

第十九屆文博會在深圳開幕

海外參展商數量質量恢復到疫情前最好水平

中國婦女報全媒體記者 鍾玲 林志文

山東展館，軟陶復原2米長的“淄博燒烤”微場景，重現“淄博燒烤”的火爆畫面；哈爾濱展館，利用VR技術將冰雪大世界“搬進”展會現場；北京展館，採用元宇宙技術共呈現300餘件展品，20餘互動體驗展項；文旅消費街，一帶一路國際館，各具異域風情，來自世界各地的特色商品琳琅滿目……6月7日，為期5天的第十九屆中國（深圳）國際文化產業博覽交易會在深圳拉開帷幕。

本屆文博會以線下為主、線上線下融合的方式舉辦，展會內容進一步豐富，線下設置6個展館，包括數字文化館、粵港澳大灣區館、非遺·工藝美術·藝術設計館等。其中，數字文化館展覽面積2萬平方米，設立媒體融合·新聞出版和版權展區、智慧广电展區和電影工業展區，並首次設立“數字中國”主題展區，突出展示和推廣國家級文化產業市場主體、重大平台、最新技術創新成果。

據了解，本屆文博會共有3596個政府組團、企業和機構參展，比上屆增加194家，其中2688家線下參展，908家線上參展。這是文博會第十四次實現全國31個省、自治區、直轄市及港澳地區全部參展。另外，共有50個國家和地區、超300家海外參展商線上線下參展，海外參展商的數量和質量恢復到疫情前最好水平。

與此同時，主辦方還組織邀請了100個國家和地區、2萬名海外專業觀眾線上線下參會。云上文博會展覽平台為文博會官網和微信小程序“文博會+”。據統計，云上文博會平台入駐展商總量首次突破6000家。除了線



文博會開幕吸引了許多參觀者。

中國婦女報全媒體記者 鍾玲 攝

下主會場設在深圳國際會展中心外，深圳全市各區還設有64個分會場。

據悉，自2004年在深圳正式創刊以來，文博會展會規模、觀眾數量、國際化程度等不

斷攀升，成為推動中國文化產業發展的重要引擎、中華文化走出去的重要平台和擴大文化對外開放的重要窗口。

本屆文博會由中宣部（國家新聞出版

署、國家版權局、國家電影局）、文化和旅遊部、商務部、國家廣播電視總局、中國國際貿易促進委員會、廣東省政府和深圳市政府聯合主辦。

中消協提示警惕 培訓班退費騙局

針對近期有不法分子以培訓班退費名義實施詐騙，中消協提醒消費者警惕培訓班退費騙局，同時敦促培訓機構經營者重視消費者個人信息安全，避免發生洩露。

中消協有關負責人介紹，不法分子先是在培訓機構傳出疑似業務收縮、資金鏈斷裂的時候跟进，給消費者營造“擔心不能退費”的焦慮心理，然後冒充政府部門、消協組織、培訓機構、知名企業、第三方合作機構等，偽造政府部門或企業的文件，通過電話或短信說出消費者的詳細資料，獲得初步信任，進而以辦理退費為由，誘導消費者進入“退費群”，讓消費者看到其他人“成功退費”的假象，引誘消費者先支付額外費用再退還款項。

中消協提醒消費者，退費信息應以權威渠道為準，凡是退費時要求先期額外支付費用的，都是詐騙。注意保護個人信息安全，如有人群、下載註冊App、點擊鏈接、提供手機驗證碼等要求，一律不要輕信。（新華社發）

（上接1版）

從貿易伙伴看，隨着區域經濟交往不斷互聯互通，我國對《區域全面經濟伙伴關係協定》（RCEP）其他成員進出口穩定增長。前5個月，RCEP占我國外貿比重超過30%。其中，東盟繼續為我國第一大貿易伙伴，進出口2.59萬億元，同比增長9.9%。歐盟為我國第二大貿易伙伴，進出口2.28萬億元，增長3.6%。美國和日本分別為第三和第四大貿易伙伴，同比分別下降5.5%和下降3.5%。

