2018年12月26日 星期三 经济日报

加快技术、产品、服务升级

环保产业要加快专业化技术化

经济日报·中国经济网记者 杜 铭

透视

近年来，环保产业扩张势头迅猛。然而，随着资本逐渐退潮，个别企业问题影响了资本市场对环保产业的信心。业内专家认为，走高质量增长之路，加快技术、产品、服务升级，才能促进行业健康发展——

12月22日，工作人员在拆卸汽艇上搭载的设备。由中国科学院大气物理研究所主持的“陆地边界层大气污染垂直探测技术”项目，日前在河北省保定市望都县启动了大型大气边界层污染加强观测试验。这将为我国大气污染垂直探测技术和科学研究发展作出贡献。

陈卫红摄（中经视觉）

“环保产业遭遇的与其说是‘黑天鹅’，不如说是‘灰犀牛’。”12月13日，在E20环境平台于北京主办的“2018（第十二届）固废战略论坛”上，瀚蓝环境股份有限公司总裁金铎表示，今天环保业问题的根源早就存在，只不过市场好的时候，企业忽视了急速扩张带来的风险。

“黑天鹅”是指极其罕见、难以预测的风险，“灰犀牛”则是太过于常见、以至于人们习以为常的风险。在今年金融去杠杆、强监管大环境下，资本迅速退潮，一些环保企业感觉进入了“寒冬”。

资本退潮

近年来，在资本推波助澜下，环保产业发展加速，部分企业不免心浮气躁，尤其是一些环保上市公司盲目追求规模扩张，资本运作过度，把杠杆用到了极致。当资本“寒冬”来临之际，企业骤然遭遇流动性危机，资金链极为脆弱，股价也随之暴跌。例如，东方园林发债事件一度引起市场关注。

“上市公司股权质押融资活跃，净增加1.5万亿元。当股市下行时，抵押品价格走低，有可能被强制平仓并抛售股票，形成了恶性循环。”生态环境部环境与经济政策研究中心主任、党委书记吴舜泽说。

这两年，PPP模式大行其道。其背后一是地方政府有治理环境的压力，但普遍缺乏资金；二是环保企业需要做大，先把项目拿到手就可以排除竞争对手；三是一些上市公司需要对资本市场“讲故事”，各方一拍即合。

中国光大国际有限公司总裁、清华大学PPP研究中心主任王天义认为，中国PPP模式应用短期内过于发力，因而出现了很多问题，“PPP模式容易被政府、企业、中介机构用坏，贪多、贪大、贪快导致力不从心，出现假冒伪劣、质量低等问题”。

政府很快意识到了风险所在。去年年底，财政部对PPP库集中清理，各地累计清理退库2428个项目、涉及投资额2.9万亿元，整改完善2005个项目、涉及投资额3.1万亿元。加之重点防控金融风险成为今年的重点工作之一，流动性收紧，企业普遍感觉缺钱，过去激进扩张带来的隐患和风险也随之暴露。

吴舜泽说，个别上市公司的问题被放大了，其实影响没这么大。但在炒作之下，影响了资本市场对环保行业的信心。

行业乱象

“今年的寒冬，很多企业在现金流断裂情况下倒了。”金铎指出，在现金流管理方面，行业内普遍存在三大问题。一是建设和运营不匹配。企业大量跑马圈地，同时有很多工程等待投资，但投入运营的项目能产生的现金流非常有限，只好“十个锅九个盖”地腾挪资金。

二是资金来源长短不匹配。由于工程建设审批链条非常长，为了快速启动项目建设，经常不得不用短期资金做长期工程建设投入。“为了拿项目，有些企业不惜垫资。甚至有的项目建好了，还没有拿到施工许可证，无法从银行贷款，从而使企业资金链高度紧张。”金铎说。

三是营收来源不匹配。有的企业业务结构单一，过于依赖政府补贴，收费的难度也各异。比如，电子废弃物回收企业从申请到获得补贴的周期要一年至两年，可能造成现金流恶化。

吴舜泽也指出，缺钱是普遍现象，是当前企业的共性问题。环保产业发展出现的问题不怪强监管，而是个别企业过于激进，短债长投、资金错配，违背了基本经济规律。“不能把2014年、2015年当常态。”

