

以消费为桥 共赴开放之约

——写在第三届中国国际消费品博览会开幕之际

新华社记者 陈良杰 张辛欣 王存福 赵叶苹

春日海南，碧海蓝天，云帆点点。4月10日至15日，第三届中国国际消费品博览会将在海口举行。布展一新的海南国际会展中心，犹如海鸥展翅，期待八方来客。

作为全球消费精品展示交易平台，消博会助力国内消费潜力加速释放，为各国企业共享中国市场提供机遇。

“展”汇天下 “引力”增强助力消费复苏

展览面积较上届增加20%，来自60多个国家和地区的超过3300个消费精品品牌参展，将有300多个品牌发布1000多个新品……第三届消博会尚未开幕，一个个不断刷新的数字，已让人们感受到这里的热度和引力。

当前，全球经济面临严峻挑战，消费是驱动经济增长的关键引擎。通过展会更好促进消费恢复、释放市场潜力、增进贸易合作，是各国与会者、参展商的共鸣。

首次亮相消博会，大众汽车集团(中国)带来旗下保时捷、宾利等品牌的多款明星车型。大众汽车集团(中国)执行副总裁刘云峰说，这是企业深耕中国市场的坚实一步。“大众将充分发挥展会效应，加深与中国消费者沟通，不断满足中国汽车产业和市场升级的需求。”

在前两届基础上，本届消博会新增服装领域的雨果博斯集团、消费电子领域的德国

卡赫等，全球头部企业更加集聚。与此同时，景德镇制、老凤祥等一批国内消费精品集中展出。从全球首发的智能手机、养生椅，到亚太首展的系列腕表，企业的首发首秀首展与用户的首尝首见首试相结合，引领消费潮流，点燃市场热度。

持续优化供给、提振消费信心；不断挖掘空间，抓住市场机遇。

“作为以消费为主题的大型国际展会，消博会对促进消费品进口、扩大优质供给具有重要作用。”商务部副部长盛秋平说，不断升级的展会规模、持续放大的展会效应，将进一步助力消费复苏，为各国企业共享中国市场、中国和各国消费精品销往全球创造商机。

“览”惠全球 “磁力”释放看好中国市场

4月8日，海南国际会展中心。意大利国家馆和企业馆已搭建完成，工作人员正在进行最后的展位装饰。作为第三届消博会主宾国，今年意大利参展品牌数量和展位面积均比第二届增长一倍以上。

参展商意大利维缇珠宝商务总监龚利锋表示，中国市场对意大利企业的重要性日益增长，消博会已成为很多企业走进中国市场的重要平台，为更好分享中国机遇打开了新路径。

中国大市场，世界大机遇。今年以来，国际机构密集上调中国经济增长预期。国际货币基金组织总裁格奥尔基耶娃此前指出，2023年中国经济对世界经济的贡献将达到三

分之一，甚至超过三分之一。

在展馆搭建“先进营养空间”，展出婴幼儿配方奶粉等多个系列品类，跨国食品企业达能再度如约而至。达能中国、北亚及大洋洲总裁谢伟博说，中国经济正在复苏，健康消费热度提升。“我们看好中国市场，希望通过消博会更好捕捉投资机遇、增长机遇。”

欧莱雅有关负责人告诉记者，中国是欧莱雅全球最重要市场之一，也是欧莱雅全球投资风向标。“过去25年我们一直在中国投资，未来也将继续在中国投资。”

记者采访了解到，很多奔赴消博会的外企相关负责人，都在行程单上增加了与地方政府、业务伙伴等交流和商务考察项目。重视并看好在华特别是在海南的投资发展机会，是他们共同的想法。

盛秋平表示，不断发挥展会溢出效应，放大政策叠加优势，必将加速中国大市场潜力释放，与各国企业共享发展机遇，为世界经济复苏提供动力。

引进来走出去 在新发展格局中合作共赢

走进位于海口江东新区的加绿巧食品制造业(海南)有限责任公司车间，浓郁的巧克力香味扑鼻而来。每天，数十种巧克力持续从这里产出，进入市场。

参加完首届消博会，这个来自加拿大的品牌就决定在海南建厂。加绿巧食品制造业(海南)有限责任公司总经理孟伟伟说，下

步，还将打造集可可种植、生产加工和巧克力DIY体验为一体的“巧克力文化小镇”。

消博会是全球消费精品交易展示的平台，也是海南建设中国特色自由贸易港的重要一环。利用自由贸易港政策优势，许多参展的外国企业在海南开设工厂，设立区域总部。据统计，目前已有法国路威酩轩集团、瑞士历峰集团等52家国际知名品牌和头部企业落地海南自贸港。

“在消博会等平台助推下，近年来海南与区域全面经济伙伴关系协定(RCEP)成员国合作不断深化。”海南省商务厅厅长张斌说，2022年，海南吸引RCEP成员国投资8.4亿元，新设外资企业196家，海南与RCEP成员国货物进出口额同比增长23.7%。

