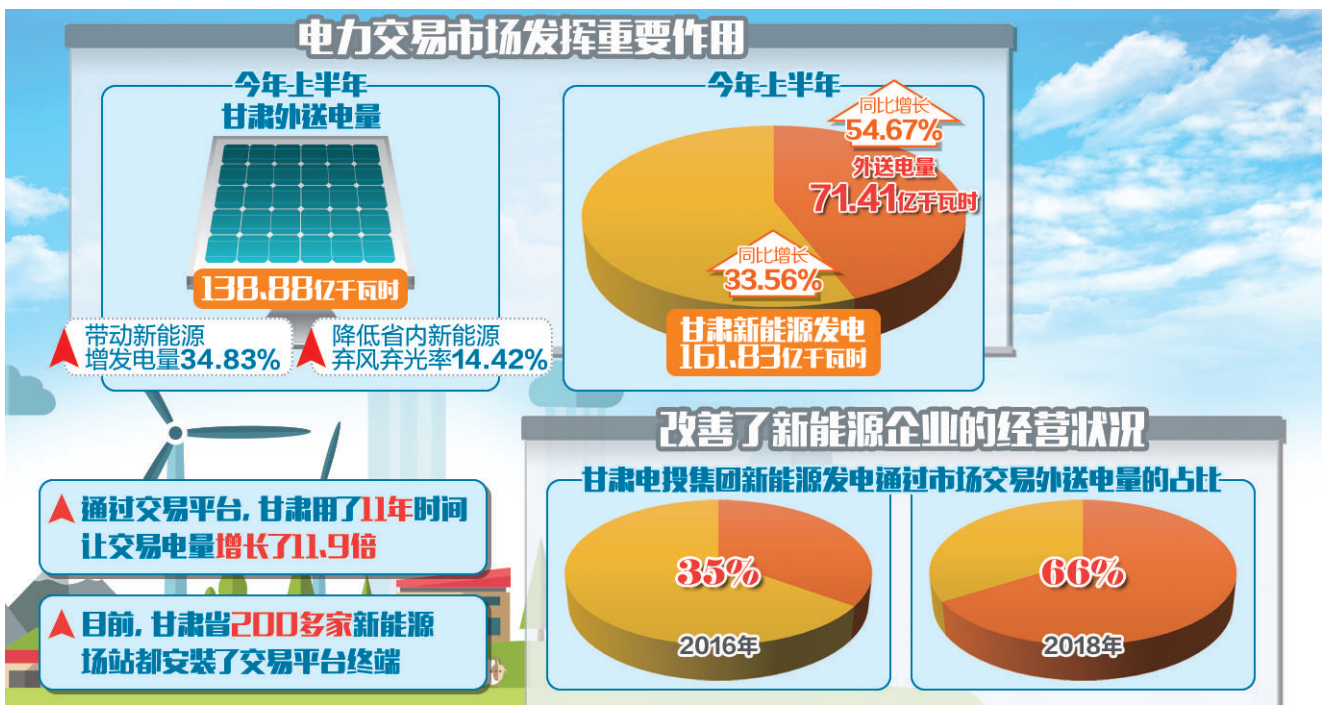
交易市场运行稳健 外送电量不断提升

新能源消纳正逐步打破“省间壁垒”

经济日报·中国经济网记者 李琛奇 陈发明 通讯员 王彦民

透视

由于历史原因，我国电力交易形成了“省为实体”的格局，一个省份为了保障本省份的就业、税收，往往不愿意接收外来电力，这一现象被业界称为“省间壁垒”。随着电力体制改革的推进和电力交易市场机制的完善，在东西部省份之间电力交易日益增多。越来越多的交易品种、越来越高的交易频次吸引着众多市场参与者，“省间壁垒”正在逐步打破，“弃风弃光”问题得到了改善——



长期以来，由于电力交易市场间存在“省间壁垒”，不少省份为了保障本省份的就业、税收，往往不愿意接收外来电力，致使一些省份的新能源发电难以通过外送电力的方式消纳，导致“弃风弃光”问题突出。

