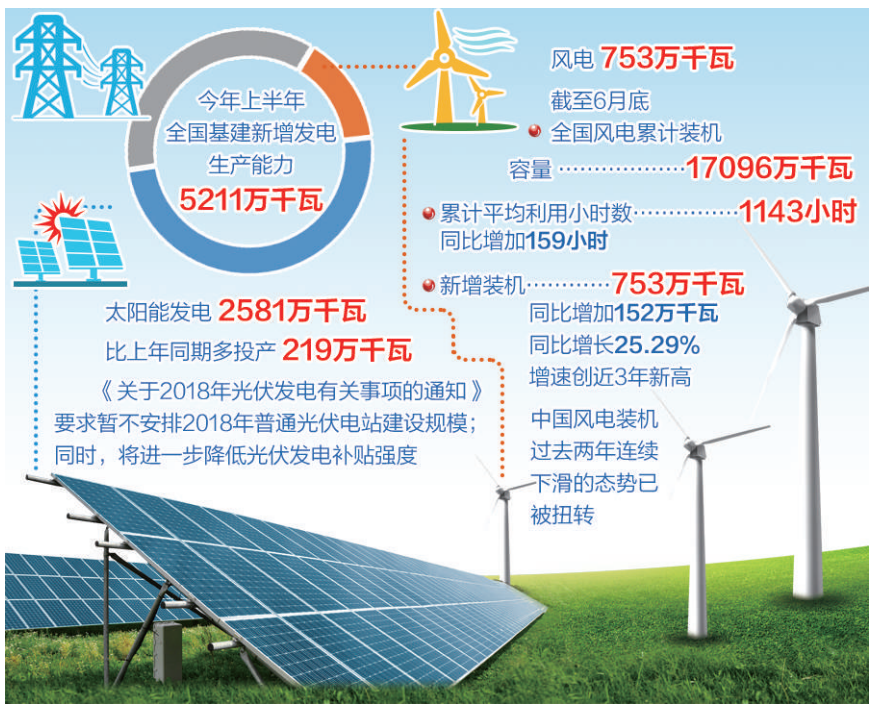
这边新增建设放缓，那边装机容量创新高——

新能源产业：光伏风电“冰火两重天”

经济日报·中国经济网记者 王轶辰

透视 高质量发展新亮点

上半年，以光伏、风电为代表的中国新能源产业虽然取得了快速发展，但其发展内容和趋势却呈现出不同局面。光伏业受到新增建设放缓和补贴政策退坡的影响，面临着降低发电成本、优化发展规模、提高运行质量的严峻挑战；风电行业则加快推动海上风电和分布式风电发展步伐，在此前连续两年装机量下滑的态势下，实现了局面的扭转——



中国电力企业联合会近日发布数据显示，今年上半年全国基建新增发电生产能力5211万千瓦，其中水电249万千瓦、火电1515万千瓦、核电113万千瓦、风电753万千瓦、太阳能发电2581万千瓦，太阳能发电比上年同期多投产219万千瓦，太阳能发电新增发电生产能力占全国基建新增发电生产能力接近一半。

近年来，以光伏、风电为代表的中国新能源产业取得了快速发展，装机量跃居世界第一。追求高质量发展已经成为行业的全新目标。今年上半年以来，随着国家一系列规范和引导行业发展的指导性文件出台，从严控规模、提升标准、鼓励就地消纳等方面对新能源发展提出了更高要求，新能源产业将从高速增长走向高质量发展。

光伏进入战略调整期

虽然上半年光伏行业仍然保持了较快的增长势头，但是行业无疑已经进入了战略调整期。近日，国家发展改革委、财政部、国家能源局联合印发《关于2018年光伏发电有关事项的通知》，要求合理把握发展节奏，优化光伏发电新增建设规模，暂不安排2018年普通光伏电站建设规模，在国家未下发文件启动普通电站建设工作前，各地不得以任何形式安排需国家补贴的普通电站建设。此外，将进一步降低光伏发电补贴强度。

“我国光伏发电历经成长起步、产业化发展、规模化发展等阶段，当前发展的重点需要从扩大规模转向提质增效、推进技术进步。需要从更有利于健康可持续发展的角度，着力推进技术进步、降低发电成本、减少补贴依赖，优化发展规模，提高运行质量，推动行业有序发展、高质量发展。”国家能源局新能源和可再生能源司副司长李创军表示，这将成为今年及今后一段时期光伏发电发展的基本思路。

虽然新政在短期内给行业带来了一定影响，但是龙头企业纷纷表示做好了应对挑战的准备。“公司早在几年前就开始谋求和布局转型升级。”天合光能董事长高纪凡说，目前天合光能的业务不仅包括光伏组件的制造销售，还发展了电站开发、光伏系统解决方案、储能、配售电、能源互联网等业务，实现了业务相关性多元化，增强了抗风险的能力。

