我国邮轮产业加速自主创新

大型邮轮被誉为造船工业“皇冠上的明珠”。继2023年11月“爱达·魔都号”华丽亮相,近日,第二艘国产大型邮轮“爱达·花城号”在上海交付,船型体量更大,配套设备更先进,船体也更加秀美。

至此,历经十三载攻关,包含两艘邮轮的国产大型邮轮创新工程项目圆满收官,中国船舶工业实现从“单船破冰”到“双轮闪耀”的历史性跨越,迈入系列化、规模化发展的新航程。

千万级零部件、数千公里电缆与上千套系统设备交织成庞大的建造网络……大型邮轮考验着高端制造水平、复杂工程集成能力以及产业链协同能力,是中国船舶工业高端制造的“最后一块拼图”,也是先进制造业的标志性产品,更是衡量国家综合工业实力的重要标尺。

2018年11月6日,在首届中国国际进口博览会上,中船集团与嘉年华集团、芬坎蒂尼集团签订合同,确定建造2艘13.5万总吨Vista级大型邮轮。一年后,国产首艘大型邮轮“爱达·魔都号”开工建造,向造船工业巅峰发起冲击。

大型邮轮技术难点众多,其中,重量重心控制、振动噪声、安全返港是贯穿邮轮全生命周期的三大核心技术,国内无现成经验可循、无成熟路径可复刻。在中船集团的统筹指挥下,上海外高桥造船有限公司直面技术壁垒、工艺难题与体系挑战,采用“引进、消化、吸收、再创新”的路径攻坚,闯过一道道技术难关,填补国内行业空白,引领制定国内大型邮轮相关标准。



图为国产首艘大型邮轮“爱达·魔都号”。

2023年11月4日,外高桥造船顺利交付国产首艘大型邮轮“爱达·魔都号”。我国成为目前继德国、法国、意大利、芬兰之后,全球第五个具备大型邮轮建造能力的国家。

如果说“爱达·魔都号”完成的是从“0”到“1”的关键破冰,“爱达·花城号”则完成了从“1”到“2”的体系化进阶。在首制船经验积淀之上,“爱达·花城号”实现迭代升级:总吨位增加0.64万吨达14.19万吨,总长增加17.4米达341米;型宽37.2米,设计吃水8.17米,最大吃水8.4米,最高航速22.7节;配置客房2130间,最多可容纳5232名乘客;新增2套脱硫系统和5套选择性催化还原(SCR)系统设备,整船航行更加绿色环保。

两艘国产大型邮轮相继交付,不是简单的项目复制,而是我国邮轮装备产业一次深层次、系统化的能力锻造,更是依托数字技术驱动产业变革、在海洋高端装备领域培育新质生产力的标志性实践。

记者在采访中了解到,面对建造周期压缩带来的多工种交叉并行作业难题,外高桥造船以数智技术重塑邮轮建造全流程范式,推动设计、生产、仓储、质量管控、项目管理全链条迭代升级。相较于首制船“爱达·魔都号”,“爱达·花城号”整体建造效率提升20%。

历经两艘大型邮轮完整研制周期的淬炼,外高桥造船也沉淀了一批专业化人才梯队,构建起一套相对完善的设计、建造管理体系和设计选用标准,为后续邮轮新项目正向研发、整合全球供应链、持续打造本土供应链体系,参与国际市场竞争积蓄充足底气。

一艘巨轮启航,激活的是一条横跨制造与服务的万亿级产业链,开启的是从“示范领航”迈向“百业同航”的生态进阶之路。

记者了解到,目前“爱达·花城号”已实现大宗材料全面国产化配套,阳台、敷料、升降娱乐系统等关键工程包完成国产化替代,产业链自主可控能力持续增强。与此同时,外高桥造船同步推动邮轮相关标准建设、体系优化,带动本土配套企业补齐产品准入规范,打通进入国际邮轮供应链的通道。 **颜维琦**

5项公安交管便民利企措施12月起实施

记者11月9日从公安部获悉,进口小客车新车上牌“一件事”等5项公安交管便民利企改革新措施,自12月1日起在全国全面推行。

推行进口小客车新车上牌“一件事”。群众购买进口小客车后,可通过“交管12123”App,网上一站办结所有选号上牌业务,不再需要到办事窗口办理业务,免于多部门、多窗口来回往返,减轻群众办事负担,实现足不出户登记上牌。

推行企业纸质营业执照“免提交”。对接应用市场监管部门电子营业执照数据,支持企业在办理交管业务中出示使用,实现新车上牌、二手车过户等机动车业务免提交纸质营业执照,进一步提高企业办事效率,降低办事成本。

便利企业网上办事服务。对于已申领电子营业执照的企业,推出“交管12123”App企业用户网上注册服务,便利查询本企业及分公司名下机动车状态、违法事故及业务提示告知等信息。

