

國防部：解放軍堅決捍衛國家主權和領土完整 挫敗「台獨」是大義所在

【香港商報訊】綜合新華社、中新社消息，針對民進黨當局領導人在10月10日發表的所謂「講話」，中國國防部新聞局副局長、國防部新聞發言人譚克非28日在北京表示，堅決捍衛國家主權和領土完整，堅決挫敗一切外部勢力干涉和「台獨」分裂行徑，是中國人民解放軍的神聖使命。大勢所趨、大義所在；不動如山，動如雷霆。

強化使命擔當 保持高度戒備

28日下午，國防部舉行例行記者會。有記者問，據報道，民進黨當局領導人在10月10日發表所謂「講話」，聲稱兩岸「互不隸屬」，台將持續擴充軍力，展現防衛決心，全力阻止單方面改變現狀行爲。請問發言人有何評論？

譚克非表示，習近平主席在紀念辛亥革命110周年大會上發表重要講話，鄭重宣示堅持一個中國原則和「九二共識」、堅決遏制「台獨」分裂活動、捍衛國家主權和領土完整的堅強決心和堅定意志，揭示了祖國統一、民族復興的歷史大勢，指明了兩岸關係的前進方向。

「中華民族具有反對分裂、維護統一的光榮傳統。

解決台灣問題，實現國家完全統一，是中華民族根本利益所在，是實現中華民族偉大復興的必然要求。堅決捍衛國家主權和領土完整，堅決挫敗一切外部勢力干涉和「台獨」分裂行徑，是中國人民解放軍的神聖使命。大勢所趨、大義所在；不動如山，動如雷霆。中國人民解放軍將強化使命擔當、保持高度戒備，確保在黨和人民需要的時候召之即來、來之能戰、戰之必勝。」譚克非說。

中方將堅決反制美台軍事聯繫

當日另有記者提問稱，據報道，民進黨當局近期一再炒作美台軍事聯繫，另有台所謂「陸軍司令」率團赴美，其間參加美陸軍協會年度會議，並與美防務部門和軍隊人員會面。請問對此有何評論？

譚克非表示：「我們注意到有關報道，已向美方表達嚴重關切並提出嚴正交涉，要求美方必須就此向中方作出澄清。一個中國原則是中美關係的政治基礎。」

譚克非指出，中方堅決反對美方與中國台灣地區進行任何形式的官方往來和軍事聯繫。一段時間以來，美方一些人違背一個中國的政治承諾，不斷打「台灣牌」，向「台獨」分裂勢力發出極其錯誤信號，給中美兩國兩軍關係和台海和平穩定帶來嚴重負面影響。如果美方繼續頑固抱守「以台制華」幻想，企圖以「切香腸」方式實質性提升美台軍事聯繫，中方將堅決予以反制和回擊。

國台辦：對「台獨」零容忍

針對有報道稱，台灣地區領導人蔡英文承認美軍以訓練爲目的駐紮在台灣，外交部發言人汪文斌28日在例行記者會上回答記者提問時表示，中方堅決反對美台任何形式官方往來和軍事聯繫。他強調，搞「台獨」是死路一條，支持「台獨」也是一條不歸路。

國台辦發言人馬曉光當日亦表示，我們對「台獨」零容忍，打擊「台獨」分裂行徑不計成本。任何人不要低估我們捍衛國家主權和領土完整的堅強決心、堅定意志、強大能力！

商務部：中國超額完成入世承諾

【香港商報訊】記者同理、張麗娟報道：在昨日國新辦舉行的新聞發布會上，商務部副部長兼國際貿易談判副代表王受文介紹世貿組織（WTO）第八次對華貿易政策審議情況時表示，有65個WTO成員代表對中國作出積極評價，肯定中方主動降低關稅，壓減外資准入負面清單，不斷擴大市場准入。

王受文表示，以關稅爲例，中國承諾貨物關稅要降到9.8%，中國的關稅總水平已由入世時的15.3%降至目前的7.4%，低於所有發展中成員，接近發達成員水平；中國還在服務領域內廣泛開放市場，加入WTO議定書和有關工作組報告規定，需要在2007年開放9大類100個分部門，現在中國實際開放接近120個分部門。

在加入世貿組織的時候，中國有一份加入議定書和一個加入工作組報告，對照這兩份文件，中方早已完全履行了WTO規定的中國的義務，中方作出的承諾也得到了完全履行。但同時，王受文指出，部分成員要求中國在WTO的環境下去履行超出WTO的一些義務，顯然是不公平、不合理的，也是不能夠接

受的。對外經濟貿易大學中國世貿組織研究院教授周念利向記者表示，服務貿易的開放體現在三個層面：WTO的多邊層面，各大自由貿易協定（FTA）的區域層面，單邊自主層面，比如國內試點先行的自由貿易試驗區。她建議，這三個層面要同時並進，共同推動服務貿易開放。她認爲，不久前，商務部等多部門印發了《「十四五」服務貿易發展規劃》，將有助於補齊服務貿易短板，通過服務貿易領域創新來滿足貨物貿易發展需求。

