

全国人大代表、成都供电公司总经理褚艳芳：

清洁能源应建立跨区省消纳机制

本报记者 龚友国 王星平

“坚决打好蓝天保卫战。”2017年政府工作报告明确提出要加快改善生态环境，特别是空气质量。因此“蓝天保卫战”也成为今年政府工作报告的新词、热词之一。政府工作报告中指出：今年要坚决打好蓝天保卫战，淘汰、停建、缓建煤电产能5000万千瓦以上，为清洁能源发展腾空间。要抓紧解决机制和技术问题，优先保障可再生能源发电上网，有效缓解弃水、弃风、弃光状况。

要落实政府工作报告所提出的上述工作任务，全国人大代表、国家电网四川省电力公司副总经理，成都供电公司总经理褚艳芳认为，政策和市场机制不健全和电源与电网发展不协调，是目前清洁能源发展所面临的两大难题，也是当前亟待破解的问题。

多因素制约 清洁能源消纳

数据显示，2016年我国清洁能源消费比重提高了1.7个百分点，煤炭消费比重下降了2个百分点，二氧化硫、氮氧化物排放



量分别下降5.6和4个百分点。褚艳芳认为，在这份“成绩单”上，四川所作的贡献是巨大的。

“作为全国最大的清洁能源基地，四川省水电装机已突破7200万千瓦，居全国第一，2016年外送水电1285亿千瓦时，可以满足一个中等省份全年全部的用电，相当于节约标准煤耗4000万吨，减少排放二氧化碳1.1亿吨，二氧化硫340万吨。”褚艳芳说。

但随着四川省清洁能源“供过于求”的现象逐渐显现，褚艳芳也意识到，政策和市场机制的不健全，省域间壁垒的存在，严

重制约着清洁能源消纳。

事实上，我国清洁能源资源禀赋与需求呈逆向分布，西部地区风光水资源富集，集中开发后不可能就地平衡消纳，需要大规模外送。“目前，东中部地区集中了全国三分之二以上的煤电，严重超出环境的承载能力，但可能是考虑省内产业发展、GDP增长以及就业等方面因素，一些东中部省份仍然在积极争取新建燃煤机组，而不愿意使用省外的清洁能源，导致像四川这样的水电大省富余电力无处可去。”褚艳芳说，长期以来我国电力都是按省域平衡，就地消纳为主，缺乏清洁能源跨省跨区消纳的政策和电价机制。应建立清洁能源跨区跨省消纳的电价机制和清洁能源配额制度，下达各省清洁能源消费比重硬指标，通过全面推行碳排放交易等各项措施，为清洁能源跨区消纳创造有利的市场环境和条件。

此外，褚艳芳认为，水电是技术成熟度、经济性都有明显优势的可再生能源，可国家2016年3月刚出台的《可再生能源发电全额保障性收购管理办法》主要是针对非水可再生能源，水电却不在其中，且不能享受全额保障性收购的政策；近年来执行的可

再生能源电价附加补助资金等优惠政策，水电也不在其中，这些政策机制的障碍，进一步增加了四川水电外送的困难，发电利用小时下降，弃水逐年加剧，水电企业经营困难，清洁能源发展遇到了最大的瓶颈。

褚艳芳表示，国家要形成大力消纳水电的政策导向，尽快把水电纳入可再生能源全额保障性收购范围，并享受电价补助政策，促进水电企业健康可持续发展。

加强跨省区 输电能力

广阔的市场需要有发达的输送渠道做支撑。在褚艳芳看来，目前除了清洁能源消纳难题，电源与电网发展不协调，清洁能源外送通道建设滞后，也制约着清洁能源的使用。

以四川为例，该省每年近4000万千瓦的清洁电力需要外送，而目前最大外送能力只有2850万千瓦，长期存在严重的弃水问题。随着多个在建的水电项目的陆续投产，预计到2020年，四川省清洁能源总装机将接近1亿千瓦，如果不新增外送通道，届时将有2000多万千瓦的富

余电力无法送出，弃水电量将超过500亿千瓦时。

“发展清洁能源产业，是很多贫困地区脱贫致富的重要途径。清洁能源白白弃掉，造成投资和资源巨大浪费，我们深感忧虑。”褚艳芳说，去年，在我们积极建议和呼吁下，国家核准并开始建设川渝500千伏第三通道，计划年内建成，可增加外送电力200万千瓦，但仍然远远不能满足外送需求。