便利网上办理试验车临时号牌。支持汽车生产企业通过互联网交通安全综合服务管理平台网上申领试验车临时号牌,不需要再到车辆管理所窗口申请,减少企业往返和办事成本,助力汽车产业发展。

试点交管小安“边问边办”服务。在直辖市、省会市、自治区首府市及计划单列市试点上线“交管12123”App智能客服交管小安,推出交管业务“边问边办”新模式,提升群众办事体验感,提高智能化服务水平。

据介绍,我国机动车和驾驶人保持高速增长态势,截至2026年10月底,全国机动车保有量达4.8亿辆,其中汽车达3.7亿辆,驾驶人达5.7亿人。公安部坚持以人民为中心的发展理念,累计创新推出170多项交管改革服务举措,进一步优化交管政务服务、提升行政效能,为群众企业减少办事成本1000多亿元。

为保证新措施顺利实施、精准落地,公安部将制定配套制度规范,组织信息系统升级,确保便民利企措施落地见效。 **李明辉 孙鹏程**

全部接入智慧监管平台 大连校园供餐单位

孩子午餐吃得是否安全营养牵动千家万户的心,大连市近日针对学校和校园餐配送单位开展专项调研,结果显示:全市1482家校园供餐单位100%接入智慧监管平台,校园食品安全总体稳定。

大连出台《大连市学校食堂餐饮设施、工用具、盛放容器标识化管理制度》,实施“整洁厨房”提升行动,创新推出聚焦温度控制、非法添加防控的“明白卡”,让精细管理有章可循。建设“互联网+明厨亮灶”智慧化监管服务平台,搭载AI智能巡检系统,可自动识别七类违规行为并实时预警,目前全市1482家校园供餐单位已100%接入平台。监管链条向前延伸,督促校园供餐单位赴食材供应商实地检查贮存、运输等环节,并组织大宗食材电子化溯源管理,今年累计产生溯源信息近220万条,让每一份食材“来路清白”。一支由社会共治代表、家长委员会代表和学生代表组成的6093人的校园食品安全义务监督员队伍已上岗,常态化开展校园餐监督检查。 **吕丽**



图为白沟国际箱包博览会现场。

11月8日,2026中国·白沟国际箱包博览会开幕。本届博览会以“‘箱’约白沟·包容天下——数智赋能产业 聚力货通全球”为主题,吸引来自美国、巴西、俄罗斯等国的500余名海外采购商和3000余名国内客商参会,近500个品牌、万余款新潮箱包新品集中登场。白沟深耕箱包产业50余年,集聚8000余家生产企业,年产箱包近10亿只,特色箱包产品畅销全球205个国家和地区。 **陈斌 摄**

热点关注

10月份我国CPI同比上涨0.7%

国家统计局11月9日发布数据显示,10月份,全国居民消费价格指数(CPI)环比持平;同比上涨0.7%,涨幅比上月回落0.2个百分点;扣除食品和能源价格的核心CPI同比上涨0.8%,涨幅比上月回落0.2个百分点。

国家统计局城市司首席统计师董莉娟介绍,从同比看,汽油价格同比上涨22.4%,涨幅比上月扩大5.8个百分点,影响CPI同比上涨约0.63个百分点,带动能源价格涨幅由上月的7.3%扩大至本月的9.9%。扣除能源的工业消费品价格上涨1.2%,涨幅比上月回落0.4个百分点,影响CPI同比上涨约0.30个百分点。

“服务价格同比上涨0.7%,涨幅比上月回落0.1个百分点,影响CPI同比上涨约0.34个百分点。食品价格同比下降2.9%,降幅比上月扩大1.2个百分点,影响CPI同比下降约0.49个百分点。”董莉娟说。

从环比看,全国CPI由上月上涨0.2%转为持平。其中,食品价格由上月环比上涨0.4%转为下降1.0%,影响CPI环比下降约0.17个百分点。

10月份,工业生产者出厂价格指数(PPI)环比上涨0.7%,涨幅比上月回落0.5个百分点;同比上涨5.7%,涨幅比上月扩大0.7个百分点。 **王雨萧**

全国已累计收购秋粮超1亿吨

记者从国家粮食和物资储备局获悉:当前,秋粮收购开局平稳,东北地区陆续上量,全国已累计收购秋粮超1亿吨,进度与上年基本持平;湖南、湖北等6省份启动了中晚稻最低收购价执行预案,收购最低收购价中晚稻近100万吨。

近年来,我国每年收购粮食都在4亿吨以上,其中市场化收购占比超过九成。国家粮食和物资储备局有关负责人表示,随着我国粮食产能稳步提升,“十五五”时期,每年粮食收购量将继续保持在4亿吨以上,要坚持市场化取向和保护农民利益并重、有效市场和有为政府结合,坚持守底线、活市场、优服务、严监管,坚决守住农民“种粮卖得出”的底线,维护良好收购秩序,推动粮食产业提质增效。 **王东辉**

