心,拥有各类研发人才2000多名,研发投入占比达6%以上。2021年,在国家相关部门组织的企业技术中心评级中,玉柴位列全国

前列。

超强的研发实力是玉柴斩关夺隘的底气所在。“十四五”时期,玉柴正抓紧实施“做全、做新、做强”动力系统主业战略,聚焦客户需求,强化市场细分,横向拓展中低速动力、无人机动动力、特种动力等应用领域,发力燃气发动机、氢燃料电池动力、增程器、e-CVT插电式混合动力等多种新能源技术路线,并在重卡、专用车、重型工程机械、农业机械、中大型船电动力领域聚力突破,真正打造全场景动力系统定制专家。

专注制造 把好产品质量关

专注,不是守旧,而是守正创新。在国六排放阶段,玉柴投资30亿元,先后引进了200多台(套)工业机器人,建成智能化“黑灯工厂”。工厂工序自动化率超80%,制造效率提升50%,数控机床应用面达到95%以上。在3D打印等新工艺新材料应用、精益制造理念导入,以及一大批技艺精湛的大国工匠加持下,“黑灯工厂”为实现个性化市场需求精准响应、资源动态配置、业务高效协同奠定了坚实基础。

专注质量,塑造品牌。专注客户的需求,专心做好自己的专业,并把它做到卓越,这是企业的核心竞争力。多年来在动力行业的耕耘,让玉柴在潜移默化中逐渐形成对于产品品质、对客户满意度执着追求的思维。玉柴人人都是质量负责人、质量卫士,保证输出的东西满足客户的需求。玉柴推行全员质量理念,将质量把控贯穿在产品全生命周期过程中,保证

质量的生命线。经过几十年的深耕,玉柴全面实现了质量控制精细化、经营管理现代化、制造系统智能化,先后获评“全国质量奖”“中国质量奖提名奖”等荣誉。

专业品质也让玉柴的合作伙伴“朋友圈”不断扩大。2021年以来,玉柴突破新客户平台,累计新开拓了一汽解放、福田戴姆勒、三一集团等国内第一梯队客户平台。

专注服务 打通客户满意的“最后一公里”

“玉柴服务 省心快速”是玉柴服务品牌口号,也是打动客户的密码。

客户在哪里,玉柴服务就在哪里。为方便客户维修保养,玉柴在距离总部约2万公里的秘鲁阿雷基帕市建立服务站。为了让客户得到更优质的服务体验,玉柴在云南楚雄、山西介休、河南郑州等地又创新商用车旗舰店服务模式,并开展千余场送服务到田间、矿场等通用机械作业一线的“蓝海行动”。

截至目前,玉柴在全球授权建立了5000余家专业服务站,6000家配件中心,服务半径行业领先,并提供24小时全球联保服务。玉柴还在全国30条物流干线提供专网保障,覆盖近300座节点城市,服务效率和客户满意度进一步提升。

未来,玉柴还将利用互联网手段持续推进发动机智能化和服务业务数字化,实时自动推送发动机优化控制策略,为用户提供预测性维护建议、故障预警等个性化服务解决方案,真正让用户无忧。

(数据来源:广西玉柴机器股份有限公司)



机器人数字检测



玉柴全系列新能源动力产品



100台玉柴YCK13N重型燃气发动机交付西非客户,玉柴海外技术人员为用户开展相关培训