既敞开怀抱与世界共享中国机遇，也助力国内企业走向全球舞台。

连续3年参展消博会，华熙生物不断加大在海南布局；旗下子公司与乐敦制药等成立合资公司，引进细胞培养基技术；华熙生物科技产业园即将开园，进一步融入全球生物医药产业链。“依托展会效应和自贸港政策，企业更好‘引进来、走出去’，迎接更广阔的全球市场和发展机遇。”华熙生物副总经理高亦说。

释放内需潜力，推动生产要素流动；立足更高水平开放，畅通国际国内双循环。消博会作为联通国内和国际两个市场的“窗口”，在服务构建新发展格局中扮演越来越重要的角色。

四月海南，又一次广迎天下客商。

(新华社海口4月9日电)

2022年中国篮球名人堂入堂仪式在天津举办

据新华社天津4月9日电(记者曹奕博 张泽伟)9日，2022年中国篮球名人堂入堂仪式在天津举行，15位“特别致敬人物”、9位举荐入堂人物以及优秀集体——“新中国篮球运动杰出贡献奖(五十杰)”荣誉名人堂成员。

据中国篮协介绍，此次中国篮球名人堂举荐活动由提名、推举和终审三个阶段构成。经过提名委员会100家篮球机构、推举委员会500位现役运动员、退役运动员、教练员、裁判员、媒体人等篮球领域从业者代表的先后提名和推举，在近600位获得被举荐资格的中国篮球人中产生了16人的推举名单，并由终审委员会确定了最终的9人入堂名单。根据相关评选规程，包括姚明、宫鲁鸣在内的现任中国篮协领导成员不在提名名单之列。

9名举荐入堂人物为：穆铁柱、胡卫东、刘玉栋、王治郅(男运动员)；宋晓波、于学斌、郑海霞(女运动员)；蒋兴权、许利民(教练员)。15名“特别致敬人物”为：张伯苓、舒桐、董守义、宋君复、唐宝堃、牟作云、张子沛、张长禄、余邦基、杨福鹿、程世春、陈文彬、白金申、钱澄海、杨伯镛。

美国孟菲斯动物园为大熊猫“丫丫”举行欢送会

据新华社华盛顿4月8日电(记者孙丁)美国田纳西州孟菲斯动物园8日为大熊猫“丫丫”举行欢送会。

当天，数百人在孟菲斯动物园中国馆参加欢送会，他们向“丫丫”道别，在告别信上签名，并一同观看田纳西州一所武术学校在现场进行的表演。

“丫丫”和雄性大熊猫“乐乐”2003年抵达孟菲斯动物园开始旅美生涯。该动物园去年12月宣布，由于中方的租借协议即将到期，“乐乐”和“丫丫”计划在数月内返回中国。

孟菲斯市当地时间2月1日早晨，“乐乐”被发现死亡。孟菲斯动物园表示，“乐乐”在睡觉时平静离世。中国动物园协会之后通报说，中方赴美大熊猫专家组与美方专家共同完成对“乐乐”的尸检，观察到心脏病变，初步判定是其死亡的原因。

此外，专家组现场查看“丫丫”的健康状况，并调阅“丫丫”体检报告和月报。评估认为，目前“丫丫”患皮肤病导致的毛发脱落外，食欲良好，粪便性状正常，体重稳定。专家组还就“丫丫”的被毛异常情况与孟菲斯动物园进行讨论，并就“丫丫”的饲养和护理向美方提出建议和要求。

医生支招脂肪肝患者科学运动

据新华社长沙4月9日电(记者帅才)小腹赘肉多、体脂率超标、年纪轻轻就有了脂肪肝……近年来，因缺少运动、饮酒过度、摄入过量高脂饮食等原因所致的脂肪性肝病患者增加。医生指出，大多数脂肪肝患者可以通过调节饮食和运动疗法来控制病情，改善脂肪肝问题。

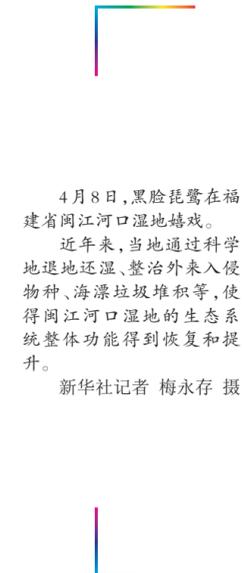
中南大学湘雅医院院长雷光华建议，中等强度的有氧运动和柔韧性训练比较适合脂肪肝人群。有氧运动是指人体在氧气充分供应的情况下进行的运动训练，脂肪肝人群可以选择慢跑、游泳、跳舞、骑自行车、打羽毛球、快走等运动方式，每次运动时间以30到60分钟为宜，每周可以坚持3至5次。

