

用足用好新型“充电宝”

行业首款液冷一体式移动储能车,可提前15分钟预报热爆火灾事故的新型储能安全监测平台、能毫秒级响应的飞轮储能系统……在不久前举办的第十三届储能国际峰会暨展览会上,前沿储能解决方案百花齐放、亮点纷呈,行业朝着多元化、高安全、快响应的方向加速演进。与会场上的热闹相比,缺乏盈利模式、利用率不足等因素,正困扰着新型储能行业发展。如何破解这些难题,真正让新型储能物尽其用,已成实现“双碳”目标的关键一战。

新型储能是构建新型能源体系的必备基础设施。与化石能源相比,风电、光伏等新能源受天气和时间限制,发电更为“任性”,如果在可再生能源替代过程中,保持能源安全稳定与绿色低碳之间的平衡,就需要借助外力。新型储能就像一个“超级充电宝”,在有太阳、有风的时候储存电力,等没太阳、没风的时候再释放出来,让新能源发电像传统能源一样稳定可靠,助力双碳目标实现。

党中央、国务院高度重视新型储能发展工作。2024年,“发展新型储能”首次写入

《政府工作报告》。今年正式实施的《中华人民共和国能源法》规定,推进新型储能高质量发展,发挥各类储能系统在电力系统中的调节作用。

政策支持下,新型储能保持快速发展态势。截至2024年底,全国已建成投运新型储能项目累计装机规模突破7000万千瓦,约为“十三五”时期末的20倍。但从能源转型全局来看,新型储能项目实际利用率仍与快速发展态势不成正比。我国年均新增新能源装机规模突破2亿千瓦,预计“十五五”时期将延续快速增长态势,大幅增加系统消纳压力。反观调节能力建设缺乏统筹优化,存量调节资源未得到充分利用,呈现出“一边新能源利用率下滑,一边新型储能调用不足”的矛盾局面。

阻碍新型储能设施高质量发展的因素集中在三方面。

区域发展不均衡。不同地区资源禀赋、新能源规模、用电负荷特性不尽相同,对新型储能的需求存在较大差异。由于储能发展统筹规划不足,新型储能开发建设与系统需求缺乏匹配。有的地方储能电站建得太多造成浪费,有的地方又不够用。

市场规则不健全。市场化是推进新型储能产业健康发展的必由之路,欧美电力市场相对成熟,新型储能可通过电能市场、辅助服务市场、容量市场等多渠道获益。目前我国新型储能电站参与电力市场的规则还不太成熟,盈利模式单一,储能不同时段电量与容量价值无法体现,导致企业难以稳定盈利。

技术储备不完善。虽然新型储能技术不断发展,但长时储能经济性不足、部分储能技术循环寿命和效率有待提升。英美等国正加大长时储能开发力度,多国已开展10到数十小时的液流电池、压缩空气、储热等项目示范应用。我国仍需加大对大容量、长周期、高安全储能技术的支持。

针对突出问题,应坚持需求导向,根据各地区新能源发展规模、调节资源等实际情况,科学引导新型储能发展规模、布局和建设时序,确保满足系统调节需要。加快推进电力现货市场建设,完善辅助服务市场交易品种,研究完善新型储能价格机制,拓宽储能盈利空间,激发企业配置新型储能积极性。加强技术创新,扩大电池单体容量、提

高系统能量密度、延长电池寿命周期。面向新型电力系统需求,重点推动大容量、长周期、构网型储能核心技术装备研发和系统集成,以及储能安全防护等领域技术攻关。

用足用好新型“充电宝”,需要一场“政策搭台、技术唱戏、市场买单”的系统革命。今年2月《关于深化新能源上网电价市场化改革 促进新能源高质量发展的通知》出台,明确取消新能源强制配储政策,标志着新型储能从政策驱动向市场主导的深刻转变。随着电力市场不断完善,储能价值持续挖掘,新型储能有望真正从“奢侈品”变成“日用品”。



