

一边发电 一边治沙

生态光伏是这样炼成的

经济日报·中国经济网记者 王轶辰



当舆论还在担忧新能源发电成本过高,无法和煤电、水电形成良性竞争的时候,光伏发电平价上网的步伐正在不断加快,甚至远超预期。2019年下半年,我国不少区域的光伏项目经济性持续提升,光伏发电有望成为当地最便宜的电源。对于光伏行业来说,平价上网能否实现已不是问题,而是应该关注实现平价之后如何发展。其中,光伏产业与生态经济的融合发展,为光伏产业可持续发展提供了一条可靠的路径。

发电治沙获得双赢

横卧在鄂尔多斯高原北部的库布其沙漠,总面积约145万公顷,流动沙丘约占61%,横跨内蒙古三旗。过去,不仅当地民众要忍受漫天黄沙飞扬之苦,也因为沙漠距离北京最近,被称为“悬在首都头上的一壶沙”。

“过去我们搞沙漠治理,为进一步改善生态环境打下了良好基础,整体治理效果不错,但没有产业就没有后劲。”内蒙古自治区达拉特旗委书记奇·达楞太告诉经济日报记者,沙漠里既有土地,又有光资源,所以通过光伏治沙,建设“沙漠经济先导区”将沙漠资源有效利用成了治沙的有效路径。

2017年11月份,当地总投资37.5亿元的光伏领跑基地一期50万千瓦光伏发电项目得到国家能源局批准,并于12月10日实现一次性全容量并网发电。2019年6月份,国家能源局确定内蒙古达拉特、吉林白城、江苏泗洪3个基地为第三期光伏发电领跑奖励激励基地,每个基地奖励激励规模为50万千瓦。达拉特旗光伏发电领跑奖励激励基地项目建成后,将与一期项目连成一体,成为全国最大的沙漠集中式光伏发电基地和世界最大的光伏治沙项目。

产业协同使得光伏发电和治沙获得



图为内蒙古自治区达拉特旗光伏发电应用领跑基地一期500兆瓦项目。
本报记者 王轶辰摄

双赢。2019年8月18日,内蒙古达拉特旗政府网站发布了“达拉特旗光伏发电领跑奖励激励基地2019年竞争优选申报企业信息公示表”,其中,最低申报电价为0.24元/千瓦时,这一价格已远低于当地火电标杆电价,刷新国内光伏发电报价的新纪录。

协同发展初见成效

治沙的同时,达拉特旗把绿色清洁能源开发与传统石化能源使用有机结合,依托光伏基地输电半径短和达拉特电厂煤电资源充足的优势,结合开发区正在实施的增量配电改革试点,推动形成光伏、火电相互配套补充,就地消纳与向外输送相互结合的多能互补模式和区域微电网,降电价、引投资,加快现代能源经济发展。

奇·达楞太表示,一系列项目的建设将对达拉特旗现代能源经济发展,持续

推进库布其沙漠生态环境改善,提升三次产业融合发展示范水平,加快地区经济转型升级步伐产生重大深远的影响。

目前,达拉特经济开发区新引进落地项目22项,签约项目23个,预计总投资1366.4亿元。到2020年,开发区产值将在2017年的基础上翻一番。在奇·达楞太看来,过去发展中存在质量不高的问题,如投入大,回报率低,同时造成环境的污染和资源、空间的浪费,所以,要让工业进入园区,实现产业向产业生态圈集聚,整体形成循环、高效的系统。

记者了解到,领跑基地把理念技术创新作为重点突破,改变了传统光伏产业分散式的思维,采取集中化规划、集成化技术、集聚化运营管理的模式,统一规划建设、运营维护,降低成本,提升效能。同时,依托规划建设的百万千瓦级光伏发电基地,引进高端、高质、高效光伏系列技术产品和设备研发企业,鼓励产业链配套项目开展战略合作、协同创

