

从当前做起,加快推动能源生产和消费革命

Q 提要:推动能源体制改革,意味着能源生产的垄断将逐步打破,市场竞争将更加充分,由市场决定能源价格的机制将逐步建立。

慎海雄

习近平总书记在中央财经领导小组第六次会议发表重要讲话强调,面对能源供需格局新变化、国际能源发展新趋势,保障国家能源安全,必须推动能源生产和消费革命。推动能源生产和消费革命是长期战略,必须从当前做起,加快实施重点任务和重大举措。总书记就推动能源生产和消费革命提出5点要求:推动能源消费革命,抑制不合理能源消费;推动能源供给革命,建立多元供应体系;推动能源技术革命,带动产业升级;推动能源体制革命,打通能源发展快车道;全方位加强国际合作,实现开放条件下能源安全。

习总书记的重要讲话,立足我国能源利用的现实,结合世界能源发展的大势,着眼未来长远发展,对我国能源战略作出了系统阐述和重要判断;对于我们全局和战略高度充分认识能源安全的极端重要性,坚定自觉地推进能源生产和消费革命,确保我国经济社会的长治久安,具有重大战略意义。这不仅对我国能源发展具有极其重要的针对性、指导性,也是我国经济发展中必须坚持的基本战略。

“能源革命”是习总书记重要讲话的关键词。“革命”的要义在于根本性变革,意味着我国能源战略将出现根本性的重大变化。“人无远虑,必有近忧”。习总书记尖锐地指出,尽管我国能源发展取得了巨大成绩,但也面临着能源需求压力巨大、能源供给制约较多、能源生产和消费对生态环境损害严重、能源技术水平总体落后等

挑战。正视随时可能出现的能源危机,未雨绸缪地推进能源生产和消费革命,是立足于我国经济社会长远发展的重大战略部署。我们必须从国家发展和安全的战略高度,审时度势,借势而为,找到顺应能源大势之道。

作为全球第二大经济体,能源安全始终是确保我国经济社会可持续发展的基本支点。李时珍在《本草纲目》中说:“饮资于水,食资于土;饮食者,人之命脉也。”将能源比作现代经济的水和土,视为经济发展的命脉,毫不为过。然而,作为世界上最大的能源生产国和消费国,我国的能源国情是消费基数大、人均资源水平低、能源结构不合理、能源环境成本高、能源体制机制相对落后。由于粗放型经济对能源的极度依赖,我们已经付出了巨大的环境代价,大气污染、水污染、土壤污染等生态环境问题越来越严重。无论从现实还是未来看,极度依赖能源消耗的粗放型发展已经走到了尽头。同时,随着我国国力的增长和国际地位的提升,能源安全愈发凸显。如果我们不能有效解决能源革命的重大课题,就不可能解决我国经济大而不断的问题,甚至随时受制于人、仰人鼻息,这决非危言耸听。

正是基于对历史、现实和未来的深刻洞察,习总书记将能源消费革命同能源生产革命一起提高到国家长期战略的高度,明确提出推动能源消费、能源供给、能源技术和能源体制4个方面的“革命”,既揭示了推动中国经济发展方式转变的深刻内涵,更为中国经济社会的未来发展指明了方向。

推动能源消费革命,意味着敞开口子消费能源的模式将终结,控制能源消费总量、抑制不合理能源消费、有效落实节能优先,必须成为共识。只有看紧能源消费的闸门,在调整产业结构上下功夫,才能真正落实节能减排,彻底改变高能耗、高污染问题。推动能源供给革命,意味着我国将致力于改变以煤为主的传统能源格局,转向多元化供给模式,大力发展非煤能源,形成煤、油、气、核、新能源、可再生能源多轮驱动的能源供应体系,同步加强能源输配网络和储备设施建设,天然气、核能、风电、太阳能等新能源、可再生能源将迎来巨大的发展机遇。推动能源技术革命,意味着以绿色低碳为方向的节能技术、清洁能源技术将得到大力推广,页岩气、可燃冰、电动汽车、节能等关键技术的突破,将培育出崭新的朝阳产业集群和新的经济增长点,助力我国经济转型升级。推动能源体制革命,意味着能源生产的垄断将逐步打破,市场竞争将更加充分,由市场决定能源价格的机制将逐步建立,能源资源的稀缺属性得到充分体现,政府对能源的监管方式将得到实质性转变。能源体制改革不仅能给能源市场引来更多元的投资,带来更多的活力,还能真正还原能源商品属性,完善的市场价格机制将倒逼节能,推动清洁能源的更广泛应用。

