

百项能效标准推进在即

中国用能产品门槛提高

■ 本报记者 邢梦宇

“今明两年,100项重要节能标准将陆续发布,重点是终端用能产品能源效率标准和单位产品能耗限额标准。”国家发改委工作人员在接受记者采访时表示。

据了解,百项能效标准制定工作历来由相关行业协会、研究单位、标准化技术委员会的众多专家参与其中,并围绕支撑高效节能产品推广、节能评估审查制度、万家企业节能低碳行动、绿色建筑行动、淘汰落后产能等重点节能工作展开。

推动产业升级

根据国务院规定,“十二五”期间,我国的减排目标为单位GDP能耗下降16%。而较低的能效产品市场准入门槛在一定程度上拖累着减排工作,标准升级迫在眉睫。

据了解,我国正式开始实施保证标识制度,即节能产品认证制度始于1998年。为了配合节能产品认证工作的开展并为其提供技术依据,那时的能效标准在技术内容方面除提高产品(电耗)能效限定值指标要求之外,还同时增加了节能评价价值指标,其中:能耗(能效)限定值是强制性实施的,目的是淘汰市场中低效劣质的用

能产品;节能评价价值是推荐性指标,作为企业的一个节能目标,鼓励企业开发和生产高能效产品。此外,标准中还明确了各种产品的分类、能效(能耗)指标参数、能效指标的测试方法以及产品的检验规则等。

据了解,现阶段,我国部分用能产品能效标准落后于一些高端企业的企业标准。在生产中,这些企业却只能按照现有的国家标准来标示产品,同样投放市场售卖,毫无公平可言。提高家电能效国家标准,无论是对于用能产品市场的发展,还是对消费者来说,都具有重要意义。

“百项能效标准推进工程”启动实施将进一步提高我国终端用能产品的能效市场准入门槛和高耗能行业的能耗准入门槛,充分发挥节能标准的引领作用,对推广高效节能产品,推动节能技术进步,提高节能管理水平,加快产业结构调整和优化升级,促进节能减排,积极应对气候变化,确保实现‘十二五’节能减排目标具有重要意义。”上述发改委工作人员向记者透露。

目前,我国家电领域内部分产品实施了能效分级制度,市场准入门槛和节能标准较高。美的集团一位中层管理人员在接受记者采访时表示,产品的能效标准提高将加快产业升级和行业洗牌,家电行业

尤为明显。此外,家电作为我国最大的耐用消费品,也是耗费能源最多的产品,其节能水平的高低关系到整个国家的节能水平。因此,提高家电能效国标对于我国节能水平的提升具有重要意义,可以起到引导节能消费的作用。

标准挂钩补贴

据国家发改委人士透露,百项能效标准的制定将综合行业众多专业人士的意见,各行业产品标准将分批次推出,并逐一与市场对接。

同时,由于市场对于节能产品的要求不断提高,能效标准升级换代也逐渐提上日程。据知情人士透露,我国冰箱、洗衣机、变频空调能效标准的修订工作将马上启动,但不一定年内能完成。

“能效标准的修订范围,不仅限于彩电、冰箱、洗衣机、空调和热水器,但是这些产品的能效标准将是修订的重点。”中国标准化研究院副院长李爱仙表示,具体指标怎么修订还没确定,有的专家主张是淘汰现有的五级能效,有的则主张将一级能效变为二级效能。

