

亲诚惠容的中国带给邻里更多发展机遇

○ 杜梨

核心阅读:作为世界和平的建设者、全球发展的贡献者、国际秩序的维护者,在现代化发展之路上,中国的“稳”与“进”,就是世界的“利”与“机”。国际舞台上,世界普遍期待的,是讲信誉、讲规则的伙伴。这就不难理解,何以兼具发展力、信用度与确定性的中国,“朋友圈”越来越大。



4月14日至18日,中共中央总书记、国家主席习近平应邀对越南、马来西亚、柬埔寨进行访问。作为今年中国元首出访开篇之作,中央周边工作会议后的首访,此行备受世界瞩目和期待。

大国与周边如何相处,是国际关系中一项重要命题。中国幅员辽阔,边界线长,陆上和海上邻国多达20个,是全球大国中邻国最多的国家。从新中国成立初期的“和平共处五项原则”,到新时代的“亲诚惠容周边外交理念”“打造周边命运共同体”,中国始终致力于在周边外交中践行“和”“合”传统。近年来,中国同周边国家友好合作持续走实走深,目前已同周边17国达成构建命运共同体共识,同周边25国签署共建“一带一路”合作协议,成为18国的最大贸易伙伴。发展是硬道理,“高铁梦”“幸福草”等标志性项目让合作成果可知可感,也让更多人见证,中国“与周边国家共享机遇、共同发展,

必将为地区发展开辟更加美好的未来。”

与周边国家的相处之道,折射一个大国的世界观、秩序观、责任观。回望人类发展历史,一些国家在崛起之后,以“帮助”之名行“干涉”之实,扼杀邻国自主发展,恨不得把周边区域完全变成自己予取予求的“后花园”。与之形成鲜明对比的是,复兴的中国同周边国家的关系,完全没有欺压与盘剥的门罗主义旧逻辑,只有遇事好商量、一同谋发展的新气象。尽管国际局势风云变幻,尽管某些人刻意为中国周边外交制造障碍,但中国讲信修睦、亲仁善邻的具体行动,击碎了“债务陷阱论”“中国扩张论”等波污。实践证明,周边命运共同体理念,突破了以往国际关系中以“权力”和“竞争”为主导理念的桎梏,开创着一个大国与周边相处的崭新范例。

从周边先行起步,打造命运共同体,同样折射着中国的价值追求,为优化全球治理提供

了启发。人类社会发展到至今,各国交往的深入性和彼此的依存度持续增加,早已是一荣俱荣、一损俱损。置身百年未有之大变局,世界之变、时代之变、历史之变正以前所未有的方式展开。在这一新的动荡变革期,各类新旧问题与复杂矛盾叠加碰撞、交织发酵。尤其作为世界头号大国的美国,打着“利益优先”旗号,四处挥舞“关税大棒”,一再渲染“贸易吃亏论”,满世界进行关税讹诈,“亲手埋葬自己曾经倡导的自由贸易秩序,蜕变为世界经济的巨大风险源。”和平与发展的时代主题遭遇强权威胁,也将以西方为中心的世界体系推至了重构的风口。

正如古语所言,风向转变的时候,有人筑高墙,有人造风车,区别在于是否有眼光和胸襟。“中国提供了一种‘新的可能’”,英国学者马丁·雅克如是评价这条合作共赢、共建共享的文明发展新道路。虽然每个国家都会有自己对于未来的描摹与设定,但最大公约数,仍然是对于和平与发展的渴盼,是摒除全球化逆流,破除霸权迷思,共同营造开放、公平、公正、非歧视的发展环境。国际舞台上,世界普遍期待的,是讲信誉、讲规则,“说到愿做到”“说到能做到的”伙伴。尤其当下,越是不确定性持续加大,越是不稳定、难预料成为一种常态,确定性、稳定性就越成为全球稀缺资源。这就不

