

有商家顶风售卖“3C贴纸”，警惕不合格充电宝披上“马甲”以次充好

新华社“新华视点”记者 王楚然 邹雨沁 赵文君

6月28日起,民航局新规全面实施:无3C标识或标识不清晰的充电宝,禁止携带乘坐境内航班。但“新华视点”记者调查发现,部分商家趁机售卖“3C贴纸”,为不合格充电宝办“假身份证”,影响飞行安全。这些“3C贴纸”是如何流入市场的?应该怎样守住安全底线?记者展开调查。

3C标识假贴纸均价仅要0.2元

3C认证即中国强制性产品认证,是我国依照法律法规实施的一种产品市场准入制度。

民航新规出台后,记者以“3C贴纸”为关键词在多个电商平台搜索发现,一些商家在平台售卖认证标识类贴纸。这些贴纸外观模仿真品,不仅印有“CCC”标识,还仿制了字体、颜色,如果用特殊纸张印刷产生镭射效果,仿真程度更高。

记者以买家身份询价发现,这些贴纸普遍批量印刷,“量大管饱”。普通透明贴纸2000个售价不到400元,均价0.2元1个;升级为镭射效果,500个则要220元,平均1个不到5毛钱。

这些售卖贴纸的商家宣称,可以按要求定制尺寸,由专门的设计师负责排版、切割,部分网店的定制贴纸销量超1万单。

对此,广西南宁市市场监督管理局工作人员表示,正规的3C标识具备防伪溯源功能,而不法商家的“3C贴纸”只是徒有其表。

“贴标”充电宝是否真能带上飞机?记者向西部某机场安检部门工作人员咨询,对方表示鉴别真伪仍存在困难。“当下正值暑运高峰,安检负荷较重,且充电宝品牌型号繁多,安检人员也不能全盘掌握每一款充电宝是否获得3C认证。”该工作人员说。

假贴纸买卖何以屡禁不止

获得强制性产品认证的产品,不但需要取得3C认证证书,还必须在认证产品本体上施加3C标识,方可出厂、销售、进口或者在其他经营活动中使用。

据悉,目前充电宝的3C标识一般是通过粘贴、印刷或模压三种方式,施加在产品规定位置。3C标识不允许在市场上销售,只能由指定认证机构向特定的印刷厂购买,再发放给获证企业。

业内人士透露,一些不法厂家产品未通过3C认证,不能通过合规渠道为其生产的充电宝施加3C标识,就选择与兜售假贴纸的不法商家“合作”,通过“贴标”的方式以次充好。

记者从市场监管总局了解到,针对“3C贴纸”乱象,市场监管部门已经通过发函、约谈等多种方式,要求各网络平台对售卖3C标识贴纸的行为加强整治、屏蔽、下架。

目前,各主要电商平台已对“3C贴纸”的关键词限制搜索,不少商家明确表示“不给做了”“产品都下架了”“需要提供相关认证证书”。但记者检索“定制贴纸”“定制标识”等

关键词,发现仍有部分商家在文案中暗示可以制作此类贴纸。

有业内人士表示,一些网络平台出于利益考虑,会有意无意地放宽对进驻商家的审核标准,甚至对违法违规行“不举不究”。“部分平台受商业利益掣肘,担心过于严格的监管和惩罚会影响商家积极性和活跃度,不利于双方商业合作,进而影响平台利益。”广西大学工商管理学院教授刘明坤说。

多管齐下守住安全底线

3C认证关乎飞行安全与公众利益。守住安全底线,需要让法律法规“张口有牙”,让每一张标识都真实可信,每一次监管都落到实处。

北京市炜衡(南宁)律师事务所专职律师梁昭龙表示,伪造、冒用、销售标识贴纸的行为涉嫌违反产品质量法;情节严重的涉嫌伪造、变造、买卖国家机关公文、证件、印章罪,可处三年以上十年以下有期徒刑。

