

优化碳排放、碳资产管理

四川率先启动全国碳市场能力提升“一企一策”

■本报记者 苏南 林水静

近日,四川省生态环境厅印发《四川省温室气体重点排放单位碳市场能力提升“一企一策”工作方案》(以下简称《方案》),在全国率先启动碳市场能力提升“一企一策”工作。

谈及印发《方案》初衷,四川省生态环境厅应对气候变化与对外合作处处长陈尧对《中国能源报》记者表示,四川十分重视碳市场能力提升工作,去年11月,四川省节能减排及应对气候变化工作领导小组办公室专门印发《四川省碳市场能力提升行动方案》,明确提出要探索开展“一企一策”碳排放管理模式,提升企业碳排放管理水平。“此次印发《方案》是深入落实碳市场能力提升行动的重要举措。”

■ 碳市场能力稳步提升

近年来,四川统筹推进政府、企业、技术服务机构等参与方的碳市场能力提升,重点抓好“数据质量管理、配额清缴履约、履约成本控制”三件大事,实现了碳市场能力的稳步提升。

“数据质量方面,已纳入或拟纳入全国碳市场的发电企业(含自备电厂)制定了数据质量控制计划,常态化开展月度存证和年度报告,信息月度存证、碳排放核算等管理能力明显提升。”四川省环境政策研究与规划院工程师向柳在接受《中国能源报》记者采访时表示,配额清缴履约方面,存在配额缺口的企业积极参与碳排放权交易,一些企业开立了温室气体自愿减排交易账户,通过国家核证自愿减排量

抵销碳排放配额实现清缴履约,第一个履约周期四川省清缴履约率高于全国平均水平。

向柳介绍,履约成本控制方面,四川省多数企业已开展燃煤元素碳含量、低位发热值等化验检测,一些企业还探索推动实施供热改造,整体配额缺口率得到有效控制。此外,一些企业成立了碳排放或碳资产管理机构,建立了人才接续培养机制,甚至开展碳排放配额抵质押贷款,拓展了融资渠道。

不过,不容忽视的是,企业碳市场能力也存在一些堵点、痛点和难点。比如,四川自备电厂占比高,相比公共电厂,自备电厂碳排放数据质量链条复杂,综合管理能力相对薄弱;一些企业煤样化验检测数据出现区间报警;新纳入自备电厂对政策规则、技术规范的掌握程度参差不齐,存在数据隐患风险。还有一些企业将碳市场工作放在安全环境部门或燃料能源部门,缺乏专门的碳资产管理部门和专业人才。

四川并非孤例。近期,全国范围内公布了多个超配额碳排放未按时履约被重罚的企业,分布在北京、上海、重庆、贵州等地,其中,北京一家公司因未能完成碳排放履约被北京市生态环境局罚款金额超245万元。这表明,还有不少企业对碳市场不了解、不重视。

■ 梯次有序提升应对能力

在多位受访的业内人士看来,碳排放、碳资产管理不同于企业以往的能源

管理业务,碳排放数据链条长、涉及环节多、周期长,且还涉及交易、财务等内容,协调各部门各要素的难度较大,内部制度和体制机制存在诸多梗阻。此次四川省发布《方案》正是为解决上述薄弱环节。

据悉,“一企一策”旨在对标碳市场政策规范和技术指南,推动重点排放单位全面准确地诊断分析自身在碳排放、碳资产管理方面的优势基础及问题短板,从工程技术、管理机制、制度建设、培训教育等方面提出差异化适配措施,梯次有序提升应对碳市场的能力。

“开展碳市场能力提升‘一企一策’,希望达到两方面作用。一方面,让企业将碳市场工作摆在更为重要的位置,诊断存在的问题和差距,差异化采取适配措施,提升企业碳排放数据质量‘全过程、精细化’管理水平。”陈尧对《中国能源报》记者表示,“另一方面,通过打通碳排放、碳资产管理制度和机制梗阻,提升企业参与碳市场的能力,更加主动参与碳排放权交易,控制和降低碳排放配额清缴履约成本。”

在向柳看来,碳市场能力提升“一企一策”意义重大,一是更多从企业视角,认识、把握和推动碳市场能力提升,让碳排放、碳资产管理从政策要求变成企业的具体实践。二是充分考虑不同企业碳市场能力差异,实现差异化定制碳市场能力提升综合解决方案,补齐短板。

