

2018年有望基本完成或提前完成煤炭去产能任务——

提高供给质量成煤炭业主攻方向

经济日报·中国经济网记者 林火灿

透视

今年以来，随着去产能工作稳步推进，我国煤炭市场供需基本平衡，经济运行质量提高，产业结构调整成效显著，行业整体效益稳步回升。从工作进度看，煤炭去产能任务有望在2018年基本完成或提前完成。但是，当前煤炭行业相对落后产能依然较多，结构性去产能任务艰巨，全面提高供给体系质量将成为煤炭行业接下来去产能、促发展的主基调

2016年以来，我国30万吨及以下小煤矿数量减少近一半。到今年底，全国煤矿数量将从2015年的1.08万处进一步减少到7000处左右。根据规划，“十三五”期间，我国将化解淘汰过剩落后产能8亿吨。

国家发展和改革委员会经济运行调节局局长赵辰昕指出，从总量上看，去产能任务有望在2018年基本完成或提前完成，但煤炭行业相对落后产能仍然较多，结构性去产能任务依然艰巨。“我们必须逐步以总量性去产能为主转向结构性优产能为主，从以退为主转向进退并重，通过先进产能有序地增，实现落后产能尽快地退，既优化存量资源配置，又扩大优质增量供给，实现供需动态平衡。”

转向结构性优产能

当前，全国30万吨及以下小煤矿仍有约3500处，产能约为5亿吨，这些煤矿产量占全部产量的10%左右，安全事故占比却在50%以上。在全部煤炭生产能力中，达到一级安全质量的标准化煤矿只有18亿吨，不到有效在产产能的一半。

赵辰昕认为，今后一个时期将是煤炭先进产能有序增、落后产能有序去的格局。全面提高煤炭供给体系质量，核心是全面提高安全、清洁、现代化、低

成本和稳定供给水平。

为实现这一转变，我国将加快退出安全保障程度低、风险大的煤矿，加快退出落后产能煤矿，提高安全供给水平。严格控制劣质煤的开发、进口和使用，推进绿色开采、洗选加工，促进高效转化和清洁利用，提高清洁供给水平。加大科技投入，不断提升机械化、自动化、信息化和智能化水平，提高现代化供给水平。退出开采成本过高的煤矿，降低企业过高的负债率和过高的财务成本，提高全员劳动生产率，提高低成本供给水平。

“我们还必须增强产能弹性，增加调峰产能和应急储备产能，保持总量结构动态平衡、价格处于合理区间，为清洁能源发展提供坚强保障和支撑；同时，优化产业链布局，加快煤炭调入地区储运中心建设，提高稳定供给水平。”赵辰昕还指出，全面提高煤炭供给体系质量，最重要的是所有企业都要重视安全生产、依法依规和诚实守信。

保持总量动态平衡

今年以来，我国煤炭市场供需保持总体平衡，随着促进优质产能释放、提升煤炭运输能力等措施的落实，煤炭的产量、运量和库存量均明显增加。

数据显示，今年前10个月，规模以上企业生产煤炭28.5亿吨，同比增加

1.3亿吨，增长4.8%。铁路累计运煤17.9亿吨，同比增长16.6%。截至11月20日，秦皇岛港存煤701万吨，同比增长14.3%；全国统调电厂存煤1.17亿吨，可用25天。

值得注意的是，受诸多因素影响，特别是历史积累的违法违规问题制约了产能释放，局部地区出现煤炭供应偏紧、价格波动情况。在赵辰昕看来，供给体系质量的内涵是多方面的，稳定供给则是供给质量的重要内容，其重要标志是总量动态平衡、品种动态优化、价格合理稳定、供需有序衔接。

记者了解到，近两年来累计化解过剩产能超5亿吨，目前全国煤矿总规模52亿吨左右，扣除基建和技改煤矿，有效产能在40亿吨以上，加上明年新投产煤矿和一定数量的净进口，实现供需总体平衡是有保障的。因此，2018年煤炭供给总体充裕，将为煤价处于合理区间提供良好基础。

