

手握网约车经营许可,企业投资500多万元买来40辆车,当地交管局却不予上路

先说“许可”后说“不行” 甘肃定西现“奇葩审批”

本报讯(记者康劭)在深化“放管服”改革、降低准入门槛的当下,曾在全国各地喧嚣一时的“网约车上路难”已渐成旧闻。但9月2日,国务院第六次大督查第十五督查组在甘肃定西却处理了这样一起“奇葩审批”——当地管理部门先说“许可”后说“不行”,导致一家网约车公司陷入困境。

今年1月,定西市安定区一家网约车公司在拿到当地政府核发的《网络预约出租汽车经营许可证》后,投入500多万元购买了40辆新能源汽车。该公司给车辆安装了卫星定位、报警设备等装置,只等上路。

但在办理后续手续时,交通运输管理部门却告知“不能办理”。当地交通运输局给出的理由是:定西的出租车本来就已饱和,网约车上路会导致“挤”,而“挤”就会导致“乱”。

该交通运输局表示,这是依据甘肃省社科院做过的关于定西市出租车的调查报告。然而,在这份报告中,甘肃省社科院给出的建议却是:适度增加出租车市场运力水平,并积极培育网约出租车市场。这与当地行政主管部门声称的运力过剩结论截然相反。

由于后续手续办理受阻,该公司网约车无法上路,企业由此陷入困境。无奈之下,

公司多方投诉并向国务院督查组反映。

国务院督查组调查发现,定西市城区的出租车数量现为594辆,这个数字从2011年起到现在一直没变,但同期城区常住人口数量已从16.37万人增加到21.56万人。显然,适度发展网约车并无不可,当地交通运输管理局的做法不仅“于法无据”,而且还存在行政决策任性随意、行政主管部门变相设置准入门槛、漠视企业发展和人民群众需求等方面的问题。

据了解,目前定西市政府正在针对督查发现的问题进行整改。9月9日,定西市政府召开常务会议,专题研究网约车“上路难”问

题整改工作。定西市委副书记戴超坦言,网约车“上路难”问题,事关群众切身利益,反映出全市在“放管服”改革方面存在的差距,反映出个别干部工作作风方面存在的问题。

有关人士分析指出,虽然各级政府部门正在加快构建“只去一栋楼、只进一扇门、受理一个窗、办理一张网、群众一跑跑”政务服务模式,不断优化营商环境,激发经济活力,但在部分地方不作为、乱作为的“惯性”依然存在。唯有持续简政放权,创新监管方式,真正营造透明便捷、高效便利、诚信公平、法治廉洁的营商环境,才能杜绝类似的“奇葩审批”。

我国共有国家标准3.6万多项

据新华社北京9月11日电(记者赵文君)国务院新闻办公室11日举行中国标准化改革发展成效新闻发布会。国家市场监督管理总局副局长田世宏在发布会上说,新中国成立70年来,中国标准化事业经历了“起步探索”“开放发展”和“全面提升”三个阶段。截至目前,我国共有国家标准36877项。

田世宏介绍,我国标准化工作实现了三个历史性转变,由政府一元供给向政府与市场二元供给,由工业领域向一二三产业和社会事业全面拓展,由单一采用向采用与制定并重。这改变了过去政府制定什么标准,企业就执行什么标准的局面,更加突出了市场主体在标准制定中的作用,新确立了团体标准法律地位,更好满足了技术创新活跃、市场需求旺盛领域对标准的需要。

统计显示,我国的标准体系实现了农业、工业、服务业及社会事业各领域的全覆盖,在国家标准中农业标准占比达11.4%,工业标准占比达73.5%,服务业和社会事业的占比达15.1%,服务领域的标准占比在不断提升。



多措并举保障节日菜蔬供应

9月11日,市民在海口市金贸文华农贸市场内的“菜篮子”平价菜直营摊位选购蔬菜。中秋、国庆节将至,海口市相关部门

多措并举,保障节日市场市民“菜篮子”供应充足、价格稳定。海口市菜篮子产业集团根据市场需求积极组织蔬菜调运,从岛

内外调运常用储备蔬菜,目前蔬菜库存667吨,储备菜品种有土豆、大白菜、莲花白等13个品种。新华社记者 杨冠宇 摄

一些机构披露的息费与实际借贷成本不一致,中国互金协会要求

互联网在线贷款综合年化成本须明示

本报北京9月11日电(记者杨召奎)中国互联网金融协会(以下简称中国互金协会)今天向会员机构发布通知,明确互联网在线贷款综合年化成本的披露和明示自律要求,进一步强化对金融消费者权益保护工作的力度。

