

# 专家认为“一带一路”倡议取得丰硕早期成果

今日关注

新华社北京电(记者 樊宇 王宗凯)中国“一带一路”战略研究院专家近日接受新华社记者采访时说,“一带一路”倡议提出并实施近三年来成果丰硕,未来在推进过程中要更注重沿线各国“个性化”需求并注意防范风险,文化交流等软实力方面也大有可为。

中国“一带一路”战略研究院院长、北京第二外国语学院校长曹卫东认为,“一带一路”倡议已经取得三方面显著成绩:一是达成更广泛的国际共识。“一带一路”沿线国家的文化背景不同、经济发展阶段各异,而这项由中国发出的国际倡议能够被广泛接受和认可非常不易;二是经贸合作成果丰硕;三是文化支撑更加稳固。“一带一路”倡议的民间认同

大幅提升。从企业界、学界到普通百姓,这一倡议在沿线国家越来越深入人心。

曹卫东说,这一倡议还面临三方面的挑战:一是人才储备不足。“一带一路”沿线很多国家母语并非英语,这对非通用语人才提出了更多需求。二是信息系统化欠缺。“一带一路”缺少一个大数据库支撑的资料库,公众对沿线国家的国情缺乏了解,信息相对零散,需要建立一个综合的、多元化的、应用型的数据库来为“一带一路”作支撑。三是要让沿线国家更积极地参与,要有针对性地与相关国家展开合作,区分不同国家的关注点,在“最大公约数”这一关键点上做文章。

中国“一带一路”战略研究院

教授梁昊光说,“一带一路”倡议提出三年来,国际社会关注度越来越高,认同感增强,期望值也上升;同时沿线国家投资和贸易大幅增长,为国家间的合作凝聚了更大共识。中国提供的公共产品围绕优势项目、顶尖技术和成熟经验展开,政府政策牵线,企业发挥主体作用,同时亚投行和丝路基金作为金融支撑提供了有力支持。

中国“一带一路”战略研究院研究员余金艳认为,中国企业“走出去”要注意四类投资风险:政治风险,经济风险,法律风险和文化风险。企业“走出去”之前可参考相关风险指数,对投资目的地的政治、经济、金融和法治环境进行了解。

经济热点

## 「迪士尼效应」将带来哪些影响?

新华社记者 季明 齐中熙 许晓青

上海迪士尼正式开园后的首个周末,游人如织。热门景点外排队的长龙,迪士尼小镇商家内摩肩接踵的人流,显示了这座“经典迪士尼、精彩中国风”乐园的独特魅力。

相关人士接受采访时表示,虽然一期开园的迪士尼度假区只有3.9平方公里,但它像个杠杆,或将撬动整个“大上海”的相关产业发展。

### 一个乐园,三重效应

纵观国际现代化大都市,旅游业往往是其服务经济的重要组成部分。业内人士认为,上海迪士尼的正式运营,也将为上海旅游产业的跨越式发展带来三重效应。

首先是旅游度假的集聚效应。在全球游客量排名前十的主题乐园中,迪士尼牢牢占据其中9席,去年就有超过1.3亿游客在全球12个迪士尼乐园度过假日。据有关测算,迪士尼的地标效应,每年将为上海提供1000万至1500万的游客流量,从而带动上海旅游和相关产业发展。

有意思的是,与人们观念中只有小朋友才喜欢去乐园的印象不同,从开园测试情况看,银发族成为迪士尼参观热情极高的主力人群,呈现了较为明显的“长尾”效应,这也让人们更加看好上海迪士尼未来在老龄化社会中的发展。

其次是消费层级的提升。上海迪士尼打破了国内主题乐园单一依赖门票收入的盈利模式,具有游客集散功能的大型度假区满足了游客娱乐、住宿、餐饮和购物等多维度需求,从而带动消费水平的整体提升,促进国内观光旅游向休闲度假旅游转型。

第三是服务精神再造。服务质量的高低,关系着旅游产业的可持续性。许多人园游客印象最为深刻的,是乐园工作人员热情的问候和灿烂的笑容。在此背后,是迪士尼要求每个员工都要扪心自问:如何在回答第1000个问题时,始终微笑;如何在年过半百时,保留童真。

### 开放中融合,创新中提升

与一般的中方出地出人、外方出钱出图纸的合资项目不同,上海迪士尼可以说是中外合作无缝对接的项目。可以说,迪士尼的建设过程是在开放中融合,在创新中提升。

上海申迪集团董事长范希平介绍说,上海迪士尼度假区是由华特迪士尼公司与申迪集团分别通过其子公司共同投资、建设、运营的合作项目。合作双方投资设立了两家业主公司,还设立上海国际主题乐园和度假区管理有限公司,代表业主公司负责度假区的创意、开发和运营工作。

正是这样的合作体制,使得中方从一开始就全程参与这座世界级乐园的设计、建设、开发、运营。五年的建设期里,外方的新理念、高标准与中方的执行力优势互补,最终实现“双赢”。

