

青海海西州天峻县发生3.7级地震

中新网5月13日电 据中国地震台网正式测定：05月13日16时28分在青海海西州天峻县(北纬37.47度,东经98.15度)发生3.7级地震,震源深度10千米。

空军发布宣传片展现海上新航迹

新华社北京5月13日电(记者 张玉清 张汭汭)空军13日向海内外发布宣传片《中国空军新航迹》,展现歼-20、苏-35、轰-6K等多型战机海上新航迹,反映了空军在“空天一体、攻防兼备”战略目标引领下体系作战能力的新提升,彰显了空军维护国家主权和领土完整的意志能力。

战略空军的故事片、新型战机的形象片。空军新闻发言人申进科表示,空军是战略性军种,近年来警巡东海、战巡南海、前出西太、绕岛巡航,飞了过去没有飞过的航线,到了过去没有到过的区域,提升了海上方向实战能力,推进了作战指挥能力建设。

中国青年制片人亮相戛纳电影节

新华社法国戛纳5月12日电(记者 张曼)戛纳电影节国际村中国馆12日举办中国青年制片人推介会,4位制片人在现场向国际同行介绍各自项目,寻求国际合作机会。戛纳电影节国际村设立于2000年,每个国家由一个具有官方背景或行业影响力的电影机构或公司代表设立国家馆。

深刻的了解,希望通过推介会的平台寻找国际发行的合作对象。吴天明青年电影专项基金运营总监吴珂向记者介绍,制片人扶持项目旨在为优秀青年电影人搭建一个世界范围的合作展示平台,成效非常明显,不少入选项目已开花结果,如2016年制片人入选项目《地球最后的夜晚》就入围了本届戛纳电影节“一种关注”单元,同年入选的《暴雪将至》在去年东京电影节上摘得最佳艺术贡献奖。

升级版“猎鹰9”火箭成功发射

新华社华盛顿5月11日电 美国太空探索技术公司的升级版“猎鹰9”火箭11日首次升空,成功将孟加拉国一颗通信卫星送入太空。这是“猎鹰9”火箭最后一次“重要升级”。

据称新版火箭的回收再利用效率更高,火箭第一级回收后的翻新工序更加简单,能执行至少10次发射任务,将来甚至有望实现同一火箭第一级在24小时内两次发射。

首发中欧班列抵达比利时

新华社布鲁塞尔5月12日电(记者 潘辛平)经过16天运行,首发“唐山-安特卫普”中欧班列12日抵达比利时安特卫普。出席当天欢迎仪式的安特卫普港务局国际关系部主任阿尔努表示,这是比利时与中国贸易关系史上的一个里程碑。

安特卫普港在中比贸易中有着非常重要的地位。面对互联网、大数据、人工智能等新技术带来的新机遇,安特卫普港正在探索新的发展路径,设法与中国的“一带一路”联系起来。从这个角度看,首发“唐山-安特卫普”中欧班列的抵达具有历史意义,将给中比合作带来深刻而积极的影响。

从首届品博会看自主品牌建设

新华社记者

大到高铁,小到芯片。10日至12日在上海举行的首届中国自主品牌博览会上,来自全国各地各行业的600多家知名企业齐聚一堂,2.5万平方米的展馆内,处处散发着“国货之光”。

品牌,是生产者和消费者共同的追求。从中国产品向中国品牌转变,蕴藏着中国经济转型升级的密码。

助力高质量发展

在北京市的展区,三块指甲盖大小的芯片看起来并不显眼,却不时有人驻足观看。由紫光集团旗下长江存储自主研发的32层三维闪存芯片,2018年量产之后有望推动中国存储芯片产业迈上新台阶。

高精尖的技术是品博会参展企业的展示重点。“以新供给创造新需求,以新需求引领新供给。应该说,发挥品牌引领经济高质量发展的作用,已经显现。”国家发展改革委产业协调司司长李勇说。

——以质量为核心。从1997年的轿车模仿起步,到2017年成为自主品牌销量冠军,来自浙江展区的吉利汽车在质量提升上一步一个脚印,朝着世界汽车前十强的目标稳步迈进。“所谓‘品’就是品质、质量,‘牌’就是商标、

口碑。提升质量是品牌建设的关键因素。”国家市场监督管理总局质量管理司司长黄国梁说。

瞄准“质量关”,各地纷纷发力。江苏省副省长马秋林表示,江苏始终把质量强省作为一个战略,融合在“十三五”发展规划中。“通过推进质量强省、强市、强县、强业、强企‘五强’体系建设,不断擦亮我们的品牌。”

——以创新为动力。中国中车的“复兴号”标准动车组,中国商飞的国产大飞机,中船重工的4500米载人潜水器……覆盖海陆空,一批“大国重器”出现在品博会上。

联影医疗是上海近年来新兴的科技品牌,在高端医学影像设备领域逐步打破外企的垄断。上海市经信委表示,在打响“上海制造”品牌的过程中,将着力突破集成电路、航空发动机等短板与瓶颈,解决关键环节受制于人的隐患。

