

·新华视点·

正在海南举办的第二届中国国际消费品博览会上,1200多个国内品牌精彩亮相,同时新设5000平方米国货精品馆——

透视国产消费品牌的突围与突进

■ 新华社记者 罗江 王存福

传承千年的瓷质餐具、最新款电动水翼冲浪板……2万平方米的展区里,1200多个国内品牌精彩纷呈,另有国货精品馆达5000平方米。正在海南举办的第二届中国国际消费品博览会上,一批国产消费品牌非常亮眼,它们的突围与突进之路给人留下了深深的思考。

国潮涌动消博会

国货精品馆馆长王文育说,国货精品馆紧盯“00后”消费新趋势,展示了国货从“中国制造”到“中国智造”的转变,彰显老字号传承与创新。

一批“中国智造”最新成果亮相。科大讯飞翻译机品牌总监朱礼穆介绍,科大讯飞翻译机4.0在展会首发首秀,新产品支持83种语言在线翻译,能识别用户手势,实现“拿起就说,放下就译”。

主机、发射器、接收器组成共享充电站,将电动自行车停在发射器上方即可隔空充电。在广西主题馆,狐灵智能科技有限公司展示着自主研发的无线充电、供电技术。该公司总经理黄新说:“公司深耕新能源电能无线科技产业,已在广西多地布局,消博会期间还在广东、海南设立了分公司。”

值得关注的是,我国制造业向产业链高端跃升,为国货崛起奠定基础。中国社会科学院发布的《2022国货市场发展报告》指出,我国工业产业内部结构转型升级,制造业尤其是高端制造业占比快速增长。随着研发投入的加大,光伏、新能源汽车、家电、智能手机等重点产业跻身世界前列。

中国社会科学院社会学研究所副研究员高文珺指出,在“中国制造”向“中国创造”转变过程中,国货品质不断提升,涌现出很多原创品牌。这些品牌强调质量和设计,开拓了发展空间。

例如,在户外运动用品领域,与价格不菲的国外大牌相比,国货成为高性价比选择。思凯乐、牧高笛等本土露营品牌备受消费者青睐,思凯乐成为北京2022年冬奥会和冬残奥会特许生产商。

另外,传统消费品在发展中求变、求新态势凸现。上海豫园旅游商城(集团)股份有限公司旗下新品牌“真尝家”敏锐捕捉“回家吃饭”新潮流,携手老字号进军预制菜市场,吸引生活节奏快的年轻消费者爱上老上海风味。

近年来,精品国货在食品、美妆、电器等领域的表现令人刮目。京东消费及产业发展研究院院长刘晖说,国货、老字号品牌认可度持续提升。京东大数据显示,2018年到2021年,相关商品成交金额增长284%,销量增长411%。

国货品牌崛起靠的是什么?

——开辟差异化“新赛道”。



观众向参展商科大讯飞了解翻译机情况(7月26日摄)。正在海南举办的第二届中国国际消费品博览会上,一批国产消费品牌非常亮眼,它们的突围与突进之路给人留下了深深的思考。 新华社记者 杨冠宇 摄

知名咨询机构毕马威发布的报告指出,中国新国货品牌在市场需求大、竞争强度大的大消费品类里从细分品类切入。部分品牌还针对“一人经济”“她经济”等新消费需求入手,开发出“从0到1”的品类。

例如,广泛运用于护肤品生产的透明质酸钠向新应用领域延伸,聚焦各种功能的新产品频频亮相展会。华熙生物科技股份有限公司推出的相关饮用水产品,让消费者在喝水时可补充玻尿酸。

——融合功能与审美。消博会上,国老品牌海鸥手表为走近“00后”作出尝试,推出了融合战国杜虎符、小篆字体等文化元素的限量款产品。设计师杜毅锋说,要靠独具创意的设计、合理的价位吸引年轻消费者。

深圳国瓷永丰源股份有限公司加强跨界合作,与国内知名白酒、茶叶品牌推出联名款,生产的手机装饰瓷片远销海外。“只有创造符合当代生活场景的产品,传统文化才能实现传承。”该公司品牌总监肖文科说。

——科技赋能产品升级。消博会上,参展的石头自清洁扫拖机器人G10S系列,通过技术研发实现自动洗拖布、集尘、补水、抑菌和基站自清洁等功能,解决消费者“痛点”。刘晖说,充分利用数字技术,通过数字化供应链等方式降本增效,将有效增加国货商品的市场份额。

