

应对高温天气 保障群众生命财产安全

市市场监督管理局开展特种设备安全生产工作

本报讯(记者 刘莉)为有效应对持续高温天气对特种设备安全运行带来的风险挑战,近日,市市场监督管理局迅速行动,通过“三个强化”举措,全面开展高温天气特种设备安全生产工作,切实保障市区内群众生命财产安全。

强化统筹部署,压实安全责任。组织召开开平市高温天气特种设备安全工作推进会,重点约谈电梯维保单位及大型储罐使用单位负责人,要求企业严格落实安全生产主体责任。明确日常巡查要求,织密织牢安全防护网。会上还通过典型

案例分析,强化企业安全红线意识。

强化监督检查,消除安全隐患。组建专项检查组,对气瓶充装单位、压力容器、压力管道使用单位,以及露天使用的起重机械、大型游乐设施、室外扶梯等重点场所开展全覆盖检查。重点排查设备防高温措施落实情况,包括散热系统、润滑系统及安全保护装置等关键部位。同时督促使用单位完善应急预案,开展高温应急培训,确保问题隐患及时整改到位。截至目前,已检查特种设备使用单位28家次,责令整改隐患10处。

强化预警宣传,提升防范能力。建立“线上+线下”立体化宣传网络,通过微信工作群、手机短信等渠道实时推送高温预警信息。特别加强对露天设备防水、防潮、防高温的专项指导,提升从业人员应急处置能力。

市市场监管局将持续保持高压监管态势,通过“日常巡查+专项整治”相结合的方式,进一步加大执法检查力度。同时深化安全培训,提升特种设备操作人员专业技能,确保高温季节特种设备安全平稳运行,保障人民群众生命财产安全。

对违规直播间绝不纵容

经济论坛

市场监管总局近日召开2025年直播带货食品安全行政指导会,为直播电商行业健康发展再敲警钟、再划红线。筑牢直播带货安全堤坝,是亿万消费者对“舌尖上的安全”的殷切期盼。

近年来,相关部门积极作为,从专项整治雷霆出击到监管体系织密扎牢,从主体责任层层压实到法规制度与时俱进,国家以坚定行动传递出明确信号:新业态的活力值得珍视,侵犯消费者权益的漏洞必须补上。

近年来,直播电商快速发展,与此同时,虚假营销、假冒伪劣、低俗带货等问题屡禁不止。根源在于一些平台审核不严,纵容无资质商家、低品质商品充斥其中;部分主播质量意识淡薄,存在“重营销、轻质量”的情况。直播电商行业一定程度上陷入了“萝卜快了不洗泥”的困局。

发展新业态新模式,既要包容呵护,更要规范引导。作为直播电商新业态的主要实践者,平台企业和电商

主播落实主体责任,发挥主体作用,做好守护消费安全的“第一道闸门”,显得尤为重要。

平台企业应完善责任体系。一方面,用好技术赋能。运用AI系统实时筛查主播话术,拦截虚假宣传;利用区块链实现商品全流程溯源,杜绝“三无”产品。另一方面,强化制度约束。严审商家资质,对违规者实施“违规即禁播”的惩戒措施;优化算法规则,释放“算法向善向好向上”效应,让合规经营者获得更多流量支持。

主播群体应深植诚信基因。头部主播应发挥示范效应,面向消费者公示选品标准、流程及质检报告,以透明保障“高质”;中小主播应摒弃短视逐利、低质炒作,以诚信经营积累口碑和信任。

直播电商业态行稳致远,须始终坚持“以用户为中心”“以安全为重心”发展理念。监管固然重要,但平台和主播主动参与生态共治,将保障安全与提升品质内化为自觉行动十分必要。有力监管与合力共治的有效结合,将护航直播电商行业实现规范健康发展。

(经济日报)

经济资讯

上半年规上互联网企业收入近万亿元

工信部数据显示,上半年我国互联网业务收入加快增长,利润总额降幅持续加大,研发经费稳定增长。规模以上互联网和相关服务企业完成互联网业务收入9613亿元,同比增长3.1%,增速较前5个月提升2.2个百分点;实现利润总额743.2亿元,同比下降8.3%,降幅较前5个月扩大6.1个百分点。

从地区来看,东部地区收入增速领先,西部地区互联网业务收入增速放缓。上半年,东部地区完成互联网业务收入8633亿元,同比增长5.3%,高于全国增速2.2个百分点,占全国互联网业务收入89.8%。中部地区完成互联网业务收入380.4亿元,同比下降30%。西部地区完成互联网业务收入581亿元,同比增长2.7%。东北地区完成互联网业务收入

