本报记者

瑾

### 能源广角

## 煤炭消费占比微升并非开倒车

一则煤炭消费量上涨的消息引发广泛 关注。近日,国家统计局发布《中华人民共和国2022年国民经济和社会发展统计公报》 (下称"公报")显示,2022年煤炭消费量增长 4.3%,煤炭消费量占能源消费总量的56.2%, 比上年上升0.3个百分点,这也是近十年来 国内煤炭消费比重首次出现回升。在全球 能源绿色低碳转型的大背景下,我国煤炭消 费占比出现回升,是意味着在"双碳"目标的 道路上"开倒车"吗?

回答是否定的。作为全球最大的能源生产国和消费国,党的十八大以来,我国坚定不移推进能源绿色低碳转型,把碳达峰、碳中和纳入生态文明建设整体布局的同时,大力推动清洁能源发展,积极努力为应对全球气候变化作出大国贡献。随着能源消费出经降至56%,比2012年降低了12.5个百分点,期间年均下降1.4个百分点,是历史上下降最快的时期。显然,我国推动能源转型的大方向不会改变。

短期煤炭消费占比提升受到多重客观 因素影响。其一,乌克兰危机引发全球能源 局势动荡,能源价格飙升。天然气是更为清 洁的化石能源,是能源转型的重要桥梁。近 年来,我国积极推动天然气对煤炭消费进行 部分替代,天然气消费保持了连年增长。乌 克兰危机以来,欧洲天然气价格大涨并推高 了全球天然气价格。受此影响,去年我国进

产业聚焦

党的十八大以来,我国坚定不移推进能源绿色低碳转型,大力推动清洁能源发展,积极努力为应对全球气候变化作出大国贡献。煤炭消费占比短暂提升,并不会改变我国长期能源结构优化的趋势。能源绿色低碳转型是一项长期而艰巨的任务,路途中的挑战不会少,越到紧要关头,越要有一鼓作气攻城拔寨的决心。

口天然气总量大幅下降,天然气表观消费量 也同比下降1.7%,这也是近二十年来年度天 然气消费量首次下降。这一变化导致天然 气国内能源消费占比同比下降0.4%,同时, 煤炭和非化石能源占比得到了提升。

另外,能源转型不可能一蹴而就,需要

做到先立后破。虽然我国可再生能源发展实现了大幅跃升,成为电力新增装机的主体,但由于新能源发电利用小时数远低重依依,但由于新能源发电量的比重像依底。同时,新能源随机性、波动性、间歇性的缺点,也给电网运行安全带来了时内、时间、这些因素都决定了新能源短期内内能战。这些因素都决定了新能源短期内,能源转型过程中相当长一段时间内,电力系统都需要稳定性更强的煤电予以支撑。

其三,新能源快速替代煤电带来的系统成本提升问题也常常被忽略。目前,全国为省市的新建光伏、风电项目已经实现平价上网。但新能源平价上网不等于平价利用,还需要考虑因新能源消纳而增加的本人,火电灵活性改造成本,比如,火电灵活性改造成能能成本、配套建设的的能耗成本、配套建设的储能源电本、电网改造成本等。研究表明,新能源电量渗透率超过15%之后,电力系统成本将大

幅上涨。德国、英国新能源的快速增长已成 为其电价水平快速上涨的重要原因之一。 过于激进的能源转型并不利于我国经济的 可持续发展。

煤炭消费占比短暂提升,并不会改变我国长期能源结构优化的趋势。公报显示,2022年,天然气、水电、核电、风电、太阳能发电等清洁能源消费量占能源消费总量的25.9%,上升0.4个百分点。重点耗能工业企业单位电石综合能耗下降1.6%,单位合成氨综合能耗下降0.8%,单位电解铝综合能耗下降0.4%,每千瓦时火力发电标准煤耗下降0.2%。全国万元国内生产总值二氧化碳排放下降0.8%。这些实打实的数字都意味着,我国在发展清洁能源、降低能耗方面取得了重大进展。