不过，随着电力体制改革的推进和电力交易市场机制的完善，地域壁垒正在逐渐打破。值得一提的是，今年上半年甘肃外送电量达138.88亿千瓦时，带动新能源增发电量34.83%，降低省内新能源弃风弃光率14.42%；甘肃新能源发电161.83亿千瓦时，同比增长33.56%，其中外送71.41亿千瓦时，同比增长54.67%，电力交易市场在其中发挥了重要作用。

中长期交易：搭建电力“批发平台”

在甘肃电力交易中心有限公司，市场部工作人员李娟正在电脑前汇集整理省内新能源企业向山东外送电力的交易清单。这样的中长期外送交易，她每个月要组织15笔左右。给李娟报送交易意愿的是甘肃电投集团市场部主任张鑫，他告诉经济日报记者，甘肃电投集团新能源发电通过市场交易外送电量的占比从2016年的35%上升到2018年的66%，切实改善了新能源企业的经营状况。

甘肃电力交易之所以发展迅速，原因在于省内电力装机容量远远大于用电负荷，电力供过于求，造成新能源企业“弃风弃光”严重，迫使政府和电网企业不断寻求省外消纳市场。“一笔电力交易过程，就是捕捉市场信息、推销甘肃电力、达成合作意向，随后再回来组织省内发电企业报价报量、开展交易。”据李娟介绍，从国家电网甘肃省电力公司下属交易中心到改制后的甘肃电力交易中心有限公司，推动电力交易市场的建设步伐从未间断。

据了解，从2006年开始，通过交易平台，甘肃用了11年时间使交易电量增长了11.9倍。现在，中长期交易仍然是最主要、占比最重的一种电力交易方式。“相对其他交易品种，中长期交易就好像是电力电量的批发交易。”张鑫表示，中长期交易电量占甘肃电投新能源发电量的40%左右，对拉动新能源利用小时数、降低弃风弃光率贡献明显。

在李娟看来，这种变化除了交易双方之外，还有政策层面的鼓励推动。随着电力交易市场不断完善，由政府管控的电价开始松动，经过近年来的摸索尝试，降价让利已经成为常态，激发了交易双方的积极性，打破了“省间壁垒”。

现货交易：适应新能源发电特点

在位于甘肃瓜州县的鲁能干北一风电场运行控制室内，工作人员李月明时刻关注着富余可再生能源跨区现货交易平台，要根据平台发布的中东部省份市场需求信息，结合次日风况预测，报送第二天的发电能力情况，以便参与新能源现货交易竞价。

该平台由国家电力调度中心开发，平台的一端是参与交易省份的电力调度中心，每15分钟发布一次本省份供给、需求电量电价，平台的另一端是广大新能源场站，根据平台发布的信息参与竞价交易。目前，甘肃全省200多家新能源场站都安装了这个交易平台终端。

李月明提交的发电申请，经过甘肃电力调度中心校核，确认省内已经没有调峰空间后，会被提交到平台匹配交易。“国网甘肃电力调度部门今年前6个月已经组织了1896笔超短期、小批量的新能源现货交易。”杨春祥是国网甘肃电力调度中心的一位现货交易组织者，他告诉记者，现货交易对技术依赖性比较强，交易频率很高，但更能适应新能源发电随机性、碎片化的特点。

随着交易参与者的聚集，现货交易电量增长明显。今年前5个月，国网甘肃省电力公司总共组织新能源现货交易成交电量21.2亿千瓦时，占国网公司电力现货交易的47.5%，成为全国电力现货交易最大的供应商。张鑫表示，现货交易成交的电量是省内无力消纳的“弃风弃光”电量，所以报价上有一定的下浮空间，送到中东部省份具有电价优势，这也是新能源市场交易增长的坚实基础。

清洁利用：新能源替代方兴未艾

国家电网甘肃省电力公司有关人士分析认为，目前开展的中长期交易和现货交易是针对省外市场促进新能源消纳的举措。在甘肃省内，除了保障性收购直接消纳之外，降低新能源弃风弃光率的手段还有新能源替代燃煤自备电厂和新能源采暖等清洁替代方式。

甘肃交易中心有限公司市场部主任夏天提供的数据显示，在甘肃电网，新能源替代燃煤自备电厂电量从2015年的13.7亿千瓦时增长到2018年的34亿千瓦时，替代的范围和力度逐年加大。

