

国务院办公厅印发《意见》

进一步构建高质量充电基础设施体系

日前,国务院办公厅印发《关于进一步构建高质量充电基础设施体系的指导意见》(以下简称《指导意见》),要求以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,全面贯彻党的二十大精神,按照科学布局、适度超前、创新融合、安全便捷的基本原则,进一步构建高质量充电基础设施体系。

《指导意见》提出,到2030年,基本建成覆盖广泛、规模适度、结构合理、功能完善的高质量充电基础设施体系,有力支撑新能源汽车产业发展,有效满足人民群众出行充电需

求;建设形成城市面状、公路线状、乡村点状布局的充电网络,大中型以上城市经营性停车场具备规范充电条件的车位比例力争超过城市注册电动汽车比例,农村地区充电服务覆盖率稳步提升;充电基础设施快慢互补、智能开放,充电服务安全可靠、经济便捷,规范充电和市场监管体系基本完善,行业监管和治理能力基本实现现代化,技术装备和科技创新达到世界先进水平。

《指导意见》明确五方面任务。一是优化完善网络布局。建设便捷高效的城际充电网络和互联互通的城市

群都市圈充电网络,加快补齐重点城市之间路网充电基础设施短板。建设结构完善的城市充电网络,重点覆盖“两区”(居住区、办公区)和“三中心”(商业中心、工业中心、休闲中心),建设有效覆盖的农村地区充电网络,在基础设施应用示范需要和示范乡镇,建设较好条件的农村地区充电网络。

二是加快重点区域建设。在既有居住区加快推进固定车位充电基础设施应装尽装,严格新建居住区充电设施配套建设要求,以城市为单位加快制定居住区充电基础设施建设管理指南。以“三中心”等建筑物配

建停车场以及交通枢纽、驻车换乘等公共停车场为重点加快建设公共充电基础设施。

三是提升运营服务水平。促进充电基础设施投资多元化。持续完善标准体系,提升标准国际化引领能力。鼓励以省(自治区、直辖市)为单位构建充电基础设施监管与运营服务平台,规范充电基础设施信息管理。完善行业准入条件和管理政策,压实相关企业产品质量安全责任,严格建设、安装质量安全责任。

四是加强科技创新引领。大力推广应用智能充电基础设施,积极推动

配电网智能化改造,加强电动汽车与电网能量互动。加快推进快速充电、大功率充电、智能有序充电、无线充电、光储充协同控制等技术研究,持续优化电动汽车电池技术性能。

五是加大支持保障力度。压紧压实地方政府统筹推进充电基础设施发展的主体责任。落实峰谷分时电价政策,2030年前对实行两部制电价的集中式充换电设施用电免收容量(容量)电费。地方各级政府要建立协同推进机制,进一步加大对土地、资金等充电基础设施发展要素保障,持续跟踪解决重点难点问题。(据新华网)

中央军委政治工作部、纪律检查委员会印发《军队领导干部社会交往行为规范》

经中央军委批准,中央军委政治工作部、纪律检查委员会近日印发《军队领导干部社会交往行为规范》。

《规范》坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,深入贯彻习近平强军思想,贯彻落实全面从严治党、全面从严治军要求,着眼加强军队领导干部教育管理监督,对军队领导干部与地方党政机关和有关单位及其人员,企业(事业单位)及其相关人员,社会团体、新闻媒体、理论研究和学术交流机构及相关人员,少数民族和宗教组织及信教群众,国(境)外各类组织、机构、人员,亲友交往,以及互联网社交平台虚拟交往等8个方面交往行为提出明确要求,作出具体规范。

《规范》强调,各级党委应当加强军队领导干部社会交往管理,履行好主体责任,政治工作部门、纪检监察机关应当履行监督责任,及时发现和纠正违规违纪违法行为,对失职失责党组织和领导人员严肃问责,督促领导干部加强党性修养,强化自我约束,不断净化社交圈、生活圈、朋友圈,自觉做到交往有原则、有界限、有规矩。(据新华网)

