

外交部：中国将继续为各国有企业来华投资兴业提供便利

新华社北京11月7日电(记者成欣)外交部发言人赵立坚7日说,中国将继续推进高水平对外开放,为各国有企业来华投资兴业提供便利,推动贸易和投资自由化便利化。

当日例行记者会上,有记者就汇丰日前发布《海外企业看中国2022:共享RCEP新机遇》调查报告提问,赵立坚作出上述表示。

赵立坚说,看到了这份报告。这份报告显示,超八成受访海外企业预计未来一年的中国业务将实现增长,75%的受访企业表示计划未来24个月内拓展在中国的供应链。此外,93%的《区域全面经济伙伴关系协定》(RCEP)成员国受访企业预计将增加对华贸易往来,其中超四成企业预计未来一年中国业务将增长至少30%。此次调查面向的是全球16个主要市场近3400家企业,涵盖9个RCEP成员国和7个世界主要经济体。

赵立坚说,中国正在实行更加积极主动的开放战略,构建面向全球的高标准自由贸易区网络,以形成更大范围、更宽领域、更深层次的对外开放格局。今年前8个月,中国与RCEP成员国贸易额达到8.32万亿元人民币,接近中国外贸总额的三分之一。

“今后,我们将继续推进高水平对外开放,为各国有企业来华投资兴业提供便利,推动贸易和投资自由化便利化。”他说。

新华社北京11月7日电(记者申铖、邹多为)财政部副部长许宏才7日表示,中国一直致力于建立公平竞争的政府采购制度,持续优化政府采购营商环境。放眼未来,开放合作是共享国际公共采购市场的必然要求,中国将积极有为地推进政府采购领域高水平对外开放。

许宏才是在当日由财政部与上海市人民政府共同举办的2022年中国国际公共采购论坛上作出上述表述的。

许宏才表示,中国政府持续优化政府采购营商环境,提升政府采购透明度,全面清理政府采购领域妨碍公平竞争的规定和做法,依法保障供应商合法权益,政府采购市场规模不断扩大,由2002年的1009亿元人民币增加到2021年的36399亿元人民币,占财政支出的比重也相应由4.6%提高到10.1%。他强调,中国的政府采购坚持公开透明和平等竞争原则,保障内外资企业公平参与政府采购竞争。

“中国坚定不移地坚持对外开放战略,积极有为地推進政府采购领域高水平对外开放。”许宏才说,中国不断深化政府采购领域的对外交流与合作,加强国际合作平台建设,加快推动政府采购制度与国际通行规则接轨,提高中国企业在国际公共采购市场水平。中方希望与各方共同建设公平竞争、互利共赢的国际公共采购大市场,让合作共赢的成果惠及更多国家和民众。

2022年中国国际公共采购论坛是第五届进博会的重要配套活动之一。多位海内外相关机构负责人、政府部门官员、业内代表等以视频方式参会。

工信部批复组建石墨烯、虚拟现实、超高清视频3家国家制造业创新中心

新华社北京11月7日电记者7日从工业和信息化部获悉,工业和信息化部近日批复组建国家石墨烯创新中心、国家虚拟现实创新中心、国家超高清视频创新中心等3家国家制造业创新中心。

国家石墨烯创新中心依托宁波石墨烯创新中心有限公司组建,面向石墨烯产业发展的薄弱环节,开展关键共性技术攻关。

国家虚拟现实创新中心依托南昌虚拟现实研究院有限公司组建,聚焦制约我国虚拟现实产业发展的关键共性技术难题,建设关键共性技术研发、测试验证、检测、技术服务等平台。

国家超高清视频创新中心依托四川新视创伟超高清科技有限公司组建,面向超高清视频产业发展重大需求,围绕前端采集、内容制作、编解码、网络传输和行业应用,提升关键共性技术研发、技术应用推广、行业公共服务等能力。

下一步,工业和信息化部将加强对3家国家制造业创新中心建设的指导,督促创新中心不断提升技术创新能力和行业服务能力,为制造业关键领域高质量发展提供有力支撑。

“双11”购物车里的消费新变化



▲11月7日,在柳州螺蛳粉生产集聚区广西善元食品有限公司生产车间,工人在包装产品。为应对即将到来的“双11”销售高峰,广西柳州市螺蛳粉企业开足马力生产,备足货源。
新华社记者黄孝邦摄

一年一度的“双11”购物节正在火热进行中。作为观察中国消费的一扇重要窗口,今年“双11”,购物车里呈现哪些消费新风?

