

4.3吨秸秆可生产1吨生物燃油

阳光凯迪“柴变油”技术领跑全球

本报记者 郑明桥

凯迪每生产1吨生物燃油，需消耗枝丫柴3吨或农作物秸秆4.3吨。理论上，我国农林废弃物全部“柴变油”，年产量可达近2亿吨，与2012年中国原油进口量约2.71亿吨相当。

由麦秆、草、木材等农林废弃物转化燃油称作二代生物燃料，是当前各国争抢的能源高地。此前，利用玉米等粮食作物转化燃油称作第一代生物燃料。

经过8年多研发，投入逾5亿元，阳光凯迪建成万吨级商业化示范项目。“我看见

了中国柴变油项目走在世界最前列的曙光。”中科院院士程津培认为，阳光凯迪集团在生物质能源方面掌握了尖端技术，对中国来说是一次引领潮流的机会。

与此同时，陈义龙表示，从与欧美诸强交流来看，中国“柴变油”至少领先发达国家10年以上。

据了解，目前该公司“柴变油”成本均价在6000元/吨，其中52.6%是原材料费用，也就说每生产1吨液体燃料就有3000元是转移支付给了农民。据悉，阳

光凯迪已在全国300多个县，希望通过技术、资本和管理投入，带动农民参与能源林基地建设，同时满足企业未来原料需求。

阳光凯迪目前能生产生物质轻质油、生物质蜡油、生物质柴油，明年计划在武汉光谷开设首家生物加油站，提供生物质汽柴油，供市民使用。

据了解，产品价格将与普通成品油相当，经专家试验，用生物柴油汽车可多跑10%的路程。

聚焦

将含水率低于15%的木屑放入汽化塔，分解为含碳、氢气体，随后在催化剂作用下，形成与燃油相似的碳氢化合物生物燃油，从送料出油，整个过程不超过10分钟。

近日，在武汉东湖高新区的阳光凯迪新能源集团(以下简称阳光凯迪)生产基地，记者见证了“柴变油”全过程，用废弃柴火、秸秆制造燃油的幻想成为现实。

这种生物燃油很像自来水，但显得较黏稠，化学气味也比汽油、柴油要轻些。据工作人员透露，油内含有3种成分，50%为生物柴油、50%为生物航空油和生物汽油。

“飞机、汽车发动机不需要做任何改型就可以使用这种生物燃油。”阳光凯迪董事长陈义龙介绍，“这个示范基地每年可生产生物质燃料1万吨，日均生产30多吨。”同时，由于这种生物燃油不含重金属、硫、磷、砷等元素，经飞机或汽车发动机燃烧后，可有效减少大气污染。

据了解，我国每年农林废弃物约12亿吨，除少量成为农户能源和加工业材料外，约8亿吨在田间被焚烧或腐烂。阳光

编辑
点评

科技创新，追赶与超越并重

龚时

提升科技创新能力已日益成为全社会的共识。走怎样的创新道路，催促人们提交更科学的答卷。

与发达国家相比，我国多数领域的科技创新属于追赶型创新。如果我们的思维与实践仅仅停留在“追赶”上，忘记追赶的目的是超越，那么你追上一程，人家又甩开你一程，你永远只能是追赶者，而难以成为超越者、领跑者。

从追赶的那一刻起，便千方百计寻求

“点”的突破和超越，以至一个领域的突破和超越。边追赶，边超越，这或许是一种最现实、经济的选择。武汉阳光凯迪新能源集团就为我们做了很好的示范。

阳光凯迪这家在中国颇具规模的环保产业公司起步之初，其资金、技术、人才、项目等便押在“追赶”与“超越”两方面。今天看来，中国“柴变油”研制8年，便是这种由“点”及“面”形成创新突破的最好注脚。

与此同时，科技创新不能只完成技术层面工作，还应包含经营管理创新，包含新技术商业化、产业化、市场化多层次创新。除了技术创新，阳光凯迪“柴变油”项目让人叹服的还在于其在商业上的布局。上游原料，枝丫柴、秸秆有300个县的农民参与，应该没问题；下游零售，产品性价比高，普遍被看好。另外，凭借这一项新能源，凯迪日后能卖多少碳排放权，这一大笔收益同样令人期待。

私企成为广东稳定外贸“第一动力”