“就消费者而言,购买‘3C贴纸’贴在不合格商品上登机,一旦引发事故造成实际损失,将承担相应民事赔偿责任;若涉嫌危害公共安全,还要承担刑事责任。电商平台如未尽到审核义务和监管责任,可能与售卖伪造‘3C贴纸’的商家一起承担连带赔偿责任。”梁昭龙说。

针对不合格充电宝的安全隐患,市场监管总局近日下发通知,自今年7月至9月,在全国部署开展充电宝质量安全集中整治。从严查处擅自出厂、销售以及在其他经营活

动中使用未经CCC认证的充电宝,生产销售不符合强制性国家标准,掺杂掺假等违法违规行为。运用数字化手段,实现产品信息、生产企业、认证证书、发证机构等关键信息可查询、可追溯,有效防范假冒CCC标志、虚假认证等违法行为。

对于市场上无3C认证的存量充电宝,苏州大学政治与公共管理学院副教授刘成良建议,可采取企业召回、有偿回收等手段分类处理。

在平台责任方面,市场监管总局要求,督促电商平台加强网店资质审核和违规行为管理,建立完善问题充电宝检查监督制度。加快推动充电宝产品赋码核检试点工作,持续完善CCC认证联网核查机制。

专家表示,部分商家通过图片暗示、谐音措辞、算法推送等方式“打擦边球”售卖不合格商品,而平台“触发关键词屏蔽”的审核机制相对滞后,让“造假把戏”有机可乘。“电商平台应强化监管效能,‘技术+人工’双管齐下,加强关键词识别与筛查,引进图像识别技术和防伪验证机制,而非简单‘屏蔽了之’。”广西财经学院教授许露元说。

业内人士还建议,加强对机场安检人员鉴别3C标识的培训,在客运高峰期时段通过增加人手、开辟“绿色通道”等方式提高安检效率,杜绝旅客的侥幸心理;充电宝品牌厂商要及时更新并公布产品召回信息,对于消费者无法通过机场安检但不召回批次的产品,要畅通维权渠道做好售后服务。(新华社南宁7月31日电)

瞄准「兴趣」创新「场景」,多地出招催「热」暑期消费市场

新华社记者 陈爱平 周闻韬 王帆

美术馆、博物馆客流“爆棚”、文创销售“火爆”,露台、天台、观景台成为热门消费场所,景区公园增加主题展演和夜游项目丰富游客体验……多地正瞄准人们的“兴趣价值”“情绪价值”,打造新场景、推出新项目、拓展新服务,推动暑期消费“热”起来。

傍晚5时许,上海浦东美术馆内观众熙熙攘攘。上海市民白琳与8岁的儿子报名聆听“缔造现代:来自巴黎奥赛博物馆的艺术瑰宝”大展夜场讲解,了解学院派、印象派、纳比派等艺术家代表作及背后的故事。直到晚间近9点,母子俩仍意犹未尽,离开前他们到馆内文创店购买了“梵高”毛绒挂件、“饿了猫出逃博物馆”冰箱贴等多款“爆款”文创商品。

“暑期以来人们观展热情高涨。7月26日周六,浦东美术馆接待观众超过1万人次,创下开馆4年来单日客流量新高。7月以来文创商店日均销售额是去年同期的10倍多!”浦东美术馆副馆长盛丹丹说,客流“爆棚”折射出越来越多消费者愿意为他们的追求“买单”。

为更好满足观众需求,浦东美术馆在暑期延长开放时间,加大讲解频率,增设行李寄存处,丰富餐饮供给;同时,联动陆家嘴商圈、周庄古镇景区、多家酒店和展览馆等推出凭票减免活动,让“票根经济”惠及更多观众。

这个暑期,多地掀起“文博热”“文创热”。上海自然博物馆“龙吟九州·中国恐龙大展”、上海天文馆“大器落成”陨石文化展、吉林省博物院和北京鲁迅博物馆联合主办的“向大师致敬——北京鲁迅博物馆馆藏艺术品展”等暑期迎来大客流。人们参观博物馆、美术馆,购买美观实用的文创商品,物质和精神上都得到满足。