新,同时完善相关工程设计、检测认证及质量管理等产业服务支撑体系,促进太阳能产业整体竞争力提升。

据悉,达拉特光伏发电应用领跑基地采取集约化空间布局、集成化技术应用、集聚化运营管理的模式,得到了国家能源局的认可。目前,基地一期项目在清洁能源开发利用方面,发电量达到8.1亿千瓦时,实现产值2.8亿元,平均电价为0.35元/千瓦时,处于全国低价优势领先水平,未来随着气候条件改善,光伏项目技术领跑优势将进一步放大,经济效益会超过预期,全年预计发电量将突破11亿千瓦时,实现产值3.85亿元。

生态产业治用并行

记者了解到,“生态优先、绿色发展”是达拉特光伏发电应用领跑基地规划建设的首要原则,形成沙漠治理、生态修复、生态经济、沙漠产业多位一体、治用并行、平衡发展的发展体系。

该基地还把一二三产融合发展作为核心关键,把发展光伏产业与沙漠有机农业、沙漠风情旅游和乡村振兴有机结合起来,最大程度地放大基地的生态效益、经济效益和社会效益。采取“板上发电、板间养殖、板下种草(药)”的方式,实现土地的综合利用。

当前,库布其光能环沙漠乐园旅游项目总投资已达7.6亿元,年内计划完成投资2.44亿元,项目建成后年可接待游客150万人,实现产值4亿元。此外,通过“林光互补”生态修复工程,将经济林养护项目承包给当地农牧民,同时通过沙漠旅游、光伏板保洁、物业服务等可吸纳就业1200人,人均增收4200元。

奇·达楞太告诉记者,光伏项目推进沙漠治理是保护黄河流域生态环境、推动经济高质量发展的一个具体措施。黄河流域的生态保护和高质量发展,一方面要控制好农业、养殖业对水体的污染;另一方面在于沙漠的治理,防止沙化扩大对黄河生态造成影响。

推动科技创新成果转化

中科院技术入股西王特钢

本报讯 记者王金虎报道:12月23日,西王特钢发行的1亿股股份正式授予中科院金属研究所及其研发团队,其中4900万股授予中科院金属研究所附属公司,其余5100万股授予第二批中科院金属研究所主要人员。每股发行价格为1.22港元。之前,西王特钢共有22.69亿股股份;本次发行完成后,增加为23.69亿股。其中,控股股东西王投资持股比例为63.23%,中科院金属研究所附属公司持股2.07%,第二批中科院金属研究所主要人员持股2.15%,其他公众股东持股32.55%。

“这1亿股股份落地,标志着中科院技术入股西王特钢的股权全面落地,中科院正式成为西王特钢的股东。”西王集团有关人士介绍。

事实上,中科院金属研究所及其研发团队与西王特钢的全面合作由来已久。今年,中科院高端特钢重大项目落户西王特钢,推动双方合作日益走向深入。据悉,下一步,西王特钢将加快中科院创新成果转化应用,打造国家级特种钢新材料和高端装备零部件产业精品基地。

过去两年增长率达26%

我国自有品牌市场发展迅速

本报讯 记者李治国报道:近日,《2020中国自有品牌达曼白皮书》在第十届“全球自有品牌产品亚洲展”上发布。《白皮书》认为,随着消费行为的快速变化,零售格局也发生着翻天覆地的改变,自有品牌已成为当前零售业的新蓝海。

自有品牌是指批发商或零售商自己创立并使用的品牌,常见的有超市、便利店的自有品牌。达曼中国自有品牌资深总监埃里克斯表示,目前中国自有品牌市场增速快,具有无穷的发展潜力。在过去两年间,自有品牌在中国市场的增长率高达26%,远超快速消费品增长11%的市场表现;39%的中国消费者曾购买自有品牌,剩下61%的消费者中有94%的人愿意尝试自有品牌。

