

时事动态



2月4日,小朋友在中国文字博物馆体验竹筒制作。元宵节期间,位于河南省安阳市的中国文字博物馆以“字韵华夏·喜乐元宵”为主题,推出了夜游博物馆活动。新华社记者 李安 摄

南水北调工程向北方调水突破600亿立方米

新华社北京电(记者 刘诗平)记者从中国南水北调集团有限公司了解到,截至2月5日,南水北调东、中、西三期工程累计调水突破600亿立方米。按照黄河多年平均天然径流量580亿立方米计算,相当于为北方地区调来了超过黄河一年的水量。

南水北调东、中、西三期工程于2014年12月实现全面通水。通水以来,年调水量持续攀升。目前,工程直接受益人口超过1.5亿人。

据南水北调集团相关负责人介绍,南水北调集团在做好年度正常供水工作的基础上,与水源、沿线省市密切协作,统筹正常供水和生态补水,兼顾输水调度和防汛抗洪。在主汛期前,增大河流生态补水流量,助力修复华北地区河湖生态系统。进入主汛期后,实时优化调度,动态调整上下游之间补水流量,根据河流行洪情况错峰调度,全力加大向北方供水。

我国启动2023年“老字号嘉年华”活动力促消费

新华社青岛电(记者 王凯 谢希瑶)2月4日,全国迎春消费季——2023“老字号嘉年华”暨“惠享山东消费季”在山东青岛启动,释放力促消费暖意。党的二十大报告提出,增强消费对经济发展的基础性作用。去年底召开的中央经济工作会议部署,要把恢复和扩大消费摆在优先位置。《扩大内需战略规划纲要(2022—2035年)》提出,打造中国品牌,培育和发中华老字号和特色传统文化品牌。

商务部部长王文涛在启动仪式上通过视频致辞表示,全面启动2023年“老字号嘉年华”,就是要以此次活动为起点,统筹线上线下、全年持续推进,以更高品质的商品供给、更加新颖的消费场景,让群众在品味老字号的过程中,拥有更多获得感、幸福感。

商务部流通发展司副司长李刚介绍,今年商务部将2023年“老字号嘉年华”作为全国迎春消费季的重要内容,将围绕节日消费、掌门人直播、老字号探店三大主题,统筹策划28场全国性重点活动,指导各地聚焦重要节点,推出百余场特色活动,为消费者献上一场线上线下结合、贯穿全年的消费和文化盛宴。

冬奥一周年 全国冰雪热

北京冬奥会开幕一周年之际,“冰丝带”的场馆纪录墙上多了10个名字。11岁的张鑫予是2月4日“冰丝带”市民速度滑冰系列赛参赛年龄最小的选手,作为女子青少年乙组优胜者,她和另外九位市民优胜者得到了纪录“上墙”的冬奥冠军待遇。

让百姓成为冬奥赛场上的绝对主角,是北京冬奥会留下的最宝贵财富。自2022年7月9日“冰丝带”正式对公众开放至今,“冰丝带”累计接待游客近21万人次,其中14万人次体验参与了冰上运动。此次比赛正是场馆培育自主赛事新的探索,北京国家速滑馆经营有限责任公司副总经理程淑洁说,未来,场馆将承办多元化、多层次的赛事,不断创新方式邀请公众走进“冰丝带”。

在向大众开放的道路上,“冰丝带”并不孤单。在首钢滑雪大跳台、在国家高山滑雪中心“雪飞燕”、在河北崇礼的云顶滑雪公园……众多冬奥场馆在这个冬季成为无数国人的打卡地。4日的国家跳台滑雪中心“雪如意”热闹非凡,河北省第四届冰雪运动会正式开幕,并发布北京2022年冬奥会张家口赛区竞赛场馆后续利用计划和京张体育文化旅游带项目,河北省体育局局长王彪表示,希望能巩固提升河北3000万人参与冰雪运动的成果和质量,带动冬奥场馆和市县冰雪场馆综合开发利用,助推后奥运经济发展。

北京冬奥会的辐射力度远远不止冬奥场馆。刚刚过去的春节假期,吉林省冰雪市场表现火爆,万达长白山度假区营业收入连续三天超千万元,北大湖周边民宿订单较2019年增幅达16倍。吉林省体育局局长牟大鹏表示,北京冬奥会一年以来,冰雪运动在吉林省取得前所未有的发展,目前共建成各类滑雪场75家,雪道总面积1256.8公顷、总长度358.1公里,单日最大接待量达12万人次。

在冰雪资源较为稀缺的南方,冰雪产业的发展也呈现一派欣欣向荣景象。安徽省天柱山滑雪场负责人张伟对此感受很深:“2022年之前,我们一年最高接待量也就1万多人(次),但北京冬奥会举办这一年就达到3万人(次)。”今年春节七天假期,滑雪场接待量达1.1万人次。“从2022年12月18日开始算起,截至2023年1月31日,这个冬季接待量就超过4万人(次)。”张伟还发现,自带滑雪设备的“发烧友”和有组织的滑雪俱乐部成员越来越多。

