

劉鶴應約與萊特希澤及姆努欽通話

中美應加強經濟防疫合作 為首階段貿易協落實創條件



香港文匯報訊（記者 周琳 北京報導）8日上午，中共中央政治局委員、國務院副總理、中美全面經濟對話中方牽頭人劉鶴應約與美貿易代表萊特希澤、財政部長姆努欽通話。雙方表示，應加強宏觀經濟和公共衛生合作，努力為中美第一階段經貿協議的落實創造有利氛圍和條件，推動取得積極成效。雙方同意保持溝通協調。

中國積極落實協議內容，第一季度已從美國進口了價值355.6億元人民幣的農產品。圖為江蘇南通港的進口大豆。

資料圖片

商務部研究院國際市場研究所所長白明對香港文匯報指出，這通電話是中美簽署第一階段協議以來執行情況的回顧，是雙方一直保持的正常溝通方式，雙方也應該談及這段時間疫情對雙方經貿關係和協議履行所帶來的困難和挑戰，以及在疫情過後，雙方如何加強合作。

在今年1月15日中美第一階段協議簽署後，中國積極落實協議內容，根據中國海關總署的數據，今年第一季度，中國從美國進口了價值355.6億元人民幣的農產品。

在雙方通話前，美國財政部長姆努欽於本月4日曾表示，期望中國遵守今年初與華盛頓達成的貿易協定，並警告如果沒有做到，將會產生「後果」。

美國總統特朗普也於日前表示，他將在一周到兩週後，報告中國是否履行了第一階段貿易協議規定的義務。他稱，中國正在購買大量美國農產品，但質疑採購規模是否滿足協議中的購買承諾。他又威脅稱，如果中國沒有履行第一階段貿易協議，購買足夠的美國商品，協議將遭終止。

專家：履行協議 中方比美方多

「在協議履行上，中方至少比美方做得多。」白明指出，對於正值大選

的特朗普而言，可能無論中國怎麼做，他都會大打「中國牌」，未來中美的經貿關係不確定因素很大。

白明表示，美方應該考慮到疫情對雙方和全球經濟的衝擊。疫情發生後，中國外貿企業遲遲不能復工復產，致中美貿易大幅縮水。據中方數據，今年前兩個月中美貿易總值同比下降19.6%，降幅在中國主要貿易夥伴中居首。如今，隨著美國疫情日益嚴峻，中國外貿企業承接的大批美國訂單被取消，給中美貿易帶來了新的困擾。

經貿合作應與防疫結合

白明認為，新冠肺炎疫情導致中美關係出現了新的緊張態勢。中美雙方在履行協議上都有一定的困難，中國能夠履行協議，付出的努力比較大。雙方應該遵守這個協議，但也要考慮到疫情帶來的困難。他強調，中美經貿的合作應該和防範疫情結合起來，這是雙方都期待的。而不是在當前形勢下，美方尋求利用關稅作為武器脅迫中國。

此前，美國承諾將與中國就第二階段貿易協議展開談判，第二階段協議將解決政府補貼和技術轉讓問題；但因新冠疫情爆發導致美國經濟停擺，有關磋商尚未啟動。

五一「雙品網購節」 銷售額逾580億元

香港文匯報訊（記者 朱輝 北京報導）中國商務部副部長王炳南8日在國務院聯防聯控機制發佈會上透露，5月1日至5月5日，重點零售企業日均銷售額比清明假期增長32.1%，呈現加速回升態勢。其中，電商消費表現突出，五一期間全國實物商品網絡零售額同比增長36.3%，僅「雙品網購節」的銷售額就超過了580億元（人民幣，下同）。

