

我国“蓝色金融”项目
品牌发布

■ 王晶

6月8日,由世界银行集团国际金融公司和自然资源部第一海洋研究所提供技术指导、试点银行青岛银行具体推进的国内首个“蓝色金融”项目,在山东青岛发布“蓝色金融”品牌。

据了解,按照国际上普遍认可定义,蓝色经济核心是海洋生态保护和可持续的海洋经济发展。支持海洋可持续发展既是对联合国制定的可持续发展目标的响应,也是保护海洋义不容辞的行动。近年来,世界银行集团国际金融公司会同试点银行从战略规划、产品设计、风险管理、资本市场创新等方面提升蓝色金融服务能力,促进了“蓝色金融”相关标准的建立。

发布会上,自然资源部第一海洋研究所海岸带科学与海洋发展战略研究中心主任、国家社科基金重大项目首席专家刘大海建议,应结合全球海洋治理、气候变化应对、生态修复需求等,探讨和提高“蓝色金融”能力。要关注“蓝色金融”产品的六大特征:实体化、可盈利、可退出、可迭代、可循环、可推广,通过实现生态产品价值、全球碳减排、自然资源体制改革、科技创新、产业链优化等措施,助力海洋可持续发展。

来自联合国环境规划署、亚洲开发银行、意大利联合圣保罗银行的代表认为,“蓝色金融”项目与当前广受关注的循环经济理念高度契合,非常期待“蓝色金融”项目的发展前景,将积极支持“蓝色金融”发展,共同促进全球海洋可持续发展。

上海首张早餐
电子地图将试运营
包含百余个品牌

■ 吴卫群

记者从近日上海市商务委召开的2021年早餐民心工程和早餐示范点建设为民办实事项目推进会上获悉,截至5月底,上海今年新增早餐网点共计870个,累计新增早餐网点1382个,完成目标任务数的132%;新增复合门店333个,累计新增663个,完成目标任务数的95%。

餐饮老字号、生鲜电商、大型商业、餐饮企业、食品集团纷纷加入早餐示范点建设行列,涵盖大富贵、老盛昌、鸿瑞兴等中式早餐门店,光明BK24、百联逸刻、罗森等便利店+早餐网点,金拱门、肯德基等西式早餐门店,新石器等等无人早餐车网点,叮咚早上好等现制现售早餐店。

另据记者获悉,上海首张早餐电子地图将在6月底前试运营,100家品牌企业的11000多个早餐网点信息已成功导入系统。

企业家自述(长篇连载之七十)

“钢铁驼队”跑出新速度

——写在中欧班列统一品牌五周年之际



当地时间2016年6月20日下午6时许,在波兰华沙布拉格集装箱货运站,以奔马的列车和飘扬的丝绸造型为统一标识的中欧班列鸣笛缓缓驶入站台。



2018年10月15日下午,一列由重庆开往俄罗斯莫斯科的中欧班列满载着货物从沙坪坝区团结村集装箱中心站启程。

■ 李韶辉

最新数据显示,2021年1月1日~6月18日,中欧班列已开行6739列,运送64.5万标箱,同比分别增长44%、53%,综合重箱率达到98%。至今,中欧班列累计开行突破4万列,合计货值超过2000亿美元。

据中国改革报报道,10年前,中国首列中欧班列机声隆隆驶出国门。3600多个日夜,亚欧大陆纵横交错的铁轨上,奔腾不息的“钢铁驼队”一路风笛嘹亮,奏响人类命运共同体的和鸣。

丝路兴,天下通。10年来特别是统一品牌5年来,中欧班列稳步开行、快速奔跑,为“一带一路”互联互通“穿针引线”,成为共建“一带一路”的“金字招牌”。

回望中欧班列的发展历程,可以划分为3个阶段。

2011年~2013年是探索发展阶段。2011年3月,首趟中欧班列从重庆发出,开往德国杜伊斯堡,开启了中欧班列创新发展的序章。

随后两年,长沙、武汉、成都、郑州、苏州等地相继加入中欧班列开行探索,到2013年全国累计开行139列,为中欧班列之后的蓬勃发展积累了宝贵经验。

2014年~2015年是快速发展阶段。随着2013年秋,国家主席习近平提出共建“一带一路”倡议,中欧班列乘势而上,实现高速增长。这一阶段全国共开行中欧班列1123列,年均增速达219%,覆盖国别快速拓展,成为了国际运输市场上的一颗新星。

