

# 全国碳交易市场明年启动

## 初步纳入6个行业年排放量大于2.6万吨的企业

市场瞭望

金

目前,国内金箔酒市场很小,放到大的行业背景下看可以忽略不计,无论怎样炒作,里面加的都是黄金,喜欢、认可的只是小众,目前也没有成功的先例,属于冷门产品

本报记者

吴佳佳

近日,国家卫计委为把金箔作为“食品添加剂”加入白酒中征求各方意见,消息经媒体报道后,引起不少争议。相关专家2月4日在接受记者采访时表示,金箔作为添加剂加入食品当中,不会吸收代谢,因此对健康不会造成影响,既无危害也无益处。国际上,金箔作为着色剂类食品添加剂使用更多的是考虑感官需求。同时,“金箔入酒”在国内外都不是新鲜事物,相关规定即便最终获得批准,金箔酒也只是小众产品,不会对整个白酒行业造成影响。

国家食品安全风险评估中心顾问、中国工程院院士陈君石在接受《经济日报》记者采访时表示,国际上很早就开始将金箔作为食品添加剂使用,国际食品添加剂专家委员会评估认为,金箔作为食品添加剂使用是安全的,而且没有对其使用量作出限制。金作为一种金属元素,人食用后既不会被吸收,也不会沉积,因此,不会带来安全问题,但也没有助益。金箔作为一种食品添加剂,主要是用作色素或者着色剂来“打扮”食品的。

对于古代“吞金自杀”的说法,国家食品安全风险评估中心风险交流部副主任钟凯表示,黄金虽然挂着重金属的名头,但它是自然界最“懒惰”的金属之一,几乎不和任何物质发生反应。某些“专家”说金箔酒重金属超标,另一些人说它强身健体,这都没有科学依据。“吞金自杀”主要缘于机械摩擦和挤压、重力下坠导致的严重消化道损伤。“按照拟批准的添加量,1斤酒内仅含有0.01克金子,实在不足以造成‘吞金自杀’的后果。”钟凯说。

金箔如果入酒会对行业产生影响?中国食品工业协会、白酒专业委员会常务副会长兼秘书长马勇认为,国内外金箔酒产品早已有之,但始终都不是市场主流,也没有企业将之当作主导产品来推。目前,国内白酒生产工艺分为固态法、液态法和固液结合法3类,根据白酒行业产品标准,采用纯粮固态法工艺生产的白酒产品不允许添加非白酒自身发酵物质,也就不能使用包括金箔在内的食品添加剂。2014年,我国白酒产量在1200万吨,据此估算,金箔酒占市场的比例不足万分之一。同时,即使金箔入酒,每斤酒的成本也只增加2元至3元,售价影响也非常有限。

对于金箔入酒的前景,酒业人士大多持谨慎态度。相关专家告诉记者,目前国内金箔酒市场很小,放在大的行业来看可以忽略不计,无论怎样炒作,里面加的都是黄金,喜欢、认可的只是小众。大多数企业都不大看好,目前也没有成功的先例,属于冷门产品业务。究竟有无前景,还是一个有待观察的问题,目前原则上不认为这是一个优质项目。

## 去年我铁路设备出口同比增两成

### 总额达267.7亿元

本报北京2月4日讯 记者顾阳从海关总署获悉:2014年我国共出口铁路设备267.7亿元人民币,比上年增长22.6%。

从主要市场看,东盟、阿根廷、澳大利亚和美国位居我国铁路设备出口的前4位,出口额分别为38.4亿元、34.5亿元、33.5亿元和31.7亿元,其中对东盟出口额增长了1.2倍。上述4大市场出口合计,占同期我国铁路设备出口总值的51.6%。从主要出口品种看,铁道及电车道机车、车辆占比近六成。据统计,2014年我国出口铁道及电车道机车、车辆为154.5亿元,增长13.3%。其中,出口铁道及电车道机客、货、敞车77.7亿元,增长47%。

值得注意的是,去年铁路设备出口中以加工贸易方式出口仍占比过半,但一般贸易方式出口大幅增长。据统计,以加工贸易方式出口铁路设备146.2亿元,增长12.9%,占54.6%;以一般贸易方式出口111.3亿元,增长35.8%,占41.6%。

