跨境　跨界　跨越

——来自首届消博会的观察之二

□新华社记者　王雪

这是一场约70个国家和地区1300多个国际品牌云集、线上线下相结合的消费精品盛会；

这是一个以高质量发展为主题、集成海南自贸港优惠政策、中外企业交汇互利的巨大平台；

这是又一次展现中国扩大对外开放决心和与世界共谋发展承诺的重要契机。

首届中国国际消费品博览会，是中国在新冠肺炎疫情席卷全球、世界经济遭受重创背景下举办的又一次重大国际经贸活动。展会上熙熙攘攘的企业展台更折射出在海南自贸港这片沃土上，企业不断探索新领域、新概念、新时尚的无限发展潜力。

新领域：独一无二的逐梦地

“三年来，我们与海南自贸港共同成长。”安永（中国）企业咨询有限公司合伙人、《安永服务海南自贸港建设特别报告》主编余莉娜说。

她告诉记者，2018年，安永抓住海南启动自贸港建设契机落户海南。前不久，安永与海南省政府方面联合发布《2021年海南自由贸易港投资指南》，助力海南自贸港国际营商环境建设，聚合全球企业。

“我们见证了诸多企业在海南安家落户。由于海南自贸港的独特优势和政策优惠，不同国籍、不同领域的企业尝试对接、碰撞，不断探索全新的发展可能。”余莉娜说。

在余莉娜看来，海南自贸港是一个独一无二的逐梦地，而消博会搭建的平台，将聚合更多的逐梦者。

新概念：大胆探索的先行区

消博会现场，博鳌乐城国际医疗旅游先行区展台的负责人黄嵩正在与医疗企业参展商、旅游消费企业洽谈合作。

“消博会期间，许多企业因为此前对博鳌乐城有所了解专程来商谈合作，更多的人询问我，医疗旅游到底是什么。”黄嵩对记者说。

自2013年经国务院批准设立，博鳌乐城近年来获得多项政策支持，目前已有14家机构建成运营，形成超级医院、一龄生命养护中心、研究型医院等全新的“跨界”概念，面向全球大胆开创了一种全新的医疗体验。

“面向国内患者，乐城提供目前国内市场水平领先的医疗资源；面对国际市场，乐城将中医药等具有中国特色的医学领域与海南天然的旅游疗养资源相结合，展现出独特优势。”黄嵩说。

他表示，海南自贸港提供了大胆探索的空间。“未来我们将着眼医疗旅游这一概念的颠覆性发展，为全球市场开创新天地，我们希望利用消博会这个平台让世界了解医疗旅游，了解博鳌乐城。”

新时尚：万种可能的“Z世代”

保税仓、智能制造、时尚教育、跨境直播、未来门店……消博会上，寺库集团的展台透露出一股时尚气息。

“我们发自海南洋浦保税仓的第一个包裹8日成功到达客户手中。”寺库集团市场公关部总监贾竹说。自2018年与海南省政府签署框架协议以来，寺库集团充分享受了海南创新管理制度带来的巨大优势。

贾竹告诉记者，此次消博会上，寺库首次推出AI测肤和护肤推荐算法，未来还将专门在海南引入智能制造企业，打造面向高端时尚产业的艺术人才培养学校，并形成从教育培训到行业实践的闭环，而这一切尝试都将依赖于海南自贸港为企业带来的利好政策。

“我们着眼时尚界，着眼未来，着眼年轻的‘Z世代’。”她说。

目前，海南自贸港已落地实施59个国家入境免签、离岛免税、进口免税清单等政策，吸引众多全球知名品牌和免税经营企业落户。消博会，既是全球企业的聚集盛会，更是推进海南自贸港建设的重要抓手。

可以想象，站在新起点上，海南自贸港未来将带动更多企业探索全新领域，实现跨境、跨界直到跨越式发展。

（新华社海口5月9日电）

网络不是歪曲历史的治外之地

□新华社记者　王思北

一段时间以来，一些人打着所谓“寻找历史真相”的旗号，在网络上散布历史虚无主义信息，靠“反思”解密”等辞藻吸引眼球、混淆是非，严重污染网络环境，造成恶劣社会影响。

总体来看，近段时间网上出现的历史虚无主义论调，实质是企图从根本上否定马克思主义的指导地位，否定中国走向社会主义的历史必然性，否定中国共产党的领导。这些貌似做学问的论调虽然经不起批驳，但会对青少年的精神世界造成侵蚀和荼毒。

