

电力行业将率先启动碳上线交易

生态环境部将进一步扩大碳市场参与行业和主体范围 逐步增加交易品种

◆本报记者邓琪

近日,生态环境部发布关于公开征求《2019-2020年全国碳排放权交易配额总量设定与分配实施方案(发电行业)》(征求意见稿)(以下简称征求意见稿)及相关文件意见的通知,传递出一个信号,生态环境部将以电力行业为突破口,启动上线交易的各项准备工作,持续推进全国碳排放权交易市场建设。

记者近日在中石化举办的碳排放达峰和碳中和战略合作签约仪式暨课题研讨会上获悉,“十四五”期间,生态环境部将进一步扩大碳市场参与的行业范围和主体范围,逐步增加交易品种,除了发电行业之外,很可能继续覆盖石化、钢铁、水泥等各行业。

首次就纳入配额管理的重点排放单位名单公开征求意见

征求意见稿根据发电行业(含其他行业自备电厂)2013年-2018年任一年排放达到2.6万吨二氧化碳当量(综合能源消费量约1万吨标准煤)及以上的企业或者其他经济组织的碳排放核查结果,筛选确定纳入2019年~2020年全国碳排放权配额管理的重点排放单位名单,共2267家。

征求意见稿指出,为减轻配额缺口较大的重点排放单位所面临的履约负担,在配额清缴相关工作中设定配额履约缺口上限,



日前,中石化举办碳达峰和碳中和战略合作签约仪式暨课题研讨会。图为中石化下属一家炼化企业的污水处理设施。徐卫星摄

其值为重点排放单位经核查排放量的20%,即当重点排放单位配额缺口量占其经核查排放量比例超过20%时,其配额清缴义务最高为其获得的免费配额量加20%的经核查排放量。

同时,为鼓励燃气机组发展,在燃气机组配额清缴工作中,当燃气机组经核查排放量不低于核定的免费配额量时,其配额清缴义务为已获得的全部免费配额量;当燃气机组经核查排放量低于核定的免费配额量时,其配额清缴义务为与燃气机组经核查排放量等量的免费配额量。

此外,纳入配额管理的重点

排放单位应在规定期限内通过注册登记向其生产经营场所所在地省级生态环境主管部门清缴不少于经核查排放量的配额量,履行配额清缴义务。

石化行业就碳达峰、碳中和开展路径研究,甲烷控制、CCUS等技术应用是重点

在日前中石化举办的碳排放达峰和碳中和战略合作签约仪式暨课题研讨会上,生态环境部应对气候变化司司长李高表示,除了抓紧推进以发电行

业为突破口启动上线交易的各项准备工作以外,在确保碳市场平稳有效运行基础上,“十四五”期间将进一步扩大碳市场参与的行业范围和主体范围,逐步增加交易品种。

一位气候变化研究资深人士认为,石化、钢铁、水泥行业将很可能继电力行业之后,纳入碳市场建设范围。

中国石化近日已与国家发展改革委能源研究所、国家应对气候变化战略研究和国际合作中心、清华大学低碳能源实验室三家单位分别签订战略合作协议意向书,正式开启了碳达峰和实现碳中和目标的路径研究的

序幕。中国石化集团董事长、党组书记张玉卓表示,为向净零目标迈进,公司将研究确定绿色低碳转型发展的战略目标、重点任务、实施路径和保障制度。

签约仪式,业内专家认为,央企率先行动可以对石化行业起到示范作用,也将对全球相关行业绿色低碳转型起到积极的借鉴作用,除提出先进的二氧化碳排放达峰目标,制定实现目标的具体措施,开展行业达峰行动方案编制以外,中国石化还可以开展供应链碳管理以及甲烷等非二氧化碳温室气体排放控制的工作,进一步推动低碳技术创新与应用,加强绿色低碳技术创新,包括开展CCUS等低碳零碳技术应用示范等。

实现碳达峰、碳中和目标任务艰巨

截至2019年底,中国碳强度较2005年已下降48.1%,非化石能源占比达15.3%,均已提前实现此前承诺的2020年目标,但在未来30年完成从达峰到净零排放的转型非常不易。