新华视点

“燕窝粽”“人参粽”“鲍鱼粽”

部分地方天价奢华粽子现象调查

端午节临近,“新华视点”记者在部分省份采访发现,“燕窝粽”“人参粽”“鲍鱼粽”等“天价”粽子现身市场,馅料名贵、包装奢华。为躲避监管,奢华粽子多由商超销售转向预约订制,由实物礼品变为虚拟礼券,并打价格“擦边球”搞组合销售。走访中,不少销售人员表示,高端粽子礼盒通常是“买的人不吃,吃的人不买,十有八九都是用来送礼的”。

A 每盒动辄近千元,多是“人情粽”

近期,记者在部分五星级酒店、电商平台、高档餐馆等调研了解到,大量粽子礼盒主打“高端”“奢华”定位,在馅料中添加鱼翅、燕窝、海参、人参、黑松露等名贵食材,价格每盒动辄近千元。记者在西南地区某市一家五星级酒店暗访了解到,一款“鲍鱼粽”礼盒售价高达988元,里面只有12个粽子。

记者在部分电商平台搜索发现,不少热销粽子礼盒售价在500元以上。一家食品网店客服告诉记者,店内销量最好的一款粽子礼盒原价1288元,目前优惠价820元,含有12个添加名贵食材的粽子,平均每个粽子68.3元。“上架没几天,就卖出去近500份。”

还有一些“微商”在社交媒体搞所谓“土豪粽”代购。一名代购人员介绍,鱼翅、鱼籽、蟹黄等都能包进粽子里。“价格上不封顶,只有你想不到,没有买不到。”

除了附加一些高档食材,记者

还发现,过度包装也是豪华粽子礼盒普遍的特点。

为让月饼、粽子包装“瘦身”,2022年8月15日,《限制商品过度包装要求 食品和化妆品》国家标准第1号修改单正式实施,要求减少包装层数,月饼和粽子的包装层数最多不超过三层;降低包装成本,销售价格100元以上的月饼和粽子,包装成本占销售价格的比例不超过15%。

在西南地区某市一家酒店大堂显眼位置,摆放着一排售价为498元的“端礼雅韵”粽子礼盒。礼盒被设计成手提箱样式,烫金印刷的外壳上有两个皮革锁扣和一个皮革提手。记者解开锁扣翻开盖子看到,礼盒内部设计同样精美复杂,7个大小不一的小盒子分两列摆放,打开小盒子才能看到独立包装的粽子。酒店前台人员告诉记者:“这款礼盒制作工艺讲究,成本也高,很多人都是冲包装买的。”

在一些电商平台,不少店铺为

礼盒打上“奢华礼盒”“高端材质”“拒绝廉价感”等标签。某网店客服介绍,该店“鸿福御品”轻奢粽子卖得最好,其“打开后呈现三层步步高升的设计看起来很霸气”,再加上深压烫金工艺和彩金印刷,很有高级感。多家商铺表示,为了礼盒有质感,包装的重量往往是粽子本身的2到3倍。

值得注意的是,粽子这一传统节日食品,存在沦为“人情粽”“办事粽”的倾向。记者梳理电商平台一些热销礼盒的热门评价,“买来送关系户和朋友”“领导很满意”等成为高频词。

东部沿海一家企业负责人告诉记者,企业有一些重要客户、社会关系,逢年过节是送礼维持关系的重要时机。粽子本身价值不高,如果不加一些高端食材、包装不够高档,不附送其他礼品,就很难拿得出手。企业每年端午节前都会订制一批用来“办事”的礼盒。



▲在西南某市某酒店大堂显眼位置,摆放着一排售价为498元的“端礼雅韵”粽子礼盒。 新华网发

B 为避监管频出“新招”