“有的上市公司质押股权去搞房地产，政策一变，钱出不来，所以爆仓。”原国有重点大型企业监事会主席赵华林表示，国家防范金融风险是为降低地方政府的潜在债务和央企杠杆，企业永远要聚焦主业，不要想着天上掉馅饼。

“过去一窝蜂搞环保，5万多家企业都赚钱。现在大调整、大整合，变化特别快，靠人脉拿项目的时代已经过去。虽然市场看上去很大，但有的企业一个项目都拿不到。”赵华林说，环保产业已度过数量快速扩张的草创阶段，但散、小、乱依然是基本特征。企业仍缺乏创新和优秀的管理团队，技术、模式趋同，缺少核心竞争力。

在规模导向之下，一些环保企业管理粗放，产品和服务同质化，行业恶性竞争，商业模式也不成熟。很多企业争抢项目一哄而上，忽略了项目的经济性，中标价一再走低，有些甚至低于企业成本。

混改破局

金铎表示，“寒冬”之下，倒逼行业走高质量增长之路，加快技术、产品、服务升级，提升现金流管理能力。“资本在未来仍然是非常重要的杠杆，我们要更多吸纳社会资本，逐渐优化资本结构，更加专注于运营和技术管理。未来中国环保产业一定会走专业化和技术化道路。”

一些环保企业加快拓展融资渠道，筹备粮草过冬。绿色动力环保集团股份有限公司党委书记、总裁乔德卫介绍，绿色动力于今年6月份在上海证券交易所成功挂牌上市，成为国内垃圾焚烧发电行业首家A+H股企业。王天义也表示，央企光大国际今年也通过配股方式募集了近百亿港币资金，创下了融资纪录，目前手上共握有约400亿元“弹药”可供投资。

会上，混合所有制改革成为讨论焦点。“很多地方政府在谈项目时，虽然也认可民企的技术，但一转身还是找了央企。”赵华林表示，国企、民企融合发展，走混合所有制道路，既可以发挥民营企业在技术研发、第三方治理和环境服务业上的创新性作用，也能利用央企在政策体制、政企关系、跨区域整合、资金等方面的优势。

绿色动力其实也是混改的成功案例之一。从一家民企到成为北京市国有控股企业，绿色动力拿下了20多个省区市的项目，垃圾焚烧发电项目总规模超过了6万吨/日。今年8月份，绿色动力在北京通州的垃圾焚烧发电项目启动运行，以严格的设计标准、具有“视觉地标”属性的城市景观，成为北京城市副中心的示范项目。

赵华林还透露，央企也存在同行业竞争恶化、非主营业务丛生、重复投资等现象，发展分散、协同效应不强。国资委在2018年下半年工作会议上指出，要持续推动环保产业资产整合，更加注重重组质量效果，加快推进央企内部资源重组。这意味着各家央企内部分散的环保业务有可能整合。

此外，金铎指出，民营企业具有机制灵活的特点，从而激发了大量的创新创造。混合所有制改革后，如何在机制上创新、保持活力，使国企和民企融合共生共赢，是全行业未来面临的挑战。

（上接第一版）城市群的规划建设，带动了大中小城市一体化发展，加快了中小城市基础设施和公共服务补短板的工作，促进了一批中小城市环境改善、产城融合水平提高和人气度提高。这些都有效地扩大了城市发展空间，带动了房地产和基础设施投资的活跃，提高了投资的内生动力。当前我国城镇化正在迈上科学规划，系统建设、整体推进的新阶段；我国城镇化率和城镇化水平还有巨大提升空间。新型城镇化与产业升级推动的新型工业化的良性互动，将为我国经济发展开拓广阔市场空间。

第三，多项因素支撑国内消费市场持续活跃。2010年后，出口、投资增速持续大幅下滑，但消费增速相对平稳。今年4月份以来出现的消费增速下降值得高度重视，但应看到，中国消费市场具有长期的高成长性。其一，源自于中国经济发展以改善民生为重要目标的特征。十几亿人民群众对美好生活的不懈追求以及为此在社会生产、建设方面持之以恒的艰巨努力，推动了中国消费市场持续快速扩大，也支持了工业、服务业和城乡建设的蓬勃发展，形成了相互促进的良性循环。其二，由于国内各类消费品、与生活消费相关的服务供给日益充裕，水平和质量不断提高，种类和技术创新日益丰富，对消费需求形成了不断加强的推动。其三，这些年来政府在保就业、精准脱贫、帮扶困难群体、稳定居民收入等方面做了大量工作，取得显著成效，既支持了就业稳定、居民收入增长稳定，也保障了消费市场持续活跃。其四，随着居民收入增加和文化领域供给侧结构性改革的深入，群众消费需求结构正在发生重大变化，文化消费和服务消费比重不断增长，将有效带动国内消费市场的增长。综上，国内消费市场持续活跃具有深厚的国情和发展模式特点支持，其持续保持的前景明朗。