家电行业人士普遍预计,标准提升将加快产业升级和行业洗牌,低能效产品退出市场速度将加快。

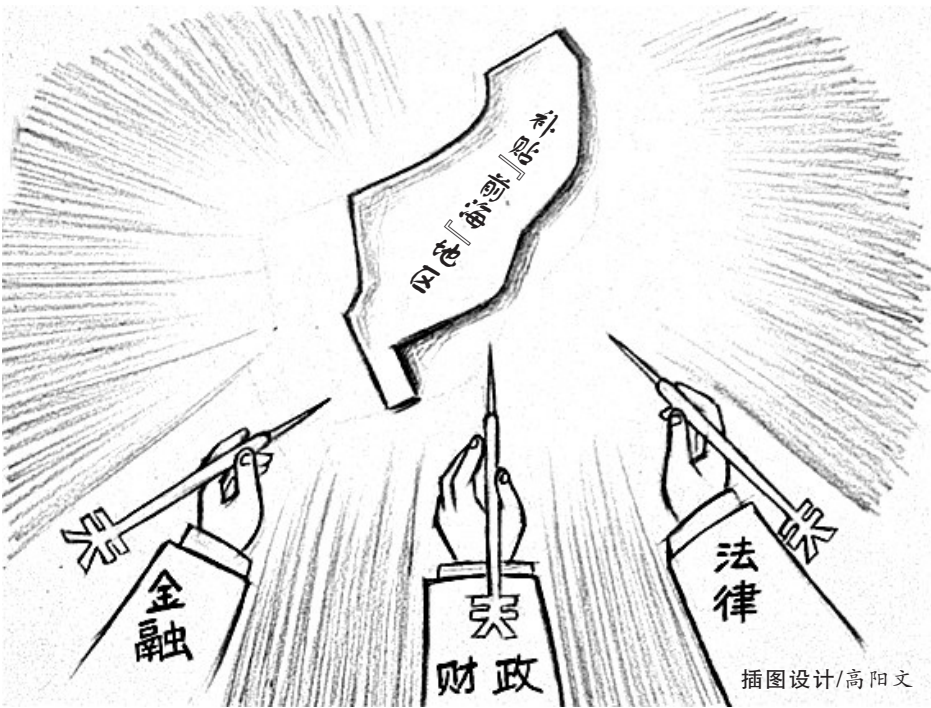
能效标准推进工作受到广泛关注,除消费者可以买到更加节能的产品,企业可以此为依据不断提高产品节能水平之外,政府有关部门也可根据产品能效标准的分级不同,给予低能耗产品补贴。

近日,国务院安排财政补贴265亿元,启动推广符合节能标准的空调、平板电视、电冰箱、洗衣机和热水器工作,推广期限暂定一年。按照补贴额度10%初步计算,节能推广政策将带动近3000亿元的节能家电消费。

目前,在家电行业,我国实行能效标识制度,而家电能效补贴的发放也根据标准等级来确定。

有家电厂商负责人告诉记者,家电节能补贴政策对企业来说,来得较为突然,企业对节能产品准备并不充分:“补贴主要针对1级和2级能效产品,过去生产计划中安排并不多,大部分集中在此前对企业主要支撑3级能效产品,而现在政策出台,对于高能效产品的生产规划还需要时间。家电节能政策效果要在市场上充分显现还要过一段时间。”

本期说法



插图设计/高阳文

推进粤港现代服务业合作

前海配套政策将出台

本报讯“前海一揽子配套政策已经看得见摸得着了。”深圳前海管理局局长郑宏杰日前参加从前海视角看粤港现代服务业合作论坛时作出上述表示。

接近深圳市政府部门的消息人士也透露,前海一揽子配套政策已经获批,或将于近日正式对外公布。

从上周开始,广东省与深圳市各有关部门已在为前海配套政策的公布做各种准备。中联办宣传文体部与广东省政府新闻办共同组织香港时事评论员考察团的20余位评论员、专家学者及多家香港媒体到前海考察,并举办了“从前海视角看粤港现代服务业合作论坛”,为前海配套政策的推出预热。

“前海优惠政策涉及税收减免、落地奖

励、金融创新、人才政策以及法律政策等各个方面。”郑宏杰透露,未来,前海管理局将协调有关方面制定可操作性强的实施办法,加快形成促进现代服务业集聚发展的政策框架。

截至目前,前海各项重点工作已取得了阶段性成效。其中,前海基本法已颁布实施;前海建设部际联席会议制度正式建立;前海综合规划和各种专项规划基本完成,土地整备和工程建设正加快推进;招商引资成效明显,已落实16家企业入区,入库179个项目中,119个明确了投资意向,意向投资额近800亿元。(钟征)

今日普法

涉外纠纷频发 风险防范不胜防

知识产权战略为企业打造财富“金刚罩”