——新媒助力品牌塑新。消博会期间,直播互动、“云探馆”引人注目,不断

产生“爆款”。大龙网集团董事长冯剑锋说,通过新媒体力量,让更多国货被看见、购买。新媒体能够强化生产者与消费者之间的互动,在塑新品牌的同时有针对性地进行产品创新。

拓展市场需继续提高品质

中国(海南)改革发展研究院经济研究中心研究员匡贤明指出,国货进一步拓展市场需要持续做好品质文章。要在工艺、服务等方面提高标准,让“中国制造”“中国服务”成为品质的保障。

当下,越来越多国货品牌力求精准定位消费者需求。刘晖介绍,京东已和超过2000家企业实现反向定制(C2M)合作,深度了解消费者诉求,帮助制造商提供最合适消费者的商品和服务。

匡贤明还强调,做好品牌建设同样重要。不少国货承载独特的文化内涵,品牌传播要进一步适应受众特点,抓住年轻群体的特征和偏好。此外,企业要注重树立良好社会形象,关注舆情动态。

冯剑锋等参展嘉宾指出,新媒体时代下信息不再是单向传播,品牌形象往往在企业和消费者的互动中构建。一大批以用户原创内容为特征、互动性强的社交媒体平台、垂直社群、移动电商兴起,为企业品牌建设带来广阔机遇。

(新华社海口7月27日电)

电子产品安全强制性新国标出台

新华社北京7月26日电(记者 赵文君)市场监管总局近日发布新修订的强制性国家标准《音视频、信息技术和通信技术设备 第1部分:安全要求》,将于2023年8月1日正式实施。这一标准将全面提高电子产品设计、生产、检测认证、销售、使用等各环节安全保障水平,守牢安全底线。

这是记者26日从市场监管总局获悉的。市场监管总局标准技术管理司一级巡视员国焕新介绍,新国标

基于原有的两项强制性国家标准进行整合修订,涵盖了音频、视频、信息技术和通信技术设备的所有产品,全面考虑了各类电子产品在使用过程中可能出现的电击、着火、过热、声光辐射等方面的危险来源,并提出相应的防护要求与试验方法。

近年来无线充电功能使用广泛,消费者可能会将钥匙、硬币等金属物品放置于无线充电器上,无线充电器通过能量传输可能会让金属物品产生高温并带来灼伤、着

火等危险。对此,新国标明确要求无线充电器需要具备识别金属异物的功能,并及时停止对异物进行能量传输。

随着电子设备多媒体功能的普及,头戴式耳机、蓝牙耳机等产品深受消费者青睐。新国标提出了安全要求,要求耳机音量在一定时间内累计超过规定限值以上时,电子产品应该给出警告并要求使用者确认,在不确认的情况下则自动降低到安全音量。

对于采用可充电电池供电的便携式电子产品,新国标重点考虑电池安全问题,规定了电池过充电保护、温度保护、外壳防火、跌落防护等安全要求。

据介绍,市场监管总局将会同有关部门跟踪新国标的实施情况,指导电子产品CCC指定认证机构和实验室按照新国标要求加强认证检测能力建设。

克希德·马丁公司、雷神技术公司、诺思罗普-格鲁曼公司等多家军工巨头的股价又上一个台阶。

一些观察人士也指出,美国持续军援乌克兰背后有军工复合体的利益驱动。美国持续不断为乌克兰局势火上浇油,巨额对乌军援让美军工企业获得大量订单。

曾在美国国防部长办公室工作26年的富兰克林·斯平尼在博客上写道,美国国防部、军工产业以及被他们操纵的说客、国会议员、智库、情报机构、媒体在乌克兰危机中赚得盆满钵满,甚至悄悄地开香槟庆祝,而美国纳税人最终将为这场“狂欢”买单。

美国匹兹堡大学客座法理学教授丹尼尔·科瓦利克说,乌克兰危机升级后,美国没有积极推动和谈,这是因为只要危机继续,美国军火就不愁没有买家,危机持续时间越长,军火商获利就越多。

武器泛滥外流

眼下,美国持续不断地加大对乌克兰的武器供应,或将使地区人道主义危机进一步恶化。

在美国智库大西洋理事会日前举行的一场视频会议上,乌克兰国防部长列兹尼科夫表示,乌克兰已变成一个武器“试验场”,他邀请西方武器制造商在乌测试新产品。对于这一言论,俄外交部发言人扎哈罗娃表示担忧,她说乌防长的言论表明美国政府正在将本国人民当作“小白鼠”。

此外,一些人也在担忧美国等西方国家援助的武器可能会通过黑市流入恐怖组织手中,增加全球恐怖主义风险。乌克兰经济安全局局长瓦季姆·梅利尼克曾向媒体承认,不断发现西方援乌武器和主义援助物资被倒卖的案例。