难理解,何以兼具发展力、信用度与确定性的中国,“朋友圈”越来越大。

不同于历史上一些大国以“收割型”扩张实现现代化,有学者将中国称为“赋能型大国”。一路走来,中国始终坚持惠及世界,欢迎各国搭乘中国发展的“快车”“便车”“顺风车”,被誉为“不仅是经济逻辑的更新,更是文明境界的升华”;始终聚焦合作共赢,引领越来越多的人认识到,当今时代各国发展不是排他的竞技,而是共生的成长;始终大方分享发展经验,有学者感慨“从中国学到最重要一课,是选择符合国情的发展逻辑而非外部给定的公式”……随着命运共同体的宏观理论与微观实践不断走向世界,中国正在为世界“赋能”。作为世界和平的建设者、全球发展的贡献者、国际秩序的维护者,在现代化发展之路上,中国的“稳”与“进”,就是世界的“利”与“机”。

美国前国务卿基辛格如此评价,全球化时代的中国治理者“试图指引方向,在国际社会建立起一个崭新、强大、和平的力量”。从走向世界到与世界深度互动,从解决自身发展问题到成为世界发展引擎,一个坚持立己达人、协和万邦的中国,一个始终扎根周边、贡献世界的中国,一定会创造出更加美好的未来。

(原载《北京日报》)

折腾招牌,就是折腾群众

○ 逯海涛

在社会各界持续关注之下,“广告牌匾禁用红蓝黑底色”事件终于迎来调查结果。河北省廊坊市联合调查组4月15日通报:媒体反映的主要问题基本属实。目前已对三河市委主要负责人免职处理,并责成三河市委、市政府深刻反思,汲取教训,全面整改。

面对舆论批评,相关方面这次没有采取鸵鸟政策,而且处理力度相当大,主要负责人直接免职。尤其是调查组表态,“对侵害群众利益、破坏营商环境的行为‘零容忍’”,显示出坚决维护经营主体和人民群众合法权益的决心,可以说对类似行为有较为显著的震慑力。对一些群众反映强烈的形式主义、官僚主义问题,更需要拿出这样的态度和力度。

据媒体报道,近日廊坊三河市城管部门要求,红蓝黑底色或字样的门头牌匾统一更换颜色。当地多家蜜雪冰城门店将原来标志性的

红色招牌更换成了绿色,有店家的招牌甚至几经折腾,连医院的红十字都换成了绿色。这场“广告牌匾改色”引发的争议,确实是一个值得当地和更多地方吸取的深刻教训。

如此折腾商家招牌,既不尊重商业规则,更没有保持权力审慎,属于面子工程、形象工程。

招牌虽小,对商家来说却是他们的重要名片。重新制作招牌,商家不仅要支出一笔不小的开支,品牌在顾客中的认知也会不同程度受损。有商户表示,“明显感觉生意受影响”。只要是根据广告法等规定履行了必要的行政许可手续,就应当受相关法律、法规保护。三河市仅凭一份当地于2024年底发布的《三河市城市规划建设管理导则》,就强制要求商家更改招牌颜色,既没有合理合法的依据,也无行政权限,显示出的是权力的任性。

此举看似是折腾招牌,其实就是折腾商户

和群众。不仅没有给三河市“面子”增光,更影响了当地营商环境这个“里子”,可以说是得不偿失。

事实上,不仅在三河市,其他地方类似统一招牌颜色、大小、风格的争议之举也不止发生过一次。类似事件再三上演,值得深思。简单看这背后似乎是城市管理与“人间烟火”之间如何平衡的问题,往深里说则是对正确政绩观的把握理解。市容市貌当然要整洁,但什么才是整洁?一定要统一色调、大小、胖瘦?大地滋养万物千姿百态,正因为此世界才彰显活力。我们的一些管理者为何要跟一块小小的匾额纠缠呢?