第四，我国生产要素供给充裕。2013年开始，我国劳动年龄（16-59岁）人口开始减少。一些专家据此提出中国人口红利消失，劳动力资源供给出现不足。事实上，到2017年我国劳动年龄人口仍有9.02亿人，当年我国城镇就业人口4.24亿人，农民工2.87亿人。数据表明，我国劳动年龄人口存量巨大，虽然总量开始减少，但对经济发展仍然可以提供充裕的人力、人才资源支持。客观分析，实现充分就业，需要更高的经济增长率。从资金方面看，1982年至2008年，我国国民总储蓄率平均为39.81%；2009年至2017年，平均为48.4%。这表明当前我国国民总储蓄水平进一步提高，支持经济发展的资金条件改善。从技术方面看，近年来随着市场竞争趋于激烈，企业技术进步步伐明显加快。2017年我国研发支出达到1.75万亿元，居世界第二，较上年增长11.6%；占名义GDP比重达到2.12%。

第五，供给侧结构性改革综合成效不断显现，供给对需求的动态适应能力明显提高。当前，我国市场供给的数量保障能力大幅度提高。市场竞争对企业转型的“倒逼”作用加强，对企业和产能的优胜劣汰力度加大。市场调节程度较高的大量中小微企业、民营企业优胜劣汰、转型升级活动启动早，效果也比较明显。与此同时，政府通过去产能、去杠杆等多项供给侧结构性改革工作，积极推动大型企业、国有企业兼并重组、转型升级；特别是以“破、立、降”为重点，着力深化基础性关键领域改革，围绕产权制度和要素市场化配置机制，着力补齐制约市场竞争作用的制度短板，目前已取得积极效果。新动能明显增强，航空航天、人工智能、深海探测、生物医药等领域涌现出一批重大科技成果，新产业新产品蓬勃发展。低水平产能加快退出，行业发展环境持续好转；企业加快从数量扩张型效益转向质量和创新型效益，行业内产量扩张的自律能力增强，提质增效、创新发展活动增加。这些都促进了企业市场竞争力增强，使企业效益明显改善。

综上，支持我国经济实现平稳较快增长的条件，无论在需求端还是供给端，都比较多。据此可以认为，中国经济具备克服当前困难，实现平稳较快增长的基础。

三、坚持稳中求进，推动经济稳中向好

中央经济工作会议指出，我国发展仍处于并将长期处于重要战略机遇期。要善于化危为机、转危为安，紧扣重要战略机遇新内涵，加快经济结构优化升级，提升科技创新能力，深化改革开放，加快绿色发展，参与全球经济治理体系变革，变压力为加快推动经济高质量发展的动力。

当前和今后一个时期，我们要坚持稳中求进工作总基调，针对形势和任务的变化，在“稳”和“进”两个方面明确新举措，取得新进展。

一方面，要创新和完善宏观调控，确保经济运行在合理区间，进一步完善和落实好稳就业、稳金融、稳外贸、稳外资、稳投资、稳预期诸方面工作。宏观政策要强化逆周期调节，针对经济下行压力要加大宏观调控力度，积极扩大内需，稳定总需求。积极的财政政策要加力提效，实施更大规模的减税降费，进一步减轻企业税费负担、改善营商环境；减轻个人税费负担，稳定消费能力。在规范地方政府隐性债务和PPP融资，稳妥处理地方政府债务风险的同时，要积极开“正门”，较大幅度增加地方政府专项债券规模，保障基础设施补短板等方面的资金需求。稳健的货币政策要松紧适度，统筹好结构性去杠杆和更好支持实体经济等目标，保持流动性合理充裕。与要素市场化配置机制相关改革紧密结合，进一步改善货币政策传导机制，提高直接融资比重，解决好民营企业和小微企业融资难融资贵问题。结构性政策要强化体制机制建设，坚持向改革要动力，强化竞争政策的基础性地位，创造公平竞争的制度环境，鼓励中小企业加快成长。社会政策要强化兜底保障功能，实施就业优先政策，确保群众基本生活底线，寓管理于服务之中。