目前，国家相关部门已建立了增减挂钩指标交易制度、最高和最低库存制度、调峰和应急储备产能制度、特殊情况下的减量化生产制度等一系列长效机制，能够有效确保煤价处于合理区间。有关部门也在鼓励煤炭市场各方早签、多签、签实中长期合同，供需双方努力构建长期、稳定、诚信、高效的合作关系，以全面提高供给体系质量。

根据第三方信用服务机构对2017年中长期合同签约履约信用数据采集情况，不管是煤炭企业还是下游企业都支持中长期合同制度，履约率超过90%。目前的主要问题是部分企业签约率偏低以及部分合同质量不高，有量无价，不利于执行。

赵辰昕表示，合同一经签订必须严格履行，中长期合同履约率应不低于90%。2018年将继续开展第三方信用服务机构合同履约信用数据采集工作，并纳入信用记录。对今年签约履约不够好的企业要约谈，问题突出的要内部通报，明年签约履约情况要在一定范围内公开，并实施守信联合激励和失信联合

惩戒。

科学有序推进去产能

目前，煤炭去产能任务越往后推进难度越大。煤炭行业集中度偏低、落后产能多的特点决定了去产能总量任务完成后，还要持续推进结构性去产能、结构性优产能。

赵辰昕指出，在今后一段时间，要更加突出市场化法治化去产能，严格执行产能退出标准，坚决退出长期停产新建、连年亏损、资不抵债以及没有生存能力和发展潜力的“僵尸企业”，坚决退出违法违规和不达标的煤矿，加快退出安全保障程度低、风险大的煤矿，加快退出9万吨及以下的小型煤矿，分类处置和有序退出开采范围与自然保护区、风景名胜区、饮用水源保护区重叠的煤矿。同时，加快优质产能建设项目竣工达产，合理增加煤炭有效供给。统筹推进煤炭去产能、保供应与稳价格工作，实现煤炭供需动态平衡。

“煤炭行业以至整个能源领域，一定要结合去产能，加快构建长效机制。”赵辰昕说。首先，要建立常态化的增减挂钩减量置换指标交易制度。今后任何形式的煤炭新增产能都需要购买指标，购买指标的内容、数量、比例会动态调整，但增减挂钩购买指标的大政策将长期坚持。其次，要建立长效的中长期合同制度，这一制度将坚持市场化、法治化原则，尊重企业自主协商，政府将加强引导，提供运力等环境保障，重点是加强信用监管。再次，要建立长效的最低与最高库存制度，以及调峰产能和应急储备产能制度。

记者了解到，有关部门将研究建立以常态化调峰产能为基础、应急性调峰产能和应急储备产能为补充的调峰产能体系，不断增强煤炭产能调节弹性，既做到能源供应能力适度超前，不出现供应紧张问题；又做到价格不跌出合理区间，不引发行业恶性无序竞争。

中国银行业监督管理委员会四川监管局关于颁发、换发《中华人民共和国金融许可证》的公告

下列机构经中国银行业监督管理委员会四川监管局批准，颁发、换发《中华人民共和国金融许可证》。业务范围：许可下列机构经营中国银行业监督管理委员会依照有关法律、行政法规和其他规定批准的业务，经营范围以批准文件所列的为准。发证机关：中国银行业监督管理委员会四川监管局，现予以公告：

中国建设银行股份有限公司成都天仁路支行
机构编码：B0004S251010257
许可证流水号：00563362
批准成立日期：2017年11月15日
住所：四川省成都市高新区天仁路259号附6、7、22、23、24、25、26号
发证日期：2017年11月22日

中国建设银行股份有限公司成都南站支行
机构编码：B0004S251010261
许可证流水号：00563369
批准成立日期：1996年10月28日
住所：四川省成都市高新区盛和二路86号、88号、90号、96号、98号、100号
发证日期：2017年12月01日

中国建设银行股份有限公司成都体育场路支行
机构编码：B0004S251010260
许可证流水号：00563370
批准成立日期：1995年12月15日
住所：四川省成都市顺城街252号顺吉大厦
发证日期：2017年12月01日

中国建设银行股份有限公司成都五福桥支行
机构编码：B0004S251010259
许可证流水号：00563371
批准成立日期：1996年12月31日
住所：四川省成都市金牛区五福桥东路229号
发证日期：2017年12月01日