习总书记关于推进能源生产和消费革命的重要论述,深刻把握了人类社会的发展大趋势,高瞻远瞩而脚踏实地。“人类社会历史上,曾经有很

多技术革命,但是仔细分析,只有能源来源及使用方式的根本性改变,才能整体上改变人类的经济社会面貌,才是根本的革命。”著名未来学家杰里米·里夫金指出,人类经历了以蒸汽机使用为标志的第一次工业革命、以电力和石油使用为标志的第二次工业革命后,在未来25至50年时间内,将进入以新能源为主的第三次工业革命时期。第三次工业革命的核心是绿色能源,将把人类社会推进到以清洁、低碳为突出特征的全新能源时代,对未来全球地缘政治和经济格局,产生非常深刻的影响。发达国家已经敏锐地开始抢抓第三次工业革命的机遇,抢占新能源市场,占领经济制高点。

全球金融危机爆发后,以美国为代表的西方发达国家全力将新能源技术培育打造成新的经济增长点。最近,普利策奖获得者、美国剑桥能源研究会主席丹尼尔·耶金博士在BP《世界能源统计报告2014》发布会上提醒人们:美国的页岩油气革命的影响正在全球发酵,国际石油市场正在发生改变。报告统计,致密油开发使得美国石油日产量超过1000万桶,日增量110万桶,创下1996年以来新高。而历史上石油增量超过美国的只有沙特。谁也不曾想到,一直以来作为全球能源消费“第一虎”的美国,居然通过页岩气革命,很可能成为能源净出口国。事实上,页岩气、可燃冰、太阳能等核心技术的连续突破,正在催生全球能源生产和消费方式的巨大变革。

以绿色低碳为方向的技术革命,

对于保障能源安全、推动经济社会可持续发展以及应对气候变化都具有划时代的意义。为了实现中华民族伟大复兴的中国梦,中国决不能缺席这场新的“能源革命”!当务之急,就是要深刻领会、扎实贯彻习总书记提出的4个“革命”,从当前做起,加快实施重点任务和重大举措。

改革和科技是实施能源生产和消费革命的基础。全面深化改革是推进能源革命的强大“催化剂”。比如,我国能源管理体制严重滞后,能源资源的稀缺属性还没有得到应有体现,这就必须通过推进能源体制改革,抓紧制定电力体制改革和石油天然气体制改革总体方案,启动能源领域法律法规立改废工作,努力构建有效竞争的市场结构和市场体系,形成主要由市场决定能源价格的机制,转变政府对能源的监管方式,建立健全能源法治体系。

科技是能源革命的“推进器”。各地各部门要积极培养优秀能源科技人才,加强能源基础学科建设和前瞻性、关键、核心技术的研究,及时普及先进适用技术,提升能源装备的自主研发制造水平,为能源生产和消费革命提供强大的科技力量。当前,要结合制定2030年能源生产和消费革命战略,研究谋划“十三五”能源规划。我们坚信,有习总书记重要讲话精神指引,全党全社会从战略高度抓能源,稳扎稳打、久久为功,就一定能够实现我国能源生产和消费的历史性革命,为中华民族永续发展打下坚实的根基。(作者为新华社副总编辑)

中国创新为何山寨化 苏宁众包解疑四大障碍

博斯公司发布的2013年上市企业全球创新1000强中国,中国企业仅有75家。参考中国企业在全球的地位,中国创新的力量和全球其他区域相比,仍存在较大的价差。

第三方公司的数据以及国外社会经济的整体表现,在侧面佐证了中国创新产品确实存在着数量匮乏、质量偏低等问题。表面上,与中国多数企业创新动力不足、创新体制和激励机制不健全等问题有关,而据苏宁众包平台相关负责人表示,从市场的角度看,更深层次的原因是研发能力薄弱、融资渠道匮乏、人才短缺等一系列问题,直接导致了山寨产品泛滥,创新成果保护和成果转化始终无法突破性发展。

工欲善其事,必先利其器。纵观在国内一个产品从创意到产生及应用的过程中,不同程度地会受到四道关隘的束缚和制约。

创意无法直击用户痛点

在一个产品从最初的创意到作品产生的过程中,往往由于创意无法准确地把握用户需求,抓不住用户痛点,便已早早胎死腹中。这是中国大多数企业普遍面临的现状,尤其表现在小微企业中。而伴随着互联网、大数据、云计算等技术变革的发展,这个问题便迎刃而解,互联网技术缔造下的大数据系统能够迅速地抓住用户最原始的需求,成为创意萌发的温室。

技术与资本阻碍作品焕发生命力

只有将一个优秀作品迅速地转换成社会化的产品,才能够焕发作品真正的生命力。然而之所以不计其数的作品在通往产品的路上半途而废,其主要原因是由于在生产过程阶段,缺乏材料、工艺、专业技术、结构设计等综合研发能力,以及生产制造、成本控

