

看世界

美国能源转型“停摆”

孙亚军

如今,本届美国政府的能源政策已大体明朗:作为实现美国“能源主导战略”的焦点,油气钻探获得强力支持,液化天然气(LNG)出口放宽,燃煤发电也获得政策关注,而前一届政府力推的清洁能源产业政策遭遇逆转。有美国媒体评论称,美国清洁能源产业正在遭受本国政府的“重锤打击”,美国能源转型蓬勃发展的“黄金时代”基本宣告结束。

2025年1月20日,特朗普再次就任美国总统首日即签署了一系列行政令,其中最吸引眼球的就宣布美国进入“国家能源紧急状态”。其目的是终结美国的“绿色新政”,重振传统能源产业,特别是石油和天然气生产。

紧接着,一系列动作接踵而至:2月,美国政府宣布“在法律允许的最大范围内”取消所有应对全球气候变化活动;3月,美国环境保护局宣布着手撤销美国数十项重要的环境法规;5月,美国能源部叫停37亿美元清洁能源项目财政拨款;7月,美国总统签署行政令终止对风能、太阳能等绿色能源的联邦补贴……

7月4日,特朗普签署“大而美”税收和支出法案,多项清洁能源优惠政策被取消,包括提前终止清洁能源税收抵免、取消购买电动汽车税收减免等,成为美国能源政策发生系统性转变的关键信号。

短短半年时间,一度欣欣向荣的美国清洁能源企业只能在“逆风局”中苦苦挣扎。

4年前,在美国亚利桑那州,时任州长道格·杜西在庆祝KORE Power公司投建的锂离子电池制造工厂开工时的演讲言犹在耳:“做好准备!第一家由美国公司独立拥有的锂离子电池制造工厂将在此建成,不仅将创造数千个新就业岗位,还将使亚利桑那州成为全球电池制造供应链的重要支柱。”结果,工厂还没建成,风向就变了。今年2月,该建厂计划宣布终止,美国能源部8.5亿美元的贷款支持也宣告取消。

随着美国能源政策大转弯,越来越多的清洁能源项目面临失败风险。有美国媒体指出,原计划于2025年投产的近300亿美元清洁能源技术工厂中,超过一半的项目面临延期或取消。标普全球洞察则预测,美国“大而美”法案可能导致未来10年美国清洁能源项目数量减少20%。

这一幕似曾相识:20世纪70年代末80年代初,时任美国总统卡特在任期间极力倡导新能源发展,不仅倡议“美国要在2000年前实现20%的能源来自太阳能”,还首次将太阳能电池板安装在白宫的屋顶上。

但他的继任者罗纳德·里根很快终止了这一进程,

白宫屋顶的太阳能电池板也不出意外地被拆除了。直到2022年,美国推出《通胀削减法案》,清洁能源发展才重回发展轨道。这一次停摆,耗时超过35年。

在《美国的能源政策》一书中,美国学者劳伦斯·格里指出,美国政府经常不能坚持一个持续的能源政策路径,美国历史上的大部分时间缺乏一个综合性、协调性的能源政策。一届政府花下去的数十亿美元,到了下届那里,可能就打了水漂。另外,美国能源政策始终受到多个利益攸关方以及自相矛盾的政策目标等因素影响,能源政策目标和实际效果总存在较大差距。

格里的“预言”一语成谶。按照本届美国政府的想法,必须让美国的能源成本更低。为此,美国不仅应该限制更加昂贵的清洁能源发展,还要支持传统能源开采,尤其是推动原油增产。

不过,这一目标真的能实现吗?许多专家对此表达了疑虑。综合来看,有两大变量被忽视了。

第一大变量来自供给侧。一方面,化石能源基础设施具有建设周期长、投资回报慢等特点。比如,有研究机构估算,由于天然气涡轮机短缺,美国新建燃气发电厂的周期可能长达7年,甚至更长。另一方面,由于此前的政策导向和国际原油价格总体走低,美国石油生产商普遍减少了钻井投入,钻井数量目前已降至近4年来的最低水平。这意味着,即便能源政策“急转弯”,想要在短期内推动美国原油增产也不容易。

第二大变量则来自需求侧。近年来,美国能源需求依然有增无减,美国电网已经捉襟见肘。其中的关键因素在于,美国人工智能产业发展迅猛,催生算力需求呈爆发式增长,而众所周知的是,算力可是个用电大户。国际能源署(IEA)在《2025电力报告》中称,未来3年,预计全球电力消耗量将以大约每年4%的速度增长。另据美国劳伦斯伯克利国家实验室发布的《2024美国数据中心能源使用情况》报告,2023年数据中心约消耗了美国总电力的4.4%,预计到2028年将消耗美国总电力的6.7%至12%。数据中心总用电量预计将从2023年的1760亿千瓦时暴增至2028年的3250亿千瓦时至5800亿千瓦时区间。

