

能源广角

煤炭价格为何旺季不旺

“冬炒煤炭夏炒电”是股票市场中一套经验总结,是指冬季由于取暖需求增长,煤炭价格和需求上升,因此投资者倾向于购买煤炭企业股票,但这个冬天煤炭板块行情并未如期而至。其核心原因在于,2024年下半年以来,国内煤炭价格大幅回落,并持续保持低位运行。进入冬季,本应是煤炭消费高峰期,煤炭价格为何旺季不旺?

刚刚过去的2024年,是煤炭价格跌宕起伏的一年。2023年8月,动力煤价格触底反弹,2024年初开始大幅拉升,开启一波主升浪,彼时甚至有人认为煤价要冲上1200元/吨。让人意外的是,年中煤价急转直下,即便到了取暖季,也未能迎来反弹。

煤价不振有多重原因。煤炭市场上,供需关系变化会直接影响煤炭价格。从供给端看,随着国内煤炭先进产能持续释放,煤炭产量不断增长。2024年前11个月,全国规模以上原煤产量43.2亿吨,同比增长1.2%,产量创历史同期最高水平。随着气温降低,为确保居民取暖和企业生产用煤需求,煤矿企业积极增产保供,全国煤炭供应十分充足。

进口煤是另一大变量。长期以来,进口煤都起着调节国内煤炭市场价格与供需平衡的作用。当前,进口煤存在明显价格优势,用煤企业纷纷加大了煤炭进口力度。2024年,我国煤炭进口量累计达5.4亿吨,同比增长14.4%,创历史新高。低价进口煤数量增长,起到了平抑国内煤炭价格上涨的作用。

从需求端看,偏高的冬季气温抑制了电力需求,进而影响电厂煤炭采购。气象部门数据显示,2024年11月全国平均气温为5.1摄氏度,较常年同期偏高1.9摄氏度,为1961年以来历史同期最高。其中,华北及东北地区比上年同期偏暖尤为明显,这导致居民生活用电及部分服务业用电增速明显放缓。2024年11月,全国居民生活用电量同比增长2.9%,增速比10月回落5.2个百分点,其中,华北、东北地区居民生活用电量增速分别为-1.3%、1.5%,分别比10月增速回落11.8个百分点和6.0个百分点。供应充足叠加需求不足,使得煤炭库存保持高位。

煤价回落,煤企业绩显著受挫。万得数据显示,2024年前三季度,煤炭指数跌幅达26

家上市公司中,22家企业盈利同比下滑,10家企业利润降幅超四成。面对经营压力,很多煤炭企业抱怨进口煤炭过多,挤压了国内煤炭企业生存空间。这个问题需要理性看待,一方面,当前煤炭价格仍在合理区间运行;另一方面,我国虽是煤炭大国,但煤炭储量占比仅40%左右,并不算充裕。当前国际煤炭价格低迷,正是利用国际煤炭资源的大好时机。2025年全国能源工作会议明确提出“稳定煤炭进口”,很好地回答了这一问题。

煤炭企业高质量发展不能只盯着价格。与其他国家相比,我国煤炭产业集中度低,产业布局趋同,非煤产业发展质量不高,煤炭企业历史欠账多、财务负担重。虽然神华集团、中煤能源等一大批煤炭企业快速发展,已成为具有国际竞争力的大型企业,但还有很多中小型企业结构单一、市场竞争力不足,业绩大起大落成为煤企常态。一些资源枯竭的老矿区更是陷入转型困境。

在全球能源绿色低碳转型大背景下,煤炭消费比重不断降低是大势所趋,留给煤炭产业转型发展的时间非常紧迫。近年来,一

些有前瞻性眼光的煤炭企业已经开始积极转型。一方面,做精做优煤炭产业,上大压小、增优汰劣、优化布局,推进煤炭清洁高效利用,推动煤炭向燃料与原料并重转变;另一方面,利用自身资源布局新能源,围绕矿山资源开展综合利用,构建“风光火氢储”多能互补清洁能源产业链,打造盈利新增长点。

前几年煤炭价格大涨,为煤炭企业备足了“弹药”。煤企应该抓住转型窗口期,乘势而上,走出“市场好时无心转型,市场差时无力转型”的怪圈,设立好转型升级路线图和时间表,努力实现高质量发展。



□ 本报记者 杨阳



顾客在南京一家超市选购蔬菜。 苏 阳摄(新华社发)

春节进入倒计时,北京新发地农产品批发市场“年味”十足。蔬菜批发区、肉类交易大厅摆放着来自全国各地的农产品。

“2024年,全国蔬菜市场价格较往年偏高,农户种植积极性提升,春节蔬菜生产及市场供应有保障。”中国农业科学院农业经济与发展研究所副所长、农业农村部蔬菜市场分析师孔繁涛说。

