

水泥行业如何迎接碳交易？

万众期待的“全国碳交易”终于正式鸣锣开市。

7月16日上午，全国碳市场启动仪式于北京、上海、武汉三地同时举办，全国碳市场上线交易正式开启。全国碳市场采用“双城模式”，将交易中心设置在上海，将碳配额登记中心设置在武汉。据悉，首批参与全国碳排放权交易的发电行业重点排放单位超过了2162家，这些企业碳排放量超过40亿吨二氧化碳，意味着中国的碳排放权交易市场，将成为全球覆盖温室气体排放量规模最大的碳市场。

碳交易所如何影响碳排放？碳交易所主要有两个交易品种：碳配额和CCER。其中碳配额是市场的硬通货，CCER相对来说是一种补充机制，受政策影响更大。碳交易所的目标是通过市场化的碳价去影响企业的成本，碳价越高碳排放量就会越少。简单来说，当碳价提升，会提高企业的成本，当企业的利润减少甚至亏钱了之后，就会主动减产，从而降低碳排放的量。另外，也会推动企业升级设备，降低单位能耗。

根据全国碳市场总体设计，除电力行业外，“十四五”期间，将逐步纳入石化、化工、建材、钢铁、有色、造纸和民航等其他数个高耗能行业。而早在今年3月，相关信息渠道显示，拥有良好碳排放数据基础的水泥、电解铝行业将可能优先纳入全国碳交易市场。

那么，水泥行业如何迎接碳交易？

碳排放专家王敏娜表示，水泥工业碳排放占到全国工业排放的20%，占建材行业总排放的67%左右。我国水泥行业碳达峰时水泥熟料年产量为16亿吨左右，按照当前的行业平均碳排放系数折算，预测年碳排放量为13.76亿吨，占当前全国碳排放总量约（约102亿吨）13.5%。她预计在未来1-2年内全国碳交

易将纳入水泥、电解铝、钢铁行业，极有可能以2021年度为履约起始年。她建议水泥企业提前做好碳资产管理的准备。

王敏娜指出，水泥行业在积极探索行业内重点减排路径的同时，积极做好碳资产管理工作，利用碳金融工具实现保值与增值等方面入手加强碳资产管理，是可以使其成为新的利润增长点的。至于水泥企业如果做好碳资产管理，可以从以下四个方面考虑，提前做好准备工作：

一是摸清家底，有效管理碳资产。随着碳交易试点的稳步推进和统一碳市场建设的提速，中国即将迎来全面的碳约束时代。以二氧化碳为代表的温室气体排放权已经成为一种颇具金融价值的商品，成为企业兑现金融资产、实物资产和无形资产后又一新型资产——碳资产。在国家统一碳市场运行后，将有更多的企业被纳入到控排体系中来。以碳资产为交易标的市场规模有望达到千亿级，基于市场机制的碳资产管理理念将受到更多的关注，企业必须对碳资产实行有效管理。

管理的前提是摸清企业、项目、产品的碳排放情况，借助碳排查和碳足迹准确掌握自身排放量。在生产经营的过程中，通过有效管理或使用新能源、低碳设备等手段降低碳排放，积累碳资产，最后通过配额交易或碳金融工具实现资产增值。在市场建立初期，企业应积极应对并逐步建立符合自身的碳资产管理架构，熟悉碳市场政策、交易规则和调整应对策略，从而在碳市场成熟阶段自如应对并敏锐抓住机遇，实现碳资产管理盈利。由于大多数企业缺乏碳资产管理的专门人员与经验，可以将所有与碳排放相关的管理工作（内容包含减排项目开发、碳资产账户管理、碳交易委托与执行、低碳项目投资融资等）委托



给专业咨询公司，实行碳资产托管，以达到企业碳资产增值的目的。

二是实现低碳管理，设立专门机构或者部门。企业必须加强自身建设，实行低碳管理模式。在领导层面，企业管理者应结合公司的发展战略和经营环境，在评估风险的基础上制定公司碳管理的总体策略和目标。在组织架构方面，应建立专门的碳排放权交易部门，统一管理碳盘查、交易、履约、碳资产开发等事务。在能力建设方面，应邀请专家针对高层管理人员以及基层技术人员进行有针对性的培训，培养一批了解碳市场相关政策、掌握碳市场交易规则、能熟练使用碳资产管理相关工具的专门性人才。