换句话说,供给侧船大难调头,需求侧又是个正在长身体的“吞金兽”,二者之间完全相反的走势将大大增加美国电力供应压力。有媒体评论称,本届美国政府忽视了清洁能源“具有让能源供应更丰富的潜力”,其对化石能源的“偏执”,不仅无法支持美国的能源安全战略,甚至还会拖累美国制造业的复苏以及科技产业的发展。

如今,第一张多米诺骨牌已经倒下,美国能源政策转型“停摆”所带来的影响正在蔓延至方方面面。

一是严重阻滞美国能源转型步伐。有分析指出,美国清洁能源的繁荣态势或将因“大而美”法案戛然而止,太阳能和风能行业将成为最大输家。能源政策的剧烈转向会引发投资“急刹车”,致使未来10年原定新增的发电容量缩减超三分之一,数十亿美元的清洁能源投资面临撤资,整个产业链将因此陷入高度不确定状态。

有分析认为,从能源行业的整体格局看,“大而美”法案将削弱美国的竞争力。“10年后回头看,美国在今天可能错失了一次向清洁能源转型的历史性机遇。”

二是加重美国消费者的能源消费负担。

目前已有多家研究机构作出预测,取消清洁能源补贴将直接造成美国电价上涨。比如,能源创新智库的报告预计,到2030年美国批发电价将上涨25%;到2035年批发电价将上涨74%,美国消费者支付的电价将上涨9%至18%。

这些研究的论证思路大体可归结为三点:取消对清洁能源项目的政策支持,加剧电力供不应求的情况;增加天然气出口,将进一步推高能源价格;美国政府针对钢铁、铝及其他材料加征的关税,将使输电线路及其他电力设备的成本上升。

三是消解全球气候治理的共识与努力。

美国能源政策“开倒车”与全球气候治理背道而驰。美国是历史上最大的碳排放国,能源政策倒退实际上是在回避其应承担的历史责任,进一步加剧全球气候治理中的不平衡和不公正。多位气候学者担心美国的退缩可能导致全球气候行动崩溃,《巴黎协定》设定的1.5℃温控目标变得岌岌可危。不过,也有专家和机构表达了不同看法。《联合国气候变化框架公约》执行秘书西蒙·斯蒂尔表示,全球绿色低碳发展的方向已不可逆转。无论有没有美国参与,清洁的未来都会实现。



在肯尼亚西部基苏木市远郊,雨水浸润着连绵起伏的茶园。无人机掠过天际,镜头下的翠绿茶垄如波浪般向地平线延伸。采茶人的身影在晨曦中若隐若现,空气中飘荡着新鲜茶叶的清香与鸟鸣的欢快。这片土地孕育着肯尼亚优质茶叶,却也曾在雨季的泥泞中陷入挣扎。

茶叶关乎肯尼亚数百万人的生计。肯尼亚茶叶产量丰富,品质优良,是当之无愧的“绿色黄金”。根据肯尼亚茶叶产业绩效报告的数据,2024年,肯尼亚茶叶总收入达2152.1亿肯尼亚先令(1美元约合129肯尼亚先令),其中出口收入为1816.9亿肯尼亚先令。

肯尼亚统计局数据显示,凯里乔郡、博梅特郡和楠迪郡贡献了该国近一半的茶叶产量。过去,每逢雨季,土路泥泞不堪,40公里路程货车要颠簸3个小时至6个小时。货车司机穆兰比回忆道,有时候车轮陷在泥里,茶叶进水导致发霉,茶农们眼看着心血付诸东流。落后的基础设施,像一道枷锁,困住了这片“绿色黄金”的出路。

2015年6月,转机来临。中企承建的C22公路项目正式动工。这条南北大动脉将肯尼亚两大主干道相连,穿越核心茶产区,直抵内罗毕内陆集装箱港。对当地居民而言,工程清单上的一列数字远不如一个事实震撼——土路即将变成平整的沥青大道。

中国工程师朱建伟当时担任项目总指挥,带领团队在项目奋战30个月,当地工人本杰明曾与他共事。10年后,两人在这条路上再聚首,真诚相拥。本杰明感慨道:“中国人教会我技术。路通了,我在路边盖了房,还开了玻璃店。”

2017年12月,C22公路正式通车。穆兰比的运输时间从6小时缩短到不足1小时,他难掩激动:“收入增加了5倍,再也不用担心茶叶烂在路上了。”基普凯贝茶厂的总经理恩吉布瓦卡莱翻开账本:运输损耗从25%降至近乎为零,保住了2000多名员工的岗位。