国家发改委副主任、生态环境部气候变化事务特别顾问,清华大学气候变化与可持续发展研究院院长解振华曾公开表示,中国作为全球最大的发展中国家和碳排放大国,主要面临三方面的艰巨挑战:

一是制造业在国际产业价值链中仍处于中低端,产品能耗度较高,增加值率低,经济结构调整

和产业升级的任务非常艰巨;二是煤炭消费占比高,仍超50%,单位GDP二氧化碳排放强度比世界平均水平要高约30%,能源结构的优化任务还非常艰巨;三是单位GDP能耗较高,为世界平均水平的1.5倍,发达国家的2倍-3倍,建立绿色低碳的经济体系任务还很艰巨,与国际社会还有差距。

目前,在推进碳市场建设方面,中国七个碳交易试点全部成功启动并持续运行已有6年,截至2020年8月底,中国7个试点碳市场累计成交4.06亿吨,成交额92.8亿元。业内人士分析认为,中国全国碳市场启动前的碳交易试点规模和活跃度,以及过渡到全国市场所带来的挑战,将是全球其他碳市场启动所从来没有面过的。

征求意见稿的发布,进一步向企业明确排碳有成本、减碳有收益的价值理念,也预示着全国碳排放权交易市场相关工作正紧密展开。全国碳排放权交易市场在政策工具、法律法规和制度标准体系等方面的不断完善,将有效推动现代化气候治理体系和治理能力的建设。

推进碳市场建设只是实现碳达峰、碳中和目标的路径之一。李高还指出,为了实现目标,还要采取一系列举措,比如,提出有力度的单位GDP二氧化碳排放强度降低目标,作为约束性指标,纳入“十四五”规划纲要,分解到地方加以落实;“十四五”“十五五”期间,生态环境部还将系统部署开展二氧化碳达峰行动,明确各地方、各重点行业达峰目标的路线图、行动方案、配套措施。同时将支持国家自主贡献重点项目建设,并强化监督考核,将推动达峰行动有关工作纳入中央生态环保督察目标任务等。

沸石有了新用途

可制生物肥料 改善土壤质量

本报记者陈婉北京报道 由中国高科技产业化研究会组织的关于“一种改性沸石复混物作为土壤调理剂的制备方法及其应用”项目科技成果评价会近日在北京召开。科技、农业、土壤等相关领域专家学者参加评价会。

记者从会上获悉,随处可见的沸石有了新用途,由江苏福拓环保科技有限公司自主研发的两项新技术可将沸石改性加工,不仅可以制备一种新型生物肥料,还可改善土壤质量,降低土壤污染风险,助力农作物增产。

据悉,沸石生物有机肥以改性沸石、发酵菌渣和氨基酸液等为主要原料,并添加枯草芽孢杆菌和地衣芽孢杆菌研发而成。

与会专家认为这种生物有机肥通过沸石改性,有效改善肥料功能,并一致致认为,这一项目关键技术达到国内领先水平,应用领域广阔,市场前景良好,预期经济和社会效益显著,建议加强产学研合作,规范试验示范,加速市场化进程。

潍柴重型车动力助力蓝天保卫战

2020年是打赢蓝天保卫战三年行动计划的决胜之年,也是重型汽车国VI排放标准全面实施的关键时期,如何应对挑战,作为柴油机的龙头企业,潍柴交出了靓丽的答卷。

早在今年9月16日,潍柴就在山东济南发布了全新重型柴油发动机。经国内外权威机构检测认证,其热效率达到50.26%,成为全球首台本体热效率超50%的商业化柴油机。这不仅意味着,在2020年,潍柴传统发动机业务达到了世界一流水平,同时也意味着对节能减排发挥了重大的作用。热效率突破50%的同时,发动机的柴油消耗降低8%,CO₂排放减少8%。按照目前国内重型柴油机保有量700万台估算,如果全国替换为新型发动机,每年大概可节约燃油3300万吨,减少CO₂排放约10495万吨。

11月30日,山东重工·潍柴动力在陕西西安召开2021年商务大会,并宣布潍柴重型车动力全年销量预计超过50万台。这位重卡动力龙头企业再次刷新记录,跃上新的巅峰。

企业经营最难莫过于自我超越,但潍柴做到了,尤其在今年新冠疫情发生以来,内外部经济发展环境变幻莫测,作为行业领先的发动机自主品牌,潍柴蝉联行业第一,逆势大幅上扬,在新旧动能转换进程中始终走在前列。这一切,潍柴是如何做到的?