同期，我國對“一帶一路”沿線國家合計進出口5.78萬億元，同比增長13.2%，其中對哈薩克斯坦等中亞五國增長44%。

此外，受“新三樣”產品出口快速增長帶動，前5個月，我國出口機電產品同比增長9.5%，占出口總值的57.9%，出口勞動密集型產品1.65萬億元，增長5.4%。

甘肅萬名婦聯幹部執委變身“愛心媽媽”溫暖困境兒童

據悉，該活動是甘肅省婦聯認真落實省委、省政府開展“結對幫扶·愛心甘肅”工程建設的另一項實際行動，該活動從5月12日開始，截至目前已經超過預期捐款目標。當天，活動在全省各市州婦聯、蘭州新區婦聯下撥了“家家幸福一元捐”募捐資金，並向麥積區15戶困境家庭發放了1.5萬元的救助金。

記者了解到，圍繞“結對幫扶·愛心甘肅”工程行動，甘肅省婦聯還將從創新開展家庭教育指導服務、有效促進困境家庭就業創業、精準開展愛心志願服務、加大走訪關愛力度等方面着手，動員全省各級婦聯持續深化開展“結對關愛幫扶活動”。“目前，我們正在計劃持續開展‘家風潤陇原’家庭教育公益巡講活動和網上家長學校精品課程，指導‘愛心媽媽’向結對兒童的監護人或臨時監護人傳授科學家家庭教育知識，幫助他們建立科學的家庭教育理念。”“同時，我們還將組織心理援助志願者，對部分結對幫扶的孩子開展一對一的心理幫助服務。”甘肅省婦聯宣傳部相關負責人表示。

據記者從甘肅省婦聯了解，截至目前，由甘肅省婦聯發起、甘肅省婦女兒童發展基金會實施開展的“家家幸福一元捐”活動捐款已達到265萬元，其中105萬元已經撥付到全省各級基層婦聯，該筆款項將用於救助特殊困難群體。另據了解，目前全省各級婦聯幹部、志願者等已結對21997對，有16663名婦聯幹部執委成為“愛心媽媽”。今年以來，全省各級婦聯共為“愛心媽媽”關愛行動籌集資金65.64萬元，愛心物資129.31萬元。

聯合國人居署發布中國鄉村振興案例研究報告

推介鄉村振興與碳中領域的中国經驗

新華社內羅畢6月7日電（記者 李卓群）在第二屆聯合國人居大會召開期間，聯合國人居署（人居署）於6日在內羅畢發布了同濟大學團隊完成的研究报告——《淨零碳目標下的舟山市定海区鄉村振興實踐》，推介鄉村振興與碳中領域的中国經驗。

該報告由同濟大學伍江、王信研究團隊历时3年完成。報告选取舟山市定海区鄉村為樣本，选取30個具有代表性的實踐案例，分析總結出定海区淨零碳目標下鄉村振興的規劃思路和建設過程。

據該團隊介紹，城市脫碳工作已投入了大量的資源，低轉發展在城市中已經有了很多實踐。然而在很多發展中國家，城鄉差距仍存，鄉村振興中如何積極應對碳減排要求和氣候變化挑戰，需得到更多關注。聯合國人居署亞太副理事長表示，魯諾·德肯在報告中指出，儘管全世界正加速城市化，但世界總人口的40%仍生活在農村。為儘快實現各國宣布的碳中目標，須為農村地區找到淨零碳的路徑。舟山市定

海區鄉村振興和淨零碳發展的案例可為其他島嶼和沿海地區的鄉村低轉發展提供寶貴經驗。

聯合國人居署城市規劃与设计部主任薩爾瓦托雷·丰达罗說：“該報告最吸引我的是它很好地將節能減排與鄉村振興聯繫在了一起，這對於未來的發展至關重要。”

第二屆聯合國人居大會5日至9日在內羅畢召開，大會重点关注普及可負擔住房、城市氣候行動、城市危機應對、可持續發展目標本地化與多層次治理、財政與繁榮等議題。

小心益生菌市場的這些“套路”

新華社記者 馬曉潔 王怡靜

“不用找醫生，這款益生菌就能搞定”“女生怎麼選對私密益生菌？吃1年得出的經驗”“終於可以痛快呼吸了！重慶推荐這款舒鼻益生菌”……近年來，隨着人們對自身健康的日益重視，宣稱各類功效的益生菌產品漸漸成為消費新風尚，出現在各種生活場景中。但記者調查發現，在益生菌產品市場上，不斷出現夸大宣傳、以次充好、菌株信息標注模糊等魚龍混雜的現象，誤導了消費者。

