

《省级政府和重点城市网上政务服务能力调查评估报告(2019)》显示:

全国各地区网上政务服务能力持续增强 一体化网上政务服务平台服务效能显著提升

2018年,国务院办公厅电子政务办公室继续委托中央党校(国家行政学院)电子政务研究中心,开展网上政务服务能力第三方评估工作。本次评估对象在31个省(自治区、直辖市)和新疆生产建设兵团基础上,首次将计划单列市、省会城市等32个重点城市纳入评估范围,并根据评估结果编制形成了《省级政府和重点城市网上政务服务能力调查评估报告(2019)》。

评估报告显示,为贯彻落实党中央、国务院决策部署,各级政府加快推进电子政务,努力推动“互联网+政务服务”从政府供给导向向群众需求导向转变,持续提升一体化政务服务平台对优化营商环境、深化“放管服”改革的支撑能力,不断提高人民群众的获得感和满意度。

评估报告认为,全国网络安全和信息化工作会议的召开和《国务院关于加快推进全国一体

化在线政务服务平台建设的指导意见》的出台,推动全国一体化在线政务服务平台建设进入全面提速期。2018年10月,西藏自治区政务服务网开始试运行,标志着我国省级网上政务服务平台体系已基本建成。截至2018年底,各省级政务服务平台可提供1481个省本级部门涉及行政许可、行政给付、行政征收、行政确认等10类10万余项政务服务事项服务,纳入平台管理运行的

政务服务事项数量大幅增长,平台服务供给能力持续加强。以“智能化、移动化、一体化、便利化”为标志的政务服务新模式不断涌现,利企便民、人民满意、亮点纷呈的“数字政府”正在加速打造。

评估报告同时指出,目前各省级政府网上政务服务还面临着区域发展不平衡、政务服务数据不同源、服务人口需统一、用户体验需加强等问题,需要持续推进一体化平台建设,提

升“一张网”整体能力,加快推进政务信息资源开放共享,提升服务协同能力,不断深化政务服务大数据技术应用,提升精准化供给能力,全面实施标准化规范管理,提升网上服务通办能力。需要充分发挥好国家政务服务平台作为全国一体化平台总枢纽的作用,推动全国政务服务一体化平台建设迈向新阶段、实现新跃升。

/新华社

“特仑”“经典”……

警惕山寨牛奶“傍名牌”横行农村市场

商标显著标注“特仑”“经典”等字样,外观、包装酷似知名品牌牛奶。记者近日在内蒙古、山东、河北、河南等地采访发现,在一些农村和城乡接合部小超市、小商铺销售的大量貌似名牌牛奶的产品,实际上是复合蛋白饮料。

目前,相关部门正在立案调查,并已报告国家市场监督管理总局。办案机关已向产品来源地监管部门发出协查函。

山寨牛奶“傍名牌”充斥农村市场

记者近期走访山东农村的部分超市、商店发现,写有“经典”“特仑牧业”“特仑圣牧”“经典牧场”等字样的商品被成箱摆放在显著位置。这些商品看上去和知名品牌的牛奶十分相似,每箱价格40元至60元不等,比真正的名牌牛奶价格低十几元到二十元。

记者询问销售人员,这些商品是不是真牛奶?对方坦言不是。“那为啥还这么贵?”对方含混地说:“里边有核桃,营养价值高。”记者看到,不少周边村民整箱购买,据说节假日销量更高。

据悉,内蒙古乌海市市场

监督管理局今年年初在市场中检查中发现大量山寨牛奶,多标注有“特仑”“经典”等字样,很容易和一些知名品牌混淆。检查共查扣涉嫌违法产品2600余件,涉及经营企业48家,涉及生产企业10家。经查,这些违法产品多产自山东、河北、河南等地。

检查中,一款违法产品包装箱上标明生产厂家为“凯迪乳业”。记者在山东省东营市利津县陈庄镇找到这家公司,发现工厂大门紧闭,处于停产状态。工作人员称,公司正在按照市里要求停产整顿,待产品达到标准后才能恢复经