路旁,数座茶叶加工厂全天候运转,曾被雨季阻断的“财路”,如今成为24小时畅通的经济走廊。C22公路不仅改善了茶叶运输条件,还促进了当地产业发展。蒙内铁路与C22公路相互配合,完善了交通网络。茶叶通过C22公路快速运往内罗毕内陆集装箱港,再借助蒙内铁路抵达蒙巴萨港,远销世界各地。

如今,在无人机镜头下,基苏木的茶园画面中多了一条蜿蜒的灰色丝带,它不仅是近40公里的沥青公路,更是肯尼亚茶产业蜕变的见证。茶农们的笑颜与卡车的鸣笛声,在绿野间谱写出新的希望。正如恩吉布瓦卡莱所说:“这条路,让肯尼亚的茶香飘向了世界。”(据新华社电)

第一变量来自供给侧。一方面,化石能源基础设施具有建设周期长、投资回报慢等特点。比如,有研究机构估算,由于天然气涡轮机短缺,美国新建燃气发电厂的周期可能长达7年,甚至更长。另一方面,由于此前的政策导向和国际原油价格总体走低,美国石油生产商普遍减少了钻井投入,钻井数量目前已降至近4年来的最低水平。这意味着,即便能源政策“急转弯”,想要在短期内推动美国原油增产也不容易。

第二大变量则来自需求侧。近年来,美国能源需求依然有增无减,美国电网已经捉襟见肘。其中的关键因素在于,美国人工智能产业发展迅猛,催生算力需求呈爆发式增长,而众所周知的是,算力可是个用电大户。国际能源署(IEA)在《2025电力报告》中称,未来3年,预计全球电力消耗量将以大约每年4%的速度增长。另据美国劳伦斯伯克利国家实验室发布的《2024美国数据中心能源使用情况》报告,2023年数据中心约消耗了美国总电力的4.4%,预计到2028年将消耗美国总电力的6.7%至12%。数据中心总用电量预计将从2023年的1760亿千瓦时暴增至2028年的3250亿千瓦时至5800亿千瓦时区间。

换句话说,供给侧船大难调头,需求侧又是个正在长身体的“吞金兽”,二者之间完全相反的走势将大大增加美国电力供应压力。有媒体评论称,本届美国政府忽视了清洁能源“具有让能源供应更丰富的潜力”,其对化石能源的“偏执”,不仅无法支持美国的能源安全战略,甚至还会拖累美国制造业的复苏以及科技产业的发展。

如今,第一张多米诺骨牌已经倒下,美国能源政策转型“停摆”所带来的影响正在蔓延至方方面面。

一是严重阻滞美国能源转型步伐。有分析指出,美国清洁能源的繁荣态势或将因“大而美”法案戛然而止,太阳能和风能行业将成为最大输家。能源政策的剧烈转向会引发投资“急刹车”,致使未来10年原定新增的发电容量缩减超三分之一,数十亿美元的清洁能源投资面临撤资,整个产业链将因此陷入高度不确定状态。

有分析认为,从能源行业的整体格局看,“大而美”法案将削弱美国的竞争力。“10年后回头看,美国在今天可能错失了一次向清洁能源转型的历史性机遇。”

二是加重美国消费者的能源消费负担。

目前已有多家研究机构作出预测,取消清洁能源补贴将直接造成美国电价上涨。比如,能源创新智库的报告预计,到2030年美国批发电价将上涨25%;到2035年批发电价将上涨74%,美国消费者支付的电价将上涨9%至18%。

这些研究的论证思路大体可归结为三点:取消对清洁能源项目的政策支持,加剧电力供不应求的情况;增加天然气出口,将进一步推高能源价格;美国政府针对钢铁、铝及其他材料加征的关税,将使输电线路及其他电力设备的成本上升。

三是消解全球气候治理的共识与努力。

美国能源政策“开倒车”与全球气候治理背道而驰。美国是历史上最大的碳排放国,能源政策倒退实际上是在回避其应承担的历史责任,进一步加剧全球气候治理中的不平衡和不公正。多位气候学者担心美国的退缩可能导致全球气候行动崩溃,《巴黎协定》设定的1.5℃温控目标变得岌岌可危。不过,也有专家和机构表达了不同看法。《联合国气候变化框架公约》执行秘书西蒙·斯蒂尔表示,全球绿色低碳发展的方向已不可逆转。无论有没有美国参与,清洁的未来都会实现。



脑洞

今天你被种草了吗

王一伊

暑假来临,学生们终于有时间出去走了。规划路线、打包行李、预订机票酒店……为准备行程,大部分人会在社交平台上搜索攻略。此时,社交平台往往会根据这些搜索记录,为用户精准推送一些种草视频:“带上这条裙子去沙漠吧”“20件宝藏出行必备好物”……伴随着主播们的激情讲解和商品展示,屏幕前的你可能已经心动了,仿佛带上这些同款物品,就能拥有视频中那样精彩、令人难忘的旅行。那有没有好奇过,这些视频到底是怎么给大家种草的呢?

