

## 环保法实施半年威力初显

## 全国环境执法“按日计罚”涉罚金逾2.3亿元

本报北京8月5日讯 记者曹红艳从环保部获悉：今年上半年全国环境监管执法共检查企业62万余家次，责令停产15839家，关停取缔9325家，全国实施“按日计罚”涉罚金逾2.3亿元，查封扣押案件1814件，实施限产、停产案件1092件，移送行政拘留782起，移送涉嫌污染犯罪案件740起。环境执法过松、过软局面有了明显改观。

据介绍，今年上半年，环保部对减排存有突出问题的5个城市实行环评限批，对37家企业实行挂牌督办，对脱硫设施运行不正常的火电企业扣减脱硫电价款5.1亿元。

此外，今年以来，环保部已对10个城市实施约谈，直接约谈两个地市政府主要负责人，协调区域环保督查中心约谈长春、沧州、临沂、承德、吕梁、资阳、无锡、鞍山等8市政府主要负责人。

据介绍，今年上半年，环保部对减排

数据显示，仅在华北环保督查中心管辖区域，被约谈后，沧州市、驻马店市、保定市、承德市分别有29名、7名、3名、18名相关负责人被批评、警告或免职。

环保部有关部门负责人表示，伴随环境监管执法趋严、趋实，地方政府的责任意识、污染企业的底线意识、环保部门的创新意识、社会公众的参与意识都有了不同程度提升。

## /市场瞭望

美的与安川成立合资公司

## 家电企业试水机器人制造

本报北京8月5日讯 记者周雷报道：我国传统的家电制造巨头正向智能硬件公司转型，积极满足新一代消费者及老龄人群的消费需求。美的集团股份有限公司与安川电机（中国）有限公司今天在广东顺德宣布，双方合作成立两家机器人合资公司，发挥各自优势做大机器人产业。美的集团董事长方洪波表示，美的将集中精力研究如何将人的行为、情感和思考延伸到机器。

机器人是站在风口上的产业。我国已成为全球工业机器人最大市场。2014年国内工业机器人销售5.6万台，同比增长51%。在中国制造2025及工业4.0的推动下，工业机器人市场发展将更加迅猛。按万名工人机器人密度测算，未来中国在工业机器人领域的总需求将达126万台至339万台，市场容量达数千亿元级规模。

服务机器人拥有广阔的市场前景。当前，服务机器人市场处于起步阶段。国际机器人联合会IFR数据显示，2013年全球服务机器人销售额52.7亿美元，预计2017年达到189亿美元，复合增长率37%。随人工智能、移动互联技术的发展及产品价格下降，家用服务机器人进入家庭是必然趋势。未来，家用服务机器人会如同家电一样逐步普及。

为抓住商机，美的与安川电机展开强强合作。安川电机（中国）机器事业部长西川清吾表示，安川机器人全球销量超过30万台。安川服务机器人技术研发超过10年，产品线比较丰富，康复机器人LR2已通过国内CFDA认证。美的集团机器人产业项目总经理甄少强表示，美的熟悉用户的使用习惯及消费习惯，拥有强大的线上线下资源和智能家居技术研发经验，这些有助于美的进入服务机器人领域。此外，美的内部工业机器人需求量逐年加大，已成刚需。2015年至2017年，美的在机器人应用上的投资预计超过10亿元。

此次成立的服务机器人公司由美的控股60.1%，工业机器人公司由安川控股51%。根据规划，服务机器人合资公司将以康复机器人、助老助残辅助类机器人、导购机器人的研发、制造、销售为主。而工业机器人合资公司将以机器人系统集成为主，研发、制造、销售面向一般行业为主的机器人产品，一年内量产1款六轴机器人产品，第二年再量产1款机器人新产品。

美的作为专注白色家电的家电业巨头，此番进军机器人产业，引发了外界关注。美的方面就此表示，家电业务仍然是美的集团最核心、最根本的业务，机器人战略是美的“双智”战略（智慧家居+智能制造）的延伸和拓展，是美的积极开辟第二跑道的重要举措。

面对互联网浪潮的冲击，美的转型升级正加速推进。美的集团董事长方洪波表示，美的要寻求新的增长方式，建立创新平台体系，设立专项创新基金，建立孵化器运行机制，鼓励全员创新；面向未来，积极创建“第二跑道”，开辟企业新的增长空间。这也意味着，除了机器人，美的未来还有可能进军更多新产业。

