

能源广角

煤炭消费占比微升并非开倒车

纺织

本报记者

刘瑾

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。

其二,保障能源安全,是能源转型的基本前提。当前,我国总体能源自给率保持在80%以上,有力支撑了经济社会的快速发展。由于我国经济发展尚未与能源消费脱钩,随着中国式现代化建设的深入推进,能源需求还将持续增长,能源供给不足依然是重要的安全隐患。2022年7月和8月,天气因素叠加经济恢复增长,全国有21个省级电网负荷创新高,电力供需形势紧张。作为当前我国电力供应的最主要电源,紧急情况下,煤电依然是我国最有力的保供电源。在降水明显偏枯的2022年三季度,全口径煤电发电量同比增长9.2%,较好地弥补了水力发电量的下滑,充分发挥了兜底保供作用。

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力,但由于新能源发电利用小时数远低于煤电,新能源发电量占全国发电量的比重依然较低。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巨大挑战。这些因素都决定了新能源短期内不足以担当主力电源。在抽水蓄能、新型储能装机不足,电网智能化改造有待提升的情况下,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,全国大部分省市的新建光伏、风电项目已经实现了平价上网。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电力系统成本,比如,火电灵活性改造成本及运行增加的能耗成本、配套建设的储能成本、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,越到紧要关头,越要有一鼓作气攻城拔寨的决心。我们必须咬定青山不放松,以必胜的信念达成历史赋予我国引领世界能源变革的使命。



王陈晨

□ 本报记者 乔金亮

产业聚焦

擦亮“土特产”金字招牌

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,新兴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。该县桐山镇楚山村的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?农业农村部副部长唐仁健表示,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,帮助当地企业及农民推介农副产品。

展现乡村服务业。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农产品做出影响力,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家非遗店铺日前上新了“浔象元宝”美食盲盒,结合当地的枇杷、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



“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,我国疫情防控转入新阶段,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外部开放新形势?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起来,将扩大纺织业服装业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 吉亚娇 美编 倪梦婷

初步统计

到2021年年底

