

我国最深海底隧道已盾构掘进至海平面下100米

新华社北京5月11日电 记者11日从中国铁建股份有限公司了解到,我国自主研发的海底隧道盾构机“深江一号”负责深江铁路珠江口隧道施工,目前已顺利掘进至海平面下100米深处。

据中铁十四局项目负责人李兵介绍,“深江一号”盾构机总长130米,总重

3800吨,开挖直径达13.42米。珠江口隧道是深圳至江门铁路的关键控制性工程,全长13.69公里,其中隧道盾构段最深处位于海底106米,是我国最深海底隧道。

“‘深江一号’盾构机全线长距离下坡掘进,下穿珠江入海口,工程地质条件极其复杂。目前,盾构机已累计掘进3320

米。”李兵说。

珠江口隧道建设是我国地下空间开发利用的一个注脚。11日,中铁十四局“深江一号”盾构机模型亮相在上海开幕的2024年中国品牌日活动现场,吸引不少参观者。中国铁建地下空间开发品牌展区,通过全景式展现向观众科普中国地

下空间开发核心技术。参观者通过裸眼3D,可看到盾构机犹如巨龙般在海底延伸;通过光影电梯,可深入正在地下搭建的“未来之城”,从36米到100米再到地下2400米,身临其境体验地下空间建造的神奇。

(记者 樊曦 韩佳诺)

为老人养老“钱袋子”再扎“安全绳”——解读民政部等七部门出台的《关于加强养老机构预收费监管的指导意见》

据新华社北京5月11日电 近年来,一些养老机构出于迅速回笼资金、增加客户黏性等原因,采取预收费模式运营。但有的养老机构预收大额费用后,出现了不按合同履行义务、资金管理使用不规范、资金链断裂破产倒闭等情况。有些不法分子通过预收费等形式实施非法集资。民政部等七部门近日出台《关于加强养老机构预收费监管的指导意见》(下称“意见”),为老人养老“钱袋子”再扎“安全绳”。

看点一:将养老服务费、押金和会员费全口径纳入监管

此次意见将养老服务费、押金和会员费全口径纳入监管,并根据实际情况实施差异化管理。

民政部养老服务司副司长李邦华介绍,养老服务费和会员费收取后,养老机构可以按照规定的用途自主使用;而押金除特定情形发生外,养老机构原则上不能使用。养老机构一次性收取养老

服务费和押金的额度一般不会太高,不同地区间差异也不大;而会员费则由于地区经济发展水平、机构规模和类型不同,风险隐患相对较高。

基于此,意见对养老服务费采取专项检查、抽查审计、风险监测等日常监管方式;对押金、会员费额外提出实行银行存管和风险保证金方式管理。意见同时明确,风险保证金留存比例不得低于该账户近三年会员费总额10%,且不得低于该账户当前余额20%。

意见采取包容审慎的态度对待预收费这一运营模式,统筹考虑养老机构发展实际情况和老人资金安全,针对风险隐患较大的押金、会员费,在日常监管的基础上,采取银行存管和风险保证金方式管理,充分发挥金融机构前哨作用,进一步守好老百姓的养老钱。

看点二:对“一床多卖”、“退费难”等现象精准出招

意见聚焦预收费收取、使用、退费等关键环节进行规范。针对一些养老机构“一床多卖”,意见要求,养老机构不得超过床位供给能力承诺服务,确保交费的老

年人总数不得超出其备案床位总数,预收费用总额不得超出其固定资产净额。

在预收费期限方面,养老服务费预收的周期最长不得超过12个月,对单个老年人收取的押金最多不得超过该老年人月床位费的12倍。

在预收费使用用途方面,意见明确,会员费不得用于非自用不动产、有价证券、金融衍生品等高风险投资,不得直接或者间接投资以买卖有价证券为主要业务的公司,以及用于其他借贷用途;不得投资、捐赠给其法定代表人(主要负责人)或者实际控制人名下的其他企业;实行连锁化、集团化运营的养老机构,不得投资、捐赠给关联企业。

