

传统与现代的“交响”

——第五届中国西藏旅游文化国际博览会一线观察

畅游幸福新西藏，携手开创新征程。6月16日至18日，由文化和旅游部、西藏自治区人民政府共同主办的第五届中国西藏旅游文化国际博览会（简称“藏博会”）在拉萨举办。

1.4万平方米的展览场地、近千家中外与会企业、近万种参展产品，走进藏博会现场，人头攒动、热闹非凡。传统艺术、高新数字、经贸物流……各个展区光影闪烁，精彩纷呈。从清新福建到和美新疆，从意大利到巴基斯坦，来自海内外的宾客们齐聚“日光城”，共享西藏自然风光之美、历史人文之美、民族风情之美、包容开放之美。

以会为“媒”：传统文化浸润时代人心

唐卡、古籍修复、藏毯编织……“文化西藏”展区吸引了大量游客驻足观赏。

嘎玛且增从事唐卡绘制工作已经30余年。本届藏博会上，他带来了几件“压箱底”的代表作。“藏博会给我们提供了一个展示平台，平时没有这么好的机会，现在我要让更多人看到美丽的唐卡。”嘎玛且增笑着说。

十几米外，阵阵香气传来，令人心旷神怡。国家非物质文化遗产“尼木藏香”的传承人巴多正在向游客热情地介绍藏香的制作技艺，还时不时地把藏香赠予感兴趣的游客。他说：“藏香由多种名贵药材制成，具有一定的养生作用。我希望藏香的香气可以飘得更远一些。”

在精美华丽的藏毯前，游客们边抚摸边赞叹，“手感竟然这么柔和！”不少游客主动跟现场演示人员学起了藏毯编织技艺。

扩“圈”交往：文明互鉴共享新机遇

伊朗、意大利、澳大利亚等16个国家的60家企业携630种精美商品赴会，藏博会成为扩大“朋友圈”、促进国际经贸文化交流的大舞台。

这是尼泊尔商人桑托什第一次参加藏博会，甫一开始，他就被火爆的场景震住了。“毫无疑问，中国是一个非常庞大、特别具有潜力的消费市场，将来我们会多来西藏参观，争取再参加几次藏博会。”

离桑托什的展台不远，几位工作人员正在网络直播间向全世界推介藏

博会。一位负责人表示：“我们要积极利用新手段，把握新潮流，用大家喜闻乐见的方式讲好‘藏博会故事’。”

另一边，卡里姆正在用一口熟练的汉语普通话推销他的玉石产品：“‘玉在山而草木润’，好的玉石可遇不可求，大家快来看！”从巴基斯坦赶来参会的他，已然对中国文化非常了解。“我特别喜欢中国，我有很多中国朋友，我相信这届藏博会能进一步加深我们之间的友谊。”卡里姆说。

科技兴藏：智慧技术助力新发展

藏博会现场，多家企业采用云计算、大数据等先进技术，为大众提供了一系列智慧解决方案，使游客们大开眼界。

西藏联通政企客户事业部总监刘春林告诉记者，西藏联通研发的“智慧农牧业”系统可以随时定位牲畜，并以强大的数据为支撑，全链条溯源其生长状况。“西藏地广人稀，这套系统对农牧民来说比较实用，而且还可以帮助消费者买到放心商品。”

“青稞专用微生物菌剂”“动物

吸氧监测面罩”“高原多功能宜居增压建筑”……多个符合当地需求、凸显智慧力量的科技产品在藏博会上大放异彩，给人们的生产生活带来了新的可能。

“一听说要办藏博会，我就毫不犹豫地报名来当志愿者了。”西藏藏医药大学学生李毛卓玛说。细致周到的大会服务让重庆游客王媛媛一家三口尽兴而归，“工作人员很热情，展品也十分丰富，这使我很好的了解西藏，我和孩子都很开心。”

签署战略框架协议7个，签约项目60个，协议投资531.83亿元……第五届藏博会成果累累。具有国际影响力、全国辐射力、区域带动力的藏博会，成为全面展示社会主义新西藏魅力的金名片，成为西藏各族群众奋力谱写雪域高原高质量发展新篇章的生动缩影。

一曲传统与现代完美融合的“交响乐”奏起，自信、包容、开放的新西藏，正与全国人民一道，昂首阔步、意气风发地走在中华民族伟大复兴的新征程上。

（新华社拉萨6月19日电 记者 刘文博 关明辉）

水利部针对南方10省区启动洪水防御Ⅳ级应急响应

新华社北京6月19日电 水利部19日12时针对南方10省区启动洪水防御Ⅳ级应急响应，并派工作组赴湖北、江西、湖南、广西、贵州、广东、广西、贵州、云南10省区启动洪水防御Ⅳ级应急响应，并派出工作组赴湖北、江西、湖南、广西、贵州一线，指导做好暴雨洪水防御工作。