孔繁涛告诉记者,在价格高位运行的激励下,当前蔬菜在田面积同比增加,冬春蔬菜生产供应基础较好,春节期间蔬菜供应有保障。天气条件对蔬菜供应也很有利。2024年12月,大部分蔬菜产区气温高于往年同期,大白菜、洋白菜、白萝卜、菜花等蔬菜品种陆续进入上市高峰,市场供应充足。

“往年同一时间,北京本地地产的小油菜已退市,但这个冬天是暖冬,菜农扣两层膜还可以种,所以北京本地地产的小油菜目前还在供应市场,而外地产量也同样增大。”北京新发地农产品批发市场统计部经理刘通说。

孔繁涛分析,春节期间各类节庆活动增加,受节日效应拉动,餐饮消费及蔬菜采购备货需求增大,市场将逐步呈现供销两旺态势,预计蔬菜价格可能会有所上升,但总体平稳。刘通介绍,今年猪肉需求增加与供应增加同步,价格将保持平稳状态,难以出现明显涨跌。

“从供给端来看,全国生猪供给充裕,春节消费需求提振带动当前猪价短期出现季节性反弹,但上涨时间不会长,上涨空间也不大。”中国农业科学院北京畜牧兽医研究所研究员朱增勇说,从近期猪价走势来看,猪肉消费需求进入全年最高峰,需求增加与供应增加同步,节日效应带动猪肉价格小幅反弹。

“鸡蛋礼盒销售热度快速升温,对鸡蛋价格的拉动作用有所体现,但是鉴于规模养鸡场鸡蛋供应充足,蛋价能够反弹的空间并不大。”刘通说。中国农业科学院农业经济与发展研究所副研究员朱宁告诉记者,前期养殖场补栏增加,近期蛋鸡养殖持续盈利,养殖户稳产意愿较强。春节期间,全国在产蛋鸡存栏比较稳定,鸡蛋产能处于历史同期高位,鸡蛋市场供应充足有保障。

对春节期间蛋价走势,朱宁表示,进入1月中旬,鸡蛋消费受春节市场拉动迎来短期旺季,终端市场走货加快,拉动蛋价小幅上涨。春节前一周,节前备货基本结束,市场交易量减少,蛋价也随之震荡回落。

本版编辑 周雷 陶琦 美编 王子莹

春耕

本报记者

黄俊毅

产业聚焦·数字看动力

3100万辆 汽车业活力强韧性足

近日,中国汽车工业协会发布数据显示,2024年我国汽车产销分别完成3128.2万辆和3143.6万辆,同比分别增长3.7%和4.5%。这是我国汽车产销连续第二年突破3000万辆,为支撑工业经济稳增长发挥了重要作用。

销量再创新高

面对国内有效需求不足、外部不确定性增大,2024年我国汽车产业交出的这份答卷,既是我国超大规模市场优势、供应链日益完善的体现,也是我国汽车产业加快结构调整、韧性与活力不断增强的展现。

2024年11月14日上午,在武汉东风汽车云峰工厂,一辆粉色车身的岚图知音SUV缓缓驶下生产线,10家新能源车企新车下线的视频同步播放。这标志着我国新能源汽车年产量首次突破1000万辆大关。

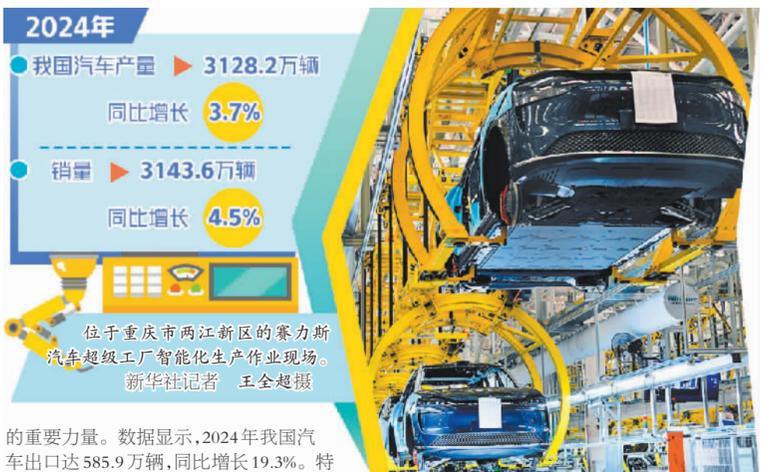
在汽车产销总量连续16年稳居全球第一的同时,我国新能源汽车延续高速增长态势。自2021年以来,我国新能源汽车走出一条昂扬向上的发展曲线。数据显示,2024年我国新能源汽车产销分别完成1288.8万辆和1286.6万辆,同比分别增长34.4%和35.5%。新能源新车销量占汽车新车总销量比重达40.9%,较2023年提高9.3个百分点。