小的波动不改大的方向。能源绿色低碳转型是一项长期而艰巨的任务,路途中的挑战不会少.越

到要攻心咬松念予界, 要有城。定以达我能会要一拔我青必成国源 从成国源明的必不的史领革



□ 本报记者 乔金亮

# 擦亮"土特产"金字招牌

在陕西洛川,商户们忙着将苹果分拣、打包、发货,销往全国各地。在广东新会,人们对陈皮进行深加工,形成了药、食、茶、健等100多个品种的系列产品。在山西大同,随着以鲜黄花为原料制作预制菜品的企业落户,黄花全产业链进一步延伸,年产值超40亿元。

去年底召开的中央农村工作会议强调,做好土特产文章。越来越多的地方发力乡土产品,抓住"土味"与"特色"优势,驶上产业化的快车道。土特产已成为促进农民增收、助推产业振兴的支撑。

#### 充分挖掘乡土资源

人们司空见惯的土特产,其概念如何科学界定?农业农村部乡村产业发展司有关负责人表示,土特产是指来源于特定区域、已有一定知名度的农特产品或加工产品,主要包括特色种植、特色养殖、特色食品、特色手工等产品,是农特产品及加工产品中已经形成品牌的产品。

一方水土养一方特产,不同的地理、气候、土壤造就了不同的农业资源禀赋。陕西洛川,合适的海拔和充足的光照,让这里的苹果口感脆甜、果面光滑;广东新会,特定的气候和土壤涵养出陈皮独特的药食同源功效;山西大同,昼夜温差大、半干旱气候,黄花菜苗大苔繁、肉厚角长。"靠山吃山唱山歌,靠海吃海念海经",各地因地制宜选准突破口,把乡村资源优势、生态优势转化为产品优势、产业优势。

形形色色的农副产品、山清水秀的田园风光、耕读传家的文化传统,都是乡村吸引人的地方,也是乡村特色产业发展的土壤。近年来,乡村特色产业发展成效显著。初步统计,到2021年底,全国特色种植基地12.05亿亩,年度生产特色农产品13.85亿吨,养殖特色牲畜669.52万头,生产特色水产品2470万吨,特色产业一产总产值达9.7万亿元,带动了农民增收,丰富了居民餐桌。

甘肃省农业农村厅厅长杨金泉表示,甘肃今年将围绕土特产做文章,加快打造现代寒旱特色农业高地,力争全省优势特色产业面积突破4560万亩,全产业链产值达到5400亿元。特别要加快打造甘肃农产品品牌矩阵,开展16个特色农产品营养品质评价,推动绿色、有机和地理标志农产品超过2150个。力争农产品加工转化率提高到60%,农产品加工产值与农业总产值之比提高到2:1。

广西壮族自治区农业农村厅党组成员 韦波介绍,截至目前,广西已争创6个千亿 元级产业集群,糖料蔗产量占全国六成以 上,园林水果和蚕茧产量多年居全国第一,蔬菜和水产品产量为全国第八。今年,将指导县、村选择带动农户多的1至2个农业产业特别是生产规模大的土特产作为主导产业。同时,加大资金支持乡村产业特别是土特产的力度。中央财政衔接推进乡村振兴补助资金的60%、自治区财政衔接推进乡村振兴补助资金的50%要 投入产业发展。

#### 激活数商兴农潜力

中国社科院农村发展研究所产业经济室主任刘长全认为,乡村产业发展面临难得机遇。一是政策驱动力增强。随着全面推进乡村振兴,更多的资源要素向农村聚集,"新基建"改善农村信息网络等基础设施,乡村产业发展环境优化。二是市场驱动力增强。消费结构升级加快,居民需求呈现个性化、多样化、高品质化特点,休闲观光、健康养生消费渐成趋势,乡村产业的市场空间大。三是技术驱动力增强。生物技术、人工智能在农业中广泛应用,5G、云计算、物联网等与农业交互联动,新产业新业态新模式不断涌现,引领乡村产业升级。

记者采访了解到,当前乡村产业发展也面临不少困难。农产品供给仍以大路货为主,优质绿色农产品占比较低,缺乏中高端产品和服务,品牌溢价有限。一产向后延伸不充分,多以供应原料为主,从产地到餐桌的链条不健全。二产连两头不紧密,农产品精深加工不足,副产物综合利用程度低,农产品加工转化率比发达国家低20个百分点。三产发育不足,农村生产生活服务能力不强,乡村价值功能开发不充分,产业融合层次低。