营。记者查询发现,这家公司曾因食品、商标等问题被行政处罚过5次。

记者采访发现,另一家涉事企业——山东省德州市夏津县勃源食品饮料有限公司也已停产,并处于当地市场监管部门的监管之中。

德州市夏津县市场监督管理局副局长张庆师说,现在消费者都愿意购买大企业的名牌产品,认为质量有保证,但不少农村消费者对商品标识、食物成分等认知模糊,一些小企业趁机打擦边球,傍名牌,通过相似外包装和商品名称浑水摸鱼。

“至尊白金奶”“高钙奶”实为饮料 有的生产厂家无资质

内蒙古市场监管部门的抽样送检结果显示:这些看起来貌似牛奶的商品其实是复合蛋白饮料,并非牛奶。一些产品存在食品配料成分虚假标注、商品条码与标识生产厂家不符等问题;还有一些产品的生产厂家甚至不具备相关生产资质。

记者发现,一些山寨牛奶用醒目字体标注“至尊白金奶”“高钙奶”等,但仔细查看其包装箱上的配料表,发现主要成分为净化水、奶粉、香精、食品添加剂等,产品类型属于复合蛋白饮料。

在河南省一家涉事企业——商丘市宁陵县现代乳

业有限公司,宁陵县食品药品监督管理局工作人员告诉记者,这家企业生产的产品是一种乳味饮料,并非牛奶。

在河北省宏晟源食品有限公司生产车间里,沧州市市场监督管理局执法人员对产品包装、产品配料及产品资质进行了检查。该公司的多款产品存在虚假标注的情况,一些名为“牧场奶”“香蕉牛奶”的产品均为乳味饮料,厂家用非常小的字体在产品包装上标注了“乳味饮料”字样,消费者很难注意到。经查,该公司的生产许可为乳味饮料,而非乳制品或奶制品。

执法人员表示,食品安全法明确规定,食品的标签、说明书,不得含有虚假内容,应当清楚、明显,这些产品违反了上述规定。

业内人士认为,山寨牛奶以假乱真,在骗取农村消费者钱财的同时,也增加了食品安全隐患。有些产品打着无糖、低糖的广告,实际糖分很高,而且几乎都勾兑了过量的食品添加剂、防腐剂等,糖尿病患者和老人喝了可能对身体造成伤害。此外,部分山寨饮料打着“高钙牛奶”的旗号,实际上营养价值低,儿童长期饮用对身体无益。

违法成本低 销售渠道隐蔽

往往在夜晚偷偷生产、运输。销售渠道也很隐蔽,往往通过其自有销售渠道供货给批发商,有的是点对点单线联系。

多位基层监管人士表示,对山寨产品傍名牌的问题,一方面要严厉打击侵权行为,打破地方保护主义,维护名牌企业合法权利,另一方面要进一步规范商标注册,对于跨类别同名注册、同领域相似名称注册等均要谨慎,避免无良企业钻法律空子“挂羊头卖狗肉”。

此外,在农村市场泛滥的山寨牛奶大多质量不合格,相关部门应该将此作为农村食品安全工作的重点进行监管。

张庆师建议,在全国范围内形成合力,让生产者不敢生产、销售者不敢销售,让山寨牛奶没有藏身之地。

市场监管部门提醒消费者,购买商品时要仔细查看商标、成分等内容,对于价格明显偏低的商品要警惕,避免上当受骗。/新华社

政府网站政务新媒体买“粉”、强制要求群众点赞将被“单项否决”

购买“粉丝”、强制要求群众点赞、不更新无回应等弄虚作假的政府系统政务新媒体将被单项否决并通报。4月18日,国务院办公厅公布政府网站与政务新媒体有关检查指标,政府网站和政府系统的政务新媒体及其主管单位将根据指标进行“考试”,考题涉及互动、服务、信息更新、通报整改等多项与百姓密切相关的內容。