国货国潮“出海”,全球好物“上新”

“今年天猫‘双11’,我们备货量比去年多了3倍,仓库扩容到1万平方米,仍然感到吃紧,新推出的产品很受消费者欢迎。”国货品牌蜂花相关负责人说。

10月31日晚,天猫“双11”开启售卖1小时,102个成交额过亿元的品牌中,国货品牌占比过半,部分国货品牌1小时成交额超过去年全天。

随着中国制造转型升级和本土品牌影响力不断增强,国货国潮愈发走俏市场。今年“双11”,不少国货品牌更是漂洋过海,“圈

粉”一大批海外消费者。

京东全球售数据显示,“双11”预售期间,布鞋、绣花鞋等国潮好物颇受海外消费者欢迎,订单额同比增长400%;国潮走红还带动了传统文化产品消费增长,在一些国家和地区,历史小说成交额同比增长380%,海外消费者尝试通过书本深入了解中国。

“国货逆袭的背后,是国产品牌质量和影响力不断提升。未来,持续通过产品和服务创新,不断满足和创造新的消费需求,将是国货实现长远发展的关键。”中国宏观经济研究院研究员王蕴说。

今年“双11”,国货“出海”的同时,来自全球的进口商品也在加速“上新”。新西兰、墨西哥、马来西亚等近20个国家的商品正陆续在京东上线国家馆,“双11”开门

红10分钟,京东国际国家馆整体成交额同比增长超过12倍。

专家表示,在构建新发展格局大背景下,规模潜力巨大的消费市场,不仅成为中国经济发展的主引擎,也为全球跨国公司提供发展新机遇。

“理性”“绿色”成为关键词

“今年买的东西不多,但都是自己需要的。”家住湖南长沙的席女士告诉记者,往年“双11”总忍不住囤货,有些快过期了还没用完,今年决定按需购买,不再冲动下单。

《京东11.11消费趋势报告》显示,拒绝浪费、理性健康消费的理念正在兴起,随着时间推移会带来“回报”的健康消费、教

育消费和运动健身消费等愈发受到青睐。

随着各地促进绿色节能家电消费等举措持续落地,绿色、低碳消费理念成为今年“双11”的主旋律之一。

“双11”开门红期间,苏宁易购全国门店一站式以旧换新订单量环比增长122%,绿色节能家电销量环比增长126%;京东联合品牌商家推出“青绿计划”,节能家电、绿色食品等被打上“绿色”标签;“双11”期间,银泰百货全国门店启用可降解“绿色快递袋”,并推出旧衣回收、化妆品空瓶回收等场景,传递绿色消费理念……

此外,更多垂直细分领域消费正在崛起,在各大电商平台,提升生活幸福感的网红小家电、美妆香氛、原创饰品等消费增长迅速。

专家表示,从最初全民狂欢式的“剁手”,到如今品质消费、绿色消费、理性消费渐成主流,“双11”不仅见证了中国消费升级进程,也折射出国人消费理念的巨大变化。

银发经济、运动健康等新亮点涌现

能实现心率、呼吸、体动等体征实时监测的5G智能护理床;根据银发群体口味和营养需要量身定制的奶粉;专为老年人研发的无线蓝牙助听器……正在上海举行的第五届进博会上,针对老年群体设计研发的健康好物,彰显银发经济的广阔前景。

今年“双11”,淘宝天猫、拼多多、抖音等电商平台数据显示,中老年人体检服务、营养保健品、家用医疗器械等产品销售均迎来大幅增长。

中国国际经济交流中心副理事长王一鸣表示,中国老年人口规模大,老年产品和服务市场发展潜力巨大。随着老年人消费需求从“生存型”向“发展型”转变,消费层次不断提升,医疗健康、智能家居、旅游度假、文化娱乐等产业将提质扩容,有效拓展国内需求,孕育经济增长新动能。

苏宁易购平台数据显示,“双11”开门红期间,智能跑步机销量同比增长171%,动感单车销量同比增长92%,投影仪销量同比增长54%。

王蕴表示,在线健康服务、在线文娱、户外运动等新消费迅速发展,不仅契合了居民消费升级趋势,也为消费增长提供了新动能和新空间。(记者王雨萧、白田田)

新华社北京11月7日电

《户外运动产业发展规划(2022—2025年)》印发

新华社北京11月7日电(记者林德韧、王成)国家体育总局、国家发展改革委会同工业和信息化部、自然资源部、住房和城乡建设部、文化和旅游部、林草局、国铁集团等部门近日共同印发《户外运动产业发展规划(2022—2025年)》(以下简称《规划》)。

《规划》在对户外运动产业进行顶层设计的同时,创新机制、政策和管理方式,破解制约户外运动产业发展的瓶颈,提出了优化户外运动产业发展环境、完善户外运动产业发展布局、优化户外运动产业结构、丰富户外运动产品供给、释放户外运动消费潜力、强化户外运动服务支持等任务。