另一方面，在着力稳增长、保民生、稳大局的同时，要以更大的努力在必须坚持以供给侧结构性改革为主线不动摇，更多采取改革的办法，更多运用市场化、法治化手段，在“巩固、增强、提升、畅通”8个字上下功夫。

要巩固“三去一降一补”成果，在几年来去产能、去杠杆、去库存、降成本、补短板的工作基础上，明年要推动更多产能过剩行业加快出清，淘汰低水平落后产能；要通过相关改革进一步降低全社会各类营商成本；要结合扩大内需、增加有效投资等目标，加大基础设施等领域补短板力度。

要增强微观主体活力，发挥企业和企业家主观能动性，通过着力深化改革，建立公平开放透明的市场规则和法治化营商环境，促进正向激励和优胜劣汰，发展更多优质企业。

要提升产业链水平，注重利用技术创新和规模效应形成新的竞争优势，培育和发展新的产业集群。加快传统产业改造升级，加快新兴产业健康可持续发展。

要畅通国民经济循环，着力改革和完善要素市场化配置的相关体制机制，加快建设统一开放、竞争有序的现代市场体系，提高市场在人力、资金、技术等生产要素配置方面的决定性作用，进而提高金融体系服务实体经济能力，形成国内市场和生产主体、经济增长和就业扩大、金融和实体经济良性循环。

推进供给侧结构性改革，重点要在经济体制改革上着力，重点在产权制度和要素市场化配置机制的完善上着力。从基本经济制度和市场体系完善方面，为经济发展方式转变和经济高质量发展奠定制度基础，在市场竞争对企业的良性引导下使我国经济质量效益、绿色清洁的发展特点日益明显。

总之，按照稳中求进的总体部署，2019年要具体在推动制造业高质量发展、促进形成强大国内市场、扎实推进乡村振兴战略、促进区域协调发展、加快经济体制改革、推动全方位对外开放、加强保障和改善民生等7个方面把各项工作做实做细，使我国发展拥有的足够韧性、巨大潜力充分发挥出来，把我国经济长期向好的势头充分展现出来！在以习近平同志为核心的党中央的坚强领导下，全国上下一心一意谋发展，千帆竞发争上游，坚定信心，埋头苦干，我国经济稳中向好势头就一定能够不断增强，持续健康、平稳较快、提质增效、绿色清洁发展的特点就一定会日益鲜明。

（作者系国务院发展研究中心研究员）

市场瞭望

首届中国满意品牌高峰论坛举行——

品牌建设需“软硬”兼顾

本报记者 熊 丽

日前，首届中国满意品牌高峰论坛在北京钓鱼台国宾馆举行，来自32家知名企业品牌荣获“中国满意品牌”称号，13家品牌获得“中国满意品牌成长之星”称号。

通过运用大数据技术，2018中国满意品牌报告共筛选了15个行业近一年内的数据。从品牌满意度来看，15个行业的品牌满意度均值为70.46%，共有9个行业的满意度高于均值。其中，服装行业以79.38%的品牌满意度排在15个行业首位，满意度最低的行业为医疗行业，品牌满意度仅为54.04%。

“品牌是产品理念、价值及企业家精神的集中展示，是产品核心竞争力的重要表现，也是企业乃至国家竞争力的综合标志，代表着供给结构和需求结构的升级方向。”中国企业评价协会会长侯云春表示，改革开放40年来，我国经济以年均9.5%的速度增长，我国产品和服务质量也不断提高，涌现出一批享誉国内外的知名品牌。2008年，中国品牌在全球品牌500强的占比仅3%，品牌总价值923亿美元。10年后，品牌占比提高到15%，品牌总价值翻了10倍，达到9115亿美元。中国品牌建设取得的进步和成就有目共睹、令人欣喜。

与此同时，我国品牌建设还存在很多问题和很大差距。侯云春表示，与我国的产品产量和经济体量相比，我国自主品牌的数量和质量还很不相称；与发达国家的著名品牌相比，我国品牌的知名度、忠诚度、美誉度都还有不小的差距；与新时代人们追求美好生活的新需求新期待相比，我国品牌建设还很不适应新形势的要求。

