

数据

美国贸易逆差环比增长9.5%

据新华社华盛顿电（记者高攀 杨承霖）美国商务部公布的数据显示，美国7月份货物和服务贸易逆差连续第二个月扩大，升至5个月来新高。数据显示，美国7月份出口环比下降1%至2111亿美元，进口环比上升0.9%至2612亿美元。当月贸易逆差增至501亿美元，高于前一个月修正后的457亿美元，环比增长9.5%。数据还显示，今年前7个月美国货物和服务贸易逆差总计约3379亿美元，同比增长7%。

经济学家普遍认为，美国的单边贸易保护主义政策并不能缩减贸易逆差；相反，伴随美国财政赤字扩张、私人储蓄下降、利率水平和美元汇率上升，美国贸易逆差将继续扩大。

国际货币基金组织首席经济学家莫里斯·奥布斯特费尔德说，美国试图通过加征关税来削减贸易逆差的做法是误入歧途，这不仅无助于解决全球贸易失衡，反而会加剧贸易紧张局势并损害全球经济增长。

澳二季度GDP同比增长0.9%

本报堪培拉电 记者翁东辉报道：澳大利亚统计局最新数据显示，今年二季度澳大利亚国内生产总值(GDP)同比增长0.9%，全年增幅为3.4%，超出了市场预期，是自2012年来的最快增长速度。

澳新任财长弗莱登堡认为，经济保持强劲增长主要得益于近期就业率大幅提高带动了家庭消费增长。据统计，澳上一财年创造了约33万个就业机会，这是自2005财年以来最大的就业增长。其中，超过9.5万名澳大利亚年轻人找到了工作，是近10年来最好的就业增长水平。

澳大利亚经济已经连续27年实现增长。经济学家预测，在可预见的未来，澳国内经济将继续保持增长，这主要是因为人口迅速增长带来了充足的劳动力资源和消费需求。此外，澳联储将利率维持在创纪录低位，澳联邦和地方政府近年来不断加大在基础设施方面的投资，同时房屋建筑行业的强劲增长也带动了相关产业的发展，给澳经济提供了新的增长动力。

菲律宾通胀率升至6.4%

据新华社马尼拉电（记者郑昕）菲律宾国家统计局公布的数据显示，8月份菲律宾通货膨胀率为6.4%，升至2009年3月份以来新高。今年菲律宾通胀率一直居高不下，8月份通胀率高于市场预期，之前预测8月份通胀率仅为5.9%。目前看，菲律宾通胀水平将很难实现菲央行设定的2%至4%的目标。

菲央行负责人表示，食品价格上涨是通胀率上升的主要原因，政府抑制通货膨胀的措施有效，但需付出更多努力。有经济学家认为，通货膨胀走高在一定程度上拖累了经济增速。数据显示，今年二季度菲律宾国内生产总值增速已放缓至6%，一季度经济增速也从先前公布的6.8%修正为6.6%。

白俄罗斯首列奶制品集装箱班列发往中国



白俄罗斯首列搭载奶制品的集装箱班列4日从明斯克出发，前往中国重庆。班列比海路运输节省一个月时间。图为装卸车为集装箱班列装货。（新华社发）

本版编辑 高洋

柏林国际消费电子展再领“智能”新潮流

本报驻柏林记者 谢飞

一线观察

作为全球消费电子行业的风向标，柏林国际消费电子展(IFA)日前举行。全球各大电子产品厂商都拿出了“看家本领”，发布了一系列“硬核”科技产品，展现了行业前沿与未来趋势。与此同时，很多与人们日常生活息息相关的“接地气”新品也纷纷亮相，让参展观众一饱眼福。



在今年的柏林国际消费电子展上，来自世界各地的1800余家参展商携最新产品和技术参展。

图① 参观者正在体验最新音响产品。 谢飞摄

图② 参观者驻足观看街舞表演。 谢飞摄



家居“智能”引领新潮流

在今年的IFA上，智能家居仍然是最受追捧的概念之一。尽管智能家居的概念几年前就已成为消费电子产品领域的宠儿，但受制于技术水平等因素，在实际应用中得到广泛认可的产品并不多，甚至有人称当时的智能家居产品是“伪智能”。

今年，世界各国厂商全方位发力智能家居和家电，以语音助手和人工智能为引领的智能家居家电体系形成了完整的产品门类成熟的应用，成为各厂家争夺智能家居家电的主战场。在各大厂商展台上，都能看到各式各样的语音助手和智能助理，通过它们可以控制日常生活必不可少的冰箱、洗衣机、电视、音箱甚至门铃。