2668.5亿美元，增长23.3%，增幅比全省总体高15.6个百分点。

资料显示，2012年广东外商投资企业

进出口增长较缓，国有、集体企业进出口下降。其中，外商投资企业进出口5711.8

亿美元，增长3.9%，增幅比全省总体低

3.8个百分点。国有企业进出口933.5亿美元、集体企业进出口198.7亿美元，分别下降10.1%和18.6%。

新华社广州2月17日专电 (记者梁钢华)当前外需减缓的格局下，广东民营企业发挥机制灵活、反应灵敏等优势，使其进出口保持逆势快速增长态势，成为稳定全省外贸“第一动力”。

广东省统计局发布的资料显示，2012年广东实现进出口总额9838.2亿美元，增长7.7%，其中出口5741.4亿美元，增长7.9%。

相比之下，同期广东私营企业进出口快速增长。2012年，广东私企进出口

在青岛啤酒公司2013年工作年会上，57位一线“金蓝领”受到青岛啤酒公司的隆重表彰——

“金蓝领”为何在青啤公司受青睐

本报记者 刘成

经营之道

近日，在青岛啤酒公司2013年工作年会上，57位“金蓝领”受到了公司的表彰，他们是青岛啤酒公司每两年一届的职业技能大赛选拔出的佼佼者。

据了解，职业技能大赛目前已成为青啤人交流的平台、成长的舞台，也已成为名副其实的“造星”大赛，创造了良好的“比、学、赶、超”的氛围。从2012年下半年开始的青啤第四届职业技能大赛，新增了安全管理员、污水处理工、销售专员等工种，使得参赛专业工种达到15个。在历时5个月的比赛中，青啤的技能明星从青岛啤酒位于全国的62家工厂、24家省级销售单位的近万名参赛员工中脱颖而出。经过初赛和复赛的层层选拔，共有20位特别优秀技能奖得主、18位冠军得主、19位亚军得主晋级“金蓝领”。

“金蓝领”为何在青啤受青睐？

这源于青啤打造国际啤酒行业一流团队的目标。青啤人认为，要把青啤做成世界一流品牌，打造青岛啤酒独具特色的核心竞争力，就要打造一支国际一流的营销团队、制造团队和职能团队。

正是基于这样的理念，早在2004年，青岛啤酒就依托国内啤酒行业首个企业大学——青岛啤酒管理学院这一平台，培养专业化的管理团队、高技能的制造专家，为了打造一支具有竞争力的员工技能队伍，青岛啤酒走出青岛面向全国搭建竞技平台、建立技能师评聘制度，设立技能师聘任岗位津贴，激发员工学技能、练绝活，使青啤涌现出了一大批高技能人才，有省级首席技师、市级首席技师，现在他们都已经是在啤酒行业内响当当的专家，无论收入、荣誉、晋升机会等都有了更大的空间，已成为名副其实的“金蓝领”。

记者在采访中发现，青岛啤酒百年来能够持续保持高品质，与“金蓝领”密不可分。获得青岛啤酒第四届职业技能大赛麦芽制造工种冠军的吕裕硕告诉记者，他工作的制麦环节对品质的监测涉及1115个

检测点，从一丝不苟的选麦开始，到全方位呵护、各种参数严格控制的浸洗，再到细致关注各项指标、保证麦芽营养好的发芽过程，最后进入干燥环节、确保麦芽均衡受热，每个环节都要精准到位，需要操作者必须具备高超的技能。这让记者明白了正是这些技能扎实的工人，成为青岛啤酒“传世麦香”背后的坚强支撑。

现代管理大师彼得·德鲁克曾经说过：“企业只有一项真正的资源：人。”作为110年的实业坚守者，青岛啤酒为我们提供的范本意义在于：在技能工人缺乏的当下，注重自身员工培养，打造一支知识型、技能型的员工队伍，让越来越多的员工成为“冠军”团队，成就了青岛啤酒的百年品质。

这些操作工通过向“金蓝领”转型，也赢得了公司和社会的认可与尊重。在强调“技能立国、实业兴邦”的当下，廉价劳动力和与之相匹配的低价格、低质量、低附加值的产品时代已渐去渐远，优质劳动力必将成为实体经济创新发展的关键资源。

