

行业减碳进行时③

建材业全链条推进减污降碳

□ 本报记者 祝君壁

健全海外综合服务体系需围绕“全链条、精准化、可持续”三大方向重点发力。强化平台功能升级，推动服务模式转型，构建多层次协同机制。

健企

商务部最新数据显示，2025年，中国对外直接投资达1743.8亿美元，同比增长7.1%，存量连续9年居全球前三位，覆盖190多个国家和地区的5万余家企业，这一规模背后是日益复杂的国际环境与日益迫切的服务需求。

冯其予

党的二十届四中全会通过的《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十四个五年规划的建议》提出，有效实施对外投资管理，健全海外综合服务体系，促进贸易投资一体化，引导产业链供应链合理有序跨境布局。这是企业安全高效“走出去”的必然要求，对于中国从“投资大国”迈向“投资强国”也具有重要意义。

在全球产业链加速重构、地缘政治风险叠加、合规要求不断提高的背景下，传统“单打独斗”的出海模式已难以适应发展要求，企业需要更加系统化、专业化、网络化的支撑体系，以应对跨国经营中的合规门槛、文化差异与供应链风险。

中国企业出海正从“走出去”迈向“走进去”，深入推进本地化运营。我国企业出海，不仅是企业产品出口、在境外建立生产制造工厂，还建立海外研发中心、国际营销网络、雇佣大量当地员工，深度融入当地经济、文化和社会，实现研发、制造、营销、人才的全面本地化。这对海外综合服务提出了更高要求。然而，现有服务体系仍面临资源分散、协同不足等挑战。

当前，健全海外综合服务体系需围绕“全链条、精准化、可持续”三大方向重点发力。

首先，强化平台功能升级。国家级综合平台需要打通外事、税务、法律、金融等关键环节的数据接口，形成咨询、办理、反馈、评估贯通的工作机制。

其次，推动服务模式转型。针对不同行业、区域和企业规模需求差异，探索开发差异化服务产品。加强跨境金融服务创新，破解中小企业融资难题。

再次，构建多层次协同机制。国家层面通过加快推进区域和双边贸易投资协定进程，为企业营造稳定预期；市场机构应提升专业服务能力，如律师事务所需加强国际争议解决能力，会计师事务所需拓展跨境审计业务，企业自身则需将合规治理作为核心竞争力，通过本地化经营、社会责任履行，融入东道国发展生态。

中国对外投资管理从“单点突破”迈向“系统赋能”的新阶段。2025年10月，商务部等5部门联合印发的《关于进一步完善海外综合服务体系的指导意见》（以下简称《指导意见》）首次构建了全链条政策框架。《指导意见》从6个方面提出16项具体举措，引导对外投资合作健康安全有序发展，为出海企业参与国际合作与竞争、维护企业海外正当权益提供了有力支撑。目前，商务部正会同有关部门以“国家平台+地方港+海外站+专业机构”为工作重点，加快打造央地联动、区域协同、资源集聚、内外贯通的立体化、全链条海外综合服务体系。

海外综合服务体系的完善，不仅有利于更好实现出海服务资源优质供给和高效匹配，更为深化产业链供应链国际合作提供有力支撑。通过制度安排降低交易成本，通过普惠性服务增强中小企业韧性，通过文化融合提升东道国认同感，最终实现“中国经济”与“中国人经济”的良性互动。未来，随着共建“一带一路”进入高质量发展新阶段，海外综合服务体系将进一步强化与数字经济、绿色金融等领域规则的对接。

本版编辑 陶 珺 美编 吴迪



量发展以及人民美好生活筑基赋能。

技术创新支撑

在建材产业碳排放总量构成中，水泥行业占据约80%的份额，其超低排放改造成为整个行业绿色转型的重中之重。2024年1月，多部门联合印发《关于推进实施水泥行业超低排放的意见》，加快推进水泥行业全流程、全环节超低排放改造。2025年3月，水泥行业正式被纳入全国碳排放权交易市场。

全国绿色建材下乡活动、建材产品以旧换新行动继续开展，碳标签与环境标签平台稳健运行，绿色消费潜能持续释放，从生产导向型向需求导向型发展模式加速转变。

在建材行业重大科技攻关“揭榜挂帅”机制推动下，行业创新性提出“六零”工厂概念，即零外购电工厂、零化石能源工厂、零一次资源工厂、零碳排放工厂、零废弃物排放工厂、零员工工厂，并取得显著成果。这一概念并非简单的指标堆砌，而是对产业“微循环”的终极构想——通过能源自给、资源循环、废弃物清零等，实现生产全流程的闭环可持续，为行业转型指明了方向。

济宁海螺水泥建成全球首个零外购电工厂、全绿工厂，华新重庆地维水泥生产线将燃煤替代率提升至65%以上，北新建材

开发出适用于石膏板的生物质燃料100%替代燃煤技术，中材国际建成钙质石灰石原料100%替代的水泥熟料生产线，蒙娜丽莎陶瓷生产线实现废水、废渣零排放，金隅冀东水泥在铜川万吨线上实现质量闭环控制无人化、现场巡检无人化，多家水泥企业先后建成年捕集10万吨至20万吨二氧化碳的CCUS（碳捕集、利用与封存）工业化示范线……