晶科能源副总裁钱晶表示，全球化能力是当下企业的核心竞争力。以晶科为例，从海关数据来看，公司已连续7个季度海外出口量位居第一，来自海外市场的营收已超过70%。除了营收构成，晶科在组织与团队运营上，也完成了彻底的全球化建设与全球化融合。基于此，单一市场的震荡，对于全球布局的晶科影响相对较小。

中来股份董事长林建伟同样认为，新政的出台，让光伏逐渐摆脱补贴，使行业逐渐走向一条自主发展的新路，这从长远上看，有利于光伏行业的健康发展。在当前的政策背景下，光伏企业应该进一步加强自身实力，为降低光伏发电成本而努力。

风电装机下滑态势被扭转

在光伏行业调整的同时，风电行业却迎来了好消息。近日，国家能源局发布的1月份至6月份全国电力工业统计数据显示，截至6月底全国风电累计装机容量17096万千瓦，累计平均利用小时数为1143小时，同比增加159小时；新增装机753万千瓦，同比增加152万千瓦，同比增长25.29%，增速创近3年新高。这意味着，中国风电装机过去两年连续下滑的态势已被扭转。

与此同时，国家能源局数据显示，今年一季度，全国弃风电量和弃风率实现“双降”。业内人士认为，在今年加快推动海上风电和分布式风电发展，以及继续推进可再生能源消纳问题的背景下，风电行业或迎逆转。

经过多年的稳步发展，无论是在可开发的资源量上，还是技术政策层面，我国海上风电目前已基本具备大规模开发条件。记者了解到，福建省计划到2020年底海上风电装机规模达到200万千瓦以上。广东省则在全省规划了23个海上风电场址，总装机容量为6685万千瓦。江苏规划到2020年累计建成海上风电项目350万千瓦。目前，这些地区正在积极为发展海上风电完善配套政策。

同时，分散式风电也被认为是风电行业发展的下一个重点。中国可再生能源学会风能专业委员会秘书长秦海岩表示，“十三五”期间，我国风电开发重心向中东南部转移已成必然之势。但这些地区地形复杂，多为山地和丘陵，可供集中连片开发的区域越来越少，大规模开发模式越来越没有用武之地，未来分散式开发将成为主要模式之一。

“就目前而言，要真正开发好分散式风电，还必须破解审批流程复杂、电网接入要求不明确、融资难、征地更难等现实问题。”秦海岩补充说。

延伸

市场不断扩大 资本持续关注

新能源投资青睐电动汽车领域

本报记者 吴秉泽 王新伟

日前，在贵阳举行的青域基金第二届生态环境投资论坛上，来自国内知名投资机构、新能源企业的代表就当前的新能源产业投资话题开展研讨。与会专家认为，新能源投资市场广阔，储能、现代电力系统、可再生能源和电动汽车已成为新能源投资的重点领域，能源转型初见成效。

发展转型提高了对能源质量的要求，可再生能源在未来相当长一个时期内将是能源投资的优先领域。从国际上看，欧洲提出了2050年实现100%可再生能源方案，我国也确立了不同时期的能源转型目标，计划到2020年可再生能源发电装机容量接近7亿千瓦，2050年非化石能源发电比例达到75%到80%。

中国能源研究会可再生能源专业委员会主任委员李俊峰认为，当前正处在增长方式、能源系统和消费模式的转型期，能源系统正在由化石能源向非化石能源转型。以煤炭为主的能源结构是现代化的最大短板之一，能源的清洁化和低碳化是中国现代化进程的重要任务。

在新能源投资的重点领域中，新能源汽车无疑更吸引资本的注意。国家信息中心信息化和产业发展部汽车产业处处长李伟利认为，新能源汽车已迎来持续投资发展期。数据显示，我国新能源汽车已经连续4年实现超高速发展，今年上半年的增速更是高达113.4%。同时，我国新能源汽车消费发生了三大趋势性变化，即产品结构由“乘商并重”向乘用车为主转变；需求主体由公共领域向私人购买转变；私人消费区域由限购城市向非限购城市转变。

数据显示，2015年仅有42.6%的新能源乘用车归私人所有，到今年前5月份，这个比例已经上升到了74.5%。“从新能源汽车的消费趋势可以看出，市场因素对新能源汽车发展的推动作用越来越大，新能源汽车将逐步完成由政策推动型向市场推动型转变，新能源汽车大规模发展的条件将不断完善。”李伟利表示，到2030年我国汽车年销量的近一半将为新能源汽车。这也为新能源汽车的大规模发展奠定了市场条件，其中新型动力电池、充电设施、燃料电池汽车将是未来新能源汽车产业的投资热点。