“当前，中国经济正处在从高速增长转向高质量发展的重要阶段，‘美好生活需要’的内涵变得更加广泛，原来的‘硬需求’没有消失，并呈现出升级态势，新生的‘软需求’则呈现多样化多层次多方面的特点。”侯云春认为，我们必须适应经济发展新形势的要求，以人为本，树立品牌强国理念，从物质生活到精神文化、从现实需要到价值认同，着力强化中国设计、中国创造，开启自主品牌建设发展的新时代。

“中国企业和中国品牌本质上是以小博大，以后进赶超先进，这是中国企业面临的基本形态，这个基本形态恐怕还要持续较长一段时间。”原国有重点大型企业监事会主席寻寰中认为，中国自主品牌的发展要靠各个方面合力推进。自主品牌的落后实际上与我们几十年技术投入严重不足直接相关，加大技术投入可能是一个长远的，短期内难以见效的事情，即便如此，也应该从长远考虑下更大的气力。

中国宏观经济研究院副院长吴晓华认为，要明确品牌创造在创新战略中的重要地位。创新是全方面多层次的生态系统，既包括技术创新也包括品牌创造，要尽快形成自主技术、自主营销网络、自主品牌的体系。此外，在“走出去”的过程中，要增强中国品牌的国际影响力和吸引力，让中国品牌更好地参与“一带一路”建设。

侯云春认为，品牌建设是一种由内而外实实在在的功夫。因此，品牌满意度的培育要有整体性和全局性考虑，对品牌建设工作应有长期规划，以建设企业品牌百年基业为目标，为消费者提供美好的消费体验，提高满意度，是企业直面消费层次升级的理性选择。

产业一线

颠覆传统模式 破解安全隐患

电动单车有望进入无线充电时代

本报记者 董碧娟

我国是全球电动自行车生产及销售第一大国，目前电动自行车全社会保有量约2亿辆，年产量3000多万辆。然而，近年来电动单车火灾事故呈多发态势。2013年至2017年，全国共接报因电动自行车引发的火灾1万余起，较前5年增长33.3%。统计显示，80%的电动车火灾是在充电时发生的。

近期，由我国企业自主研发的电动单车无线充电技术正式亮相，将有力破解电动单车充电安全隐患问题，有望开启电动单车产业的“无线充电”时代。

“我们历时一年多协力攻关，研发出适用于电动单车的新型无线充电装置，该技术已获得国家发明专利。”追日集团武汉楚象能源科技有限公司研发负责人李国浩告诉经济日报记者，这款无线充电装置具有安装简单，使用方便和防雨淋的特点，实现了无接触的免电操作，可有效避免充电火灾隐患，在安全性及易接入物联网等方面显示出独特优势。

据了解，通过这一充电装置，只需将车靠近无线充电发射端就能充电，充满后会自动断电。它能在露天场合为目前市场销售的各款电动车及不同规格的电池充电。“其装置内集成了电池储量、充电电压和电流参数的智能检测，最佳充电曲线控制，收费和通讯以及安全保护功能，能通过手机APP实现远程控制。该技术也可方便适用于电动汽车的安全充电。”李国浩介绍。

业内专家认为，这种先进的充电技术具有广阔的应用前景，将颠覆传统模式，为相关产业注入新的生机和活力。目前，国际上鲜有成熟的电动单车无线充电技术，这项技术在我国首发有着坚实的市场和应用基础，首创者是追日集团也并非偶然：从国际首台高压大功率液态软起动产品，到中国首台自主知识产权的有源电力滤波工业应用产品；从国际领先的兆瓦级光伏并网逆变器，到全系列电动汽车智能充电桩及动力电池总成系统……成立于1997年的追日集团，创新动能越来越强。

近年来，追日电气在新能源汽车电源系统技术领域开发出壁挂式、落地式、便携式全系列充电机（桩）产品，以及集装箱柔性功率分配充电站、集装箱移动电源车等新产品。“我们目前将把这项新技术用在新日电动单车上。此外，也有多家相关厂商对我们的产品表现出了极大兴趣。企业已经制定了3年规划：2019年预计生产电动单车无线充电装置5万套，2020年将生产30万套，2021年将生产100万套。我们还计划将这项技术用在电动乘用车和大巴车上，这将打开另一片蓝海。”追日电气董事长陈建国表示。