



(2025年4月5日)

近期,美国以各种借口宣布对包括中国在内的所有贸易伙伴滥施关税,严重侵犯各国正当权益,严重违反世界贸易组织规则,严重损害以规则为基础的多边贸易体制,严重冲击全球经济秩序稳定,中国政府对此强烈谴责,坚决反对。

美国有关做法违背基本经济规律和市场原则,罔顾多边贸易谈判达成的利益平衡结果,无视美国长期从国际贸易中大量获利的事实,将关税作为实施极限施压、谋取私利的武器,这是典型的单边主义、保护主义和经济霸凌行径。美国打着所谓追求“对等”“公平”的旗号搞零和博弈,本质上是追求“美国优先”“美国特殊”,是以关税手段颠覆现有国际经贸秩序,以美国利益凌驾于国际社会公利,以牺牲全世界各国的正当利益服务美国的霸权利益,必然遭到国际社会普遍反对。

中国是文明古国,礼仪之邦。中国人民崇尚以诚待人、以信为本。我们不惹事,也不怕事,施压和威胁不是同中方打交道的正确方式。中国已经并将继续采取坚决措施,维护自身主权安全发展利益。中美经贸关系的本质应是互利共赢。美国应顺应两国和世界人民的共同期待,从维护两国根本利益出发,停止以关税为武器对华经贸打压,停止损害中国人民的正当发展权利。

中国作为全球第二大经济体和第二大商品消费市场,无论国际风云如何变幻,中国对外开放的大门只会越开越大。我们将继续推进高水平对外开放,稳步扩大规则、规制、管理、标准等制度型开放,实施高水平的贸易和投资自由化便利化政策,打造市场化法治化国际化的一流营商环境,与世界共享发展机遇,实现互利共赢。

经济全球化是人类社会发展必经之路。以世界贸易组织为核心、以规则为基础的多边贸易体制,为推动全球贸易发展、促进经济增长和可持续发展作出重要贡献。开放合作是历史潮流,世界决不会也应该退回到相互封闭、彼此分割的状态。互利共赢是人心所向,以邻为壑的经济霸凌终将反噬自身。推动经济全球化朝着更加开放、包容、普惠、均衡的方向发展,是国际社会共同责任。

发展是世界各国的普遍权利,而不是少数国家的专利。国际上的事情应该由大家共同商量着办,世界前途命运应该由各国共同掌握。贸易战、关税战没有赢家,保护主义没有出路。各国应当秉持共商共建共享原则,坚持真正的多边主义,共同反对各种形式的单边主义、保护主义,维护以联合国为核心的国际体系,维护以世界贸易组织为核心的多边贸易体制。相信世界上绝大多数相信公平与正义的国家,都会选择站在历史正确的一边,作出符合自身利益的选择。世界要公道,不要霸道!

(新华社北京4月5日电)

## “长沙机甲”组团出海秀实力

2025德国宝马展即将启幕,长沙工程机械整装出发,向世界展示长沙制造

### 首征惊艳,长沙机械初绽宝马舞台

记者从长沙工程机械产业链办公室获悉,目前“全球工程机械制造商50强”的三一集团、中联重科、铁建重工、山河智能、星邦智能均会参加本届宝马展,而这并非它们首次登上世界顶尖舞台。

早在2007年,山河智能首次踏上德国宝马展的征程便一鸣惊人;超1000平方米的展位气势恢宏,全球首推的挖掘装载机顺利吸引了来自全世界的目光,其独特的设计、卓越的性能,让世界看到了中国工程机械的创新潜力。

“首展的成功,也让我们获得了主办方的续展邀约。”山河智能有关负责人介绍。

时光流转,2016年,中联重科携23款设备强势出击。全系列CE认证挖掘机、国内唯一通过CE认证的履带式伸缩臂起重机等产品纷纷亮相。

在这场行业技术盛宴上,中联重科凭借过硬的质量和先进的技术,受到了观众和客户的热烈追捧,试驾区更是人潮涌动,人气爆棚。火热的反响,进一步提升了长沙工程机械在全球的知名度和影响力。

2022年,工程机械行业迎来电动化变革的浪潮,山河智能顺势而为,尽遣主力出征。纯电动智能挖掘机SWE240FED、零排放微型挖掘机SWE20FED领衔20余款产品惊艳登场,同时首次推出的高空作业平台SWSL系列,更是成为全场焦点,首日便售罄。

在过往的德国宝马展上,长沙工程机械企业不断突破自我,以创新的产品、精湛的技术和优质的服务,在全球市场上崭露头角,赢得了世界的认可和尊重。

### 新品迭出,湘品引领智能绿色风潮

在即将开幕的2025宝马展上,各企业亦是新品齐出,令人目不暇接。

“此次参展的设备覆盖挖掘机、起重机械、混凝土机械、路面机械、装载机械、港口机械、锂电叉车等全球化主机装备,新品占比超50%。”三一集团有关负责人介绍,各设备都深度适配欧洲工况,并符合“欧五”排放标准,旨在打造“即看即购”的欧洲产品矩阵。

