

碳交易上线 这些行业“好戏将至”

交易首日开门红

7月16日上午9时30分,全国碳市场正式启动交易。当天开盘价48元/吨,最高价52.8元/吨,最低价48元/吨。截至当日收盘,首日成交量410.4万吨,成交额21023.01万元,成交均价51.23元/吨。其中,首笔全国碳交易撮合成功的价格为52.78元/吨,总共成交16万吨,交易额为790万元。

当天,上海市节能减排中心总工程师齐康表示,目前全国碳市场价格仅低于试点区域北京的价格:全国碳市场开市首日价格略超市场预期,此前认为会落在试点区域近两年加权平均碳价40元/吨附近。”

据了解,目前碳交易市场有两类基础产品,一类为政府分配给企业的碳排放配额,即将控排目标转化为碳排放配额分配给下级政府和企业,企业实际碳排放若小于配额,则可以交易多余的部分;另一类为核证自愿减排量,指对我国境内可再生能源、林业碳汇、甲烷利用等项目的温室气体减排效果进行量化核证,并在国家温室气体自愿减排交易注册登记系统中登记的温室气体减排量。

全国碳市场首批纳入了2225家电力企业,并放发了两年共约40亿吨的配额。据估算,目前中国碳市场的二氧化碳排放总量约为40亿吨/年,在全球20多个排放交易体系中居首位。

据了解,浙江省能源集团有限公司所属嘉华发电公司、温州发电公司、北仑发电公司和宁夏夏泉发电公司等均参加了碳市场上线首日交易,当日达成的碳排放权交易量100万吨,是10家参与全国碳市场上线首日交易集团中成交量最大的单位。对于相关交易细节,北京商报记者尝试联系浙能集团,但截至发稿未获得相关回复。

全国碳排放权市场迎来开门红。7月16日启动交易首日,全国碳市场成交量便达到410.4万吨,成交额21023.01万元。随着全国碳市场开市,一幅万亿规模的市场蓝图也徐徐展开。电力行业打头阵之后,钢铁、石化等重点领域已经排队等候,而光伏、新能源汽车等低碳产业也随之被市场赋予了无穷的发展想象。此外,碳市场催生出诸多碳金融产品,也让社会资本为碳市场发展带来更多可能性。



全国碳市场交易首日情况

开盘价 48.00元/吨
收盘价 51.23元/吨
最高价 52.80元/吨
涨幅 6.73%
交易总量 410.4万吨
交易总额 2.1亿元

碳基金 碳信托 碳期货
碳债券 碳保险 碳远期 碳回购 碳质押 碳指数

碳金融产品与衍生工具(部分)

新能源汽车或受益

虽然目前全国碳市场的参与行业、交易主体等都有限,但其他7个重点行业,即钢铁、有色、水泥建材、石化、化工、造纸、航空,也将逐步纳入全国碳交易市场,未来控排企业大约有8000-10000家。

而从长期来看,新能源替代传统能源也是大势所趋,光伏、新能源汽车等依然是未来碳市场建设的重要方向。西南证券在研报中称,政策红利下,核电、风电、光伏、水电等新能源细分领域及整体产业链都将受益;新能

源汽车方面,电动车渗透率提升,供应链、制造端、运营端在内的全产业链将从中受益。

从国际经验来看,新能源车企做“卖碳翁”的生意并不奇怪。以特斯拉为例,整个2020年,特斯拉通过出售碳排放积分获得了15.8亿美元的营业收入,同一时期,公司的净利润只有7.21亿美元。

不过在接受北京商报记者采访时,中创碳投高级咨询顾问陈志斌表示:“因为有一个自愿减排的机制,光伏、风电等行业以后也有机会参与碳市场,但并不是所有的新能源企业都会符合。如果有的项目盈利较差,那会有可能;而有的项目技术比较成熟,利润率比较

高,自身可以良好运转,那就不需要通过碳交易获得额外支持。国家应该会设置一些准入门槛,还需要进一步关注政策。”

