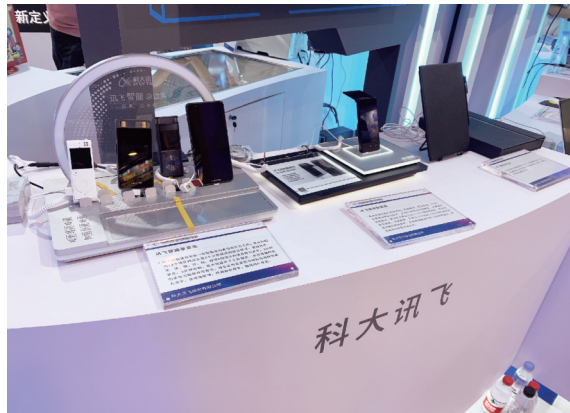




安徽出版集团展示的儿童立体书以及学前教育智能交互式课程



科大讯飞展示的智能录音笔等产品



中国宣纸股份有限公司带来的建党一百周年纪念宣纸

2021服贸会明星产品引人注目 安徽馆5大展台亮点纷呈



9月2日晚,2021中国国际服务贸易交易会在北京正式开幕。本届服贸会以“数字开启未来,服务促进发展”为主题,于9月2日至9月7日举行。据了解,本届服贸会安徽省交易团带来了安徽出版集团、科大讯飞股份有限公司、安徽省通信产业服务有限公司等17家科技文化贸易公司亮相参展,多角度展现安徽服务贸易文化。

■ 记者 唐朝文/图

安徽馆17家企业“亮相”

据介绍,中国国际服务贸易交易会由商务部和北京市政府共同举办,世贸组织、联合国贸发会议、经合组织等国际组织共同支持,是全球唯一涵盖服务贸易12大领域的综合型服务贸易交易会。

本届服贸会突出数字经济和数字贸易,以展览展示、峰会、论坛和会议为主要形式,设置了12.6万平方米的展览展示、100余场论坛会议和推介洽谈活动。其中,设置在北京国家会议中心的综合展由国别展、省市区及港澳台展、数字服务专区组成。

按照大会统一安排,安徽省在北京国家会议中心

综合展区设置安徽馆,展区面积100平方米。安徽馆围绕服务外包、技术进出口、文化贸易等服务贸易重点领域进行展览展示,组织安徽出版集团等17家代表性强的企业和产品参展,集中展示我省服务贸易的发展亮点、特色、优势以及最新成果。

据悉,本届服贸会我省共有217人报名参展参会,包括安徽省交易团以及合肥、六安、铜陵、淮南、淮北、阜阳、马鞍山、芜湖、宣城等9个市35家企业。

展馆设置5大展台 明星产品引人注目

9月3日,记者来到了位于北京国家会议中心的安徽展馆,馆内共设置文化出口展台、人工智能展台、节能环保展台、科技技术展台、智能设备展台。安徽馆以“加快建设新阶段现代化美好安徽”为主题,展示在加快建设新阶段现代化美好安徽过程中所取得的成就和蕴含的机遇。馆内共筛选来自新一代信息技术、人工智能、节能环保、高端装备制造、文化传媒等领域的展品,综合展示我省在服务贸易发展方面取得的成果。

在文化出口展台,首先映入眼帘的就是安徽出版集团产品。现场解说介绍,目前,安徽出版集团经济规模在全国出版集团中位居第七,安徽服务业100强

排名位列第8位;对外文化贸易是安徽出版集团的重要业务板块,集团暨旗下有13家企业先后入选国家文化出口重点企业。

记者在现场了解到,此次安徽出版集团展示的儿童立体书和学前教育智能交互式课程是其对外文化贸易的明星产品。其中,儿童立体书形成对外版权输出和实物出口的特色产品线——《欢乐中国年》已输出英文、西班牙文、中文繁体版权;“豚宝宝学前教育智能交互式课程”已销售到多个阿拉伯语国家,是全国首创的对外输出学前教育数字内容平台。

在人工智能展台,“首当其冲”的便是来自合肥的企业科大讯飞。科大讯飞展示的“城市超脑”利用大数据、云计算、区块链、人工智能等新一代信息技术构建,可以有效提升城市治理体系和治理能力现代化水平;智能翻译机支持中文与58种语言的语音翻译,与13种语言的拍照互译;智能录音笔则能够全面满足用户在办公和学习过程中的语音、文字、图像采集和处理需求,支持信息的记录、提取、编辑、语音转写、拍照、翻译、分享等功能。