一些地方依托露台、天台、观景台打造的消费新场景也在火热“出圈”。

“天台上视野特别辽阔,从高处看这座城市,很震撼、很惊喜。”暑期来重庆游玩的安徽游客张朋在来福士探索舱·云端乐园观景平台一边打卡拍照一边兴奋地说,“我还准备去体验高空秋千,来一场惊险刺激的云端冒险。”

人们置身来福士探索舱·云端乐园观景平台,满城灯火、两江交汇、跨江大桥尽收眼底;在重庆世博大厦“天台131”,游客体验高空游玩项目。相应地,重庆相关单位每周六晚或节假日开展无人机灯光秀展演。夜空中,无人机在两江交汇处演绎“轨道穿楼”“重庆小面”等标志性图案,展现山城特色与魅力。

多地通过发展“天台经济”,进一步延展消费时间与空间,激活暑期消费市场。重庆在天台重点引入IP策展、文艺演出、数字体验、空中餐酒吧等休闲体验业态,目前已形成20余个天台群落,7月以来的周末,日均客流量约5万人次;上海多个社区、商场在露台引入“泡泡水枪大战”“露天演唱会”“星空电影节”等活动,既拓展了纳凉、社交空间,也延长了顾客停留、消费时间。

还有一些地方的传统公园,通过创新引入互动性、沉浸感强的活动,令经典风景变得更加“立体”。

盛夏傍晚,长春动植物公园里人头攒动,人们争相与网红“雪饼猴”互动。扮演者王铁柱带来诙谐幽默的“五行山下的脱口秀”,还打趣问儿童游客“暑假作业做了吗?”

“各式《西游记》人物和场景,勾起我儿时的记忆,既亲切又新鲜。”来自天津的游客刘彬彬说。

长春动植物公园园长慕德俊介绍,从西游主题夜游项目,到《真假美猴王》《三打白骨精》等经典剧目演艺活动,游客的热情被中国传统文化经典IP点燃。今年截至7月27日,公园已累计接待游客115万人次,同比增长16%。

西南大学经济管理学院教授黄庆华说,抓住暑期消费旺季节点,各地发掘自身特色,通过差异化场景设计和文化赋能,推动“文旅+百业”融合,满足人民群众日益增长的美好生活需要,有效激发消费潜力,为经济社会发展注入新动能。

(新华社北京7月31日电)

丰富课程设置 创新教学模式 ——大学生生涯教育与就业指导课程取得积极成效

新华社记者 王 鹏

强化生涯教育与就业指导,是做好高校毕业生就业服务工作的重要一环。中办、国办印发的《关于加快构建普通高校毕业生高质量就业服务体系的意见》中,明确提出“完善生涯教育与就业指导课程”“打造一批国家规划教材、示范课程和教学成果”。

完善课程体系、丰富教学安排、创新教学模式……一段时间以来,各高校积极开设大学生生涯教育与就业指导相关课程,助力大学生更好择业、更快就业,有效推动高校毕业生高质量充分就业。

构建科学课程体系,夯实就业育人基础——

“互动式”多元挑战课堂、“体验式”实践社交场域……在哈尔滨工业大学,学校整合优势资源,打造富有特色的职业发展与就业指导课程内容体系,助力学生增强职业意识、拓展职业认知。

这是高校不断完善生涯教育与就业指导课程的生动缩影。立足区域特色与办学定位,将职业生涯规划与就业指导课程纳入人才培养方案,各高校不断构建起科学丰富的课程体系。

北京交通大学学院两级共开设21门就业指导类线下课程,1门课程上慕课,包含生涯规划、就业指导、创业教育等内容;安徽农业大学针对不同年级学生,分阶段设置目标,如大一聚焦规划启蒙、大三强化求职技能;武汉交通职业学院将立德树人融入职业发展与就业指导全过程,讲述大国工匠、技能榜样故事,涵养“干一行、爱一行、精一行”的职业精神……