按照心理学和营销学的观点,种草效果实际是通过心理所有权效应达成的。心理所有权效应是心理学中的一个经典理论,指的是消费者在真正掏钱购买某样产品或服务前,就在心中将其视为“自己的”。提出该理论的两任心理学家琼·皮尔斯和范·德·贝尔特认为,这种所有权意识源于人类“一种天生的收集和占有的倾向”,且“这种倾向会因社会化实践而得到强化”。

根据两位学者的研究,这种“属于自己的幻觉”会带来两个影响:其一主要表现在

消费领域。由于消费者会倾向于通过购买商品或服务的行为,把“心理所有权”转换为“实际所有权”,因而能够有效拉动消费;其二主要表现在投入程度上。人们在目标物上投入越多时间、精力或其他资源,就越容易产生心理所有权,而后者又会敦促人们投入更多资源,形成一个自我加强的正向反馈。如今越来越多的企业开始推崇员工持股计划,其中的原因之一就在于强化这种正向反馈。

而要形成心理所有权,关键的一步在于让目标客户了解目标事物,即通过对后者的了解、与后者的互动并与其建立强大的心理联系。这就是种草的心理机制——只要一个美美的视频,博主穿的衣服、背的包包、挂的配饰乃至他们住的酒店、玩的项目,都会变成潜在消费选项。

在线下生活中,许多品牌会着力提升门店体验,并且提供产品试用服务,背后的缘由也在于此。比如,苹果公司每次发布新产品,都会通过发布会直播以及详细的功能介绍,努力在消费者心中建立起已经拥有并且正在使用新产品的“感受”。宜家商场的样板间也是类似道理:当人们坐在

松软沙发上把玩着茶几上的装饰品,拉开橱柜抽屉看着错落摆放的餐具,手指轻轻划过衣柜的隔板……所有这些体验都会让消费者油然而生一种“我家也可以这样精致”的想法。此时,你确定自己还能得住住钱包吗?

当然,心理所有权效应也适用于无形产品,比如服务、想法或者品牌。品牌的心理所有权效应特指消费者对品牌的情感认同和忠诚度。营销人员一般会通过讲述品牌故事、与消费者互动以及建立品牌社群等方式,使消费者建立起与品牌密不可分的感受。比如,薯片制造商乐事(Lay's)曾于2008年发起“给我一个创意口味”活动,邀请消费者提出并投票选出新的薯片口味。这一形式极大激发了消费者的参与感,在全球市场上取得了巨大成功。又比如,饼干品牌奥利奥(Oreo)曾在2017年举办了一场口味创意大赛,鼓励粉丝们使用#MyOreoCreation标签,在社交媒体上发布自己原创的饼干口味。品牌方则会依据饼干的美味程度、创意性和原创性评选出3个最佳设计,并在来年5月正式上市。意识到自己的脑洞可能变成真真切切的产品,摆在货架上,那种自豪感和归属感显然比参与感更加强烈,客户对品牌的忠诚度自然也会提升一大截。很多参与者甚至会主动推广自己的创意口味,为自己拉票,这种行为又是另一种成功的口碑宣传,而且还是自发的。凭借这项活动,奥利奥也一跃成为人们心中“最会玩的饼干”。

实际上,种草仅仅是心理营销的成功案例之一,掌握这种技巧对于所有商家而言都很有意义。当然,作为消费者的我们也需要对此有所了解。当算法再次推送“必买好物”时,不妨先问问自己:我是真的需要那件商品,还是被视频中描述的状态种草了?看清心理所有权的运行机制,能帮助我们琳琅满目的商品世界中找到更适合自己的消费方式,让每一分钱花得物超所值。

如今,在无人机镜头下,基苏木的茶园画面中多了一条蜿蜒的灰色丝带,它不仅是近40公里的沥青公路,更是肯尼亚茶产业蜕变的见证。茶农们的笑颜与卡车的鸣笛声,在绿野间谱写出新的希望。正如恩吉布瓦卡莱所说:“这条路,让肯尼亚的茶香飘向了世界。”(据新华社电)

本版编辑 韩叙美 编倪梦婷
来稿邮箱 gjb@jirbs.cn