这种可再生能源替代化石能源的行动不止发生在电力行业。近年来，随着《大气污染防治法》的修订实施，10吨以下的煤锅炉被取缔，国家鼓励清洁供暖，各地相继出台电价优惠措施，电能替代的清洁供暖也因此逐渐显现出价格优势和广阔的市场前景。

国网甘肃省电力公司营销部市场处处长周有学表示，国家发布《大气污染防治行动计划》以来，国网甘肃省电力公司大力推广电采暖，2014年到2017年之间，甘肃全省电采暖用电量以每年23%的速度增长。

市场瞭望

时尚小镇发展迅速 时尚服饰备受欢迎

流行设计激发纺织业创新活力

本报记者 杨阳腾

近日，由中国纺织工业联合会、深圳市龙华区人民政府主办的“2018中国纺织创新年会·设计峰会”在深圳市举行。国内外行业专家、企业家代表在此以多元化视角探讨中国纺织业创新设计与全球时尚的融合发展。

“设计是纺织业创新创造的重要内容，决定着产品的品质、价值与竞争力。”工业和信息化部消费品工业司副司长曹学军表示，大力推进纺织行业设计创新，提升设计对全产业链的服务能力，对于推动纺织行业高质量发展意义重大。

曹学军表示，今年以来时尚纺织产业活力涌现，特别是设计时尚感强的女装、休闲装品牌类上市公司，上半年预期业绩普遍较快增长，衣着类消费增长高于全社会零售增幅。“不过，纺织行业转型升级面临的压力也在持续增加。”曹学军认为，全行业应凝聚共识，加快纺织行业的质量变革、效率变革、动力变革，提高全要素生产力，创造新时代纺织发展的新优势，培育创新发展新动能。

“设计创造文化，文化塑造价值，价值决定未来。”EACHWAY艺之卉时尚集团创始人兼首席设计师赵卉洲表示，未来的设计是“软设计”，是以人为本挖掘消费者潜在需求的设计，“软设计”时代要构建适应时代需求的美学体系。“我国纺织产品的高质量发展，不仅需要‘软设计’，更要先于消费需求、引导终端需求。”赵卉洲说。

“以高性能纤维、产业用纺织品、高端智能制造为代表的科技产业，以服装、家纺品牌为代表的时尚产业，贯穿全产业链的绿色制造产业，正成为新的社会认知，科技、时尚、绿色已成为中国纺织服装行业的新标签。”中国纺织工业联合会会长孙瑞哲表示，中国纺织服装产业的时尚转型要着力于依托纺织服装产业集群的时尚转型，构建以时尚小镇为创新载体的实验窗口，注重实现产业与文化、产业与环境、产业与消费的三大价值链接。同时，合理统筹生产、生活、生态空间，实现“三生融合”。依托名企引领，以创意密集型生产替代劳动密集型生产，推动制造向创造转型，构建具有时尚策源地属性的“文化高地”与“时尚硅谷”。

“以时尚小镇为例，深圳市和龙华区两级政府一直高度重视时尚产业发展和时尚小镇建设，把时尚创意列为全区实体经济四大支柱产业之一。”深圳市委常委、龙华区委书记余新国表示，目前大浪时尚小镇规划面积达776公顷，累计完成投资超百亿元，引进品牌企业近200家，其中包括玛丝菲尔、卡尔丹顿、影儿等22家国内外知名企业，小镇时尚服饰产业年产值已突破400亿元。

商用智能服务机器人受资本青睐——

物业服务走上智能之路

本报记者 王轶辰

8月22日，商用智能服务机器人研发与制造商中新智擎宣布获得中白产业投资基金数千万美元投资，将用于物业和教育类智能服务机器人的研发制造、系统搭建、渠道深耕和团队建设等。业内人士认为，传统物业行业工作繁琐辛苦且收入不高，服务质量不好导致客户投诉频繁，人工智能应用将有效解决该行业所面临的突出问题。