《规划》有如下特点:一是明确全国户外运动产业的空间布局,提出构建“五区三带”的空间布局,即北方冰雪运动引领区、华东户外运动示范区、中部户外运动体验区、华南户外运动休闲区、西南户外运动集聚区以及黄河文化户外运动带、长江水上运动带、滨海户外运动带,形成重点项目突出、比较优势显著、区域融合互动的发展格局;二是提出户外运动装备器材便利化运输的具体举措,研究探索在部分户外运动目的地为骑行、滑雪爱好者试点提供便利化运载服务;三是提出一批重点培育的户外运动赛事节庆品牌,不断提升中国户外运动产业大会、绿水青山系列休闲赛等户外运动赛事与节庆活动的影响力;四是提出自然资源向户外运动开放试点工程;五是注重户外运动的安全防控和救援体系建设,保障户外运动安全可持续发展。

《规划》提出,到2025年,户外运动产业高质量发展成效显著,基本形成供给与需求有效对接、产业与生态协调发展、产品与服务品牌彰显、业态与模式持续创新的发展格局。户外运动场地设施持续增加,普及程度大幅提升,参与人数不断增长,户外运动产业总规模超过3万亿元。到2035年,户外运动产业规模更大、质量更优,动力更足,发展更安全,成为促进人民群众身心健康、提升获得感和幸福感、推进体育产业高质量发展和体育强国建设的重要力量。

专家解读:户外运动产业迎来发展新机遇

随着全民健身与全民健康深度融合,户外运动逐渐成为人民群众喜闻乐见的运动方式,户外运动产业快速发展。近日,《户外运动产业发展规划(2022—2025年)》(以下简称《规划》)印发,为户外运动产业的发展提供了更进一步的政策保障。

户外运动产业相关专家认为,《规划》在完善顶层设计、优化发展环境、培育市场主体等多个方面发力,对于助推户外运动产业高质量发展具有重要意义。

完善顶层设计 加强部门协同

中国宏观经济研究院社会发展研究所副研究员范宪伟认为,《规划》明确了户外运动产业发展的总体思路、发展目标和重要任务,是当前和未来一段时期指导户外运动产业发展的综合性、基础性文件。

在户外运动产业政策体系方面,国务院办公厅颁布了《关于加快发展健身休闲产业的指导意见》《关于促进全民健身和体育消费推动体育产业高质量发展的意见》等政策文件,国家体育总局会同国家发展改革委等部门出台了冰雪、山地户外、水上、航空、汽车摩托车、自行车、马拉松、马术等户外运动产业规划。然而,我国户外运动产业尚处于发展初期,市场潜力有待进一步释放,还客观上存在一些短板和薄弱环节。

浙江大学国家体育产业研究基地主任周丽君表示:“一直以来,我国户外运动产业不同环节的管理职责分散在不同部门,缺少一个协同沟通机制,这在一定程度上制约了户外运动产业发展。此次《规划》由国家体育总局、国家发展改革委等八部门联合印发,凸显了部门沟通协调的重要意义。”

优化发展环境 构建空间布局

《规划》提出,要在推动自然资源向户



▲2021年11月17日,在长白山国际度假区滑雪场,小朋友们体验雪地平衡车。
新华社发

结合已有的规划,形成了目前的整体规划。”

丰富供给与促进消费“双管齐下”

周丽君认为,当前我国户外运动产品供需存在矛盾。一方面,户外运动产品供给相对单一、项目新颖性不够,对消费者的吸引力不强。另一方面,露营、骑行等户外运动呈现“一票难求”“一车难买”等现象。

“《规划》把握现实基础与人民需求,首次提出优化露营产品供给,通过建设露营基地、完善配套设施、研制新型装备、建立规章制度,推动露营产业健康可持续发展。这一系列举措符合国际露营产业发展规律。”周丽君说。

除露营外,《规划》还在提升户外赛事与节庆活动品质、丰富户外健身休闲产品、培育户外运动市场主体等方面提出了一系列计划和举措,全方位丰富户外运动产品供给。

行知探索体验研究院院长金豆豆表示,《规划》对于培育户外运动文化,促进户外运动消费将起到很强的促进作用。

“培育户外运动文化,彰显户外运动价值,加强户外运动技能培训,完善户外运动消费政策,特别是开展‘户外运动普及推广工程’,户外运动进校园、进社区、进家庭,有利于加强对户外爱好者和消费者的消费能力、消费理念、个人责任意识的引导和培育,特别是青少年户外运动习惯的养成,对中国户外产业的消费潜力挖掘和长期健康发展意义重大,也为户外教育培训业提供了新的机遇。”金豆豆说。

范宪伟表示:“为推动《规划》落实见效,必须完整、准确、全面贯彻新发展理念,推动户外运动产业高质量、可持续发展。”

(记者林德韧、董建国)

新华社北京11月7日电