□ 本报记者 纪文慧

国产果业从产量竞赛迈向价值突围

初夏时节,一批果品陆续成熟上市。岭南的荔枝晶莹多汁,华东的西瓜甜脆爽口,圆滚滚的巴蜀枇杷泛着清香,翻开水果尝鲜时令表,百姓果盘日益缤纷。

我国是世界上最大的水果生产国和消费国。很长时间以来,大而不强是国产果业绕不过的话题。随着越来越多的高品质国产水果涌上餐桌,改变正在行业发生。“从过去品种单一、好看却不一定好吃,到如今选择多样、口感突出、营养丰富,我国果业正从产量竞赛迈向价值突围的发展新阶段。”中国果品流通协会秘书长陈磊说。

精细化经营

5月8日凌晨5时许,江苏盐城百果园泉氏BLOF西瓜种植基地已经开工。走进现代化种植大棚,通过对花记号确定采摘范围,精准按照果柄长度要求剪断枝蔓,仔细分选后装车发往产地仓,在瓜农一系列紧密衔接、行云流水的操作下,上午10点前,当天摘下的西瓜将被紧锣密鼓运出,最快可在当日抵达华东销售区,24小时内到达华北地区门店。

“很多人觉得现在的西瓜越来越好吃了。这其实是从种植端开始,各个环节都经过了严格控制。比如,设置上午10点前运出的时间节点,主要是为了让西瓜的果体温度始终保持在12摄氏度到15摄氏度之间,以保证抵达消费者餐桌时的最佳口感。”深圳百果园实业(集团)股份有限公司西瓜品类采购专家何专成说。

28年前,何专成第一次来到江苏盐城,这里地处亚热带暖温带过渡带,气候湿润、日照充足,土壤透气性好、保水性佳,是我国西瓜主产区之一。尽管自然条件得天独厚,但“品质碰运气、产量靠老天”是他当时的最大感受。

西瓜种植模式过去基本以露地种植为主,抗风险能力不足,瓜农为了确收收成常在一片地上混种4个到5个品种。“这怎么能保证好吃呢?”何专成说,随着居民生活水平不断提高,消费者对西瓜品质提出更多要求,不但要好吃,还得有满足多种场景的个性化品种。新需求倒逼行业不断变革,推动西瓜种植模式从此前的粗放型种植转向精细化经营,从之前的“靠天吃饭”迈向市场引导下的全产业链协同发力。

一颗西瓜,以最佳口感送入消费者手中,凝聚着国产果业几十年的探索与成长。“光靠拼产量是走不远的,要通过生态种植技术让更多水果回归原本的味道,引领产业走上生态农业可持续发展之路。”在南通金诺农产品种植有限公司董事长李希峰看来,好吃的水果是种出来的。6年前,基地引入BLOF生态和谱种植技术,这一技术在检测土壤健康程度的基础上,结合所要种植的植物所需的营养元素,对土壤物理性、化学性和生物性进行改良,从而让土壤恢复到本来的健康程度。

“土壤健康了,种下去的水果生长才健康、营养才丰富、风味才浓郁。水果好吃、产量稳定、采摘科学、运输及时,长此以往自然就形成了稳定的市场竞争力。”李希峰说。

重品牌培育

从西瓜、梨、苹果等传统果品到樱桃、蓝莓、草莓等精致小果,经过多年积累和发展,国产果业在多个品类上已形成了涵盖品种培育、种植养护、采摘分选、冷链运输等环节的



较为成熟的产业体系,越来越多的进口水果成功实现“国产化”。

以蓝莓为例,其原产于北美地区,1999年,我国首个蓝莓优良品种“美登”完成实验室栽培并开始小规模商业化种植。但早期的国产蓝莓口感酸涩,售价较高,并不受欢迎。如今,这颗小小蓝色浆果已成为生鲜超市和蔬果市场的畅销果品,不仅个头新鲜饱满,而且不同的价格区间也能满足不同消费群体的需求。

“经过多轮品种更迭和市场适应,国产蓝莓基本已经完成了落后品种淘汰。加之产业化栽培不断推进,供给规模屡创新高。”上海煜谦贸易有限公司相关负责人邓帅说。

数据显示,2020年国产蓝莓总产量超越美国,居全球首位。2024年,我国蓝莓栽培面积143.82万亩,比2020年增加44.38%;全国蓝莓总产量78万吨,比2020年增加了197%。