物业是非常传统的服务行业，它提供安全检查、访客管理、保洁巡逻、设备维护等各项管理服务。但随着时代变迁，当前传统的物业发展模式已难以为继。一方面，许多物业公司“重利益、轻服务”倾向严重，存在管理水平不高、服务标准不规范等众多问题；另一方面，近几年随着中国经济高速发展，劳动力成本刚性增长，从业人员素质不高，服务人员流动性强等问题日益加剧。

“物业服务机器人在减员增效、提升服务，提升整体生活环境等方面有明显优势。”中新智擎董事长兼CEO郑小刚表示，随着机器人技术的发展和用户习惯的变化，新型生活、智慧生活、智慧城市已成为现阶段生活理念。在此形势下，机器人替代人工逐渐成为趋势。

以Ego为例，它是中新智擎一款用于解决写字楼楼宇、小区物业出入口、大堂单元楼、企业前台等门禁管理系统的人工智能服务机器人，其主要功能是深度学习身份识别、智能门禁、全景安全监控、智慧考勤、智能语音迎宾、人体及异常行为检测等，可用于企业前台及公司门禁管理、自动化考勤及数据表单生成、写字楼、公寓、住宅门禁管理等场景。

中新智擎首席科学家黄巍伟对经济日报记者表示，相对于以往的智能硬件，物业服务机器人最大的特点在于互动性和服务的可拓展性。“即能够真正主动地通过如语义识别、视觉识别、移动服务这些更加拟人化、贴近生活的功能，增进业主与物业公司之间的互动性，让社区人群的生活更加舒服和便捷。”黄巍伟说。

对物业公司来说，智能机器人人工成本控制效果也非常直观，集客服和安保等多功能于一体的智能物业服务机器人能帮助物业企业有效解决普遍面临的难题。“以科技替代多岗服务，可满足企业节省人力成本的诉求，可简化物业管理流程，从根本上解决传统物业人工管理的难题与痛点，达到提高管理效能目的；用24小时不间断的智能服务提升企业服务质量与工作效率，提升物业服务的便捷性；通过大数据，还可以探索更多的商业模式。”郑小刚说。

郑小刚算了一笔账：“住宅社区类服务人工成本极高，假设小区有1个主门和3个侧门，每个岗位需3人至4人，按深圳工资水平，每一个岗位年人工成本达25万元左右。但一套10万元以内的机器人物业设备解决方案，可以形成门禁的整体智能管理系统，从写字楼入门登记，到人脸识别闸机机器人，再到入户人脸识别智能门禁机器人，可以24小时不间断地提供服务，在大幅降低人工成本，提高服务效率的同时，还可避免人工疏忽造成的安全隐患。”

正因为这种优势，物业服务机器人大规模应用成为了可能。据了解，目前中新智擎与招商局在智慧养老、智慧物业、智慧园区、智慧港口等领域开展了深入合作，并已与国内地产公司凯德集团、尚美集团等达成了合作协议。

面对销售量增长、销售额下降局面——

彩电行业亟需“品质突围”

本报记者 周 雷

行业观察

今年以来，彩电行业在市场销售“量增额降”的环境下承受了一定压力。同时，低价竞争在需求不旺的市场中也不再奏效。因此，在家电行业趋优消费的升级态势下，亟需聚焦用户需求，回归产品本质，找准用户“痛点”，以品质提升突破发展瓶颈——

今年以来，彩电市场销售“量增额降”态势明显，低价竞争挤压了企业盈利空间。为实现高质量发展，康佳、创维等彩电企业聚焦用户需求，回归产品本质，努力提升品质，以显示技术与人工智能为重点推进创新，紧抓消费升级新商机。

低价竞争不可持续

奥维云网（AVC）数据显示，2018年上半年中国彩电市场零售量规模为2260万台，同比增长3.6%，零售额规模为725亿元，同比下降2.0%。中怡康数据显示，2018年上半年中国彩电市场零售额同比下降5.9%。对于2018年全年情况，研究机构普遍预测认为，国内彩电零售“量增额降”的局面仍将持续。

彩电作为成熟的家电品类，市场竞争极其激烈。据统计，在彩电业快速发展的30年中，大规模价格战超过20次，平均1.5年一次。今年，上游面板价格触底并未使彩电业盈利空间提升，各尺寸产品终端价格出现了历史最低价。

