

预计今年底可提前完成2020年发电装机目标——

# 三产用电增长快 绿色能源来助力

本报记者 顾 阳

“上半年，全国电力生产运行平稳，电力供需总体平衡。预计下半年电力消费将延续平稳增长态势，全年全社会用电量同比增长5.5%左右。”在日前举行的2019年上半年全国电力供需形势分析预测报告会上，中国电力企业联合会专职副理事长兼秘书长于崇德说。

据统计，上半年全国全社会用电量3.40万亿千瓦时，同比增长5.0%，一、二季度分别增长5.5%、4.5%。从电力消费特点看，第一产业用电中速增长，第二产业及其制造业用电稳定增长，第三产业和城乡居民用电量继续保持较快增长。其中，第三产业和居民生活用电占比合计为31%，同比提高1.2个百分点；第二产业用电占比为68%，同比下降1.2个百分点；第一产业用电占比与上年持平。

新旧动能转换体现在用电主体变化上。上半年，高新技术产业用电保持较快增长，信息传输、软件和信息技术服务业用电继续保持快速增长势头，同比增长13.6%；租赁和商务服务业、房地产业、批发和零售业用电量增速均保持在两位数以上。值得注意的是，电能替代持续推广，促进第三产业用电快速增长，充电电服务业用电量增长

## 行业观察

□ 新旧动能转换体现在用电主体变化上。上半年，高新技术产业用电保持较快增长，信息传输、软件和信息技术服务业用电继续保持快速增长势头，同比增长13.6%。

□ 电力生产延续绿色低碳发展态势。非化石能源发电装机比重继续提高，发电量也快速增长。预计到今年底，全国发电装机容量可提前完成2020年20亿千瓦规划目标。

126.9%，港口岸电用电量增长316.9%，城市公共交通运输业用电量增长18.6%。

从区域用电量来看，上半年绝大部分省份用电量均为正增长，中西部地区增速领先东部和东北地区。除青海、甘肃、上海3个省（市）用电量同比下降外，28个省份用电量正增长，在14个用电量增速超过全国平均增长水平的省份中，除海南、河北外，其余均属于中西部。

“电力生产延续绿色低碳发展态势，非化石能源发电装机比重继续提高，发电量也快速增长。”于崇德表示，截至6月底，全国全口径发电装机

容量19.4亿千瓦，同比增长6.1%。其中，非化石能源发电装机容量占比41.2%，同比提高1.4个百分点；全国规模以上电厂发电量为3.37万亿千瓦时，同比增长3.3%；全国发电设备利用小时数为1834小时，同比下降24小时。

上半年，全国新增发电装机容量4074万千瓦，同比少投产1194万千瓦。其中，新增非化石能源发电装机容量2506万千瓦，占新增发电装机总容量的61.5%。新增煤电装机984万千瓦，同比少投产54万千瓦。

上半年，非化石能源发电量快速增长，全国规模以上电厂水电发电量5138亿千瓦时，同比增长11.8%；核电发电

量1600亿千瓦时，同比增长23.1%；全口径并网风电、并网太阳能发电量分别为2145亿千瓦时、1063亿千瓦时，同比分别增长11.5%、29.1%。

与此同时，跨区跨省送电量也实现了较快增长，清洁能源得到大范围优化配置。上半年，全国跨区、跨省送电量分别完成2243亿千瓦时、6426亿千瓦时，同比分别增长11.2%、12.0%。西北区域是外送电量最多的区域，占全国跨区送电量的40.6%。

据预测，下半年电力消费仍将延续上半年的平稳增长态势，预计今年全社会用电量同比增长5.5%左右。

“预计发电总装机容量年底达20亿千瓦，非化石能源装机比重提高至42%。”于崇德说，到今年底，全国发电装机容量可提前完成2020年20亿千瓦的规划目标，太阳能发电装机容量远超2020年1.1亿千瓦的规划目标，非化石能源发电装机比重也将超过2020年39%的规划目标。

针对当前我国已进入迎峰度夏关键期，加之下半年重大活动保电任务较为繁重，中国电力企业联合会建议，要根据电力供需趋紧形势，加快系统调峰能力建设和需求侧管理，扎实做好电力供需平衡工作，确保电力安全稳定供应。