农业农村部农村经济研究中心数字乡村创新团队首席专家张璟说,一些地方乡村产业未能高质量发展,产业越来越向单一的种养业集中,形成"一粮独大""一猪独大"局面,不利于形成百业兴旺的乡村产业格局。以乡村各种资源为依托,以数字技术应用为支撑,"数商兴农"将成为推动多元化发展的重要途径。应深化产销对接合作,培育涉农电商主体,优化电商综合服务。推进"数商兴农"工程与"快递进村"工程、"互联网+"农产品出村进城工程相结合,助力乡村产业高质量发展。

商务部等三部门发布的《"十四五"电子商务发展规划》提出实施"数商兴农"行动,各地纷纷积极响应。江西省萍乡市上栗县专门设立特色产业引导基金,建成县级冷链物流中心、特色农产品电商超市和139个村级电商托运点,构建"山上油茶、山腰养羊、山脚养兔"特色产业模式。同时,鼓励各乡镇立足资源禀赋,培育土特产品牌。累计培育国家(省)级示范合作社22家、省(市)产业化龙头企业32家。该县桐木镇楚山村的4家规模化食品加工企业,主打"楚山田螺"预制熟食,线上年销量近5000吨。

#### 集聚先进要素资源

如何让土特产推动乡村振兴?农业农村部部长唐仁健表示,要重点从四个方面下功夫:在彰显特色上下功夫,依托农业农村特色资源,开发农业多种功能、挖掘乡村多元价值,因地制宜选准产业发展的突破口。在产业融合上下功夫,重点是发挥三次产业融合的乘数效应,纵向上贯通产加销,做强农产品加工流通业,横向上融合农文旅,发



在安徽省蒙城县王集乡农村电商服务中心,电商主播利用电商平台,帮助出地企业及农民推介农副产品。 胡卫国摄(中经视觉)

展现代乡村服务业。在优化布局上下功夫, 培育壮大县域富民产业,以各类产业园区建设为抓手,完善县乡村产业空间布局。在联农带农上下功夫,完善联农带农利益联结机制,把产业增值收益更多留给农民。

壮大土特产要有平台支持,给产业链"强筋壮骨"。广东省农业农村厅党组书记刘棕会说,广东将着力构建现代乡村产业体系,即坚持龙头带动,抓好现代农业产业园建设,加快培育农业龙头企业;坚持强链补链,深化"12221"市场体系建设,大力发展现代设施农业和农产品精深加工,打造一批预制菜产业强县、生产强镇和原材料供应村;坚持产业融合,着力培育现代化海洋牧场全产业链,支持沿海县建设一批海洋经济产业园,打造一批国家级现代化海洋牧场示范区

壮大土特产要有营销增效,给农产品"梳妆打扮"。以往很多地方没有把好产品做出影响力,差距就在营销。今年中央一号文件强调"营销增效"。如今一些地方把盲盒营销与农产品销售巧妙结合起来。浙江省湖州市南浔区南浔古镇的4家浔迹店铺日前上新了"浔象元宝"美食盲盒,结合当地的枇杷梗、定胜糕、浔蹄、熏豆茶等元素,开发了新玩法,吸引了不少年轻人参与。近年来,当地顺应潮流,立足水乡特色,着眼于现代元素应用和产业融合发展,开发"浔象潮牛"系列文创产品,实现农业由"卖产品"向"卖文化"的转变。

农业农村部乡村产业发展司有关负责 人表示,将强化规划引导和产业指导,实 施乡村产业提升行动,促进特色产业发

展,发布土特产目录,引导农民发展多种经营,拓宽增收致富渠道。建立土特产监测调查制度,进一步摸清底数,及时掌握产业发展成效。加大财政投入,梯次推动乡村特色产业国家标准、行业标准、地方标准和团体标准制定修订工作,逐步完善特色种植、特色养殖等五大特色产业全产业链标准体系。强化科技支撑,推动国家、省级现代农业产业技术体系覆盖更多的特色产品。