中美同意保持各層級溝通

中共中央政治局委員、國務院副總理、中美全面經濟對話中方牽頭人劉鶴本周應約與美財政部長耶倫舉行了視頻通話。商務部新聞發言人束珏婷昨日在發布會上透露，雙方就中美兩國宏觀經濟形勢和政策進行了交流和討論，包括增長形



國新辦舉行世貿組織第八次對華貿易政策審議情況發布會。

勢、通脹壓力、金融穩定、供應鏈等問題。雙方都認爲，世界經濟復蘇正處於關鍵時刻，中美加強宏觀政策溝通協調十分重要，同意下一步繼續在各層級保持溝通，推動務實合作，解決具體問題。

第四屆進博會規模更大 質量更優設置更前沿

【香港商報訊】上海市人民政府新聞辦公室28日舉行發布會。中國國際進口博覽局副局長孫成海介紹第四屆進博會企業展情況時表示，本次展區呈現規模更大、質量更優、設置更前沿的特點。

據介紹，今年進博會企業展繼續設置食品及農產品、汽車、技術裝備、消費品、醫療器械及醫療保健、服務貿易六大展區，主要呈現以下幾個特點：一是展覽規模更大，國別結構更好。總展覽面積進一步擴容，達到36.6萬平方米；二是展商質量更優，展示水平更高。世界500強和行業龍頭企業參展回頭率超過80%，參展數量超過上屆；三是展區設置更前沿，專業化程度更高。聚焦國內發展需要，創新展示題材，設置能源低碳及環保技術、創新孵化等13個專區，聯接優質供給資源和市場迫切需求。

哈爾濱經開區平房區 重大項目集中竣工投產

【香港商報訊】記者張曉磊報道：28日，黑龍江哈爾濱市哈經開區、平房區重大產業項目集中竣工投產暨新項目簽約儀式隆重舉行。

記者了解到，截至目前，已有運達風電、鑫華航空、華興玻璃等11個重點項目投產運營，總投資28.5億元；安宇迪航空、益海嘉里麵粉二期、秋林食品等5個重點項目計劃年底前投產，總投資9.7億元。

活動現場還進行了新項目集中簽約儀式。項目總簽約額125.15億元，產業涵蓋新一代信息技術、高端裝備製造、食品、新能源、新材料等方面，爲全區架構「四樑八柱」現代產業體系、形成產業聚集效應，注入了新動能，增添了新色彩。

近五年來，哈經開區、平房區推進省市重點產業項目119個，總投資648.5億元，連續五年實現省市重點項目開工率100%，投資完成率超100%。

皖徽州區榮膺2021年度 科技興茶富民典型縣域

【香港商報訊】記者吳敏 通訊員閻艷、胡向君報道：皖南徽州區是黃山毛峰的正宗原產地和核心產區，黃山毛峰茶已成爲徽州區的重要支柱產業和標誌性的文化要素。記者28日獲悉，在第十七屆中國茶業經濟年會開幕式暨2021中國茶業品牌盛典上，中國茶業流通協會發布了「2021中國茶業行業年度調查結果」，正式公布了年度百強企業及百強縣域。徽州區再奪「雙金」：榮獲「2021年度科技興茶富民典型縣域」和「中國茶業百強縣」稱號，其中，「2021年度科技興茶富民典型縣域」爲安徽唯一入選區縣。

徽州區堅持「科技興茶」，按照「自主設計、自主開發、部門指導、企企合作」的模式在茶葉加工領域不斷自主創新和技術革新，促進了黃山毛峰質量的大幅提升，推動了茶產業跨越發展。

首創「風衣羽絨服」波司登持續引領行業創新

10月27日，「首創波司登風衣羽絨服」發布會在上海成功舉辦。作爲中國首個沉浸式主題大秀，秀場營造了從歷史到未來的四大場景，將風衣羽絨服貫穿不同的時代氛圍。更有Burberry御用超模出席助陣，生動演繹波司登風衣羽絨服的獨特魅力。

大秀現場星光熠熠，童瑤、胡兵、何超蓮、李佳琦等一眾名人明星現身秀場。仕道嘉人傳媒總裁&嘉人Marie Claire主編孫賽賽、時尚芭莎時裝主編兼MiniBAZAAR執行主編衛甜、優雅精神倡導者曉雪、紅杉中國投資合夥人張宇也一同出席，共同見證全新品類風衣羽絨服的誕生，給予了大秀及波司登風衣羽絨服高度認可。

大秀以風衣羽絨服爲線索，重現1961年《蒂凡尼早餐》中奧黛麗赫本身穿風衣的英式浪漫，複刻上世紀80年代香港街頭的潮流，再到當代上海CBD的商務通勤風，最後則呈現未來世界的保暖時尚。四個篇章四幕場景，講述了貫穿半個世紀的時裝發展史。