系列最全、布局最广 产品组合拳优势凸显

重型大马力产品是潍柴的优势,但经过长期的布局与发展,潍柴的产品结构日益丰富,已成为行业内产品系列最全、细分市场布局最广、产品组合拳竞争优势明显的动力品牌。

今年,潍柴从2升到15升全平台产品柴油机及气体机均发挥了各自优势,在细分市场上贡献销量。在重型产品方面,推出WP4.1N、WP4.6N、WP7、WP8、WP9H、WP10H、WP10.5H、WP12、WP13、WP13NG细密的产品线布局。

潍柴紧抓政策变化的趋势,针对治超治限的日益严格,WP4.1N、WP4.6N两款产品应对及时,匹配此系列产品的载货车、专用车成为潍柴的增量市场,今年全年销量达到3万台。

WP7、WP8两款产品的市场也得到夯实,标载方量的混凝土搅拌车和8×4的轻量化工程自卸车、港口牵引车等销量上扬,由于市场定位的精准,这两款产品销量猛增。据悉,从今年2月开始,潍柴

中等排量机型就在混凝土搅拌车市场表现亮眼,月月份额持续环比增长。

H系列的WP9H、WP10H、WP10.5H三款产品持续发力,从2010年开始进行的细分市场定制化优化获得客户充分认可,在港口牵引车、煤炭牵引车、8×4城建渣土车、8×4绿通运输载货车等领域表现良好,稳稳地保持增长态势。WP13一直是潍柴的当家产品,燃油经济性较竞品可降低5.3%,按年运营里程25万公里计算,可为客户节省约2.4万元,虽然忠粉已经遍及国内,但仍持续增长中。

在天然气领域,潍柴全年重卡燃气机以超过50%的市场份额继续领跑。在国VI柴油产品领域,得益于率先进入、率先量产,今年的销量也稳居榜首。

巩固现有优势地位,以差异化竞争优势拉大差距。放眼望去,潍柴以夯实在各细分领域的领先地位为战术,五指成拳,最终实现了全年总量持续领跑的战略大目标。

战胜挑战、抓住机遇 赢在智慧与定力

2020年是潍柴“2020~2030战略”的第一个关键节点,对于潍柴至关重要,是战略落地的关键一年,“先一步就步步先,一步落后就步步落后。”

发生在年初的新冠肺炎疫情,是今年潍柴面临的第一个大考。突如其来的疫情,没有阻挡潍柴高速前进的脚步。在科学防疫前提下,潍柴人在谭旭光的带领下,率先打响山东满产超产第一枪,拉动产业链300多家合作伙伴复工复产。中国内燃机工业协会数据显示,一季度潍柴发动机销量以23.55%的市场份额稳居行业榜首。潍柴创造了制造企业应对突发公共卫生事件的成功样本,展现出超人的定力与智慧。

这种智慧还体现在对于行业发展趋势的深入解读与预判上。2019年年底,潍柴当时预测2020年重卡年销量将在百万辆高位运行,在生产组织与库存储备上做了充分准备。今年4月以来,随着全国大面积复工复产,重卡市场销量超常爆发,潍柴逐步释放产能与库存,稳抓机遇,创造出亮眼的成绩单。

高效可靠、服务护航 真抓实干取得卓越成效

人与人之间强调有效沟通,企业做产品亦如是。持续领先的潍柴之所以成功,很大因素要归功于对客户需求的深入理

解和有效实践落地能力。

据了解,潍柴团队针对细分市场的同一款机型,要根据工况和使用环境进行定制化优化。高效、可靠是潍柴对客户的要求,对不同工况与使用场景的洞察和优化,才能切实兑现高效、可靠的企业承诺。