制、质量管控、内容服务、金融孵化等资源和能力,这些犹如大山一样重重地压在企业的身上,成为阻碍企业创新发展的硬伤。

商业化制约发展瓶颈

产品关注的是质量和成本,而商品突出的则是品牌和营销。如何赋予一个产品价值感,促进商业化发展,是摆在众多小微企业面前的一道难题。品牌培育的艰难,市场竞争的残酷,让众多企业望而却步,迟迟无法融入市场。即使部分产品发展为商品之后,如果不能迅速提高商品的市场竞争力,提升品牌影响力,拓展销售渠道,便往往会很快地淹没在市场的洪流中。

用户体验决定产品成败

创新产品需求之所以日益凸

显,其主要原因是互联网时代下用户需求已经逐渐走向个性化、定制化的时代,同时用户在关注产品本身的同时将更多的注意力转向用户体验,包括产品的体验、销售、支付、物流、售后等各个环节。这是一个体验为王的时代,如果商品无法快速地送至消费者手中,无法建设便捷的售后服务渠道,无法充分地展示产品性能等等,这些将极大地影响消费者的体验,商品便无法有效地转化为大众手中的用品,同时也给市场竞争者留足了反击或模仿的时机。

另外,创新产品在发展过程中除了遇到以上四大关隘之外,还有一重要的原因便是“总包”模式的泛滥运用。《创业家》总编牛文文曾指出,在移动互联网时代,定义成功的标准已经从B(企业)转到了C(消费者),即C2B,消费者定义了产品、定义品牌、定义成功。傲慢的大公司习惯了靠自己来

定义,没想到这个世界已经变了。

据了解,为打破“总包”模式的观念壁垒,建立一个开放、平等、高效、共赢的互联网资源整合平台,帮助中国创造快速崛起,国内零售巨头苏宁目前已在部分网站悄悄上线了苏宁众包平台发布会报名网页。

据悉,发布会上苏宁还将公布中国创新产品苏宁众包平台的运行机制,为中国创新产品提供从创意——作品——产品——商品——用品各个阶段所需的众包服务解决方案,苏宁众包平台是破解中国创新产品四大关隘和一大阻碍的利器,它是创意转化器、产品孵化器、品牌放大器、市场加速器。苏宁众包将以苏宁O2O全渠道为核心载体,通过开源众资的合作机制,与各合作方共同打造共创、共享、共赢的产业生态圈,推动中国创新产品革命性的跨越发展。

(赵一飞)

《FIFA 聚焦》2014年巴西世界杯随着小组赛的结束,16强球队已经产生,中国球迷为之疯狂,都在看,哪支球队能够脱颖而出,夺得世界足坛至高无上的冠军荣誉。除此之外,为了能够铭记这一体育盛事,今天足球界顶尖的邮币藏品——世界杯足球盛典,也进入了火爆销售的环节!

2014 巴西世界杯官方纪念邮票正式发行

■2014 巴西世界杯官方纪念邮票,大力神杯,吉祥物,会徽,齐聚方寸间 ■中国邮政,巴西邮政,中国人民银行联手巨制,世界杯顶尖的邮币收藏盛典 ■法定面值,国家名片,足球盛典,必将领涨世界杯藏品市场 ■足球邮票,足球纪念币,足球运动场,足球精神,四大板块首次齐聚

2014 巴西世界杯邮币盛典,是由中国邮政,巴西邮政,中国人民银行等联袂打造,是中国首部“世界杯”足球邮票钱币珍藏册,法定面值,升值潜力巨大!

2002 韩日各发行了三十几种“世足赛”门票,市场价已达5000余元,2008年奥运福娃纪念币单枚面值1元,到现在狂涨500多倍!80猴票更是上涨万倍,同比,中国首部“世界杯”足球邮票珍藏册:包含两岸四地足球邮票、巴西联合发行足球邮票、足球运动场、足球运动精神、足球纪念币五大足球题材,作为法定面值,国家名片的标杆藏品,未来必将创造下一个升值传奇!

世界杯龙头邮币、法定权威机构发行,带有法定面值,1枚80猴邮票价值过万!今日巴西世界杯纪念邮票龙头首现,藏头就是藏富,机会绝对不能再错过!



生肖主题无比巨大,邮政发行至高权威,两大强大价值保障创造了80猴票由8分面值狂涨至过万元、升值数十万倍的“票王”奇迹!今天,比肩80猴票的世界杯邮币盛典,王者再现,收录多个第一,是中国首套足球邮票纪念币大全,宝贵机会仅此一次,不容错过!

发行公告

“2014 世界杯足球盛典”由中国邮政,巴西邮政,中国人民银行等权威机构发行,共计38枚邮票,5枚纪念币,枚枚保真,全国限量发行2014套。官方预定热线:4001-821-800 全省免费送货,货到付款

全省免费送货,货到付款