全国冷门绝学联盟启动

中国社会科学院大学冷门绝学学院成立仪式暨全国冷门绝学联盟启动大会日前在北京举行。记者了解到,全国冷门绝学联盟由中国社会科学院大学发起成立,旨在凝聚全国相关力量,深化协同合作,合力提升冷门绝学人才培养质量,助力中华文脉传承与哲学社会科学自主知识体系构建。目前,全国已有80余所高校、科研机构和文博单位加入联盟。

新成立的中国社会科学院大学冷门绝学学院聚焦突厥文、西夏文、契丹文、满文、回鹘文、古藏文、古彝文等民族古文字,统筹甲骨学、简帛学、古典学等特色研究方向,设立甲骨文与简帛文、北方民族古文字、西南民族古文字、中西古典文明等教研部,专设数智绝学实验室,以文献研读和田野实训为依托,致力于培养新时代冷门绝学拔尖人才。 **王思北**

第九届中国非物质文化遗产博览会开幕

近日,第九届中国非物质文化遗产博览会在重庆市开幕。本届博览会以“保护传承非遗 共享美好生活”为主题,汇聚全国各地890余个非遗项目、930余位传承人,聚焦保护传承,展现文化自信自强新气象。

“气象万千——新时代非遗系统性保护成果展”集中展示非遗代表性项目保护、非遗传承人培养、非遗工坊建设等工作成果,体现中华优秀传统文化的深厚魅力。“百味山河——非遗美食风物集”等专题展,展现了非遗在发挥服务人民群众美好生活和经济社会高质量发展等方面的积极作用。本届博览会由文化和旅游部主办,持续至11月10日。 **张贺**

内蒙古国际传播中心揭牌成立

11月8日,“内蒙古国际传播中心揭牌仪式”在呼和浩特举行。这是内蒙古加强国际传播能力建设的重要举措,是以文化人、以文通心新的国际实践,标志着内蒙古国际传播事业迈向专业化、体系化阶段。

内蒙古国际传播中心是经内蒙古自治区党委编办批复设立、内蒙古自治区党委宣传部主管、内蒙古日报社承建运营的专业国际传播机构,立足内蒙古作为我国向北开放重要桥头堡的独特优势,打造面向周边、深入国际社会的国际传播综合体,讲述草原新丝路故事,传递中国新时代声音,让世界看见亮丽内蒙古。

据介绍,中心坚持将国家叙事落脚于充满烟火气的内蒙古故事,从高质量发展实践中捕捉鲜活题材、发现传播亮点,以一景映山河、一物藏文脉、一事见全局的小切口,生动展现内蒙古壮美的自然风光、厚重的人文底蕴与中国式现代化建设丰硕成果,不断提升内蒙古海外辨识度与国际影响力,让世界更好地了解中国、认识内蒙古。目前,中心与中央、省、区、市、盟市、旗县建立共创机制,与高校、自媒体协作生产传播,按照人文化制作、视频化展现、网络化传播理念,运用新闻资讯、短视频、纪录片、人物专访、网络直播、评论等形式,已连续推出国际化、有网感、年轻化的“学习中文热”“我在内蒙古很幸福”“多姿多彩内蒙古”等一系列国际传播产品。

立足新起点,踏上新征程。该中心相关负责人表示,将牢牢把握主流媒体系统性变革新机遇,构建具有内蒙古元素的多媒体呈现、多语种传播、多圈层受众的国际传播新格局,创新对外话语体系,用接地气的内容、有温度的叙事,不断提升内蒙古在国际传播舞台上的“出镜率”“话题度”和“吸粉力”,为搭建跨文化理解的通道、促进民心相通的桥梁作出应有贡献。 **寇雅楠**

看完展,还能把体验“带回家”

文博会的购物袋里装着新消费的答案

11月8日,第二十届杭州文化创意产业博览会进入第四天。初冬周末,白马湖国际会展中心人潮涌动,不少亲子家庭趁闲暇举家出游,现场掀起一阵文化消费的热潮。

热潮背后,值得思考的是——当“新消费”成为热词,它如何在一件件具体的商品、一次次真实的交易里落地?杭州文博会给出了自己的答案。

步入A馆“黄金面具下的少年法老”展区,空气中萦绕着古老的精油香气,AIGC生成的光影在墙面上缓缓流转,3300多年前的古埃及风貌仿佛跨越时空,在观众眼前徐徐铺展。“国内像这样大型沉浸式的埃及文化主题展览不多见,观众感受完氛围,总想买点带文化符号的东西留作纪念。”展区负责人张建鸿说,今年恰逢中埃建交70周年,展区让展览和文创互通,专门从埃及带来手工纸莎草画、植物萃取香精油和复刻文物——看完展,还能把体验“带回家”。货架上,埃及画家手绘的纸莎草画一张张铺开,纹理间是古埃及的神祇与图腾,每一张都是独一无二的,最受20到50岁观众的喜爱。

