



香港企业界代表谈国庆观礼感受



“振奋人心”“骄傲自豪”“备受鼓舞”……赴京参加庆祝中华人民共和国成立70周年大会观礼的香港企业界代表日前在接受记者采访时纷纷点赞,表示亲临国庆阅兵式和群众游行现场让他们更深刻地感受到国家的发展强盛,对国家的未来发展和香港的繁荣稳定充满了信心。

港区全国人大代表、香港飞达帽业控股有限公司副主席颜宝铃表示,这是她继2009年、2015年后第三次在现场观看阅兵式。“一次比一次壮观,一次比一次震撼,一次比一次振奋人心!”

颜宝铃说,看到新中国从曾经的筚路蓝缕发展至如今的繁盛富强,自己心潮澎湃,热血沸腾。“我亲身经历从香港北上创业到走出去‘一带一路’,见证国家发展,人民富裕。”

“20多年来中央坚定贯彻‘一国两制’,始终支持香港繁荣发展。”颜宝铃表示,“只要我们凝聚正能量,一定能使香江拨云见日,融入祖国共谋发展,祖国和香港的明天都会更加美好!”

全国政协常委、恒基兆业地产有限公司联席主席李家杰表示,对受邀参加国庆观礼感到由衷的骄傲与自豪。“我深刻体会到新中国的发展来之不易,看到中华民族真正实现了从站起来、富起来到强起来的历史性飞跃,取得了前所未有令世人瞩目的成果。”

他表示,自己会将观礼的收获带回香港,为香港发展献计献策,希望齐心协力使香港发展尽快回归正轨,与国家的粤港澳大湾区、“一带一路”建设紧密结合在一起。

港区全国政协委员、香

港上海汇丰银行有限公司副主席兼行政总裁王冬胜表示,身临阅兵和游行现场使他深刻感受到国家日新月异的变化和国力的不断强盛,对国家和香港的未来充满了信心。

“近年来,国家提出了‘一带一路’、粤港澳大湾区建设等,为香港提供了前所未有的发展机遇。”他认为,香港的年轻人应该多来内地,感受今天的和平发展环境和国家建设的伟大成就,增强对国家的认同感和归属感,自觉守护和建设香港,推动“一国两制”实践行稳致远。

“香港只有利用好‘一国两制’和背靠祖国、面向世界的独特优势,融入国家发展大局,才能保持长期繁荣稳定,实现自身更大发展。”王冬胜表示。

天津市政协委员、新世界发展执行副主席兼总经

理郑志刚表示,自己十几年来频繁来往香港和内地,亲身观察体验到内地的显著变化。“可以说,内地过去这十几年的发展高度浓缩了发达国家几十年的历程,实现了巨大的飞跃。”

他表示,中国现在不仅是世界经济发展的重要引擎,也逐渐成为全球消费的重要动力。“中国的发展是一个无法回避的事实,也是一个绝佳的发展机会。”

他指出,作为一个高度开放的经济体和文化经贸的沟通桥梁,香港在国家改革开放历程中扮演了不可替代的独特作用,而在未来国家的进一步开放中,香港联通内外的角色还有巨大的发挥空间。“香港的企业家和年轻人,应把目光投向内地市场,尤其是抓住粤港澳大湾区的机遇。”

国庆假期重庆接待游客逾3859万人次 官方呼吁本地居民“错峰出行”

重庆市文化和旅游发展委员会(以下简称重庆市文旅委)7日发布重庆国庆假期旅游数据。据初步统计测算,国庆假期(10月1日至10月7日)期间,重庆共接待境内外游客3859.61万人次,同比增长10.6%;实现旅游总收入187.62亿元人民币,同比增长32.8%。

近年来,拥有长江索道、李子坝“轻轨穿楼”、洪崖洞民俗风貌区等景点的重庆成为中国内地的热门旅游地之一。今年国庆期间,重庆多个都市旅游景点人气爆棚。据重庆市文旅委统计数据显示,国庆期间,洪崖洞民俗风貌区接待游客88.9万人次,同比增长11.5%;重庆观音桥商圈都市旅游区接待游客50.2万人次,同比增长13.11%;重庆南岸长嘉汇弹子石老街接待游客40.17万人次,同比增长6.66%。

为了缓解客流压力,国庆期间,重庆不仅对客流量较大的洪崖洞景区附近实行“游客优先”的交通管制,重庆市文旅委、重庆市公安局等部门还多次通过手机短信、官方微博等渠道发布“温馨提示”,呼吁本地居民错峰出行。

除了都市旅游客流如织,重庆多个红色旅游景区景点在国庆期间也迎来客流高峰。据统计,重庆20处全国红色旅游经典景区以及市级评定授牌的红色旅游景区景点在国庆期间共接待游客85.63万人次。

国庆期间,重庆市旅游监察执法总队共接到游客投诉135件,比去年同期下降21.5%,所有投诉已按规定程序有效处理。

中国街角“小店”70年变化

从凭票购买到无人收银,从定额配给到大数据决定门店商品,从遍布乡镇的供销社到新一代本土便利店,新中国成立70年来,中国的零售业发生着翻天覆地的变化。便利店正渗透到中国人民生活的方方面面。

新中国成立初期,供销社是当时零售业的代表,典型地反映了当时计划经济的生产、分配、交换和消费关系,在城市及农村建立了上下相连、纵横交错的零售网络。

“一有稀缺物品到货,供销社里总会排起长长的队伍。”从事运输工作的黄国源回忆起儿时的供销社,

所有东西都要凭票证才能购买。

供销合作社算得上是中国本土便利店的前身。随着计划经济时代的结束,个体经济如雨后春笋般生长,另一种“便利店”形态开始全面取代供销社。它们存在于商业街、弄堂口、小区楼下,随处可见,被称为烟杂店、小卖部,提供“近邻式”的周到服务。

上世纪90年代初,“7-11”便利店首次引入中国大陆市场,在深圳开出5家门店。几年后,海外的便利店品牌罗森在上海开出了中国大陆的第一家店,全家便利店落户上海。

在洋品牌便利店四处

开花的同时,中国也涌现出一大批本土连锁便利店品牌。如快客、苏果、好德等品牌,不过它们很少走出省份。因此,对于不同省份的人,虽然身边都少不了本土便利店的影子,名号却截然不同。

中国现代化便利店的繁盛和流行反映的是城市社会结构和人们生活方式的变化,尤其是24小时便利店的普及,更满足了都市人的夜间需求,使得他们有更多时间享受生活。随着互联网越来越融入人们生活,数字经济遍地开花。“数字化便利店”也应运而生。

在北京一家便利蜂便利店,“95后”姚洁文熟

练地自助打了一杯咖啡,转身从货架上挑了一个小蛋糕,然后到自助收银机结账,整个过程不超过5分钟。

日中经济协会北京事务所所长岩永正嗣看在眼里,他正带领数十家日本企业代表到便利蜂便利店考察交流。最近两年多时间,这家便利店品牌已经在全国8个城市开了近千家门店,

“中国本土便利蜂这样数字化驱动便利店的模式令人眼前一亮。”岩永正嗣说,这些数字化便利店最大的不同在于,用互联网、数字化和移动支付等代替了传统人工主导的门店运营的模式。