企业实行低碳管理不仅是企业实现可持续发展的重要举措，也是赢得消费者与投资者信赖、履行社会责任的重要环节，同时也是进行国际化经营必须面对的挑战。企业要积极探索

低碳管理机制，采取低碳运营方式，抢占低碳经济发展先机，力争成为低碳经济时代的领跑者。

三是积极参与碳市场交易，积累经验。通过碳市场交易，企业可以结合自身的减排潜力以及减排成本寻找最适合的减排路径，主动进行产业升级及节能减排，

日前，河南郑州市制订《郑州市推广使用纯电动混凝土运输车实施方案（征求意见稿）》，8月起新增混凝土运输车全部为纯电动车。

实施方案的主要方法步骤有：自2021年8月1日起，郑州市新增混凝土运输车全部为纯电动车；郑州市新增混凝土生产企业，纯电动混凝土运输车须达到该企业混凝土运输车总数的50%；今年10月1日起，在重污染天气启动应急

响应时，郑州市主城区三环以内禁止柴油混凝土运输车运行；2022年1月1日起，在重污染天气启动应急响应时，郑州市主城区四环以内禁止柴油混凝土运输车运行。

此外，自今年8月1日起，新申请商品混凝土行业环保标杆示范企业的单位，纯电动混凝土运输车应达到企业混凝土运输车辆总数的50%以上，未达到的不予通过环保标杆示范企业评选；已

获得商品混凝土行业环保标杆示范企业的单位，在2021年10月底前，纯电动混凝土运输车应达到企业混凝土运输车辆总数的50%以上，未达到的撤销环保标杆示范企业名称；2022年底前，商品混凝土行业环保标杆示范企业纯电动混凝土运输车应达到企业混凝土运输车辆的80%以上；2023年底前商品混凝土行业环保标杆示范企业纯电动混凝土运输车应达到100%。

（王尚）

并利用碳金融促进主业的开展。企业要深入了解碳交易机制的原理与规则，只有充分理解并掌握了碳交易机制的原理与规则，才能保证在碳交易市场中获取利益、规避风险。控制碳排放对企业既是要求也是机遇，企业可以通过参与碳交易实践积累经验，尽早了解碳市场的运行机制和相关政策法规，积极参与碳排放的监测、报告和核查，加快淘汰落后产能，提高能效。

四是开发碳金融产品，助力自身发展。为了避免碳资产闲置，企业可以开发碳金融产品，利用碳资产进行融资。典型的碳金融产品和服务包括碳配额抵押、碳债券、碳资产委托管理等。企业通过将碳配额抵押给银行等金融机构，从而获得资金用于投资，待到约定的时间后企业偿还资金，重新获得配额。盘活碳资产，解决资金短缺，避免违约风险，是碳金融的主要目的。碳金融产品的推出可以给碳市场的参与主体尤其是控排单位提供多样化的碳资产金融管理方式，吸引更多的碳配额进入市场，提高碳市场的流动性和活跃度。

此外，当前环境下，王敏娜认为中

郑州混凝土运输全部改为电动车

日前，河南郑州市制订《郑州市推广使用纯电动混凝土运输车实施方案（征求意见稿）》，8月起新增混凝土运输车全部为纯电动车。

实施方案的主要方法步骤有：自2021年8月1日起，郑州市新增混凝土运输车全部为纯电动车；郑州市新增混凝土生产企业，纯电动混凝土运输车须达到该企业混凝土运输车总数的50%；今年10月1日起，在重污染天气启动应急

响应时，郑州市主城区三环以内禁止柴油混凝土运输车运行；2022年1月1日起，在重污染天气启动应急响应时，郑州市主城区四环以内禁止柴油混凝土运输车运行。

此外，自今年8月1日起，新申请商品混凝土行业环保标杆示范企业的单位，纯电动混凝土运输车应达到企业混凝土运输车辆总数的50%以上，未达到的不予通过环保标杆示范企业评选；已

