



黄强前往成都暗访督查景区疫情防控工作并主持召开省应对新冠肺炎疫情应急指挥部疫情防控工作视频调度会议

抓住宝贵窗口期坚决查堵一切漏洞 用最快速度最有力举措把疫情控制在最小范围

华西都市报(四川日报全媒体记者李森)11月9日,省委副书记、省长黄强前往成都市暗访督查景区疫情防控工作并主持召开省应对新冠肺炎疫情应急指挥部疫情防控工作视频调度会议,专题调度成都市疫情防控工作,强调要深入贯彻习近平总书记重要指示精神,认真落实彭清华书记有关批示要求,逐一落实落细省指挥部近期紧急通知各项要求,切实树牢底线思维、强化忧患意识,增强工作敏锐性、敏感性,盯紧重点风险,坚决查堵一切漏洞,用最快速度、最有力举措把疫情控

制在最小范围。

当日上午,黄强以“四不两直”方式前往大邑县西岭雪山景区察看疫情防控措施落实情况,提醒食品摊贩和施工人员坚持佩戴口罩,叮嘱景区切实做好游客佩戴口罩、扫码测温等引导工作,提高电梯扶梯、缆车等消杀频次,实行出入口分离、游客分隔就餐,严格落实森林防火举措。他还认真了解景区经营情况,要求加快景区改造提升工作,为旅游旺季到来做好准备,并要求大邑县加强景区道路沿线线缆整治,进一步消除安全隐患、美化环境。

下午,黄强在省政府主持召开指挥部视频调度会议,听取疫情防控组、成

都市、成都市成华区、成都高新区分别汇报当前疫情形势、疫情处置工作、存在漏洞及整改情况,随机调度成都市金牛区、都江堰市、大邑县查堵漏洞情况。他指出,当前成都疫情形势暂时平稳,但仍有不确定性,疫情处置工作正处于关键期。要抓住宝贵的窗口期,深刻汲取省内外各类教训,举一反三,加紧精准查漏补缺,做到忙而不错、忙而不漏、忙而不乱。

黄强强调,要迅速补齐薄弱环节,对每条协查信息、每名风险人员及时排查管控,做到筛查、推送、处置、反馈四个到位,形成闭环,坚决防止信息脱节、风险脱漏;对餐馆、酒吧等重点场所,细

化完善针对性防控措施并落实到位;坚持边管控边保障、边服务边引导,推动措施执行到位与人性化管理最大限度结合。要及时固化行之有效的做法,健全完善疫情常态化精准防控的长效机制,全面提升规范化、标准化、信息化防控能力,构筑起更为牢固的抗疫防线。要关心关爱一线医护人员、公安干警、社区工作者、志愿者等群体,科学安排轮岗轮休,做好食宿等后勤保障,充分尊重专家意见和建议,实事求是研判采纳,推动防控工作达到更好效果。

副省长杨兴平出席会议。指挥部各工作组和有关部门、成都市有关负责同志等参加会议。

聚焦第四届进博会

一年比一年更强劲“磁力”的背后,究竟有什么秘密?

从第四届进博会把脉中国经济发展新动向

被置于聚光灯下的中国经济,发展态势始终引人注目。

进博会是扇观察中国经济的窗口。走在偌大的展馆中,随处可见涌动人潮、首发首秀轮番登场,合作共识不断达成,人们真切感受到中国经济的暖意和新意。

超大市场的魅力: 消费主引擎依旧动力强劲

观察几届进博会的“老朋友”,会发现一个变化,不少企业的展位面积在悄然生长。

100平方米、150平方米、200平方米,四年“全勤”企业纽仕兰展位面积不断扩展,投入成本越来越高。资生堂同样如此,与第一年参展相比,今年展区面积接近翻了一倍。

近八成此前参展的世界500强及行业龙头企业纷纷“回头”之外,不少新朋友也慕名而来。一位不远万里、宁愿隔离21天也要来进博会寻找机会的参展商认为,“进博会是将创新概念引入新市场的最佳平台”。

意大利驻华大使方澜意介绍,今年意大利企业参展数量比去年增加了30%，“这样一种大规模的参与,清楚地表明了意大利对中国市场的重视”。

一年比一年更强劲“磁力”的背后,究竟有什么秘密?