为此，褚艳芳建议，一是尽快核准建设雅中特高压直流工程，解决雅砻江中游大型梯级水电站和攀枝花、甘孜、凉山地区1000万千瓦富余电力的送出；二是尽快启动白鹤滩特高压送出工程前期工作，解决白鹤滩水电站1600万千瓦及攀西、甘南地区共约2000万千瓦富余电力的送出；三是尽快开展西南特高压交流电网研究，构建覆盖川渝、西藏负荷中心和水电基地的特高压交流骨干网架，化解目前“强直弱交”的巨大安全稳定风险和大面积停电风险，同时将四川电网纳入全球能源互联网网架，支撑“西电东送”和“一带一路”倡议，把四川水电送到全国乃至世界各地，实现清洁能源科学可持续发展。

全国人大代表、四川好医生药业集团有限公司董事长耿福能：

提升中国品牌竞争力 政府需大力引导

本报记者 龚友国 王星平

质量是国家硬实力的体现，而品牌则是国家软实力的象征。目前，品牌竞争已成为国际竞争的焦点。正如诺贝尔经济学奖得主罗伯特·蒙代尔(Robert Mundell)教授分析说，“一个国家的整体品牌形象作为一种战略性竞争资源，愈来愈受到各国政治和商业首脑的重视。”

随着供给侧改革的深入推进，当前我国经济正摆脱低端竞争格局，向中高端的中国“智造”迈进。但在转变过程中，不免会存在问题。由于长期从事经济工作，全国人大代表、四川好医生药业集团有限公司董事长耿福能对于中国品牌的发展和竞争力问题，一直都在进行调查和研究。耿福能认为，增强中国品牌全球竞争力，政府需要大力引导。

从国家层面 倡导使用中国品牌

统计数据显示，2016年“世



界品牌500强”排行榜中，入选国家共计28个。从品牌数量的国家分布看，美国占据500强中的227席，英国、法国均以41个品牌入选并列第二，日本、中国、德国、瑞士和意大利是品牌大国的第二阵营，分别有37个、36个、26个、19个和17个品牌入选。

在耿福能看来，尽管目前欧洲经济低迷，但欧美国家的超级品牌似乎依然坚挺。中国虽然有36个品牌入选，但相对于13

亿人口大国和世界第二大经济体，中国品牌的发展显然还处于相对落后的状态。之所以会出现如此大的悬殊，耿福能认为，除了因为企业自身发展情况不够成熟，有时候还因为企业对品牌的认识还不够全面，导致在企业品牌经营上出现偏差。

据品牌协会全国调查数据显示，中国企业在品牌投入中，无投入的占21%，投入0—0.5亿的占3%，投入0.5亿—1亿的占18%，投入1亿—1.5亿的占3%，1.5亿以上的占18%，另有37%的企业对自己在品牌上的投入没有详细统计数据。

“目前很多企业认为好品牌仅仅是好产品，以质量代替品牌的情况还占多数，说明国内企业的品牌发展阶段与国际品牌还有较大差距。事实上，全球化的品牌除了优良的产品质量外，还包含了企业文化、形象认知、品牌营销、创新实力、品牌保护、用户服务、社会责任及环境保护等多方面的评价。”耿福能强调，也正是因为大部分中国企业忽略了这些方面的努力，导致目前整

个市场对中国品牌的认可度不高。

耿福能认为，一方面，中国企业在加强本土化经营与管理，学习国际品牌公司的成功运作模式；另一方面，政府也要营造出一个有利于中国品牌发展的良好氛围。

耿福能表示，中国品牌的成长离不开全中国人民共同维护。“现在中国的产品质量已得到社会的认可，但依然出现很多的国人出国买日本感冒药、买马桶盖的情况，我认为这是社会的思维导向偏差，我们可以借鉴韩国的做法，充分鼓励社会大众使用中国品牌的产品，甚至可以进行区域化的中国品牌保护，从政策上鼓励使用国内优秀的企业产品，才能促进中国企业发展进而帮助树立中国品牌。”耿福能说。

加大知识产权 普及工作

随着市场竞争的不断加大，近几年中国企业在知识产权方

面的纠纷也随之增多。在付出惨痛代价后，中国企业的知识产权保护意识也逐渐形成。

据品牌协会全国调查数据显示，82%的中国企业设立了维护自主知识产权的机构，15%的企业尚未设立相应机构，以及3%的企业未填写对应内容。耿福能认为，目前中国企业的自主知识产权意识在不断提高，但与发达国家相比，仍然存在一定差距。

在耿福能看来，良好的社会和市场环境是非常重要的，中国企业要创建世界品牌，必须要受到保护。因此，耿福能建议，要进一步从政府层面上加大知识产权的普及工作，首要工作就是从国内的市场环境中加大力度打击侵犯知识产权行为，规范市场环境，打击垄断，打击不正当竞争，重点保护企业的知识产权不被侵犯。

同时，从企业自身来说，耿福能也建议企业自身要做好企业知识产权保护，深层次发掘和挖掘自己独有的精髓，理解自己独有的品牌核心价值。