

《平“语”近人——习近平喜欢的典故》(国际版)在中亚五国主流媒体播出

新华社阿斯塔纳6月16日电 6月16日,《平“语”近人——习近平喜欢的典故》(国际版)在中亚五国主流媒体落地播出。哈萨克斯坦总统托卡耶夫致贺信,对节目播出表示热烈祝贺。

中央广播电视总台精品节目《平“语”近人——习近平喜欢的典故》(国际版)精心选取习近平主席重要讲话、文章、谈话中所引用的中国诗文典故,聚焦开放合作、科技发展、生态环保、文化创新等主题,以国际化视角和生动故事,向中亚受众阐释习近平主席治国理政思想的深厚历史文化根基,展示中国式现代化的万千气象。

节目即日起在哈萨克斯坦丝路电视台、吉尔吉斯斯坦国家电视广播公司、塔吉克斯坦“扎洪纳莫”国家电视台、土库曼斯坦新闻网、乌兹别克斯坦青年电视台等中亚五国主流媒体落地播出。

哈萨克斯坦“中国旅游年”开幕

新华社阿斯塔纳6月16日电 (记者 苟洪景 邢钰)哈萨克斯坦“中国旅游年”开幕式16日在哈萨克斯坦国家博物馆举行,哈中两国嘉宾约300人出席。

中国文化和旅游部部长孙业礼、哈萨克斯坦旅游和体育部部长梅尔扎博兹诺夫出席开幕式并致辞。

作为哈萨克斯坦“中国旅游年”的主要活动,“丝绸与丝路:从中国到哈萨克斯坦”展览同日在哈萨克斯坦国家博物馆开幕。展览分“丝之源”“丝之路”“丝之用”三个部分,旨在展示丝路文化的历史底蕴和现代发展,展现中国与丝绸之路沿线国家的友好交流和文化交融。展览将持续至8月8日。

当天的开幕式上还举行了文艺演出、汉服时装秀、非遗体验等活动。此外,中国丝绸博物馆与哈萨克斯坦国家博物馆签署了合作备忘录。

2025中国－中亚人文交流活动在阿斯塔纳举行

新华社阿斯塔纳6月16日电 6月16日,中国中央广播电视总台与哈萨克斯坦总统广播电视综合体联合主办的2025中国－中亚人文交流活动在位于阿斯塔纳的哈萨克斯坦总统中心举行。包括中国与中亚五国政治、经济、文化、媒体、教育等各界人士在内的150余位嘉宾出席活动。

活动现场发布《中国－中亚媒体加强合作倡议》,倡导加强媒体在联合报道、内容共享、信息发布、技术创新、人才培养等方面的深入合作,打造中国－中亚媒体合作联盟,客观、广泛传播中国和中亚国家的声音,深化民心相通,增进相互理解,为构建中国－中亚命运共同体贡献力量。

“全民反诈在行动”集中宣传月活动启动

据新华社北京6月16日电 中央宣传部、公安部16日联合启动“全民反诈在行动”集中宣传月活动,进一步加大反诈宣传力度,不断提升群众防骗意识,切实营造全社会反诈浓厚氛围。

此次集中宣传月活动的主题是“反诈是门必修课,筑牢防线守好责”。根据活动安排,各地各部门将在全国范围内组织开展防范电信网络诈骗犯罪“进社区、进农村、进家庭、进学校、进企业”的“五进”活动,着力构建立足社区、覆盖全社会的反诈宣传体系。为增强反诈宣传针对性,公安部联合中央广播电视总台共同推出《全民反诈公开课》普法宣传节目,通过剖析真实案例,全面普及反诈领域相关知识,揭批最新电诈犯罪手法,切实提升广大群众防范意识和反诈能力水平。其间,公安部刑侦局将会同国家反诈中心发布《2025版防范电信网络诈骗宣传手册》;组织第三届全国反诈短视频大赛,针对易受骗群体开展有针对性的防范宣传;会同相关行业主管部门督促金融机构、电信业务经营者、互联网服务提供者对本行业从业人员及服务对象深入开展反诈宣传。同时,主要新闻媒体和新媒体平台将持续推出反诈系列报道,不断扩大宣传范围、提高宣传精度,持续掀起全民反诈、全社会反诈的新热潮。

全国公安机关坚决落实党中央决策部署,认真贯彻反电信网络诈骗法,坚持“四专两合力”思路,统筹推进打击治理电信网络新型违法犯罪工作,深入开展“断卡”“断流”“拔钉”“斩链”等专项行动,严厉打击为境外诈骗集团提供推广引流、转账洗钱、技术开发、组织偷渡等非法服务的涉诈黑灰产犯罪团伙,2024年共破获电信网络诈骗案件29.4万起,抓获一大批违法犯罪嫌疑人,其中诈骗集团幕后“金主”、头目和骨干570余名,狠狠打击了诈骗分子嚣张气焰。