19.3亿元,同比下降18.8%。

京津冀地区互联网业务收入保持较快增势。上半年,京津冀地区完成互联网业务收入3310亿元,同比增长7.4%,占全国互联网业务收入34.4%。长三角地区完成互联网业务收入3128亿元,同比增长4.6%,占全国互联网业务收入的32.5%。

超三成地区互联网业务增速实现正增长。上半年,互联网业务累计收入居前5名的北京、广东、上海、浙江和贵州共完成业务收入8104亿元,同比增长7.1%,占全国(扣除跨地区企业)互联网业务收入的84.3%。全国互联网业务收入实现正增长的省(区、市)有11个,其中浙江、山西、内蒙古、四川、陕西增速超10%。

(经济日报)

“土味”何以“出圈”

——从品牌建设看“吉字号”特色产业破茧之路

吉林农特产品再添“国字号”新成员!

不久前,“丰满鲤鱼”“通榆小米”“集安人参”“集安林蛙”“图们鸡蛋”成功挤进全国名特优新农产品“朋友圈”。至此,吉林拥有的国家级名特优新农产品已达72个,数量位居全国前列。

“小身板”何以玩转“大舞台”?吉林的实践给出了答案:生态是根基,品质是内核,而品牌则是开疆拓土的“金钥匙”。靠着这套“组合拳”,越来越多的吉林农特产品从区域走向全国,乃至全球,上演“实力逆袭”。

生态基底镀金品牌“C位”

长白山麓,晨雾未散。抚松县万良镇的参田里,王增柱蹲下身,指尖捏起黑褐色腐殖土。

“咱长白山的林子会‘养参’!”23年前王增柱懵懂入行,凭的是直觉;如今懂了,这优势是黑土地千年沉淀的硬核实力。

“软黄金”——参农的比喻精准道破本质。这片被火山灰滋养千年的土地,有机质丰沛,酸碱得宜,早把“好底子”埋进了每寸土。

正如省农科院二级研究员李刚所言:“长白山独特的昼夜温差、深厚腐殖土和无污染环境,构成了全球人参黄金产区不可复制的‘三角支撑’。”

吉林的“厚”基底,正是这不可复制的生态禀赋:广袤黑土、丰沛水源、鲜明四季温差,雕刻出东部山珍、中部畜产、西部杂粮的物产版图,它们是水土基因的“自然表达”。

但好底子,只是故事的起点。好资源不等于好生意。“土味”再好,锁在深山人未识。吉林人的觉醒在于:“特”字必须擦亮成“牌”。

资源沃土养出品牌“金凤凰”

从计划经济时代的统购统销,到市场经济中的品牌角逐,政策始终深度参与农业价值的形成过程,如同滋养黑土的春雨,无声却有力,催生出品牌森林的蓬勃生态。

“活牛抵押贷款就像一场及时雨,解了我们的资金渴。”延边畜牧开发集团有限公司董事长吕爱辉坦言,“作为规模企业,提升

了全链条品控能力,这让‘延边黄牛肉’的品质口碑更扎实。”

“活牛变活钱”并非突发创新,实则历经2015年试点、2021年省级政策统筹,终于在2023年迎来成效爆发。

“地方试水——省级制度——全域落地”的路径,印证了政策创新扎根实践的规

律,为全国农业金融提供可复制经验。当延边活牛成为“行走的抵押物”,黄松甸黑木耳正以地理标志作“品质名片”——新包装上精确的产地标注,实质是将地理标志所承载的产地生态禀赋与品质关联性,转化为可视化的品质名片。

从活牛抵押的金融棋局落到地理标志的品质赛道冲刺,吉林农特产业正以双轨并行的创新姿态、双擎发力的升级路径,让黑土地物产在价值链上完成漂亮的变道超车。

曾几何时,长白山人参按吨计价的困局,恰似吉林农特产的集体焦虑。坐拥黄金物产,却困在“原料贱卖”的价值链底端。

吉林省委十二届五次全会将人参产业高质量发展机制专项作为九大任务中唯一特色产业改革突破点,以修订《吉林省人参产业条

例》为法治保障,整合“长白山人参”区域品牌拓展国际市场,通过全链条重构冲刺3000亿级产业目标。

所以,变革的核心是政策协同,为农特产品品牌从培育到增值搭建起全链条赋能平台。

曾经的困境,已演变为“吉字号”农特产品行销海外的热销盛况。

农特产业升级道路上遇到品牌溢价困境,是常态;攻坚突破局,渐进式增值,是规律;竞争与转型面前,如何坚守品质底线、创新机制,集中政策资源构建品牌生态,是考验。

历经考验之后,一茬茬带着黑土气息的品牌“新芽”,正以更鲜活的姿态拥抱消费端的阳光。

土产出山变身场景新宠儿

在熙攘喧闹的餐馆里,蓝莓果汁渐成佐餐标配;在长途旅行的行李箱中,鹿肉即食肉片占据方便食品的位置;在直播间的热闹氛围里,有人为人参咖啡按下下单键。这些场景勾勒出吉林农特产的破圈轨迹。