首創風衣羽絨服 東西方功能時裝完美碰撞

隨着消費不斷升級，消費者對羽絨服的需求也逐漸多樣化。特別對於商務人士而言，市場缺乏時尚與保暖兼具、符合正式場合着裝的羽絨服選擇。波司登基於消費需求，與國際設計大師共同探討風衣的靈感與見解，國際前沿的時尚風潮和波司登專業性的碰撞，「風衣羽絨服」概念應運而生。

據悉，波司登首創的「風衣羽絨服」，結合了風衣與羽絨服兩個經典品類的風格和優勢。該設計由波司登創意研發總監，曾任職於Armani、Versace、Prada等知名奢侈品牌的意大利著名設計師Pietro Ferragina主刀。以經典英倫風衣聞名全球的奢侈品牌Burberry的前設計總監Russell Delaney，也爲此次「風衣羽絨服」的面世提供了設計靈感。

Pietro Ferragina此前接受採訪時表示，爲了真正做到集時尚度、保暖性、修身型、正式感、防護力於一身，風衣羽絨服籌備了2年之久。「畫了150多次設計稿，在設計、充絨、選料、版型每個模塊推翻重來80遍，做了100次測試和試驗」後，才有了風衣羽絨服的正式面世。

此次波司登風衣羽絨服在設計、工藝、面料、版型四大方面再次實現創新突破。

此前，市面上所謂的風衣羽絨服只是在風衣的基礎上增加了「羽絨層」，這樣的設計不僅粗糙不精緻，穿着體感也更沉重。波司登首創的風衣羽絨服則打破了傳統「分開式」設計，將風衣羽絨服一體化，保留了如開叉式、腰帶、背後擋風片等英倫風衣的經典設計，在保暖的基礎上更加幹練有型，符合當下高端商務人士的冬日穿衣需求。

這樣的設計也爲工藝製造帶來了挑戰。爲了完整保留

風衣的經典元素並與羽絨服完美結合，波司登創新分區域充絨，胸部、臀部、背部等每一處的充絨量都完全不同，在內裏通布中採用直充工藝結構，使風衣羽絨服整體更美觀舒適又保暖抗凍。複雜的工藝要領，使得每一件波司登風衣羽絨服都需要超過「52」個衣片，耗時「960」小時，歷經「150」道製作工序。

爲了讓風衣羽絨服真正做到風度與溫度兼顧，波司登在面料選擇上可謂花盡心思。不僅專門定製，而且嘗試了超過52種面料來保證其時尚感和功能性。最終面世的波司登風衣羽絨服，在面料上不僅具備防風防雨特性，還具有透氣、抗菌、抗皺的優勢。

再者，以往風衣款式偏西式，對亞洲人的身型並不友好。波司登藉助自身百萬版型的優勢，通過立體3D建模技術對人體數據全方位分析，並結合自身45年羽絨服工藝，打造出了更符合亞洲人體型的風格，穿着更加挺括、幹練。風衣羽絨服還創新運用了常用於意大利高定禮服的公主線，使羽絨服也能展現出正裝的優雅，而且彈力面料的運用，也讓都市商務人士的日常穿着更舒適。

此外，這次波司登與國際知名設計大師合作，不僅充分發揮了各自的優勢將中西文化完美結合，進一步打破了羽絨服設計的國界，爲羽絨服品類的發展翻開新篇章，未來還將推動雙方長期合作，創造更高價值。

創新羽絨服品類 波司登開拓羽絨服新藍海

羽絨服市場龐大、前景樂觀：預計2022年中國羽絨服市場將達到1621億元。廣闊的市場空間給衆多品牌帶來了機遇。與此同時，頭部品牌競爭也愈發激烈，數據表明，全球20%的頭部品牌佔領着80%的市場。

作爲全球領先的中國羽絨服品牌，波司登極大地提升民族品牌在世界上的影響力。2019年，波司登研發全球頂配羽絨服「登峰系列」，爲中國南極科考隊、中國登山隊提供了專業級別的極地禦寒裝備，助力中國極地科考事業的開展。2018年-2020年，連續3年以自主品牌身份登上紐約、米



胡兵現場體驗波司登風衣羽絨服。

蘭、倫敦時裝周，將民族品牌帶上國際，大放異彩，成爲全球領先的中國品牌。今年8月，歐睿官方發布權威認證報告：波司登羽絨服規模全球第一，頭部品牌優勢凸顯。面對激烈的市場競爭，波司登的突破創新是品牌長遠發展的核心驅動力，也爲其謀求了更廣闊的市場空間。

45年來，波司登匠心獨具，專注高品質羽絨服研發，創新已是其寫在品牌基因裏的驅動力。與此同時，波司登不忘初心，積極踐行社會責任，引領中國品牌獲得世界消費者認可，同時爲大國崛起貢獻力量。在品類創新設計、承擔社會責任、助力國家科考事業等多方面行動，爲中國品牌發展起到示範性作用。未來，期待波司登在羽絨服行業帶來更多創新和突破，持續領先全球。



波司登風衣羽絨服集時尚度、保暖性、修身型、正式感、防護力於一身。