据悉,为促进互联网金融行业健康发展,

规范互联网在线贷款综合年化成本披露和明示行为,中国互金协会根据国家金融监管部门相关政策规定,开展了互联网在线贷款综合年化成本的披露和明示自律规则的起草工作,来自协会相关部门和从业机构的代表参加了起草工作。

通知指出,当前一些从业机构仍存在

仅以日利率、月利率、服务费等模糊方式开展宣传,所披露的息费与实际借贷成本不一致,致使一些金融消费者做出了错误的判断并参与交易。为此,中国互金协会就规范互联网在线贷款综合年化成本披露和明示行为提出了明确的自律要求,要求各会员机构在从事各类互联网在线贷款业务时,应在产品展示、广告、合同、宣传等渠道以醒目方式明示金融消费者所需承担的综合年化成本,对借款人给予清楚的风险警示。

此外,中国互金协会将于2019年10月开始对部分会员机构互联网在线贷款的综合年化成本披露和明示情况进行抽查,对发现拒不遵守自律管理要求的会员机构,除依照相关章程给予自律惩戒外,将提请监管部门依照相关法规处理。

生产线上的“百变星君”



丁照民:

富奥汽车零部件股份有限公司泵业分公司焊工。

凭借钻、刳、勤、悟的劲头,他做到了“焊、铆、钳、锻、机械制造设计”样样精通,屡屡在关键时刻为企业破解难题,被誉为生产线上的“百变星君”。基于技术全面的优势,他先后自主研发工位器具150件,完成各类创新成果600多项。全国技术能手、全国劳动模范,第十四届中华技能大奖获得者。

周星驰主演的电影《百变星君》,想必很多人都看过。忙碌在生产线上的丁照民,就堪称一位现实版“百变星君”,他总能在关键时刻“变身”克敌,为企业破解难题。

“宁可身受累,不能脸受热”,牢记父亲的叮嘱,丁照民16岁接班当上焊工后,一丝不苟跟着师傅学技术,天天“着了魔”似地练,很快就在省、市技能比赛上摘金夺银。

一次,其所在公司试生产一款重型车用水泵产品,因水泵壳体铸造精度高,腔体复杂,而且铸壁非常薄,平均只有5mm,导致加工过程中废品率居高不下。丁照民主动请缨,历经无数次试验,终于摸索出一种适宜的焊接技术,把焊接成功率由20%提高到了90%以上。

2011年,公司一台关键设备的电机铝外壳开裂,该铝壳厚度仅3mm,且与电机核心部位几乎镶嵌在一起,焊接修复稍有不慎,就会令设备彻底报废,大家谁也不敢动手。当此之际,又是丁照民挺身而出,他苦思冥想,编制出一套焊接工艺,紧接着施展自身铝熔接技术,仅用3个小时就完美修复了壳体裂缝。

“光焊接技术远远不够,现代企业最需要的是复合型人才!”胸怀这份见地,丁照民业余时间还主动自学了铆、钳、锯、机械原理、机械制图……渐渐习得“十八般武艺”,成为生产线上的“全能”。

丁照民所在公司进口设备多,每次出现故障,要么需进口配件,要么得请国外专家出马,不但费用高,而且因维修周期长,经常耽误生产。“不能让外国人卡咱脖子!”丁照民憋了一口气,决心凭借自身技术比照民的优势,自行维修。

比如,进口螺旋排屑机构因故障频发,动辄“趴窝”。见状,丁照民找来废弃排屑机构,细研原理、自己制图、放样下料,模制冷却……3天内就做出5个性能优异的排屑器,每个成本仅200元。怀抱一颗强烈的责任心,迄今为止,丁照民已先后成功修复洋

设备10余台。

2012年,公司新厂区即将建成投产。为杜绝厂房内“铁屑飞溅、油污满地”现象,厂领导把“生产设备制造主动防护装置”的紧急任务交给了丁照民。

300多台设备,型号不一、结构迥异,测绘、设计、制作、安装、调试,丁照民每天工作15个小时,回到家,累得饭都不想吃,有时半夜灵感来袭,他也会立即爬起来写写画画。最后,他在一年时间内自行设计制造出了车床冷却液除尘器、专用清洗机 etc 300余种防护装置,极大改善了生产作业环境。同时,他还为气泵车间专门设计制造了两条工件周转流水线,既能有效防止工件周转损伤,还能大幅提高工作效率,减轻工人劳动强度。