在课程带动下,大学生不断树立科学的职业观、就业观,自我定位

更加精准,对于职业发展路径的规划更加明确。

丰富教学形式,推动生涯教育取得实效——

如何通过技术赋能,让课程教学更富吸引力?西安电子科技大学通过采用线上与线下、理论与实践混合式教学方法,为学生提供智能化、个性化、精准化的生涯规划指导与服务;上海电力大学则依托“职业充电站”微课与“生涯闯关”平台,引导学生树立“扎根行业、服务战略”的择业观。

此外,不少高校也注重校企协同和产教融合,为学生职业规划提供全方位支持和指导。

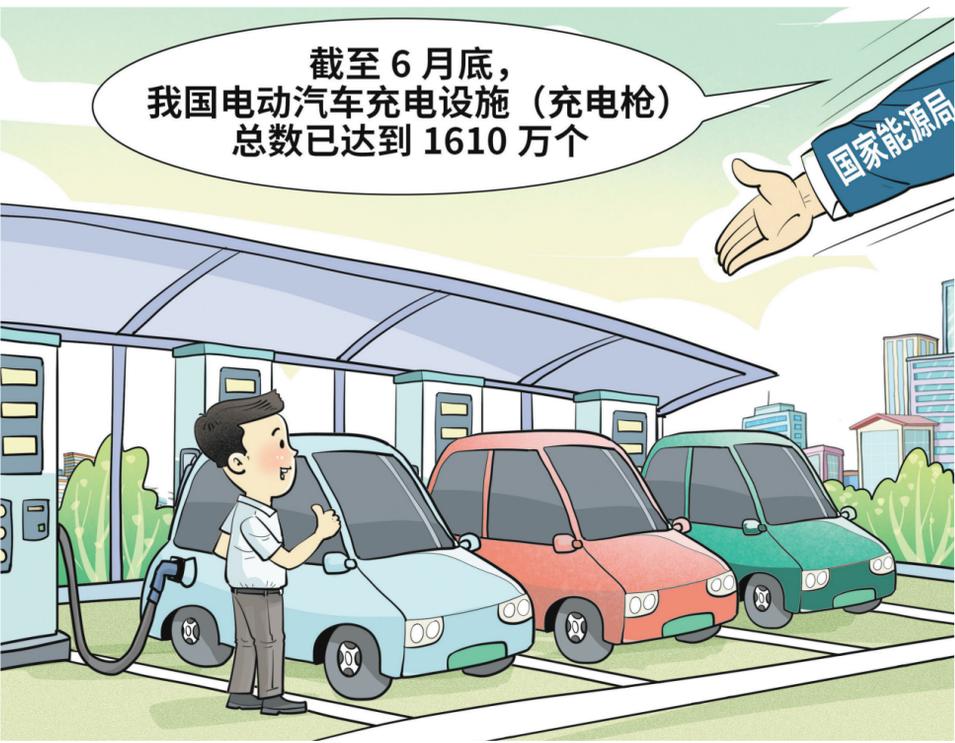
记者了解到,清华大学每学期邀请数十位企事业单位专业技术人才走进课堂,围绕行业对拔尖创新人才需求,面向学生开展实践教学,增强学生的职业使命感与专业认同度;华中科技大学有针对性地带领学生走进相关企业,让学生参与模拟面试与真实项目实操,深度感知职场生态。

实施精准化帮扶,强化对重点群体的保障——

针对重点群体,各高校也注重加强帮扶,切实提供精细化、有温度的就业指导服务。例如,内蒙古大学建立了“经济援助、技能援助、就业帮扶、岗位推送”的就业帮扶体系,通过发放求职补贴、开展“宏志助航”计划培训、举办职业技能训练营等形式提供指导;天津理工大学注重针对不同学生的特点和需求,提供个性化的生涯规划指导,精准帮扶困难毕业生……

一系列务实举措,帮助大学生深入了解就业形势与政策,全面提升求职技能和综合素质,有效筑牢保障底线。(新华社北京7月31日电)