受疫情影響，雖然五一期間北京的大型商場都已恢復營業時間，但不少民眾依然不願湊熱鬧。因此，網購模式和直播帶貨成為更多人的消費首選。

奢牌潮牌均享大力度補貼

據了解，首屆「雙品網購節」於去年4月28日至5月10日舉行，這一由商務部會同國家郵政局、中消協，組織電商平台和快遞企業參加的，以倡導「品牌消費、品質消費」為目標的活動，參與品牌超10萬個，銷售額共計770億元。為緩解疫情影響、擴大消費需求，第二屆「雙品網購節」規模更大，特別是垂直類電商企業與服務類電商企業都是首次亮相。

其中，阿里旗下天貓、淘寶、淘寶直播、聚划算等10個業務均參加此次「雙品網購節」，參與品牌數量超去年3倍。今年「雙品網購節」期間，天貓選首設老字號專場，帶動更多老字號觸網新生。據悉，無論是阿瑪尼、Gucci、蒂

凡尼等奢侈品牌，還是年輕人喜愛的Yeezy、AJ等潮牌，都可享大力度補貼。小米、華為、三星等5G型號手機也開通了24期免息，部分機型更是直降千元，備受追捧。

推專場直播「雲探」老店

王炳南介紹，第二屆「雙品網購節」吸引了大型電商平台115家，實物商品店舖超30萬家，涉及到全品類品牌商品達到10多萬個。他續指出，疫情催生壯大了生鮮電商、在線教育、遠程醫療等線上新型消費，全國實物商品網絡零售額同比增長36.3%，一些大型電商同比超過40%，「雙品網購節」實現銷售額超過580億元。

今年爆紅的直播帶貨更是成為新熱

點。王炳南表示，五一期間，電商直播場次和直播商品數量同比分別增長1倍和4.7倍。其中，北京、上海等地推出了老字號的直播專場，開展雲逛吃、雲探店等活動，擴大老字號品牌影響力，促進市場銷售快速回升。「雙品網購節」期間，僅一個直播間就促成交易達到60萬單的生意，銷售額實現1.4億元。

他指出，電商領域的升級趨勢非常明顯。綠色、智能、健康類的商品銷售紅火，特色品牌商品受到熱捧，一些電商平台OLED電視、除菌冰箱、母嬰洗衣機、淨水器商品銷售同比增長3倍以上，一些平台也與中華老字號這些商家聯合起來打造專供商品，銷售增長達到3倍左右。



「雙品網購節」期間，北京一家餐飲店的工作人員向客戶演示在電商平台採購食品和新鮮蔬菜。新華社

旅遊市場恢復去年同期50%

香港文匯報訊（記者 朱輝 北京報導）交通運輸部副部長劉小明8日在國務院聯防聯控機制發佈會上透露，五一假期期間（1日至5日），全國鐵路、道路、水路、民航累計發送旅客總量1.21億人次，日均2,429.83萬人次，較節前五日（4月26日至30日）的日均客運量增長了17.9%，同比減少53%。值得注意的是，全國郵政行業也在有序復甦中，攬收和投遞包裹分別以10.68億

件和10.38億件，同比增長37.42%和38.93%。

環比增長中，以水上發送旅客增長最多，達371.3萬人次，環比增長90.6%；其次是鐵路環比增長55.1%，累計發送2,847.7萬人次；全國民航運輸旅客316萬人次，環比增長8%。根據去年5月4日交通運輸部消息，五一小長假4天預計完成道路客運量約1.85億人次。其中，全國鐵路發送旅客為7,270萬人次，民航運送旅客690.8萬

人次，2020年與其對比，分別同比下降60.9%和63.8%。

此外，文化和旅遊部黨組成員王曉峰在發佈會上透露，據測算，5月1日至5日，全國累計接待國內遊客1.15億人次，累計實現國內旅遊收入475.6億元（人民幣，下同）。與去年相比，在疫情常態化防控的前提下，旅遊市場基本恢復了同期的50%，促進了旅遊業消費回補和潛力釋放。香港文匯報記者獲悉，2019年五一假期日期間，全國國內旅遊接待總人數1.95億人次，實現旅遊收入1,176.7億元。