在北京特亿阳光新能源总裁祁海■看来,需要思考如何给光伏、风电、水电,包括新能源汽车行业的“绿电碳指标”进行合理、合规的碳减排定价。他在接受北京商报记者采访时表示:“新能源行业从生产制造环节到电力产出的生命周期内,比较容易核算碳减排。对新能源汽车行业来说,如果只是简单的和燃油车对比计算还好,但如果涵盖锂电池及其回收处理等问题,核算就会比较复杂,这是一个系统性的、综合统筹兼顾发展的问题。”

碳金融的想象空间

覆盖范围逐渐增加,市场逐渐完善,交易逐渐活跃,当整个市场有序运转起来,碳排放权交易金融化也就成了下一步的发展目标。据了解,碳金融泛指在减少温室气体排放的各种金融制度安排和金融交易活动。监管部门对于碳金融的定位是,在碳市场平稳运行的基础上,开展适度的金融创新。

由于目前全国碳市场只有现货交易;“碳期货”则成为金融领域大众期待的可能性之一。对此,陈志斌分析说:“因为投资一个减碳工程的回报周期可能是五年或十年,如果没有期货去锁定成本收益的话,就比较难开展这方面的投资。证监会目前可能也在看碳现货的表现情况是否成熟,会不会造成风险,如果条件合适应该也会开展碳期货交易。”

事实上,观察一些发达国家的碳市场可以发现,大部分成交都来自于以现货为标的的金融衍生产品,这些衍生品提供了多样的渠道,让银行、保险、基金等金融机构甚至个人都可以通过这些碳金融产品,更广泛更深度地参与到碳市场中。

在7月13日的国新办新闻发布会上,人民银行货币政策司司长孙国峰也表示,央行正有序推进碳减排支持工具设立工作,以期撬动更多社会资金促进碳减排。

对此,祁海■认为:“碳资产虽然无形”,但却有形地影响我们的生产和生活。将来的“碳信用”也可以说是“信用资产”,有可能比银行金融机构的“金融信用”发挥更大的作用。因为很多老百姓并不参与金融资产的投资交易,但每个人无时无刻不在产生二氧化碳,每个人都有可能成为碳市场交易的主体和参与者。”

北京商报记者 陶凤 阮航达

西街观察 Xijie observation

外卖不是藏污纳垢之地

陶凤

网红炸鸡品牌再次出圈,却以一种极不光彩的方式。

近日,有微博原创视频博主发布了一则卧底调查拍摄的视频,在其中,某外卖平台销量第一的华莱士后厨存在多项卫生问题,包括人员未戴口罩、炸鸡掉地继续使用,以及在炸鸡的火锅上方清洗抽油烟机。

此后,华莱士作出回应,称公司高度重视,已于第一时间展开调查,涉事餐厅北京霍营店已停业整顿。

类似食品安全问题,对华莱士来说并非第一次。2019年,其就因出现过期汉堡继续出售、后厨蟑螂随处可见的情况引发舆论风波。而对万千外卖平台上的商家来说,华莱士更非第一家。

随着网络食品交易第三方平台经营模式的成熟,以及受新冠肺炎疫情的影响,通过各种App网络订餐和外卖生鲜食品已成为时下很多人最常见的生活场景。

外卖深得人心,媒体偶尔曝光的问题,往往触目惊心。对于上述各类网络渠道购买食品的安全问题,社会各界的关注度越来越高。

追溯起来,外卖的食品安全隐患由来已久。外卖方便了食客,也拉远了食客与后厨的距离。当加工好的餐食交给送餐员,经由送餐员送到消费者手里,那些消费者看不到的地方,往往成了最不安全的一环。

监管盲区在无形中放大。后厨是否符合安全卫生标准?储存食材的冷藏和消毒设备是否合规?厨师和工作人员是否有健康证明?加工过程中使用的油料和佐料以及其他食品添加剂,是否合格达标?