公众吐槽的另一点,则是当地连日来对问题的回避态度。网上的热度已经沸腾,当地相关部门却选择“鸵鸟”战术,导致公众不满情绪持续加温。很显然,这不该是城市管理者面对

舆情的正确姿态。沉默不能平息舆论,更不能解决问题。回应公众质疑,只能通过客观透明真实的调查,讲清楚来龙去脉,有贵担责,失责必究,如此才能取信于群众。

当前,深入贯彻中央八项规定精神学习教育正在开展,中共中央办公厅印发的《关于在全党开展深入贯彻中央八项规定精神学习教育的通知》中强调,“什么问题突出就重点整治什么问题,立查立改、即知即改”“开门教育要注重群众参与,接受群众监督,各级领导干部要带头走好新时代党的群众路线”。

处理好三河“广告牌匾禁用红蓝黑底色”事件,不仅要对相关责任人依规依纪依法追责问责,维护好商户和群众利益,修复受损的干群关系,更应以此为契机,真正从政风、作风上入手,多问民生冷暖,以作风建设新成效赢得人民群众信任拥护。

(原载《浙江日报》)

假测评真带货,有多少好货

○ 李霞

“给大家分享一下我这半个月的使用感受,无广,真心话……”视频开头,测评博主仿佛要和粉丝掏心窝子;可不一会儿,嘴里全是广告词。据法治日报报道,社交平台上,测评类广告层出不穷。本应为消费者“探路”的网络测评,却成了商家夹带私货的途径。

直面“选择困难症”,以第三方的身份体验使用,将不同品牌的同类型产品分出优劣,给出选购建议。部分测评博主,看似“理中客”,不偏袒任何一个品牌,暗地里却与商家合作,做广告赚提成。所谓测评博主很可能压根儿没测评过几家商品,而是听由“金主”指挥,拿客观测评当幌子,行带货、拉踩之实。

既当裁判员又当运动员,测评广告的商业模式很难保证公平公正。有的测评博主根本不专业,与其说是产品测评,不如说是消费者吐槽;有的产品好不好很难有个标准,比如口味是否甜到发腻等,千人千感,给测评博主信口胡诌留下空间。

测评博主背地里做带货博主,既误导消费者,又不利于产品的优胜劣汰,只会把市

场的水搅浑。反不正当竞争法明确,经营者不得对其商品的性能、功能、质量、销售状况、用户评价、曾获荣誉等做虚假或者引人误解的商业宣传,欺骗、误导消费者。互联网广告管理办法也要求,通过知识介绍、体验分享、消费测评等形式推销商品或者服务,并附加购物链接等购买方式的,广告发布者应当显著标明“广告”。测评博主夹带私货,扰乱正常的市场秩序,涉嫌违法违规。

测评博主自身须经得起测评。相关部门应明确规定从事第三方测评的准入条件,设置基本门槛;平台也应加强对测评内容的审核,处罚违规账号。更为关键的是,测评博主要守住职业底线,“不吹不黑”。让测评归测评,让广告归广告,才能净化市场生态,更好维护消费者的知情权和选择权。暗地收钱的测评类带货,能有多少好货?

(原载《北京晚报》)

新闻锐评

新闻漫评



社交平台上,大量号称亲测的商品测评实为收钱带货的“背书”。

琚理/漫画

危化品企业“工伤事故”预防(二)

▲火灾发生后相关紧急处置措施

危险化学品火灾发生后,首先要弄清着火物质的性质,然后正确地实施扑救。

- 1.扑救人员应站在上风或侧风位置,以免遭受有毒有害气体的侵害。
- 2.应有针对性地采取自我防护措施,如佩戴防护面具、穿戴专用防护服等。
- 3.扑救可燃和助燃气体火灾时,要先关闭管道阀门,用水冷却其容器、管道,用干粉灭火器或沙土扑灭火灾。
- 4.扑救易燃和可燃液体火灾,可用泡沫、干粉、二氧化碳灭火器扑灭火灾,同时用水冷却容器四周,防止容器膨胀爆炸。但醇、醚、酮等溶于水的易燃液体火灾,应该用抗溶性泡沫灭火剂扑救。
- 5.扑救易燃和可燃固体火灾,可用泡沫、干粉、二氧化碳灭火器或沙土、雾状水灭火。