从看冬奥比赛,到自己上场学习滑冰滑雪,这是近年来不少中国人的新尝试。南京市民陈茜去年第一次踏上真冰,今年春节期间第一次穿上了雪板,“冰雪运动的魅力真的很强,虽然我还只是个初学者,但已经成了不折不扣的发烧友,我想下个冬季能到北方去滑更有难度的雪。”26岁的她说自己有了新目标。

兔年春节前后,上海推出20多项冬季项目赛事活动,除了十多块固定冰场开门迎客外,上海还新添15块季节性移动冰场。虹口足球场洛克公园的露天篮球场就摇身一变成为滑冰场,上海洛合体育发展有限公司董事长戴富祺表示,南方喜欢冰雪运动的人越来越多,这个改造不仅解决了冬天露天球类客流量较少的问题,也让爱好冰雪运动的市民有了滑冰的好去处。

而在江苏,社区冰雪运动会已在淮安、宿迁、徐州、无锡等地先后举办,3月前还将在常州、苏州举办。从3月开始,江苏省中小冰雪项目系列赛活动将进行19场。

从看冬奥比赛,到自己上场学习滑冰滑雪,这是近年来不少中国人的新尝试。南京市民陈茜去年第一次踏上真冰,今年春节期间第一次穿上了雪板,“冰雪运动的魅力真的很强,虽然我还只是个初学者,但已经成了不折不扣的发烧友,我想下个冬季能到北方去滑更有难度的雪。”26岁的她说自己有了新目标。

新华社南京电

今日关注



2月4日,沈阳客运段列车工作人员在列车上挂上花灯。2月4日,一场以“玉兔纳福福如意,高铁团圆庆元宵”为主题的高铁灯会会在G8039次列车上举行。新华社记者 杨青 摄

全国供销合作社系统 全力保障今年春耕农资供应

新华社北京电(记者 侯雪静)记者2月5日从中华全国供销合作社了解到,供销社日前发布通知要求全系统坚决扛起农资保供的政治责任,充分发挥供销社农资流通主渠道作用,全力保障2023年春耕农业生产用肥用药稳定供应,为夏粮丰收奠定良好基础。

根据通知,各省级供销社要进一步健全完善农资保供工作机制,稳定农资保供工作专班,积极构建省市县三级农资应急保供体系,形成上下联动保供的长效机制,确保农资应急保供联合社指挥调度体系和社有农资企业业务运营体系顺畅衔接、高效运转。强化以县域为单位调度农资供需情况,建立“点对点”应急保供配送机制,切实提高系统农资应急供应能力。

据了解,为保障今年春耕农资供应充足,自去年农资冬储以来,全国供销合作社系统加大采购、调运和储备力度,2022年四季度累计从工厂采购肥料4163.2万吨、农药43.3万吨,预计今年1月至4月还将采购肥料3500万吨、农药30万吨左右,并将按照有关部门安排有序投放市场,让农民能够及时用上放心农资。

据了解,为保障今年春耕农资供应充足,自去年农资冬储以来,全国供销合作社系统加大采购、调运和储备力度,2022年四季度累计从工厂采购肥料4163.2万吨、农药43.3万吨,预计今年1月至4月还将采购肥料3500万吨、农药30万吨左右,并将按照有关部门安排有序投放市场,让农民能够及时用上放心农资。

莫让外卖成为餐饮浪费“高发区”

新华社记者 刘惟真 邓浩然

随着我国外卖餐饮市场规模不断扩大,“叫外卖”已成为很多人特别是年轻消费者的生活方式。然而记者走访发现,在餐后的垃圾回收处,时常有外卖被吃一半、扔一半,“舌尖上的浪费”仍较严重。

近年来,各地积极开展“光盘行动”,大力整治浪费之风,厉行节约观念更加深入人心。但专家提示,这项工作需常抓不懈,莫让外卖成为餐饮浪费“高发区”。

警惕点餐“超必要”现象

截至2021年12月,我国网上外卖用户已达5.44亿,外卖市场规模持续扩大。然而,“外卖经济”升温的同时,其背后的餐饮浪费现象也不容忽视——写字楼垃圾回收处多份外卖余量超过一半,没喝几口的奶茶直接被扔进垃圾桶……记者近日走访发现,一些浪费情景令人触目惊心。

此前,安徽农业大学经济管理学院教师宋亮等,以安徽省在校大学生为例进行餐饮外卖食物浪费水平调研,结果表明,仅31.5%的受访者表示外卖就餐几乎不浪费。

记者调研发现,一些点餐的“隐形套路”成为消费者超量点餐的“推手”——“加单”反省钱,点餐“超必要”。多位消费者称,满减折扣、“天天神券”、外卖红包已成为点外卖的“标配”,