B馆的HTS国际潮玩设计展和HIF杭州插画艺术街区,则更贴近当下年轻人的消费情绪。今年潮玩展以“萌力场”为主题集结40余家人气潮玩品牌,插画展汇聚了70余位插画艺术家,毛绒、捏捏、插画冰箱贴等“小物件”占据了展位中央,让消费变成了一场先体验、后掏钱的互动。

把杭州本地“梗”做成治愈IP的“西湖醋鱼神殿”,第二次把这道火爆出圈的杭帮菜“端”进展会——这一回,它变成了可爱的“生活搭子”,不仅年轻人愿意买单,连爷爷奶奶辈经过都要停下来摸一摸。

不论潮玩展还是插画展,都纷纷掀起了“万物皆可毛绒”的情绪消费新风尚:英国萌牙怪兽、法国经典IP长尾豹马修等形象纷纷推出毛绒新品,热门动物IP“RUARUAPANDA”限定款线下首发,“毛绒会客厅”则排起打卡的长队。除了以IP为亮点的毛绒玩偶外,从地标、文物到美食,各类元素也纷纷以可爱的姿态“卖萌”。悦己、社交、寄情,眼下情绪经济正在为消费升级注入更多的人文情怀。 **厉玮 张伊宁**

消费观察

打好电商“品质牌”

广西掀起消费“热浪”

立冬过后,寒意渐浓,广西贺州文化艺术中心广场上却热气升腾——特色展区依次排开,果香茶香扑面而来,民俗展演轮番登场,市民游客络绎不绝,尝美食、赏非遗、购好物,“一站式”体验八桂山海风情。

“广西‘三碗粉’一次吃遍,太过瘾了!”刚刚“嗦”完粉的广东游客陈先生,转身又领了优惠券,开启“买买买”模式,购入贺州南乡鸭、崇左坚果等多款特产,笑意满满。“线下先尝鲜试试,以后线上直接下单囤货,省心又方便。”

这样鲜活的暖冬消费图景,正在八桂大地不断上演。

随着2026年广西品质电商促消费百日嘉年华暨餐饮文化周发布活动启幕,广西14个地市联动,众多桂品好物被搬上展台、装进直播间,千万消费券同步投放,一场横跨冬春的消费盛宴就此点燃。

“这两天已经有不少‘回头客’了。”在贵港展区内,拥有“非遗”“国字号”双重名片的社坡腐竹颇受消费者喜爱。销售经理韦俊宇介绍,这款腐竹豆香醇厚,早已扬帆出海,远销东南亚、欧美市场。今年,为了更好地适配线上销售和物流运输,他们着力研发一款韧性更好、保质期更长的产品,让这份非遗味道传得更远。

好物既要“有品”,也要“对味”市场。

“柳江人家”此次带来三款特色螺蛳粉,以满足不同消费者的味蕾需求。“自带地方特色的柳州螺蛳粉,已经融入大众的日常生活。我们希望借助这次活动,收集更多下沉市场的真实反馈。”该展位负责人表示,近年来,乘着电商行业东风,柳州地道螺蛳粉加速走向全国乃至世界,“柳江人家”螺蛳粉的线上渠道营收占比达一半以上。眼下,品牌已瞄准年货消费窗口,精心打造伴手礼盒,准备抢抓暖冬电商大促机遇。

藏在山间的“好果子”,也正从云端“飞出”大山。“富川脐橙口感佳、营养丰富,市场反馈特别好。目前我们已在30多个平台上布局直播和电商销售,线上销售占比达八成。”在贺州富川参展商吴成裕看来,好品质叠加快车道,才能让“桂字号”好物撬动消费、赋能乡村振兴。

一展之景,折射全区之势。近年来,广西持续打造全域促消费品牌活动,实现县域商业网点和县乡村三级物流配送体系全覆盖,不断推动电商深度赋能实体经济。数据显示,今年1—9月,广西网上商品和服务零售额同比增长5.8%,高于全国1.4个百分点。



广西各地风味吸引八方游客。

当前,冬春消费大幕已然拉开。接下来,广西还将串联起“商文旅体健居”六大消费场景,全面铺开“百日千场”促消费活动,覆盖年末旺季、跨年促销、新春年货三大消费高峰,形成“品质供给、品质服务、品质消费”的良性循环。一件件广西好物、东盟优品又将从这里启程,循着数字浪潮奔向广阔天地,迸发蓬勃的消费新活力。 **韦欢**