

前8个月我国货物贸易进出口比增17.6%

进口月度增速连续6个月超过出口

据新华社电 海关总署8日发布数据:2026年前8个月,我国货物贸易进出口总值34.78万亿元,同比增长17.6%。其中,8月单月进出口、出口、进口分别增长19.8%、18.6%、21.7%,进口月度同比增速连续6个月超过出口。

海关总署统计分析司司长吕大良表示,8月份我国货物贸易增势稳定,从规模看,进出口值连续3个月超过4.5万亿元,从增速看,出口、进口连续4个月同时两位数增长,充分体现了我国完整产业体系

对外贸的坚韧支撑,以及科技创新能力对外贸的有力助推。

从重点商品看,出口方面,前8个月,我国出口20.17万亿元,同比增长14.6%,其中,包括汽车、工业机器人、船舶、锂电池在内的机电产品出口12.91万亿元,增长21.9%,占同期我国出口总值的64%,已连续18个月保持增长。进口方面,前8个月,我国进口14.61万亿元,增长22%,进口机电产品、农产品分别增长31.6%、6.6%。

从外贸主体看,前8个月,我国民营企业进出口19.79万亿元,同比增长17.6%,占我国进出口总值的56.9%,继续保持第一大外贸主体地位。同期,外商投资企业进出口10.15万亿元,增长18.1%。

“我国坚持在开放合作中建设现代化产业体系,越来越多外商投资企业深度融入中国产业链、创新链。”吕大良说,今年前8个月,我国有进出口记录的外商投资企业接近8万家,进出口增速在各类经营

主体中继续领跑。

从贸易伙伴看,前8个月,我国与112个国家和地区实现出口、进口双增长,比去年同期增加17个,东盟稳居第一大贸易伙伴地位。同期,我国对东盟、拉美、非洲进出口同比分别增长20.6%、14.5%、18.5%,对共建“一带一路”国家进出口增长15.9%。

值得注意的是,截至8月,我国对美国进出口连续5个月增长,1至8月累计进出口2.76万亿元,同比增长1.3%。

2026年全国优化营商环境创新实践案例发布 我省一案例入列

据新华社电 8日,第二十六届中国国际投资贸易洽谈会同期举办第四届营商环境论坛,论坛发布了2026年全国优化营商环境创新实践案例。

国家发展和改革委员会法规司副司长、一级巡视员于文涛在论坛上介绍了具体创新实践案例,包括山东省开展政策“直达快享”改革,推动惠企政策兑现提质增效;浙江省金华市打造“政策找人”数字服务新生态,推动惠企政策精准直达快享;河北省打造“扫码入企”智能化监管平台,规范入企行政检查;四川省创新涉企智慧监管模式,以“无事不扰”护航企业安心经营;黑龙江省强化政府合同履约智慧监管,持续增强企业发展信心;海南省构建政府合同诚信履约监测机制,打造诚信政府;上海市以清朗网络空间护航营商环境持续优化;福建省深入整治涉企侵权网络乱象,营造良好营商环境;广东省深化12345热线平台“即接即办”改革,打造政务服务“总客服”新标杆;重庆市创新打造“民呼我为”平台,构建“企呼我应”服务新生态。

于文涛表示,下一步,国家发展改革委将继续发挥全国优化营商环境工作牵头部门的作用,会同各部门持续推进营商环境改进提升,指导各地持续探索深化改革,持续跟踪进展成效。同时,选择成熟的举措经验在全国推广,加快打造市场化、法治化、国际化一流营商环境,切实保障各类经营主体安心经营、放心发展。

家电和智能设备开始“替人操心”

消费电子迈向“主动智能”时代

“未来已来”——走进4日至8日举行的2026年柏林国际消费电子展现场,这样的标语随处可见。在这个拥有超百年历史的展会上,人们对未来生活的想象正变得更加具体,越来越多家电和智能设备开始“替人操心”:冰箱会提醒最近放进去的番茄赏味期还剩几天;洗衣机能根据衣服的脏污程度自行决定采用哪种洗涤模式;机器人帮助人们取放物品、清洁整理。