种种促销活动常常让自己“越算越浪费”。“有的时候点得越多越便宜,不少消费者会为了凑满减、用红包而‘强行加单’。”长期在食品行业工作的朱琳说。

——小份价格高,大份搞促销。记者在一家商户的点餐页面看到,该餐厅的招牌菜之一“传家肘子”小份菜50克重,标价78元;大份菜1000克重,标价138元。两者价格相差近一倍,大份菜的菜量却是小份菜的20倍。多位消费者表示,十分欢迎小份菜,但有的分量太少、性价比不高,明显不划算。

——强凑起送价,点完吃不了。“多数外卖商家起送价在20元左右,一些商家起送价超过50元,必须点够分量才能配送。有时朋友们中午会点麻辣烫,虽然每份食材很便宜,但凑够起送价送来就是满满一大碗,吃不完又很难打包带回家。”朱琳说。

有关专家指出,随着近年来餐饮外卖行业的快速发展,不少消费者选择点外卖就餐,亟须警惕点餐“超必要”现象造成规模较大的餐饮浪费。

外卖浪费为何禁而不止?

近年来,各地纷纷出台反食品浪费的相关条例,不少商家也严格遵守,然而外卖浪费现象依然较为突出。专家认为,这反映出目前平台治理和餐饮业发展面临的一些问题。

——餐饮企业经营压力。天津市

奠定良好基础。

根据通知,各省级供销社要进一步健全完善农资保供工作机制,稳定农资保供工作专班,积极构建省市县三级农资应急保供体系,形成上下联动保供的长效机制,确保农资应急保供联合社指挥调度体系和社有农资企业业务运营体系顺畅衔接、高效运转。强化以县域为单位调度农资供需情况,建立“点对点”应急保供配送机制,切实提高系统农资应急供应能力。

指出,目前部分商家在满足不同年龄、口味消费者的个性化需求方面还存在欠缺,客观上也容易造成餐饮浪费。

多措并举减少外卖浪费

记者了解到,针对外卖浪费,近年来外卖平台企业一直在推进相关反浪费举措,例如鼓励商家丰富菜品规格,提供小份菜、单人餐等多种选择,在确认订单页提示消费者“适量点餐、避免浪费”等。专家认为,下一步还需多方发力,促进相关举措更好落实,形成勤俭节约的外卖新“风尚”。

某外卖平台相关负责人表示,平台商家可完善套餐设置,进一步优化菜品,根据就餐人数、类型设置菜品多样、内容丰富的套餐,更好照顾和满足消费者个性化、差异化的需求。王小波建议,未来可通过更有力的引导和激励,加快推广小份菜、单人餐等,倡导形成合理点餐、防止浪费的良好风气。

完善图片说明,使消费者一目了然也很重要。王小波建议,平台与商家可进一步细化完善对菜品分量、成分的标识说明,让消费者点餐时能有更加清晰的概念,尽量避免浪费行为发生。李京津认为,未来平台可推出“分量自动提醒”功能,在消费者设置用餐人数后根据不同餐厅的情况给出分量提示,帮助消费者进行选择。

朱琳、韩云峰等认为,针对外卖浪费,相关平台企业要进一步承担起应有的社会责任。平台可牵头优化满减等促销机制,避免过度价格竞争,形成良性的商业环境。

“未来可进一步推动反食品浪费法落地落实,通过不断完善法律机制,加强行业监督等方式防止食物浪费。”王小波说。



三部部门联合印发《养老和家政服务标准化专项行动方案》

新华社北京电(记者 赵文君)记者近日从市场监管总局获悉,我国将加强养老和家政服务标准化建设,满足老年人多样化、多层次养老服务需求,促进家政服务提质扩容。

市场监管总局、民政部、商务部近日联合印发了《养老和家政服务标准化专项行动方案》,提出了到2025年养老和家政服务标准化工作的总体目标以及4大方面、10项重点工作。

在标准体系建设方面,行动方案提出优化养老和家政服务标准供给结构,从支撑行业管理、提升服务质量、引领产业转型升级3个方面提出重点标准制修订项目。进一步强化标准实施与行业发展规划、改革任务、专项行动等的协同推进,提出向消费者明

示服务标准、完善标准实施信息反馈机制、分批部署150个标准化试点示范项目等任务。

在标准化能力建设方面,行动方案提出推动将标准化知识纳入养老、家政从业人员技能培训,建立以标准为支撑、覆盖从业人员和服务机构的评价机制。促进养老和家政服务领域国内国际标准衔接,强化国际标准化人才培养,支撑构建高标准服务业开放制度体系。