这些乍看是问题,也是食安一再让人难以心安的答案。更让人担忧的是,除了华莱士这种正规注册的店家外,目前网络上充斥着大量主体不合法的商家和个体参与经营。无论是出了问题的正规军,还是舆论混战的经营者,在外卖的“遮掩”下,食品安全似乎多了难以估量的安全隐患。

外卖平台不应成为藏污纳垢的新场所。确保舌尖上的安全不能有半点松懈,不能有法外之地,也不能因噎废食。应坚持包容审慎监管原则,在守住食品安全底线的前提下,促进外卖餐饮平稳健康发展。

外卖延长了餐饮业态,链条多了,环节多了,自然免不了滋生新的问题。一些传统的食品安全监管法规、标准和手段很难再跟得上外卖餐饮快速发展,平台和入网商户主体责任落实到位、消费者维权难等问题,需要旧法的完善,需要新法的跟进。

民以食为天。天下人的食品安全问题,需要天下人的齐心协力。平台不能当“甩手掌柜”,应利用消费者评价等大数据实现精准监管,市场监管部门应该搭建协同机制,让行业协会、社会组织和市民群众等多元主体主动加入。

同时,每一个置身其中的人都有义务利用好平台的监管机制,不能一味大事化小,小事化了,纵容不良商家。媒体也好、拍客也罢,以公众利益为先,充分发挥舆论监督作用,才能让问题早发现、早解决。

复盘猪价震荡始末:谁“打乱”了传统猪周期

“补栏母猪,我还想再等等。”对于生猪养殖户来说,过去半年无疑是煎熬的。饶是有幸躲过了猪价暴跌的陈霄(化名),在思考接下来举动的时候,仍然心有余悸。7月18日,华商储备商品管理中心发布通知称,将于7月21日进行2021年第三次中央储备冻猪肉收储。随着国家层面接连出手兜底,经历了长达半年坍塌式下跌的猪肉价格,终于出现了企稳的信号。

然而熬过了至暗时刻的生猪产业,仍迫切需要一场复盘:乱花渐欲迷人眼,当传统猪周期遇上信息大爆炸时代,互联网、短视频、社交平台……信息参差不齐,形势越来越复杂,本就周期性波动的猪肉市场,也难免被搅得不得安宁。

割肉与硬扛

“最近猪价刚刚接近成本线,目前市场上还有很多大猪,温度高猪不长肉,温度超过28摄氏度,大猪还会有热应激,看现在猪价,自繁自养还是不赚钱。”即便生猪价格有了回升的迹象,陈霄依然不敢轻举妄动,对市场也仍处于观望的态度。

震荡是这段时间猪肉价格走势的真实写照。6月末至7月初,猪肉价格曾有过短暂回升,但据农业农村部数据显示,7月9日-16日这周,全国猪肉价格为22.51元/公斤,环比下降0.9%,同比下降51.9%。

但说起来,陈霄其实是幸运的。陈霄的养殖场在河北,今年初,因为想要扩建猪场,陈霄意外躲过了一劫。彼时因为看到猪肉价格已经有了下行趋势,本着“损失点就损失点吧”的想法,于是将生猪全部清空,拿出时间及精力投入猪场建设。但正是这一举动,让陈霄躲过了此后长达22周的猪价下跌。

幸运儿毕竟是少数。现在我就回家挺着,挺不住就卖标猪,肥猪实在不涨价的话再卖,到最后把去年挣到的钱拼一下。”今年1月前,有人曾劝李军(化名)将200斤以上的标猪都卖掉,他虽听了劝,但仍留下了一些300斤左右的标猪。

然而暴跌来得太快,压栏6个月之后,这些标猪已经长成了500斤左右的牛猪,李军所在的地方,牛猪肉价也就5.4元一斤。据李军介绍,他养猪的成本在每斤8.5-9元左右;一斤就亏4块钱,一头猪将近300斤,成本上就亏1000多块钱。”