益生菌市場消費火熱

當前，各網絡平台上關於益生菌產品的宣傳和銷售都很火熱。在某短視頻平台，輸入“益生菌”後首先彈出的關聯詞是“益生菌暢銷榜第一名”；在某社交平台，有關“益生菌”的分享帖已超120萬篇；在某電商平台2022年“618”購物節時，僅10分鐘，其益生菌產品成交額就同比增長518%……可見人們對於益生菌產品的關注和需要。

據了解，益生菌產品功效及消費者期待的功效越發五花八門，除了腸胃消化健康、提升免疫力，還包括體重管理、美容护肤、改善睡眠、保護情緒等。益生菌的應用場景也逐漸擴大，從乳製品、補劑進一步拓展到零食、护肤品、口腔護理產品等，引起消費者追捧。

基於此，很多企業積極搶奪益生菌這一市場風口，催生了一批新消費品牌企業。天眼查App數據顯示，目前我國有3000多家益生菌相關企業，其中45%的企業成立於5年內。部分益生菌品牌通過創造新概念來吸引消費者，诸如“xx烦恼就选它”“一片顶10杯酸奶”“更适合中国人的益生菌”等。同時他們還給益生菌產品配以時尚的包裝，以促使消費者在社交平台晒圖和“种草”，吸引了一大波流量。

益生菌市場“套路”多 消費者難辨別

記者走訪發現，在益生菌消費市場熱潮下，益生菌產品夸大宣傳、以次充好、菌株信息標注模糊等魚龍混雜的現象時有發生，“套路”重重。

——“花式”夸大宣傳，實則缺乏醫學依據。

各大社交平台充斥著有關益生菌

業內人士指出，由於目前市場火熱，很多益生菌菌株在沒有臨床數據支撐下，就趁著風口投入市場，導致行業內產品質量參差不齊，功效也難以印證

的分享帖，這些帖子大多使用渲染情感型的“經驗分享”來獲取消費者信任，但實際效果無從得知。在推廣內容的評論區，很多用戶留下“每天一粒，實實在在感受到了好的變化”“我已下單”等偏正面的評論，而這些用戶自己的主頁幾乎沒有什麼內容。上海一位從事廣告宣發的工作人員說，這些用戶大概率是品牌買的“水軍”，用來誤導消費者。

很多益生菌產品所宣傳的功效並沒有明確的科學依據，在療程設置上也有待商榷。一款針對女性健康的益生菌產品宣稱，“有妇科炎症的女性每天早晚飯後各1袋，吃1個月後進入巩固期，每天1袋連續巩固3個月。”一些人士表示，如此類似處方的使用說明並沒有科學的醫學依據。

——以次充好，網絡益生菌代工產品有暴利。

在電商平台上，很多廠家可以提供各個價位的益生菌產品代工。記者在某電商採購批發平台上搜索到很多低價益生菌代工產品，多以“固體飲料/凍干粉”為主，均位於“益生菌產品”榜單前列。這些產品的批發價大多在10元/盒，一盒20袋左右，批發量大價格越低。若有自己的品牌，可選擇貼牌定制。

某益生菌代工廠廣告說，其實際上益生菌的成本價格都差不多，“拿貨回去後，售價可以賣到拿貨價的5倍甚至更高，太便宜的話沒人買。”北京某生物技術有限公司工作人員也提到，很多批發商都是從網上代工廠拿貨，只要把包裝做得“高大上”，一盒就可以賣到上百元，消費者很難辨別。

——菌株信息標注模糊，只為給消費者“裝樣子”。

2022年5月，中國營養保健食品協會發布《益生菌食品活菌率分級規範》，對益生菌食品中的益生菌活菌率進行了分級；2022年6月，中國食品科學技術學會牽頭制定《食品用益生菌通則》，要求食品用益生菌和含益生菌食品均應標示菌種的中文名稱和菌株號，應標示在保質期內的益生菌活菌數量等。

但記者在線上平台和線下店鋪中看到，有很多在售的益生菌產品均未按要明確標注。很多益生菌產品僅列菌種而沒有菌株號，還有的產品僅標注出廠時添加的活菌數，或模糊地標注“添加量”“含量”，產品貨架期內的活菌數量普遍成“謎”。

