

江麓核电吊具助力海阳核电站亮央视彰显“坚固身骨”

■ 王泽芬 宁雪明

近日,中央电视台 13 套《朝闻天下》栏目聚焦我国核电产业发展,推出“总台记者探访海阳核电站 3 号机组核岛”新闻专题节目。节目展现了由中国兵器工业集团江麓机电集团有限公司研制生产的堆内构件吊具,其熠熠生辉的“坚固身骨”格外引人注目,该设备为海阳核电站的运行提供了关键支撑,也展现了我国核电装备制造的雄厚实力。

海阳核电站是中国重要的核电项目之一,位于山东省烟台市海阳市,海阳核电 3、4 号机组工程作为山东省“十四五”期间首个开工的核电项目,是山东省打造胶东半岛千万千瓦级核电基地的标志性工程之一。

在海阳核电站 3 号机组的建设现场,核心设备反应堆的安装调试复杂且艰巨,每一个环节都不容有失。江麓核电吊具承担着这个核心设备安装、运行过程中吊运和操作等关键工序的重任,从一百多吨重的核岛反应堆设备组件进行平稳转运和高精度对接,它都能灵活应对,这是采用三代核电技术的首批国产化型号设备。

自承接核电项目以来,江麓集团全力投入工艺研发与生产试制。公司攻关团队针对核电专用高强度不锈钢材料的锻造、精密机加、焊接和总装总调技术进行方案研讨、工艺设计、工艺试验等,充分挖掘现有生产资源开展项目研制,先后攻克大型复杂结构件焊接变形、细长轴类精密机加、超高设备总装调试、大吨位载荷试验等诸多技术难题,在工厂和核电站现场均一次性安装成功,为核电站建设的高效推进提供坚实保障。

江麓集团目前已具备核电产品的大型零部件、复杂工具、专用设备设计开发、全工艺过程制造及试验能力,也让江麓核电吊具的“坚固身骨”得以在多个核电站一次次严苛考验中铸就,凭借自身在装备制造领域深厚的经验与综合技术实力,核电吊具已覆盖全国三大核电集团,广泛应用于国内多个核电项目,涵盖了不同类型的发电机组,为国家核电项目建设注入强大的“兵器”动能。

结婚启事

新郎王梓昊与新娘李思
于乙巳年五月廿三正式结为夫妇,
特此登报。
敬告亲友,亦作留念。

跨省指导 共探“环评真经” 吉林省生态环境厅和吉林油田到重庆气矿开展环境影响评价调研

■ 丁会 喻波

日前,吉林省生态环境厅督察专员李伟华、吉林油田质量健康安全环保部处长司晓军率队,赴中国石油西南油气田分公司重庆气矿开展产能建设区块环境影响评价专题调研,推动跨区域经验互鉴,为油气产业绿色发展赋能。

调研会上,重庆气矿质量安全环保部系统分享区块环评工作经验。从科学划定评价范围与单元,到精准避让环境敏感区;从强化环保措施保障,到严格落实竣工环保验收,一系列实践成果展现出重庆气矿在绿色低碳发展中的探索与成效。

双方围绕油气开采环评核心难题展开深入研讨。针对环境敏感区域评价界定、钻井废弃物处置、区块范围划定、敏感目标避让及环保措施落实等关键环节,结合政策要求与实际案例交换意见。吉林调研组详细了解了企业申

报、地方环评审批流程,为优化本地工作机制提供参考。

“此次交流内容充实、实操性强,为吉林油田环评工作提供了重要借鉴。”李伟华表示,希望双方建立长效沟通机制,深化合作交流,共同破解环评工作中的堵点难点,推动生态保护与产业发展协同共进。调研组还就项目竣工环保验收等环节提出具体建议,为后续工作开展提供新思路。

重庆气矿相关负责人表示,将以此次调研为契机,持续提升环保管理水平,严格落实生态环境保护主体责任,为保障国家能源安全与推动绿色低碳发展贡献力量。

此次调研活动汇聚吉林省生态环境厅、东北师范大学环境工程学院、吉林油田及重庆气矿多方力量,是跨省协同推进生态环境治理、促进油气产业高质量发展的积极实践,对完善环评管理体系、推动行业绿色转型具有重要意义。