“丁照民是厂里的宝贝疙瘩,技术强、爱动脑,想干事、能成事,踏遍企业10万平方米的现代化厂区,几乎每个车间都有他的功劳!”提起丁师傅,厂领导赞不绝口。

“一个人再能耐,作用也有限”,在带徒传技上,丁照民向来不遗余力,其多名徒弟曾获省、市技能比赛冠军、亚军。鉴于国家对高技能人才的迫切需求,从2010年起,丁照民又欣然应邀,开始到辽源技师学院义务授课,在他的无私指导下,该校焊接专业学生的初级工职业鉴定通过率由原来的40%猛升到80%以上。

作为全国劳模、“国家级技能大师工作室”的掌门人,近年来,丁照民还积极率领当地各行业首席技师组成攻关团队,一方面凝心聚力,共同为本地企业破解技术难题;一方面广传技艺,将工匠精神的火种播撒到了更多青工的心中。

“一个人不管从事什么工作,只要尊重自己的岗位,肯努力,愿付出,就能实现自我价值。”丁照民说。

吉林工匠 铸就辉煌

广告

传统月饼品牌不断追求出新,餐饮、文创等行业跨界“玩家”日渐增多

“网红月饼”给中秋消费添亮色

本报记者 张 千

中秋未至,月饼先到。近日,记者走访北京多家大型连锁超市发现,中秋月饼专柜已成为各超市的迎客标配。

在今年的月饼市场上,传统月饼品牌依然热衷于出新、出奇。同时,越来越多的非月饼类品牌,尤其是餐饮、文创行业,尝试跨界加入中秋“网红月饼”的行列。

从内到外,尝试新创意

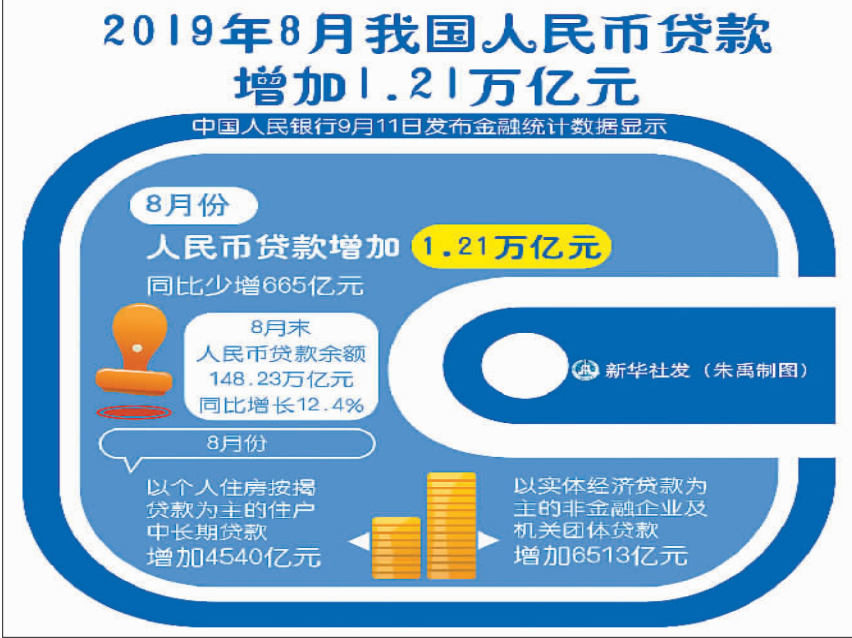
每年中秋,来自北京的傅海燕都要购买北京稻香村月饼,但今年她发现,传统品牌可能并非最佳选择。“最近在微博、B站看到多款热门月饼测评,要么包装时髦,要么馅料惊人。”傅海燕向《工人日报》记者展示手机里浏览过的月饼测评视频,大多口味猎奇、包装时尚。

记者注意到,为了满足当前市场需求,不少新老月饼品牌都在努力尝试新创意,以吸引更多消费者,尤其是年轻消费群体。

口味依然是月饼创意市场的重要突破口。针对年轻群体追求新奇、个性的特点,一些月饼礼盒取消了传统的五仁、枣泥、豆沙等口味,增加了流心蛋黄、抹茶、巧克力等口味。还有一些主打猎奇风味的月饼受到年轻群体高度关注,例如燕窝、鲍鱼、小龙虾、藤椒牛肉、榴莲、香菜等口味的月饼已经成为新晋“网红月饼”,网络话题度一路升高。