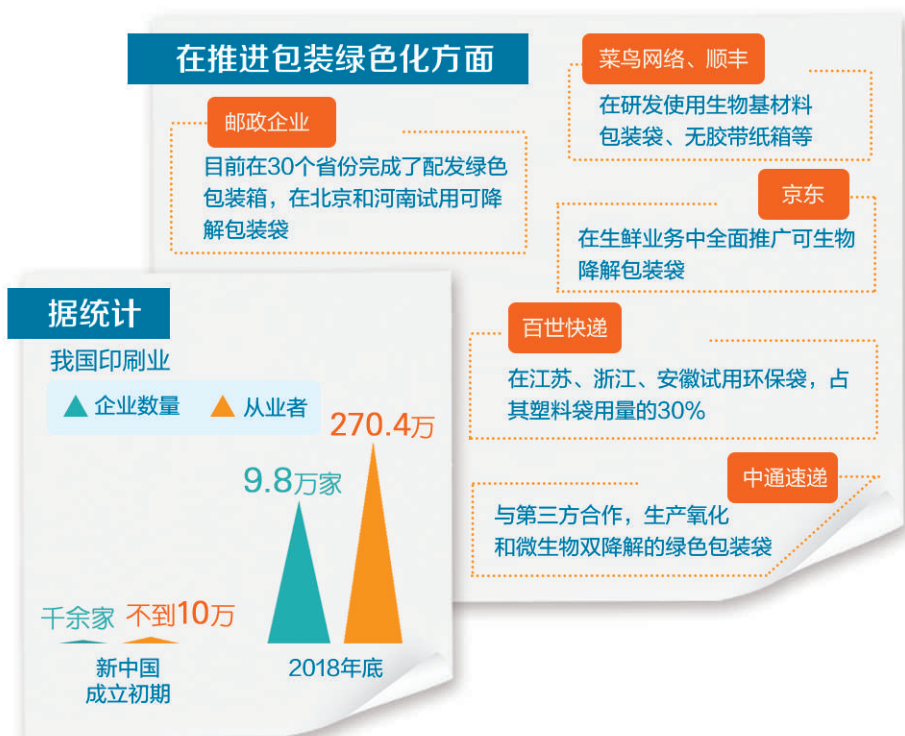
## 新技术新材料加快应用 新需求开辟差异化市场

# 绿色化给印刷业带来新商机

经济日报·中国经济网记者 姜天骐

## 透视

70年来，我国印刷业经历了“铅与火”“光与电”的发展过程，正加快向绿色化、数字化、智能化、融合化方向发展。不仅印刷企业开展了源头削减、过程控制、末端治理全过程防治，而且绿色设计理念不断得到运用，绿色包装、环保包装也逐渐成为包装印刷企业实现差异化竞争和可持续发展的绝佳机会——



在日前举办的“2019中国印刷业创新大会”上，绿色发展成为出版印刷业共同关注的焦点。在本次大会上，行业内优秀企业分享了各自绿色化发展的经验，企业在不同领域、不同发展阶段有哪些绿色化实现路径？行业如何探索未来绿色化发展重点突破方向？记者采访了有关专家和业内人士。

### 全程开展绿色生产

会上，中宣部副部长梁言顺指出，70年来我国印刷业经历了“铅与火”“光与电”的发展过程，正加快向绿色化、数字化、智能化、融合化方向发展。特别是党的十八大以来，印刷业呈现出向高质量发展迈进的崭新局面。

据统计，我国印刷业从新中国成立初期的千余家企业、不到10万从业者，增长到2018年底的9.8万家企业、270.4万从业人员，实现1.27万亿元印刷总产值，已成为我国文化产业中的支柱行业。

据了解，我国自2010年起实施绿色印刷战略至今已有9年。9年来，印刷业绿色化工作取得了长足发展，绿色理念已经深入人心。印刷绿色化不再是简单

的印刷工艺和耗材“绿色化”，更延伸出深刻的内涵。

记者了解到，近年来很多企业都在从源头削减做起，逐步推广使用更加环保的原材料和辅助材料。比如，使用大豆环保油墨、水性光油、免酒精润版液、环保洗车水、植物淀粉喷粉、不含苯或二甲苯的环保胶黏剂，以及逐渐增加通过持续森林认证（FSC）纸张的使用量，等等。

坐落在北京的纳米绿色印刷产业化基地，不到3分钟即可制成一张印版。中科院化学所研究员宋延林告诉记者，“纳米材料绿色制版技术可将所有信息用计算机处理好，再通过打印直接得到印版，还可以在瓷砖、玻璃和丝绸等纺织面料上打印平面或立体图案。”

在过程控制方面，一些大型印刷企业也通过采用集中供气、集中供水和集中供墨系统减少固废产生；一些企业还通过使用润版液过滤循环系统，减少了90%的新鲜水用量。在末端治理环节，印刷企业主要开展了废气、废水和危废三方面治理。印刷业危废主要来自于印前废水和印刷废水治理后的液体危废，及油墨桶使用后的塑料内胆、吸附饱和后的活性炭、擦机布。目前，很多企业对危废的处置和运输都选择了有资质的第三方供

