

本地人吃5元一碗,外地人吃10元一碗

广西桂林一米粉店现“阴阳菜单”引质疑

当地政府表示,将深入推动诚信经营,让游客和本地市民以同样价格享用桂林米粉



安全宣讲 平安出行

为做好春运服务保障工作,近日,山西临汾铁路公安处临汾西车站派出所组织青年民警成立志愿服务小分队,在候车室内向旅客宣传讲解安全出行常识,全力营造平安、温馨出行环境。

陈琛 杨蕾 摄

全面暂停限售股出借 对融券效率进行限制
证监会进一步加强融券业务监管

本报北京1月28日电(记者北梦原)证监会今天发布消息,为贯彻以投资者为本的监管理念,加强对限售股出借的监管,证监会经充分论证评估,进一步优化了融券机制。具体包括:全面暂停限售股出借,同时,将融券市场化约定申报由实时可用调整为次日可用,对融券效率进行限制。因涉及系统调整等因素,第一项措施自1月29日起实施,第二项措施自3月18日起实施。

2023年10月,证监会取消上市公司高管及核心员工通过参与战略配售设立的专项资产管理计划出借,并限制其他战略投资者在上市初期的出借方式和比例,新规实施以来,战略投资者出借余额降幅近四成,取得良好效果。

在总结前期优化融券机制安排经验的基础上,按照“稳妥推进、分步实施”的思路,此次证监会优化融券机制,主要体现在以下监管意图:一是突出公平合理,降低融券效率,制约机构在信息、工具运用方面的优势,给各类投资者更充足的时间消化市场信息,营造更加公平的市场秩序。二是突出从严监管,阶段性限制所有限售股出借,进一步加强对限售股融券监管。同时,坚决打击借融券之名行绕道减持、套现之实的违法违规行为。

证监会表示,下一步,将持续强化监管,把制度的公平性放在更加突出位置,及时总结评估运行效果,依法维护市场秩序,切实保护广大投资者的合法权益。

举办系列消费促进活动,推动汽车家电以旧换新

商务部将多举措推动消费持续扩大

本报北京1月28日电(记者北梦原)记者从国新办日前举行的新闻发布会上获悉,商务部将今年定为“消费促进年”。商务部将与相关部门和各方一道,通过举办系列消费促进活动,推动汽车、家电等以旧换新,促进“国潮”消费,优化消费环境,推动消费从疫后恢复转向持续扩大。

围绕推动消费“持续扩大”这个关键词,今年,我国将举办各类消费促进活动,营造浓厚消费氛围,为居民提供更多元、更丰富的消费体验。一方面,将突出节庆时令,结合传统节日、公休假日等消费旺季,组织举办网上年货节、数商兴农丰收、冰雪消费季等活动。另一方面,将突出地方特色,商务部将指导和各地发掘自身优势,结合地方特色民俗,培育标志性活动品牌。

汽车、家电在消费中占据重要位置。当前,我国汽车和家电市场已从单纯的“增量时代”进入到“增量和存量并重时代”。2023年,全国汽车保有量约3.4亿辆,冰箱、洗衣机、空调等主要品类家电保有量超过30亿台,一些家电使用了10多年、20年,更新换代的需求和潜力很大。今年,商务部将推动汽车、家电等以旧换新作为促消费的重点。将加强支持引导,以提高技术、能耗、排放等标准为牵引,推动打通以旧换新的难点堵点,稳定和扩大传统消费,更好地满足消费品换新、升级的需要。

近年来,国货和“潮品”两者跨界碰撞交融,激发出居民生活消费的新热点。为促进国货“潮品”消费,今年,商务部将举办“老字号嘉年华”和“老字号数字博物馆”等活动,推动老字号保护传承和创新发展,为国货“潮品”消费厚植文化和商业基础。

提出四项重点任务 设定有关具体目标

水泥、焦化行业推进超低排放

本报北京1月28日电(记者周泽)为指导各地高质量推进水泥、焦化行业超低排放,近日,生态环境部会同国家发展改革委、工业和信息化部、财政部、交通运输部联合印发了《关于推进实施水泥行业超低排放的意见》《关于推进实施焦化行业超低排放的意见》(以下简称《意见》)。

我国是世界上最大的水泥、焦炭生产国,两个行业都是大气污染防治重点行业,对空气质量影响较大,水泥行业主要的大气污染物排放量仅次于电力、钢铁行业;焦化行业挥发性有机物(VOCs)排放量在各行业中排名第二。