2016年至今是跨越发展阶段。2016年中欧班列统一品牌正式发布启用,同年10月,推进“一带一路”建设工作领导小组办公室印发《中欧班列建设发展规划(2016-2020年)》。截至2020年年底,统一品牌中欧班列共开行3.2万列,占累计开行总量的94%。

统一品牌5年来,中欧班列溢出效应越来越大,有力促进了我国内陆经济转型升级,带动了口岸经济繁荣,维护全球供应链稳定,实现了与沿线国家的共同发展。

中欧班列已成为国际经贸交往的重要桥梁。

目前,中欧班列已形成西中东三条运输主通道,铺画了73条运行线路,穿越亚欧腹地的主要区域,通达欧洲22个国家的160多个城市;开行总量已跨过4万列大关,运输货品有5万多种,涉及汽车整车、机械设备、电子产品、防疫物资等门类。2020年,中欧班列全年开行12406列,同比增长50%,首次突破“万列”大关,郑州、重庆、成都、西安、乌鲁木齐等5个集结中心开行列数占全国的65%。

中欧班列已成为区域经济发展的重要支撑。许多国内企业看到了发展机遇,果断向中西部地区转移投资,让广大内陆地区从开放的末端变为前沿。惠普将工厂从上海搬到重庆,富士康落户成都,康佳、冠捷将生产基地迁至西安,带动了电子信息产业由东向西梯度转移,郑州、重庆等城市的外向型经济在中欧班列开通后实现了显著增长。中欧班列的规模化开行,亦带动了欧洲交通物流行业的繁荣和区域经济的发展。波兰罗兹、德国杜伊斯堡、西班牙马德里等节点城市的物流枢纽地位,都因中欧班列的发展而不断提升。

中欧班列已成为保障产业链供应链安全的“生命通道”。中欧班列运送货物货值占中欧货物贸易的比重逐年提升,从2015年的1%增至2020年的7%。特别是新冠肺炎疫情发生以来,中欧班列累计向欧洲发运1199万件、9.4万吨防疫物资。西安、义乌、武汉等地创新开行了中欧班列“防疫物资专列”,得到共建“一带一路”国家和国际社会的普遍赞誉。作为普受各国欢迎的国际公共产品,中欧班列彰显了共建“一带一路”倡议的强大生命力。

“十四五”时期,中欧班列迎来高质量发展的新机遇。从国内看,我国已经进入新发展阶段,正在加快构建新发展格局。中国不仅是“世界工厂”,而且更具有超大规模市场优势。这是我国形成“买全球、卖全球”格局的重要基础支撑,也是中欧班列形成双向稳定需求前景的重要判断依据。中欧班列作为新形势下串联国内物流的重要载体,在构建新发展格局中承担着历史使命,发挥着重要作用,亦将迎来重大发展机遇。

从国际看,2020年中国成为欧盟最大贸易伙伴,这是中欧班列发展壮大的基石。我国与中东欧国家的产业结构、产业链高度互补,产业经贸合作将持续深化。另外,随着RCEP协定签署实施,中欧班列将成为更多亚太国家的运输选择。

当前,中欧班列正处在推进高质量发展的重要窗口期,以中欧班列统一品牌五周年工作座谈会召开为契机,深入贯彻习近平总书记重要指示批示精神,坚决贯彻落实党中央、国务院决策部署,立足“巩固稳定提升”,把中欧班列积累的“量”转化为今后发展的“势”,必将书写共建“一带一路”和中欧班列高质量发展新篇章。

“东海”沥青打响“中国制造”品牌

■ 任卿

17年前通过优异性能“击败”进口产品的“东海”沥青,打破海外沥青品牌对F1赛道的垄断。如今,这些100%中国造的沥青不仅出现在长江隧桥、沪宁高铁无砟轨道、2022北京冬奥会周边道路等重点工程中,而且远销海外17个国家和地区,向全世界展示“中国制造”的品质。日前,本部位于上海的中国石化炼油销售公司(以下简称“中国石化炼油公司”)宣布,“东海”沥青累计销量突破1亿吨,去年销量超过1000万吨。以单品牌计算,这一销量已在全球沥青市场名列前茅。