■ 本报记者 杨颖

近日,在通信市场、电子领域,知识产权纠纷,尤其是涉外知识产权纠纷日渐高发,特别是在企业“出海”淘金之时,知识产权成为了不少国际竞争者阻挡中国企业拓展全球市场的有利武器。

“只有处理好知识产权问题,才有可能为企业海外发展提供更加广阔的空间。”商务部条约法律司知识产权法律处副处长纪文华在参加中国国际知识产权论坛时作出上述表述。他说:“当前,国内企业知识产权纠纷频发主要是由于企业自身运用知识产权、参与竞争和维权的意识、能力相对薄弱,不了解投资地国家的知识产权环境等原因造成的。”

当下,建立自有知识产权战略才可使企业更具竞争实力。未来,国内企业要想在知识产权竞争中不败下阵来,恐怕还得勤习竞争技巧,寻找克敌制胜的法宝。

尽早和解 减少诉讼损失

“最近几年,在电子领域、通信行业、可替代能源产业,中国企业遭遇涉外知识产权诉讼的频率很高。”美国飞翰律师事务所驻上海代表处创始管理合伙人林艺思在接受记者专访时指出,随着中国企业

“出海”活动越来越活跃,未来,在化学、电子、制药、新能源等方面仍可能是涉外知识产权诉讼的高发领域,相关企业应该引起重视。

记者调查后发现,时至今日,虽然不少国内企业已经拥有了完善专利、商标战略、积极参与应诉等意识,但客观来看,“被告”这件事儿对于很多进入行业较晚,自主知识产权保护实力较薄的公司来说,仍是不小的挑战。因此,面对知识产权纠纷,尤其是涉外知识产权诉讼,一些中小企业常常选择消极应诉,赔款了事儿。

“其实,‘被告’不一定是件坏事,关键看你怎么处理。”美国飞翰律师事务所合伙人王宁玲强调,处理涉外知识产权纠纷时,企业一定不能消极应诉,只有积极应诉,案子才有达成和解的可能。”

此外,她还告诉记者,不论是获得专利许可、还是应对诉讼,对于企业来说,控制应诉成本最为重要。即使企业在诉讼中并不处于有利地位,只要能抓住适当时机,尽早达成和解,也能最大程度地减少损失。

做好调查 确定最优方案

不可否认,进入诉讼程序是解决问题的最后办法。如果能在事前加以预防,对

企业来说将更加有益。

企业在开展涉外业务之前,应做好尽职调查。以苹果和唯冠“ipad”商标之争为例,如果,苹果能够在进入大陆市场之前,做好相应的知识产权尽职调查,也不至于时至今日,还要和唯冠在法庭上争夺商标归属权。

但是,王宁玲表示:“尽职调查定也是有深有浅的。实际中,企业可以根据自己的实际需要、获取价值的多少,来决定调查的深入程度。”

与此同时,国内企业还可以在了解投资所在国的知识产权环境后,根据需要确定最优知识产权申请方案、许可方案等。

据意大利Metroconsult公司首席执行官及创始人Roberto Dini介绍,在欧洲申请专利是有很多技巧的。比如,在意大利、西班牙、德国及荷兰四国,申请专利的费用较为低廉,企业如果只需要开拓这些市场,就不需要一定去欧洲专利局申请专利。了解环境后,根据自己拓展市场的需求,选择合适的申请方式、申请地,可以让企业得到很好的投入产出比。

进行管理 防风险创价值

此外,国内企业还必须把知识产权管

理提升到战略布局的层面。实践证明,要与将知识产权运用娴熟的国际竞争者对弈,企业必须有清晰的知识产权战略。只有这样,才能在拓展市场的过程中,让自己手中的知识产权发挥最大的价值,进一步防范相关风险。但国内企业在这方面的意识显然还有待提高。

“专家不难找,难的是许多病人到病危时才去看专家。”王宁玲强调。现实中,一些企业不到关键时刻,难以意识到知识产权的重要性。其实,知识产权管理与健康管理一样,都是一个渐进的过程,只有平时把好看,企业才不会得“大病”。因此,不管规模大小,每个企业都应该有管理知识产权的意识,同时要根据自己的预算,尽力而为。