新零售平台盒马鲜生今年推出现烤月饼,将三文鱼芥末、梅干菜、小龙虾与月饼搭配,大大突破消费者的想象。根据近日《盒马传统节日消费趋势报告》数据,今年现烤月饼已销售近200万只。其中,新式口味销量远超鲜肉、豆沙等传统口味。

除了口味创新,商家在包装、造型上也紧跟潮流。月饼的颜色也开始丰富起来。一些饼皮在单一黄色的基础上增加了黑、绿等颜色。许多品牌纷纷跨界、联名,追赶这股月饼



检查效率更高,对粮情变化监测更精准

智能化粮库让粮食“看得见、管得住”

本报北京9月11日电(记者杨召奎)“点击这个画面,这个粮库保存的是大豆。放大之后,大豆会有鸡蛋这么大,相当于拿着放大镜观察粮食,所以粮食有问题或者上面有虫子等都能看得清清楚楚。”今天,在中国储备粮管理集团有限公司第二届公众开放日启动仪式上,中储粮工作人员在演示智能化粮库在线监测系统时说。

据悉,2014年中储粮启动为期3年的智能化粮库改造,基于大数据中心和云计算技术,搭建集粮情远程监测、智能出入库监管、库存数量监测等多功能于一体的智能化粮库管理体系,实现信息化技术与粮食储备业务深度融合。2017年,中储粮已经实现所有中央直属粮库的智能化监管全覆盖。数万个监控探头和数百万个粮情传感器,构成了世界最大的粮食物联网。截至今年7月,中储粮智

能化粮库系统已覆盖全系统900多个库点。通过布设在粮堆中的传感器,每栋仓房的粮食温度、湿度可以被实时采集、分析、预警,成为名副其实的粮库管理“千里眼”。通过在线粮情监测系统,在中储粮总部,还可以查看全国任何一个直属库任何一个仓库的粮食储存情况,进行大数据分析,可对粮情变化趋势进行智能预测和预警。

中储粮有关负责人表示,管理粮食不再仅仅依靠报表,而是直接管控到现场,到实地,到粮情的大数据即时变化,这样效率更高、监测更精准,真正实现了粮食“看得见、管得住”。

记者了解到,以前,每一个粮仓就是一个独立的储粮单位,信息查阅靠人力、看报表,把一个直属库所有的粮仓检查一遍,要大半天时间,而现在使用智能远程在线监测系统,20分钟就能检查完。

国新办就稳定生猪生产、保障市场供应有关情况举行发布会

加快恢复生猪生产推动生猪产业转型升级

本报北京9月11日电(记者王群)猪肉价格成为近期民众关注的热点。“去年4月份以来,受‘猪周期’下行、猪瘟疫情冲击和一些地方不当行政干预的影响,我国生猪产能持续下滑,今年猪肉供应相对偏紧,价格上涨较快。”今天,国务院新闻办就稳定生猪生产、保障市场供应有关情况举行发布会。发布会上,农业农村部副部长于康震表示,从长远发展来看,保障老百姓的“菜篮子”和养殖场户的“钱袋子”,关键是加快推动生猪产业的转型升级,实现高质量发展。

9月10日,国务院办公厅印发的《关于稳定生猪生产促进转型升级的意见》提出了当前和今后一个时期稳定生猪生产促进转型升级的思路、目标和政策举措,并提出了猪肉自给率、养殖规模化率和规模养殖场(户)粪污综合利用三方面量化目标。

发布会上,于康震介绍,我国是生猪生产和消费大国,生猪的饲养量约占全球一半,猪肉在居民肉类消费结构中的占比高达62.7%。

“本轮生猪产能下降、猪肉价格上涨,受多重因素影响,其中非洲猪瘟疫情是很重要的因

素。”财政部农业农村司负责人姜大峪表示。

姜大峪说,去年8月疫情发生后,中央财政已将非洲猪瘟纳入应急响应补助范围,并将补助标准暂由800元/头提高到1200元/头。截至目前,中央财政已经专门安排非洲猪瘟防控相关资金13.42亿元。

值得关注的是,眼下,虽然非洲猪瘟疫情的数量比去年同期明显减少,但是疫情发生的隐患、风险依然很高。于康震说,眼下加快恢复生猪生产是当务之急,但在抓好生猪生产恢复发展的同时,同样不能忽视、放松对非洲猪瘟的防控,应坚持生猪生产和非洲猪瘟防控两手抓。

