

新冠疫苗最新接种方案公布

符合条件人群感染3个月后可接种疫苗

新华社北京4月10日电(记者董瑞丰 李恒)记者10日从国家卫生健康委获悉,国务院联防联控机制综合组日前印发了《应对近期新冠病毒感染疫情疫苗接种工作方案》,对目标人群、时间间隔、疫苗选择等做出相应安排。方案明确,现阶段疫苗接种的重点是针对不同目标人群补齐免疫水平差距,进一步降低重症和死亡风险。

根据方案,未感染且未完成既定免疫程序的人群,按照既定免疫程序及其时间间隔要求完成后续剂次疫苗接种。这部分人群包括3岁至17岁未感染且未完成基础免疫的人

群,18岁以上未感染且尚未完成第一剂次加强免疫的人群,以及18岁以上未感染且尚未完成第二剂次加强免疫接种的人群(感染高风险人群、60岁以上老年人群、具有较严重基础性疾病人群和免疫力低下人群)。

其中,完成基础免疫的18岁以上人群,第一剂次加强免疫时间间隔调整为3个月以上。

对于已感染且未完成基础免疫的人群,根据方案,可在感染3个月

后接种1剂次疫苗。

国务院联防联控机制综合组有关专家表示,当前全国整体疫情处于局部零星散发状态,但新冠病毒并未消失,病毒在人群中的传播仍持续存在。随着疫情形势的变化,现阶段是否需要接种疫苗要根据感染情况、既往接种史以及年龄、身体状况等因素确定。

据介绍,疫苗接种及感染获得的保护性抗体会随时间延长发生衰减。从全球范围看,感染3个月后进行新冠病毒疫苗接种已是共识,有利于在后续可能发生的疫情中为重症、死亡高风险人群提供更好的保护。

我国已有多条技术路线新冠病毒疫苗陆续获批使用。研究结果显示,序贯免疫能够为个体提供更加全面的保护。

甘肃阿克塞：在湿地翱翔

4月9日,在甘肃省酒泉市阿克塞哈萨克族自治县阿伊纳乡苏干湖湿地,黑颈鹤翩翩起舞。

近期,在地处祁连山西端的甘肃省酒泉市阿克塞哈萨克族自治县阿伊纳乡,候鸟归来,湿地一派生机勃勃。

新华社发 高宏善 摄



明码标价、减少宴会餐饮浪费……

国家发展改革委就防止和减少餐饮浪费征求意见

新华社北京4月10日电(记者潘洁)为弘扬中华民族传统美德,提倡节俭、反对浪费,保障国家粮食安全,树立文明新风尚,国家发展改革委10日公布《关于防止和减少餐饮浪费的公告(征求意见稿)》。

公告从八个方面提出一系列举措推进反餐饮浪费工作落实落细,包括严格明码标价、推行明白标量、减少宴会餐饮浪费、完善用餐评价体系、加强行业自律、倡导节俭风尚、持续宣传引导、加强督促指导等。

公告提出,餐饮企业应严格落实明码标价规定,向消费者明示所提供餐饮及服务价格。提供宴会套餐的,应标明套餐内各菜品价格,有折扣的应标明折扣。禁止餐饮企业设置最低消费。推动餐饮企业标示菜品主要食材分量或数量,套餐标示建议用餐人数,限额以上餐饮企

业应率先实行。

农业农村部食物与营养发展研究所副研究员卢士军说,明码标价和明白标量的落实落地,在保障消费者明明白白消费的同时,也有助于引导消费者适量点餐、减少浪费。

公告明确,要减少宴会餐饮浪费。承办宴会的餐饮企业应严格遵守反食品浪费要求,适量合理搭配宴会菜单,并明白标量。承办宴会的餐饮企业与消费者签订宴会服务合同时,应单列反餐饮浪费条款。

根据公告,有关部门对宴会套餐特别是酒店宴会套餐、单桌1500元以上(不含酒水)宴会套餐实行重点监管,适时抽查宴会套餐及套餐菜品是否明码标价、是否明白标量、是否质价相符、是否存在明显浪费情况,抽查餐饮企业是否违规设置最低消费。