▲安全储存危险化学品应注意以下情况

- 1.危险化学品应储存在专门地点,不得与其他物资混合储存。
- 2.危险化学品应该分类、分堆储存,堆垛不得过高、过密,堆垛之间以及堆垛与墙壁

之间应该留出一定的间距、通道及通风口。

- 3.互相接触容易引起燃烧、爆炸的物品及灭火方法不同的物品,应该隔离储存。
- 4.遇水容易发生燃烧、爆炸的危险化学品,不得存放在潮湿或容易积水的地点。
- 5.受阳光照射容易发生燃烧、爆炸的危险化学品,不得存放在露天或者高温的地方,必要时还应该采取降温 and 隔热措施。
- 6.容器、包装要完整无损,如发现破损、渗漏,必须立即进行安全处理。
- 7.性质不稳定、容易分解和变质,以及混有杂质而容易引起燃烧、爆炸的危险化学品,应该按规定进行检查、测温、化验,防止自燃及爆炸。
- 8.不准在储存危险化学品的库房内或露天堆垛附近进行实验、分装、打包、焊接和其他可能引起火灾的操作。
- 9.库房内不得住人。工作结束时,应进行防火检查,切断电源。

▲运输危险化学品应遵守以下安全规定

运输危险化学品的驾驶员、装卸人员和押运人员必须了解所运载的危险化学品的性质、危险特性,了解发生意外时的应急措施,配备必要的应急处理器材和防护用品,并遵守相关规定:

- 1.运输危险化学品的车辆应专车专用,并有明显标志。
- 2.运装危险化学品要轻拿轻放,防止撞击、拖拉和倾倒。
- 3.碰撞、相互接触容易引起燃烧、爆炸和造成其他危害的危险化学品,以及化学性质或防护、灭火方法相互抵触的危险化学品,不得违反配装限制,不得混合装运。
- 4.遇热、遇潮容易引起燃烧、爆炸或产生有毒气体的危险化学品,在装运时应采取隔热、防潮措施。
- 5.装运危险化学品时不得人货混装。禁止无关人员搭乘装载危险化学品车辆的车辆。
- 6.装运危险化学品的车辆通过市区时,应当遵守所在地公安机关规定的行车时间和路线,中途不得随意停车。

止伤于初 护咸安

咸宁市人力资源和社会保障局 主办

咸安:“线上线下”齐扬清廉家风

“尊师重道,崇德为贤,忍辱负重,自强不息……”近日,咸安区“家风赋能·桂乡巾帼讲堂”开讲。桂乡巾帼宣讲员章惠讲述了从咸安走出的清代名将沈鸿宾的家风故事,录制的宣传视频在云上咸安、湖北日报客户端等平台进行展播,日均访问量千余人。

为抓实家风建设,咸安区纪委监委创新载体,借力媒体发展趋势,将家风活动转向线上和云端,联合区妇联组建桂乡巾帼成长营云团队,深入宣讲桂乡最美家庭,咸安历史名人等家风故事,录制宣传视频,并通过省市区相关媒体平台进行展播,线上讲好清廉家风故事,让清廉之风吹进大街小巷,努力营造浓厚的崇廉尚德社会氛围。

此外,咸安区纪委监委还联合区乡村三级妇联组织+妇联执委+妇女群众+社会组织,在咸宁市广播电台开设“桂嫂聊清廉”专栏,组织“桂嫂们”走进直播间,介绍党风廉政建设工作,讲述身边的家风故事,并将《钱瑛和她的亲人们》《给亲人的叮咛》等10余部优秀家风微视频在各单位电子显示屏滚动播放,放大传播效应。

在做好线上宣传的同时,咸安区纪委监委还坚持线下积极发力,依托本地特色家规家训资源,组织党员干部参观廉洁家风文化阵地,观看家风主题廉政话剧、聆听廉洁家风党课、开展畅谈“好家

教”故事等家风系列活动,推动廉洁教育与家风家教贯通融合,教育引导广大党员干部不断激活家庭“原动力”,点亮清正廉洁“万家灯火”。

榜样的力量是看得见的哲理。咸安区纪委监委坚持把廉洁好家风作为先进典型评选的重要条件,通过组织推荐、社会评价相结合的方式,深挖清廉家庭典型,先后评选和宣传全国“最美家庭”喻梅兰、李光铎等家庭的清廉家风故事;面向各行各业举办“咸安好人”评选活动,选树助人为乐、见义勇为、敬业奉献、孝老爱亲等一大批先进典型,以榜样示范带动党员群众见贤思齐,激励党员干部及家属争做廉洁自律、廉洁修身、廉洁齐家的典范。