"2022年,我国纺织行业出口规模再创历史新高,投资增势良好,企业发展信心得到巩固。在复杂严峻的形势下,发展成果来之不易。"在日前召开的中纺圆桌论坛第十七届年会上,工业和信息化部消费品工业司司长何亚琼表示,进入2023年,我国经济社会恢复发展明显好于预期,尽管当前恢复基础仍不牢固,但体量巨大的纺织行业有着良好产业基础和发展韧性,有能力将行业高质量发展推向新高度。

2022年, 纺织行业供需两端同时 承压。市场需求不足、供应链运转不 畅、大宗原料价格上涨、贸易环境复杂 等一系列风险因素给纺织行业带来了 巨大考验。

数据显示,2022年,限额以上服装鞋帽、针纺织品类商品零售额同比减少6.5%,网上穿类商品零售额仅增长3.5%,较2021年放缓4.8个百分点。生产端原料价格持续保持高位,成本压力向消费端传导,企业资金周转压力加大、产销放缓、盈利下滑,规模以上企业工业增加值、营业收入、利润总额同比分别减少1.9%、0.9%和24.8%。

然而,在行业整体承压的背景下,有一批企业紧紧扭住高质量发展不放松,实现了逆势而上。北京时尚控股有限责任公司党委书记、董事长顾伟达介绍,近年来公司加快推进战略重组,形成了品牌运营、科技创新、文化创意、工艺美术四大板块联动的时尚文化产业集团格局。

在多方共同努力下,纺织行业发展韧性充分展现,完整产业体系的稳定运行优势持续显现。中国纺织工业联合会会长孙瑞哲提到,2020年至2022年,我国纺织品服装年出口总额均超过3000亿美元,2022年达到3409.5亿美元,再创历史新高;规模以上纺织企业营业收入三年年均增长0.5%,表明行业产销规模稳中有进;纺织业、化纤业固定资产投资完成额三年年均分别增长2.9%和8.8%,表明企业在新冠疫情期间仍然坚持扩大转型升级投入。

在新冠疫情期间,纺织行业持续发挥了稳定经济运行、平衡国际收支、促进民生改善等重要作用。2023年,我国疫情防控转人新阶段,纺织行业将逐步恢复到深度调整结构、着力推进高质量发展的稳定运行轨道,开启建设纺织现代化产业体系新局面。

中共中央党校经济学部副主任曹立表示,推动经济实现质的有效提升和量的合理增长,需科学把握三个"着力点",即着力提高全要素生产率、着力提升产业链供应链韧性和安全水平、着力推进城乡融合和区域协调发展。

"推动产业链升级、价值链向高端延伸、建设现代化产业体系,是实现高质量发展的必然要求。"孙瑞哲表示,纺织行业要积极加强科技创新、融合创新、设计创新、数字创新、绿色创新等要素投入,提高全要素劳动生产率;要适应好要素格局、实力要求、国际合作规则等一系列新变化,提升产业链供应链韧性和安全水平;要结合国家区域重大战略、乡村振兴战略、城市群战略,推进产业和区域协调发展。

在日趋复杂的国际格局下,纺织行业企业该如何应对对外开放新形势?商务部国际贸易经济合作研究院美洲与大洋洲研究所副所长周密提出,一是立足于新发展格局,把握亚洲消费市场扩容趋势,增强我国企业在产业价值链上的位置和话语权;二是探索多维创新路径,在人工智能技术、绿色可持续、满足需求定制、保障知识产权等领域展现更大作为;三是实现协同开放新举措,各类主体探索多种合作模式,实现深层次资源共享。

党的二十大报告明确提出,高质量发展是全面建设社会主义现代化国家的首要任务。何亚琼表示,纺织行业企业要准确把握新时代纺织行业经济支柱、民生基石、文化载体、巩固国际竞争优势、促进边疆地区繁荣稳定和长治久安的产业定位,主动担当、勇毅前行。同时,全面提升纺织产业体系现代化水平,推动行业高端化、智能化、绿色化发展,巩固优势产业领先地位,并把实施扩大内需战略同深化供给侧结构性改革有机结合,将扩大纺织品服装国内需求作为先行考量。此外,还要提炼展示中华文明的精神标识和文化精髓,增强纺织服装品牌传播力和影响力。

本版编辑 周 雷 吉亚矫 美 编 倪梦婷

