



全国精神文明建设表彰大会在京召开

山东再添8个“全国文明城市”

大众日报记者 赵琳

全国精神文明建设表彰大会11月20日上午在北京召开,我省济宁市、泰安市2个地级市,曲阜市、新泰市、肥城市、青州市、昌邑市、诸城市等6个县级市入选第六届全国文明城市。

经复查确认,我省济南市、青岛市、淄博市、东营市、烟台市、潍坊市、威海市、日照市、临沂市9个地级以上市和胶州市、寿光市、莱州市、荣成

市、乳山市、龙口市6个县级市继续保留“全国文明城市”荣誉称号。烟台市是全国唯一连续六届获得全国文明城市荣誉称号的地级市。

至此,山东已有11个地级以上市、12个县级市获得全国文明城市荣誉称号。

全国文明城市每三年表彰一次,是反映一个城市整体文明水平的最高荣誉称号,也是最具价值的城市品牌。

此外,平阴县孔村镇等108个村镇荣获“全国文明村镇”,

济南市纪律检查委员会(济南市监察委员会)等97个单位荣获“全国文明单位”,韩桂香家庭等23个家庭荣获“全国文明家庭”,中国海洋大学等31所学校荣获“全国文明校园”。

济南市荣获全国未成年人思想道德建设工作先进城市,青岛市城阳区第二实验中学等8个单位荣获全国未成年人思想道德建设工作先进单位,高峰松等8名同志荣获全国未成年人思想道德建设工作先进工作者。

相关新闻

青岛肥城上榜“2020中国最具幸福感城市”

据新华社杭州11月20日电 “2020中国最具幸福感城市”调查推选结果近日在此间举行的2020中国幸福城市论坛上发布。成都、杭州等10个省会及计划单列市,温州、铜川等10个地级城市,太仓、肥城等10个县级城市,广州市天河区、宁波市镇海区等10个城区当选。

“中国最具幸福感城市”调查推选活动由《瞭望东方周刊》、瞭望智库共同主办。本年度调查推选活动以“人民城市,

幸福小康”为主题,以城市精细化治理、人民共建共享,助力全面建成小康社会为主线,对中国城市的幸福感进行调查,并推介幸福城市的具体实践。

成都、杭州、宁波、广州、长沙、南京、郑州、西宁、青岛、西安10个城市被推选为“2020中国最具幸福感城市”(县级市);广州市天河区、佛山市南海区、深圳市南山区、宁波市鄞州区、杭州市富阳区、温州市鹿城区、广州市黄埔区、宁波市镇海区、舟山市普陀区、成都市双流区被推选为“2020中国最具幸福感城区”。

巩固脱贫成效是实施乡村振兴的基石

——从党的十九届五中全会看脱贫攻坚有效衔接乡村振兴

接续推进巩固拓展攻坚成果同乡村振兴有效衔接,保持脱贫攻坚政策总体稳定,多措并举巩固脱贫成果。

“巩固脱贫成效是实施乡村振兴的基石。”中央党校(国家行政学院)经济学部副主任曹立认为,《建议》明确了巩固脱贫成效的举措,要求建立农村低收入人口和欠发达地区帮扶机制,保持财政投入力度总体稳定,接续推进脱贫地区发展,是各地干部接续乡村振兴的行动指南。

为什么要将巩固拓展脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接?专家认为,我国城乡区域发展和居民生活水平还有差距,农村社会保障和救助制度仍存在短板,西部地区脱贫县

内生发展能力不足等问题。

中央农村工作领导小组办公室主任、农业农村部部长韩长赋日前表示,在脱贫摘帽地区接续全面推进乡村振兴,大力发展战略产业,不断夯实发展基础,增强脱贫群众发展能力,巩固拓展脱贫攻坚成果,防止返贫,全面推进乡村产业、人才、生态、文化、组织五大振兴。

国务院扶贫办已确定,将设立过渡期,保持脱贫攻坚政策的总体稳定;建立防止返贫监测和帮扶机制,采取有效举措巩固脱贫攻坚成果;接续推进全面脱贫与乡村振兴有效衔接,从攻坚期的超常规举措向常态帮扶转变,积极探索建立解决相对贫困的长效机制。

(据新华社)

