

棉花目标价格改革实施3年来,国内外棉花价差大幅缩小——

## 棉花产业:从种植端嵌入高品质

经济日报·中国经济网记者 李华林

透视

如今,纯棉生活日渐成为消费潮流,棉花的产量和质量如何直接影响棉纺企业发展和消费者的体验。自棉花目标价格改革试点政策实施以来,我国棉花价格回归市场,棉农收益得到保障,市场需求趋于改善,棉纺企业国际竞争力明显增强。但与此同时,高质棉供给缺乏,植棉成本居高不下及棉纺加工企业动能不足等问题依然亟待解决



江西上饶市信州区沙溪镇沙溪村,当地民营企业女工利用现代化设备纺织夏布。近年来,在当地政府部门的扶持下,采取“公司+农户”的经营模式推进夏布产业发展,产品远销韩国和日本等东南亚及欧美国家,夏布出口量占全国的三分之一。

卓忠伟摄

近日,由中国棉花协会和全国棉花交易市场主办的2017中国国际棉花会议在重庆召开,棉纺织业众多代表参会。国内棉产业几经市场波动后,正在寻求重塑棉业未来的新途径。

## 目标价格改革成效初显

今年初,国家发展改革委和财政部发布《关于深化棉花目标价格改革的通知》,继续推行实施了3年的棉花目标价格改革试点政策,从2014年到2017年,每年确定的棉花目标价格分别为每吨19800元、19200元、18600元、18600元,整体呈下降态势,国内外棉花价差大幅缩小。“与国际棉市联动性增强,2016年价差缩小至1260元/吨,今年价差会更小。”中国农业大学校长柯炳生说,价补分离机制的逐步形成成为下游纺织企业减轻了不少成本负担。

“棉花的播种面积达到改革开放以来的最低点。”柯炳生说。据国家统计局发布的数据显示,2016年,全国棉花播种面积5064.2万亩,比2015年下降11.1%,全国棉花总产量534.3万吨,比2015年下降4.6%。棉花种植面积成功调减,产量下降,连续抛储使高库存达到合理水平,棉花供需关系趋于平衡。

与此同时,国产棉质量在明显提升。河南朝歌纺织集团副总裁张志杨说,市场引导正在发挥作用,棉花生产者更加注重提高棉花的品质,主产区新疆等地从种子挑选、栽培模式、棉花加工和运输等方面得到改进,生产的优质棉也成为一些中高端棉纺企业的首选。

产业上下游市场意识增强,农民选择棉种更注重适销对路,轧花厂更注重细分等级,历经“寒冬”的棉花产业开始回暖。柯炳生给出了一组数据,去年我国棉纤维加工量增至715万吨,同比增长6%,国外棉进口量下降至96万吨,同比减少42.5%,棉纱进口量下降至197万吨,同比下降16.1%。

“政策变化带来生产、加工布局的调整,市场几度波动,行业优胜劣汰。”中国棉花协会会长戴公兴说,棉花目标价格改革试点期间,棉花行业总体运行平稳,棉农收益得到了保障。未来5年到10年,中国棉花产量预计不低于500万吨,能满足纺织市场三分之二的需要。

## 高品质棉仍是短板

“今年国产棉花质量普遍较好,但高品质棉花还是欠缺。”张志杨说,随着国内纺织企业转型,棉花产业链下游对优质棉花的需求量不断加大,但国内高品质棉花的产量难以满足日益升级的纺织消费需求。

同时,储备棉中的优质棉不断减少,纺织企业要求增加进口棉的呼声强劲。中国棉纺织行业协会会长朱北娜说,中国棉花看新疆,但新疆棉质量好,只是相对于内地,与国外相比还有不小差距。下游企业需要的优质棉不能得到满足,这成为棉纺企业的一块“心病”。

“机械化程度不高是影响国产棉花质量的主因之一。”中华全国供销合作总社常务理事高芳说,由于生产规模小、土地集约程度低等原因,先进的植棉技术在内地应用受到制约。就机械化水平来说,新疆机采率仅为31%,其中生产建设兵团70%,内地则以人工采摘为主,由此带来的化纤丝、头发等异性纤维问题备受诟病。同时,人工采摘拉高了生产成本。目前,新疆地方手摘棉种植总成本每亩达2000元左右,人工采摘的劳动力成本已占到总成本的50%以上,“高成本低收益,若无补贴,新疆棉花生产利润为负”。