中国建设银行股份有限公司成都罗浮世家支行
机构编码：B0004S251010258
许可证流水号：00563372
批准成立日期：2005年10月18日
住所：四川省成都市高升桥北街5号
发证日期：2017年12月01日

成都农村商业银行股份有限公司新都石板滩东风街分理处
机构编码：B1062U251010248
许可证流水号：00563363
批准成立日期：2010年01月11日
住所：四川省成都市新都区石板滩镇东风西街77、79、81、83、85号
发证日期：2017年11月24日

成都农村商业银行股份有限公司新津桥津分理处
机构编码：B1062U251010389
许可证流水号：00563364
批准成立日期：2010年01月11日

市场瞭望

腾讯入股永辉超市

互联网企业加快布局“新零售”

本报记者 陈静

12月11日晚间，永辉超市发布公告称，腾讯拟通过协议转让方式受让公司5%股份。此外，腾讯拟对永辉超市控股子公司永辉云创增资，以取得永辉云创15%的股权。

作为新零售业态“超级物种”的母公司，永辉云创一直担任永辉超市“创新部”的角色，除了孵化“超级物种”外，还有“永辉生活”门店和APP。目前，“永辉生活”已落地近200家门店，“超级物种”门店数为19家。因此，腾讯入股永辉超市，也被解读为腾讯希望通过资本运作，与阿里巴巴旗下的新零售样本“盒马鲜生”相制衡。

在互联网企业支持下，传统零售业“破旧立新”，其中“新”就体现在以盒马鲜生、永辉“超级物种”、百联RISO、大润发优鲜等为代表的“未来商店”，这些“未来商店”和传统超市不同，基本都提供食材现场加工和堂食，同时与手机端深度打通。如盒马鲜生提供5公里半径范围内的半小时配送，消费者可直接通过手机在线上下单。

巨头们在“未来商店”上的布局，体现出传统电商和传统零售业在生鲜品类销售上的探索。中国电子商务研究中心主任曹磊告诉本报记者，生鲜商品通过线上线下融合的方式更有利于盈利。这也意味着，“超级物种”与腾讯合作、积极寻求与线上融合的机会是正确的打法。

从今年下半年起，腾讯就一直在大范围接触“新零售”项目，但美团旗下生鲜超市章鱼生鲜进展较为缓慢，迄今只在北京开出一家店。与腾讯深度合作的京东，其生鲜超市京东7Fresh也在筹备中，尚未开业。“‘京腾系’迫切需要一个具备全国性网络布局、成熟的生鲜新零售门店体系来牵制、抗衡‘阿里系’。”曹磊表示。

目前，阿里巴巴已经将包括银泰、苏宁云商、百联、三江、大润发、盒马鲜生、易果生鲜等“囊括”旗下，涵盖了百货、商超、生鲜、便利店等各大零售业态。腾讯此番入股永辉超市后，也将给整个生鲜电商市场带来力度更大的“挤压”。“生鲜市场格局逐渐明朗，形成了‘两超多强’的格局，进入洗牌淘汰阶段，大量的资本玩家将陷入瓶颈。”曹磊表示，“活下来的企业将有望迎来生鲜电商的爆发式增长。受政策大环境、用户渗透率上升、模式确定、标准化程度提高、仓储冷链物流技术发展等因素影响，今年将是生鲜电商产业链走向成熟的起点。”

从整个零售业来看，“超市+餐饮”模式已成为线下商超的普遍选择。预计零售行业在“新零售”环境下会有四种发展趋势：一是科技以及数据在整个零售行业中发挥的价值会越来越大；二是跨界融合，线上零售商不断向线下发展，线下零售商不断开展线上业务，线下线上相互同步、拥抱；三是线下、线上合作将越来越紧密，合作方式从业务合作到战略合作，甚至转变为资本合作；四是零售业的整个业态，包括综合市场、专业市场、专卖店、商场超市、便利店等都将加入“新零售”，并且加入速度会越来越快，与“新零售”越来越紧密。