《白皮书》指出了中国零售商应加快自有品牌发展的四大原因,即自有品牌正在驱动全渠道零售增长;消费者正在生活必需品上寻求更具性价比的替代品;自有品牌消费者拥有高消费力;消费者的消费决策日趋理性,较少单纯受品牌知名度影响。

现阶段自有品牌在中国的市场份额仅占1%,然而在部分欧洲国家达到将近50%。埃里克斯指出,自有品牌在中国拥有实现跨越式增长的巨大潜力。当前,夯实基础正成为零售商的首要任务,即提升消费者对零售商自有品牌的认知度,并进一步提升自有品牌渗透率。《白皮书》显示,在目前的头部零售商里,永辉超市与家乐福过去两年自有品牌的业绩增长最为迅速。

华为终端新赛道：

从手机公司到全场景品牌

2012年9月,华为消费者业务CEO余承东刚接手终端时,许下七大目标:从白牌到自有品牌、从低端向中高端、放弃超低端功能机、启用海思自有芯片、开启电商业务、启动用户体验EMUI设计,以及确立硬件世界领先的目标。七年过去了,这七大目标总体已经完成,甚至超额完成。那么,在下一个十年,华为的新赛道是什么?

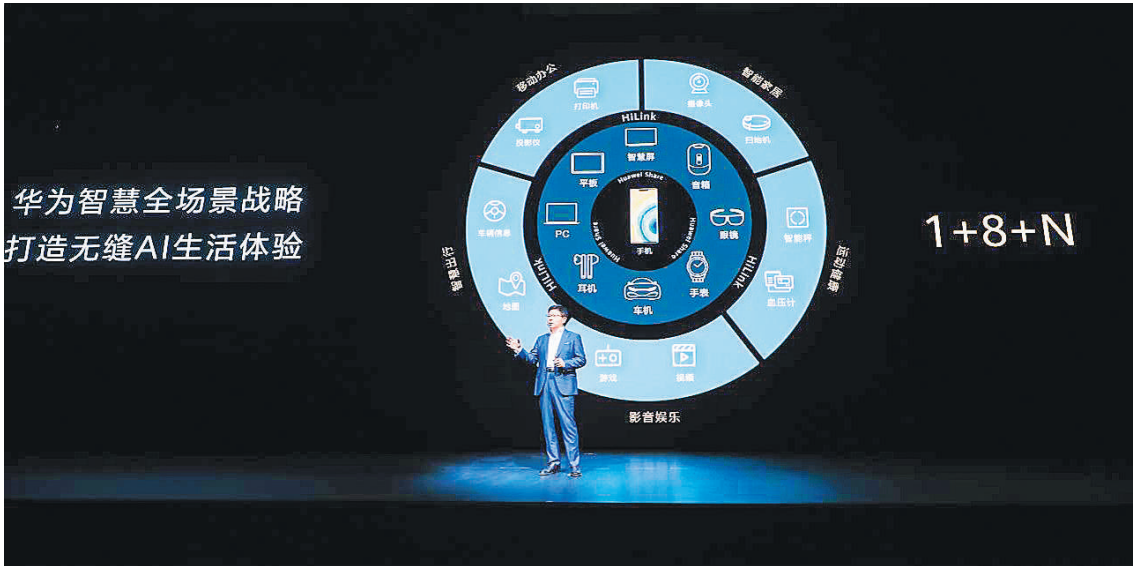
2018年6月,余承东首次发布华为全场景生态战略,为用户带来精致的生活体验。2019年,华为全场景生态战略全面升级为全场景智慧化战略,这也是华为终端未来5到10年的长期战略。

全场景智慧生活以HiAI和鸿蒙OS为源动力,通过HiLink、HMS(华为终端云服务,Huawei Mobile Services)等软硬件科技的持续创新和协同,使包括手机在内的全场景终端实现互联互通、能力共享,让消费者畅快感受设备之间无感连接、信息内容无缝流转的智慧生活美好体验。