威立雅能源管理(成都)有限公司副总经理金治文对《中国能源报》记者坦言,企业碳资产市场化运作的方式有待

拓展,碳资产市场化运作理念有待加强。结合企业实际情况制定的碳市场能力提升方案针对性更强,更便于企业接受并表现出较高的意愿去实施,让企业深刻体会到“一企一策”工作方案“有用、实用、管用”。

中国科学院广州能源研究所研究员汪鹏向《中国能源报》记者表示:“从近期公布的多个处罚结果可以看出,当前企业数据造假,甚至根本不履约的现象仍然存在,但国家对此方面的重视程度也在日益增加。今年企业清缴碳排放配额日期将近,尤其今夏高温导致电力供应紧张,四川火电机组高负荷运行,此时提出‘一企一策’工作方案,其实也是在做一个数据摸底。”

■ 需多措并举

“我们希望通过《方案》,推动发电企业充分认识到碳市场能力提升的重要性和紧迫性,对标对表、补齐短板、夯实基础,明确自身碳资产管理短期与长期、局部与整体、投入与收益的目标和关系。”陈尧对《中国能源报》记者表示,未来我们将动态完善“一企一策”,除了要梳理温室气体排放数据质量管理现状,诊断问题、剖析差距、分析原因,还要结合重点排放单位实际,提出规章制度、计量监测、检验检测、月度存证、核算报告、清缴履约等方面的目标任务和具体措施。

受访的业内人士普遍认为,企业碳市场能力提升是一项长期的系统工程,其中碳排放数据链条较长,碳市场专业

性、技术性、政策性、时效性较强,实现碳市场能力提升挑战较大。从全国视角来看,要推动企业碳市场能力提升,建议多措并举。

向柳建议:一是“有队伍”,加快碳排放管理相关职业标准制定,建立相应的职业能力评价机制和体系,培育壮大碳排放管理专业化、职业化队伍,实现专业的事有专业的人干。二是“有机构”,充分发挥市场的作用,培育壮大市场化的碳资产管理机构,优化布局咨询、检验检测等技术服务机构,提供更多专业服务。三是“优规则”,健全和优化国家政策规范和技术指南,充分考虑不同地区或企业实际,增强技术规则的可操作性,为企业提供更多指导。四是“增内功”,注重能力建设活动的针对性,积极引进优质适配师资,推广定制培训服务,重点围绕煤样取制样、化验检测、供热计量、月度存证、碳资产管理等开展培训。

“四川省环境政策研究与规划院前期围绕‘一企一策’开展了大量调研、分析和研讨,后续希望发挥标杆企业示范带动作用,形成一些好的模板和案例。”向柳建议,由各级生态环境部门组织“一企一策”编制专题培训,帮助企业把握要点和内容颗粒度,增强企业编制能力,确保措施的有效性。此外,要加强“一企一策”编制实施动态监测,适时组织开展回顾评价,为“一企一策”动态更新提供更多指导。

汪鹏认为,企业也可以积极寻求第三方市场的帮助,以此提高自身的数据分析等能力,更好地参与碳交易。

2023 长三角(南京)国际旅游装备博览会开幕



图为活动现场。

本报讯 7月27日上午,由中国能源汽车传播集团和中国汽车新闻工作者协会主办的2023长三角(南京)国际旅游装备博览会,在南京国际展览中心隆重开幕。这一为期四天的展会以“引领旅游高品质出行,助力产业高质量发展”为主题,荟萃了全国各地150多家汽车、房车、旅游装备和旅游商品展商,200多个产品和服务品牌参展,总展览面积40000平方米。开展首日,由展会支持单位江苏、上海、浙江、安徽三省一市旅游协会邀约的近千名长三角地区和全国各地的旅游景区、旅游企业的采购人士与展商进行了洽谈,并有近三万余名普通消费者参观展览。

长三角是我国旅游装备产业最发达和最集中的地区,在产业研究、产品研发、生产制造和人才培养等各方面都走在全国前列,形成了较为完整的产业链和产业集群,产品在国内外市场都具有较强的竞争力。但长期以来长三角地区缺乏专业的旅游装备展示交流平台,2023长三角(南京)国际旅游装备博览会作为长三角地区首个旅游装备和商品展会填补了这一空白。正如中国能源汽车传播集团党委书记、董事长、总编辑谢戎彬在致辞中所说,这一展会既是长三角地区汽车和旅游消费领域供给侧改革的创新成果,也是主办单位和长三角三省一市旅游协会贯彻落实党中央、国务院“把恢复和扩大消费摆在优先位置”,“提振汽车、电子产品、家居等大宗消费,推动体育休闲、文化旅游等服务消费”决策