由于青少年心智尚未成熟，一些在泛文化包装之下的历史虚无主义有害信息容易吸引青少年群体的关注，而且越是出格、极端的论调越容易引发青少年围观，并借此扩散传播，给更多青少年制造历史错觉与迷失。

这些历史虚无主义有害信息的出现，一方面是因为一些网络公众号运营者、UP主为了追求商业利益，不惜伪造历史、歪曲事实；另一方面是因为移动应用程序等平台方放弃把关责任，使这些不实文章被推送到公众的手机屏幕前。

今年是中国共产党成立100周年，全党正在开展党史学习教育。如果历史观错误，不仅达不到学习教育的目的，反倒会南辕北辙、走入误区。因此，必须旗帜鲜明地反对历史虚无主义。

反对历史虚无主义，首先要珍视和尊重历史。历史是一个国家和民族最厚重的共同记忆，它记录曾经的奋斗与苦难，昭示未来的光明与辉煌。唯有铭记历史，方能开创未来。

反对历史虚无主义，还须加强网络监管。国家网信办组织开展“清朗·整治网上历史虚无主义”专项行动，全面清理歪曲党史国史军史、鼓吹历史虚无主义等有害信息，目前已依法依规处置一大批违法违规账号，督促指导各网站平台自查自清违法违规信息200多万条。

反对历史虚无主义，更要压实平台主体责任。平台方应切实负起责任，进一步建立健全内控规则和制度，主动过滤掉有害内容、不良内容，让网络空间真正天朗气清。

（新华社北京5月9日电）

消博会：国货也新潮

这是在消博会各省市自治区展区拍摄的国产文创礼品（5月9日摄）。在首届中国国际消费品博览会上，众多融入潮流元素的国货分外亮眼，引人驻足。高品质、更时尚、更前沿的中国品牌焕发光彩，受到年轻消费者的青睐。

新华社发

海外积极评价中国进出口贸易保持强劲增长

□新华社记者

中国海关总署日前发布的统计数据显示，今年前4个月中国贸易货物进出口总值11.62万亿元，同比增长28.5%，比2019年同期增长21.8%。继一季度同比增长29.2%实现“开门红”后，中国进出口延续了稳中向好态势。海外媒体和专家认为，中国出色的贸易表现将持续带动世界经济复苏。

美国消费者新闻与商业频道撰文指出，4月份中国出口增幅“超过预期”，前景十分乐观，表明全球对中国商品仍保持较高需求。此外，中国与主要伙伴的贸易额正在不断增长。

美国彭博新闻社也撰文指出，在大规模财政政策刺激推动下，全球对中国商品需求保持强劲，预计中国出色的贸易表现将较预期持续更长时间。

《日本经济新闻》网站的报道则聚焦中国进口数据大幅增长。报道认为，中国进口大幅增长与资源类商品价格上涨有关，随着中国经济逐渐回归常态，民间设备投资将呈现上升势头，半导体、机床、汽车、美妆护发等进口将迅猛增长。

德国《经济周刊》发表文章说，全球第二大经济体中国的经济增长令德国外贸出口获益，相关数据显示，4月德国对华出口增长37.6%。

泰国开泰银行高级副总裁蔡伟才表示，疫情蔓延形势下，中国进出口贸易表现强劲，再次证明中国经济是带动世界经济前进的强大动力，凸显中国在全球供应链中的重要地位。泰国经济受疫情影响严重，但得益于中国市场的强大购买力，泰国出口特别是农产品出口逆势增长。泰国与中国、东盟与中国蓬勃发展的贸易往来将进一步促进区域经济复苏。

英国智库牛津经济研究院日前发布报告预计，鉴于全球经济呈现良好复苏态势，未来几个月中国新出口订单将继续增长，出口保持强劲势头。此外，中国经济持续复苏，未来进口势头也将持续向好。

（参与记者　许缘　王亚光　刘春燕　孙晓玲　朱晟）

（新华社海口5月9日电）

消博会，“上新”了！

□新华社记者　周圆　罗江

“首发、首展、首秀”，首届中国国际消费品博览会展馆入口处的这六个字，时刻提醒着来往参观者——消博会，“上新”了！

嘭！瓶盖起开，醇厚酒香随即在4号展厅弥散开来，不少参观者循着味道前来。绿地食品馆中央，摆放着从德国越洋而来的海德堡啤酒新品。

“在这里发布新品是因为精酿啤酒非常契合消博会展示全球精品的理念。”凯伦拜尔格酒业有限公司CEO雷德斯托克坦言，消博会提供了展示平台，他们希望借此机会进入中国市场。