应商，取得了很好的社会效益。

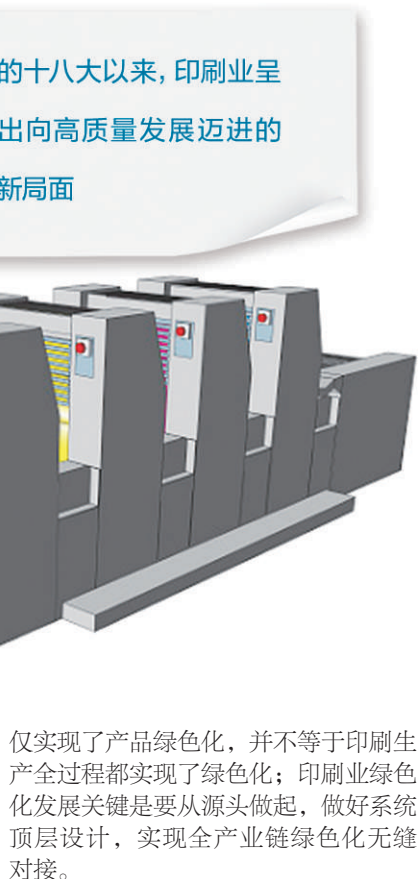
除了源头削减、过程控制、末端治理全过程防治，印刷企业在节能降耗、减少排放、认证审核等方面也下了不少功夫。比如，印刷企业用电消耗较大，但通过改变能源管线和设施布局，可以节约用电，为企业降低成本，提高效益。例如，北京华联印刷有限公司将6台独立空压机改造为3台集中供气节能空压机，总输出功率下降超过20%，可节约用电量20%至30%，18个月就能收回改造投资。

### 抓好源头绿色设计

在本届大会上，北京设计学会创始人宋慰祖还介绍了绿色设计理念。比如，针对印刷行业，工厂车间绿色设计可提高空间利用率、节省人力、更符合环保要求；文创产品绿色设计既可引导消费者绿色消费，也可实现材料节约与创意兼得效果。他认为，要实现绿色设计，需要倡导新的理念、应用新科技，实现生产的可持续性，重在生态、资源与科技、需求相协调。

北京印刷学院设计艺术学院院长张彬认为，印刷业绿色化工程一个重要方面是开发颠覆性技术，要对目前现有工艺、装备、原料、信息获取、控制方式等实行改革和创新。此外，还要强化基础研究和理论研究，加强国际间交流合作，在开展绿色印刷的同时，也要加强对智能化、数字化技术的研究。

北京印刷协会专家任王成认为，仅



党的十八大以来，印刷业呈现出向高质量发展迈进的崭新局面

仅实现了产品绿色化，并不等于印刷生产全过程都实现了绿色化；印刷业绿色化发展关键是要从源头做起，做好系统顶层设计，实现全产业链绿色化无缝对接。

### 创新治理包装污染

近年来，随着国民消费能力不断提升以及电子商务蓬勃兴起，我国消费品市场呈现出了持续且快速增长态势，这也极大地促进了包装印刷产业的迅猛发展。

一方面，定制化、个性化、差异化等成为包装印刷业重要的发展特征。另一方面，随着印刷技术不断升级，以及环保理念日益深入人心，智能印刷与绿色印刷将成为未来包装印刷业发展的重要方向。

随着政府、企业、个人对环保重视程度不断提升，绿色包装、环保包装逐渐成为包装印刷企业实现差异化竞争和可持续发展的绝佳机会。以最受人们关注的环保快递包装为例，为解决包装污染问题，各大电商与快递企业目前正纷纷试水绿色包装。

绿色包装离不开科技创新与应用。在推进包装绿色化方面，目前邮政企业在30个省份完成了配发绿色包装箱，在北京和河南试用可降解包装袋；菜鸟网络、顺丰也在研发使用生物基材料包装袋、无胶带纸箱等；京东则在生鲜业务中全面推广可生物降解包装袋；百世快递在江苏、浙江、安徽试用环保袋，占其塑料袋用量的30%；中通速递与第三方合作，生产氧化和微生物双降解的绿色包装袋；申通快递准备将可循环使用50次至60次的环保文件封套投入使用，并与清华大学化学工程系合作研发可降解塑料袋。

## 市场瞭望

苏宁易购发力全场景零售

# 把“店”开到消费者身边

本报记者 李治国

在苏宁“818发烧购物节”即将到来之际，7月25日，苏宁易购总裁侯恩龙首次全面解读苏宁全场景零售的最新探索和布局。他表示，当前消费越来越多元化，消费习惯也在不断变化，消费市场愈发呈现“圈层化”“泛娱乐化”“本地化”特征。今年“818发烧购物节”将开展全场景零售，以应对瞬息万变的消费环境。

