

新订单签约 系列船收官

外高桥造船五月业绩飘红



■ 7000TEU 中型集装箱船“罗盘座”(X-PRESS PYXIS)号命名交付

受访者供图

本报讯(记者 叶薇 通讯员 何宝新 刘捷)今天上午,中国船舶集团有限公司旗下上海外高桥造船有限公司联合中国船舶工业贸易有限公司与新加坡X-PRESS公司签署4艘甲醇燃料预留(READY)11000TEU大型集装箱船建造合同。同日,外高桥造船为该船东建造的12艘7000TEU中型集装箱船系列收官之作“罗盘座”(X-PRESS PYXIS)号命名交付。从7000TEU到11000TEU,双方的友好合作跃上新台阶,续写新篇章。

新订单:为客户量身定做

本次签约的甲醇燃料预留(READY)11000TEU大型集装箱船,是由外高桥造船自主研发设计的新一代绿色环保型大型箱船。该型船是为客户量身定做,在常规燃料动力双岛设计的基础上,新增预留了甲醇燃料动力系统,将显著降低船东后续进行绿色燃料改装的成本。该船可装载11000个20英尺标准集装箱,配置了脱硫塔、挡风墙等多个脱硫、降碳、节能和减阻装置,大幅降低油耗,减少碳排放,降低运营成本。

作为中国率先进入超大型集装箱船建造领域的船企,外高桥造船早在2013年就成功承接了3艘18000TEU超大型集装箱船,打破了韩国船企在该领域的垄断。随后,又承接了一批20000TEU、21000TEU超大型集装箱船,成为我国船企全面进入超大型集装箱船市场的开路先锋。

系列船:12艘高质量交付

2020年,外高桥造船凭借对新造船细分市场变化的敏锐嗅觉,经过对船舶市场的全方位研判,决定进军7000TEU这一级别集装箱船细分市场,累计承接了36艘订单,全球细分市场名列前茅。2023年,又签订了8艘9200TEU液化天然气(LNG)双燃料中型集装箱船建造合同,使船型不断拓展、产品种类更为丰富,巩固了在中型集装箱船市场的领军地位。

此次命名交付的“罗盘座”号,是外高桥造船为新加坡X-PRESS公司建造的12艘7000TEU中型集装箱船系列的最后一艘。该型船是中国船舶集团旗下上船院全新开发的新一代绿色环保型集装箱船,总长272米,型宽42.8米,型深24.6米,满载吃水15米,载重量约86000吨;甲板上可装载9层17排集装箱,货舱内可装载8层15排集装箱,共可装载7000多个20英尺标准集装箱。此外,该型船还可布置800个冷藏集装箱插座,甲板上集装箱摆放采用混装式设计,可增加舱盖及甲板上集装箱堆叠重量。

自去年6月下旬交付首船,外高桥造船在不到一年的时间里,12艘系列船全部高质量交付,单船交船期较合同平均提前了220天。

新订单正式签约,系列船完美收官,外高桥造船本月业绩飘红。据统计,外高桥造船在这一个月内,交出了开工3艘、下坞3艘、出坞2艘,试航4艘、交船2艘和签约4艘历史最亮丽成绩单。

投资上海·全球行系列活动(日本站)成功举办

“沪链世界” 共享合作机遇

本报讯(记者 叶薇)“沪链世界 共创未来”投资上海·全球行系列活动(日本站)近日在日本东京成功举办。活动旨在把握2024上海全球投资促进大会激发的全新投资机遇,面向国际市场分享上海城市魅力和活力,进一步链接全球资源,助力上海打造产业新高地。

上海是外商最青睐的投资首选地之一,也是跨国公司全球供应链、产业链布局的首选地之一。据统计,超6600家日资企业扎根上海,数量居全国第一。众多优秀日企在上海找到了飞跃式发展路径:发那科在上海投资15亿元,建造了在日本本土之外最大的机器人基地,年产值预计将达100亿元;MUJI于2005年进入中国市场并在静安区设立上海总部后,门店规模从上海1家发展到全国60余座城市超360家门店;ASICS亚瑟士扎根上海长宁近20年,中国市场已成为ASICS亚瑟士除欧洲、北美、日本外的全球第四大市场。光刻胶厂商JSR在临港新片区注册成立子公司,将作为JSR在中国的电子材料事业中心,承担JSR半导体销售业务功能,满足中国客

户需求。

市经信委主任张英介绍,当前,上海正在深化布局14条重点产业链32个细分赛道,加快建设现代化产业体系,大力推进新型工业化,其中蕴藏着广阔的市场空间和发展机遇,欢迎日资企业加大在沪投资布局力度,在合作共赢中实现更大发展。结合上海培育新质生产力的重要方向,以及日本东京重点发展的产业领域,活动特别介绍了大模型、人形机器人、元宇宙、生物制造、新材料、氢能共6个上海重点产业链细分赛道投资机遇,发展前景无限、合作空间广阔。

通过本次活动,将进一步链接上海与日本东京的资源要素,推动信息流、人才流、资金流双向流动,为深化产业、技术、标准等多方面合作,实现互利共赢带来更多机遇。会上,静安区、长宁区、临港集团分别与拉比卡咖啡、朝日啤酒、住重建机、太阳环亚、MKN公司、三井住友保险等重点项目进行集中签约,进一步加大日资企业在沪布局力度。上海市投资促进服务中心与日中经济贸易中心、日本投资促进机构签订战略合作协议。

SIAL 西雅国际食品展:青稞“可以喝”,三文鱼“做烤串”