看起来不起眼的沥青,技术门槛并不低。

为不同场景铺设的沥青需满足不同的要求。加上沥青属于基建原材料,市场需求大,全球市场竞争激烈。中石化炼油公司副总经理黄友生印象最深的应用场景之一,是2004年“东海”沥青铺上了上海国际赛车场的赛道。

当年,上海新建国际赛车场,并将迎来首场F1大奖赛。可全球F1赛道使用的都是某国际知名品牌的沥青,因为F1赛道对沥青路面的抗高温、抗低温、平整度等要求严苛,其中平整度误差不得超过2毫米。面对家门口举办的F1赛事,“东海”沥青想铺到自己的赛场上。于是,中石化炼油公司通过盲测,将“东海”沥青与进口产品送到德国第三方实验室检测。最终,“东海”沥青凭借优异性能脱颖而出,得到F1方面的认可,打破了进口沥青对F1赛道的垄断,实现国产沥青在F1赛道的应用。去年,越南河内正式进入F1“朋友圈”,当地F1赛道也选择了“东海”沥青。

“这是我们中国沥青的骄傲。”首位进入F1赛事的中国籍车手马青骅说,他在全球各地的F1赛道比赛过,“用我们自己沥青铺就的赛道很平,感觉很好。”

不仅能满足F1赛道的苛刻标准,中石化还通过技术升级,生产出不同类型的“东海”沥青,实现多样化应用。从早年的上海浦东大道、内环高架路、虹桥机场跑道、八万人体育场跑道,到近年来的长江隧桥、世博会中国馆迎宾道、虹桥枢纽,以及最新通车的京雄高

速、将在北京冬奥会发挥重要作用的京礼高速等,都用上“东海”沥青。

中石化炼油公司仍不满足,推出改性沥青、乳化沥青等特种沥青。从生产方式看,这些新产品有助于“碳达峰”“碳中和”,符合绿色生态环保要求;从应用场景看,它们可服务于高铁等重大工程,满足“海绵城市”等先进建设理念所需。

以环保节能循环利用为研发方向的洁净化沥青、橡胶改性沥青等绿色产品不断问世,致力于推动沥青施工应用全流程都走节能低碳之路。此外,中石化正面向新能源领域开发锂离子电池负极材料用沥青、高性能中间相沥青、黏结剂沥青等,向沥青界的高端市场进军。

王建明:动力大王的传奇故事



度,估计可能是第一。

上海主管工业的领导是上海柴油机厂出来的,他当然要在整个上海公交公司维护上柴,但就是这样,我们第一批6112装浦东巴士11辆,几个月开下来,表现出色,可靠稳定,排放烟度基本上不超过1,肯定不超过1.5,而国家标准是4。前不久上海开新闻发布会,上海所有公交公司都来参加。我们的地理位置不好,只有通过特别努力把产品做得非常优良,然后要稳定地重复这些优良才能杀出一条生路。

靠近年底,有捷报出来,比如大家都关心的4110轻型机,现在不增压的五台样机已经出来了,性能是不错的,预定的目标一次达到。接下来就要用一批考核可靠性的样机。四缸机在1999年要全力以赴拼抢,把它作为继

6112之后玉柴又一个重大的经济增长源来抓。公司对有关部门下了死令,所有从事四缸机、六缸增行程加大马力的新品开发的人员从现在起取消节假日。四缸机既要有档较高的适合装轻型车,适合装中巴的,也必须要有适合农用车的。4108柴油机要在1999年4月10日之前出样机,全公司要尽最大努力争取4110、4108能在上半年末实现投产。这里不是允许减少必要的工作程序,程序要坚持,标准要贯彻,必要的验证一点都不能少,要充分吸取过去在新品开发工作方面屡屡发生的教训。怎么办?只能是在程序上、在标准限定范围内倒排时间、拼抢时间。

