

习近平致信祝贺人民日报创刊70周年强调

忠实履行党的新闻舆论工作职责使命

不断提升传播力引导力影响力公信力

新华社北京6月15日电(记者 罗争光)在人民日报创刊70周年之际,中共中央总书记、国家主席、中央军委主席习近平发来贺信,代表党中央表示热烈的祝贺,向报社全体新闻工作者和离退休同志致以诚挚的问候。

习近平在贺信中指出,人民日报是党中央机关报。70年来,在党中央坚强领导下,人民日报坚持政治家办报和党性原则,与党和人民同心同德,深入宣传党的理论和路线方针政策,热情报道人民的伟大实践,在革

命、建设、改革各个历史时期发挥了十分重要的作用,创造了光荣历史。

习近平强调,当前,中国特色社会主义进入了新时代,全面建设社会主义现代化强国新征程已经开启。人民日报要深入学习贯彻新时代中国特色社会主义思想和党的十九大精神,忠实履行党的新闻舆论工作职责使命,坚持正确政治方向,弘扬优良传统,深化改革创新,加强队伍建设,改进宣传报道,讲好中国故事,构建全媒体传播格局,不断提升传播力、引导力、影响力、公

信力,为实现“两个一百年”奋斗目标、实现中华民族伟大复兴的中国梦作出新的更大贡献。

15日上午,人民日报社举行庆祝创刊70周年大会。中共中央政治局委员、中宣部部长黄坤明出席大会并讲话。他说,要真学习贯彻习近平总书记重要指示精神,坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,增强“四个意识”,坚定“四个自信”,牢牢把握正确舆论导向,推动党的创新理论深入人心,壮大主流舆论,传播主流价值,做

宣传新时代、记录新时代、讴歌新时代的排头兵。

会上宣读了习近平的贺信,人民日报社负责人和老职工、青年记者编辑代表先后发言。

1948年6月15日,人民日报在河北省平山县里庄创刊。1949年8月1日,中共中央决定人民日报为中共中央机关报。经过70年发展,人民日报社现拥有报纸、杂志、网站、客户端等10多种载体,400多个发布终端,覆盖用户总数达7.86亿。

习近平《在深入推动

长江经济带发展座谈会上的

讲话》单行本出版

新华社北京6月15日电 中共中央总书记、国家主席、中央军委主席习近平《在深入推动长江经济带发展座谈会上的讲话》单行本,已由人民出版社出版,即日起在全国新华书店发行。

我国改革强制性产品

认证制度为企业减负

新华社北京6月15日电(记者 赵文君)从15日起,我国对电脑游戏机、摩托车发动机、汽车防盗报警系统、汽车燃油箱等19种产品不再实施强制性产品认证。这是记者从国家认监委获悉的。

市场监管总局、国家认监委日前发布公告,决定改革调整强制性产品认证(CCC认证)目录及实施方式,推动“目录瘦身,简化程序,减轻负担”。部分生产工艺成熟、质量控制有效、产品安全风险较低的产品不再实施强制性认证,从而简化市场准入程序,显著降低企业成本;同时,根据风险等级实行分类管理,便利企业办理认证,强化市场主体的质量安全责任,进一步激发市场活力。

据介绍,改革后的强制性产品认证制度,按照必要性和最小化原则,根据产品风险等级和产业成熟度,建立认证目录动态调整机制;根据企业管理水平和诚信状况,引入企业“自我声明”方式;扩大强制性认证检测指定范围,通过市场竞争机制引导认证机构降低收费、提升服务;简化认证程序,推行“检测认证一站式服务”等便捷认证模式;同时,加强事中事后监管,坚决打击“认证乱象”。

强制性产品认证(CCC认证)是我国参照国际通行做法,依据有关法律法规对关系人身健康安全的产品实施的具有准入管理性质的产品认证制度,具有法定性、强制性。实施强制性认证的产品,应当经过认证并标注认证标志后,方可出厂、销售、进口或者在其他经营活动中使用。消费者选购或使用该类产品,可查看产品及其包装上的CCC认证标志。

中国侨联颁发第七届

“中国侨界贡献奖”