三星、LG等传统家电巨头将自主研发的智能语音系统与家电产品相结合，更新了智能家居的理念。回家路上想喝一瓶冰啤酒怎么办？对着手机说出要求，就可以让家里的冰箱迅速调温，让啤酒更冰爽。外出休假前，也无需扳弄每一个电器开关，只需调节到“休假模式”，所有家电自动进入节能状态。这些以前只是概念上的应用，如今已经走进寻常百姓家。

总之，今年的IFA展现了物联网概念从提出到“家居互联”平台的构想，还引入了“食联网”“衣联网”等新概念，将家里的一切设备和日常活动集成于具有

互联互通功能的产品和智能平台上，实现了日常生活全流程的智能化。

中国产品尽显“国际范”

今年的IFA展会自然少不了来自中国的产品。中国厂商不仅带来了最新产品和技术，更向世界重新诠释了消费电子产品领域的“中国制造”。

今年，不少中国手机厂商将IFA作为发布新品和前沿技术的舞台。华为发布了最新麒麟980芯片——全球首款7纳米制程系统芯片，成为此次IFA移动通信板块的最大亮点，这款涵盖了五个“世界第一”的芯片，让人们感受到了中国企业在芯片技术研发领域不断努力赶超的韧劲。

记者在中国手机品牌展台前看到，参观者都在认真试用、把玩最新产品，并对来自中国的手机产品点头称赞。不少消费者表示，中国手机从技术、设计到制造正不断向国际领先水平靠拢，高端产品目不暇接。领先的设计理念、高端的前沿技术和人性化的系统颠覆了欧洲消费者对手机产品的印象。不少消费者告诉记者，中国品牌手机成为自己更换手机时的优先选项。

记者在欧美知名视频博主交流时了解到，在他们的视频博客上，对中国手机产品的测评视频点击量超高，已经成为提升关注度的“拳头产品”。一位德国视频博主说：“只要有中国品牌新品发

布，我的博客视频点击量就绝对有保障。”这充分说明中国品牌在国际上的影响力已非同小可。

在家电这一竞争极其激烈的领域，中国企业通过自身努力也占据了一席之地。TCL此次发布了与国际篮联合作的世界杯定制款8K电视机新品，引起了不小的轰动。创维与德国电视厂商METZ合作开发生产的产品受到当地市场和消费者高度认可。业内专家表示，中国的家电产品在设计理念、最新技术的应用和产品质量等方面已经跻身国际先进水平。

此外，参加展会的专业人士对中国家电企业积极布局海外市场的战略称赞有加。不少参展商认为，中国家电企业在互联网和人工智能时代抢占了市场先机，在充分发掘中国国内市场的同时，利用中国互联网和智能家电产业发展的经验，在海外取得了令人瞩目的成就。中国家电企业将研发、生产、市场等关键环节放在海外，加速了企业本地化进程，充分利用当地资源，研究和分析当地市场的特点和消费习惯，为企业在海外市场打开局面奠定了良好的基础。

此次IFA展会上，中国产品和品牌全新诠释了“中国制造”。参展的中国企业也都表示，当今中国消费电子产品已经具有世界领先的技术水平，设计理念的国际化程度不断提升，从手机到家电各类产品尽显“国际范”，在欧美中高端市场颇受青睐。最重要的是，当前中国

消费电子产品企业都认识到，只有不断提出新理念、努力研发新技术，下大力气提高产品质量，才能真正提升中国品牌的国际竞争力。

技术创新回归“实用性”

纵观本届IFA，消费电子产品行业的“老大哥”们在技术方面的优势仍然明显，例如三星和LG在显示面板技术方面依然领跑；高通在芯片行业的主导地位无人撼动；索尼在影像、音频技术等方面的最新产品依然人气很高。

与两年前略显浮夸的“理想化”智能理念相比，本届IFA新品技术创新更具理性，贴近生活，很少看到浮夸的产品，这也让IFA这个老牌展会更接地气。从各大品牌带来的最新产品和技术看，记者明显感觉到厂商们更加注重技术与应用相结合，关注如何通过技术提高用户体验。琳琅满目的新品除了耀眼的参数之外，会让人觉得“我真的需要这样一个产品，它确实能给我的生活带来便利和乐趣”。

不少参展商在展示产品时向记者提及最多的就是应用场景。这些场景都是人们日常生活中最常见的情形。这说明，无论是物联网还是人工智能，不管是智能家居还是场景生态，最根本的目的都应当是方便人们的生活，这才是技术发展的初衷和使命。正如一位参展商所说，技术的发展是没有边界的，唯独有用、好用的产品才能得到消费者的认可。