各地各部门密切配合、通力合作,强化综合治理,堵塞监管漏洞,全力挤压涉诈违法犯罪活动空间。工信部扎实推进电信和互联网业务治理,推动企业落实反诈责任,组织开展多批次执法检查,推动反诈工作迈上新台阶。中国人民银行常态化推进“资金链”治理,形成部门联动、行业联防、系统联治治理体系。

全国“安全宣传咨询日”主场活动在郑州举行

据新华社郑州6月16日电 (记者 马惠卿)今年6月是第24个全国“安全生产月”,主题为“人人讲安全、个个会应急——查找身边安全隐患”。16日,国务院安委会办公室、应急管理部在河南省郑州市举行2025年全国“安全宣传咨询日”主场活动。

据了解,本次主场活动在郑州国际会展中心举行。活动现场进行了企业安全、家庭安全等主题情景剧表演,设置了“查找身边安全隐患”咨询服务、安全文化普及教育、应急科普宣传互动体验、应急装备展示等区域,面向公众开展形式多样的宣传咨询活动,进一步普及了各类风险隐患的辨识方法和处置措施,提升公众安全意识和避险逃生能力,积极营造全社会关注、全民参与的良好氛围。

应急管理部负责人表示,开展“安全宣传咨询日”活动,就是希望通过理论学习、交流研讨、实践活动等多种形式,以“时时放心不下”的责任感抓紧抓实安全生产工作;通过广泛发动群众,推动“查找身边安全隐患”工作走深走实,积极开展丰富多样、群众喜闻乐见的安全宣传活动,把安全知识普及到企业车间、田间地头、校园课堂、社区家庭,持续筑牢安全生产人民防线;通过压紧压实责任,把防范遏制重特大事故作为重中之重,深入推进安全生产治本攻坚三年行动和重点领域“一件事”全链条专项整治,大力提升隐患排查整改质效,切实维护人民群众生命财产安全和社会大局稳定。

毁林毁草、水土流失、非法采矿……

中央生态环保督察集中通报3省区典型案例

16日,第三轮第四批中央生态环境保护督察集中通报一批典型案例,涉及内蒙古、陕西、宁夏等地。

在内蒙古,督察组发现,通辽科尔沁天然草原和科尔沁沙地生态地位重要,应当把森林、草原保护严抓实抓。通辽市一些地方毁林毁草问题频发,生态保护修复责任压得不实,工作推进不力。

督察发现,通辽市违法开垦草原面积超过3600亩,违法侵占草原超过320亩。2023年奈曼旗一地因毁林开垦被自治区通报,但在整改同时又违法占用林地面积326亩;科尔沁区大林镇上报,毁林40余亩问题经整改并验收销号,但复种树木大量干枯死亡。科左中旗27处1250余亩林地采伐后未按要求更新造林。

同时,当地林草保护修复工作推进滞后。相关方案明确2023年年底前完成30个重点项目,但仍有6个重点项目尚未完成,特别是北部山区小流域综合治理工程中的9.5万亩植被恢复任务仍未完成。

在陕西,地处黄土高原的榆林市多沙粗沙区面积占黄河流域的32%,全市水土流失面积占市域面积的86%,是黄河中游水土流失严重地区,成为黄河泥沙的一个主要来源地。

督察指出,榆林市水土流失治理相关部署落实存在差距,一些地区水土流失治理滞后。截至2024年年底,榆林市定边县、绥德县水土流失治理面积与陕西省下达的“十四五”末目标相比,仅完成54%和68%。同时,淤地坝建设管护短板明显。截至2024年,榆林市淤地坝、拦沙坝建设和病险淤地坝除险加固仅完成“十四五”目标任务的42%、54%和63%,特别是要求“十四五”期间提升改造的787座老旧淤地坝至今还有56.5%未开工。

督察还发现,榆林市水土保持方面违

法问题突出。榆林市清涧县鸿鑫建材有限公司场区水土流失严重。督察人员此前暗查发现,该企业在李家川河道内倾倒大量弃土,警察进驻后发现该企业在河道内又倾倒弃土近2万立方米。绥德县环境卫生所违规向正沟淤地坝内倾倒大量建筑垃圾,还长期违规在淤地坝附近挖山取土,造成山体生态破坏、多处崩塌。此外,该所未经审批擅自在坝下建设1.2万立方米的垃圾渗滤液贮存池,违规贮存高浓度垃圾渗滤液约1000立方米,环境风险突出。