海关总署新闻发言人张广志表示,2014年我国铁路设备出口快速增长的主要原因有两个:一是我国铁路技术发展迅速。我国具有良好的铁路装备制造业基础,通过不断自主创新,建立了世界一流的先进技术体系;二是国内企业积极拓展海外市场。中国企业近年来加快“走出去”步伐,铁路企业加大海外项目拓展的同时,直接带动了铁路设备的出口。

## 船舶自动识别系统信息服务平台上线

本报北京2月4日讯 记者齐慧报道:交通运输部海事局船舶自动识别系统信息服务平台今天正式上线运行,社会公众可通过登录互联网网页或下载注册移动客户端免费使用该平台,了解和掌握航行于我国沿海和内河水域船舶实时动态数据。

船舶自动识别系统信息服务平台上线后,可为社会公众及专业人士提供我国及全球部分水域的船舶交通实况的综合服务。初步估算,社会公众可掌握日均船舶数量3.5万艘的动态数据,了解和掌握船舶交通流密度,并可按需以单船或组合方式查询船舶相关信息,包括船实际位置、航速和船名、船舶尺度等。同时,平台还集成了船舶AIS数据信息、港口基本信息、潮汐预测信息、气象信息等综合数据,为用户提供综合服务。

本版编辑 于泳

年至2016年为前期准备阶段。这一阶段是全国碳市场建设的关键时期,必须明确时间表、路线图、责任人、检验标准,使所有工作均按照施工图推进。2016年至2019年是全国碳交易市场的正式启动阶段,这一阶段将全面启动涉及所有碳市场要素的工作,检验碳市场这个“机器”的运转情况,但不会让“机器”达到最大运行速度。2019年以后,我国将启动碳市场的“高速运转模式”,使碳市场承担温室气体减排的最核心的作用。

记系统和交易平台,并开展了相关能力建设,试点进展顺利,成绩显著。

随着碳交易试点的顺利推进,加快建立全国碳排放交易市场也被提上了议事日程。2014年9月,国家发展改革委印发《国家应对气候变化规划(2014-2020年)》,明确提出将继续深化碳排放权交易试点,加快建立全国碳排放交易市场。

蒋兆理在发言中透露,全国碳市场建设大致可以分为3个阶段。其中,2014

果进一步考虑期货,交易额将大幅增加,活跃性也将大幅提升,交易金额将达600亿元至4000亿元。

自2013年6月以来,我国相继在深圳、北京、上海、天津、广东、湖北、重庆等地建立了7个碳交易市场,这一系列交易试点拉开了我国碳交易从无到有的序幕。国家发展改革委气候司副司长孙翠华此前表示,7省市的碳交易试点都明确了交易范围,设定了控制碳排放的目标,建立了碳排放的核查体系,也建立了注册登

### 在成功颠覆手机、电视、可穿戴设备后,互联网公司正投向汽车制造业——

# 互联网公司造车靠谱吗?

本报记者 杨忠阳

透视

近年来,多家互联网公司杀入汽车领域,而传统汽车厂商在车联网领域也不甘示弱。专家则表示,智能化、网络化和电动化已成为汽车未来发展的大趋势,互联网企业对消费者需求把握更准,但传统汽车企业技术实力更强,双方应发挥彼此优势,享受协同创新的红利



图为在中国国际工业博览会上展示的某品牌采用了最新车联网技术的智能汽车。

远舟摄

在成功颠覆手机、家居电视、可穿戴设备后,互联网公司正加紧“入侵”汽车制造业。2月3日,易到用车在北京宣布,联合奇瑞汽车和博泰集团共同出资成立全新公司,将于2016年推出全球首款互联网共享电动汽车——“易奇”。