访谈

中乌友好网主编库尔班诺夫：

乌兹别克斯坦期待吸引更多外国投资

本报驻塔什干记者 李逸远

作。2017年乌签署的各类经贸和投资协议总金额约600亿美元。

在库尔班诺夫看来，乌吸引外国投资者的优势主要有以下几点。一是政治和宏观经济稳定性，乌政府出台了综合性举措保障经济稳定快速增长。二是资源优势，乌拥有大量矿产和自然资源储备。其中，油气、碳、铀储量居世界前十位。三是经济多元化，乌是中亚国家中最多元化的经济体，是该地区唯一能生产各类现代汽车、卡车和农业机械的国家，也是化学、纺

织、谷物、建材及电子设备最大的生产国。四是人力资本，乌教育体系符合现代国际教育标准，英国韦斯特敏斯特大学、新加坡管理发展学院、都灵理工大学和莫斯科国立大学等多所高校在乌建有分校。五是市场资源，乌人口超过3000万，占中亚人口约一半，是中亚最大的消费市场。得益于发达的交通运输基础设施，乌具备进入中亚和阿富汗市场、独联体国家市场乃至欧洲市场的条件。六是政策支持，乌银行金融部门正在为实施国家战略

大项目、推进现代化、关键领域技术升级、支持中小企业发展以及提供高质量银行服务方面开展大量工作。

库尔班诺夫指出，当前乌最具投资吸引力的行业主要包括油气深加工、高附加值产品生产、化工、机械、电气、建材和纺织等领域。乌不仅能为外国投资者提供丰富的自然资源和稳定的营商环境，低廉的人力成本、便利的地理位置和完善的基础设施也正在吸引越来越多的外国投资者。

延续经典、创新排播的职场行业剧《再创世纪》有何不同？

首播于1999年的《创世纪》是一部不可多得的经典之作，在这部剧播出后的数十年间，业内但凡提起职场行业类型剧，大多数要搬出《创世纪》来做标杆。由爱奇艺、TVB、中国广播电视出版社、央视联合出品的续作《再创世纪》，掀起了一阵观剧热潮。

《再创世纪》演绎了新一代香港人从思想、经历等方面与内地新生代之间掀起的世纪之战，并围绕协作团结、奋力拼搏的精神展开剧情，凸显了更宏大的格局，以改革开放40周年、香港回归20周年作为创作契机，为香港和内地之间提供了交流渠道，从而成为连接两地的情感纽带。尽管剧情和前作《创世纪》并没有直接的关联，但《再创世纪》传承了快节奏、可视性的创作特点，台词讲究、没有废话，多线并行的人物关系营造了复杂变化的剧情氛围。

《再创世纪》中人物是多线网状关系，八个主要人物，加上十余个次要人物，都有明确的人设和故事。这与大多数国产剧人物关系采取线性叙事的树状人物结构关系有所不同。像剧中的主角贺天生、章明晞夫妇，在与私募基金舵手高哲、首富卓定堃之女卓定堃的明争暗斗中，先后数次亦敌亦友，不仅直观反映了商场如战场的残酷冷血，而且通过各自的副线人物与事件来丰富人物个性。

人物个性的设定同时也是为了主题的铺陈，剧中主角贺天生与高哲亦正亦邪，作为“双男主”设定下分别有不同

的情感线和家庭戏，而商业场合的数次交锋，也没有对主角强行洗白，但同时各自对爱情婚姻的追求，有软肋也有报应。为了丰富主角人格，剧中两位女主的故事线也更为丰满，糟糠之妻章明晞从铁腕无情到相信善良报应的转变，大小姐卓定堃从文艺女向关注商战的过渡，女性更为敏锐的情感情绪变化，淋漓尽致地刻画了隐匿于庞大金融世界之中的真实人性，使得观剧的代入感更强，极具现实意义。

另一个当之无愧的优点，便是全员演技在线、表演精准而可信度高。作为具有一定专业门槛的行业剧，演员是否能够演出角色对应人群的状态，台词和细节是否准确，包括着装、礼仪以及服化道细节都很重要。此外，犀利的观众们会发现，《再创世纪》在片头采用了大量的海外拍摄镜头，而拍摄手法上也引用了电影的拍摄方式，打破了传统室内镜头为主，镜头变化少的局限。服化道层面，大家也可以明显看得出人物的置装在配合角色设定做多种变化，衣服的细节也符合剧情、季节和场合。

《再创世纪》在爱奇艺、央视播出后，2018年9月10日将在TVB重磅开播，作为时隔11年以来再度登陆央视黄金档的商战剧作，某种程度上也是对该剧品质的肯定。此外，爱奇艺携手央视和TVB三方一同播出的创新排播模式，也将率先引领自制剧“大排播”时代的到来。



·广告