上游种植成本不减,受市场需求疲软等影响,下游加工市场动能依然不够强劲,许多棉花加工企业产能过剩,全国400型加工企业开工率仅为31%,其中新疆开工率为80%。中华全国供销合作总社党组成员骆琳表示,行业创新动力不足,从“中国制造”到“中国创造”还有

很长一段距离,面对庞大且有消费能力的市场群体,很多企业难以提供高质量的产品和高水准的服务。

## 转型创新至为关键

“未来国内棉花供需缺口仍存在,尤其是高品质棉花的欠缺已经严重影响行业竞争力,因此首先要不遗余力提高棉花质量,扩大适应市场需求的有效和中高端供给。”高芳说,棉花内在品质的提升有一个过程,这需要政策和市场的有序引导和管理。

抓棉花质量要从种植端抓起,从源头抓起。新疆小棉袄棉花农民专业合作社理事长曹会庆建议:“成立多种行业联合体,让消费倒逼生产,纺织厂需要什么样的棉花,生产者就生产什么样的棉花。棉花通过订单生产,形成一区一品、一县一品的种植模式,解决棉花品种多、杂,棉农散、小的问题,实现规模化生产。”

朱北娜也认为,中国棉花生产需走

集约化和规模化生产的道路,要鼓励最先进的生产方式和技术,有效降低成本。“目前,一些棉纺企业已经快速实现转型,数字化生产正在大踏步前进,化学纤维生产技术走在了棉纺的前头,其发展必将推动棉纺企业的技术进步。”

强调质量也就是强调品牌建设。中国棉花协会棉花消费分会会长孙小挺说,市场在低迷中孕育着转机,棉花生产质量和效率的提升,不仅可以促进棉花产业转型升级,对纺织企业的发展也会起到推动作用,纺织产品的附加值将得到提高,有利于淘汰落后产能,发力中高端棉品,打造知名品牌。

除了要处理好供给和需求的关系,做好产销对接,要“重塑棉花未来”,骆琳建议,需协同发挥政府和市场“两只手”的作用,进一步深化棉花目标价格改革。此外,还需在创新中寻找出路。“‘互联网+农业’也好,线上线下融合发展也好,通过各个层面的创新为棉花这个传统产业注入新的活力,激发全行业创新活力和潜能。”

链接

## 棉花价格改革大事记

## 2010年

我国棉花市场出现大幅波动,为保护棉农利益,国家连续3年实施棉花临时收储政策,对棉花实行托市收购。国内外棉花价差拉大,棉纺织企业因为成本高企而生存艰难,企业开工率下滑,库存不断攀升。

## 2014年

我国取消棉花临时收储政策,在新疆启动为期3年的棉花目标价格改革试点。在市场形成农产品价格的基础上,通过差价补贴保护生产者利益。

## 2017年

国家发改委和财政部提出深化棉花目标价格改革的意见,进一步完善目标价格政策。改革的主要内容有3个方面:一是完善目标价格形成机制。棉花目标价格水平按照近3年生产成本加合理收益确定。二是合理确定定价周期。棉花目标价格改为三年一定。三是调整优化补贴方法。对新疆享受目标价格补贴的棉花数量实行上限管理,超出上限的不予补贴。

纵横谈

6月12日,神州优车高调宣布成立100亿元产业基金,并将首笔22亿元战略投资投向互联网造车企业小鹏汽车,这使本已火热的互联网造车市场再次升温。

2014年以来,一大批互联网企业宣布跨界造车,诸如蔚来、乐视、小鹏、车和家等互联网企业竞相角逐,试图掌握新能源汽车市场的主导权。据不完全统计,互联网造车领域近两年累计投资已超过300亿元。

不过,互联网造车的广受资本追捧的同时,质疑声也频频出现,一些处于创业初期的互联网汽车企业动辄放言要在一年内实现汽车量产,引发业内人士的诟病。事实上,时至今日,尚无一家互联网汽车公司能够实现量产。