记者发现,近年来,有关部门加大对“天价”食品、过度包装等问题的监管,部分奢华粽子的销售“由明转暗”,从商场超市向星级酒店、高档餐厅、社交平台转移。

在西部某市一家高档连锁酒店,大厅正在展示一款488元的粽子礼盒。服务员告诉记者,此款礼盒不公开出售,主要面向老会员和大客户,目前卖得很好。

“礼盒在店里只是展示,采取预约订制销售方式,不用怕有人检查。”在某网店微信小程序,一款售价2680元的“荣家端午礼”正在接受预约。客服告诉记者:“只

限特定会员购买,提供送达服务。”

同时,粽子“礼券化”也十分普遍。一些连锁糕点店、大闸蟹店依托线下门店多、线上平台全的优势,通过微信小程序等社交平台出售高档粽子礼券,可快递邮寄,也可到门店自提,并提供代写贺卡、开发票、指定日期送达等“送礼服务”。

一家知名糕点店线上客服说:“有些单位管得严,直接送礼盒不方便,不如送电子券安全。”东部某省一家五星级酒店大堂经理向记者介绍:“买礼券送人非常合适,如果收礼人不想提货,我们还可以

用现金回收礼券。”

2022年6月,有关部门发布《关于遏制“天价”月饼、促进行业健康发展的公告》,对单价超过500元的“天价”盒装月饼从严监管。

记者走访了解到,一些商家为规避“天价”之嫌,通过减少粽子数量将价格定在499元、488元等。例如,某连锁糕点店推出的“佛跳墙馅粽子”礼盒,价格480元,但只有6个粽子,折算下来每个粽子80元。还有一些商家采用组合销售的方式,单个礼盒400多元,搭配茶叶、高级食用油捆绑销售。

C 加大监管力度,狠刹不正之风

受访专家表示,豪华粽子“改头换面”依然存在,崇尚节俭、反对浪费、营造“清新”过节风气仍需久久为功。

山东大学社会学教授王忠武等专家表示,相关部门在加强线下销售渠道监管的同时,还要进一步加强对电商平台等线上销售渠道的管理,同时重点关注高端订制、会员礼券等新“招式”,警惕奢华粽子“由明转暗、由实转虚”。

此外,商品过度包装有关标准还需进一步完善。中国生物多样性保护与绿色发展基金会副秘书长王懿等专家认为,应对包装的材质、环保性、制作工艺等方面进行更细化的规定,优化初始包装认定规

则,完善包装检测计算方法,让生产经营者无可钻。

同时,需充分发挥行业自律与自我监督功能,督促行业协会制定遏制过度包装和追求奢华的行业公约,避免业内盲目竞争攀比、形成恶性循环。

重庆大学经济与工商管理学院教授廖成林等专家表示,节日期间正常人情往来无可厚非,但逢年过节往往伴随“四风”问题暗流涌动,对于“人情粽”“办事粽”等歪风邪气需坚决制止。纪检监察机关要加大监管力度,开展明察暗访,倡导党员干部廉洁过节,狠刹粽子中的“四风”问题。(据新华网)

市场监管总局部署 加强广告监管领域行风 突出问题排查治理

市场监管总局部署加强广告监管领域行风突出问题排查治理,提出多方面具体举措,其中包括加强互联网广告领域治理,紧盯直播带货广告、弹窗广告、“软文”等加大清理整治力度。

这是记者19日从市场监管总局获悉的。具体举措主要包括:推进“三品一械”广告审查服务规范化、便利化、标准化,加强互联网广告风险防控,强化传统媒体广告监管,加强广告监测风险监测,加强跨部门综合监管,规范广告产业园区管理,组织开展打击“神医”“神药”广告铁拳行动,积极开展地域横向协同,加大对违法广告主、广告经营者、广告发布者、广告代言人的查处力度。(据新华网)

中消协 开展“反对强制关注公众号”消费监督工作

停车缴费、点餐、购物等扫码支付代替人工服务已成为一种常见做法,但却因为部分场所设置通过关注公众号来缴费、被迫授权个人信息、日常频繁推送广告等情况,给不少消费者带来困扰。针对此类问题,中消协将在全国范围内开展“反对强制关注公众号”消费监督工作,委托专业维权志愿者对消费者反映的线索进行汇总、分析、整理,并视情节采取提示警示、约谈、提起消费民事公益诉讼等方式,依法维护消费者合法权益。