互联网公司“野蛮人”方式杀入汽车领域,并非始于易到。此前,乐视已正式宣布成立乐视超级汽车(中国)公司,并向外界发布了智能汽车UI系统——LeUI Auto版,这也是乐视发布的首个与造车计划相关的产品。“乐视将打造拥有完全自主知识产权、电动化、智能化和互联网化的超级汽车。”乐视控股车联网CEO何毅还表示,“在乐视内部投票表决是否造车时,高层反对票居多,董事长就说了一句话,即使乐视造车会万劫不复,如果能点燃更多人的梦想,我也义无反顾。”

据了解,目前腾讯、阿里巴巴、百度等中国互联网巨头全部都在进行车联网项目的研发。其中,百度已发布了自己的智能汽车操作系统,小米也首度传出造车计划,据悉,小米副总裁黎万强已在硅谷闭关钻研汽车业务。

互联网公司为何纷纷进军汽车业?“作为数量仅次于智能手机的物件,汽车具备互联网内容入口优势,不仅能通信,与网络交换数据、娱乐,各种手机APP还能移植到汽车端使用,享受便利的导航、位置服务、语音交互技术等。”博泰集团创始人应宜伦分析认为,随着互联网技术的发展,消费习惯的改变,环保意识不断增强,消费者对于汽车的要求将

不再是单纯的交通工具,而是希望获取整套出行解决方案。未来的汽车必将代替手机,成为互联网公司争夺的最大移动智能终端。

在前不久电动汽车百人会召开的首届论坛上,科技部部长万钢明确指出,“汽车智能化、网络化和电动化将会成为汽车未来发展的大趋势,而电动汽车将是实现汽车智能化、网络化的最佳载体。”

数据显示,尽管2014年我国汽车销售达到2349万辆,汽车保有量超过1.54亿辆,但千人汽车保有量仅有100辆左右,不及世界平均水平一半。“这意味着我国汽车消费市场仍有较大增长空间。”中国汽车工业协会副秘书长叶盛基接受《经济日报》记者采访时表示,今天大家已在用互联网思维重新定义汽车,如果汽车从传统的机械产品转变为智能终端,不仅终端的智能市场应用潜力巨大,而且汽车在设计研发、生产制造和营销服务过程中也孕育着很多新的商机。

尽管机遇众多,但互联网公司要想造好车、颠覆传统汽车行业,难度也不小。“去年就扬言要造超级汽车的乐视,现在还只是做出个基于安卓系统的UI,基本上和小米的MIUI一个概念。”资深IT评论员魏鹏飞说,“声称在硅谷有260名研发人员,难道就做了个用户界面?照这样的进度,乐视5年也造不出汽车。”

“这只是一个概念和炒作而已。”比亚迪董事长王传福坚持认为,汽车属于传统制造业,互联网并不具备颠覆它

的条件,“互联网连自己的硬件设备都改变不了,怎么改变汽车的设备?至于互联网怎么把车造出来,那都是玩笑。”

“一款车型从开发到量产,周期至少需要3年至5年的时间,投入少则上亿元,多则数十亿元甚至百亿元,没有实力,仅有情怀显然是不够的。”中国汽车流通协会常务理事贾新光表示,从目前来看,乐视此次发布了车联网系统,虽然是进入了汽车领域,但需要搭载在其他品牌汽车上,而该项目能否复制超级电视模式、实现整车制造,仍是未知数。

“说颠覆,有点夸张,我更愿意强调协同。”中国汽车工程学会理事长付于武表示,当前汽车产品正在向电动化、智能化和轻量化转变,互联网企业对消费者需求把握更及时和准确,但传统汽车企业有较强的技术支撑体系,各自应发挥彼此优势,享受协同创新的红利。

目前,全球汽车企业也在主动拥抱

互联网。前不久在拉斯维加斯举行的2015消费电子展(CES)上,史无前例地迎来了大众、奔驰、宝马、现代、福特等11家汽车制造商,以至于有人笑称CES展已成为国际汽车展了。“和智能手机相比,智能汽车是一款高安全性能的产品,很复杂,仅靠自己的力量,仅靠互联网公司根本做不了,必须和车企携手。”应宜伦坦言,目前“易奇”采用了“三方合作”的模式:奇瑞将主要负责电动车的制造,易到用车则提供租赁平台、博泰负责电动车的智能化部分。更重要的是,还有商业模式的创新。“比如,我们把研发团队不锁定在这家合资公司,但把3家公司拥有的研发能力放在其中,有需要时就能立马可用,这也就让公司对资金方面的需求较小,经营起来也更加灵活,真正做到轻资产、高效率。”