7月份狭义乘用车市场零售量同比下降5.5%，新能源广义乘用车批发销量同比增长81.9%——

传统乘用车遇冷 小型电动SUV受捧

本报记者 刘 瑾

行业观察

受多重因素影响，7月份乘用车零售增速处于近年谷底。同时，汽车市场的格局也在发生变化，其中新能源乘用车保持强势，造车企业新势力崭露锋芒。值得注意的是，随着新能源车市场逐步培育，小型纯电动SUV市场具备较快的发展潜力，其价格、外观、配置等方面具有明显优势，对新能源车发展将起到带动作用

中国乘用车市场信息联席会8月8日发布的月度报表显示，7月份狭义乘用车市场零售量为156.7万台，环比下降7.1%，同比下降5.5%(自今年春节后零售同比增速逐月放缓)，7月份狭义乘用车零售同比增速回落到近年的低位水平。

“7月份乘用车零售增速处于近年谷底，尤其是SUV零售增速仍低于轿车增速约3.1个百分点。”全国乘用车市场信息联席会秘书长崔东树表示，7月份零售增长不强的主要原因较复杂，首先是今年入夏后的炎热天气导致看车热情下降，对车市人气有一定影响；其次是复杂多变的外部环境对消费信心影响较大；此外受楼市因素的影响，消费者购车意愿不高。

依托轿车相对稳定的销售形势，汽车品牌的市场格局也发生变化。7月份主流合资品牌的德系和日系车销售实现正增长，部分美系品牌调整幅度较大。崔东树指出，其中最大的亮点是自主品牌的微客(小型厢式货车)市场批发增速达23.3%。

从新能源广义乘用车来看，7月份批发销量7.4万台，同比增长81.9%，其中插电混动的占比达到32%，较去年同期占比提升8个百分点，结构调整表现较好，尤其是造车企业新势力崭露锋芒，加快了新能源汽车高质量增长的步伐。

展望8月份，崔东树表示，未来几个月的需求增速能否企稳回升仍难判断。但由于近期财政政策在扩大内需和结构调整上将发挥更大作用，加之去杠杆的力度和节奏将更有效，因而对于后市不必太悲观。

“今年8月份有23个工作日，是全年生产时间最长，但产量较低的月份。2017年的渠道库存从4月份至8月份持续降低，今年市场零售低迷的增速出现在5月份至7月份，因此目前厂商库存调整尚未有效全面启动。如果未来零售领域快速回暖，则去库存的压力将逐步化解。”崔东树认为，8月份是部分厂家集中休假时间，这将有利于调节偏高的库存压力。

此外，崔东树表示，随着A级轿车的中低端产品的性价比持续提升，SUV市场增长放缓趋势明显，对轿车市场的分流和升级效果减弱。尤其是春节后的中西部车市增长的拉动效果减弱，自主SUV的增长受到中西部车市增速放缓的影响，导致增速逐步趋同于传统轿车。经过多年的高速发展，主力品牌企业在SUV领域的布局基本完成，且产品线更新调整也逐步到位。部分SUV细分市场增长乏力，调整慢的中小企业将很难适应激烈竞争的变化。

“随着新能源车市场逐步培育，小型纯电动SUV市场具备较快的发展潜力，对SUV市场的增长也会带来一定结构性拉动。”崔东树指出，定位于年轻人首次购车和城市短途出行的小型SUV，外观时尚、操控维护简便、电子科技配置好、无限行困扰，相对于微型电动车，小型电动SUV有希望让更多城市消费者接受。奇瑞、北汽、长安、广汽、比亚迪、吉利等自主品牌主力厂家均推出了小型电动SUV，选择多元化，带来产品的充分竞争，进一步提升消费满意度。随着消费者对代步出行需求的提升，小型电动SUV的价格稍高于A0级轿车，新车优势仍较明显，未来有望形成阶段性的突破机遇，新能源车将有更大的发展潜力。

市场瞭望

国内大型零售企业自有品牌南北差异大

本报记者 沈则瑾

近日，“2018全球自有品牌产品亚洲展——中国自有品牌评选”在上海启动，这是全国范围内唯一在自有品牌领域开展的专业评选活动，评选结果将在12月6日开幕的“2018全球自有品牌产品亚洲展”上揭晓。

自有品牌也叫“分销商自有品牌”，最常见的自有品牌就是超级市场、大卖场、连锁店自有的商品品牌，产品品类涵盖食品、日用品、服装和家电等多个领域。

自有品牌专业委员会与凯睿咨询共同编制的《2017中国自有品牌发展现状》报告显示，中国大型零售企业自有品牌市场存在着南方优于北方、沿海优于内陆的区域性差异，同时还存在着非食品业态领先，便利店优于超市和大卖场的差异，不少企业缺乏清晰的自有品牌战略。