“家风关系党风、连着政风、影响民风。”咸安区纪委监委相关负责人表示,下一步,将始终将家风建设作为党员干部必修课程和全面从严治党的重要抓手,持续深化清廉家庭建设成果,进一步创新制度机制、强化典型示范引领,以纯正家风涵养清明党风、政风、社风。

(毛本波)



●@央视新闻: #“拒绝上学门诊”

#去年6月,北京儿童医院开设“拒绝上学门诊”。门诊开设10个月,接诊近1万人次。医生指出,多方面原因共同导致了孩子拒绝上学的行为,“如果孩子已经维持不住上学这个功能,说明他的问题已经到了至少中度的水平。”但家长往往急于求成,逼迫孩子返校,这反而会增加孩子的压力。

微评:“拒绝上学门诊”警醒我们,青少年心理危机不容忽视,在其背后,校园霸凌、学业压力、家庭冲突等复杂因素交织。解决这一问题,需建立“家校医社”联动机制;学校应完善校园霸凌干预体系,家庭需转变教育方式,医疗机构应提供科学评估,社会更要消除对心理问题的污名化。

●@封面新闻: #未买门票被掀翻

帐篷#4月12日,一名旅行博主发视频称,在内蒙古阿拉善盟的腾格里沙漠月亮湖景区,遭遇景区工作人员的“粗暴对待”。13日,月亮湖景区工作人员回应:“他们没有买门票,就跑到木屋扎了8顶帐篷。工作人员进行了多次沟通,但是客人拒绝买票,双方发生言语争执,所以才把帐篷掀翻了。”

微评:游客未购票擅闯禁区、违规扎营,确有逃避责任之嫌;而景区工作人员粗暴掀翻帐篷,则凸显了管理手段的简单粗暴。文明旅游需双向奔赴,游客应遵守规则、尊重边界,管理者也要提升服务智慧,避免暴力手段。双方不妨各退半步,游客补票致歉,景区优化提示与应急处理。

●@央视新闻: #新能源汽车可视化标签

#4月10日,新能源汽车开始能效分级——推出的“可视化标签”,参考全球通用能效标识进行设计,采用彩色阶梯从绿色到红色分成5个等级,代表从一级到五级不同的能效表现;此外,还清晰标注了企业名称、产品型号以及行车能效、空调能效等关键信息参数,让消费者可以简单、精准地识别高效产品。

微评:新能源汽车能效分级及可视化标签的推行,是行业透明化发展的重要一步。通过五级能效体系与全球标准接轨,消费者可直接获取车辆综合能效、空调能耗等核心参数,破除技术壁垒带来的选择困扰。标识设计强调关键信息集成,既倒逼企业优化技术、提升能效,也为市场竞争提供了清晰标尺。

●@澎湃新闻: #科研不端#

近日,国家自然科学基金委员会网站通报了2025年第一批科研不端案件处理结果,共涉及15起案件。其中包括高校院长买卖实验数据等,涉事人被永久取消国家自然科学基金申请资格。

微评:科学研究是以诚实守信为基础的神圣事业,造假、买卖数据等科研不端行为,不仅有损学界声誉,还会导致低水平研究重复。对此,不仅要把“零容忍”落到实处,坚决遏制学术不端行为滋生蔓延,还要针对为评职称、获奖励而滥发论文的现象进行源头治理,净化学术环境、涵养科学精神。

●@法治日报: #货不对板#

近日,多地网友投诉线上预订酒店遭遇“照骗”事件:有人花千元预订海景房,推门发现内部照片竟是渲染图;预订大床房,进门发现“这床还没我家沙发大”……有消费者要求退房竟被索要违约金,关于“酒店房型不符,退房却被收取80%违约金”的新闻还登上了热搜。

微评:我国广告法、消费者权益保护法、电子商务法等均明令禁止虚假宣传,消费者遭遇“照骗”,商家肯定有责任。此外,针对线上预订酒店“货不对板”现象,第三方网络平台虽非房源信息的直接提供者,但由于平台对酒店宣传标识不清而误导消费者的,亦须承担相关责任。

(本报综合)