《中国制造2025》发布

吹响迈向制造强国冲锋号

《中国制造2025》19日正式发布。我国为何在此时制定发布《中国制造2025》？《中国制造2025》包括哪些主要内容？将对制造业有怎样的影响？工业和信息化部部长苗圩就此作出了解读。

明确制造强国路线图

《中国制造2025》19日正式公布，提出通过“三步走”实现制造强国的战略目标。其中，到2025年迈入制造强国行列是第一阶段目标。

《中国制造2025》明确提出，到2025年迈入制造强国行列，2035年制造业整体达到世界制造强国阵营中等水平，新中国成立100年时制造业大国地位更加巩固，综合实力进入世界制造强国前列。

“这意味着，到2025年，我国综合指数接近德国、日本实现工业化时的制造强国水平，基本实现工业化，进入世界制造业强国第二方阵。”苗圩说。

实施5项重大工程

《中国制造2025》提出提高国家制造业创新能力、推进信息化与工业化深度融合、强化工业基础能力等9项战略任务和重点，并明确提出实施智能制造、工业强基、绿色制造、高端装备创新等5项重大工程。

智能制造将是主攻方向。苗圩说，工信部正参与国家组织的关于智能制造重大工程的研究，预计花3年时间，选择重点领域，选择一些地区、行业做试点和示范探索，推进智能制造发展。

实施方案编制启动

苗圩表示，《中国制造2025》专门针对眼下的急迫问题提出解决方案。例如，财政领域明确将稳定、持续支持制造业发展，财政资金将向高端装备、工业基础能力、技术改造等方面聚焦；金融方面，允许制造业重点领域的大型集团开办非存款类金融机构，鼓励商业银行提供个性化信贷产品和金融服务，同时设立中小企业发展基金；人才方面，推动一些本科院校向技术应用型院校转型。这些都是创新点。

《中国制造2025》瞄准十大重点领域

工信部还将围绕《中国制造2025》出台大约10个行动方案或专项规划，目前已经把难点、重点问题都列出来，接下来将由各个行政部门协调推进。

其中，五大工程即实施方案的编制工作已经启动，主要是做一些市场目前做不好、做不了的工作。制造业创新中心建设工程将利用产业联盟等新模式、新机制，通过市场化运作加强关键共性技术研发。

今年计划开展一两家试点。基础材料、基础零部件元器件、基础工艺、基础技术这工业“四基”是我们目前最薄弱的，工业强基工程一方面通过制造业创新中心建设工程来实现，另一方面财政也会支持7亿元资金，主要用于平台建设。

苗圩说，就这五大工程，我们马上会出台具体项目，储备项目也将加快审批。

（综合本报和新华社消息）

跨国公司CEO：中国制造正迎头赶上

在众多已在中国“安营扎寨”的跨国制造企业CEO眼中，中国制造当前呈现何种图景？

“过去多年，中国制造发生着巨大变化，从原本单纯的基础制造，向基础制造加高科技制造融合的阶段转变，即便与德国、美国这样的发达国家相比，中国制造的技术水平也在不断提高。”全球知名的刀具制造商山高刀具集团CEO博格斯19日说。

对这种进步，沃尔沃汽车全球总裁汉肯·萨缪尔森也感同身受。他在接受记者采访时说，原来不少消费者认为中国生产的汽车品质低于欧美制造。但事实上，中国制造工艺和水平近年来已取得长足进步，只要遵循严格完备的生产体系，中国制造的汽车相比欧美毫不逊色。

在一些领域，中国制造企业甚至已开始成为跨国公司寻求核心技术合作的对象。“中国正在快速成为全球技术创新中心，是默克全球研发网络的关键组成部分。”德国默克集团执行董事雷科曼说。

（据新华社北京5月19日电 记者华晔迪）

“外国摄影师拍北京”启动

5月19日，2015“外国摄影师拍北京”活动开拍仪式在北京怀柔雁栖湖举行。

图为外国摄影师参加活动开拍仪式。

新华社记者 高健钧摄

第十届“柏林亚太周”开幕

北京市介绍“智慧城市”