——开工伊始,外方就对乐园及度假区的土地、水体质量提出极高要求。针对这一需求,中方通过真空预压、污染处理等多种方式实现土地无害化,最终顺利经过美方专家10万多个数据的严格检验,开工一年完成场地移交。

——外方对于建设质量的苛刻也让许多中方建设者真正感受到了“工匠精神”。美方业主有一个集安全、健康、环境、国际劳工标准和安保为一体的管理团队,提出的标准是安全、环境零容忍等要求。中方建设者成功适应了“零容忍”的管理模式,成就了精彩复刻十六世纪欧洲街道、创新呈现明日世界等“细节控”们津津乐道的乐园场景。

——上海迪士尼建设过程中,美方只提交工程蓝图,需要中方工程师对图纸进行消化和重新深化设计的模式,让中方对工程总包有了全新认识。

### “迪士尼效应”不止于上海

在上海的城市建设者眼中,迪士尼从来不是一处盆景。以乐园为核心,规划面积达24.7平方公里的上海国际旅游度假区正在加速发展。同时,迪士尼的溢出、辐射、带动作用,不仅限于上海。

上海国际旅游度假区管委会副主任王德宏说,上海国际旅游度假区的目标是建成具有示范意义的现代化“旅游城”、当代中国娱乐潮流体验中心,形成旅游产业发达、文化创意活跃、低碳环保智能、环境优美宜居的社会主义现代化大都市新地标,最终发展成为人人向往的世界级旅游目的地。

上海迪士尼开园次日,江苏昆山在《解放日报》上刊载了两个整版广告,标题是“昆山旅游:打造‘迪士尼’下一站”。

上海财经大学国际工商管理学院教授、上海迪士尼乐园项目国家评审专家何建民说,国际大都市旅游发展极易对周边城市群产生“溢出效应”,带动区域发展,大伦敦、大巴黎、纽约都市圈等都是如此。因此,上海迪士尼乐园可以作为深化长三角旅游一体化建设的重要抓手,不断提升长三角城市群的吸引力和影响力,推动区域发展转型。



6月18日,我国最先进的全球级海洋综合科考船“向阳红01”在青岛交付给国家海洋局第一海洋研究所使用,同时列入国家海洋调查船队,将承担全球各大洋全水深的科考任务。

新华社发



## 调查显示约七成消费者对国内保健食品市场不太满意

社会新闻

新华社北京电(记者 高敬)在国家工商总局19日举行的食品安全宣传周主题座谈会上,中国消费者协会发布的调查报告显示,约七成消费者对国内保健食品市场不太满意。

据了解,国家食药监总局受理审批的保健食品功能范围包括增强免疫力、辅助降血压等27种。调查显示,消费者对保健食品与普通食品的主要区别缺乏有效认知,对保健食品具体的功能认知也较为模糊甚至混乱。有一半消费者在选购时会查看保

食品特有的“蓝帽子”标志和产品的批准文号。

调查表明,约七成消费者对国内保健食品市场总体评价“不太满意”,满意度只有三成。超四成消费者更偏爱国外保健食品,只有9.49%的消费者认为“国内的更好”。27.59%的消费者对国内外保健食品质量都缺乏足够信心。同时,超过六成消费者不相信保健食品的广告宣传,还有约40.97%的消费者表示经常遇到保健食品冒充药品现象。

中消协副秘书长栗元广表示,

虽然现行法律禁止普通食品声称特定保健功能,但仍有不法商家对普通食品违法进行功效宣传,如各种酒标称为“保健酒”并宣称养生和壮阳功能、饼干宣称养胃、饮料标称为功能饮料可以提神醒脑等。一些保健用品、消毒产品等也宣称各种养生保健和预防功效,这些产品的功效宣称基本游离在法律法规监管之外。

中消协呼吁政府部门加大执法力度,严厉查处保健食品市场存在的质量低劣、假冒伪劣、虚假宣传等涉嫌违法的行为,为消费者营造良好放心、健康有序的市场环境。

## 招聘启事

因生产需要,炼钢一厂拟面向股份公司在岗职工招聘天车司机15名,相关事宜通知如下:

### 二、招聘程序

1. 报名:6月21日至6月27日,应聘者应携带单位介绍信、本人身份证原件及复印件、近期一寸红底免冠照片(1张)到炼钢一厂综合科(1)室报名。联系电话:2133015
2. 资格审查:炼钢一厂初审后报人力资源部复审。
3. 面试:6月28~30日,按照有关规定对考察对象进行全面面试。
4. 确定人选:7月1日,炼钢一厂公布拟聘用人选并进行公示。

人力资源部 2016.6.15

### 一、招聘岗位

岗位名称	招聘人数	应聘要求
天车司机	15	1. 工作态度端正,身体健康,能适应生产一线工作; 2. 具有一定的机械知识和安全操作技能; 3. 有天车证者优先,虽无天车证但有意从事天车岗位者也可参加应聘。