零的突破

宁波首辆氢能重卡上路

氢能重卡。受访者供图

宁波氢能多元化应用场景又有新的突破——11月22日，2辆“氢能重卡”从宁波石化园区镇海炼化加氢示范站驶出，标志“氢能重卡”首次在宁波投入工业应用。

这是镇海炼化自2021年9月投用两辆氢能通勤客车后，“氢能源车”迎来的新成员，助力宁波实现“氢能重卡”零的突破。

记者了解到，这些首次“尝鲜”氢能的重卡，每辆可储氢约52千克，按设计参数50分钟可加满氢气，空载最大续航里程达700公里。

据氢能重卡司机介绍，由于氢燃料电池的功率和能量密度高，在载重和续航方面很有优势，因而更适用于高载重的重卡。

目前，氢能重卡主要用于镇海炼化内部产品运输，由镇海石化物流承运。如按一辆氢能重卡一年行驶10万公里计算，大约可以实现碳减排120多吨。

近年来，镇海炼化围绕中国石化“打造世界领先洁净能源化工公司”的愿景目标，加快布局零碳产业链及氢能多元化应用场景。

2021年6月25日，镇海炼化建成宁波首座加氢示范站，加氢能力每天可达500公斤，并搭建宁波首个氢能应用场景。目前，该加氢站累计加氢量近2500公斤，镇海炼化的两辆氢能通勤客车累计行驶里程超4万公里。

另据了解，目前，中国石化氢气年产能力超380万吨，占全国氢气产量的14%左右。作为中国石化最大炼化一体化企业，目前，镇海炼化总产氢能力达66万标立方米/时，有2.5万标立方米/时的氢气可供外送。

“镇海炼化打造零碳产业链”项目，被评为2022年宁波市绿色低碳十大典型案例。作为绿色石化产业链“链长”，镇海炼化长期以来积极推动能源全产业链绿色转型和高质量发展。

据悉，通过PSA变压吸附装置管输送的氢气，纯度高达99.99%以上，可保证氢源质量稳定，符合国家标准车用燃料氢气的要求。而氢能的多元化应用场景，也是加快推动产业化进程的关键一步。

当前，镇海炼化正在推进加氢示范站二期项目建设，锚定中国石化建设“中国第一氢能公司”目标，推动氢能产业在宁波率先发展。

据了解，加氢站二期将在明年建成浙江省规模最大的供氢母站。母站设计充装供氢能力为4000千克/天，作为上游供氢站点，为运送氢气的鱼雷车进行充装。按每辆鱼雷车装200千克氢气计算，母站每天可满足20辆鱼雷车充装需求。后期，镇海炼化将打造一座集加氢、充装、光伏为一体的综合能源服务站，实现更广泛的氢能场景应用。

记者 黎莉 通讯员 张凌志 郑蕊

深水行舟正奋楫

宁波外贸企业如何面对“稳订单”考验？

“深水行舟正奋楫”。今年前10个月，宁波外贸进出口总额为1.05万亿元，同比增长7.7%。然而，随着海外通胀、外需下滑、订单锐减，企业面临严峻考验。今年9月、10月，宁波月度进出口额同比均负增长，“稳外贸”迫在眉睫。

11月23日，宁波市召开鄞州区外贸工作座谈会，邀请7家外贸企业负责人与政府部门代表齐聚一堂，交流近期业务情况和未来计划。和往期不同的是，本次座谈会的举办地点安排在一家成长型外贸企业——宁波梵宇诺集团（以下简称梵宇诺）。

那么，面对复杂国际形势，这位“东道主”的表现有何过人之处？当市场需求的“蛋糕”变小，鄞州乃至宁波的外贸企业，如何“八仙过海，各显神通”，争取分得附加值更高的一块？

座谈会现场。记者 严瑾 摄

1 “东道主”的“生意经”

“梵宇诺，何许人也？”刚听说这一名字时，想必不少关注宁波经济的朋友，和记者一样感到既陌生又好奇。记者也是直到亲临现场才发现，原来在卧虎藏龙的宁波外贸圈，还有这样一家多元化经营的“宝藏企业”——梵宇诺出口产品涵盖日用品、家居纺织品，正在从贸易走向工贸一体，为“双循环”铺路。同时，该企业加强对跨境电商的投入，走合规经营的精品路线。

梵宇诺董事长叶普宇认为，面对当前形势，信心比黄金更重要，企业要做好“过冬”的心理准备。“近期，外贸大环境比较严峻，今年恐怕只是开始，明年更要咬紧牙关。去年，欧美客商趁行情景气过度采购，今年却因通货膨胀难以消化库存，对非生活必需品‘能不买则不买’。最近，客人要我们至少拿出20%的折扣，着实令人有些郁闷。”

为迎击接二连三的挑战，梵宇诺修炼精细化管理的内功，并千方百计出海拓市。

“我们争取到2023年法兰克福家纺展的摊位，并打算明年二三月赴美国参展，抢抓客户下单的时机主动出击，并延伸服务以增强客户粘性。”叶普宇说。

梵宇诺尝试“多条腿走路”——在毯类、家居服、运动服等家纺用品方面建立强大的供应链，扛住行业下行的压力；在跨境电商领域，历经3年“试水”，终于找到亚马逊等平台的运营门路，在北美、欧洲、亚太等地实现品牌出海。

2 和衷共济，危中寻机

叶普宇对外贸形势的判断和应对举措，与其他与会企业不谋而合。企业家们纷纷表示，越是非常时期，越是要与上下游的伙伴抱团取暖，一起在“寒冬”危中寻机。

宁波市柏丽凯日用工艺品有限公司总经理俞春科表示：“我们和客户不只是买卖交易关系，更是肩并肩、心连心的合作伙伴。我们不做低价竞争，而是关注长期的成本管控。一起研发适销对路的产品，是我们和客户共同的价值观。比如，‘双碳’已成趋势，我们推出绿色环保家居用品，深受市场欢迎。今年前三季度，我们实现出口额3800万美元，同比增长28%。”

俞春科深信，企业的发展离不开创新。接下来，他打算在鄞州打造国际家居用品研发展示中心，集结3D展示、线上直播等功能，集聚宁波乃至周边城市上下游丰富的全链路产品，与更多中小企业携手拓展市场。

“以前，海外客商们都认准‘Made in China’，殊不知中国制造的产业正走向升级，从外贸思维转变为产品思维、用户思维。”宁波喜时达进出口有限公司与会代表郭建称，公司瞄准礼品等细分赛道，积极寻求新的增长点。

“我们在保持现金流的同时，重点聚焦中等规模的客户，帮助他们了解市场和产品，激发其增长潜力。明年打算对合作的工厂予以资金支持，帮助他们做设备改进与工艺升级。”郭建道出与合作伙伴共成长的设想。

记者 严瑾
通讯员 王贤峰