水利部发布的汛情通报显示，据预报，6月20日至25日，受冷暖空气共同影响，我国西南东部南部、江南、华南西部北部及湖北东南部等地将有一次强降雨过程。受其影响，长江流域鄱阳湖和洞庭湖水系，珠江流域柳江、桂江，太湖河网及浙闽地区钱塘江、闽江上游富屯溪等主要河流可能出现超警以上洪水，暴雨区内部分中小河流

可能发生较大洪水。

水利部依据相关工作规程，针对江苏、浙江、安徽、福建、江西、湖北、湖南、广西、贵州、云南10省区启动洪水防御Ⅳ级应急响应，并派出工作组赴湖北、江西、湖南、广西、贵州一线，指导做好暴雨洪水防御工作。同时，向相关省级水利部门和水利部长江、珠江、太湖水利委员会发出通知，要求密切监视雨情、水情、汛情发展变化，加强监测预报预警、会商分析、水利工程调度和值班值守，重点做好水库安全度汛、中小河流洪水和山洪灾害防御等工作，确保人民群众生命安全。

全国救助管理机构“开放日”活动在浙江杭州举办

新华社杭州6月19日电（记者 李平 高蕾）6月19日，第十一个全国救助管理机构“开放日”主会场活动在浙江省杭州市举办，活动同时在江苏、山东、广东、广西、海南、青海等地设立分会场。各地人大代表、政协委员、媒体记者、公益慈善组织和社会爱心人士来到救助管理机构实地参观考察。

今年“开放日”主题是“科技赋能筑大爱，温情救助守初心”。近年来，科技在救助管理工作中发挥了越来越重要的作用，活动现场专门设置了科技赋能救助管理工作的宣传展。“抖音寻人”公益项目介绍了精准地域弹窗技术在寻亲领域的应用情况，广东省民政厅介绍了“粤省事”小程序给走失人员家庭带来的便利体验。

活动现场还举办了亲子活动，浙江台州籍受助人小何2016年离家出走，杭州市救助管理机构近日在接到其家人的寻亲求助后，第一时间安排工作人员上街寻找，

联动公安部门运用大数据技术不断缩小搜寻范围，经过八个多小时的努力最终帮助他们实现了家庭团圆。

除杭州主会场外，分会场也开展了丰富多彩的活动。江苏省镇江市救助管理站在车站广场向市民介绍救助管理工作并答疑解惑，山东省菏泽市救助管理站联合消防部门共同开展救助与消防安全宣传；广东省广州市花都区救助管理站邀请志愿者到街面为流浪人员发放端午礼包；广西壮族自治区柳州市救助管理站通过抖音直播间直播寻亲活动；青海省西宁市救助管理站工作人员走上街头宣传救助政策。

据统计，党的十八大以来，全国救助管理机构累计救助流浪乞讨等各类临时遇困人员2100万人次，其中，2022年救助75.1万人次，街面劝导救助32.8万人次，为近2万名长期滞留人员办理落户手续并纳入社会保障体系，有效保障了他们基本生活和人身安全。

助力企业稳健经营

氧化铝期货在上期所上市交易

新华社上海6月19日电（记者 陈云富 刘开雄）全球首个实物交割的氧化铝期货19日在上海期货交易所挂牌上市，作为风险管理工具，氧化铝期货上市将助力产业链上企业更精细化管理市场风险，提升产业链供应链韧性和安全水平。

氧化铝处于铝产业链上游，是生产铝这一广泛应用的有色金属材料的主要原料。近年来随着铝工业的发展，我国已成为全球最大的氧化铝生产国和消费国，产业规模庞大，市场主体众多，价格波动频繁，行业对风险管理工具的需求强烈。

上期所理事长田向阳表示，上市氧化铝期货，有助于促进期现市场有效对接和循环畅通，提高资源配置效率和我国铝产业链供应链韧性和安全水平，同时有助于完善市场化定价机制，加快形成公开、公平、公正的市场价格，并进一步丰富铝产业链企业风险管理工具，助力企业有效管理风险、高效配置资源。

国内有色金属企业普遍较熟练运用期货衍生品进行价格风险管理，在铝产业链上，此前也上市有铝期货、铝期权等期货衍生品，但近年来，受多重因素的影响，氧化铝和电解铝价格偏差明显，产业链上企业难以有效利用现有的风险管理工具进行风险管理。