数据显示,2024年我国乘用车产销分别完成2747.7万辆和2756.3万辆,同比分别增长5.2%和5.8%。其中,中国品牌乘用车共销售1797万辆,同比增长23.1%,占乘用车销售总量的65.2%,较上年上升9.2个百分点。

更值得关注的是,中国品牌乘用车加速向高端市场迈进。数据显示,2024年国内生产的高端乘用车销量473.8万辆,同比增长2.3%。

“问界M9全年单车交付15万辆,打破了中国用户对于传统豪华车的认知,正重塑国内豪华车市场竞争格局。”赛力斯集团副总裁康波说。

尽管欧美国家对中国电动汽车加征关税、外部压力加大,但我国汽车出口仍实现了较快增长,成为拉动中国汽车产销总量增长



的重要力量。数据显示,2024年我国汽车出口达585.9万辆,同比增长19.3%。特别是长续航插电混动和增程技术产品,得到海外用户认可,插电汽车出口29.7万辆,同比增长1.9倍。

“2024年上半年,汽车产销整体不旺,汽车工业经济运行面临库存高、消费弱的困难,供给端和终端均面临较大压力。”中国汽车工业协会副秘书长陈士华表示,伴随“两新”等政策持续发力、各地补贴政策落地见效、企业促销活动热度不减,车市消费活力逐渐被激发。特别是2024年三季度,随着一系列政策落地,终端呈现较好发展态势;四季度延续向好态势,全年产销稳中向好。

技术创新加速

比销量上升更令人振奋的是,我国汽车产业新技术、新产品、新模式不断涌现。

前不久,蔚来智能电动行政旗舰ET9正式上市,这是我国首款搭载线控转向技术的量产车型。

在全球汽车产业竞争中,技术创新是关键变量。“广大车企和零部件企业敢于尝试,勇

于创新,推动了我国新能源汽车技术进步和产品迭代。”中国汽车工业协会常务副会长兼秘书长付炳锋表示,目前,我国动力电池研发和产业化应用已处于全球领先水平,插混专用高效发动机、变速箱和集成式增程器全面进入市场,技术水平、节能效率不断取得新突破。

同时,电动化推动了智能化,智能化又带动了电动化,智能网联技术和新能源汽车有机融合,加速了智能网联技术在汽车上的普及应用。“L2级自动驾驶在新能源汽车中的配置率创新高,车路云一体化应用试点加速落地,无人驾驶车辆在商业化试点运营。”付炳锋表示。

2024年12月30日,深蓝汽车第40万辆整车在重庆工厂下线。研发投入是企业技术突破与产品升级的关键支撑。深蓝汽车总裁邓承浩表示,作为一个年轻品牌,目前深蓝汽车研发人员占比67%,授权专利1600余项。

中国电动汽车百人会副理事长兼秘书长张永伟表示,新一代电动汽车,最新的汽车基本上都在中国率先推出;全球新一代汽车相

关键技术,也往往是在中国推出的汽车产品中率先实现应用。“这两个‘新’为我们巩固前期在产品和领域的领先地位,加快发展新质生产力提供了比较好的基础。”

“借船”扬帆出海

日前,小鹏汽车创始人、董事长何小鹏在个人社交平台宣布,小鹏汽车在欧洲迎来第1万辆交付。小鹏汽车因此成为首家在欧洲市场交付达成1万辆的中国造车新势力。

主动参与国际竞争,既能实现销售规模扩大、提升市场份额,也有利于提高企业和产品品牌影响力。

“2025年,长安汽车将深入布局东南亚、中南美、中东非等区域市场,在这些市场导入8款产品。同时,长安汽车将全面加强海外合作,2025年将在海外新建经营主体8个、物流节点16个、物流线路28条、渠道触点超550个。”长安汽车董事长朱华荣说。

不过,在出口总量增长的同时,2024年我国新能源汽车出口相较于2023年出现了明显减缓趋势。陈士华认为,采用直接贸易出口,我国汽车出口规模增长很快会触及“天花板”。未来,车企应把更多精力放在海外建厂上。

张永伟表示,未来中国车企应与当地企业在资本结构、生产、品牌、技术授权等方面开展更多元合作。出海本地化发展要因地制宜,充分调研当地的法规、标准、人文等进行相应调整。

清华大学教授、汽车产业与技术战略研究院院长赵福全认为,“借船”出海应该是最有效的路径,即充分借助国外各类合作伙伴的资源力量“走出去”,中国企业之间也要结伴出海。

“在宏观政策活力加速释放,‘两新’政策持续发挥作用、新能源汽车免征车辆购置税政策延续以及海外市场空间持续扩大等有利因素影响下,我们对2025年中国汽车市场发展充满信心。”中国汽车工业协会常务副秘书长许海东表示。