新华社北京6月15日电(记者 荣启涵)中国侨联第七届新侨创新创业成果交流系列活动15日在京举行。活动当日还颁发了第七届“中国侨界贡献奖”,全国人大常委会副委员长白玛赤林,全国政协副主席陈晓光等出席活动并为获奖者颁奖。

据介绍,本届共评选出廖洪恩等104名“中国侨界贡献奖”获奖者,其中一等奖38名,二等奖66名。“中国侨界贡献奖”由中国侨联于2003年设立,在中央组织部、人力资源和社会保障部、中国科学院、中国科协等单位的支持下,至今已成功举办七届,对于激励侨界人才立足本职、建功立业、报效国家发挥了积极作用。



俄罗斯世界杯

撬动中国人的“吃喝玩乐”经济

据新华社上海6月15日电(记者 陈爱平 朱翊)世界杯时间到!14日晚间开赛的2018年世界杯举办地远在俄罗斯,但中国人正在掀起一波“世界杯消费热”。

国际足球联合会(FIFA)一周前公布数据显示,中国球迷已购买了超过4万张比赛门票。总部位于上海的携程旅行网14日发布报告称,预计在世界杯期间前往俄罗斯旅游、观赛的中国游客将突破10万人次。

“世界杯期间各国游客蜂拥而至,当地酒店和旅游资源价格上涨较多,游客花费较平日增加了五成左右,但这难以阻挡中国球迷的热情。”携程出境游负责人肖吟元说,“仅携程一家旅行社,今年世界杯期间有近5000人报名跟团游、自由行、定制旅游和海外玩乐等产品赴俄旅游,因球赛出游人数较上一届世界杯成倍增长。”

中国人的世界杯消费并不局限于赛事门票、交通和住宿。距举办地数千公里外的上海,多家酒店、餐厅、商场及中外食品企业“摩拳擦掌”,以期在世界杯期间借势“吸金”。根据以往经验,世界杯主题产品往往能掀起一波热销行情。

“看球搭档”啤酒及薯片等零食占据各家超市、便利店货柜的“C位”(中心位置)。总部位于荷兰的喜力首次在中国市场推出了12款基于参赛国家队设计的啤酒产品,并推出扫码AR体验。无独有偶,14日在中国国际进口博览会食品展商客商对接会上,总

部位于新西兰的恒天然向新华社记者介绍,这家乳业巨头与中国餐饮合作伙伴们在世界杯期间推出了限量“奶盖啤酒”。

锦江国际(集团)有限公司旗下部分星级酒店针对世界杯推出促销活动,旗下部分白玉兰酒店将为住客在赛期推出影视房观赛体验、球赛竞猜活动等服务。

业内人士分析,中国“世界杯消费热”的背后,是中国人对体验消费的青睐及对运动健康的日益重视。来自亚马逊中国最新的报告称,2017年在该平台购买专业健身器材的中国消费者不断增多。

喜力中国区总裁林德扬举例,在中国,年龄段在18-30岁的年轻人是啤酒的主要消费群体,他们不仅关注商品品质是否提升,还会关注自己的朋友圈、自己所喜欢的明星以及时下流行的消费行为。“啤酒+足球”便是经典的市场行销案例。

国际米兰足球俱乐部中国办公室商务总监茅宇静说,“世界杯效应”显示,足球对中国人的意义,已经不仅是一项锻炼身心的体育运动,更代表着时尚的生活方式、人际交流的流行文化。据悉,这家百年意甲豪门已与中国国际进口博览局签订了参展合同,在今年11月举办的首届中国国际进口博览会上推广足球运动和足球文化。

多位业内人士预计,无论是世界杯主办地俄罗斯的相关产业,还是中国本土市场,都有望在“世界杯消费热”中收获良多。



6月15日,河北省邯郸市邯山区北堡小学学生在学习茶艺知识。当日,河北省邯郸市邯山区教育部门组织开展“品民俗 迎端午”主题活动,通过制作香囊、划“旱地龙舟”、学习茶艺知识等活动,让学生体验传统文化,迎接端午节。

■新华社记者 王晓 摄

“讲文明 树新风”公益广告

风景在路上

最美是礼让

请文明出行<<<

济宁报业传媒集团