上海市商务委员会商贸行业管理处处长孔福安介绍，瑞士自有品牌的市场份额已占45%，英国占41%，法国占20%—30%，美国自有品牌的市场份额也有18%，中国目前仅占1%—2%，开发自有品牌市场空间巨大。孔福安认为，如今社会各界的消费理念日益成熟，消费者从过去的盲目追求奢侈到如今的重视产品性能，制造能力强大的中国零售企业恰恰能够生产符合这一消费理念转变的产品，这正是现今发展自有品牌产品对零售企业的意义。

调研报告显示，自有品牌商品在包装设计方面水平不断提升，很多零售商也成立了专门的自有品牌部门，同时公司的资源也在往自有品牌商品倾斜。业内人士认为，当前中国企业已经逐渐意识到了自有品牌的重要性。

参选零售商代表锦江麦德龙现购自运有限公司自有品牌总经理杨卫新介绍，麦德龙在2003年就展开了自有品牌的开发，目前其自有品牌由旗舰品牌、核心品牌、补充性品牌三大部分组成，涵盖200余种商品品类，覆盖顾客工作和生活的方方面面，以差异化和创新性的产品服务于不同需求的客户。

国内专家评审团成员上海交通大学教授许焕章指出，中国已迎来了第三次消费升级，当前的消费者不仅仅是在购买产品，更是在开展精神消费，并且期望购买更具性价比的高品质产品，这也为自有品牌的发展提出了新的挑战和发展方向。

市场规模有望达到4900亿元

线下文化娱乐新业态频现

本报记者 袁 勇

近日，艾瑞咨询发布的《中国新生代线下娱乐消费升级报告》指出：中国线下娱乐各行业类别连续多年保持约15%的年增长率，2017年总体市场规模达到创纪录的3735.1亿元，2019年总体市场规模有望达到4900亿元，“90后”和“00后”正逐渐成为娱乐消费的主要群体。

报告认为，近年来一系列相关产业政策对文化娱乐产业的发展起到了重要的引导扶持作用，各类互联网服务对线下娱乐也产生了潜移默化的作用。VR、AR、大数据、云计算等技术的发展，也给娱乐消费带来无穷的想象空间。

报告认为，传统线下文化娱乐行业的发展正面临一系列挑战，包括老旧商业模式收入来源单一、租金等成本持续上涨、消费人群窄化引发市场恶性竞争等。在此背景下，以娱乐综合体、电竞馆、点播影院、迷你KTV以及娃娃机集合店为代表的一些新兴线下娱乐业态进入到大众视野，探索传统线下娱乐业态转型升级的方向。这些新兴业态往往背靠线上娱乐企业，使得线下娱乐正成为线上娱乐新的流量入口。在技术的助推下，高沉浸式、高互动的娱乐体验有望得到充分发展，助力线下娱乐升级。此外，商业地产也开始积极接纳新兴娱乐业态，实现共生发展。

以线下娱乐综合体为例，这是一种以社交为中心，融合影院、游戏、KTV、直播、餐饮等多种娱乐功能的新型业态。例如，腾讯与深圳创梦天地合作打造的腾讯视频好时光影游社是目前市面上较为典型的娱乐综合体，它以“90后”和“00后”为核心用户，以点播影院和同步院线为核心业态，并包含手游吧、直播间、餐饮吧等功能，对现有娱乐业态进行了改良和丰富，更加符合现代消费者的娱乐消费需求。

本版编辑 李 景

企业“点菜”，沂源安全生产精准培训

山东省沂源县创新推出安全生产教育培训“菜单式”定制新模式，推进培训机构与企业深度融合，着力补齐企业培训覆盖不全、培训内容单一、培训学时不足，部分企业对从事有限空间作业、动火作业、现场救护等高危作业从业人员培训不到位等短板。

新的培训模式先期由培训机构深入企业一线调研摸底，精心设计课题，分批次分类别编班“单元式”培训，既保证培训质量又能保障企业正常生产。每次培训都精心准备课件，在枯燥的安全生产法律法规、规范、标准、安全管理制度、操作规程、安全责任、反“三违”等条文中穿插生动的图片和鲜活的事故案例，尽可能使课件做到通俗易懂，让员工既不感到乏味，又能学到安全知识。培训后，组织闭卷考试，固化学习成果，重视类似工艺、岗位的归类，及时总结改进培训教学方式方法，及时与企业和员工沟通交流，了解施训后的效果及员工实践情况，确保员工扎实掌握技能，提升企业本质安全水平。

培训模式的改革由重点企业先行推进，而后全县普及。实现了安全生产培训从“大锅饭”到“自助餐”、从“填鸭式”到“菜单式”的转变，企业由“要我学习”转向“我要学习”。下一步，沂源县将继续以转变观念为先导，努力探索和掌握现代安全生产的客观规律，运用现代安全生产管理新的观念指导生产，督促企业落实安全生产主体责任，全面提升安全生产监管工作水平。

·广告