此外,阳光新能源、驿通科技、安徽通信服等企业还在安徽馆内展示了自动清洁技术、车联网以及智慧社区等各自行业内的新锐产品。

首届国家文化出口基地论坛在北京举行

力争在全球分工协作中 贡献更多“中国货、合肥造”

2018年,商务部、中宣部、文化和旅游部、国家广播电视总局共同认定了全国首批国家文化出口基地名单,安徽省合肥市蜀山区等13家基地名列其中。自商务部会同中宣部等部门启动国家文化出口基地建设工作至今,首批13家文化出口基地建设取得积极成效,有力带动了文化出口和文化产业提质升级。

据了解,国家文化出口基地建设的宗旨是创新文化贸易发展的体制机制和政策措施,发挥基地的集聚、引领和辐射作用,培育一批具有较强国际竞争力的文化企业,形成一批具有较强辐射力的国际文化交易平台,摸索一批适应文化贸易创新发展的模式和经验,带动文化贸易高质量发展,为提升中华文化软实力提供支撑。

王炳南表示,发展文化贸易是文化强国建设的重要内容,也是提升文化软实力和国际影响力、增强国际传播亲和力和实效性的重要方式;2018年首批国家文化出口基地认定以来,商务部等部门积极支持、指导基地加强制度和政策创新,培育市场主体,加强平台载体建设,优化营商环境,基地建设取得显著成效。

虞爱华在致辞中说道,合肥将继续努力创造并讲好创新驱动发展的故事,把平台既当展示舞台,也当服务前台,为“已出口”的拓宽门路、为“想出口”的找好出路、为“难出口”的谋划思路,把合肥“出口基地”建成“企业的福地”“开放的高地”。虞爱华表示,没有文化的产品会有

“缺憾”,没有产品的文化会留“遗憾”,要力争在参与全球分工与协作中贡献更多“中国货、合肥造”,既体现“中国智造”的价值,又彰显“中国文化”的力量。

蜀山区将全力打造 更高水平国家文化出口基地

论坛现场还集中展示了首批国家文化出口基地建设成果并为第二批国家文化出口基地授牌。来自文化出口相关领域的领导和专家、代表进行了主题演讲和交流分享,共同探讨新形势下我国对外文化贸易发展。

论坛现场,由合肥市蜀山区等首批基地组建的国家文化出口基地联席机制正式成立。据了解,国家文化出口基地联席机制是由全国国家文化出口基地自愿设立,专注于提升我国文化领域自主创新能力,加强文化产业和贸易交流合作,开发具有中国特色,有影响力、传播力的文化出口产品与服务,共同推动我国文化贸易持续健康发展。

论坛上,合肥市蜀山区委书记王海霞以《打造新万亿城市文化开放新高地》为主题,就建设中国(蜀山)国家文化出口基地进行了交流分享。王海霞表示,合肥蜀山将紧扣“创新、改革、开放”,全力打造“徽文化”走出去的窗口、长三角文创产业的集聚中心、更高水平的国家文化出口基地。

未来,蜀山区将以天鹅湖文化商务区为核心,叠加自贸试验区蜀山区块和跨境电商综试区政策红利,立足三大国家级开发区文创产业轴,建成皖北、皖西、皖南三个文化出口协作片区,为全省进出口贸易注入强劲动能;以“链长制”为抓手,围绕文化产业上下游,立足安徽、面向长三角,放眼全国,延链、补链、强链,努力吸引更多文化企业、文化产品,以蜀山基地为通道,加快国际化步伐。



9月4日,首届国家文化出口基地论坛在北京国家会议中心举行。商务部副部长王炳南,国家广电总局副局长孟冬,安徽省委常委、合肥市委书记虞爱华,四川省自贡市委书记范波出席并致辞。

据悉,本次论坛由商务部主办,合肥市政府、自贡市政府、人民日报数字传播公司承办,旨在搭建交流合作平台,发挥基地在产业集聚、创新发展、示范引领等方面的重要作用,带动对外文化贸易高质量发展。

■ 记者 唐朝文/图



论坛现场