中国疾病预防控制中心营养所研究员杨月欣说,公告将宴会餐饮浪费作为监管重点,规定餐饮企业履行相应义务,允许消费者根据偏好和食量从各类菜单中自主选择宴会菜品、调减宴会套餐菜品并减免相应费用等一系列举措针对性强、力度大,有利于从源头解决宴会餐饮浪费问题。

近年来,我国持续推进反餐饮浪费工作,出台标准规范,开展“光盘行动”,加强监督执法,取得一定成效,但餐饮浪费现象仍然存在。业内人士指出,《关于防止和减少餐饮浪费的公告(征求意见稿)》再度强调防止和减少“舌尖上的浪费”,特别是对宴会餐饮浪费现象“抓了七寸”“动了真格”,也再次发出提醒,切不可让奢靡浪费之风重回我们的餐桌。

跨国企业看好中国消费市场和潜力

新华社海口4月10日电(记者柳昌林 周慧敏)10日,来自印尼的咖啡品牌火船咖啡与海南本土品牌母山咖啡合作运营的咖啡店在海口开业,意味着印尼最大的咖啡企业火船集团开始布局海南。

当日,第三届中国国际消费品博览会在海口拉开帷幕,来自65个国家和地区的超过3300个消费精品品牌参展,其中国际展区品牌近1800个。印尼火船集团今年首次携旗下咖啡、食品等产品参展。

看好中国庞大的消费市场和强劲的消费潜力,越来越多跨国企业用实际行动对中国经济投下信任票。无论是近期全球掀起的跨国企业高管“访华潮”,还是特斯拉宣布在华加码投资、新建储能超级工厂,都反映出跨国企业看好中国经济,

希望参与中国经济建设并分享中国经济增长的红利。

“消博会对于我们来说充满机遇。”火船咖啡国际公司首席运营官罗宾·塞蒂约诺说,通过把咖啡带来消博会,能向中国消费者介绍其公司和产品,以及品尝印尼咖啡的新方式。

“海南是我们进入中国市场的战略要地,让我们的产品被大多数中国消费者了解。”塞蒂约诺说,希望借助消博会平台寻找到潜在的合作伙伴,进一步开拓中国市场。

塞蒂约诺表示,中国拥有巨大市场潜力,是其公司重要的出口国家之一。随着消费者购买力提高,中国消费者对高质量的产品更加青睐。

除了像印尼火船集团这样的“回头客”,消博会还有不少“回头

客”。近两年来,连续参展消博会的美国泰佩思琦集团等52家国际知名品牌和头部企业相继落地海南,从参展商变投资商。

在参展首届消博会后,泰佩思琦集团于2022年4月在海口正式设立中国旅游零售总部,目前在海南共开设9个免税门店和4个零售门店。

泰佩思琦(海南)集团有限公司中国旅游零售高级总监侯晓峰说,消博会是全球高端品牌加速进入并扩大中国市场的重要窗口,为全球市场的发展带来了重要的新机遇。

侯晓峰表示,海南旅游零售市场的发展潜力大、韧性强,泰佩思琦对布局海南旅游零售市场充满信心。“我们计划在未来3年内再新开10家以上零售和免税门店。”他说。

文化和旅游部办公厅发文

进一步整治“不合理低价游”

文化和旅游部办公厅4月10日发出通知进一步规范旅游市场秩序。通知要求各地对“不合理低价游”等市场乱象保持露头就打的高压态势,开展旅游市场秩序整治,重点打击“不合理低价游”、导游强迫或变相强迫购物兜售物品、未经许可经营旅行社业务等行为。

通知指出,目前,旅游市场整体运行平稳有序,逐步呈现复苏发展的良好势头。但“不合理低价游”、导游辱骂游客、强迫购物等现象有所抬头,严重干扰正常市场秩序,严重影响旅游业整体