绿地贸易港集团总经理薛迎杰认为，消博会是亚太地区最大的消费精品盛宴。许多品牌选择在这里发布新品，既能节约成本，又能快速获取大范围关注，尤其在新冠肺炎疫情全球蔓延背景下，对很多国外中小企业而言，这是很好的新品发布方案。

啤酒的余韵还未散去，5号馆资生堂展厅内，相机快门声渐起。镁光灯下，洁面乳、柔肤水、香水等多款美妆新品相继亮相。台下抢座失败的参观者，围站在舞台周围，尽显“颜值经济”的火热。

“中国消费者对美的理解和需求都在升级，这次我们有两个高端护肤品牌是在日本本土外，进行首次售卖。一个聚焦简约高雅，一个强调可持续性发展，两者都与中国消费升级趋势相契合。”资生堂中国区总裁藤原宪太郎认为，在这里举办首发首秀活动，是国际品牌重视中国市场、看好中国消费潜力的一种体现。

14亿人口、超4亿中等收入群体、人均GDP突破1万美元、到2035年人均GDP要达到中等发达国家的水平……这样的大市场，有谁愿意错过？

英国费伯奇全球首展18K黄金打造的“盛世百年”彩蛋；德国汉斯一口气发布三款新游艇；美国强生带来专为中国市场定制的旗舰新品……

本届消博会上，国际品牌将举办80多场首发首秀活动，发布上百款新品，涵盖服饰箱包、美妆用品、食品酒饮、珠宝钻石等数十个品类。截至8日，已举行近50场首发首秀活动。

穿梭于场馆间，“上新”活动不断，采购商和专业观众也不忘“剁手”。

王冠云是一家网购平台的供应链负责人，她的行程单上密密麻麻地记着与美妆、母婴相关的新品发布会，“新品推介活动多，常常是两场同时举行。两天下来，已经留了三四十个展商的联系方式，回头慢慢聊。”

本届展会，各类采购商和专业观众报名数量超过3万人，预计各类观众超过20万人次。同时境内外免税经营企业、高端零售商贸企业、大型实体商超、头部电商企业等组团参会。

商务部副部长王炳南表示，消博会着力引入更多满足人民美好生活需要、引领消费升级的国内外优质商品和服务，把举办展会与发展首发经济等有机结合，吸引更多“世界首发、中国首展、行业首秀”。

展示与交易、宣传与洽谈，来往之间，中国消费市场的活力与魅力尽现。

（新华社海口5月9日电）

我国科学家将对印太交汇区海洋核心科学问题开展研究

新华社青岛5月9日电　（记者王凯）记者9日从中科院海洋所了解到，我国科学家将对“印太交汇区物质能量汇聚中心海洋环境与生物过程的耦合作用和生态效应”项目开展相关研究。

印太交汇区地处热带太平洋与印度洋之间，不仅是全球海洋生物多样性中心和海洋热量中心，也是海洋和大气能量汇聚中心及三大板块汇聚区，拥有全球76%的珊瑚物种、全球最大温度最高的“暖池”、全球最复杂的洋流系统等，是开展地球系统各圈层之间物质能量交换及全球变化研究的关键区和理想靶区。

印太交汇区资源环境效应是全球科学界关注的难点和热点，圈层间、大洋间相互作用非常强烈和复杂，存在一系列重要且未解的前沿科学问题。但国际上针对此海域的调查研究却相对薄弱，且跨圈层之间的协同研究很少，缺乏互联和协同，亟需围绕此海域开展系统性、多学科交叉研究。

项目负责人王凡研究员介绍，该项目将针对“在多圈层、两大洋耦合作用控制下的海洋环境演变背景中，海洋动力和生物地球化学过程与生物过程如何相互作用，从而实现海洋生物多样性中心的物质能量维持和补充”这一核心科学问题，从海洋环境、生物多样性生态功能、多学科信息融合的视角开展综合交叉研究，细致洞察印太交汇区海洋生物与环境之间的内在联系，深入探讨海洋生物多样性中心维持和演变的物质能量基础和环境生态效应，发展先进的“人工智能-物理-生态耦合”系统，催生相关原创理论，引领国际海洋和地球系统科学前沿研究。

据了解，国家自然科学基金委重大项目“印太交汇区物质能量汇聚中心海洋环境与生物过程的耦合作用和生态效应”由中科院海洋所牵头承担。这一重大项目是继中科院战略性先导科技专项之后，中科院海洋所牵头承担的又一重大前沿科学项目，体现了研究所承担国家重大科技项目、催生原始创新成果的能力。

