

前8个月外贸进出口继续保持增长 手机成我省第一大出口商品

本报讯(郑报全媒体记者侯爱敏 见习记者 孙珂)郑州海关昨日发布信息,今年前8个月,我省进出口值完成2940.6亿元,与去年同期相比增长1.5%,其中出口1907.9亿元,增长4.4%;进口1032.7亿元,下降3.6%。8月份当月,我省进出口424.8亿元,增长2.2%;其中出口

222.9亿元,增长3.5%;进口201.9亿元,增长0.9%。

分析指出,今年前8个月全省外贸进出口呈现几个特点:一般贸易增速高于整体且比重提升。民营企业进出口值保持两位数增长。前8个月,我省民营企业进出口完成1057.2亿元,增长16.5%,占同期我省外贸总值的

36%。美国、东盟、欧盟为我省前三大贸易伙伴,对“一带一路”沿线国家进出口保持稳定增长。前8个月,我省对美国进出口611.4亿元,下降0.3%,占同期我省外贸总值的20.8%,其中对美国出口589.2亿元,增长1.3%;自美国进口22.2亿元,下降29.9%。同期,我省对东盟进出口394.1亿

元,增长16.5%,占13.4%;对欧盟进出口337.8亿元,下降6.7%,占11.5%。此外,我省对“一带一路”沿线国家进出口702.1亿元,增长7.7%。

手机成我省第一大出口商品,手机和劳动密集型产品、发制品、农产品,四者合计出口值占同期我省外贸出口总值的

83.2%;集成电路为我省第一大进口商品,铜矿砂、消费品进口保持良好增长态势。机电产品、铜矿砂、消费品、农产品四者合计进口值,占同期我省外贸进口总值的83.3%。前8个月,我省18个地市有14个保持增长,其中郑州、南阳和洛阳进出口值居全省前三。

第二届中原文化旅游产业博览会开幕 数字化赋能 文旅产业提速发展

本报讯(郑报全媒体记者成燕)昨日,记者从省文化和旅游厅了解到,为期4天的第二届中原文化旅游产业博览会已在洛阳会展中心开幕。

作为河南省重要的文化旅游节会,近年来,博览会深入挖掘文化内涵,持续推进文旅融合,已成为拉动河南秋季旅游市场、推动产业融合、扩大对外开放的综合平台。

本届博览会以“文旅河南,出彩中原”为主题,主会场设在洛阳会展中心,分为三个展馆和室外展区,展览面积达3.6万平方米,共吸引来自国内外的1000多家文化旅游企业参展,全面展示我省18个省辖市及其他多个省、市的文化旅游特色产品。

数字化与文化产业相融合成为展会一大亮点。腾讯展厅一共设置10个好看好玩儿的观赏和互动展项,包含腾讯智慧文旅科技、

新文创IP、数字文创互动,以及“牡丹奖·全球文化创意设计大赛(洛阳)”部分优秀文创作品等。展区中,文创大赛数字展览馆引起不少参观者兴趣,他们纷纷在此停留驻足。数字展览馆中展出的是牡丹奖·全民众创大赛的阶段性优秀作品,大家只需要通过小程序DIY创作作品即可报名参赛,众多作品可在电子屏中轮番展现;参会者现场DIY创作的作品也能即时出现在数字作品墙上,现场展现出你的创意实力。

据了解,开幕式上,来自俄罗斯、澳大利亚、波兰、立陶宛、保加利亚、葡萄牙等国家的民间文艺表演团队还进行精彩的丝路风情演出。博览会期间,2019洛阳金秋旅游购物节、第二届中原饮食文化暨洛阳味道美食节、“晒文旅家底、游河洛大地”等系列活动将陆续举行。

90后越来越青睐老字号 《中华餐饮老字号城市创新报告》发布

昨日,阿里本地生活口碑饿了么发布《中华餐饮老字号城市创新报告》显示,中华餐饮老字号入驻本地生活平台的连续两年增幅超过20%,年轻人和老字号的距离被越拉越近。数据从市场竞争力、品牌吸引力、消费者新生力、平台拓展力、社媒覆盖力五个方面,对全国重点城市的主要餐饮老字号进行深度把脉。郑报全媒体记者 成燕