中消协表示,经营者将关注公众号或使用手机APP、小程序作为消费者行使权利或享受服务的前提,并在此过程中获取与服务无关的消费者个人信息的行为,违反了消费者权益保护法、个人信息保护法的有关规定,侵害了消费者的自主选择权、公平交易权,消费者有权拒绝和举报。

据介绍,北京市消费者协会、上海市消费者权益保护委员会、江苏省消费者权益保护委员会、深圳市消费者委员会等地方消协组织已经就“扫码强制关注公众号”发声,通过发布倡议、组织经营者签订承诺书、开展专项执法检查等方式,呼吁商场、餐厅、停车场等商家在扫码缴费过程中不强制消费者关注公众号、不过度索取消费者个人信息。(据新华网)

中国科学家: 公布十项新生代化石 研究世界之最



▲和政羊复原图。新华网发

近日,中国科学院古脊椎动物与古人类研究所在中国甘肃临夏回族自治州和政县公布了十项新生代化石研究世界之最。

中国科学院古脊椎动物与古人类研究所所长邓涛介绍,临夏盆地发现的十项新生代化石研究世界之最分别是:史上最大陆生哺乳动物巨犀的聚集地;最丰富的铲齿象化石;最大的三趾马动物群;最早的稀树草原群落;最大的鬣狗——巨鬣狗;独一无二的和政羊;熊类的最近祖先——戴氏祖熊;最早的拟声鸟类——和政盘绕雀;保存最久远的蛋白质;最大的马——埃氏马。(据新华网)

俄方称摧毁乌军“爱国者”防空系统 乌空军否认

俄罗斯联邦安全局6月19日说,成功阻止乌情报部门在扎波罗热地区的突袭行动。乌克兰总统泽连斯基18日晚否认有关“爱国者”导弹系统被摧毁的说法,表示导弹系统仍在工作中。

俄联邦安全局在官网发布消息说,该局成功阻止乌情报部门针对扎波罗热地区有关人员的恐袭行动,查明恐袭行动组织者是乌情报部门工作人员。

俄罗斯别尔哥罗德州州长格拉德科夫19日在社交媒体上说,乌军对该州卢伊基市的袭击造成7人受伤,数栋建筑受损。另据今日俄罗斯通讯社援引卢伊基市行政长官德博夫的话报道,该市一区域19日早

晨遭到多枚炮弹和火箭弹袭击,一个变电站受损。

俄国防部发言人科纳申科夫19日通报说,俄军当天使用海基远程高精度武器对乌军存放外国制造军事装备的地点进行集群打击,所有目标均被击中。俄军还击退了乌军在赫顿涅茨克、顿涅茨克、红利曼、赫利松等方向的进攻。

乌克兰总统网站18日报道,泽连斯基当晚在视频讲话中否认有关乌克兰的“爱国者”导弹系统被摧毁的说法。他说,导弹系统仍在工作中,仍在击落俄方导弹。

泽连斯基19日在社交媒体上说,当天他召开乌最高统帅部会

议,重点讨论前线局势。相关部门汇报了战况、弹药补给以及对俄军行动的预判。

乌空军发言人伊格纳特18日证实,赫尔松州东南部黑海沿岸的格尼切斯克一处俄军大型弹药库被摧毁。乌国家通讯社当天早些时候报道说,俄方控制的赫尔松州左岸地区发生剧烈爆炸声。

乌克兰敖德萨市议会18日在社交媒体发文称,敖德萨开放水域水质严重恶化,对居民健康构成威胁。市议会已决定禁止在敖德萨附近海滩游泳,禁止销售未在指定捕捞区域捕获的海鲜。

(据新华网)



“爱国者”导弹系统。资料图

关注俄乌局势