随着人工智能(AI)与传感器、控制系统和机器人等技术加速融合,消费电子产品正从等待用户指令迈向感知需求、主动判断、先一步行动的新阶段。 □新华

AI驱动“主动服务”

由AI驱动的“主动服务”成为消费电子发展的一个明显趋势,今年展会上可以看到海尔、海信、TCL等多家行业领先企业的相关尝试。许多展示设备已经从执行指令进化到逐步参与对使用情境和用户需求的判断,并可以处理原本需要用户选择和设定的琐碎环节。

在海尔展台,四筒AI洗护智能体可以结合语境理解用户需求,听到“刚从医院回来”,系统便可启动相应杀菌洗护程序;冰箱能够识别食材种类、重量等,并自动匹配最佳保鲜方案。海尔欧洲首席执行官尼尔·滕斯托尔告诉记者,融入AI技术的家电正从“单品智能”向“全屋智能”和“主动智能”过渡。

随着这一趋势的发展,全套家电开始形成更统一的感知和响应能力。LG展示的新一代AI家居系统,可以根据用户日程、生活习惯和家庭环境等信息协调设备和服务。海信推出的家庭AI操作系统以电视为家庭智能中枢,可联动陪伴机器人、空调、冰箱、洗衣机等不同设备,并围绕具体生活场景主动协调服务。例如在观赛场景中,系统可在赛前提醒外卖和烘焙时间,赛中自动调整画质、灯光和室温等。

“主动服务”思路也出现在消费电子的更多细分领域。智能穿戴品牌Circular推出的新一代智能戒指可持续监测睡眠、心率、血氧等身体信号,并通过配套AI系统结合用户数据提供个性化健康建议;睡眠科技品牌DUVA推出的睡眠耳塞,可利用AI技术捕捉用户睡眠状态和卧室环境变化,并在鼾声、交通噪声等干扰出现时自动调整降噪和进行声音遮蔽。



一名女子在IFA消费电子展开展首日拍摄电视展品(CFP供图)

机器人走进日常生活

除了传统家电在AI赋能下更加“主动”,机器人是AI在物理世界的另一个重要应用场景。能够为家庭提供清洁、照料等服务的家用机器人产品成为本届展会的亮点。

在海尔展台,一个“无人家务”的场景吸引不少人驻足:脏衣服放在那里,机器人自己取走、洗涤、烘干、收纳;买回的食材搁在门口,机器人自己拎到冰箱前,分门别类放进去。

机器变得“主动”意味着其判断权和行动权越来越多,因此信任与安全也成为绕不开的问题。德国信息技术、电信和新媒体协会在今年展会开幕前发布的一项调查显示,42%的受访者认为智能家居应用应受到更严格的法律监管。

该协会首席执行官伯恩哈德·罗勒德说,在私人住宅中,人们必须清楚AI用在什么地方、使用了哪些数据以及如何处理这些数据,“数据保护和安全需

要从一开始就纳入考量”。

在机器人领域,还有一个实际应用问题被反复提出:展台上的机器人可以奔跑、抓取、整理物品,在越来越炫目的演示背后,这些能力能否解决真实生活中的问题?达姆施塔特工业大学机器人领域专家扬·彼得斯对此较为乐观,他认为机器人行业可能迎来类似智能手机问世时的突破,并预计这一变化可能在未来5年甚至更早出现。

奥斯特布吕克应用科学大学教授

态、速度、加速度、关节角度、负载和地形等信息,通过端到端AI运动控制算法判断人体运动趋势,再实时调整电机输出。“以Halo为例,系统最高可提前约200毫秒预测下一步运动意图,并在上坡、下坡、变速等过程中持续调整助力。”

“我们的目标不是让机器人替代人,而是像一层智能的‘外置肌肉’一样增强人的行动能力。”严思淇说。

“主动智能”仍需接受检验

斯特芬·格赖泽尔认为,应把衡量标准进一步落到可靠性上。“一次成功的演示并不足以说明机器人已经具备实际应用能力,更重要的是能否连续数小时安全、稳定、可重复地完成任

务。”他认为,目前许多令人印象深刻的展示仍是在经过准备的环境中完成的。未来10年人形机器人应用将在一些工业领域和物流领域明显增加,但与成为家庭中的“万能助手”仍有相当的距离。