5000余家参展商 争创新“食”机

以酶解工艺“软化”粗粝微苦的青稞,变身香浓顺滑的青稞植物奶;把三文鱼做成冷锅串串,让西餐食材变成了中华美食;还有俄罗斯螃蟹、巴基斯坦芝麻、斯里兰卡香料……昨天,2024 SIAL 西雅国际食品展在上海开幕,汇聚全球“新奇特”食品饮料精品,吸引75个国家及地区的5000余家参展商,携带超过35万件展品,齐聚上海新国际博览中心,共同打造全球饮食行业的国际化商贸平台。

“中式养生潮”引领“食”尚

青稞是生长在海拔地区的一种谷物,在此次展会上,记者见到了一款可以喝的青稞。“青稞植物奶的主要原料,是青稞经过预处理之后,加入生物酶进行酶解后得到的青稞浓浆,这种工艺让原本入口粗粝的青稞变成了香醇的植物奶。”在HIBARLEE的展台,巴旦木风味、核桃风味的青稞植物奶吸引了不少观众现场品尝,带来颇具中国特色的植物奶新风尚。

“中式养生潮”让植物草本类食材在本届展会上有不少创新应用。在饮料领域,大麦薏仁复合植物饮料、大麦苗风味饮料、汉方玉米须茶、枇杷秋梨代餐粉等多种产品一一亮相,还有开盖即饮的枸杞原浆、沙棘原浆等,都是这次展商们的发力重点。

深海野游大黄鱼、黄河口大闸蟹、威海刺参……在本届展会的水产专区,山东水产品抱团游进了国际平台,还请来上海名厨现场烹饪,展现鲁鲜不一样的味道。记者在现场看到,三文鱼串串

在麻辣锅中翻滚,裹着榴莲酱的小龙虾被摆上寿司,创新吃法让传统食材更有魅力。“我们用的是原切三文鱼块,既可以做烤串,也能涮火锅,在川渝地区已经成为冷锅串串里的网红新品了。”展台负责人表示。

“外国肉”瞄准“中国胃”

除了中国以外,法国、西班牙、波兰、比利时、丹麦、意大利、土耳其、英国、捷克、美国、加拿大、巴西、阿根廷等国家纷纷组成展团亮相展会,中国品牌创新力和国际展品的多样性交相辉映,共同打造多元化的国际交流平台。

事实上,随着中国对更多国家开放免签,今年国际参展商比例显著提升。记者从主办方获悉,本届展会吸引了来自全球75个国家和地区5000多家展商参展。其中,中国大陆展商占比约40%,非中国大陆地区及其他国家展商占比约60%。

仅以肉类为例,中国市场的巨大吸引力,让本届展会不仅汇聚了全球范围内的肉类生产商、分销商和零售商,还将集中呈现各个国家的优势品种。例如被誉为“世界四大名牛”之一的安格斯牛肉,与阿根廷牛肉、巴西牛肉、澳洲和牛等同台竞技。来自法国、丹麦、爱尔兰、匈牙利、葡萄牙等世界各地的优质猪肉,则被分割成不同部位摆上展台,展现“外国猪”也能适应中式烹饪手法。还有西班牙的火腿、法国的成熟腌制、荷兰的鲑鱼、瑞士的肠肉等不同国家的优质肉类食材,也在为“中国胃”提供更多选择。本报记者 张钰芸

“ITB China”:80多个国家和地区旅游组织及企业参展

首推“中国入境游” 吸引海外客

本报讯(记者 杨玉红)今天,为期三天的2024 ITB 上海国际旅游交易博览会(以下简称“ITB China”)在上海世博展览馆落下帷幕。展会以“鼎新致远,共拓未来”为主题,吸引来自80多个国家和地区的600多家旅游组织及企业参展,表明中国旅游市场快速复苏带来巨大潜力。

作为中国旅游市场知名度极高的旅游贸易展会,展会精选买家超过1000位,规模较去年增长60%,其中,吸引阿拉木图、巴林、布宜诺斯艾利斯、古巴、东哈萨克斯坦、格鲁吉亚等13个海外目的地的首次参展。

展会汇集了来自世界各地及不同类别的参展商阵容,包括亚洲和大洋洲、欧洲、美洲和非洲的旅游企业和组织同台竞技,展示风采;展商类别涵盖了旅游业供应链,包括地接社/旅行社(34%)、住宿(23%)、国家和地区旅游推广机构(15%)、当地活动和景点(10%)、交通(7%)和旅游科技(7%)。

今年恰逢中马建交50周年。马来西亚参展团由37家机构及企业组成,包括了8家地接社、15家酒店度假村、5家州旅游局、2家旅游协会、2家乐园及产品业主、1家航空公司和4家第二家园服务公司。马来西亚旅游、艺术与文化部长拿督斯里张庆信(Dato Sri Tiong King Sing)表示,今年,马来西亚目标接待国际游客2730万人次,包括中国游客500万人次。目前,每周有368个航班往返于中国和马来西亚之间。

值得一提的是,展会首次推出“中国入境游”,邀请主要客源市场的国际买家来华参会,对接中国各地入境旅游资源和产品。德国旅游协会(DRV)与ITB China 签订合作备忘录,共同推动中国入境旅游市场发展;中国旅游目的地海外营销研讨会通过品牌推广活动、突出国内目的地现代基础设施和风景名胜,促进对中国入境旅游的讨论。来自上海、北京、拉萨、成都、宁夏等十多个中国旅游目的地参展,展示各地优质旅游资源。