能源“触网”能增添多少动力

本报记者 王轶辰

互联网+

能源是人类生存和发展的重要物质基础。通过互联网技术促进能源系统扁平化，推动了能源生产和利用方式变革，有助于提高能源利用效率和优化能源利用结构。能源互联网具备开放、互联、对等、分享、智能等特性，将使行业释放出更加惊人的能量，构建起安全、稳定、经济、清洁的现代能源产业体系

在日前举办的成都国际车展上，工作人员向观众介绍应用多项新技术的汽车智能导航设备。

本报记者 赵 晶摄

在高楼林立的首都CBD核心区，国华北京燃煤热电厂很好辨认，因为其标志性建筑物曾被称为“长安街最后一根大烟囱”。往年每到供暖季，这根200多米的大烟囱就会成为“话题建筑”，从中冒出的滚滚白烟，成为东长安街沿线一道刺眼又刺鼻的“风景”。

今年3月，该厂燃煤机组全部关停。据了解，国华北京热电厂原承担的供电、供热将由新建的东北燃气热电中心代替，每年可减少130万吨的燃煤量。东北热电中心将互联网、大数据技术运用到传统的电力行业中，在实现城市能源结构升级的同时，将大大减少燃煤量、降低污染物排放，提高北京能源行业的网络化程度。

这根烟囱命运的背后，是整个能源行业加快“触网”的脚步。专家表示，当前我国正处在能源革命的关键时期，构建能源互联网不仅是能源技术的革新，也是能源生产、消费以及政策体制变革。

发展路径日渐清晰

说起能源，一般人关注的更多是少数几个和生活密切相关的品种，印象中“傻大黑粗”的能源行业似乎只是国家、企业该关心的事情。但随着互联网的发展，当能源可以像日用品一样和普通消费者发生联系时，整个行业将释放出更加惊人的能量。

试想一下，当你在手机上轻轻一点，就能把自家屋顶光伏电站多余的电力卖给附近准备给电动汽车充电的陌生人；通过一个APP，你可以根据能耗曲线随时远程调控家用电器；通过感应器，建筑物可以根据活动的类型、人数和实时能源价格调整能耗……这是一幅幅令人向往的场景。

随着新一轮电力体制改革启动，中国能源互联网顶层设计方案呼之欲出，在技术进步和政策利好的推动下，我国“互联网+能源”的模式日渐清晰。不久前国家能源局召开了一次能源互联网会议，决定牵头制定“十三五”能源互联网规划，并倡议建立中国能源互联网联盟，与会单位包括网络巨头百度、电力央企华能以及部分电力设备企业。

有业内机构预测，未来能源互联网市场规模将超过5万亿元。巨大的市场诱惑下，包括阿里巴巴、腾讯、百度在内的各大企业纷纷提前落子。例如，腾讯与国网四川省电力公司签订合作协议，正式实施“互联网+电网”战略。旨在以互联网为基础，以数据整合为核心，把电力资源和电力信息进行系统化整合和深度开发应用。差不多同时，阿里巴巴与中石化在云计算服务和大数据分析方面达成协议。同时，两家公司还将在物联网、车联网、金融支付、电商等领域进一步合作。

能源互联势在必行

站在更高层面来看，被政府推动、企业跟进、资本追捧的能源互联网，只是普通的“商业盛宴”和生活方式的变革吗？

早在2011年，美国经济趋势基金会主席里夫金就在其著作《第三次工业革命》中提到，“我们将需要创建一个能源互联网，让亿万人能够在自己的家中、办公室里和工厂里生产绿色可再生能源。多余的能源则可以与他人分享，就像我们现在在网络上分享信息一样”。

中国正处于转型升级的关键时期，确保能源安全和环境保护压力日渐加大，里夫金提出的能源生产利用的理想状态，无疑将成为经济可持续发展的重要支撑。华北电力大学教授曾鸣表示，要通过能源互联网这种能源技术革命，从根本上改变我国的能源生产和消费模式，从而有效解决当前能源消费与经济发展之间的矛盾以及能源安全问题。