总体来看,蓝莓这一品类在国内市场已形成稳定的种植模式和供给能力,但持续攀升的产量也引发行业忧虑。大国小农是我国果业生产的基本国情,一个果品的产业路线成熟后,不少小农户难免会跟风种植,品质如何保证?“蓝莓市场培育过程中遇到的困惑就是国产果业发展历程的缩影,进一步加大品牌培育力度,是行业迈向发展新阶段的必修课。”多位从业者如是说。

在陈磊看来,品牌归根到底还是以品质为基础的。要以持续的品种创新培优、标准化的生产体系不断满足市场需求,通过高质、高效、高标,真正托举起一个有竞争力的果业品牌。

邓帅认为,“企业+果农+金融机构”的大基地生产模式代表着国产果业未来发展趋势。一方面,企业基于技术积累和市场前瞻对品种选择和种植技术有着比较成熟的把握。另一方面,大基地生产模式能够在品质稳定的基础上,进一步做大规模。此外,果业前期投入大、见效慢,金融机构的加入也能为

行业长期投入提供较好的金融支持。

闯国际市场

前不久,果业传来一则鼓舞市场的好消息。来自大连的樱桃品牌“艺树家”正式登陆中国香港和新加坡,其在新加坡市场的单斤售价达到美国进口樱桃的近2倍,后者在樱桃种植与销售方面颇负盛名,被视为行业领军代表。

“我们最初推广‘艺树家’樱桃走向国际市场时,新加坡市场表现得并不积极。在他们看来,中国的樱桃怎么可能卖这么贵。”邓帅回忆,中国香港和新加坡是亚洲高端消费市场的核心枢纽,对水果品质、品牌及供应链要求极为严格。被质疑后,公司外贸团队当即带着几盒样品飞抵新加坡,当地人眼见为实,一番评估后,当场就下了订单。

邓帅所在的外贸企业从上世纪90年代起,便开始从事高品质水果进出口生意。彼时,高端果品市场一直被国外品牌占领,进口订单占绝大多数,高品质国产水果出口量微乎其微。但在最近10年,邓帅及一批果业从业者明显感受到了国产水果品质的崛起和竞争力的提升。

“在很长时间内,人们一提到国产水果,就联想到低质、低价等词。事实上,我国水果产业在品种创新、种植技术、冷链物流方面已经取得相当大的突破和进展,培育出不少在国际市场叫得响的品牌。”大连绿海农业开发有限公司总经理董智勇告诉记者,国产水果并不缺精品,缺的是高品质、规模化、稳定的供给。

董智勇介绍,“艺树家”樱桃品种为俄罗斯8号,引进国内后经过10余年的培育与调整,成功在北纬39度的大连结出高品质硕果。但由于此前种植体小,流通范围有限,并没有形成广泛影响力。之后,公司不断推进种植管理模式创新,依托优越自然条件和

在江西省宜春市靖安县仁首镇蓝莓基地,农户在采摘蓝莓。

鲍贻生摄(中经视觉)



先进设施农业技术,建立了从种植到加工的标准化生产体系。随着基地规模不断扩大,当市场呼唤更多高品质水果时,“艺树家”樱桃顺利成章地接了机会。

从引进来走到走出去,近年来,国产水果的国际市场认可度显著提升。2024年,我国水果累计出口85.4亿美元,同比增长20.9%。其中,从原产出口转向品牌输出是“走出去”的重要方向。以水果产量全国第一的广西壮族自治区为例,当地组织企业参加广交会、系列经贸活动等,依托“三沿三联”的区位优势,通过跨境电商、直播带货、推介广西名优水果拓展国际市场,出口额已由2015年的17个增加到2023年的26个。

当前,水果产业整体处于厚积薄发的积累阶段,一些经济价值较高的小果品已初步形成较强竞争力。业内人士认为,随着行业不断开拓新的品类,加之我国广阔的消费市场和适应空间,国产水果未来可期,有望进一步融入全球市场坐标。