秘鲁羊驼毛“萌”偶走俏消博会

□新华社记者　田睿　杨冠宇

首届中国国际消费品博览会现场，穿行于各国好物中的陈女士在满满一架子秘鲁玩偶前驻足。和3岁女儿视频通话后，陈女士挑中一只手工制作的羊驼毛小熊。“虽然有些小贵，但手感很好而且特别‘萌’，孩子一定很喜欢！”陈女士说。

羊驼在秘鲁有着极高的经济价值，羊驼毛玩偶是颇具当地特色的手工艺品。在消博会，陈女士购买的小熊玩偶来自秘鲁品牌Warmpaca，其主要业务是纯手工生产羊驼毛玩偶。

会展现场，Warmpaca羊驼毛玩偶因外表呆萌、手感柔软，吸引了众多消费者。

“是秘鲁的羊驼！”“好可爱啊！”“摸起来好舒服！”一些消费者路过情不自禁上前围观、拍照。“我觉得这个展位是整个场馆幸福感最高的地方。”刚刚买下一对羊驼玩偶准备送给外甥女的杨先生说。

Warmpaca品牌创始人马玉霞说，据她观察，中国消费者更喜欢胖胖的玩偶，所以会严格挑选最适合做胖玩偶的长毛皮料作为原料。

这些玩偶售价从400元到1700元不等。马玉霞说，羊驼毛玩偶价格较一般玩偶偏高，其中一个原因是原材料有限。一部分玩偶是由羊驼皮毛制成，这种材料来自因冬天低温和食物短缺自然死亡和正常老死的羊驼；制作另一部分玩偶的原料是羊驼毛线，其来源是一年一次剪下的羊驼毛。

人们在首届消博会秘鲁品牌Warmpaca展位参观（5月7日摄）。　新华社发

据马玉霞介绍，消博会开幕以来，平均每天有300余人进展台购买，共卖出超过17万元各种羊驼毛制品。除普通消费者，还有专业采购商参加展会。“开展以来，有很多采购商来展位了解我们的产品，其中15人有长期合作意向。”

然而，最初马玉霞想从秘鲁进口的并非玩偶，而是羊驼毛服饰。2016年到秘鲁考察时，马玉霞顺手在街边买的几只玩偶为她打开了引进羊驼毛玩偶的新窗口。

“回国后我把两只最漂亮的玩偶送给了以前的客户，她们非常喜欢，立刻找我订1000只。”马玉霞说，由于没有留下玩偶店主的联系方式，她便请秘鲁考察期间认识的朋友亚历杭德拉·贝德雷加尔帮忙，找到了制作那两只玩偶的手工艺人奥斯瓦尔多·马马尼。

第一个订单带来了1.4万元收入。马玉霞和贝德雷加尔萌发了创建秘鲁羊驼毛品牌的想法，并将目光投向消费潜力巨大的中国市场。

在逐步打开中国市场的过程中，Warmpaca也遭遇了“水土不服”问题。“2019年我们做了一批戴着绿帽子的羊驼玩偶，马玉霞收到货后告诉我，中文里‘戴绿帽子’有伴侣出轨的意思。这次经历提醒我们设计产品时要充分考虑中国市场的需要。”贝德雷加尔说。

随着中国消费升级，Warmpaca产品越来越受欢迎，公司规模和效益不断提高。目前，7个秘鲁家庭作坊约100名工匠同公司合作生产羊驼毛玩偶。马玉霞预计，2021年公司订单总额将超过190万元。

中国社科院拉美所经济研究室副主任张勇说，中国不断增长的消费需求和消费升级将为拉丁美洲带来较大机遇。Warmpaca品牌的成功案例可形成示范效应，带动拉美其他以原材料为基础的制成品出口，促进拉美出口多样化和生产一体化。

贝德雷加尔认为中国消费市场有进一步扩大的潜力，她对公司的发展充满期待。“我们会继续关注中国消费者需求，生产出更精美、更高质量的产品。”　（新华社海口5月9日电）

消防队里的别样母亲节

5月9日，在厦门市同安区消防救援大队，消防员叶佳礼指导母亲叶美芳体验水枪出水“灭火”。当日是母亲节，福建省厦门市同安区消防救援大队开展“感恩母亲　情暖消防”主题活动，邀请消防员的母亲走进消防队，参观宿舍食堂、体验消防器材装备、观摩消防技能展示，并一起包饺子、做饭等，让母亲们度过一个难忘的节日。

新华社发