部署的重要举措。江苏省原副省长、江苏省旅游协会会长张卫国在致辞中表示,本次博览会的成功举办,将有助于长三角旅游市场的快速复苏、提振大众旅游消费,促进旅游业转型升级,更好地满足人们对美好生活的需要,因而具有重大意义。

南京是国务院批复确定的中国东部地区重要的中心城市,经济发展辐射带动能力强。中国国际贸易促进会南京市分会会长、南京市会展办主任梁浩在致辞中表示,南京市欢迎主办方将南京作为长三角国际旅游装备博览会的永久举办地,并支持主办单位将长三角(南京)国际旅游装备博览会打造成全国乃至国际知名的旅游装备会展品牌,成为助力我国旅游消费增长和旅游装备产业发展的重要平台。

博览会期间将同时举办“2023首届江苏汽车消费节”、“2023长三角旅游装备与商品产业创新发展大会”、“长三角旅游装备与商品创新设计大赛启动仪式”、江苏省旅游协会旅游商品与装备分会换届大会等主题活动。江苏省汽车流通协会会长沈峰在致辞中表示,“营造消费氛围,提振消费信心,释放消费需求,加快推动消费恢复,汽车流通行业责无旁贷。江苏省汽车流通协会与中国能源汽车传播集团联合举办的‘2023首届江苏汽车消费节’与长三角(南京)国际旅游装备博览会同台共促,就是要持续推进汽车消费促进政策的落实,拓展汽车更新消费、增购消费和个性消费,跨界融合,不断激发市民汽车消费热情,为江苏和南京市全年汽车市

场的稳步增长助力赋能。”

博览会主办单位之一的中国汽车新闻工作者协会副秘书长韩君善在出席开幕式后接受记者采访时表示,长三角(南京)国际旅游装备博览会的特色就是“跨界与融合”,它集汽车、房车、皮卡等自驾游出行产品与休闲旅游装备于一体,各类产品与品牌形象展示与产业研究、产品设计、生产制造和人才培养交流对接相融合。主办单位将力争通过三到五年的时间,将博览会打造成立足长三角,辐射全国乃至全球的世界知名旅游装备博览会,搭建起一个出行工具与旅游装备融合、国内外产业与市场相衔接的交流对接平台。

商务部市场运营和消费司汽车流通处调研员宋英杰、江苏省商务厅副厅长吴海云、江苏省文化和旅游厅二级巡视员王洪舟、江苏省旅游协会常务副会长李琦、执行副会长詹庚庆、副会长唐建国、秘书长许家闻、江苏省汽车流通协会荣誉会长束长生、专家委员会副主任丁兆平、秘书长徐士刚、江苏省商务厅市场体系建设处四级调研员赵雨存、南京市文化和旅游局一级调研员解森龙、上海市旅游行业协会秘书长许婷、浙江省旅游协会秘书长刘奇、安徽省旅游协会秘书长邓修全、江苏省文化和旅游厅产业发展处二级调研员杨玉香、江苏省工业设计学会常务副理事长崔天剑、江苏省钓鱼协会副会长兼秘书长钱学华、南京市贸促会一级调研员沈锦权、展览部部长张伟、南京河西会议展览有限责任公司董事长陆文伟等嘉宾出席开幕式。(宗和)

上海氢燃料电池汽车推广再提速

■本报记者 张胜杰

近日,上海在氢能政策方面再加码。7月20日,上海市交通委员会等部门发布的《上海交通领域氢能推广应用方案(2023-2025年)》(以下简称《方案》)指出,将积极推进燃料电池汽车在交通领域的商业化示范应用,重点发展重卡、公交、冷链、非道路移动机械等应用场景,到2025年力争发展燃料电池汽车超过10000辆,完成不少于70座加氢站建设。