2015年,为解决一些政府网站存在的“信息更新不及时、内容不准确、服务不实用、互动回应差”等问题,国办拟定政府网站的普查指标,会同各地区各部门按照该指标对各级政府网站开展了连续3年的季度抽查通报,全国政府网站抽查合格率达81.5%提升至96%,政府网站整体面貌得到较大改观。为推动全国政府网站从“合格达标”迈向“规范优质”,促使政府网站在合格达标的基础上进一步聚焦实用性、便捷性,不断提高服务水平,国办研究出台了新指标。

记者注意到,在国办下发的《政府网站与政务新媒体检查指标》中,共分单项否决指标、扣分指标(100分)和加分指标(30分)三部分,满分为130分。发布解读,办事服务、互动交流等不达标的政府网站将被扣分,分数低于60分的,被判定考试不及格。基础分达到80分的政府门户网站可进入加分评优环节,并最终进入到全国排名。

“新指标强调鼓励创新,不仅有加分项和扣分项,同时,打分采

用阶梯打分的方式,避免一些网站单纯追求创新而忽略网站建设的‘基本功’。”国务院办公厅政府信息公开和政务公开办公室相关工作人员说。

值得注意的是,此次考核项目中,所有政府网站、政府系统的政务新媒体,一旦出现购买“粉丝”、强制要求群众点赞、不更新无回应等弄虚作假的行为,将被一票否决,直接列为不合格。

此外,政府网站与政务新媒体的主管单位也面临大考。在《政府网站与政务新媒体监管工作年度考核指标》中,记者看到,主管单位将面临通报整改、抽查检查、考核评价、全面监管、网民监督、集约整合、年度报表发布、网站域名规范性等多项监管工作考核。

针对政府网站主管单位监管不到位的问题,国办专门增加了对主管单位监管工作的考核,将进一步督促地方部门切实做到各司其职,担当有为。

“一直以来,哪些地方政府网站做得好,哪些地方做得不好,网民一用感受就比较明显,但没有系统性数据支持,这就导致了对政府网站的印象仅仅停留在感官层面。”该工作人员表示,此次新指标的设定就是以群众需求为导向,政府网站和政务新媒体做得好坏,除了百姓能够有实际的感受之外,国办层面也将会清晰地了解,这将极大提高基层政府部门服务群众的积极性。/新华社

我国食品工业已进入以“安全与健康”为导向的深度转型期

中国食品科学技术学会理事长孟素荷18日说,目前,我国食品工业已进入以“安全与健康”为导向的深度转型期,结构性转型正以食品企业减少、行业价值提升的形式显现。

孟素荷在“2019年国际食品安全与健康大会”上给出以下数据:2018年全国规模以上食品企业40793家,较上年大规模减少2037家,完成主营业务收入8.1万亿元,增速为5.3%,低于上年水平。但食品工业利润增速10.8%,利润增速高于产值增速5.5个百分点。

与此同时,诸多新的食品品类和销售业态,如酵素等新兴植物源食品、具有独特中国风格的功能食品、需求旺盛的老年食品,以及占全国食品市场销售额30%以上的

网络销售食品等,已快速发展成体量庞大的食品工业新增经济板块。

中国工程院院士、中国食品科学技术学会副理事长孙宝国也在会上提出了相同观点,他认为,我国食品工业的中低速发展趋势还会延续下去。但同时,我国的餐饮业最近三年增长的速度都在10%以上,高速增长态势至少还将维持五年。为餐饮业配套应该是未来我国食品工业的重要任务之一。

孙宝国呼吁,实施营养健康食品战略,强化食品安全与营养健康评估基础研究和数据库建设,坚持营养指导消费、消费引导生产,推进食品、营养、健康协调发展。依靠科技创新,引领并支撑中国食品产业向营养与健康化方向发展。

/新华社