上期所副总经理张铭表示，氧化铝期货上市后将与铝期货、铝期权形成协同效应，进一步丰富我国有色金属期货衍生品序列，满足企业精细化风险管理的需求，助力企业稳健经营。

“对于电解铝企业，氧化铝期货将成为企业锁定成本最直接的价格管理工具，有利于我国铝行业持续健康发展。”云南铝业股份有限公司国贸经营中心原铝业务部副总经理李慧娟表示。

上市首日，氧化铝期货交易较活跃，包括中铝国际贸易集团等产业链上企业参与了交易。截至收盘，首批挂牌上市的8个合约累计成交10.07万手，成交额54.62亿元。

第七届全国残疾人职业技能大赛新增9项赛事、规模创历届新高

新华社北京6月19日电（记者 王明玉）记者从中国残联19日召开的新闻发布会上获悉，第七届全国残疾人职业技能大赛暨第四届全国残疾人展能节将于6月27日至29日在山东济南举行，来自全国32个代表团的950名选手参赛，规模创历届新高。

本届大赛以“新时代、新技能、新梦想”为主题，设置信息通信技术类、美术专业类、手工类、工业及先进制造业类、服务业类5类共28个比赛项目。其中，本届大赛新增项目为网络信息安全、服装配饰设计、无人机操控、电气安装、3D打印、西式烹调师、美甲、家政服务、互联网营销等9项，海报设计、美甲、中式面点3项参赛人数最多。

据了解，第四届全国残疾人展能节将于大赛期间同步举办，共设

47个展示展销区，包括综合展区、助残就业服务展区、分省展区、新疆兵团展区、济南市展区、“美丽工坊”展示展销区。其中，“美丽工坊”为本届展能节新增展示展销区，以残疾妇女创作作品实物展销和技展为主。

记者在会上了解到，本届大赛秉持“智慧、绿色、人文、节俭”的办赛理念，设置人脸识别系统、缩短开幕式时间、取消文艺演出、最大限度减少办赛经费、保障竞赛安全和便捷。同时，大赛导向从技能竞赛向技能提升转变，着力提高职业技能竞赛科学化、规范化、专业化水平。

据悉，全国残疾人职业技能大赛四年一届，是国家级一类职业技能竞赛。本届大赛由人力资源社会保障部、中国残联主办，山东省人民政府、济南市人民政府承办。

千万工程二十年 百亿花园村成为乡村振兴样板

6月19日拍摄的花园村（无人机照片）。

2003年6月，“千村示范、万村整治”工程在浙江拉开序幕。20年来，浙江省东阳市南马镇花园村深入推进实施“千万工程”，坚持党建、经济、社会、文化、生态齐抓共建，走出一条“以工强村、以商兴村、全面振兴、共同富裕”的花园之路。

2022年，花园村全村实现营业收入655亿元，拥有个私工商户2950家，村民人均年收入16.5万元。花园村正持续推进产业发展、村域管理、基础设施、村民生活、文化建设、生态文明等六个高质量，努力把花园村打造成为中国式现代化乡村振兴样板、高质量共同富裕村样板。

新华社记者 徐昱 摄



部分地方“天价”奢华粽子现象调查

新华视点

端午节临近，“新华视点”记者在部分省份采访发现，“燕窝粽”“人参粽”“鲍鱼粽”等“天价”粽子现身市场，馅料名贵、包装奢华。为躲避监管，奢华粽子多由商超销售转向预订定制，由实物礼品变为虚拟礼券，并打价格“擦边球”搞组合销售。

走访中，不少销售人员表示，高端粽子礼盒通常是“买的人不吃，吃的人不买，十有八九都是用来送礼的”。

每盒动辄近千元，多是“人情粽”

近期，记者在部分五星级酒店、电商平台、高档餐馆等调研了解到，大量粽子礼盒主打“高端”“奢华”定位，在馅料中添加鱼翅、燕窝、海参、人参、黑松露等名贵食材，价格每盒动辄近千元。记者在西南地区某市一家五星级酒店暗访看到，一款“鲍鱼粽”礼盒售价高达988元，里面只有12个粽子。

记者在部分电商平台搜索发现，不少热销粽子礼盒售价在500元以上。一家食品网店客服告诉记者，店内销量最好的一款粽子礼盒原价1288元，目前优惠价820元，含有12个添加名贵食材的粽子，平均每个粽子68.3元。“上架没几天，就卖出近500份。”