在生产端不断优化的同时，建材行业也将绿色低碳理念延伸至消费领域。绿色建材下乡以点带面，由浅入深，让绿色之风以20多个地区的试点城市为中心不断蔓延铺展，推动形成绿色建材消费新风尚，为美丽乡村建设增添绿色底色。

“好房子”建设离不开高品质的绿色建材。针对建设安全、舒适、绿色、智慧的“好房子”标准，建材行业明确了以健康、安全、绿色、优质为特征的“好材料”标准，积极推

在内蒙古鄂尔多斯市准格尔旗一家玻璃制造企业，智能机械臂在流水线上作业。
新华社记者 连振摄
“十四五”以来
建材行业新增
●重大基础设施工程材料
●先进玻璃材料
等11个全国重点实验室



心等11个行业科技创新平台。在2025年建筑材料行业大会上，陶瓷工业氨氢零碳燃烧技术示范线、8.6代OLED玻璃基板、水泥全氧燃烧耦合碳捕集技术、水泥行业零外购电示范工厂、万吨级水泥零员工示范工厂等一批世界首创、全球领先的技术和产品正式亮相。随着生产工艺数字化、网络化、智能化不断提升，传统建材企业革故鼎新，正从“追赶者”成为“领跑者”。

全产业链协同

根据建材行业长远规划目标，到2035年，行业绿色低碳循环发展经济体系基本建立，绿色生产方式和生活方式广泛形成，减污降碳协同增效取得显著进展，主要资源利用效率达到国际先进水平，行业发展全面进入绿色低碳轨道，碳排放开始转向碳中和。

这一任务目标的实现，离不开具体政策工具的支持与推动。碳排放权交易市场正是推动行业全面绿色转型、实现碳中和愿景的关键机制之一。

“碳市场是利用市场机制积极应对气候变化、加快经济社会发展全面绿色转型的重要

政策工具。未来，建材行业将更加积极参与全国碳市场。”阎晓峰说。

面对新形势，他认为，建材行业将以此为契机，积极部署，通过全国碳市场“排碳有成本、减碳有收益”的激励约束机制，积极推进节能降碳、原燃料替代技术以及优化管理等工作，倒逼淘汰低效产能、释放先进产能，实现碳配额盈余，从而在全国碳排放权交易市场中获得经济收益。

“为有效对接、尽快融入全国碳市场，华新已经做好准备。”华新建材集团股份有限公司总裁李叶青表示，公司将夯实碳资产管理基础，持续探索应用先进减碳技术，大力推进水泥窑协同处置技术，逐步替代传统燃料，不断提高能源利用效率，降低碳排放强度，将减碳成效转化为市场竞争优势。

从顶层设计的宏伟蓝图到生产一线的技术革新，从产品结构优化升级到产业链协同共进，建材行业正以前所未有的力度和坚定的决心，展开一场广泛而深刻的绿色变革。展望未来，建材行业将持续优化产业结构，提升资源能源利用效率，积极培育绿色低碳新兴产业，加快构建现代化建材产业体系。

行业供给能力持续增强——

多款新国标电动自行车集中亮相

本报记者 赖奇春

多家电动自行车企业表示，已全面完成产线升级，正加速扩大合规产品产能，主动引导消费者重视“安全与体验”，切实履行企业主体责任。

中国自行车协会副理事长兼秘书长郭玉文介绍，截至目前，协会31家重点会员企业已获得748张电动自行车新国标CCC认证证书，新国标车型累计投放市场达165万辆，目前已276款新车型面向消费者销售。

业内人士预计，3月份将迎来新国标车型上市高峰，更多电动自行车企业将上线新产品，抢占市场。到今年一季度末，新国标车辆产量预计将达到755万辆，供给能力持续增强。

当前，电动自行车已成为亿万百姓日常出行的重要工具。据初步统计，2025年电动自行车产量达5490万辆，同比增长29%；2025年1月至11月，电动自行车行业实现营业收入和利润分别增长21.4%和42.2%，成为拉动整个消费品领域增长的重要力量。尽管2025年11月单月产量出现短期回调，但2025年销量、出口及社会保有量持续增长，行业在绿色出行、民生保障和碳减排方面继续发挥着不可替代的作用。

安全是电动自行车行业不可逾越的底线，合规是电动自行车企业生存发展的根本前提。电动自行车新国标在车辆防火阻燃、塑料占比、防篡改、制动性能等关键领域提出更严格的技术要求，在全面提升电动自行车安全门槛的同时，充分满足人民群众日常生活需求，推动我国电动自行车产业正式迈入“全面合规、安全为本、高质量发展”的新阶段。

“合规只是起点，赢得用户才是关键。行业必须从‘有没有’转向‘好不好’，从‘卖产品’升级为‘提供安全出行解决方案’。”郭玉文说。

为强化行业自我约束，活动现场20家电动自行车骨干企业发布抵制行业不合规行为的公约，承诺坚持诚信经营、严格遵守标准、拒绝非法改装、主动接受社会监督。

工业和信息化部有关负责人表示，要把质量安全作为企业生存的生命线，坚决杜绝超标车、改装车流入市场，切实防范火灾和交通安全隐患；要加大研发创新和供需对接，将消费者的功能需求、体验需求和安全需求有机统一到新标准实施过程中，以优质产品供给激发消费活力。



中国自行车协会31家重点会员企业
已获得电动自行车新国标CCC认证证书

累计投放市场
165万辆

目前已
有
276款
新车型面向
消费者销售