匈牙利《新闻》月刊网站写道,乌克兰武器泛滥外流可能会引发许多安全危机。先前利比亚卡扎菲政权倒台后,军事装备外流到马里、尼日尔、乍得等国家,加剧了地区局势动荡。国际社会应认真考虑这些问题,吸取过去的教训。(新华社北京7月27日电)

针对新一轮强降雨

国家防总启动防汛四级应急响应

新华社北京7月27日电 记者27日从应急管理部获悉,针对新一轮强降雨,国家防总决定于当日18时启动防汛四级应急响应。

据气象预测,未来三日,我国西南地区东部、西北地区东部、内蒙古中东部、华北、黄淮、东北地区等地将有中到大雨,部分地区有大到暴雨,局地大暴雨,伴有短时强降水、雷暴大风或冰雹等强对流天气。

国家防总办公室、应急管理部27日组织防汛专题视频会商调度,要求相关

地区防指高度重视强降雨防范应对工作,坚持人民至上、生命至上,进一步压紧压实防汛责任,督促各级包保责任人下沉一线。要加强监测预警和会商研判,强化预警与应急响应联动,及时启动或调整应急响应。要突出抓好中小河流洪水、山洪、滑坡、泥石流、城市内涝等灾害防范和水库塘坝安全度汛,果断提前转移受威胁群众,加强危险区域管控,必要时采取“关停撤转”强制性措施,确保群众生命安全。要加强信息报送,发生较大险情灾情要第一时间报告。

天舟三号货运飞船受控再入大气层

新华社北京7月27日电(李国利 邓孟)记者从中国载人航天工程办公室获悉,天舟三号货运飞船于7月27日11时31分受控再入大气层。飞船绝大部分器件已烧蚀销毁,少量残骸落入南太平洋预定安全海域。

2021年9月20日,天舟三号货运飞船发射入轨,为空间站送去航天员生

活物资、舱外航天服及出舱消耗品、空间站平台物资、部分科学实验载荷和推进剂等约6吨物资。在轨运行期间,天舟三号货运飞船先后与天和核心舱组合体进行了2次交会对接,进行了绕飞试验。与天和核心舱组合体分离后,还开展了空间技术试验,为空间站在轨建造和运营管理积累了重要经验。

中企承建的克罗地亚佩列沙茨大桥举行通车仪式



这是7月26日在克罗地亚科马尔纳拍摄的由中企承建的佩列沙茨大桥通车仪式上的焰火表演。由中企承建的克罗地亚佩列沙茨大桥通车仪式26日晚在科马尔纳举行。佩列沙茨大桥是中克共建“一带一路”和“中国—中东欧国家合作的标志性项目,也是中方在克罗地亚承建的最大规模的基础设施项目。 新华社记者 李学军 摄

俄罗斯将在2024年后退出国际空间站项目

据新华社莫斯科7月26日电(记者 华迪)俄罗斯国家航天公司新任总裁鲍里索夫26日表示,俄罗斯将在2024年后退出国际空间站项目,届时将开始组建俄罗斯轨道服务站。

据俄罗斯媒体报道,鲍里索夫当天在与俄总统普京会见时说,俄罗斯正在国际空间站国际合作的框架内工作,将履行对合作伙伴的所有义务,但在2024

年后退出国际空间站项目的决定已经做出。届时将开始组建俄罗斯轨道服务站。这将成为俄国家航天公司在载人航天领域的主要优先事项。

俄“能源”火箭航天集团总设计师索洛维约夫在接受媒体采访时说,俄罗斯轨道服务站建设不会早于2028年,计划分两个阶段进行。在俄罗斯轨道服务站建设取得重大突破之前会继续使用国际空间站。

严重通胀持续

美欧民众“消费降级”渐成常态

■ 莫娟

世界大型企业研究会7月26日发布的数据显示,因对通货膨胀和利率上升的担忧持续,美国7月份消费者信心指数为95.7,连续三个月下降,为近一年半来最低。高通胀冲击下,“消费降级”逐渐成为美国和欧洲民众日常。

企业隐忧

美国零售巨头沃尔玛公司25日公布的财报数据发出罕见的盈利缩水警告。在截至4月30日的2023财年第一季度,沃尔玛实现净利润20.54亿美元,同比下降24.8%。

沃尔玛美国市场的客户主要来自低收入家庭。通胀背景下,他们往往把钱花在购买食品及其他生活必需品,放弃沃尔玛超市走道里摆满的衣服、体育用品、电子产品等非必需品。

为此,沃尔玛大幅下调了本财年二季度的全年股票盈利预期。快餐巨头麦当劳公司也在全球运营近4万家餐厅,26日发布截至6月30日的二季度业绩,称全球同店销售额增长近10%,远高于6.5%的预期增幅,但总收入同比下滑3%,为57.18亿美元;净利润11.88亿美元,同比下滑46%。