生态环境部大气环境司有关负责人介绍,《意见》要求,到2025年底,重点区域力争50%水泥熟料产能完成改造,区域内大型国有企业集团基本完成有组织、无组织超低排放改造,重点区域力争60%焦化产能完成改造;到2028年底,重点区域水泥熟料产能基本完成改造,全国力争80%水泥熟料产能完成改造,重点区域焦化产能基本完成改造,全国力争80%产能完成改造。

《意见》提出四项重点任务,包括优化调整产业结构,有序推进现有企业超低排放改造,统筹推进水泥、焦化行业协同减排降碳,强化全过程精细化管理。

该负责人表示,《意见》改造任务目标全部实现后,环境效益方面,预计水泥行业氮氧化物、颗粒物排放量,焦化行业VOCs、氮氧化物排放量将大幅下降,有效推动水泥、焦化集中城市和区域细颗粒物(PM2.5)浓度下降。

吉林冰雪游持续火热

1月26日,几名来自台湾的学生在吉林省舒兰市二合村“吉林雪乡”体验雪圈。随着寒假来临,东北冰雪旅游持续火热。吉林省立足冰雪资源和产业优势,不断优化服务和体验,吸引更多的游客到来。

新华社记者 陈晔华 摄



浙江诸暨首届农博会(年货节)举办

本报绍兴1月28日电(记者邹倬然 通讯员杨斌斌 方成)1月23日至1月28日,浙江诸暨首届农博会暨年货节在商贸城举办。本届展会集农产品品牌展示、现代农业观光、新春年货采购、节庆文化活动于一体,为市民和游客呈现出一场年味十足的游、购、娱盛宴。

据悉,此次展会以“‘诸’多好物展富乡村振兴看‘暨’阳”为主题,展出了120个省内特色年货商品,55个省内农家小吃,23个镇街的“一乡一品”,5个区域公共品牌以及对口地区的若干农产品等。此次展会还通过对市集、美食等多类业态的整合,依托“线上蓄客引流+线下创新展销”的形式,呈现出联农、助农、惠农、富农且可持续举办的特色。

集体经济试验基地为乡村发展蹚路

本报绍兴1月28日电(记者邹倬然 通讯员杨斌斌 方成)近日,贵安新区湖潮乡芦猫塘村社大村集体经济试验基地正式挂牌。

芦猫塘村产业发展基础薄弱,人均土地少,资源短缺。为此,该村在党建引领下,通过调研,积极探索“党支部+村集体+公司+农户”的发展模式,开展魔鬼辣椒、黄心马铃薯轮作,并引进农业公司与村集体、村民签订辣椒苗、肥料供应以及保底价回收等合作协议,共同建设壮大村集体经济试验基地。

“目前,村集体经济试验基地建设已带动50余名村民获得土地流转收益近12000元,新增劳务收入8000多元。试验基地取得成功后,预计可为村集体增收20余万元,比2023年翻一倍,同时带动村民调整产业结构,共同增收致富。”芦猫塘村驻村第一书记王小燕说。

(金忠秀 龚超)

河南鹤壁多措并举强化供电保障

本报鹤壁1月28日电(记者周泽)随着春节临近,外出务工人员和学生陆续返乡,用电需求进入高峰期。近日,河南鹤壁供电公司开展了多轮次巡视和用电安全检查,确保春节期间百姓能够欢度春节、温暖过冬。

入冬以来,鹤壁地区经历了多轮次雨雪冰冻灾害和低温天气,电力设施经受极大考验。鹤壁供电公司扎实做好设备运维工作,加强对重点部位、薄弱环节及配电线路的巡视,对易覆冰线路进行拉网式排查。

同时,该公司重点加强了火车站、汽车站等交通枢纽及周边地区的电力设施巡查与保障工作。“我们将全力以赴,用优质的供电服务,保障人民群众温暖过冬、平安返乡,让每一份团圆都充满光明和温暖。”鹤壁供电公司有关负责人表示。

(作建 桑洋)

预制菜“抢占”年夜饭餐桌,你能接受吗?