这群风口上的“野蛮人”能成功吗?市场拭目以待。

会开车的人,也可以轻松驾车出行。

◎品味1999:我觉得智能汽车与新能源汽车是未来汽车工业发展的两大趋势,但我相信,借助互联网的力量,这两大趋势最终会融为一体。

◎观察家VIP:造车就应该是传统汽车公司干的事,也是他们的专业与擅长,而互联网公司应该投入更多的精力在比较擅长的终端销售和服务领域,两者的结合未必是好事。(本报记者 马春阳整理)



◎达人唐:支持互联网行业升级、发掘新市场。在汽车时代,有互联网支持,汽车行业会发展得更好。

◎美朵80年代:这是未来的大趋势,智能车的出现给汽车行业带来了更多的可能,相信不久的将来,对于我这样不太

# 机械工业:转向中速趋稳发展新平台

本报记者 刘瑾

有所进步。主要表现在,行业结构和模式有积极变化,高端装备自主创新有新成果、自主创新开始向核心技术和关键零部件等纵深领域推进、地区结构向预期方向调整、主营收入利润率止跌回升,等等。

今年,机械工业运行态势仍不容乐观。从统计数据来看,2014年8月以后当月主要经济指标的同比增幅已降至10%以下。今年上半年的同比增速要承受去年下半年以来的下行惯性压力。2014年四季度装备制造业企业景气调查结果也反映出这个问题。

“整体来看,机械工业发展的底部已经临近,下行不会失控。”蔡惟慈明确表示,宏观经济下行空间有限,并且近期国家正在出台一系列刺激措施。一方面,国家多次出招化解企业融资难、融资贵;另

一方面,加快了重点建设项目的审批速度,仅去年四季度国家发改委就累计批复基础设施建设项目9批、35个,总投资逾1.4万亿元。

中国机械工业联合会会长王瑞祥也认为,我国机械工业处于重大历史机遇期。今年将启动一批新的重大项目,实施差异化的区域发展政策,加快推进京津冀、“一带一路”以及长江经济带建设,推动中国装备“走出去”。“目前,我国正在全球50个国家建立118个经贸合作区,其中有77个处在‘一带一路’沿线的23个国家,将成为中国企业对外投资合作和产业集聚的平台。”王瑞祥说。

有业内专家表示,机械工业近两年出现颓势是因为需求不旺、产能过剩,但这仅仅是表象,更深层的原因是我国经济发展阶段已经发生深刻变化,但行

业发展模式并未能随之改变。王瑞祥认为,新常态下,我国机械工业运行进入中高速增长期,市场需求结构出现新变化,投资类需求比重下降,消费类需求比重上升,主要分行业同步增长态势正在分化,新兴产业、绿色环保等产业发展步伐加快。同时,行业科技发明和科技进步奖成果逐年增加,创新已成为机械工业发展新引擎。

王瑞祥说,“机械工业今年的主要预测目标是,主营业务收入增速8%左右,利润增速10%左右,出口创汇增长6%左右。”蔡惟慈则表示,我国机械工业将进入中速趋稳发展新平台。尽管上半年增速将有所下行,但下半年有望趋稳,预计全年走势将呈“前低后稳”或“前低后扬”之势。全年增速将略低于上年,但仍处于中高速区间。

新常态下 看行业走势

日前发布的中经装备制造业景气指数报告显示,2014年四季度,中经装备制造业景气指数为94.8,与上季度基本持平;中经装备制造业预警指数为66.7,与上季度持平,继续在“浅蓝灯区”运行。

“机械工业2014年的运行态势与国民经济全局相似,可以用‘稳中有进’来概括。”中国机械工业联合会特别顾问蔡惟慈表示,机械工业增幅仍在“中高速”区间之内,为去年GDP实现7.4%的增长作出了贡献。

蔡惟慈认为,2014年,机械工业在已实现“稳增长”的同时,转型升级也