太子奶创始人李途纯去世

曾以8888万元夺央视“标王”

本报讯 9月8日,有消息称原湖南太子奶集团总裁、董事局主席李途纯去世。其子李帅向封面新闻证实了这一消息。

李途纯是太子奶品牌的创始人,他曾将这一乳酸菌饮料年销售额做到30亿元,一度打败乐百氏与娃哈哈,拿下超70%的发酵型乳酸菌市场。

李途纯1960年出生于湖南临湘一个普通家庭。1990年,30岁的他从国企辞职,怀揣仅有的300元南下深圳闯荡。

1993年,他从银行贷款10万元,印制纪念挂历并全部高价售出,掘得人生第一桶金。

1996年,李途纯用100万元启动资金,在湖南株洲建立了太子牛奶厂。1997年,李途纯毅然砸下8888万元,夺得央视黄金时段广告“标王”。

为补充资金,2007年初,李途纯引进英联、摩根士丹利、高盛等风险投资7300万美元。同时,由花旗银行领衔的六家外资银行

又提供了5亿元人民币的综合授信。

2008年,全球金融危机爆发,外资银行为求自保纷纷催款。花旗银行不仅要求提前还贷,在太子奶将土地抵押给其仅5天后,便在北京高院提起诉讼。

内忧外患之下,太子奶业绩增长目标彻底泡汤,李途纯输掉了对赌协议。2008年底,他失去了对太子奶的控股权。2010年4月,李途纯承诺对太子奶集团21亿元债务终身负责。同年,太子奶宣布破产。

古驰悄悄降价

在中国市场情况稍好——据欧睿国际的估计,中国个人奢侈品市场有望在2026年增加8%,但是时至今日仍未回复至2023年水平。

这样的市场环境意味着奢侈品品牌想要吸引消费者为之产品买单,“高傲”地涨价不再是个好的选择。以更“亲民”的产品组合匹配消费者变化了的喜好势在必行。这就使得悄悄降价变得不难理解。精品投行伯恩斯坦在评论古驰的调整时称,降价

配合关店给了古驰以自救的空间。

从社交网络的讨论看,不少网友对于奢侈品牌的降价行为也并不感到惊讶,称此前也遇过路易威登、MIUMIU等品牌针对部分款式的悄然降价。

以路易威登为例,记者检索发现,其Monogram“老花”Multipass Mini手袋,之前售价为18000元,现售价为16600元,降价幅度接近10%。(中侨)

本报讯 奢侈品牌古驰Gucci已于近日完成新一轮调价。不过,这次不是涨价,而是降价,且降价范围不仅包括包袋,也涵盖成衣。

具体来看,古驰于2026春夏季上市的新款包袋Mercato小号托特包售价从25500元降至20000元,降幅约为27%。Ophidia系列迷你水桶包直降3600元至8700元,降幅超过40%。而此前售价突破万元的GG Marmont系列小水桶包目前售价8100元。成衣部分,帆布连衣裙、连体泳衣、羊毛开衫等的降价幅度也普遍在30%上下。

记者就降价真实性及降价原因向古

驰中国寻求采访,但截至发稿未获回应。而在此之前,开云集团CEO Luca de Meo曾在财报会议上表示,过去几年行业的涨价能力已不复从前,部分产品定价过高,导致销量不佳。

奢侈品公司遇到的挑战是全球性的。欧睿国际向媒体提供的数据显示,全球个人奢侈品市场规模在2025的同步增幅仅为1.6%。而在2021年,全行业增幅为26%。而

询价启事

我单位现需采购活动现场执行一体化服务项目,拟通过询价方式采购,欢迎符合条件的供应商于2026年9月14日下午5:00前,到泉州晚报社广告中心四楼领取询价通知书并报价。

联系人:小游 0595-22500282

泉州晚报社
2026年9月9日