在宁夏,中卫市石灰岩等矿产资源分布集中,现有矿山企业以中小型为主,个别区域矿产资源开采生态保护不到位,生态修复效果较差。

督察发现,位于中卫市天景山矿区的明日电石公司开采过程中大面积占用草原,其中205亩一直未办理草原征占用手

续。另外,该公司矿山投产以来,陆续侵占草原共约90亩。同时,位于黄河一级支流清水河两岸的国溢铁路道砟公司在用地许可范围外侵占中度沙化土地7亩、其他草地134亩,对植被造成破坏。2021年停产后,该公司仍有大量废渣、成品料等露天堆放,大量渣石堆存在采坑内。

督察指出,中卫市矿山生态修复治理不严不实。中卫市沙坡头区于2022年组织实施矿区生态修复治理,一些采矿企业修复治理工程通过了验收,但修复治理的实际效果有差距。刘岗井华安灰石矿等7座矿山仍然在矿区范围外违法占地堆放废渣土和成品石料,对天然植被造成破坏;天景山天主峰灰石矿等3座矿山高陡边坡底部仍堆积大量碎石、渣石、废土依山体堆放,6个近百米长的渣石坡尚未完成修复。

(新华社北京6月16日电)



6月11日,浙江省余姚市市民展示自己收藏的LABUBU玩具。

□新华社发

LABUBU大火 “中国创造”做对了什么

一只名为LABUBU、有着标志性“龅牙”和狡黠笑容的毛绒玩具,正以意想不到的方式释放巨大能量,拨动着全球年轻消费者心弦。

从社交平台上的“开箱狂欢”,到海外门店前彻夜排队,再到拍卖会上成交价高达108万元的初代LABUBU……这个由中国企业泡泡玛特打造的小怪兽玩偶,不仅在世界范围内成为年轻人情绪表达和文化认同的出口,也让“中国创造”成为“顶流”。

初看有点“怪”,再看有点“可爱”的LABUBU,打破传统审美“套路”,既保留了毛绒玩具萌的一面,又赋予其搞怪、叛逆的性格。“亦正亦邪”的气质精确瞄准了年轻人“做自己”的渴望。正如一位网友的评价:每当看到LABUBU的坏笑,都感觉它在说,别管别人怎么看,做自己最重要。

LABUBU的“破圈密码”并不复杂:不仅通过盲盒带来随机惊喜,还在全球进行了很多好玩的文化联动,更得到了不少明星名人的喜爱认可。随着不断破圈传播,年轻人讨论转发、收集购买,LABUBU变成了一种社交“硬通货”。

LABUBU所在的中国潮玩产业,产业规模从2015年的63亿元飙升至2023年的600亿元,增长近10倍,2026年有望突破1100亿元大关。在LABUBU等产品的撬动下,一季度泡泡玛特业绩同比增长超160%,海外市场增速更是超470%。业绩的爆发,也带动了泡泡玛特等“新消费”企业股价不断走高。

这背后,是“Z世代”关于消费价值判断的深刻变化。年轻群体消费,早已不满足于产品单纯的功能属性,而是更在意情绪价值、体验价值和社交属性。

连接创意设计、精密制造、文化传播与消费体验,这条全新的产业链条,不仅在国内,也在海外展现出巨大的经济动能。

看国内,中国已经在2023年成为全球第四大IP零售市场,全年IP零售额接近1000亿元。从人均IP消费来看,中国远低于市场总量排在前10的其他国家。这也意味着,中国潮玩、中国IP市场还有很大增长空间。

政策暖风频吹,正在为国货“潮品”、“IP消费”营造良好的发展环境。今年3月印发的《提振消费专项行动方案》明确提出,“开拓国货‘潮品’国内外增量市场”“支持推广消费新业态新模式”。商务部明确,促进“IP+消费”,畅通IP授权、商品开发、营销推广全链条。

看海外,从最早掀起出海浪潮的3C数码到这几年火起来的新能源汽车,从电商平台到电子游戏,越来越多的中国品牌打出了国际知名度。

这次走到C位的,是中国潮玩品牌。海外“一BU难求”、全球社交媒体讨论热度居高不下……中国潮玩

正在刷新着海外消费者对中国文化品牌的认知。

从“中国制造”迈向“中国智造”“中国创造”,中国产品和中国品牌在产业链上持续深耕,一路攀登,一次又一次证明自己在各个领域的竞争力。

风靡全球的潮玩创意展现着中国原创IP走向世界的信心与力量。融入更多中国元素,汲取世界各地的创意养分,中国文化品牌将赋予全球潮流文化新的内涵,打造出更多来自中国的爆款。