诺贝尔瓷砖成为北京冬奥会官方瓷砖供应商

近日，北京冬奥组委宣布：诺贝尔瓷砖正式签约成为北京2022年冬奥会和冬残奥会官方瓷砖供应商。

据悉，诺贝尔瓷砖加入北京冬奥会赞助企业行列之后，将与北京冬奥组委紧密携手、精诚合作，助力北京冬奥会成功举办，让冬奥点亮青年梦想，让冰雪运动融入亿万民众。同时，以强大企业实力向世界展示中国民族知名品牌风采。

多年来，作为中国民族知名品牌，诺贝尔瓷砖一直踊跃响应国家号召体育强国的目标与任务，积极弘扬体育精

神，助力中国体育事业全面发展。北京冬奥会是历史上第一次举办冬季奥运会，在这场国际体育盛会上，诺贝尔瓷砖成为北京冬奥会官方瓷砖供应商，这是一份肯定，更是一份责任。

作为北京2022年冬奥会官方瓷砖供应商，诺贝尔瓷砖以行业龙头企业的身份秉持北京冬奥会的“绿色办奥”理念，坚持走企业绿色发展道路，所有项目均符合最新环保要求，全部使用天然气能源，达到环保超低排放，所有基础设施、能源资源投入、产品、环境排放都严格按照国家提出的最高标准执行，

工信部回复人大代表建议

将从五个方面引导水泥等传统制造业绿色低碳发展

近日，工业和信息化部回复了人大代表张来辉关于加速传统制造业向绿色低碳发展迈进的建议，表示将从五个方面引导水泥等传统制造业绿色低碳发展。

工信部在回复中指出，推进传统制造业绿色低碳转型是我国经济高质量发展的必然要求，是我国实现碳达峰、碳中和目标的关键，并已从开展工作、下一步工作计划两个方面做了具体回复。

关于已开展工作

一是加大产业结构调整力度。严控重点行业新增产能，水泥行业严格落实产能清单制度和跨省置换听证制度，有效遏制新增产能势头。会同生态环境部印发《关于进一步做好水泥常态化错峰生产的通知》，推动全国水泥错峰生产地域和时间常态化，按照“科学性、精准性、可操作性”的原则，因时因地制宜，精准施策安排好错峰生产。

二是推动传统制造业绿色化改造。加快提升工业能效水效，开展节能监察，向社会推荐千余项重大节能、节水、环保技术装备和产品。积极培育184家绿色制造供应商和一批环保装备、资源综合利用行业规范企业，开展节能诊断服务、节能服务进企业、院士专家行等活动，在各行业推广先进高效的节能环保技术装备。

三是积极构建绿色制造体系。研究

制定468项节能与绿色发展行业标准，建设2121家绿色工厂、171家绿色工业园区、189家绿色供应链企业，推广近2万种绿色产品，绿色制造体系建设已成为绿色转型的重要抓手。

四是引导制造业企业产品质量提升。发布《原材料工业质量提升三年行动方案（2018—2020年）》，推动原材料生产企业与下游企业建立质量追溯机制，鼓励行业协会和专业机构围绕产品性能、技术能力等制定质量分级标准，以质量提升带动行业减碳。

关于下一步工作计划

工信部表示，赞同张来辉代表提出的对传统行业加大政策支持、鼓励企业建设减碳示范项目、加大新技术推广应用等建议。下一步，工信部将从以下几方面引导水泥等传统制造业绿色低碳发展。

一是严控新增产能。会同有关部门科学界定“两高一资”行业范围。严格落实产能置换政策，根据减排形势，新修订的置换办法拟加大置换比例，加快促进低效生产线退出，为高效低排放生产线腾出市场空间。强化环保、能耗、水耗等要素约束，依法依规推动落后产能退出。