下一步,市场监管总局将会同民政部、商务部持续关注人民群众的现实需求,进一步优化养老和家政服务标准体系,加速服务标准提档升级,以标准引领养老和家政服务业规范化、品质化、数字化、融合化发展,形成标准化与养老和家政行业联动发展新局面。

中美研究团队发现新型结晶抑制剂 或成为肾结石患者福音

新华社天津电 日前,天津大学龚俊波团队与休斯敦大学等开展国际合作,成功发现一种新型结晶抑制剂。该抑制剂可有效抑制诱发尿酸盐结晶形成的晶体生长,有望为肾结石患者带来福音。

该研究得到国家自然科学基金支持,成果发表于国际权威期刊《自然·通讯》。

肾结石是泌尿系统常见疾病,早期肾结石症状不明显,但随着病情进展,可引发血尿、肾绞痛,严重时损伤肾脏功能,甚至诱发尿毒症。

肾结石是尿液中无机或有机盐类浓缩过饱和析出形成的晶体聚集体。结晶抑制剂被认为是一种重要的肾结石防治手段,其原理是通过“晶体—抑制剂界面相互作用”抑制晶体形成甚至溶解结晶,从而阻断结晶形成过程。

天津大学结晶中心龚俊波教授团队与休斯敦大学课题组合作,首次发现了尿酸盐—烯醇互变异构体可成为

一种高效的“伴生抑制剂”。这种新型抑制剂能在特定浓度下产生“自抑制”结晶现象,可以控制甚至完全阻止晶体生长,为尿酸盐结晶预防治疗提供了全新思路——患者只需把尿酸浓度控制在特定范围内,就能长效抑制尿酸盐晶体生长,不再需要其他外来治疗药物抑制肾结石的形成。尽管目前实现这种治疗路径还有待进一步研发,但这项发现具有广阔的研究前景和医疗价值。

“药物有效性与它们在人体中的溶解速率密切相关,通过这项研究,我们还找到了当互变异构体作为缺陷被纳入药物晶体内部时,会对其溶解速率产生显著影响这一重要规律。”据该成果论文第一作者、天津大学化工学院汤伟伟讲师介绍,“这不仅是学界在肾结石病理结晶机理与调控方面取得的重要进展,还可为高端药物晶体质量控制和工业结晶过程开发提供科学理论指导。”

国家邮政局监测数据显示,农历新年以来全国快递业务量连续稳步上升,1月29日至2月2日连续5天每天超3亿件。

快递业一头连着生产供给,一头连着消费需求,被称为经济发展与消费活力的“晴雨表”。

“这些数据表明我国居民消费信心不断增强,消费市场活力日益强劲,潜力加速释放,经济稳步回升步伐有所加快。”国家邮政局发展研究中心业务研究三部副经理王岳含说,业务量的快速恢复凸显快递业在服务生产消费、畅通经济循环、服务构建新发展格局中的基础性、战略性、先导性作用,为促进国民经济良性循环提供有力支撑。

“我国的快递业已走进千家万户,可以说‘无处不在’。在推动流通方式转型、促进消费升级方面发挥着越来越重要的作用。”中国国际发展知识中心副主任魏刚刚说,快递业已成为经济循环畅通的重要标志。

魏刚刚认为,今年快递业能快速恢复的原因,除了疫情趋缓、经济复苏、消费提振等因素外,还有赖整个行业的未雨绸缪。无论是春节前对假期快递服务保障工作的周密部署,还是春节期间上下联动对假期服务保障情况的督导检查,以及春节后大力推进保通保

畅和复工返岗工作,邮政管理部门发挥了统筹协调的作用,快递企业也备好人手做好服务保障。

“当前我国经济正稳步回升,快递业也随着经济的企稳回升而放量增长。”北京邮电大学邮政发展研究中心主任赵国君说,三年疫情使得人们对快递服务的使用习惯和认知进一步提升,如今的快递业愈发具有经济附加值、显著技术导向等特征,同时带动了诸多产业的发展。

国家邮政局表示,2023年将继续推进农村寄递物流体系建设,加强县级寄递公共配送中心和村级寄递物流综合服务站建设,推广“交邮合作”、邮快合作等共同配送模式,深化农村“客货邮”融合发展,开展农村电商快递协同示范创建。

同时,将加快推进“快递进厂”工程,年内推出一批快递服务先进制造业深度融合典型项目和试点先行区,推动快递功能进园区、入厂区,形成更加匹配制造业物流需求的服务能力;着力打造现代化国际化快递物流企业,持续推动中欧班列常态化运输邮件和跨境电商商品,开展“快递进出境”品牌创建活动,引导企业完善境外枢纽和地面网络布局,增强国际网络的连通性和稳定性。

快递背后的经济活力

新华社记者 戴小河