加強監管 加大科普

針對益生菌市場存在的問題，各地市場部門不斷加大監管力度。2022年6月，浙江省余杭區市場監管局對某文化公司在直播中夸大宣傳普通食品益生菌有保健和疾病治療功能的廣告違法行為作出罰沒50.25萬元的行政處罰。上海、四川成都、廣東高等地也都曾因益生菌產品存在問題對涉事企業作出罰款等行政處罰決定。

業內人士指出，由於目前市場火熱，很多益生菌菌株在沒有臨床數據支撐下，就趁著風口投入市場，導致行業內產品質量參差不齊，功效也難以印證。北京嘉維律師事務所律師趙占領說，當今已有的《益生菌食品活菌率分級規範》和《食品用益生菌通則》屬於團體標準，並不具有強制性，需儘快制定國家標準，規範益生菌市場，提高產品准入門檻。

山西省市場監管局相關負責人建議，要進一步加強監管，明晰主體責任。尤其線上平台，相關部門應加強網售益生菌產品監管執法跨地域跨部門協作，提高監管成效。同時，社交電商平台也應對相關分享帖仔細核查，做好“推廣”“合作”等標記。

雖然食用益生菌制品銷路兩旺，但不少生產商和消費者只是“盲從”，缺乏對益生菌的正確認識。山西醫科大學教授程景明建議，要通過舉辦保健食品科普宣傳活動等舉措做好有效的日常科普宣傳，提高消費者認知力和辨別力。“消費者要考慮菌株的特異性和個體的差異性，注意身體本身菌群的平衡，過量服用可能有反作用。”程景明說。

人民日報評論員

新時代，新征程，新使命。

“要堅定文化自信、擔當使命，奮發有為，共同努力創造屬於我們這個時代的新文化，建設中華民族現代文明。”在文化傳承發展座談會上，習近平總書記深刻闡明我們在新時代新的文化使命，對努力建設中華民族現代文明提出明確要求，對於更好擔負起新的文化使命，全面落實黨的二十大關於宣傳思想文化工作的各項戰略部署，切實推進中華民族現代文明和社會主義文化強國建設，具有重大指導意義。

強調“只有堅持從歷史走向未來，從延續民族文化血脈中開拓前進，我們才能做好今天的事業”，指出“一個國家、一個民族的強盛，總是以文化興盛為支撐的，中華民族偉大復興需要以中華文化發展繁榮為條件”，明確“全面建設社會主義現代化國家，必須堅持中國特色社會主義文化發展道路，增強文化自信”……黨的十八大以來，以習近平同志為核心的黨中央在領導黨和人民推進治國理政的實踐中，把文化建設擺在全局工作的重要位置，推動我國文化建設取得歷史性成就、發生歷史性變革。習近平總書記準確把握世界範圍內思想文化相互激蕩、我國社會思想觀念深刻變化的趨勢，不斷深化對文化建設的規律性認識，提出了一系列新思想新觀點新論斷，是新時代黨領導文化建設實踐經驗的理論總結，是做好宣傳思想文化工作的根本遵循，必須長期堅持貫徹、不斷豐富發展。我們要深入學習領會，堅持學以致用，更好擔負起新的文化使命，在新的歷史起點上繼續推動文化繁榮、建設文化強國、建設中華民族現代文明。

更好擔負起新的文化使命，就要堅定文化自信。習近平總書記強調：“我們要堅定文化自信，增強做中國人的自信心和自豪感。”當今世界，要說哪個政黨、哪個國家、哪個民族能夠自信的話，那中國共產黨、中華人民共和國、中華民族是最有理由自信的。站立在960萬平方公里的廣袤土地上，吸吮著中華民族漫長奮鬥積累的文化養分，擁有14億中國人民聚合的磅礴之力，我們堅持走自己的路，具有無比廣闊的舞台，具有無比深厚的歷史底蘊，具有無比強大的前進定力。新征程上，要堅定文化自信，堅持中國特色社會主義文化發展道路，立足中華民族偉大歷史實踐和當代實踐，用中國道理總結好中國經驗，把中國經驗提升為中國理論，實現精神上的獨立自主，為民族復興立根鑄魂，不斷增強中華民族偉大復興的精神力量。