老食材的新吃法,不仅打开了新消费场景,更让“土味”跳出“地域限定款”的标签。

而追溯体系的技术应用,恰如为“土味”装上了跨越地域的数字翅膀。在梅河口特产店,顾客用手机扫描松子包装上的溯源二维码,即可看到这些松子的“数字简历”。

业内人士指出,溯源体系能够让品牌信任从模糊的地域印象,转化为可验证的具体指标,通过可量化、可传播、可信任的价值体系,推动产业标准化、规模化。

吉林以标准化生产为抓手推进农特产深加工,通过建立全链条质控体系,推动农特产原料向多元品类延伸和产品矩阵扩容。始终保持动态推进态势的标准化建

设,让“土味”特产突破地域局限的成效尤为显著,不仅推动农特产品从分散经营向集约发展跃升,其释放的规模化效能正让吉林物产在全国消费市场形成不可忽视的“吉字号”影响力。

这种“影响力”正以全渠道体验打开特产消费新场景。线下,数十个城市体验店成了黑土地的“城市窗口”;线上,手机下单、冷链直达,山海变通途;直播间里,镜头让“土味”从货架上的商品蜕变为手机里的“云现场”。

伴随全渠道的体验深度渗透,品牌溢价持续释放,“真金白银”流进农人腰包。

从科技赋能打开价值空间,到数据溯源筑牢信任地基,再到场景创新链接生活方式——这套“组合拳”的精妙之处,正在于让“土味”基因与现代消费需求精准配对。

让黑土地的馈赠不再依赖偶然的流量,而是以标准化为骨、科技为翼、场景为桥,“土味”二字便有了破界生长的力量,自然能在更广阔的市场里,生长出属于自己的品牌生命力。

(吉林日报)

我国最大沙漠油田 累计产量突破5000万吨

8月1日,全国最大的沙漠油田——塔里木油田哈得—富满油田传来捷报:油气产量当量累计突破5000万吨,标志着在沙漠腹地高质量建成一座绿色低碳智能的现代化超深油田。

在塔克拉玛干沙漠腹地,哈得逊油田和富满油田形如一对“姊妹花”,分别镶嵌在塔克拉玛干沙漠腹地,占据重要位置。哈得逊油田是我国最大的整装海相沙漠油田,而富满油田则是我国最大的超深断控缝洞型碳酸盐岩油田。

哈得逊油田于1998年发现,油藏埋深5000多米,最薄的油层0.6米左右,油田地质构造复杂,属超深超薄油藏,开发建设难度极大。自2000年起,哈得逊油田创造性地应用深层超薄油层水平井、双台阶水平井钻井、分支水平井等多项国际先进水平技术,创下“第一个亿吨级储量的整装海相沙漠油田”等10项国内陆上油田纪录,使边际油田成长为我国首个超200万吨高效开发的沙漠油田,成就了“哈得速度”。

而富满油田作为我国最大超深油田,一度面临超深、超高温、超高压、高含硫的“三超一高”极限挑战。近年来,通过不断推进“一趟钻”技术迭代升级,创新应用国产化钻完井工具及随钻堵漏等180余项国产关键技术,钻探平均深度突破8300米,成功登顶地下“珠峰”,在“地质禁区”形成“富满模式”。2024年,该油田催生气产量跃升至421万吨,成为我国7000米以深规模最大、开发效益最好的油田。

新疆风、光资源丰富,哈得逊油田加速推进绿电、余热、余压等清洁能源替代,实现零化石能源消耗。哈得逊油田率先建成中国石油首座百万吨级零化石能源消耗油田。富满油田则立足24兆瓦配套光伏发电项目,达成首单国际碳资产交易,首期碳减排量交易完成2.67万吨,实现了国际碳资产交易从“0”到“1”的突破,为传统能源企业提供了碳资产开发的“石油范本”。

同时,作为中国石油上游最大智能化油气田示范工程,富满油田将数据作为关键生产要素,进行“云端”掌控,为井站装上“超级智能大脑”。通过构建形成涵盖智能油气藏、井场、管网、站场等13个功能模块及数据中台,实现站内外一体化管理,全员劳动生产率提升超30%。截至7月底,在“数据流”强劲的推动下,富满油田井口日均产油突破1万吨,成为塔里木首个日产量量突破万吨的油田。

(光明日报)