笔者认为,互联网造车要如期实现量产,除了要跨越核心技术瓶颈外,生产资质能否落地、资金能否跟进以及未来盈利能力等,都是互联网造车企业无法绕过的现实问题。

尽管2015年国家发改委、工信部颁布的《新建纯电动乘用车企业管理规定》为互联网造车企业落地带来了机会,但从目前颁发的13张新能源汽车生产资质来看,仍未超出传统汽车产业链这个生态圈。

从投资来看,大多数互联网造车的资金投入能力还是未知数,这些企业目前大多依靠融资投入项目,但项目融资未来的可持续性尚需打上大大的问号。也正因为如此,很多互联网车企选择了代工模式,此举虽能有效整合产能,但在制造环节上受制于人的弊端也显而易见。

毋庸置疑,资金实力、生产规模及产品成熟度等,是考量一家企业是否具备新能源车生产能力的核心标准,互联网造车企业上述关键环节的不确定性,客观上对其落地与量产形成了阻碍。

此外,盈利能力也是互联网造车企业的一大短板。没有批量化的产品,仅靠有限的技术收益,从长远看只是权宜之计。即便是达成了量产,市场认可度也未必如想象中那样乐观。

从上述几方面分析看,小鹏汽车似乎是幸运的。优车产业基金的导入,不仅为其产品研发提供了强劲的资金支持,基金母公司发达的产业链条也为小鹏汽车的销售、消费创新提供了具有想象力的背书。换言之,小鹏汽车事实上已在研发、生产、销售、售后等环节实现了完整布局,此举或将重塑国内互联网造车的市场格局。

从最初的概念构想,到如今逐步清晰的时间表和路线图,在市场的洗礼下,互联网造车的“马拉松”也已进入了后半程,但哪些互联网造车企业能笑到最后,还要等待市场来检验。

产业一线

解决抄表难题 实现精准核算

## 北斗应用提升藏区供电服务水平

本报记者 石晶 通讯员 许显青

6月5日,国网青海电力信息通信公司技术人员在果洛藏族自治州甘德县江千乡,将原有北斗卫星电量采集终端的分钟卡替换为最新的30秒卡,用户电量数据传输速率提升了一倍。这是国网青海省电力公司持续优化第三代北斗用信息采集终端产品取得的一项新突破。

北斗卫星系统是中国自主研发的全球卫星导航系统,能够提供高精度、高可靠的短报文通信服务。青海藏区幅员辽阔,牧民居住分散,受地理环境影响,偏远农牧区用电抄表一直依靠人工。2012年,国网青海信息通信公司自主研发基于北斗卫星服务系统的电量数据传输终端产品,开创了北斗民用的新领域,率先解决了果洛、玉树等偏远农牧区3万多户农牧民抄表难题,实现了广大藏区用户电量数据的精准核算。

“以前,抄表是件很头疼的事儿。特别是偏远农牧区,员工抄表要骑马进山,不安全也费时费力。应用北斗技术抄表以来,8个人1个月的工作量,现在1个人几十分钟就能全部完成。”国网青海信息通信公司总工程师王蔚青介绍,自北斗卫星电量采集终端正式上线运营以来,青海已累计安装北斗通信设备1000余台用于电量采集,每年可为企业节约管理、维护、交通等各项费用近700万元。

5年时间,国网青海电力公司优化升级电量数据传输终端产品,第三代产品已经能够实现远程停电功能,而且采集速率更快,信息更准确,节约了人力成本,还为藏区用户提供了便利的用电体验。“以前家里停电,必须要等抄表员上门查电后才能恢复,现在通过手机就能缴费,人还没到家,电就供上了。”玛沁县雪山乡牧民索南吉切身享受到北斗卫星远程复电带来的生活便利。

在充分借鉴这项研究成果的基础上,国网青海电力围绕光伏、输电线路巡视、应急车载导航、小水电通信等,不断开展基于“北斗+”技术拓展研究。2017年,针对离网光伏远程控制和故障诊断的实现方式,研制出专用于偏远无信号地区离网光伏电站设备运行监控的终端模块,并在海西、果洛、玉树安装试点应用10台。