麦当劳说,正考虑是否推出更多的折扣菜单选项。首席财务官凯文·奥赞

在一场同投资者的电话会议上说,由于通胀飙升,一些低收入顾客更倾向于购买相对便宜的餐品,更少购买较贵的套餐。这种情况在欧洲地区尤为明显。

联合利华旗下拥有近400个品牌,包括赫尔蒙曼黄酱、家乐高汤块、多蓝霸漂白粉等知名家用产品,26日上调了全年销售预期,称尽管价格高于以往,产品销售正常。

只是,联合利华股东加贝利资产管理公司的投资组合经理阿希什·辛哈说:“我们每周出去购物时,都能看到(商品)价格上涨。问题是,消费者能在多大程度上接受这些涨价?”

两极分化

路透社报道,普通人主要把钱花在购买便宜汉堡和洗涤用品的同时,存款丰厚的消费者则在抢购标价3000美元的路易威登牌手拎包。

奢侈品巨头法国酩悦·轩尼诗-路易·威登集团二季度销售额增长19%,略低于今年早些时候。欧美地区手提包和高档酒类销售额的提升,抵消了一些地区的销售额增长放缓。

美国威士信用卡公司说,本财年三季度跨境交易额同比增长40%,利润同比增长32%。按照路透社的说法,这显示一些人仍在进行旅游及其他高端消费。(新华社专特稿)

·国际观察·

美国政府近日宣布,将向乌克兰提供价值2.7亿美元额外安全援助,拜登政府执政以来承诺的对乌安全援助总额已有约82亿美元——

美国火上浇油 对乌持续军援

■ 新华社记者 赵冰 高文成 陈浩 王峰

美国政府近日宣布,将向乌克兰提供价值2.7亿美元的额外安全援助,包括火箭弹发射器和战术无人机等。乌克兰危机升级几个月以来,美国已向乌克兰提供十余批军援装备。

不少分析人士指出,美国为乌克兰持续提供军事援助,旨在让乌克兰危机延续下去,最大程度服务其自身政治和经济利益。这一做法毫无底线,给乌克兰危机火上浇油,完全无视可能加剧的人道主义危机与恐怖主义风险。

海军军火援助

美国国防部22日发表的声明说,新一轮对乌安全援助包括4套“高机动性多管火箭弹系统”及与其适配的火箭弹、4辆作战指挥车、3.6万发105毫米口径炮弹、额外反装甲武器以及最多580架“凤凰幽灵”战术无人机等。

此轮援助过后,拜登政府执政以来承诺的对乌安全援助总额已有约82亿美元。依照美国国防部发布的援乌清单,美已承诺的对乌军援包括防空系统、反装甲系统、装甲车、侦察装备等共近40项。装备大至大口径火炮、直升机,小至头盔、夜视仪。

美国援乌军火在前线战报中出现的频率也逐年升高。从近期俄罗斯国防部每日例行通报的信息来看,美“海马斯”多管火箭炮系统、M777榴弹炮、“鱼叉”反

舰导弹等正在成为俄军在特别军事行动中的重要打击目标。7月以来,俄军已多次在乌南部敖德萨州摧毁乌克兰境内存放“鱼叉”反舰导弹的仓库。此外,俄国防部发言人科纳申科夫22日通报称,本月5日至20日期间,俄军使用高精度地基和空基武器在顿涅茨克地区摧毁俄生产并转交给乌克兰的4套“海马斯”多管火箭炮系统的发射装置和1台运输装填车。

持续火上浇油

不少媒体与分析人士认为,美国及其北约盟友持续对乌提供军事援助,旨在鼓动乌政府坚持军事对抗而非谈判解决问题。从地缘政治层面来讲,美国可通过不断渲染冲突威胁,持续加剧俄欧对立,迫使欧洲对美依赖增强,巩固美国霸权地位;从经济层面上讲,冲突持续时间愈长,美国军火商获利愈丰。

俄罗斯科学院安全问题研究中心高级研究员康斯坦丁·布洛欣认为,美国持续对乌军援表明,华盛顿明显想让局势升级,并将继续沿着这条路走下去。现阶段,欧盟已跟随美国对俄罗斯施加多轮制裁,这些制裁为欧洲带来了极大的反噬作用,不少国家来源出现紧缺状况。尽管如此,欧盟因在安全领域高度依赖以美国为首的北约,其外交政策只得与美国保持协同。从这个意义上讲,乌克兰危机拖延下去有利于美国在多项政策上加强与欧洲的捆绑。

在乌克兰危机中,美国军火商赚得“盆满钵满”。乌克兰危机升级后,美国主要军工企业股价大幅上涨。洛