雷光华说，柔韧性训练是相对较柔和的肌肉拉伸和慢动作练习，可增加肌肉柔韧性及关节活动范围，防止肌肉在其他运动中受伤，减少跌倒风险。脂肪肝人群可以选择瑜伽、八段锦、太极等项目，每次训练的时间以半小时为宜。脂肪肝人群并非运动量越大效果就越好，适度科学合理的运动才能取得良好的效果，要坚持循序渐进、量力而行的原则，如果运动后身体感到很疲劳就要调整运动量。

中国移动通信集团吉林有限公司网络设备升级公告

为进一步提高客户服务水平，我公司将于2023年4月对松原和四平地区网络设备进行升级改造，届时将对松原和四平地区部分用户产生影响。

- 一、松原地区部分用户受到的影响如下：
 - 2023年4月11日22:00至4月12日5:00、2023年4月12日22:00至4月13日5:00，受理和缴费充值等业务办理相关服务；
 - 用户在4月11日22:00至4月12日5:00通过终端设置的呼叫转移业务可能失效；
 - 4月13日0:00至5:00用户语音与数据业务使用可能受到影响；
 - 4月13日0:00至5:00和多号用户副号码短号失效。
 - 二、四平地区部分用户受到的影响如下：
 - 2023年4月24日22:00至4月25日5:00、2023年4月25日22:00至4月26日5:00，受理和缴费充值等业务办理相关服务；
 - 用户在4月24日22:00至4月26日5:00通过终端设置的呼叫转移业务可能失效；
 - 4月26日0:00至5:00用户语音与数据业务使用可能受到影响；
 - 4月26日0:00至5:00和多号用户副号码短号失效。
- 由此给您带来的不便，我公司深表歉意。我们将以更精湛的技术为您提供更细致、更周到的服务。
- 特此公告。
- 中国移动通信集团吉林有限公司



(上接第一版)

4月8日，黑脸琵鹭在福建省闽江河口湿地嬉戏。近年来，当地通过科学地退地还湿、整治外来入侵物种、海藻垃圾堆积等，使得闽江河口湿地的生态系统整体功能得到恢复和提升。

新华社记者 梅永存 摄



“吉林省针对旅行社企业发布的奖补政策很不错，我们会积极地设计、推广、销售吉林省旅游线路产品。”浙江哈狗国际旅行社经理常玉娟告诉记者。

“22℃的夏天”风吹长三角

跟随生态旅游产品“到吉林·森呼吸”，走进避暑胜地长白山，跟随边境游产品“行走在‘吉’线”，感受鸭绿江线的壮阔，图们江线的绚丽；来到“滑雪场的夏天”，收获不一样的避暑休闲度假体验；漫步“‘醉’美吉乡”，感受吉林人的热情，品尝地道美食……在“清爽吉林·22℃的夏天”吉林文旅长三角主题推介会现场，我省夏季旅游产品精彩纷呈。

来自携程、小红书、飞猪、美团、抖音、快手的多场网络直播共同启动了吉林省夏季旅游产品全网上线仪式，助力拓宽产品销售渠道。

奥运冠军武大靖在推介吉林避暑休闲度假产品时表示，吉林一年四季皆有美景，欢迎全国各地的朋友到吉林游玩。

“我看了你们的宣传视频，觉得很震撼，吉林山美水美，旅游资源丰富。”浙江省体育产业促进会会长刘京晶说，“接下来，我们希望进一步推动两省旅游和体育产业融合发展，把这块牌子打响。”

“我更深入了解了吉林省的旅游资源，下一步会组织更多游客走进吉林、畅玩吉林。”杭州亚朵国际旅行社有限公司总经理戎元表示。

以项目夯实合作之基

项目建设是推动产业高质量发展的强力引擎。在本次活动期间，我省文旅考察团深入浙江多个文旅项目参观考察，交流学习先进经验。其中，吉林省文化和旅游厅、长春莲花

山管委分别与浙江长龙航空有限公司签订了意向性协议。

此外，在集中召开的文旅项目对接会上，我省8家文旅企事业单位与长三角地区知名企业就11个文旅项目签订了合作协议。

吉林省文化和旅游厅相关负责人表示，这次项目对接会是2022年吉林省赴浙江开展“浙里出发去吉林”文旅行业跨省游复苏专项行动的升级和延续，将进一步助力两省共同策划特色文旅活动、打造精品旅游线路，互相宣传推广。吉林省带来的文旅项目优惠政策，将有效促进资本与产业高效对接，推动产业发展和项目落地，加快塑造两省文旅市场特色品牌，为吉林省打造旅游“万亿级”产业提供助力。