服务网络建设和保障也是潍柴的优势。潍柴现有7000余家服务网络,数目与服务能力在行业内遥遥领先。国VI销量稳居行业首位,这与潍柴服务的保障密不可分。潍柴国VI产品“排放质保零件”三包期严格按照法规执行,其他零部件三包期与国V产品一致。WP7、WP10H、WP13等国VI气体机产品(高速标准公路用车)则执行6万公里长换油周期。

售后维修方面,今年站内服务时效全面提升,小修要求6小时完工,中修要保障12小时完工,大修72小时完工。潍柴延保政策还建立了全国第一个商用车后市场“产品+服务”延保套餐,所有国VI客户将享受到免费更换机油、零部件点检、用车培训等3项福利及追責举措提供全过程服务保障。

潍柴动力厚积薄发,多年的积累已具有稳定的市场需求和客户信赖,客户满意度稳步增强,产品竞争力和性价比十足,都是潍柴的外部优势;一流的研发能力、强大的制造能力和工艺保障、独有的应用开发能力、优质的售后服务能力,都是潍柴的内部优势。

站在2020年的新起点上,潍柴重卡动力良好开局“十四五”,将向下一个更高峰大步迈进。

挑战行业第一 潍柴轻型车动力蓄势待发

11月30日,山东重工·潍柴动力2021年商务大会轻型车动力分会在陕西西安召开。会上,潍柴轻型车动力与会嘉宾展示了它的选择和应对:在2020年这个以曲折开端又即将以巅峰收官的特殊年份,潍柴轻型车动力直面挑战,紧抓机遇,化压力为动力,取得了令人瞩目的成绩。

突破2020:跃升行业第二

在轻型车动力市场,潍柴是“后来者”,产品布局历来贵精不贵多,在市场上“扛鼎”的N平台产品凭借高性价比优势获得客户一致好评,今年全面发力,销量突破20万台。具体来看,WP2.3N同比增长171%,WP3N同比增长1199%,WP4.1N同比增长153%,WP4.6N同比增长166%。

2020年,部分地区已经开始实施国VI,对于发动机生产企业而言,国VI争夺战已经全面打响。对此,潍柴一直紧跟政策趋势,提前布局国VI全系产品并取得卓越成绩,全年国VI销量将稳居行业榜首。

潍柴轻型车动力销售公司总经理李雪峰认为,“国VI产品的高销量,源于潍柴国VI轻型车动力拥有更好的性能指标,今年的市场反馈也表明,与竞品相比,我们的客户满意度更高。”

在这一评价背后,潍柴做了大量的保障工作,通过培训,向客户解析国VI政策信息,传递国VI动力知识。“目前,客户对国VI产品的认识还远远不够,今年潍柴针对轻卡开展了200余场轻型动力的国VI培训。”李雪峰表示,随着国VI培训工作的持续深入,明年,潍柴轻型车动力仍能在国VI市场实现新突破。

同步开展的还有国VI服务保障工作,潍柴不仅为国VI客户提供免费更换机油、机滤,免费发动机及后处理零部件点检等服务外,还配备了强大的服务支持团

队,最大限度保障国VI客户用车无忧。

聚沙成塔,聚水成渊。26万销量的达成离不开每一个细分市场的销量贡献。对此,李雪峰举了两个例子。

一个是城际物流,对应的产品是WP3N,李雪峰指出:“在这一细分市场,与同级别发动机相比,我们的产品在经济性、可靠性、动力性、舒适性方面的表现都是最好的。”

另一个是市内配送,对应的产品是WP2.3N,这款产品“一打二”的产品同时面向2升、2.5升机市场竞争。李雪峰分析指出,WP2.3N出色的综合性价比让它能够在2升机和2.5升机的夹击中仍能获得市场机会。

定位准确并且精准识别细分市场需求是潍柴能够“定点突破”的重要原因,李雪峰表示,“瞄准一个,拿下一个,做精做深,是潍柴做市场的态度和风格。”

挑战2021:份额勇争第一

“不争第一就是在混”,这一理念和信条已经牢牢植在每一个潍柴人的思想中,落实在每一步的工作中。显然,经过多年数倍于行业增长速度的快速发展,潍柴轻型车动力已经到了“争第一”的时候。