据了解,这一轮猪肉价格的下跌,始于2021年春节过后。以北京为例,今年1月,猪肉批发价格还维持在43元/公斤左右,但截至今年7月中旬,猪肉批发价格已经下跌至18元/公斤左右,跌幅超过50%。

算岔了的“账”

猪肉价格下跌,遭殃的不只有养殖户,企业也在所难免。最近一段时间,猪企密集披露2021年半年业绩预告,亏损成了行业的常态。例如正邦科技公告称,预计2021年上半年亏损12亿-14.5亿元,同比下降149.64%-159.99%。虽然牧原股份能够独善其身保持盈利状态,预计上半年归母净利润为94亿-102亿元,但仍同比下降5.42%-12.83%。

“我现在最后悔的就是低估了市场,没想到大集团和个人上的母猪的量这么大。”据李军介绍,此前非洲猪瘟爆发,猪“砍”的多了,导致了2019年和2020年的高价,于是很多人入局。按照计划,母猪怀孕4个月,育肥6个月,去年5、6月上的母猪,恰巧在今年这个时候就能将产能释放。但当大家都这样做,供给端突然集中增加,价格自然就会跌入谷底。

猪肉的行情还得从三年前的猪瘟说起。2018年,非洲猪瘟在国内迅速蔓延,各地按照农业农村部应急实施方案要求,采取了对疫点内其余生猪进行扑杀、对扑杀猪和病死猪进行无害化处理等措施。

根据农业农村部提供的数据,2018年8月至2019年9月,我国因感染猪瘟而发病的猪只数量为18494头,死亡数量为13034头。但这期间,我国生猪的存栏量却减少了8601万头。供应端缺口可想而知,消费端猪肉价格自然水涨船高。

行情好的时候好到什么程度?陈霄也给北京商报记者算了笔账:养生猪的利润相当丰厚。一头猪1000多甚至2000元的成本,最后能卖到7000元,赚5000元,谁不养大猪?所以大家都延续了去年的老思路,最后导致市场上的大猪特别多。眼下天气又越来越热,市场不缺肉,掉价就成了必然。

生产还是投机

价高伤民,价低伤农,多少年来,猪周期始终绕不过这个怪圈,但现在的情况又与曾经有些差别。

聊起猪肉价格下跌的情况,来自山东的老张给出的解释也与其他人大致相同:去年大家都挣到了钱,就想着压栏利益最大化,那时候大家心里有种坚信,价格一定会涨上来,所以才造成了产能的挤压。但被问及这种坚信从哪来的时候,老张尴尬地笑了笑,提到了短视频平台上的主播:“一些快手上的主播经常说,这里发生猪瘟,那里发生猪瘟,受这些主播的影响,就认为价格一定会上涨。因为这些主播本身也都是养殖户,或者收猪、卖料的人。”

大机构裹挟着大量资金入局,开启规模化、智能化“降维打击”式的养殖模式,而市场上的信息又纷乱复杂,要在这其中摸准本就多变的猪周期,难度可想而知。

搜猪网首席分析师冯永辉对北京商报记者分析称,过去整个行业信息传播并不发达,养猪人更侧重于生产性而不是投机性,所以只要猪长到了正常的体重就会出栏,而不会刻意安排在某个月份集中出栏。但当信息、自媒体发达之后,养猪人看到的都是同样的信息,就会选择在同一点时间集中出栏,短期之内造成踩踏,出现创纪录的下跌。

冯永辉认为,要改变猪周期的剧烈波动,首先要让生猪生产更加稳定,供应就能相对平稳,但要保证生产平稳,首先就要解决疫情的威胁,这也相当于解决掉影响价格的最大的不确定因素。其次生产企业也不能过于受到自媒体的影响集中压栏集中抛售。这就意味着,我们要有及时且权威准确的数据,向全行业的生产者及时发布,引导生产者合理安排生产。

北京商报记者 杨月涵