下转2版①

## 美妆“领头羊” 智造新标杆

从一罐泥膜到美妆全品类扩张,水羊股份以科技创新形成产品优势,持续领跑美妆赛道

### 小虎名片

#### 美妆虎——水羊股份

水羊股份,长沙上市公司、国内美妆头部企业,被称为“中国互联网消费品品牌第一股”,旗下拥有御泥坊、大水滴、小迷糊、VAA等自有品牌。2018年,公司推出了数字化驱动的国际美妆开放平台——水羊国际,开创“CP”合作模式并致力于成为全球美妆最佳CP,现已合作超过50个国际品牌,包括KIKO、NESCENS、LUMENE等。



### 长沙新消费“五小虎”系列报道

科技创新是水羊股份一路前行的“美丽密码”。图为研发大楼内,科研人员正在进行产品创新研发。企业供图

### 长沙晚报全媒体记者 吴鑫矾

过去三年,在中国平均每分钟就有1000名消费者选择水羊股份制造的贴式面膜,同时也有超过1000名消费者正在使用水羊的泥浆面膜……随着社会经济的快速发展,人们的消费需求也发生变化,随之而来的便是“美丽经济”的迅速崛起。

数据显示,自2021年以来,中国已成为全球第二大化妆品消费市场。2023年全年,国内化妆品零售额达4142亿元,同比增长

5.1%。在长沙,以化妆品为代表的“美丽经济”快速发展,其中土生土长的水羊股份就是其中代表。其以御泥坊品牌起家,通过科技创新形成独具特色的产品优势,从一罐泥膜到美妆全品类扩张,借着互联网和电商的东风,持续在如火如荼的美妆赛道领跑。

### 从面膜起家到全品类扩张

水羊股份的故事始于2006年。此时,毕业于湖南师范大学的创始人戴跃峰在长沙开始创业,在一次网商大会上发现了“御泥

坊”这一品牌。

当时,御泥坊还只是湖南邵阳的一个小品牌。然而,戴跃峰敏锐地看到了御泥坊的独特价值——它使用的是来自湖南湘西的特殊泥浆作为核心原料,这种泥浆富含矿物质,具有极好的护肤效果。

作为水羊股份旗下的主打品牌,御泥坊于2007年入驻了淘宝,是最早一批入驻淘宝电商平台的美妆品牌。作为第一批敢于吃螃蟹的人,戴跃峰从代理御泥坊的销售,到开发网络代理店铺,最终并购御泥坊品牌加工

基地,成为“御泥坊”的当家人。

2011年,戴跃峰领导团队开始走多品牌路线,针对不同肌肤问题和护理需求,逐步推出一系列产品和品牌,让公司走上了快速发展的高速通道。

2011年,御泥坊母公司御家汇营收首次突破1亿元。到2015年,营收破10亿元,成为国内首屈一指的面膜品类冠军。2018年,御家汇成功登陆A股,成为“中国互联网消费品品牌第一股”。

下转2版②

假期第二天长沙全域客流290万人次,来小剧场看演出成市民游客主流选择

## 长沙一直“有戏”,欢迎来“追剧”

长沙晚报4月5日讯(全媒体记者 宁莎鸥)梨花风起正清明,游子寻春半出城。5日,清明小长假进入第二天,长沙文旅市场持续供需两旺。记者从长沙市文旅广电局了解到,假期第二天,长沙全域客流290万人次。

### 《寻长沙》首演,演出上新观演火爆

如果说4月春光正好,出门踏青赏花是清明假期的刚需,那么来长沙遍地“发芽”的小剧场看一场沉浸式演出也是市民游客度假的主要选择。

清明假期,适逢由长沙歌舞剧院、长沙博物馆联合打造的“到长沙博物馆 寻长沙三千年”——《寻长沙》文博风物艺术幻境首演。

不少市民游客带孩子参观完长沙博物馆后走进《寻长沙》剧场,兴致勃勃地观看了演出。有观众表示:“孩子全程目不转睛,演出比历史课本生动十倍,能更直观清

晰地感受长沙三千年的历史文化。”

据悉,《寻长沙》剧场以“艺术幻境”为核心概念,依托长沙博物馆馆藏文物与历史场景,通过全息投影、3D Mapping、数字交互等前沿技术,将古代青铜器、长沙窑瓷器、楚汉漆器等文物“活化”于舞台。观众跟随剧中历史人物穿梭时空,在声光电交织中体验“渔阳王和她的时代”“长沙窑瓷器的匠心独运”“改革先驱者的豪情壮志”等经典场景。剧目以“绕”为串联方式,以艺术化的语言讲述千年长沙故事,勾勒千年长沙的轮廓,尽显长沙千年风华,带领观众共赴湖湘浪漫之约。

该剧春节期间在长沙博物馆进行试演,连续14场演出场场爆满,吸引线下超3000人次观看,观众盛赞“文物故事原来可以如此震撼”。春节过后,《寻长沙》剧组根据春节期间的试演情况,对剧目进行改造升级。

下转3版



清明假期,《寻长沙》文博风物艺术幻境首演,给观众带来了更新颖、更丰富的体验。市文旅广电局供图

### 导读

## 无畏逆行

“00后”长沙志愿者驰援缅甸震区 2版

## 毁家兴学

百年前,他强调“爱生应如自己儿孙” 3版