侯恩龙说，如今流量已不再是大明星、大品牌、大平台的专属，草根也能一夜之间崛起，“比如，修空调的工程师同时也可以B站数百万粉丝的美食博主”；不同圈层人群的消费理念、消费习惯完全不一样，每个小群体都有自己的话语体系和偏好。“人群圈层化直接催生了圈层经济。”侯恩龙说。

同时，消费“泛娱乐化”让品牌营销、休闲体验变得更加丰富。例如，苏宁与宝洁联合定制的《狮子王》IP礼盒装一上线就成了“爆款”，话题传播超过3600万。

此外，以“即时配送”为特征的本地生活服务走向零售业舞台中央，各路玩家纷纷加码。据悉，苏宁小店已服务超过1.2亿消费者，成为本地化消费的承载者，可满足人们在其生活半径里的各项需求。

目前，苏宁“两大两小多专”的业态正加码布局，其中，苏宁小店和零售云业态分别覆盖社区、乡镇两个下沉市场。除了苏宁小店和零售云打造“身边的苏宁”之外，苏宁易购还招募了100万个社群，触达用户超过5亿。苏宁持续为百万社群赋能，匹配用户需求，实现圈层用户“人群+产品+社群运营”的模式。

下沉、社群生意让苏宁离用户更近，成为与消费者最近和最丰富的全场景零售平台之一。侯恩龙表示，今年苏宁“818发烧购物节”将实现“有的逛、值得买、在身边”，搭建线上多平台、线下场景多业态互联网化、会员全面贯通的消费场景。

记者获悉，苏宁小店、苏宁极物都将推出3.0新模型店。其中，小店3.0专设厨房区、用餐区，餐饮将成为苏宁小店引流，形成品牌个性化、差异化，带动利润的重要因素；苏宁极物3.0则聚焦年轻消费者，为其提供全新的生活方式和服务体验。预计到今年9月份，苏宁5G体验店落地将超200家，覆盖全国一二线核心城市。

全场景零售离不开基础设施的支撑。苏宁物流集团执行总裁姚凯强调，“苏宁物流要做科技和效率驱动的物流基础设施平台。”据介绍，截至今年一季度，苏宁仓储总面积为964万平方米；预计到2020年，苏宁仓储总面积将达2000万平方米，6万个以上物流节点将形成通达全国的物流网络，售后服务网络也将覆盖全国98%以上地区。不仅如此，“1小时服务圈”同时已覆盖全国15万个以上社区。苏宁物流已成长为全国零售行业最大的自建物流平台之一。

据透露，苏宁还将在南京雨花物流基地上线测试新一代无人仓，实现存拣分包全流程无人化，拣选效率可高达600件/小时，商品最快20分钟出库，单件商品拣选成本降低52%，效率比人工提升5倍。

## 产业一线

# 空客直升机国内组装下线

**本报讯** 记者刘成、通讯员王晓燕报道：7月24日，一架空客H135直升机在青岛完成大部件组装后下线，在办理海关通关手续后，将进入出口监管仓库。这也是空中客车直升机（青岛）有限公司首架在国内加工贸易项下完成大部件组装生产的H135直升机。

据悉，空客青岛H135直升机总装线项目是由中德两国总理共同见证签署的合作项目，也是空客直升机在中国设立的首条H135直升机总装生产线，设计年产能可为36架。今年1月份，空中客车直升机（青岛）有限公司正式完成加工贸易电子手册备案，并顺利办理了首批飞机备件保税进口手续。

据了解，为向重大项目提供优质高效的海关监管服务，青岛大港海关创新实施“保税仓库+加工贸易+出口监管仓库”保税监管模式，进口飞机备件先通过保税方式进境存入公用型保税仓库，待该项目加工厂房建成、生产设备安装完毕且企业办理加工贸易手册后，将进口的保税备件从保税仓库转入加工贸易手册项下，完成加工后再出口至监管仓库存储，直升机成品最终在国内销售时办理一般贸易进口手续。在进口料件及加工成品所有权不发生转移情况下，海关对该项目实施了全过程保税监管，最大限度地为企业缩短了生产时间，降低了物流成本。同时，鉴于直升机产品特殊性，企业资金占用压力大，青岛大港海关为企业减免了加工贸易保证金。经测算，每架直升机可节省资金成本800余万元。



图为在青岛组装下线的一架空客H135直升机。

王晓燕摄