长春市、吉林市、通化市、松原市、延边州代表分别针对各地8大类140多个重点项目进行了招商推介，供企业和投资机构选择。

浙江省中国旅行社集团有限公司党委副书记、总经理章璞表示，吉浙两省旅游资源差异性大，尤其是吉林的冰雪旅游产品，对浙江游客极具吸引力。“雪季期间，我们计划和航空公司合作，推出包机送客直飞通化的产品。”章璞说。

据浙江力石科技股份有限公司营销副总裁唐后富介绍，他们公司于2021年在通化市开发项目，运用5G+AI技术，自动生成滑雪短视频，方便滑雪爱好者在社交平台分享，助力滑雪运动推广。“我们希望在通化市加强合作的基础上，与吉林省其他地区合作，并探索该项目在四季旅游场景中的应用。”唐后富说。

浙江梦马电子商务有限公司总经理王令北表示，他们与梅河口市文旅部门针对新媒体文旅营销合作多年，今年将开展更加深入的合作，在推广三农产品方面加大力度。

赋能企业宣传 助力市场拓展

——长春市宽城区宣传助企活动侧记

本报记者 王秋月

如何助力企业取得一季度“开门红”？如何帮助企业纾困解难？新年伊始，面对亟待复苏的市场，政府、企业主体、市民群众的思想和行动高度一致，那就是助企！助企！助企！在这场不需动员的全民作战中，长春市宽城区宣传系统紧急行动起来，用视频、文字、图片为武器，加入助企行动的热潮中。



多措并举助力砂之船(长春中东)奥莱店促消费、提业绩。

把镜头对准市民生活 用光圈传递市场回暖信息

“忙起来，好起来，热起来。”1月10日，吉林日报以图文形式报道了“从年货大集看长春市宽城区市场企稳回升”的专题报道。人民网吉林频道从“新春走基层”角度跟进推出。新华网转载了长春日报题为《“烟火气”在升温》的报道，点击量达264.3万。各家媒体的相继报道，让市民们看到一派繁忙的宽城区，经济在逐渐回暖。

一时间，宽城区“水果篮子”“海鲜盘子”“大众衣柜”“百味料棚”的人气和“烟火气”给了市场以极大信心。说起这次集中采访，宽城区委宣传部工作人员表示，“市场整体回暖也许要有一个过程，但人们的衣食住行，一天也不能停下来。深入到市民生活，传递市场信心，宣传工作就抓住了中心，服务了大局。”

把重心放在基层一线 用文字表达助企服务细节

助企就是保稳定，助企就是稳增长，助企就

是促就业。这道理一说就懂，但工作如何一做就灵？宽城区宣传系统在充分了解全区助企活动整体推进情况的前提下，在长春日报开辟“万人驻(助)万企 宽城在行动”专栏，跟踪报道一线助企情况。从3月9日至3月28日，连续12篇报道，逐一展示各街(镇)助企进展和实绩。商困难题怎么解？政企对接“最后一公里”怎么连？如何做到“一企一策”？一个个小题目抛出来，一个个小招法摆出去，助企的难点、堵点、断点、漏点，都给出了基层的破解之道。

近日，记者走访发现，在宽城区政府大院正门口，摆放了许多台展车，午休时间，不少机关单位的职工前去看车，“助企就是要落到实处，机关单位的职工很多都有买车需求，那把车展摆到政府门口，辖区内的车企可以轮流展车，就是给大家提供销售的机会。”宽城区宣传部门这种大胆的做法，得到了车企的认可，“消费者最需要广告的时候，广告最有效。宽城区各级助企活动，深入到我们企业末端，帮我们挖掘消费需求，这是一笔无形的广告。”在



宽城区政府门口摆桌卖车的驰恒店销售经理小李说。

把平台推向经营主体 用流量助力企业“涨粉引流”

开工即决战、起步即冲刺。3月17日，“开工！长春市主城区范围内最大城市更新项目启动”。吉林新闻联播的报道一经推出，新华网、人民网、央视网、掌上吉林等迅速跟进。当天下午，新华网点击量就超过了110万。连续三天，这一消息占据今日头条地区热搜。

“主动求变 创新发展 提质增效——砂之船(长春中东)奥莱跑出消费回暖‘加速度’”，3月



现场正在火热抢工期。中车历史街区项目施工。

24日，长春日报第5版整版推出报道。3月25日，砂之船销售业绩突破3000万元，同比增长81%。

据悉，在报道推出后，宽城区互联网信息中心都会发动全区73个网媒平台的矩阵作用，用“两微一端”加持正面宣传。当前，他们正在筹备第三届“宽粉儿节”。届时，将邀请域内经营主体参与活动，借助新华网等媒体平台，联合“和谐宽城”视频号等共同推出。网信办工作人员的话说，“助企宣传，我们不仅提供的是报纸版面，还有解决方案。”为办好网媒自己的节日，他们正在为海鲜码头、华润莱华府、荣发农业观光采摘园等制作宣传海报。