宁波财经学院

沿循海上丝绸之路 开拓艺术设计新思路

浙江省宁波市是开展“海上丝绸之路”商贸、文化、技术交流的重要节点,是21世纪“海上丝绸之路”的东方始发港,具有独特的自然条件及区位优势。宁波财经学院积极融入地方经济建设,发挥自身优势,助力宁波“海上丝绸之路”建设。

宁波财经学院坚持“致良知、育英才、立善业”的办学理念,坚守打造成为“中小企业发展的首选大学”的办学理想,找准发展方向,沿循海上丝绸之路,开拓艺术设计新思路,活化“海上丝绸之路”文化资源,为宁波经济社会高质量发展贡献力量。

理论联系实际 开发新视角

“海上丝绸之路”的建设离不开大量高素质人才。学院坚持“知行合一,随才成就”的教育理念,持续推进教育教学改革创新,深化课程内涵建设,强化实践教学力度,拓展沿循“海上丝绸之路”的艺术设计新视角,扎实培养高素质、高技能的应用型艺术

设计类人才。2021年12月17日,举办“创意点亮乡村”未来乡村创新设计论坛暨宁波财经学院首届东亚高校创新艺术论坛(线上),受到多家媒体广泛报道。

学院坚守“双创”价值理念,坚持把创新创业教育作为促进特色发展、涵养优良学风的重要举措,精心设计了一系列创新创业课程,创设了丰富多样的创新创业实践平台,鼓励学生们跳出舒适区,寻求新的体验和挑战,不断拓展自身能力边界,成长为具有“双创”特质的高素质应用型人才。学生设计作品“Tile-roofed House”通过创新的物理降温方法改善城市局部小气候,为居民提供一个凉爽的户外社交空间,并在2024美国MUSE设计奖中获得银奖。

产教研学融合 开拓新思路

“海上丝绸之路”建设离不开地方高校的全方位参与。学院基于区域经济社会及新产业、新业态发展需求,沿循“海上丝绸之路”,深

化产教研学融合,积极与地方政府、企事业单位开展校地产学研合作,将项目带入课程教学、工作室实践,完成艺术设计人才培养从学校到社会的“最后一公里”。

2022年5月20日,学院举办了首届东亚高校作品展、全国高校数字艺术设计大赛获奖作品展、艺术设计学院创新创业成果展三场展览。2023年4月,举办首届浙江诗路美学与设计国际论坛暨第二届东亚高校创新艺术论坛;中韩班学生3人前往韩国交流学习,50余名学生开展在线学分互认班学习并完成等级考试;完成50余人前往澳门短期游学项目;组织开展暑期前往韩国研学活动。

师资队伍建设 汇聚新力量

在“海上丝绸之路”建设的大背景下,地方高校应当主动外引内培,学习先进的教学方式和研究成果,才能开启学科教研的新视角。学院着力强化师资队伍,汇聚培养艺术设计新人才、开拓艺术设计新领域的新力量。学

院不定期开展五星教学优师分享会、各系部星级教师示范课和全员说课、新教师课堂教学培训、抽听课模拟、新开课教师现场说课(公选课)等系列活动,通过示范带动、说课展示、相互互评、剖析问题、取长补短、改进完善,共同推动课堂教学整体质量提升。学院选派教师参加以“交叉无限,无限交叉”——高质量设计教育体系的构建”为主题的第99期全国设计大师班培训,10位设计领域的专家学者以专题讲座的形式,从不同视角对设计“交叉无限,无限交叉”进行深入解读与研讨。积极探讨了如何秉承多元交叉的理念,搭建既契合当下教育情境,又具备创新性与前瞻性的设计教育体系,拓宽了参训教师的学术视野,丰富了专业知识,提高了理论水平,为未来更好地培养具有创新精神和实践能力的设计专业人才提供了新的思路。

国际合作交流 寻求新机遇

建设21世纪“海上丝绸之路”的关键在

于国家间的开放合作、和谐包容。学院以和平发展为路标,以共商、共建、共享为基础,扎实推进国际交流合作,寻求艺术设计新机遇。学院积极响应共建“一带一路”倡议,拓展与中东欧国家高校交流。自2016年起,学院举办多场活动,打造由“三个中心、一个学院”组成的中斯教育科研交流平台,联合培养国际化人才。其中,“中国—斯洛伐克丝路学院”被认定为浙江省首批“一带一路·丝路学院”,于2024年12月15日正式揭牌。学院与斯洛伐克多家知名企业携手合作,签约共建多家海外实训基地,为学生提供宝贵的海外实践机会,亲身体验斯洛伐克的企业文化,深入了解其市场运作,并积极参与斯洛伐克产品在中国市场的推广。同时,将中国的文化、旅游和特色产品引入斯洛伐克,以此促进两国之间的经济互动与文化交流。

(孟媛 刘岚) 广告