传统单向型能源结构不尽合理，直接导致了经济社会发展与有限能源资源之间的矛盾日益突出。而在能源互联网的设想中，每个人既是能源的消费者，也可以是生产者。“各类主体在这里既自由竞争，又相互协作，最终实现能源效率最优和能源价值的最大化，降低国内经济发展对传统能源的依赖程度。”新奥集团董事局主席王玉锁说。

我国提出，到2020年实现清洁能源占能源消费总量15%，而在传统能源体系下，发展可再生能源困难重重。“能源互联网以互联网技术为核心，以配电网为基础，以接入分布式新能源为主，采用先进的信息通信技术，通过能量管理系统对分布式新能源设备实施区域间协调控制。”国网能源研究院专家冯庆东认为，未来的能源互联网可以更大范围地适应可再生能源和新能源的发展。

相关支撑不可或缺

能源和信息技术的融合将改变能源的生产和利用方式，基于此建设的能源互联网具备开放、互联、对等、分享等特性，使其能够有效消除当前可再生能源消纳的困局，能源供应向分散生产和网络共享方式转变将是大势所趋。

然而，能源互联网是一项复杂的系统工程，涉及能源技术变革、现代通信技术、配套政策措施、生产消费模式与价值观转变等多个环节，从系统顶层设计到能源互联的技术实现，还有很多问题亟须解决。

除技术外，能源互联网高度的开放性对政策支持度和市场开放度要求极高。曾鸣说，随着分布式电源、可再生能源的发展和电力市场化程度的加快，如何引导售电公司提高用户用电效率，加强需求侧管理以及完善分布式电源、可再生能源的并网运营服务等，都是亟须解决的问题。

能源互联网不可能一蹴而就。清华大学信息技术研究院研究员曹军威认为，未来几年内能源互联网在产业上的推进还主要处于试点和示范工程阶段，国家层面可以从顶层把互联的标准、机制、监管等设计好。能源互联网是自下向上、开放式的，应该紧紧把握这种本质特征，从技术、应用、商业模式、体制机制等多个层面鼓励开放式的竞争与合作，努力形成开放平台、开放标准和开放的生态。

企业家说

汽

北汽集团党委书

董事长

徐和谊

◎ 万物皆变，汽车产业同样如此。如果仍然沿袭传统的开发模式，路将越走越窄

◎ 智能化和电动化，是摆在汽车面前的两个巨大机会

风

“唯有变化是永恒的。”这是古希腊哲学家赫拉克利特的一句名言。万物皆变，汽车产业同样如此。现在，它更到了一个关键节点，一个从量变到质变、从渐变到突变的转折点。我们这代汽车人，将有幸成为一场大变革的参与者和见证者。

为什么汽车行业必将发生一场大的变革？可以用经济学上的“S曲线”理论作出推断。该理论的主要观点简而言之，就是说任何技术或者业务领域都存在一个较为困难的前期阶段，一个收益颇丰的中期阶段，以及投入很多却产出很少的第三阶段。汽车行业现在已经处于第三阶段，在过去129年的时间里，汽车的油耗、升功率、风阻、NVH等技术指标不断趋于极限，向上突破的空间越来越小，如果仍然沿袭传统的开发模式，路将越走越窄。

就在汽车行业不断趋近技术极限的时候，以信息技术、新能源、新材料技术为代表的科技革命风起云涌，为汽车行业创造了新的发展空间，提供了新的突破方向。我们得以通过创新，为汽车行业引入一条全新的“S曲线”，从而逆转趋势，重回上升的通道。