经济观察

本报记者 杨召奎

春节将至,餐馆的年夜饭预订异常火爆,还有一些消费者已开始购买食材,准备在家里做一顿丰盛的年夜饭。与往年不同的是,不管是在餐馆还是在家里,预制菜都在“抢占”年夜饭的餐桌。就在上周,“预制菜 年夜饭”话题还冲上微博热搜。

今年,各大电商平台和超市都推出了各式各样的预制菜产品。在堂食预订火爆的情况下,一些餐馆还为消费者推出了家宴礼盒等预制菜产品。

叮咚买菜预制菜自有品牌蔡长青在华东地区首次推出了主打新鲜、现制的传统鲜灌香肠和手工鲜腌咸肉。在该平台上,消费者还可以直接购买“帝王蟹三吃”、蒜蓉粉丝/芝士焗波士顿龙虾等海鲜预制菜。淘宝、京东等平台则推出了广州酒家、杏花楼、松鹤楼、西贝等知名餐饮品牌的预制菜年货礼盒。

有网友表示,购买预制菜做年夜饭主要有

是省心省力。在某电商平台,原价398元、促销价格为348元的年夜饭预制菜产品累计销量已超万件。预制菜的火爆可见一斑,但其引发的争议也从未间断。

日前,江苏省消费者权益保护委员会发布的2023年消费投诉和消费维权舆情分析报告显示,预制菜消费争议不断,排在消费维权舆情第一位。从投诉内容和舆情监测情况来看,相关问题主要集中在三个方面:一是预制菜与宣传不符,味道不佳且存在食品安全问题;二是线下餐厅使用预制菜未提前告知,消费者知情权保障不到位;三是预制菜标识标签信息不全,引发消费者担忧。

在社交平台上,有网友表示,不是不能接受预制菜,只是不能接受到餐馆还吃预制菜,有种被欺骗的感觉。还有网友表示,不要把预制菜和年夜饭绑在一起,预制菜没有锅气总是差点意思。

因此,针对预制菜“抢占”年夜饭餐桌的情况,有几个问题需要厘清。首先,要保障消费者的知情权。根据消费者权益保护法的有关规定,消费者享有知悉其购买、使用商品或者接受服务的真实情况的权利,也享有自主选择商品或者服务的权利。如果餐馆使用预制菜做年夜饭,应尽力明示、提醒义务,消费者可

以选择消费或者不消费,反之则涉嫌侵害消费者的知情权和选择权。餐馆使用预制菜假冒现做菜,更是涉嫌虚假宣传和消费欺诈。

其次,预制菜产业发展潜力巨大,但目前由于预制菜没有“国标”,没有行业准入门槛,市场上鱼龙混杂,存在食品安全隐患,使预制菜发展之路遭受阻碍,同时也影响了消费者对预制菜的认知、评价和选择。餐饮经营者应诚信经营,对预制菜把好安全关,做到健康卫生,确保食品安全,并按照相关要求规范标注标识标签。市场监管部门也应在春节这个关键节点加强对预制菜市场的监督与管理,确保老百姓舌尖上的安全。

最后,预制菜要想长远发展不能仅靠资本炒作,关键还是要好吃。江苏省消保委此前发布的预制菜消费调查报告显示,62.32%的消费者表示预制菜品口味一般。年夜饭是人们一年中最重要的一顿饭,其不仅是一种传统习俗,也承载着人们对团圆的期待,因此,预制菜企业应不断丰富菜品类别,着力提升预制菜的口感风味,千万不能给消费者的春节团聚添堵。

三四线城市区域连锁超市业绩增长明显

数字化升级改造等为今年重点工作

本报北京1月28日电(记者杨召奎)日前,中国连锁经营协会发布《2023年区域型连锁超市发展情况概览》,对43家区域型连锁超市样本企业2023年的经营情况进行了摸底调查,涉及1万余家门店。数据显示,2023年,受访的43家区域型连锁超市中,四成企业销售总额同比实现增长,其中一半企业的业绩增长来自可比门店(开店时间大于12个月的门店)的增长,增长企业大多数位于三四线城市。

数据显示,区域型连锁超市中,53.3%的大型超市、48.6%的标准超市、43.5%的社区超市可比门店销售同比为正。大型超市可比门店同比增长的比例高于标准超市及社区超市。

在门店数量方面,区域型连锁超市门店

数仍保持正增长,新开和关闭门店都集中在小型门店。2023年,区域型超市样本企业新开门店665家,关闭门店449家,净增门店216家。其中,九成的开店和闭店都是2000平方米以下的门店。这与企业深耕区域市场的战略相契合,通过各种类型的超市门店将市场缝隙填满。

在调研中,79.1%的区域连锁超市认为,现有门店的数字化升级改造和优化采购渠道、提升商品力为2024年的重点工作。对线上业务的投入也是重点关注的领域。此外,58.2%的企业选择扩张战略,32.6%的企业选择巩固既有市场的平稳发展策略。相较2023年,选择扩张的企业占比更高,显示出更为乐观的态度。



2024北京迎春年宵花展开幕

近日,2024北京迎春年宵花展在北京花卉交易中心拉开帷幕。本次活动由北京市园林绿化局和北京花卉协会共同主办,北京花