更好擔負起新的文化使命，就要秉持開放包容。習近平總書記指出：“中華文明自古就以開放包容聞名於世，在與其他文明的交流互鑒中不斷煥發新的生命力。”中華文明在長期演進過程中，創造了博大精深的優秀傳統文化，也鑄就了博采眾長的文化自信。中華文化既是歷史的、也是當代的，既是民族的、也是世界的。今天，我們要鑄就中華文化新輝煌，就要以更加博大的胸懷，更加廣泛地開展同各國的文化交流，更加積極主動地學習借鑒世界一切優秀文明成果。新征程上，要秉持開放包容，堅持馬克思主義中國化時代化，傳承發展中華優秀傳統文化，堅持不忘本來、吸收外來、面向未來，在繼承中轉化，在學習中超越，促進外來文化本土化，不斷培育和創造新時代中國特色社會主義文化。

更好擔負起新的文化使命，就要堅持守正創新。“守正才能不迷失方向、不犯顛覆性錯誤，創新才能把握時代、引領時代。”習近平總書記強調：“每一種文明都延續著一個國家和民族的精神血脈，既需要薪火相傳、代代守護，更需要與時俱進、勇於創新。”新時代以來，我們堅持把馬克思主義基本原理解中國具體實際相結合，同中華優秀傳統文化相結合，不斷推動馬克思主義中國化時代化、創造性轉化、創新性發展了中華優秀傳統文化。新征程上，要堅持守正創新，更好把堅持馬克思主義和發展馬克思主義統一起來，繼續推進“兩個結合”，以守正創新的正氣和銳氣，鑄就中華文化新輝煌，在文化的繁榮興盛中實現中華民族偉大復興。（新華社發）

沒有高度的文化自信，沒有文化的繁榮興盛，就沒有中華民族偉大復興。習近平總書記指出：“中華民族創造了源遠流長的中華文化，中華民族也一定能夠創造出中華文化新的輝煌。”奮進新征程，堅持以習近平新時代中國特色社會主義思想為指導，認真學習貫徹習近平總書記關於文化建設的新思想新觀點新論斷，堅定文化自信，增強文化自覺，以文弘義、以文培元，以文立心、以文鑄魂，激揚自信自強的精神力量，展現更加積極的歷史擔當，我們一定能夠更好擔負起新的文化使命，用自強不息、厚德載物的文化創造，鑄就中華文化新輝煌，在文化的繁榮興盛中實現中華民族偉大復興。（新華社發）

兩部門印發通知

舉辦全國和美鄉村籃球大賽

據新華社北京6月7日電（記者 曹奕博 吳博文）農業農村部辦公廳、國家體育總局辦公廳日前印發通知，決定組織開展全國和美鄉村籃球大賽。大賽分為基層賽、大區賽和總決賽三個階段。金秋十月，全國總冠軍將在貴州省台江县決出。

通知指出，籃球運動在我國鄉村有著廣泛的群眾基礎，深受農民群眾歡迎。大賽將秉持“農民主體、務實簡約、文明有序、文趣農味”的辦賽原則，旨在圍繞加強農村精神文化建設、增強農民群眾健身意識，通過舉辦全國性、群眾性且富有文趣農味的鄉村籃球比賽，突出展示新時代農民風采，展現鄉村風貌，引領鄉村風尚，營造全社會關心支持宜居家園和美鄉村建設的濃厚氛圍，助力全面推進鄉村振興。

通知鼓勵各地將賽事活動與農事農季和民俗節慶相結合，與本土文化展示、農產品展銷和鄉村旅遊相結合，把籃球賽辦在鄉村、办出農趣、办出農味。

根據賽事安排，6月至7月舉行基層賽，各省份利用農閑自行組織基層鄉村籃球賽，組織形式自定，不作硬性要求；8月至9月舉行大區賽，各省份以鄉鎮（村）為單位推出2支球隊作為省級代表隊參加大區賽。在全國設立東南、東北、西北、西南四大賽區，分賽區開展省級代表隊比賽。各賽區優勝球隊晉級第三階段總決賽；首屆全國和美鄉村籃球大賽總決賽將於10月在貴州省台江县舉辦。

更好擔負起新的文化使命