破解“退费难”,意见提出,对符合服务协议约定退费条件的预收费用,养

老机构应当按照约定及时退费,不得拒绝、拖延。

看点三:严防养老机构商事行为异化为非法集资活动

近年来,一些养老机构“爆雷”“跑路”等问题时有发生。意见专门提出,不得以承诺还本付息、给予其他投资回报等方式,诱导老年人或者其代理人交纳预收费。

此外,意见还要求强化多元监督管理。押金、会员费应全部及时存入存管的专用存款账户。专用存款账户出现资金异常流动、账户余额达到风险保证金最低比例时,除办理退费外,存管银行不得为养老机构办理支出,同时应向民政部门作出风险提示,并及时报告所在地金融监管部门、处置非法集资牵头部门。意见要求民政部门加强预收费事中事后监管,发现养老机构涉嫌非法集资行为的,要通报存管银行。

(记者 高蕾)

平均“年龄”约140岁 中华老字号历久弥新

据新华社北京5月11日电 什么样的品牌,能称得上中华老字号?入选者能一“老”永逸吗?“百年老店”历久弥新的秘诀是什么?

北京同仁堂、天津狗不理、上海光明……随着2024年中国品牌日活动的举办,大家耳熟能详的老字号品牌再次唤起人们的独特记忆。

目前,我国已有中华老字号1455家,平均“年龄”约140岁。

从琴棋书画到柴米油盐,翻开中华老字号名录,全聚德、同仁堂、老凤祥……一个个熟悉的“名字”映入眼帘。这些与人们生活息息相关的品牌,已经成为中华文化的闪亮名片。

2006年和2011年,商务部先后认定了两批共1128家中华老字号,其中有701家中华老字号创立至今超过100年,历史悠久的便民坊到今天已经走过了600多年岁月。

去年,商务部会同多部门联合印发《中华老字号示范创建管理办法》,结合企业一般存续周期在20至30年、超过50年就称得上“长寿”的发展规律,将中华老字号门槛调整为品牌创立时间在50年(含)以上。

今年2月,商务部等部门对外公布了第三批中华老字号名单,382个品牌成功“晋升”为中华老字号。

当然,仅靠资历“老”还不够,还要拥有世代传承的独特产品、技艺和服务,鲜明的中华优秀传统文化特色和深厚的历史文化底蕴,以及广泛的社会认同和良好的品牌信誉,经得住市场检验。

为确保老字号“金字招牌”的成色,我国推出了“有进有出”的动态管理机制。去年年底,北京华女、天津稻香村、重庆冠生园等55个品牌没有通过中华老字号复核,被移出中华老字号名录。73个经营不佳、业绩下滑的品牌,被要求6个月予以整改。

中国书店,诞生于上世纪50年代,不久前入选第三批中华老字号。其代代相传的古籍修复技艺,被列入国家级非物质文化遗产。半个多世纪以来,这里先后有五代古籍修复传承人,为博物馆、图书馆、文物保护单位以及个人修复了数以万计的古籍。

内联升千层底布鞋制作技艺、吴裕泰茉莉花茶制作技艺、杨柳青木版年画技艺……不少耳熟能详的中华老字号都拥有非遗代表性项目。正是这些世代相



杨柳青木版年画国家级代表性传承人、郝旺的师父王文达在观察刻制的木版一角 (新华社记者赵子硕2023年12月27日摄)

传的传统技艺、工匠精神和诚信理念,成为老字号企业历经沧桑而生生不息的“传家法宝”。

在位于北京前门的“全聚德·中轴食礼”体验店,新中式下午茶受到不少年轻人的喜爱。小巧精致的点心错落有致地摆放在古朴精致的木匣子里,既有甜品制成的北京烤鸭、微缩版的门钉肉饼,也有驴打滚、艾窝窝等经典京味。

推出联名款商品、开设非遗体验馆、试水电商、直播带货……在政策支

持和市场需求双重推动下,越来越多的老字号加快求新求变步伐,通过品牌形象的迭代,不断拉近与年轻消费者的距离,创新技术与管理,优化产品与服务,从传统走向现代,从历史走向未来。

传承不守旧、创新不忘本。今天,我国中华老字号已覆盖32个行业,六成以上分布在食品、餐饮、零售等领域。未来,期待有更多“百年老店”向世界展现中华老字号的独特魅力。

(记者 潘洁 谢希瑶)