保障充电需求



国家能源局7月31日发布的信息显示,截至6月底,我国电动汽车充电设施(充电桩)总数已达到1610万个。

(新华社发)

制造业PMI短期有所波动 我国经济总体产出保持扩张 ——解读7月份PMI数据

新华社记者 潘洁 王雨萧

国家统计局服务业调查中心、中国物流与采购联合会7月31日发布的数据显示,7月份,制造业采购经理指数(PMI)为49.3%,非制造业商务活动指数和综合PMI产出指数分别为50.1%和50.2%,我国经济总体产出保持扩张。

受制造业进入传统生产淡季以及部分地区高温、暴雨洪涝灾害等多重因素影响,7月份制造业PMI为49.3%,比上月下降0.4个百分点。

中国物流信息中心分析师文韬指出,我国多地遭遇高温热浪、暴雨洪涝以及干旱等极端天气,给户外施工作业、居民日常生活带来阻碍,进而影响到市场需求释放。7月份,制造业新订单指数为49.4%,较上月下降0.8个百分点;新出口订单指数为47.1%,较上月下降0.6个百分点。

在扩张区间。“制造业生产活动扩张势头虽短期有所放缓,但平稳向好态势没有改变。”文韬说。

从重点行业看,7月份,装备制造业PMI为50.3%,虽较上月下降1.1个百分点,仍保持在扩张区间;高技术制造业PMI为50.6%,连续6个月运行在扩张区间,其中生产指数运行在52%以上,新订单指数运行在50%以上。新动能保持扩张势头,产业结构持续优化,高质量发展稳步推进。

从企业规模看,大型企业平稳扩张,中型企业恢复向好。7月份,大型企业PMI为50.3%,其生产指数和新订单指数分别运行在52%以上和50%以上;中型企业PMI为49.5%,较上月上升0.9个百分点,连续2个月上升;小型企业PMI为46.4%,比上月下降0.9个百分点。

价格指数方面,7月份,制造业原材料购进价格指数为51.5%,较上月上升3.1个百分点,在连续4个月运行在50%以下后回到扩张区间。产成品价格也继续趋稳运行,出厂

价格指数为48.3%,较上月上升2.1个百分点,为今年以来的次高点。

“制造业市场价格趋稳回升主要是基础原材料行业所带动。”文韬说,从近期价格指数走势看,当前市场价格协同性有所改善,但价格内卷问题仍然存在。近期推出的整治“内卷式”竞争有助于推动产业链价格良性传导,促进制造业利润和效率提升。

市场预期方面,7月份,制造业生产经营活动预期指数为52.6%,比上月上升0.6个百分点,制造业企业对近期市场发展信心有所增强。从行业看,汽车、铁路船舶航空航天设备、电气机械器材等行业生产经营活动预期指数均位于55%以上较高景气区间。

7月份,非制造业商务活动指数为50.1%,虽较上月下降0.4个百分点,但仍在扩张区间。其中,服务业商务活动指数为50%,建筑业商务活动指数为50.6%。

“在暑期假日效应带动下,与居民出行和消费相关的铁路运输、航

空运输、邮政、文化体育娱乐等行业商务活动指数位于60%以上高位景气区间,业务总量较快增长;租赁及商务服务、生态保护及公共设施建设等行业商务活动指数均位于扩张区间,旅游相关行业市场较为活跃。”国家统计局服务业调查中心高级统计师赵庆河说。

从市场预期看,非制造业商务活动预期指数为55.8%,比上月上升0.2个百分点,持续位于较高景气区间,多数非制造业企业对市场发展保持乐观。

受近期部分地区持续高温、暴雨洪涝灾害等不利因素影响,建筑业施工有所放缓,建筑业商务活动指数为50.6%,比上月下降2.2个百分点,但整体仍在扩张区间。

“预计随着雨季结束,建筑业相关活动增速有望回升。”中国物流信息中心分析师武成说,下半年,随着城市更新、“两重”“两新”和消费补贴等一系列扩内需相关政策的持续落地,投资与消费活动有望继续稳步回升。(新华社北京7月31日电)