日前,“中国线上消费品牌指数(CBI)”发布。指数由北京大学国家发展研究院、北京大学数字金融研究中心、中山大学商学院合作开发,淘宝天猫提供技术支持,今后将基于销售、价格、搜索、好评等维度对品牌质量进行综合性评分,每个季度更新发布一次。

数据显示,2023年一季度到2025年一季度,CBI从59.42上升至63.38,今年一季度相较于基期指数增加6.7个百分点,表明我国消费品质显著提升。

据介绍,CBI是全球首个以真实消费大数据为基础,聚焦高质量发展的线上消费指数,不仅在全国层面提供各季度总指数,还为各地级市、各行业提供细分指数。

北京大学国家发展研究院院长黄益平表示,这套指数坚持品质和创新导向,鼓励品质竞争,减少内卷式竞争,旨在引导线上消费高质量发展。

北大团队首次引入“新锐度”指标,重点考察每个品牌的销售增长速度、年轻消费者增速,及其在产品创新上的表现,作为评价品牌综合实力的关键要素。受电商经营模式影响,消费品牌存在低价内卷、创新不足的问题,各品类的新品数量普遍出现下滑;另外,消费者对于产品创新的需求与日俱增,品牌的研发与消费者的需求之间出现割裂。引入“新锐度”指标,对于激励企业加大研发投入、提升消费质量和人民生活水平都有重要意义。

“政策引导市场从低价竞争向高质竞争跃迁,需要一定的社会共识与有效的宏观监测。希望通过品牌创新促进电商平台良性竞争,引导线上消费高质量发展。”黄益平说。

值得关注的是,众多国货新锐品牌受消费者青睐,例如女包品牌山下有松、珠宝首饰品牌老铺黄金等。这些国产品牌的共同特点是,工艺不逊于国际品牌,设计上更符合国人审美。产品多带有中国文化要素,贴合当下国人对文化自信的追求。山下有松真空电镀五金的设计灵感便是来源于古建筑榫卯结构,经典款式“菜篮子”内里使用了东方刺绣织锦缎。

此外,该项研究填补了品质消费量化评估的空白。北京大学数字金融研究中心特约研究员纪洋介绍,人们熟知的社会零售额和消费价格指数(CPI)都计算金额,受数据采集等条件限制,此前并无测度消费质量的宏观指标。微观层面,主流的品牌评分主要基于ISO10668标准,依赖财务数据和消费者调研,难以高频捕捉市场变化,且仅适用于规模较大企业,难以用于缺乏标准财务信息的新锐品牌。

为此,北大团队在电商平台上找到了研究的突破点。我国拥有全球最大的线上零售市场,为品牌评价提供了新的大数据来源。

纪洋认为,线上与线下市场在不同行业的销售有差异,难以在量与价的维度上为整体消费市场提供信息。但从品牌销售渠道与产品质量维度来看,几乎所有主流品牌均已开设线上销售渠道,且线上产品的品质与线下渠道没有明显差异,这使得线上市场数据在质的维度具有一定代表性。充分利用电商平台自然生成的海量数据,能够及时洞察消费品质变化。

研究发现,随着高水平对外开放持续推进,我国超大规模市场优势愈加凸显,已经成为各国品牌全球化布局的核心市场。而市场线上化程度高,为品牌提供了便利的发展机会。数据显示,华为和小米的成交金额增速均已超过苹果,并在品牌词搜索量、会员运营等关键指标上表现出一定优势,展示了本土品牌在开放市场环境中的成长性与竞争力。

本版编辑 祝君壁 赖奇春 美编 王子莹

国家金融监督管理总局四川监管局
关于换发《中华人民共和国金融许可证》的公告

下列机构经国家金融监督管理总局四川监管局批准,换发《中华人民共和国金融许可证》,现予以公告:

兴业银行股份有限公司成都天府一街支行
机构编码:B0013S251010072

许可证流水号:01143045

业务范围:经银行保险监督管理机构或其他有行政许可权的机构批准并经上级机构授权办理的业务。
批准日期:2015年06月11日

机构住所:四川省成都市高新区天府一街1341、1345、1351号

发证机关:国家金融监督管理总局四川监管局

发证日期:2025年05月23日

以上信息可在国家金融监督管理总局网站
www.cbirc.gov.cn 查询