创新不只发生在沿海发达地区。总部位于贵阳市的货车帮,通过匹配车源和货源,减少车辆空跑,帮助公路运输节省百亿元油费,成为西部“独角兽”企业的代表。

服务高品质生活

云南的花,内蒙古的奶,黑龙江的绿色食品……走进品博会现场,一系列区域特色品牌令人目不暇接。

在吃穿住行各个领域,老百姓的生活越来越讲究品质。人民群众对美好生活的向往,为

品牌建设指明了方向。

——“老字号”重焕生机。炎炎夏日吃一块冰砖,是很多人的童年记忆。上海益民食品一厂总经理助理李维涛说,适应“00后”“10后”的“需求”,企业开发了动漫形象系列产品,今年上市两个月销量已近50万支。

“‘老字号’没有天然优势,只有创新才是真正的优势所在。”光明食品集团董事长是明芳说。

——“新消费”精彩纷呈。近年来,随着中国制造业品质的提升,消费回流趋势日益明显。中国品牌日前夕发布的一份报告显示,2016年至2017年智能电饭煲的人均消费额增速,中国品牌比国外品牌高8%;智能马桶盖的人均消费额增速,中国品牌比国外品牌高27%。

新消费,不但“新”在产品上,还“新”在消费方式上。苏宁易购在品博会上展示了多种“黑科技”,比如其中的无人车配送,运用三维地图和人工智能分析定位,可以实现恶劣天气以及夜晚的24小时配送。

更好地惠及全球消费者

中国的青蒿素帮助非洲人民抗击疟疾,中国高铁、中国核电、中国基建成为享誉世界的国家名片……一系列成就,印证着首届品博会的主题:“中国品牌,世界共享”。

“中国是全球第二大经济体,很多领域产出

规模全球第一。不少企业提供的产品、服务可以与国际一流企业比肩,但在品牌建设上仍有比较明显的短板。”北京大学教授符国群表示,打造有国际影响力的中国品牌,依然任重道远。

——抓住“一带一路”建设的重大机遇。阿里巴巴首席执行官张勇近期和30家中国品牌的负责人一起赴澳大利亚考察。“经过数十年的发展,中国制造、中国创造、中国设计的能力,以及面向消费市场的运营能力已经全球领先。用数字化平台开拓海外市场,这是中国品牌的重大机遇。”

资料显示,2017年有超过1万个中国品牌、共计12亿件商品通过主要电商平台的出海计划进入了海外市场。仅在澳大利亚市场,老字号品牌“张小泉”的刀具一年可以卖出上万套。

——对外讲好中国“品牌故事”。欧洲品牌研究院院长赫比克说,中国企业打造全球品牌,需要在文化上有更多的敏感度。“中国拥有悠久的历史和文化,这些可以成为中国品牌在国际传播方面的潜力。”

中国品牌建设促进会理事长刘平均说,中国的不少奶粉产品已达到欧盟质量标准,很多国外热销的马桶盖也是国内企业生产的。要借助中国品牌日的平台,让更多的全球消费者了解中国的优秀品牌。(记者 何欣荣 周蕊 龚雯 杨溢仁)



5月13日,我国第二艘航母从大连造船厂码头启航,赴相关海域执行海上试验任务,主要检测验证动力系统设备的可靠性和稳定性。新华社发 李刚摄

美国担忧“中国制造2025”毫无必要

新华社华盛顿5月12日电(记者 刘晨 朱东阳)中国驻美国大使崔天凯日前在华盛顿参加活动时表示,美国有些人对“中国制造2025”表示担忧,这是不必要的。

崔天凯11日在参加美国智库战略与国际问题研究中心举办的“中美关系40年”研讨会时说,世界各国无论大小,都希望在高科技领域争取领先优势,中国也不例外,这是完全正常的。“中国制造2025”是中国为自身产业发展设定的目标,但并不意味着中国实现这些目标是以排除其

他国家为代价的。事实上这一计划对中国企业、美国和世界各国企业都是开放的。

崔天凯说,当前中美经贸问题十分突出,对此双方应平衡照顾彼此利益关切,妥善管控分歧。我们也许无法一次性解决所有问题,但可以先找到解决短期问题的办法,同时寻找解决中长期结构性问题的出路。

崔天凯说,中美之间虽然存在贸易不平衡问题。当前双方经贸团队正在就此努力协商谈判,相信只要双方坚持照顾彼

此关切,就能够找到妥善的解决办法。

对于有美国人担心中国改革开放进程放慢的问题,崔天凯表示,过去40年中国经济发展是在开放条件下取得的,未来中国经济实现高质量发展也必须在更加开放条件下进行。他说,中国目前很多高科技领域还处在追赶态势,我们深知只有坚持对外开放、和其他国家学习互鉴才能取得更大发展。

他同时指出,当今世界,一个国家可能在一段时间在某些领域处于领先地位,但不可能在所有领域长期保持领先优

势。随着时间推移,只要有公平竞争,总会有别的国家追赶上来。今天,美国仍然对中国实行高科技产品出口管制。如果美国既不卖到中国高技术产品,又不让中国自己研发制造,那么中国产业的出路何在。

崔天凯表示,过去40年来,互利共赢的经贸合作一直是中美关系的稳定器和推进器。中美两国经济紧密融合,两国宏观经济的互好对彼此至关重要。中国衷心希望美国经济持续繁荣,美国同样从中国经济发展中获益。

共产党好 总书记好 听党话 跟党走

柴达木日报社 宣