本报北京2月17日讯 记者崔文苑报道：近期，中国建设银行凭借在公司治理方面的卓越表现，先后获得香港《财资》杂志颁发的“最佳公司管治铂金奖”、《香港商报》颁发的亚太区透明度金奖、中国《金融时报》颁发的年度商业银行以及《金融界》颁发的最佳社会责任等多个奖项。

建行自股改上市以来，始终致力于成为国内商业银行公司治理的最佳实践者，按照现代金融企业制度的要求，不断完善公司治理机制。系与信息披露工作，为维护投资者几年来，建行通过邀请来自美国、

建设银行公司治理多次获奖

欧洲、新西兰等多个国家和地区的商界、政界、学界及市场监管专业人士加入董事会，使董事会成员更趋多元化，为银行科学有效决策提供了重要保障。高度重视投资者关

提供重要渠道。坚持将业务发展与履行企业社会责任相结合，积极树立建行负责任公司形象。通过不懈探索与实践，建行公司治理水平持续提升，良好的投资回报及稳健的经营业绩，得到境内外资本市场及监管机构的充分认可与肯定。

看公司 Company Watch

消费孤独不可耻

伏听

还记得去年“双11”那天晚上，笔者在微博上写下这几个字，“消费孤独”，作为对这一天的电商大战的总结。

当时，笔者理解“双11”是一个人为制造的节日符号，给单身者寻找到一些抱团取暖的虚幻感，当然也可能物极必反，让孤独者更孤独。天猫和淘宝人为将这个虚幻的节日制造成购物盛典。不少单身者用便宜货刺激出来的购物欲填补了在光棍节那天的空虚寂寞冷。

在当前的中国，除了电商，新兴的移动社交网络更是消费孤独的商机阵地，陌陌、微信的漂流瓶，无一不是消费孤独的商业产物。它们突破了“光棍节”这个节日符号，让每一刻都成了“光棍节”。

腾讯公司“微信之父”张小龙在内部演讲时曾说，产品经理是站在上帝身边的人，了解人性、了解群体心理，产品经理像上帝一样，建造系统并制定规则，让群体在系统中演化。而微信背后的产品观是满足人们的贪嗔痴，比如漂流瓶是满足人的倾诉、好奇心。

但这里的悖论在于，社交网络从来就不是阿司匹林，他将人们从自我孤独中解放出来，却引导他们进入另一种孤独，这发生在人们从虚拟世界回到现实生活中时。而试图在现实生活和虚拟世界间搭建桥梁的LBS社交产品陌陌火了。陌陌创始人唐岩在接受采访时才会开诚布公地说：孤单的人并不可耻。张小龙也在演讲中强调，今后在产品中掺和道德感。

无论是腾讯这家巨头孕育的产品微信，还是新冒出的创业小公司做出来的陌陌，这些产品背后都深刻理解了人类的孤独感，渴望社交的冲动。消费并不是什么负面的词语，产品的精髓就是对于人性的把握，对于人类心理最深刻的理解，所以他们成功了。

微博、微信和国外的脸书、推特等改变了社交的方式，也改变了社交时候的思维模式和心理诉求。如果一个商业公司能够捕捉这种“想和别人联系在一起”的孤独，那何尝不行呢？

不过要想成为一个好的商业公司，必须懂得将“孤独”巧妙安放，不能让孤独者产生一种被“另眼”对待的突兀感。比如天猫“光棍节”大促销，吸引了大批非光棍们，使得“光棍”在热热闹闹的购物盛宴下不再感受到突兀，甚至感受到一点温情。而就像一首歌里唱的，“有伴的人在狂欢，寂寞的人怎么办”。怎么办？一起狂欢呗。当然，这种人群扩大，也创造了更大的商机。 (《中国企业家》杂志供稿)

本版编辑 董庆森 孟飞

电子邮箱：jjrbqybd@126.com



广发银行 | CGB

财源茂盛 节节高

Smart E-Bank 形象代言人

孟非送福至，财运齐广发！

感恩心，携手情，辞旧岁，迎新禧。值此新春佳节之际，广发银行感恩您一年来的支持，期许与您同心同行，致年禧，财运广发！

2013年广发电子银行将继续用智慧为您开启便捷新生活，足不出户，在线轻松办理金融业务，尽享精彩金融生活，e路畅行。

官方网站：www.cgbchina.com.cn 手机银行网址：wap.cgbchina.com.cn
服务热线：400-830-8004 信用卡专线：95508