一些地方政府打着环保旗号,利用划定禁养区、挤压和限制包括生猪在内的畜禽养殖业发展……

“绝不能打着环保的旗号,借改善环境质量之名,随意扩大禁养区的范围。”生态环境部土壤生态环境司司长苏克敬说,接下来将针对随意扩大禁养区范围和限制散养户等违法违规的问题进行排查,全面核实禁养区划定和管理情况,立即整改违反法律法规规定超划禁养区的情形。

传统月饼品牌不断追求出新,餐饮、文创等行业跨界“玩家”日渐增多

“网红月饼”给中秋消费添亮色

屈的时尚大潮,一改以往雍容华贵但略显“土气”的传统路线。

今年,入局中秋月饼市场的“新玩家”明显增多,星巴克、海底捞、呷哺呷哺、奈雪的茶、良品铺子等非传统月饼类餐饮品牌,纷纷推出中秋礼盒,其中通常还会搭售或赠送茶叶、丝巾、杯子等商品。

吃的不仅是月饼,还有文化

今年,来自文创行业的多款月饼受到了市场的热捧。月饼是饱含中华文化精髓的节日食品,以中国风为主题的文创月饼热度持续增长。精致的月饼礼盒已经不仅是一种社交礼品,更被商家赋予了更多文化与情怀的味道。

作为文创界的顶级流量IP,故宫延续了往年精致典雅的中国风月饼礼盒。“故宫淘宝”与稻香村合作推出了名为“人眼秋光尽是诗”联名款中秋月饼礼盒,目前已售罄下架,最终成功交易订单超6000个。“故宫食品·朕的心意”旗舰店,今年推出三款月饼礼盒,价格在100元到400元之间,累计销量已超2万盒。

9月初,故宫文创产品的爱好者张晨花178元网购了其中一款名为“锦绣花瓶”的故宫文创月饼礼盒。“以前买盒装月饼主要是为了送人,今年我额外为自己买了一道。”张晨对记者表示,其实故宫月饼的味道和普通的鲜花饼、绿豆糕等点心差不多。“我对味道没什么期待,主要是喜欢传统文化。”

据了解,文创月饼的礼盒并不简单。以故宫“锦绣花瓶”为例,礼盒邀请江西省非物质文化遗产技艺传承人吴江钟设计绘图,盛放月饼的盒子呈圆柱形,现在张晨将它放在卧室书桌上,成为家里一件独特的装饰品。

今年,全国不少博物馆都推出了月饼礼盒。敦煌博物馆推出了以敦煌文化为主题的中秋月饼礼盒,三星堆博物馆推出“三星伴月”礼盒,成都博物馆推出“携手同礼”礼盒、

金沙遗址博物馆推出《山海经》主题礼盒……有网友在社交媒体上留言:咱吃的不是月饼,是文化。

网红月饼,看着诱人也要买得放心

根据华经产业研究院《2019-2025年中国月饼行业发展趋势预测及投资战略咨询报告》,2015年以来,我国月饼销售额连年上升,2018年已达157亿元,行业进入稳健发展阶段。未来月饼产品将日趋多元化,新品种、新包装、新理念的产品将更受年轻人的喜爱。

业内人士表示,如今,月饼市场更像一个企业借机展示形象、扩大影响力的窗口。如全聚德的香酥宫保鸭肉月饼、喜茶的茶系列月饼等,都将产品特色融入月饼口味,是一种变相的营销宣传方式。

还有不少品牌积极对接各类网红博主,以测评、抽奖等方式推广月饼,增加品牌知名度和曝光率,抢占网络时代最宝贵的注意力和流量资源。

新奇好玩的“网红月饼”层出不穷,但围绕月饼展开的过度营销也引发了不少质疑。近日,王森在网上浏览帖子时,关注了一款产自福建漳州的月饼。这种月饼并非传统的小块包装,而是一张大饼,重量300克,含有麻薯、芋泥、肉松、蛋黄等年轻人喜欢的馅料,售价在50元左右。这让她非常心动,立即下单购买。

据了解,这款月饼发售后短短几天内,网店销售量就突破了1万。但细心的网友发现,福建漳州并没有这个月饼品牌,不少网友质疑原帖为“软文”,最终纷纷选择了退货。

中国人民大学食品安全治理协同创新中心研究员孙娟娟表示,新口味、新品种的出现,是市场回应消费者多样诉求的自发行为。但商家应避免过度营销,监管部门也要保障消费者权益,及时做出相关规范,强化食品监管,防止消费欺诈。