滬迪園下周一重開 首日票3分鐘售罄

香港文匯報訊（記者 孔雯瓊 上海報導）8日早上8時，上海迪士尼門票準時上線銷售。11日重開園的首日票在3分鐘內售罄，7天內的一日票在1小時內亦遭秒空。另從第三方合作旅行社攜程平台售票情況來看，中午時顯示已經售出14萬張門票。業內人士稱，上海迪士尼樂園的重新開業對整個旅遊行業復甦有着示範性作用，亦能輻射周邊，帶動其他一批景點、酒店等旅遊行業活力再現。

上海迪士尼重開園第一批門票日期是從5月11日至6月9日，票面分為半日票（下午2點入園）和一日票。8日8時整點剛過2秒鐘，一日票已經有了第一單成交。3分鐘後，5月11日的重開園一日票已經搶購一空。之後開售不到1小時，從5月11日至5月17日的一日票同樣被搶光。此外，5月裡多個週末的一日票同樣顯示售罄。半日票方面截至香港文匯報記者發稿前仍有剩餘。

迪士尼服務人員表示，在恢復運營初期，樂園門票將實行每日限量發售，只能提前網上購買。開園後的營業時間為早上9點半至

晚上7點半，門票訂購後還需提前預約進行遊客信息登記，之後憑健康碼、預約碼、有效證件並佩戴口罩方可入園遊玩。

昨日亦是迪士尼合作旅行社同步上線售票之日，香港文匯報記者從攜程方面了解到，攜程推出限時搶購199元人民幣特價半日票活動，同樣一開售就被遊客一搶而光。另外，一日票截至中午左右，平台上顯示已經售出14萬張。



滬迪園下周一重新開放。圖為去年5月滬迪園的「彩色慶典」。資料圖片

鞏固防疫成果 不能前功盡棄

央視快評

香港文匯報訊 6日召開的中共中央政治局常務委員會會議上，習近平總書記強調，新冠肺炎疫情還有很大不確定性，湖北省疫情防控已由應急性超常規防控向常態化防控轉變，但並不意味着防控措施可以鬆一鬆、歇一歇。昨日中央廣播總台發表「央視快評」指出，各級黨委和政府要深刻領會、扎實貫徹習近平總書記重要指示精神，進一步壓實政治責任、屬地責任，做好較長時間常態化防控的思想準備和工作準備，持續鞏固疫情防控成果，為加速經濟社會的正常運行提供有力保障，奮力奪取疫情防控阻擊戰的全面勝利。

快評進一步指出，在疫情防控阻擊戰轉入常態化之際，習近平總書記對疫情防控形勢的重要判斷和部署要求，對於我們慎終如始、防微杜漸，繼續繃緊疫情防控之弦，具有重要指導意義。我們要深刻領會習近平總書記重要講話精神，不麻痹、不僥倖、不鬆

懈，以「不獲全勝決不輕言成功」的定力和耐力，毫不懈怠抓緊抓細各項疫情防控工作。

快評最後強調，實踐證明，面對新冠肺炎疫情重大疫情，預防是關鍵。在防控環節上，要更加注重新科學防控、精準防控，例如：加強院內感染防控，強化發熱門診閉環管理，加強無症狀感染者篩查防控，應檢盡檢、願檢盡檢；在心理治療上，要努力化解「疫後綜合症」，特別是要繼續指導做好治癒患者康復和心理疏導工作，保證患者心理健康；在疫後重振上，既要打好經濟發展戰，也要打好民生保衛戰，重點圍繞「六保」工作兜住民生底線，為困難群體打「氣」鼓勁。在我國疫情防控取得重大戰略成果的背景下，經濟運行中積極因素也在逐漸累積增多。各地復工復產加速、消費熱情高漲、反映生產形勢的製造業PMI指數連續兩個月站上「榮枯線」……「穩」的大局很堅實。