## 全球隔膜市场规模达27.7亿美元

## 我国产量已占半壁江山

本报北京8月5日讯 记者林火灿、实习生李子森报道：赛迪顾问近日预测，2015年，我国隔膜产量将达到9.5亿平方米左右，到2017年将达到22.5亿平方米。

赛迪顾问发布的《中国锂离子电池隔膜行业白皮书（2015）》显示，受益于下游新能源汽车电池的带动，2014年，我国隔膜产量达到5.75亿平方米，占据全球产量的48%左右，产值达到20.5亿元。

锂离子电池隔膜的生产量取决于其下游锂离子电池的产销量情况，而锂离子电池未来的增长动力主要来自于新能源汽车和储能。赛迪顾问测算，预计到2015年全球锂离子电池隔膜的产量将达到16.8亿平方米，到2017年增长到35.5亿平方米。我国下游需求带动以及国产隔膜对进口产品的替代作用明显，加之出口前景看好，我国隔膜产量增幅有望高于全球水平。

赛迪顾问估算，2015年，全球隔膜市场规模将达27.7亿美元，我国隔膜市场有望达到31.4亿元；到2017年，全球和我国隔膜的市场规模将分别达到42.6亿美元和63亿元左右。

## 环保项目有前景



8月3日，由中石化天津悦泰石化科技有限公司投资近2亿元兴建的中石化湖北枣阳汽车尾气处理液项目一期工程投入生产。该项目属国家环保型推广项目，已通过质量认证，一期工程设计年产能4万多吨，年可实现销售额1.2亿多元，发展前景十分广阔。

张 鸿摄

## 传统制造业的新活法

黄晓芳

几家企业凭借“快时尚”引起广泛关注。

比如西班牙品牌ZARA，售价低廉，对时尚反应迅速，在全球不少城市的专卖店都经常出现排队购买。有个数据很能说明他们的“快”，中国服装业从设计到把成衣摆上柜台大致需6至9个月，国际名牌是4个月，而ZARA平均只要12天。在日本，快速发展的优衣库把其创始人柳井正再次送上日本首富的位置。

根据“微笑曲线”理论，处于中间的制造环节附加值最低，产业未来应朝曲线的两端发展，即发展研发和营销。在不少传统制造企业经营困难的时候，不少企业正是借助互联网平台在研发和营销环节有所创新得以获得超常规的发展。以营销为例，互联网平台可以把个性化的私人定制集合一定规模，企业由此可以实现低成本的个性化定制。

这些勇于创新的企业给了我们一个启示：在与人们衣食住行密切相关的领域，没有夕阳的行业，只有夕阳的企业。重要的是，要以创新的精神，不断

满足消费者的需求。

我国是制造业大国，过去不少传统制造企业获得竞争优势的秘籍是量大价低，凭借人工、土地、税收等方面低成本薄利多销，以规模取胜。但时至今日，随着成本提高、产能过剩、竞争加剧，这一招已经不好使了。

根据“微笑曲线”理论，处于中间的制造环节附加值最低，产业未来应朝曲线的两端发展，即发展研发和营销。在不少传统制造企业经营困难的时候，不少企业正是借助互联网平台在研发和营销环节有所创新得以获得超常规的发展。以营销为例，互联网平台可以把个性化的私人定制集合一定规模，企业由此可以实现低成本的个性化定制。

还有一些企业则专注于产品本身，致力于把产品做好做精，在这方面，日本的企业很值得借鉴，日本的电饭煲、保温杯、马桶盖等产品一直保持世界一流水准，成为很多人出差旅游到日本热衷购买的商品。在这方面，国内也有一个绝佳的例子：大连大杨创世股份有限公司，这家原脱胎于乡镇企业的企业生产的西服被很多国际知名人士追捧。巴菲特甚至专门为这家企业拍了一个视频，说他现在有9套创世的西服，已经扔掉了以前所有的西服，并介绍说比尔·盖茨和他的合伙人查理·芒格也都穿创世西服。这家企业成功的奥秘，也正是私人定制加上对质量极致化的追求。

## 纵横谈

前不久，广东的一家家具定制公司尚品宅配发布招股说明书。这家企业2014年营业收入超过20亿元，毛利率近50%，近几年发展增速达到30%以上，远高于行业10%左右的增速。

在不少传统制造企业艰难度日的时候，这家企业为什么活得如此滋润？其奥秘之一是定制，用云技术和大数据为客户量身打造个性化方案，二是把个性化订单拆分成零部件，按批次组织生产，实现了个性化和大规模生产的协调。

在相当传统的服装业，近几年也有

本版编辑 于 沐