数据显示,截至目前,上海市氢燃料电池汽车上险数量为2374辆,已建成各类加氢站14座。两年半内,上海要完成7726辆氢燃料电池汽车的投放计划,意味着每月要完成约250辆车的推广任务。对此,有业内人士认为,“要实现这一目标,时间的确有些紧迫。”但也有部分人士表示,该目标比较务实。上海燃料电池汽车商业化促进中心主任张焰峰对《中国能源报》记者表示:“《方案》从应用场景出发,为氢燃料电池汽车等产业发展明确了方向,对上海氢能产业发展具有重要指导意义。”

■ 压力之下 信心十足

“上述目标是由多个部门联合制定的。上海市交通委员会从应用场景给出了指导,大大确保了目标的实现。”张焰峰告诉《中国能源报》记者。

对此,佛山环境与能源研究院上海事业部部长邹佳益也表达了类似观点:“作为国内燃料电池汽车发展最早、政策支持力度最高、示范推广数量最多、产业基础最好的地区之一,上海市的燃料电池汽车发展政策和规划比较务实,实操性也较高。”

《方案》的发布无疑给企业打了一剂强心针。上海捷氢科技股份有限公司总经理卢兵兵说:“这是在政策层面继续提振市场信心的表现,有助于企业长期发展规划并有针对性地推进应用项目建设,同时还将有效促进整个氢能生态圈上下游衔接与协调。”

“然而,相比车辆推广,规模化、低成本的氢气供应链和基础设施建设可能更为关键。”邹佳益举例说,比如,现阶段广东佛山遇到的氢气供应紧缺、价格高昂等问题,未来上海也有可能遇到。在氢气供应链环节,目前上海的氢气主要来自金山化工园区,也存在着重车用氢气供应、运输效率和经济性问题,特别是在化工园区设备检修、节假日危化品运输限制等情况下,这些问题将更加凸显。

■ 拓宽交通领域 应用场景

《方案》明确表示,上海将在重型商用、小

型汽车及综合交通等应用领域发力。同时,根据实际条件,将深入推进氢能港口、机场、铁路等领域的示范应用,打造国际领先的应用先导示范场景。

“除了在车用领域持续拓展,我们还在固定式发电、热电联供、叉车、船舶等非车用场景深挖应用空间。”卢兵兵告诉记者,接下来,公司还将不断进行产品迭代升级,加大力度拓展轻型载具、分布式发电、工程机械、叉车及场地拖车等多元化应用场景。

另外,记者了解到,位于上海自贸区临港新片区的“国际氢能谷”正大力开发区域内数万辆重卡、渣土车、通勤客车等具有可持续转化能力的氢能应用场景,打造氢能应用场景高地。

就在今年6月,上海首批使用氢能的渣土车在临港新片区正式投运,后续还有100辆投放计划。到2025年,临港新片区将推广千辆燃料电池车辆,氢燃料电池汽车产业规模将突破百亿元。

《方案》提出,未来还将积极打造上海郊区交通氢能应用环廊,重点形成宝山、嘉定、青浦、金山、临港等五个各具特色的燃料电池汽车应用聚集地、示范先行区。

■ 区域产业品牌建设是良策

尽管上海目前已基本形成了燃料电池汽车全产业链发展生态,但在张焰峰看来,上海在氢能领域仍面临着技术难点。例如,在燃料电池方面,主要表现为质子交换膜的规模化制造;氢能储运方面,主要涉及关键装备、零配件制造等。

《方案》也提出,今后将通过试点不断提升燃料电池汽车的产品性能和可靠性,围绕不同领域燃料电池汽车或装备运营的实际需要,持续提升氢堆功率和系统稳定性、可靠性、耐久性,不断提升电堆功率和使用寿命,降低故障率。加强氢瓶、加氢站技术创新,突破更高压力的氢瓶和加氢站技术制约,加快大容量70兆帕加氢站建设。

张焰峰分析指出,当前,上海已聚集了氢能产业链的各领域“小巨人”,他们只有走出上海、扩大市场,才能成为真正的行业龙头。目前,各公司基本是在上海设立研发总部,在产品应用地设立项目公司。如果能抱团出海,以产业园形式落地各地,有望大大提高上海氢能企业拓展市场的能力。

“建议建设区域产业品牌,如‘上海氢能产业园’品牌,以城市力量带动大家抱团良性发展,赋能单个企业品牌影响力,增强上海氢能企业市场拓展能力。”张焰峰说。