二是加强精准施策。继续指导地方做好错峰生产工作，加强绩效分级和区

与装企携手共建生态 ——方太集团家装事业部总经理何石访谈



随着整装的发展，头部装企和头部部品商相互的需求愈加凸显，相互的纽带也更紧。“展望未来，我们认为，方太与装企共建生态是未来发展的新方向。”方太集团家装事业部总经理何石表示。

问：对于企业来讲，从整装的发展，我们看到了市场发展的前景，应该跟着时代共同发展。这种合作不光是双赢，更应该是三赢：部品企业和装企共赢，消费者也去掉了很多中间环节而获益。对于整装，您如何看待？

何石：关于如何看待整装，我认为主要从三个方面来看：首先，整装趋势和风口是确定无疑的，而且整装的规模增长和集聚效应也基本明确。整装风口的核心背后因素是对顾客便利、省心、专业及更良好的体验感的核心需求的满足。所以，最终还是供需关系决定了整个行业的发展趋势。在装企整合整个供应链的过程中，我们也在共同努力创造新的需求，比如旧改艺术家装、高端个性化设计等。

其次，如果说2020年是整装元年的话，那么今年乃至后面的三年可能是整装的关键蜕变期，从整装定义到整装模式的探索，到整个的支撑动作的搭建，到最终胜出，我相信未来三五年内家装公司业绩会有新的突破。

第三，整装在当下包括近几年都将是家装领域热点话题，但不能把整装视为行业发展的决定性和唯一性因素，因为这个行业正在蓬勃发展，有着很多不确定性，当然也昭示着市场有更多的机遇。未来我们还有很多机会，有一些细分市场，有一些不同的跨界平台化的竞争。如果整装是一种全产品化的解决

方案，那我们既要专注于它，关注它；同时，可能也要把它当成最终达成家装行业绿色健康企业长期发展的一个环节、一个阶段或一个要素。

总之，未来要有英雄，更要重新冷静地、全面地审视整装，全面地看待整装的定位。

问：在与家装公司供应链渠道的合作之中，有哪些成功案例分享？

何石：如今，在产品和服务营销上，当部品企业或者材料商可能需要打破原来的一些想法，当装修市场有需要，我们就可以提供产品和服务。同样，装企也要更加重视部品企业，当装企拥有整个供应链主导权，想打造一个更高效、低成本、高质量的供应链条的话，就缺不了优质的非装企部品材料。此外，我们应该将目光聚焦到产品和服务上，或者更深层次的营销资源融合和共享上。

问：作为家居企业代表，您如何理解行业现阶段的新零售概念？贵司是如何发展自己的新零售业务的？

何石：新零售概念的呈现，一方面，可以看到传统零售模式正在挑战，另一方面，也预示着互联网+下，消费者的需求需要更加精细化运作。方太也一直在尝试和探索新零售模式，比如方太的社区体验店，在产品、服务、场景、体验等几大维度出发，为消费者打造更加个性化、智能化、便利化的需求，目前也取得了一定的市场认可，但新零售这条路还有更多可能值得我们去挖掘。

问：作为供应商，提供最优质的产品和服务是保障。供应链上，供应商作为部品企业，很多连接C端的品牌也开始做整家家装渠道，您是如何看待这一现象的？

何石：从更宏观层面看，品牌做整装渠道首先是好事，大家对某一个行业或某一个新闻上的关注度越高，就会倒逼行业走入规范化，聚集到头部装企，会反向体现在为消费者端更好的服务和更优质的价格上。其次，方太也在着力

推动行业进入绿色工厂时代；同时，诺贝尔瓷砖坚持以科技创新带动产品创新，以产品创新驱动企业发展，以科技进步引领行业变革，实现瓷砖生产更智能，产品应用更广泛的目标。

未来，诺贝尔瓷砖将以中国民族知名品牌的身份，秉持行业头部企业的社会责任担当，贯彻北京冬奥组委秉持的“绿色、开放、共享、廉洁”的办奥理念，积极运用科技为更多人提供更智能化、更高标准的人居环境解决方案，为推广北京冬奥会贡献自己的一份力量。

（陆钧）