智能化和电动化，就是摆在我们面前的两个巨大机会。

移动互联、大数据和云计算技术的成熟，使汽车的智能化变得触手可及。继台式机、笔记本电脑、iPad和手机之后，汽车作为“第五块屏”的时代即将来临。我们看到谷歌造车、苹果造车、阿里造车、腾讯造车……众多IT及互联网“大腕”介入汽车业清楚地表明，汽车行业将重新成为朝阳产业，机会巨大、潜力无穷。智能化不仅将为汽车增加新的卖点，带来巨大的增值服务想象空间，还将引发商业模式的变革。它将使汽车行业从传统行业向IT和互联网行业跨界，从制造业向服务业跨界，百年汽车业将迸发新的活力。中国政府对智能化的重视程度，全球罕见。中国培育出了全球领先的互联网产业，中国还是全球最大的汽车市场。当互联网与汽车相加，将开启巨大的发展机会。

电动化将是中国汽车行业的另一个机遇。新能源技术的突破，以及能源、环境压力的倒逼，使新能源汽车的市场化进程大大提速，为行业开启了一片崭新的“蓝海”。今年5月，国务院发布《中国制造2025》战略，描绘了一幅壮美的蓝图：到2025年，新能源汽车年销量要达到300万辆，市场占有率超过80%。中国新能源汽车的春天近在眼前，它将是今后的最大亮点。

变革，已是进行时。百年汽车产业即将在新技术与新思维的改造下，进入一个脱胎换骨的新时代，这将是中国汽车行业实现“由大到强”梦想的历史机遇。

走市

高端乳制品成行业差异化竞争焦点

本报记者 许红洲 实习生 陈振强

近日，西藏高原之宝牦牛乳业股份有限公司宣布获得中绿华夏有机食品认证中心授予的有机产品认证，同时透露欧盟有机认证机构已考察其奶源地，相关检测符合欧盟有机认证的要求。

高原之宝是西藏规模最大的牦牛乳品加工企业，据尼尔森统计数据显示，该企业已进入中国乳业品牌前20名。由于牦牛奶源地都在青藏高原，且牦牛奶产量低，使得牦牛乳制品生产成本很高。“牦牛乳制品是乳业的一个细分领域，也是小众产品，因此必须精准定位，明确产品功能，从而培养起较为固定的消费群体。”高原之宝董事长王世全说。

近年来，我国乳制品行业竞争愈加激烈。随着市场容量的不断扩增，消费者的消费水平和选择标准也明显提高，差异化和品质安全成为乳品市场竞争的焦点。“去年我国高端乳品消费金额超过1200亿元，占全部乳品市场消费金额的20%以上，复合年增长率约30%。”中国乳业协会常务理事南庆贤表示。

从产业发展过程来看，发力高端乳品，也是乳企的必然选择。随着近年价格战的持续上演和原材料、物流、人力等成本上涨的多重夹击，乳业整体毛利率呈现进一步下滑的趋势。在这种情况下，缓解竞争压力、提高产品利润率成为乳品企业面临的最大难题。

有业内人士透露，目前整个牛奶市场平均利润率在5%左右，普通牛奶产品仅有2%至3%的利润，而高端奶产品利润率可达30%。由此，各大乳企纷纷倾向于生产高端乳品。

据蒙牛去年年报显示，去年对蒙牛业绩贡献率最大的是旗下特仑苏、冠益乳、优益C、纯甄等高端品牌，增幅均保持两位数。伊利去年年报也显示，业绩大幅增长也是源于旗下金典等高端奶市场增长迅猛。

但从总体来看，高端奶市场依旧未能走出同质化竞争的怪圈。许多产品包装规格相近，宣传形式相似，让消费者很难真正区分其中的差异。

“液态奶高端化趋势会使市场竞争更激烈，品牌需要深入挖掘不同消费群体的特定需求，探索新的增长机会，比如老龄化带来更多中老年高端牛奶增长机会等。不过，目前看来，功能性奶主要还是为儿童设计，针对成人的很少。”英敏特中国食品与饮料研究分析师邱昊说。

业内人士认为，目前我国高端乳品市场仍需培育，存在很大发掘空间。在这个阶段，一方面要坚持以质量取胜，切忌以高价代高端；另一方面要力求差异化、特色化，细分消费领域与产品功能。