“虽然,量化企业的知识产权价值很难,但从微软斥资10亿美元购买美国在线800项专利一事可以看出,知识产权能够为企业带来巨大的价值。”林艺思说,“企业应该根据自己的规模、面临的问题,有针对性地进行相应的知识产权管理,进而帮助自己防范风险、创造价值。”

记者管窥

法律干线

食品安全舆情报告发布

■ 本报记者 张莉

近日,国家统计局社情民意调查中心、人民网舆情监测室在“第四届中国安全食品品牌峰会”上发布了《2012上半年中国食品安全舆情报告》(以下简称《报告》)。

《报告》对今年1月至6月份影响较大的100起食品安全舆情热点事件进行统计分析,重点研究了2012年上半年食品安全舆情事件的特点及舆情高发原因,并结合国外经验提出相关对策、建议。

《报告》表明今年我国的食品安全事件频发,食品安全舆情继去年后继续成为舆论关注热点。《报告》在多起食品安全事件库的基础上,选取53起影响较大的食品安全舆情热点事件进行分析。

今年上半年,消费投诉、企业质量问题行业舆情较为突出。国内各种涉及食品安全的事件遭到曝光,其显著特点是以依靠群众举报、主动爆料行动为主,政府在执法过程中主动披露的案例也较多,包括媒体披露和企业自曝。群众举报的途径主要有三种:其一,群众向当地政府机构工商局等部门进行举报,借助政府力量来处理社会上存在的不合格食品以及相关生产销售者。如“水银刀鱼”事件、广东生产“墨汁粉条”事件、沃尔玛因出售虚假“绿色猪肉”受到工商部门重罚、河北石家庄相关部门查获省内最大的臭豆腐黑作坊等。其二,群众直接向媒体曝光,再借助媒体平台扩大该食品安全事件的全国影响力,其中比较有代表性是“北京香精包子”事件,这一事件就是“知情群众”向媒体举报的。其三,不少群众选择直接与公司交涉,维护自己的利益,但是这种效果极为有限,最终效果往往依靠政府部门出手治理取得。此外,伴随着互联网高速发展,新媒体日新月异,网络论坛等成为众多群众直接曝光食品安全问题的重要平台和途径。

“从中国产业和企业发展现状来说,食品产业规模化、组织化、标准化程度不高,企业质量安全管理能力较低,是食品安全处于风险高发期和矛盾凸显期的重要原因。过去粗放、不完善的经营模式,迟早会遭遇滑铁卢,企业早一点觉醒和发现问题,可为品牌再造打下坚实基础。”农业标准化与食品安全发展联盟主席张灵光告诉记者,从经济学理论来看,凡是反复出现的问题,一定是在机制出了问题;凡是这种问题怎么治也不见效的时候,很可能与生产力有关系。所以说,食品企业应对风险就要从“改变管理体制、转变生产方式、降低成本费用”三个方面着手,强化技术标准体系建设,研究保障食品安全的治本之策。

食品行业竞争的日趋激烈,加之企业管理等方面的漏洞,使得危机事件在所难免。当企业面临危机考验时,企业管理者应尊重事件事实真相,切忌进行隐瞒、推诿。遮掩反而增加公众的好奇心和猜测,因此一旦事件真相呈现,更容易引发公众反感。而延长危机时间蔓延的事件,则增大了危机事件的杀伤力,反而不利于控制危机事件的局面。

企业需要组建一个具有一定专业知识和领导能力的品牌危机管理机构,及时制定危机事件处理方案,清理危机事件存在的险情。网络舆情预警机制成为其中必不可少的重要一环,企业可建立及时有效的信息检索系统,收集与企业相关的舆论信息,并以此为基础建立品牌舆情预警机制,可以及时为处理各项潜在的危机制定对策,提高企业的舆情应对能力。

人民网舆情监测室认为,借助新媒体互动的力量宣传产品及品牌信息,有助于提升企业声誉和口碑。有效利用这一传播营销平台,对企业声誉管理具有事半功倍的效果。