“彩电行业持续低价竞争问题不容忽视。”中国电子视像行业协会副秘书长彭健锋直言，当面板降价时，整机企业跟随降价，但当面板涨价时，整机价格却很难同步上涨。

在需求不旺的情况下，以低价刺激市场上量的效果日益衰减。据奥维云网（AVC）线上监测数据显示，2016年上半年彩电均价每降低1元，线上市场规模的增长为9479台，2018年上半年均价每降低1元，线上市场规模的增长为7956台。

与此同时，国内消费升级热潮涌动，家电趋优消费趋势明显。《新中产高端家电消费趋势白皮书》指出，低廉的价格已不是消费者最为关注的重点，是否拥有良好的品质和消费体验才是决定购买的关键因素。奥维云网（AVC）线下监测数据则显示，高端彩电产品份额不断提升。2018年上半年，4K电视规模同比增长25.4%，OLED电视规模同比增长110.3%，激光电视规模同比增长241.5%，超轻薄电视规模同比增长109.5%，65英寸电视成为彩电销量占比增长最快的尺寸。

企业布局高端产品

面对提质增效的考验，国内彩电企业加快转型升级，近期频推新品，聚焦用户痛点，突出价值导向，发力高端市场。

比如，深圳康佳电子科技有限公司近日在北京举行秋季新品巡展。康佳V1新品使用LG Display提供的原装OLED面板，并与世界知名品牌哈曼卡顿的音响系统联手。康佳R2新品采用特有的光学防蓝光技术，其背光源使用了最新研制的光学防蓝光LED灯珠，从源头杜绝了有害蓝光。

创维也动作不断，近期该公司宣布将全面从营销驱动向技术驱动转型，坚持以技术创新为消费者提供品质科技产品。创维日前发布了3款搭载创新技术的OLED电视新品。在画质方面，创维具有自主知识产权的画质芯片采用AI技术对图形实行搜索、识别和重构，能够还原极具现场感的高品质影像；在音质方面，创维实现了屏幕发声，做到了音画同步、音画同位、音画合一。

提升能力尽快破局

“彩电业是正在突围中的朝阳产业。”奥维云网（AVC）黑电事业部副总经理朱圆圆表示，2017年彩电业新进入品牌数量达到11个，2018年下半年预计还会有3家手机企业进入，彩电业所具有的高度吸引力可见一斑。

业界对彩电市场青睐有加，一个重要原因是该领域已进入新技术应用爆发期，新型显示技术日益展现出其在画质、形态、性能等方面的优势。在传统主流液晶电视发展日渐乏力之时，显示技术新宠OLED电视得到了越来越多企业的重视，主推阵营持续扩大。随着OLED的物理特性不断被挖掘，涌现出了各式各样的创新产品，艺术化、超薄壁纸、音画合一、可卷曲的产品形态成为最大的焦点。在提升分辨率方面，8K电视被消费者视为未来高端产品之一，供应端上游的面板企业目前已具备量产能力，8K将给电视大尺寸化发展带来强劲推动力。

与此同时，智能化为行业发展打开了新空间。2018年上半年，人工智能电视市场份额为45.8%，较去年同期增长28.2个百分点。人工智能语音技术的应用热度攀升，康佳在电视新品上实现了订餐、查天气、订票等生活场景服务。据悉，该企业与合作伙伴人工智能公司蓦然认知就如何通过人工智能带给电视用户更有价值和吸引力的服务达成共识，即先从人们的吃喝住行入手，打通服务和支付闭环，把语音支付交易变为现实，让用户享受到更方便快捷的服务。

面对新一轮结构调整，彩电企业能否胜出比拼的是核心竞争力，加强自身能力建设至关重要。朱圆圆认为，未来电视业破局的关键因素主要有三。首先，做好技术储备。电视行业是技术密集型行业，技术创新是产品竞争力的主要来源，也是企业获得市场份额的主要动力之一。其次，加强品牌建设。在消费升级态势下，消费者购买的不仅仅是产品，更是品牌自身的价值。再次，提升效率。面对用户话语权不断增强的市场趋势，电视行业应基于技术升级与信息流动做好整合、提升效率，创造新的商业模式。

本版编辑 李 景