□评论员观察

齐鲁晚报·齐鲁壹点
评论员 孔雨童

昨天,有一个让不少电视观众有点扬眉吐气的消息:江苏省消保委对拒不提供开机广告“一键关闭”功能的乐视电视提起的公益诉讼判了:该品牌所属的乐融公司一审被判决“其智能电视开机广告侵犯了消费者选择权和平交易权,应予整改”。

很多电视观众苦于“开机广告”久矣:每每打开电视想看点儿啥,等待着你的却是几十秒绝对跳不过去的广告,你不胜其烦却又无可奈何。

一方面消费者迫切希望关闭开机广告;另一方面,开机广告又是厂商们绝对不愿丢弃的:数据显示,在广告投放端口,2019年全年其在开机广告+开机后资源广告上的收入已达到24亿元,并在2020年有望达到36亿元。这种种数字的背后,给不给观众那个开机广告的“关闭键”对企业利益而言差别巨大,因而企业是不太可能主动关上“这扇门”的。

在此背景下,让一个普通消费者去起诉一家电视生产商家,甚至直面一个行业,又

是难上加难。

但也是在这种情况下,我们看到了一个地方消保委的“出手”。消保委替老百姓“告了”,结果也令人欣慰:老百姓拿到了那个被剥夺的“关闭”键,也拿回了本就该属于自己的选择权。

江苏省消保委的这一告,其实是给一些与百姓相关的组织机构做了一个很好的范例。都知道该“让事情回到它本来该有的样子”,关键是有没有人愿意去做。

还有一件值得关注的事是,2020年中国电子视像行业协会正式发布了《智能电视开机广告服务规范》,并自今年9月13日起正式实施。该规范对困扰广大消费者多时的智能电视开机广告进行了限制。在此之后,很多品牌新机型中都实现了开机广告一键关闭的功能。但是,仍然有一些电视品牌存在开机广告无法关闭现象。这也正常,因为“规范”只能起到一个方向性引导作用,无法作为执法依据,在保护百姓的合法权益上毕竟有其局限性。因此,我们在为江苏省消保委点赞之余,也希望主管部门能就智能电视开机广告出台强制性规范,更有力地规范电视机行业,切实维护消费者权益。

来论

□冯海宁

家中的钢化玻璃莫名其妙地“自爆”,困扰着位于北京房山区长阳的紫云家园6号院的业主。入住3年多,小区业主自家自爆的钢化玻璃已超过60块,就连公共区域的玻璃也是接二连三地碎裂。该项目开发商表示,将积极协调厂家帮业主免费更换玻璃。

从相关资料看,钢化玻璃自爆原因有很多,既有标准原因——钢化玻璃标准中对钢化玻璃弓形弯曲度的要求过低,也有安装原因——安装时没有考虑建筑物的沉降和冷胀冷缩,还有质量原因——玻璃中有结石、气泡和杂质,等等。可见,玻璃自爆背后有可能隐藏着多种问题。

频发的玻璃自爆现象,有必要引起开发商、施工方、生产商乃至标准制定者、质量监管者高度重视。相关方面要意识到,玻璃自爆不仅给使用者造成不便,更隐藏着巨大的安全隐患。因为钢化玻璃如今无

处不在,一旦发生自爆,不但容易伤到使用者,还有可能对他人造成伤害。尤其高楼的阳台玻璃、外墙面玻璃、客厅窗户玻璃、飘窗玻璃等一旦自爆,玻璃碎片掉落楼下,对楼下人的生命财产安全构成巨大威胁,高楼玻璃自爆可能比“高空抛物”的威胁更大。

也就是说,要像重视“高空抛物”一样重视高空玻璃自爆。虽然两者性质不同,高空抛物是人为从高空中向下抛掷物品,是违法行为,而高空玻璃自爆属于玻璃自行碎裂。但二者有相似之处,都对生命和财产具有极强破坏力,归根结底都与人有关。那么,治理玻璃自爆也要从人入手。

近年来,从立法到司法再到物业等,都对“高空抛物”越来越重视。比如,《刑法》《侵权责任法》等法律中都有相关条款制约高空抛物行为。最高法去年11月印发《关于依法妥善审理高空抛物、坠物案件的意见》也受到好评。但高空玻璃自爆带来的问题,法律如何破解?有关各方不妨把高空玻璃自爆视为另一种“高空抛物”,高度重视玻璃自爆带来的安全隐患,从质量、标准、立法等方面“对症下药”。

像重视『高空抛物』一样重视『玻璃自爆』