在移动互联时代,手机、PC和智能手表等产品的体验是互相割裂的。互相独立的软硬件生态系统,让内容和服务很难在不同种类的设备之间流转。手机对用户时间的占据延缓了其他终端设备的进化,令其他产品的发展产生断层。随着5G商用落地,整个行业将不会有纯粹意义上的手机公司。在智慧物联新赛道,如何让用户在高频场景下得到更好的体验,打造万物互联和自然交互的全场景智慧生活,成为下一个十年竞争的焦点。

全场景将如何提升我们的体验呢?生活中,各种终端设备都有自己的专长,例如,智慧屏的显示和声效系统更好;耳机的音质和降噪效果更好;手表的便携贴身性更强;车载终端的拾音和GPS系统更优。AI的演进让所有生活中的硬件都具备实时联网在线、触屏&语音&视觉多种人机交互方式,从而能够相互关联和配合,成为懂你的一个整体,创造无缝协同的智慧生活。

运动时,手机无需随身携带,耳机会自动连接到



2019年11月25日,余承东在讲解全场景智慧化战略

手表,播放手表中的音乐。在车上,手机不用拿出来,就可以跟车载终端实现无感全连接,并进行声控、手控等多种形式的交互。在家里,智慧大屏和AI音箱将成为你贴心的小助手,手机里的服务和内容可以在大屏高质量呈现。办公时,键盘和鼠标将成为手机的外设,手机和PC可以一碰即传、高效协同。这就是全场景智慧生活可以带给消费者的体验升级。它可以让看似没有相关性的硬件连接配合,组合成为一个整体、共同带来无缝的全场景智慧生活体验。

在选择战略城墙口的时候,华为不仅看商业需求曲线,也看技术生长曲线,两条曲线叠加的最大值,才是公司的奋斗目标。在智慧物联时代,产品力和技术力将成为制胜点。在单品做强的基础上,AI和连接能力是全场景生态能否成功的关键。

全场景智慧生活的核心驱动力是华为HiAI和鸿蒙OS。华为HiAI智慧终端计算平台将提供芯、端、云三个层面的技术开放,赋能全球的合作伙伴。芯侧能

力开放,能够有效打破端侧功耗、算力等瓶颈,促进端侧AI规模应用。端侧的HiAI引擎,可轻松将多种AI能力与智能设备/APP集成,让终端设备/APP更加智慧强大。云侧能力开放包括HMS提供的账号、支付、推送等HMS Core核心服务,以及HUAWEI Ability Gallery(快服务智慧平台)整合的第三方原子化服务。

鸿蒙OS是全场景实现的软件技术基础。它将设备的硬件能力与终端解耦,通过分布式软总线连接不同终端,让应用轻松调用其他终端的硬

件外设能力,为消费者带来跨终端无缝协同体验。鸿蒙OS与全场景智慧分发的HMS生态相结合,可以为消费者带来跨硬件、跨平台的无缝全场景智慧生活新体验。HUAWEI HiLink平台则解决了跨品牌的生态产品协同问题,是华为IoT生态的基础架构,也是IoT生态产品互联互通的开放平台。

华为32年来深耕通信连接业务,运营商业务负责主管道的连接,通过光纤、5G和毫米波等形式打通连接的主动脉,消费者业务则将连接深入到用户生活的每一个角落。在实现全场景智慧生活的过程中,芯片是最基础的能力。华为在无线终端领域的芯片产品包括智能终端SoC麒麟芯片、通信Modem巴龙芯片、超低功耗应用处理器麒麟A1芯片;在家庭接入领域,有WiFi、路由处理器芯片凌霄系列;在云计算和中心侧、边缘侧AI计算场景,华为分别推出处理器芯片鲲鹏系列和AI芯片昇腾系列。华为构建了包括5G连接、全场景芯片、HiAI平台、鸿蒙OS等底层核心技术,发展了HMS上层应用生态,为实现全场景智慧生活,构建万物互联的智能世界打下坚实基础。



·广告