

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，下一

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日为雌性大熊猫“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



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

(上接第一版)

“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、快手的多媒体平台代表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，吉林山清水秀，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

山管委会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



中车历史街区项目施工现场正在火热抢工期。

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

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。