14亿多人口、超4亿中等收入群体,如此庞大的市场和强大的购买力,是助推中国经济增长的主引擎,也是提振世界经济的信心所在。

从578.3亿美元到711.3亿美元,再到726.2亿美元,前三届进博会累计意向成交额连年增长。中国消费者“买全球”的实力,令全球客商印象深刻。

数量增长之外,更重要的是,消费将推动新供给、新产业的发展,实现投资增长,牵引作用、倍数效益日益凸显。

去年进博会上,卡赫首发商用视觉AI智能清洁机器人,今年春节前,这款机器人就投入到了上海虹桥高铁站的智能清洁、杀菌消毒作业中。



第四届进博会在服务贸易展区首设文物艺术品专区。新华社发

“对我们而言,中国是最重要的战略市场之一,谁也不想错过。”进博会的“老朋友”卡赫大中华区总裁唐晓东说,2020年,企业突破30亿元销售规模,出口和国内市场双双创下历史新高。2021年初,集团继续加大对中国市场的投资,增资达一个多亿元。

全球展商“用脚投票”背后,源于这样的信心:中国经济健康发展的基本面不会改变,消费提质升级的总势头不会改变,消费长期向好的大趋势不会改变。

转型升级的大势: 坚定迈向高质量发展

面对经济增速放缓,海外不乏质疑和担忧,中国经济转型升级会走“回头路”吗?

本届进博会上,参展企业带来产品的变化,印证中国市场需求之变,背后是更坚定迈向高质量发展的转型大势。

今年,进博会迎来一位有着近140年历史的新朋友——德国拜耳斯道夫集团。

百年品牌缘何此时入驻进博会?“进博会是中国与世界共享机遇的绝佳平台。”拜耳斯道夫集团东北亚董事总经理薛薇说,中国对创新和绿色发展的重视,正好契合了企业发展的需求。

“在科研技术、绿色创新、数字化多重赋能下,我们正逐步加码中国市场,以更加创新和绿色的化妆品,迎上中国创新与产业绿色低碳升级的潮头。”薛薇说。

见微知著。在经济转型升级中,中国坚持创新引领、生态优先、绿色先行的决心,已被全球展商充分感知。

达能带来140款健康科研产品和绿色成果,其中有近10款产品为全球首次官方亮相;西门子全面展示数字化创新科技在智能制造、智能基础设施和工业物联网等领域的应用,并首次设立零碳展区……场馆内,处处弥漫着“科技创新”“绿色低碳”的气息。

科技越来越“新”——本届进博会首次在教学装备、汽车和医疗3个展区分设创新孵化专区,近100家展商带来人工智能、健康科技、自动驾驶等领域的创新产品。

底色越来越“绿”——氢燃料电池汽车、回收材料制成的电脑外壳、零碳工厂方案……“绿色低碳”几乎是每个展商都必谈的主题。

“‘双碳’目标展现了大国担当,中国产业正显现出绿色低碳和产业升级两大趋势,这给我们发展提供了新空

间。”施耐德电气全球执行副总裁尹正介绍,本届进博会上,施耐德展示了零碳工厂、零碳园区的实践案例,并与相关企业签订了合作协议。

持续发展的后劲: 新动能新趋势引领未来

在进博会的现场欣赏一场高规格艺术展,是怎样的体验?

张大千的《味江》、莫奈的《小艾莉的海角》、草间弥生的《南瓜》……今年的进博会场馆,服务贸易展区里首设的文物艺术品专区成为不少人的打卡地。

艺术品、收藏品的加入让今年的服务贸易展区更“潮”。根据进博会此前披露信息,共有11个国家和地区的20家境外艺术机构参展,申报展品178件,总价值超23亿元,其中文物类展品39件,价值约11亿元。

“进博会已成为跨国企业向中国消费者介绍优质产品及服务的直接窗口。本届进博会首次引入全球艺术与文化产业,势必会成为艺术文化发展强有力的催化剂。”首次参展进博会的苏富比拍卖行相关负责人说。

服务贸易展区有许多“看不见”“摸不着”的展品,却极具含金量。除了全球三大拍卖行,四大会计师事务所、三大国际快递、运力排名前五的船公司等54个国家和地区的300多家企业前来参展,助推全球服务贸易“再升级”。

服务贸易已经成为我国对外贸易增长的新亮点、新引擎,加强服务贸易全方位合作交流是大势所趋。《中国服务进口报告2020》预计,未来五年,中国服务进口规模累计有望达2.5万亿美元,占全球比重将超过10%。

新模式新业态的加速发展,是提振经济的新动能,也将催生更大的市场与更广阔未来。

“我们对‘十四五’规划带来的机遇充满信心,中国仍有巨大的未开发的潜力。”方澜意说。

据新华社