形象。在旅游市场恢复发展的关键时期,亟需加强市场秩序综合治理,保障游客合法权益,有效增强市场预期。

通知要求规范旅行社经营行为、提升导游服务质量、严厉打击“不合理低价游”等市场乱象、丰富行业监管手段等。

通知强调,在地接过程中发生欺骗强迫购物等现象的,一并查处、追究组团社责任。要加强导游业务培训,提升导游综合素质与服务质量,树牢“诚信为本、服务至诚”理念,规范提供导游服务。

新华社

中老铁路开行国际旅客列车

昆明至万象间当日通达

新华社北京4月10日电(记者樊曦 丁怡全 孙一)记者10日从中国国家铁路集团有限公司获悉,4月13日,中老铁路将从昆明南、万象站双向对开国际旅客列车,昆明至万象间可实现乘火车当日通达。

中老铁路自2021年12月开通运营以来,国铁集团会同老挝铁路部门,统筹疫情防控和运输组织,切实管好用好中老铁路,在昆明至磨憨、万象至磨丁间分段开行旅客列车,精心组织开行跨境货物列车,中老铁路呈现客货两旺态势。

截至4月9日,中老铁路累计发送旅客1393万人次、货物1838万吨,其中跨境货物359万吨,为构建中国与南亚东南亚黄金大通道、中老命运共同体发挥了积极作用。

中老铁路国际旅客列车将采取朝发夕至运行模式,每日双向对开各1列,全程经停昆明南、普洱、西双版纳、磨憨、磨丁、琅勃拉邦、万象8个车站,包括铁路口岸

通关时间在内的全程旅行时间均为10小时30分,昆明至万象间可实现当日通达。中老铁路国际旅客列车使用动力集中型“复兴号”“澜沧号”动车组开行,最高运行时速160公里。

中老铁路国际旅客列车开行初期,两国铁路部门将根据跨境客流情况,灵活设置动车组跨境车厢和非跨境车厢,并按相应区段出售车票。中老铁路国际旅客列车采取“两地两检”通关模式。

北京时间4月11日9时,中老两国铁路部门将线上线下同时发售国际旅客列车车票。购买昆明南始发国际旅客列车跨境车票的旅客,可通过中国铁路12306网站(含客户端)和昆明、昆明南、普洱、西双版纳、磨憨5个指定车站售票窗口,购买昆明南至万象间的跨境火车票。购买万象始发国际旅客列车跨境车票的旅客,可通过老挝铁路互联网售票系统和万象、万荣、琅勃拉邦、磨丁4个指定车站售票窗口,购买万象至昆明南间的跨境火车票。

200余家预制菜企业晒“厨艺”

新华社郑州4月10日电(记者李丽静)香喷喷的土豆炖牛肉、有模有样的荷叶饼夹孜然肉、色泽诱人的麻油鸡……

4月10日,200余家预制菜企业集聚河南省新乡市,纷纷晒出自己的“拿手菜”,积极抢占预制菜新赛道。

近年来,预制菜热度持续升温,保持两位数的复合增长率。今年中央1号文件提出“培育发展预制菜产业”,进一步提振了行业信心。

在10日开幕的2023中原农谷预制菜国际博览会暨产业发展论坛上,来自中国、美国、泰国等国内外专家和相关业内人士,围绕预制菜的消费趋势、产业发展、品牌打造、产业链数字化等展开交流。一些国际合作项目、投资类项目、采购类项目也先后签约。

中国农科院农产品加工所预制菜首席研究员、国家

农业创新工程中式食品加工与装备首席科学家张春晖认为,从政策的加持到市场的牵引,目前中国的预制菜市场需求非常大。在解决了速冻技术、物流技术并获得资金青睐后,中国预制菜现在要解决的是工业转换。

中国人民大学品牌农业课题组副组长郝北海称,据有关部门统计,2025年中国预制菜产业规模将达到八千亿元,2026年将达到一万亿元。他说,预制菜的根与魂,就是战略与品牌。中国很多企业单个产品就能做到销售额一百亿元以上,不在于多,而在于精。预制菜也要做“专精特新”,要做某一个品类的单打冠军。

京东科技集团解决方案中心高级总监刘向锋说,最近三年是预制菜行业非常重要的发展期,B端和C端需求双轮共振。目前和京东合作的预制菜品牌有400个,都保持100%的年复合增长率。