据新华社柏林5月18日电（记者**郭洋**）第十届“柏林亚太周”18日开幕。本届亚太周以“智慧城市”为主题，吸引了中国、韩国、越南、日本、印度等10余个亚洲国家参与，将举办研讨会、贸易展、文艺演出等百余场活动。作为亚太地区重要一员，中国将全面参加本次亚太周活动。

北京市政协副主席赵文芝介绍了北京市“智慧城市”的建设现状以及面临的挑战。赵文芝说，今年恰逢中欧建交40周年，中方代表团共派出约300人分成近10个项目团队参加亚太周，期间还将带来丰富多彩的中国内容、中国风貌和中国味道。

由国务院新闻办公室和中国驻德国大使馆共同主办的“感知中国”活动已于17日先行开幕，带来中国美食节、非遗表演、功夫演出、安塞腰鼓巡游、中国电影周等特色文化活动。

“中国文化聚焦”文化活动将在非洲20余国开展

据新华社北京5月19日电（记者**周玮**）记者从文化部获悉，“2015中国文化聚焦”和南非“中国年”系列文化活动将在中国国内和非洲20余个国家陆续开展，包括演出、展览、研讨会、电影周、人员交流在内的各类文化活动约200项。

据文化部外联局副局长赵海生介绍，“文化聚焦”品牌活动涵盖文化、艺术、文学、出版、电影、电视、体育、文化遗产等多个领域；交流形式包括演出、展览、人员交流、研讨会、青年培训、电影周、电视剧播映、文化机构对口合作、文化专业人士客座创作等；每年项目均在200个左右，基本覆盖所有非洲国家和中国国内省市。今年聚焦品牌活动的重要项目，有南非“中国年”系列文化活动、中非文化遗产保护论坛、中非文化合作伙伴计划、对非人力资源培训等。

外交部发言人就克拉地峡运河项目表示

中国政府没有参与该项目的计划

新华社北京5月19日电（记者**朱佳妮、崔文毅**）针对有报道称中泰企业就克拉地峡运河项目签署合作备忘录，外交部发言人洪磊19日表示，我没有听说中国政府有参与该项目的计划。

有记者在当日例行记者会上问，有报道称，日前中泰双方企业就泰国克拉地峡运河项目签署合作备忘录。请问中国政府对此持何态度，是否参与该项目？是否会为有关企业提供资金支持？

“我们也从媒体上看到了有关报道。我没有听说过中国政府有参与该项目的计划。”洪磊说。

中国驻泰国大使馆19日也表示，中国政府有关部门迄今为止没有参与关于此项目的研究和任何具体合作。

旅游日：各地推出惠民活动

本报武汉5月19日电（记者**尹婕**）2015年“中国旅游日”活动今天在全国范围内展开，主会场启动仪式上午在武汉汉口江滩举行，全国各省区市设分会场。

“旅游日”期间，全国旅游系统开展了文明旅游宣传、旅游投诉现场受理、旅游产品优惠售卖等形式多样的旅游惠民活动。

“旅游日”当天，多个知名旅游风景区推出了门票优惠。

山西省49家A级景区景点实行免费入园政策；上海包括东方明珠电视塔在内的56家景区实行了门票半价优惠；北京十三陵神路、天津盘山、河北保定野三坡、浙江千岛湖等多个知名5A、4A级景区推出了半价门票。

巴蜀国际艺博会举办

本报电（**贾振成**）2015中国巴蜀国际艺术博览会日前在四川省成都市举办。钱来忠、阿鸽、何应辉、戴卫、梁时民、马一平等百余位书画家及来自法国、美国、俄罗斯、韩国等的20家海外艺术机构参会参展。

本届博览会以“艺术巴蜀”为主题，以“艺术金融”为宗旨，以“专业化、民族化、国际化”为定位，塑造“盛事中国、艺术巴蜀”国际品牌形象，打造艺术产业与金融市场融合创新平台，引领中国西部地区艺术产业发展趋势。会期同时还举办了中国巴蜀艺术金融发展论坛。