还有一项捷报是关于6108机不增压功率从160马力增加到180马力的,这个机是按两个途径来试的,一是按德国FEV的方案,二是

按公司自己的方案。现在两个方案500小时超供油量10%的超强度试验都通过了,这样就给了我们较大的选择余地,我们可以选择一个投入最少、时间最快的方案,以使我们能够少投入、快产出。

以上概括的就是玉柴人在1998年所取得的骄人业绩。

在考虑1999年的工作目标时,必须看到这个年度的特殊性,因为1999年是本世纪最后一年,能有机会参与世纪之交的人是幸运的。那么,玉柴1999年目标在常规上是普通的年度目标,诗意地描述它则是一个“世纪之痕”——跨世纪的痕迹。我们应该留下一个什么样的痕迹做为这个世纪的句号呢?我想应当把目标尽量定准,尽量定得切实可行,又要定得有一定的高度,能使人在世纪之交过后回顾时,具有自豪感和光荣感。

股司1999年有这么几个目标:中机销售方面,尽管专家预测不好,但我们至少要保持五万台;重型机明年想突破、闯过三千台;轻型机要批产;环保机要问世。现在,从沿海到内地,从城市到农村,对环保机的要求都在逐步提高,标准也在日趋严格。因此,玉柴对环保机一定要抓牢,一定要抓出来。

还有两个目标,一个是制控水平再升级,主要是指质量制控。首先要修订产品质量标准。不修订标准的话,按原来所谓国标或行业某些标准,或按我们过去自己制定的标准,玉柴的一等品率已经稳定达到96%,按可靠性三级的原定标准,好像我们也超过了。如此说来,我们都没什么事情可干了。这显然是荒唐的,这就说明了我们的标准必须推倒重来,应该修订和实施更新的标准。所以我们对这个目标进行了注解——“制控再升级”的质量等级是指标准制定以后达到的新等级。制定什么样的新标准?刚好可以借鉴总书记这次到玉柴来的讲话精神,他是在贵港刚开完会议,刚布置完1999年工作要求的第二天,一个回

马枪杀到玉柴,来检查玉柴抓“早”、抓“好”、抓“新”、抓“低”、抓“内”的具体做法。曹书记记下了在玉柴的讲话中,下达了一个很清楚、很具体的任务,他说:“按照玉柴的装备和基础,你们应该确立的奋斗目标是国际水平,你们不要再简单地选择国内对手作为自己的对手,你们要选择国际水平、国际的竞争优势作为追求目标。”区党委书记对一个企业的工作讲得这么具体,我也不需做任何重复了,咱们照干就是!修订的标准就按曹书记的指示精神。曹书记绝不是要我们拔苗助长,要我们一下子做一些脱离中国实际的事情,比如现在就要把排放达到欧洲III标准,这样的话,制造成本高得不得了,结果在国内一台都销不出去。曹书记不是要我们干这个事,他是要我们生产中国用户需要的、能接受的、最好的,而在国际上又是独具特色的产品,但绝不是盲目地最好。我们一定要按这个精神来修订标准之后争取达到制控再升级。

第六个目标是成本再降三点。1998年玉柴每台单机成本下降了8.2%,曹书记听到了此业绩非常高兴,笑得特别开怀。他在贵港会议上要求全区企业在1999年不管怎样,成本都要降3%以上。那么,我们玉柴一定要做得比这一要求好得多,无论如何都不能低于5%。稍加解释的是环保机,增压和中冷是一定要搞的,如此才使其排放达到一个水准。再提高肯定要搞电喷,电喷柴油机机会达到最节能、最佳排放的效果。玉柴动手做环保机至少已有三、四年了,1999年应该有一个阶段性成果,样机一定要出来。环保机还指柴油与天然气、液化气两种燃料都能使用的机,此机制造成本会高一些。柴油机双燃料比汽油机双燃料要复杂得多,成本就会高一些,但市场需要。北京为了迎接国庆五十周年,现已进了一批双燃料柴油客车,规定只有双燃料客车才能通过天安门。对此工作,玉柴必须早抓,要抓好,抓出成果来。(此文系本报整理,待续)