餐饮老字号借助本地生活平台数字化升级

相比其他品类的中华老字号,餐饮类中华老字号总是围着几十平方米的店堂间和灶头转圈,又因食品的储存、运输、卫生等问题,不适合上线电商平台。如何数字化升级、开拓新渠道吸引新客群,成为餐饮类老字号的痛点。

报告显示,2017年至

2019年,接入口碑的中华餐饮老字号店铺数持续增长,近两年保持两位数高速增长,口碑为消费者提供了更加快捷便利的点餐服务,到店的消费者数量保持稳定增长。

值得注意的是,新一线城市的老字号上线口碑饿了么的时间要早于北上广。长沙和南

京两家老字号分获在平台拓展力榜单的第一名与第二名,嘉兴、厦门、福州等地的老字号也较早地进行本地生活平台的布局。除此之外,北京的老字号们也积极“上线”,努力拓宽消费渠道。

在市场竞争力的前十名中,上海与北京的餐饮老字号入围七家,表现强势。

年轻人是老字号革新的原动力

报告显示,老字号正在和年轻人越走越近。

近两年来,中华餐饮老字号的90后年轻消费群体逐年增多,相比70后和80后,90后的人均消费增速最快。这些增长的消费数据背后,是老字号正不断丰富营业场景,契合当地年轻人的生活方式。

从近一年各时段外卖订单量来看,长沙老字号凌晨1点

还在送外卖,满足了长沙年轻人的夜宵需求。武汉的老字号顺应当地人“过早”的饮食习惯,7-9点的订单占比明显高于其他城市。

老字号也在学习年轻人的话语体系。其中,全聚德是最有社交体质的老字号,不仅微博粉丝量出众,在微信与抖音平台也均有布局。除此之外,长沙与上海的老字号也尝

试拓宽与年轻消费者的对话渠道。

在吸引年轻消费者方面,厦门、长沙、杭州、南京这四个城市的老字号包揽前五名;老字号在端午、中秋、重阳时节的销量明显高于其他时段,老字号打造的“网红产品”依旧能吸引年轻消费群体。老字号的产品依旧是人们和传统文化的纽带。

全国首个省级卒中 专科联盟落地河南 39家医院成为首批联盟成员

本报讯(郑报全媒体记者李京儒 通讯员 崔冰心)为有效降低脑卒中群众健康造成的危害,早日实现中国“百万减残”目标,9月12日,“河南省卒中专科联盟”正式成立。这也是继“中国卒中专科联盟”成立后第一个成立的省级卒中专科联盟,标志着我省搭建起统一协调的卒中防治工作平台,全省医疗机构和卒中防治专家将齐心协力,推动河南省乃至中国的卒中防治工作持续深入发展。

河南脑卒中发病率在全国居较高水平,严重威胁人民群众的健康和生命安全,卒中防治已到严峻时刻。作为中国卒中专科联盟成员,河南省人民医院、河南省脑血管病医院在全省率先发出倡议,希望携手省内同仁共建卒中防治网络和平台,“河南省卒中专科联

盟”应运而生。来自全省各地市的39家医院积极响应,成为首批联盟成员。

据介绍,河南省卒中专科联盟隶属于中国卒中专科联盟,下设一系列专业委员会和工作委员会。

河南省人民医院、河南省脑血管病医院一直在脑卒中防治方面进行探索与实践,实现卒中中心建设、卒中急救管理的组织化创新,促进院内学科纵深融合、推进脑血管病相关亚专科建设;实现救治模型构建、治疗设备迭代的革新,购置中国首台移动卒中单元、常态化开展“航空急救”,牵头编写《中国颈动脉狭窄介入诊疗指导规范》,建立“尤哈国际神经外科中心”;实现脑卒中防治、卒中中心建设的信息化管理,开通神州卒中云、动态化监测管理卒中急救地图。