湖北十堰打造新能源汽车产业链

本报记者 胡文鹏 通讯员 陈晓娜 侯小波

产业一线

湖北十堰市在工业领域的首个PPP项目——十堰新能源汽车产业园项目一期即将“开门迎客”。

据介绍，这个投资总额约20亿元、已有15家中国沃特玛创新联盟企业签约入驻的项目，产品涵盖新能源汽车的电机、电池、电控、电气系统等，形成了新能源汽车产业链。项目投产后，预计年产值将达300亿元，利税4亿元，新增就业岗位1200个。

十堰助推新能源汽车产业发展的举措接二连三。今年8月份，东

风雷诺日产联盟新能源汽车项目落户十堰，产能达12万辆，预计2019年投产；10月份，由沃特玛主导的十堰至呼和浩特干线充电线路建成，成为国内最长的新能源物流走廊。

目前，十堰已有新能源汽车整车生产企业7家，产能达30万辆，千亿元级新能源汽车产业基地初具雏形。今年上半年，十堰新能源汽车商用车产量占湖北省新能源商用车总产量的50%，表现抢眼。

随着产业聚集，规模效应逐渐显现。十堰市国税局局长何日成介绍说，新能源汽车产业链形成后，不仅上游电池企业税收快速增长，而且下游整车企业所得税也大幅增

长，基本扭转了以前因增值税倒挂造成传统汽车产业减收的被动局面。

以沃特玛、东风特专、东风特客、东风小康为例，今年1月份至11月份，这4家企业累计入库税收1.9亿元，同比增长44%，增收5808万元。其中，沃特玛1月份至11月份累计生产新能源电池3.71万组，销售2.44万组，实现销售收入13亿元，增值税净增701万元。东风小康产销两旺、利税双增，与去年同期相比，产量增长35.9%，销量增长41.5%，销售收入增长50.1%，缴纳增值税、消费税、企业所得税10948万元。

江苏靖江:着力打造民声地税服务品牌

倾听纳税人的心声，想纳税人所想，为纳税人谋利益是地税机关义不容辞的神圣使命。江苏省泰州市靖江地方税务局从开展的“听民声、顺民意、解民忧、促发展”等一系列活动的经验总结和提炼中，着力把民声税务作为服务品牌来打造，旨在进一步弘扬广大地税干部敬民惠民，爱岗敬业，争创一流的精神。

服务无止境，倾听“民声”解民意，“民声”地税品牌扎根于靖江地税、融入于靖江人民。近两年，靖江地税党组成员实地走访300余户次，机关科室走访500余户次，基层分局走访近1000余户次。年均开展“岗家结对”、“爱心妈妈”、“慈善一日捐”、“温馨关爱活动”6次，每年结对帮扶特困户固定约50户。开展“党员先锋队”、“地税青年志愿队”等系列活动，不断扩展“民声地税”品牌覆盖面。

民声地税服务品牌的创建和实施，不但能够给靖江地税文化提供强有力的支撑，使得靖江地税在广大纳税人和人民群众中赢得好名声。目

前，靖江地税通过品牌酝酿发布和实施推广，已经得到上级领导部门的充分肯定，并已经创成了“泰州品牌”，适应“品牌靖江”、“品德靖江”的需要。

下一步，靖江地税将推进“四品”建设，丰富放大民声地税服务品牌效能。坚定的信心、振奋的精神、昂扬的斗志、自有的特色所包含的精神风貌和阳光气质就是靖江地税特有的品格。高点定位，勇于跨越，追求卓越，以及快人一步的节奏，高人一筹的谋划，先人一步的行动就是靖江地税特有的品位。细致中催生极致，细节中彰显内涵，细化中诞生精品，细微中升华无限，细密中追求质效就是靖江地税特有的品质。建一流队伍，树一流形象，争一流业绩，创一流特色就是靖江地税特有的品牌。而上面的“四品”间，品格是根基，品位是高度，品质是保证，品牌是目标。总之，民声地税服务品牌仍将是靖江地税今后一个时期内为靖江重树苏中标杆，率先融入苏南做出新的更大贡献的奋斗目标。

·广告

以上信息可在中国银行业监督管理委员会网站(www.cbrc.gov.cn)查询