LABUBU 大火 “中国创造”做对了什么？

■ 新华社记者 刘慧 郭宇靖

一只名为 LABUBU、有着标志性“龅牙”和狡黠笑容的毛绒玩具,正以意想不到的方式释放巨大能量,拨动着全球年轻消费者心弦。

从社交平台上的“开箱狂欢”,到海外门店前彻夜排队,再到拍卖会上成交价高达 108 万元的初代 LABUBU……这个由中国企业泡泡玛特打造的小怪兽玩偶,不仅在世界范围内成为年轻人情绪表达和文化认同的出口,也让“中国创造”成为“顶流”。

初看有点“怪”,再看有点“可爱”的 LABUBU,打破传统审美“套路”,既保留了毛绒玩具萌的一面,又赋予其搞怪、叛逆的性格。“亦正亦邪”的气质精确瞄准了年轻人“做自己”的渴望。正如一位网友的评价:每当看到 LABUBU 的坏笑,都感觉它在说,别管别人怎么看,做自己最重要。

LABUBU 的“破圈密码”并不复杂:不仅通过盲盒带来随机惊喜,还在全球进行了很多好玩的文化联动,更得到了不少明星名人的喜爱认可。随着不断破圈传播,年轻人讨论转发、收集购买,LABUBU 变成了一种社交



●这是 6 月 12 日在浙江省温岭银泰城的泡泡玛特门店拍摄的 LABUBU 系列产品。

徐俊杰 摄

“硬通货”。

LABUBU 所在的中国潮玩产业,产业规模从 2015 年的 63 亿元飙升至 2023 年的 600 亿元,增长近 10 倍,2026 年有望突破 1100 亿元大关。在 LABUBU 等产品的撬动下,一季度泡泡玛特业绩同比增长超 160%,海外市场增速更是超 470%。业绩的爆发,也带动了泡泡玛特等“新消费”企业股价不断走高。

这背后,是“Z 世代”关于消费价值判断的深刻变化。年轻群体消费,早已不满足于产品

单纯的功能属性,而是更在意情绪价值、体验价值和社交属性。

连接创意设计、精密制造、文化传播与消费体验,这条全新的产业链条,不仅在国内,也在海外展现出巨大的经济动能。

看国内,中国已经在 2023 年成为全球第四大 IP 零售市场,全年 IP 零售额接近 1000 亿元。从人均 IP 消费来看,中国远低于市场总量排在前十的其他国家。这也意味着,中国潮玩、中国 IP 市场还有很大增长空间。

政策暖风频吹,正在为国货“潮品”、“IP 消费”营造良好的发展环境。今年 3 月印发的《提振消费专项行动方案》明确提出,“开拓国货‘潮品’国内外增量市场”“支持推广消费新业态新模式”。商务部明确,促进“IP+消费”,畅通 IP 授权、商品开发、营销推广全链条。

看海外,从最早掀起出海浪潮的 3C 数码到这几年火起来的新能源汽车,从电商平台到电子游戏,越来越多的中国品牌打出了国际知名度。

这次走到 C 位的,是中国潮玩品牌。海外“一 BU 难求”、全球社交媒体讨论热度居高不下……中国潮玩正在刷新着海外消费者对中

国文化品牌的认知。

从“中国制造”迈向“中国智造”“中国创造”,中国产品和中国品牌在产业链上持续深耕,一路攀登,一次又一次证明了自己各个领域的竞争力。

风靡全球的潮玩创意展现着中国原创 IP 走向世界的信心与力量。融入更多中国元素,汲取世界各地的创意养分,中国文化品牌将赋予全球潮流文化新的内涵,打造出更多来自中国的爆款。

纵观近年来火爆出圈的中国文创产品,无论是黑神话悟空、哪吒,还是 LABUBU,中国文化 IP 走向世界,不再满足于简单的形象输出。蕴含文化价值的“中国创造”,为全球年轻人提供充足的情绪共鸣和价值认同,因此产生可观的全球“吸金”能力。

对美好事物的追求和对美好生活的向往不分国界、不分民族。LABUBU 大火,是用世界听得懂的语言讲述中国创意、中国品质与中国文化的吸引力。有理由相信,以 LABUBU 为代表的“中国创造”,正在创新“中国故事”的表达,与世界共享创新机遇,让各国人民有更多机会感知越来越“酷”的中国。

SINOTRUK
中国重汽

全球信赖 永立潮头

>>>> 打造世界一流的全系列商用车集团 <<<<

连续 20 年

重卡出口稳居行业第一

连续 3 年

国内重卡市占率行业第一