亮点连线

公共信息服务平台上线

厦门会展业升级提速

本报记者 薛志伟

近日，厦门市会展业公共信息服务平台正式上线，这标志着厦门市会展业信息化建设和公共服务能力进一步提升。“公共信息服务平台涵盖了法规政策、厦门环境、项目、产业链等内容，提供政策、环境、设施、服务及吃住行游购娱全方位信息。”厦门市会展局副局长邱国跃指出，该平台信息量大、覆盖面广，新增了网上办事功能，互动性强。

福建省委常委、厦门市委书记王蒙徽表示，会展业不仅要发挥平台工具作用，更要成为促进产业升级和推动城市转型的重要力量，要把会展业打造成为连接产业与市场、打通生产与消费的重要纽带。

今年以来，在《厦门市会展产业升级行动计划》和《厦门市会展产业升级工作方案》的指导下，厦门市会展经济保持了平稳增长态势。上半年，厦门市办展办会规模增长迅速，举办展览70场，展览总面积达81.89万平方米，同比增长10.2%；1000人以上的会议共举办29场，同比增长45%。

今年以来，经贸专业展的快速增加还进一步促进了厦门产业融合。上半年新策划举办的包括健康产业展、亚太水产养殖展等在内的8个专业展览会，以及下半年即将举办的婴童产业博览会、休闲旅游博览会、眼镜展等9个新策划展会都与厦门城市特质和重点产业契合度高，以会展促进产业融合和升级发展的成效将进一步显现。

目前，建发国旅集团开始涉足展览业市场，创办“2015中国（厦门）国际休闲旅游博览会”；弘信集团专门成立会展公司，今年将创办“中国（厦门）国际果蔬产业博览会”；国家仪表功能材料工程技术研究中心今年将在此举办“第二届海峡两岸功能材料科技与产业峰会”；很多大型公司也纷纷把订货会、培训会以及大型年会活动安排在厦门举办。这些展会的举办，预示着厦门会展业将进一步蓬勃发展。

厦门市会展局局长王琼文表示，将提供完善的政务服务，起草制定《厦门市会展业政务服务办法》，引导产业发展。在积极支持会展企业办展办会、努力招揽外地展会来厦举办的同时，创新策划新展会，使厦门市会展业持续保持较快的增长速度。此外还将大力开展会展业全球宣传推广和营销，注重营销平台、工具、人员等要素与旅游等其他产业营销相结合，保证实体营销和线上营销共同推进，全面推进厦门会展经济转型升级。

中国长城资产管理公司北京办事处与北京实创科技产业发展公司债权转让通知暨债务催收联合公告

根据中国长城资产管理公司北京办事处与北京实创科技产业发展公司《债权转让协议》，中国长城资产管理公司北京办事处将其对公告清单所列借款人北京亚都科技股份有限公司及担保人享有的主债权及担保合同项下的全部权利（见公告清单），依法转让给北京实创科技产业发展公司，中国长城资产管理公司北京办事处特通知借款人和担保人。

北京实创科技产业发展公司作为上述债权的受让方，现公告要求借款人及担保人，从公告之日起立即向北京实创科技产业发展公司履行主债权合同及担保合同约定的还本付息义务或相应担保责任。

特此公告！

中国长城资产管理公司北京办事处
北京实创科技产业发展公司
二零一五年七月十三日

公 告 清 单

单位：人民币（元）

	借款人名称	担保人名称	本金
1	北京亚都科技股份有限公司	北京实创高科技发展总公司	14423415.14
2	北京亚都科技股份有限公司	北京亚都新风节能技术有限公司、北京实创高科技发展总公司	23230000.00
3	北京亚都科技股份有限公司	北京实创高科技发展总公司、北京亚都科技集团	26431570.00

注：1、本公告清单列示截止公告发布日的贷款本金余额，借款人和担保人应支付给北京实创科技产业发展公司的利息及罚息按照相关法律文书、借款合同、担保合同及中国人民银行有关规定计算。

2、若债务人、担保人因各种原因更名、改制、歇业、吊销营业执照或者丧失民事主体资格的，请相关承债主体或主管部门代为履行义务或履行清算责任。

本版编辑 于 泳 杨开新