“光伏侧北斗终端会自动实时采集运行信息,哪组蓄电池出问题了,或者哪个配电箱有故障了,前端监控系统就能一目了然反映出来,我们就可以远程实现对光伏电站的自动化控制。”玉树上拉秀乡技术人员赵生介绍说。北斗技术的应用实现了对离网光伏电站的远程监控、诊断和运维,让偏远农牧区群众用电得到了更好的保障。

目前,经过不断创新,北斗技术在电力服务领域的研究和应用,已形成基础产品、系统应用及运行服务为一体的“北斗+”用电服务模式,不仅方便了青海藏区群众用电,同时也在“一带一路”建设及周边省份得到了推广应用。

在2017中国建筑装饰产业发展论坛上,专家纵论行业发展——

## 建筑装饰细分市场空间大

本报记者 杨阳腾

行业观察

近年来,我国建筑装饰行业获得了巨大的发展。然而,在规模迅速扩张之后,细分市场的发展还比较滞后,企业的经营也遇到了困难。业内专家认为,只有聚焦细分市场发展,勇于创新,行业才能有持续前行的动力

日前,2017中国建筑装饰产业发展论坛在广东深圳市举行。中国建筑装饰协会秘书长刘晓一表示,建筑装饰产业经过30多年快速发展,整个行业年产值已达3.66万亿元,从业人员超过1500万人,但目前整个产业面临瓶颈,亟需突破。

去年发布的《建筑装饰蓝皮书:中国建筑装饰行业发展报告(2016)》显示,从1984年到2015年,中国建筑装饰行业从默默无闻的小行业,发展成为以万亿元为计量单位的庞大产业。如果从装饰材料行业、几百万家材料企业发展的火车头。

中国建筑装饰协会总经济师朱时均在分析当下整个建筑装饰行业的产业环境和发展态势时表示,整个行业普遍存在着困扰和焦虑。“这些困扰包括营收增长率放缓、规模扩张乏力;利润率下滑、经营效率不佳;应收款大幅增加,资金链紧张,转型尝试,收效不如预期等。”特别是随着人力成本、原材料成本、销售成本的增加,装饰企业净利润普遍减少,大型装饰企业的利润出现明显下滑,甚至部分企业出现亏损。

行业发展面临的诸多问题应该怎么解决?朱时均表示要“坚定信心,砥砺前行,创新发展”。他表示,虽然我国经济发展减速,但同时也存在巨大的成长空

间。从建筑装饰产业本身来说,这是个具有长期市场需求、基业长青的行业,还有一个最大的特征是“大行业、小企业”。“行业很大,2016年产业规模超过3.6万亿元,但龙头企业是196亿元,龙头企业占行业的总产值不到千分之六,整个行业成长空间巨大。”

多位业内专家在接受《经济日报》记者采访时表示,除了要坚定行业发展信心以外,还得想办法,勇于创新,开拓进取。企业增长的源泉一个是规模扩大,另一个是效率提升。在规模扩大遇到阻力时,效率提升就显得更为重要。效率的提升要靠创新。企业家需要不断关注科技发

展成果,适时将新技术、新工艺、新材料、新设备应用于生产和经营。

同时,建筑行业要善于拓展新业务,比如特色小镇和美丽乡村、建筑适老化改造等国家战略,要更加关注专业化分工的经济驱动效应,并将专业化战略置于企业发展的重要位置。

哪些细分市场值得关注?刘晓一认为,首先是医院建筑装饰市场。数据显示,2014年的医院装饰工程规模,新建增量超过700亿元,存量医院的改造大约有300亿元。加起来达到千亿元规模。

其次是养老装饰市场。统计数据显示,到2020年中国60岁以上的老人约有2.42亿。哪怕是3%的人口居住在养老机构里,也会有726万。现有养老机构床位只有560万张。按每个床位每一平方米的装饰费用2000元计算,年需求量也是220亿元。此外,现有的560万张床位标准较低,随时需要改造,如果有10%需要改造,造价也有252亿元。此外,还有97%的老人要在家里养老,这里面也有着巨大的市场空间。