郑州

“快递”自驾游汽车

5月19日，河南郑州铁路局首批自驾游汽车运输车厢在郑州北站完成装载并通过安检。此次自驾游汽车运输车厢共承运小型客车15辆。 新华社记者 李 安摄

西藏聂拉木 小学生转移到安全地方上学

西藏日喀则聂拉木县聂拉木镇中心小学教学楼在地震中损坏，为保障学生安全，日喀则军分区将306名小学师生分别转移到亚来、锁作、门布、乃龙4个乡小学继续学习。

图为5月19日，军医为在聂拉木县江岗村等待转运的学生发放防晕车药。

刘有飞摄（新华社发）

中国电影国际化：挑战与机遇并存

本报驻法国记者 邢 雪

一年一度的戛纳电影节吸引着世界各地的电影人齐聚法国南部小城戛纳，一系列关于中国电影产业的研讨活动以“中国峰会”的形式出现在电影节上。当中国电影碰撞国际电影产业，其国际化之路还有多长？

受热捧的是中国电影，还是中国市场？

中法电影人座谈会结束了20分钟，万达影视制作中心总经理郑剑锋面前排起的长龙仍旧没有缩短，一张张名片伴随着有各国口音的英语向他递过去，“大家对跟中国合作兴趣很大。”郑剑锋说。

“作为世界电影大国，中国在全球电影市场上占据重要而特殊的位置，对法国而言，中国是电影创作的重要战略伙伴。两国导演、制片人通过座谈会交流各自的优势与经验，意义非凡。”法国国家电影中心主席弗雷德丽克·贝尔丹在开幕式上这样说。

中国目前仅次于美国拥有世界第二大电影市场，占全球票房的比重为13%。2005年到2014年，中国电影票房增长平均每年为30%以上，2014年票房实现近300亿元，比2013年增长36%；截至今年4月，每天新增27.8块电影放映银幕。与此同时，中国电影市场潜力仍旧巨大。法国中国电影节中方主席、巴黎中国文化中心主任殷福说，法国平均每人每年观看3部电影，而中国的这一数字仅为0.6。

在中国实力和影响力整体提升及中国政府对文化产业实行倾斜政策的作用下，中国电影市场体量大、增速猛、潜力大，成为全球电影人无法错过的一块大蛋糕。而在这个正在发生巨变的市场中培育出的中国电影，其国际化之路刚刚起步。

受关注易，进院线难

今年的戛纳电影节上，贾樟柯的电影《山河故人》与侯孝贤的电影《聂隐娘》双双入围主竞赛单元，与其他15部作品竞逐金棕榈奖；《寻龙诀》的创作班底自戛纳电影节一开始就高调现身红毯，为影片的国际发行谋求合作伙伴；中国电影海外推广公司更为今年的国际电影市场带来了50部不同类型的电影作品。中国电影无论是追求艺术、启用国际化宣传方式还是直接体现其文化产品属性，其迈向国际影坛的脚步从未停歇过，虽然中国电影无论在艺术成就还是电影票房领域都在国际上有所收获，但中国电影作为一个整体产业，“走出去”仍处在初级阶段。

日前在法国启动的中国电影节吸引了一大批爱好中国电影的观众走进影院，不少法国影迷表示，他们喜欢看中国电影，但在法国很难看到各种类型的中国电影。近年来，中国电影真正走上法国院线的数量屈指可数，《神探狄仁杰》、《桃姐》、《赤壁》是中国电影的杰出作品，在法国获得了不错的口碑，却也只是中国电影产业的小小零头。

面临挑战，也有机遇

面对中国电影国际化发展所遇到的挑战，中外影人都意识到，中国电影正处在一个全新的发展阶段之中，这是在全球电影发展历史上似乎未曾出现过的挑战与机遇共存的时期，“下一步怎么走”影响着整个电影产业的发展趋势。

自2010年中法两国签订电影合拍协议以来，《夜莺》、《狼图腾》在世界范围内引起了广泛关注，口碑和票房均成绩不俗，与中国合拍电影自然成为今年各国电影人讨论的焦点之一，有不少制片人直接向中国参会的各方电影人提出两国甚至多国合拍片计划。负责中法合拍影片《狼图腾》发行工作的格扎维埃·卡斯塔诺认为，无论是将中国电影搬上法国荧幕，还是法国电影进入中国市场，合拍都是一种非常好的方式，可以达到令两国观众都感兴趣的效果。

（本报戛纳5月19日电）