李雪峰表示,2021年,潍柴轻型车动力市场份额要争第一。“去年第六,今年第二,明年争第一,符合潍柴的发展节奏。”

这一目标的提出是有依据的,“前期我们做了多年准备工作,目前,产品已经调整到位,明年产能也将全部到位,供应链已经补充到位,销售渠道也做好了准备。而且,我们有着稳定的客户和良好的品牌口碑。”李雪峰表示,这些都支撑潍柴轻型车动力明年挑战行业第一。

身在国内商用车行业“航母级”的企业集团中,“四大核心独有竞争优势”将助力潍柴轻型车动力明年再进一步,冲顶行业第一。

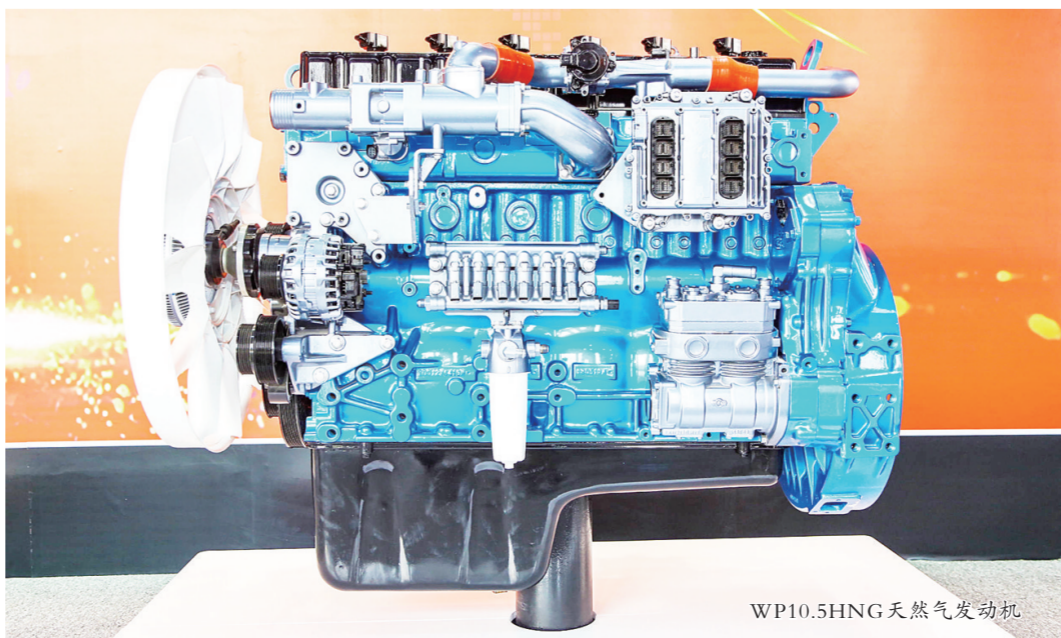
首先,及时高效的备件和服务保障优势。服务上的优势对国VI时代的竞争至关重要,随着国VI时代的全面到来,潍柴的服务优势将进一步助推市场开拓。

其次,极具竞争力的全领域、全系列产品优势。对此,李雪峰认为,“潍柴对发动机的深入理解以及多年技术沉淀塑造了产品竞争力,为市场销量攀升奠定了坚实基础。”

第三,无可比拟的动力总成整体解决方案优势。立足当下,“潍柴发动机+法士特变速器+汉德车桥”已经是商用车行业最为人知的黄金动力总成;面向未来,凭借“重型商用车动力总成关键技术及应用”项目荣获国家科技进步一等奖、发布全球首款突破50%热效率的商业化柴油机的研发能力,潍柴的动力总成优势仍有继续扩大的空间。

第四,集团内先行先试的整车整机带动优势。山东重工、潍柴集团旗下有众多整车整机企业,多年来,潍柴发动机已经与整车整机实现共同开发、验证,积累了大量丰富宝贵经验,储备了大量人才。

依托这“四大核心独有竞争优势”,再结合明年2升、3升、4升机依然存在的市场机会,潍柴轻型车动力“争取份额第一”的目标并不遥远。



WP10.5HNG天然气发动机