纵观近年来火爆出圈的中国文创产品,无论是黑神话悟空、哪吒,还是LABUBU,中国文化IP走向世界,不再满足于简单的形象输出。蕴含文化价值的“中国创造”,为全球年轻人提供充足的情绪共鸣和价值认同,因此产生可观的全球“吸金”能力。

对美好事物的追求和对美好生活的向往不分国界、不分民族。LABUBU大火,是用世界听得懂的语言讲述中国创意、中国品质与中国文化的吸引力。有理由相信,以LABUBU为代表的“中国创造”,正在创新“中国故事”的表达,与世界共享创新机遇,让各国人民有更多机会感知越来越“酷”的中国。

(新华社北京6月16日电 记者 刘慧 郭宇靖)

网络消费快捷方便,也暗藏不少令人防不胜防的“坑”。最高人民法院16日发布5件网络消费民事典型案例,警示商家诚信经营,依法维护消费者合法权益。

网购“七天无理由退货”,说不支持就不支持?胡某在网上买了一款女士手提包,购买时店铺页面显示该手提包不支持七日无理由退货。胡某收货后于七日内申请无理由退货,被店家韩某拒绝。胡某诉至法院,请求判令韩某承担退货退款责任。

审理法院认为,虽然韩某在商品详情标注了不支持七日无理由退货,但并未合理说明该手提包性质属于不宜退货的理由,也未举证证明适用七日无理由退货会导致商品价值的大幅度贬损或给经营者造成重大损失。最终判决韩某退还货款,同时胡某退还该手提包。

这个案子也提醒商家,虽然经营者可以依法与消费者约定不适用七日无理由退货,但不得任意扩大范围,让消费者“敢消费”“愿消费”“放心消费”。

付款后翻脸不给打折,“限时优惠”谁说了算?

一起案例中,某家具公司开展床垫促销,规则为某日20时开始付定金,前50名付定金者享受半价优惠。但实际上,该公司当日19时33分就开始接受定金支付。

张某于19时40分支付定金100元,同时向客服人员发送了当时预定人数为15人的截图。客服告知张某有机会享受半价优惠,张某便支付了订单尾款。然而,公司此后公示的优惠名单中并无张某,并称张某未在活动时间内下单,不符合优惠条件。

法院对此认为,张某支付定金后即告知客服人员,客服人员并未指出其付定金时间不符合促销规则,并表示张某有机会享受优惠。若客服人员在张某告知时即指出其付定金不符合规则,张某完全可以先取消该订单并在20时后支付定金,进而促成符合优惠条件。家具公司在促销活动中存在误导行为,应承担相应责任。法院判决,公司返还张某一价价款。

网购演唱会门票,说好的无条件退票却只退一张?

方某在某票务平台同时在线购买2张演唱会门票,购票页面说明:购票后48小时内可办理无条件退票,在销售阶段同一购票人,同一购票账户仅享有一次退票权益,在产生一次退票后,如再次购买同场演出票,将不能退票。

因行程有变,方某向平台申请退票,其中一张退票成功,另一张却拒绝退票。经方某多次请求,该平台仅向方某退还第二张票款的80%。

法院认为,案涉门票并非方某退票后再次购买,平台不能依据上述条款拒绝向方某全额退还票款。对于退票规则,应作出更有利于方某的解释。法院判决,平台向方某退还剩余的20%票款。

该案提醒经营者,在拟定演唱会门票等票证的退票规则时,应当清晰明确,防止出现歧义。当经营者拟定的退票规则有多种解释时,应当作出有利于消费者的解释,充分保障消费者的知情权和自主选择权。

同时,典型案例还涉及直播营销中的经营者欺诈行为、网络服务提供者过度收集个人信息等。最高法表示,人民法院将稳妥探索,认真总结网络消费变化趋势和规律,以法治思维和法治方式支持拓展网络消费,为高质量发展提供有力司法保障。

(据新华社北京6月16日电 记者 冯家顺 罗沙)

交流。哈方高度评价并积极支持中国维护国际公平正义的担当努力,愿同中方在联合国、上海合作组织、金砖、中国－中亚机制、亚信等多边机制中继续密切合作、相互支持,推动国际秩序朝着更加公正合理的方向发展。

会谈后,两国元首共同见证双方交换10余份双边合作文件,涵盖贸易、投资、科技、海关、旅游、媒体等领域。蔡奇、王毅等参加上述活动。

网络消费暗藏哪些坑？