还有一些“微商”在社交媒体搞所谓“土豪粽”代购。一名代购人员介绍，鱼翅、鱼籽、蟹黄等都能包进粽子里。“价格上不封顶，只有你想不到，没有买不到。”

除了附加一些高档食材，记者还发现，过度包装也是豪华粽子礼盒普

遍的特点。

为让月饼、粽子包装“瘦身”，2022年8月15日，《限制商品过度包装要求 食品和化妆品》国家标准第1号修改单正式实施，要求减少包装层数，月饼和粽子的包装层数最多不超过三层；降低包装成本，销售价格100元以上的月饼和粽子，包装成本占销售价格的比例不超过15%。

在西南地区某市一家酒店大堂显眼位置，摆放着一排售价为498元的“端礼雅韵”粽子礼盒。礼盒被设计成手提箱样式，烫金印刷的外壳上有两个皮革锁扣和一个皮革提手。记者解开锁扣翻开盖子看到，礼盒内部设计同样精美复杂，7个大小不一的小盒子分两列摆放，打开小盒子才能看到独立包装的粽子。酒店前台人员告诉记者：“这款礼盒制作工艺精湛，成本也高，很多人都是冲包装买的。”

在一些电商平台，不少店铺为礼盒打上“奢华皮盒”“高端材质”“拒绝廉价感”等标签。某网店客服介绍，该店“鸿福御品”轻奢礼盒卖得最好，其“打开后呈现三层步步高升的设计看起来很霸气”，再加上深压烫金工艺和彩金印刷，很有高级感。多家商铺表示，为了让礼盒有质感，包装的重量往往是粽子本身的2到3倍。

值得注意的是，粽子这一传统节庆食物，存在沦为“人情粽”“办事粽”的倾向。记者梳理电商平台一些热销礼盒的热门评价，“买来送关系户和朋友”“领导很满意”等成为高频词。

东部沿海一家企业负责人告诉记者，企业有一些重要客户、社会关系，逢年过节是送礼维持关系的重要时机。粽子本身价值不高，如果不加名贵食材、包装不够高档、不附送其他礼品，就很难拿得出手。企业每年端午

节前都会订制一批用来“办事”的礼盒。

为避监管频出“新招”

记者发现，近年来，有关部门加大对“天价”食品、过度包装等问题的监管，部分奢华粽子的销售“由明转暗”，从商场超市向星级酒店、高档餐厅、社交平台转移。

在西部某市一家高档连锁店，大厅正在展示一款488元的粽子礼盒。服务员告诉记者，此款礼盒不公开出售，主要面向老会员和大客户，目前卖得很好。

“礼盒在店里只是展示，采取预订定制销售方式，不用怕有人检查。”在某网店微信小程序，一款售价2680元的“荣家端午礼”正在接受预约。客服告诉记者：“只限特定会员购买，提供送达服务。”

同时，粽子“礼券化”也十分普遍。一些连锁糕点店、大闸蟹店依托线下门店多、线上平台全的优势，通过微信小程序等社交平台出售高档粽子礼盒券，可快递邮寄，也可到门店自提，并提供代写贺卡、开发票、指定日期送达等“送礼服务”。

一家知名糕点店线上客服说：“有些单位管得严，直接送礼盒不方便，不如送电子券安全。”东部某省一家五星级酒店大堂经理向记者介绍：“买礼券送人非常合适，如果收礼人不想提货，我们还可以用现金回收礼券。”

2022年6月，有关部门发布《关于遏制“天价”月饼、促进行业健康发展的公告》，对单价超过500元的“天价”盒装月饼从严监管。

记者走访了解到，一些商家为规避“天价”之嫌，通过减少粽子数量将价格定在499元、488元等。例如，

某连锁糕点店推出的“佛跳墙粽子”礼盒，价格480元，但只有6个粽子，折算下来每个粽子80元。还有一些商家采用组合销售的方式，单个礼盒400多元，搭配茶叶、高级食用油捆绑销售。

加大监管力度，狠刹不正之风

受访专家表示，豪华粽子“改头换面”依然存在，崇尚节俭、反对浪费、营造“清新”过节风气仍需久久为功。

山东大学社会学教授王忠武等专家表示，相关部门在加强线下销售渠道监管的同时，还要进一步完善对电商平台等线上销售渠道的管理，同时重点关注高端定制、会员礼券等新“招式”，警惕奢华粽子“由明转暗、由实转虚”。

此外，商品过度包装有关标准还需进一步完善。中国生物多样性保护与绿色发展基金会副秘书长王磊等专家认为，应对包装的材质、环保性、制作工艺等方面进行更细化的规定，优化初始包装认定规则，完善包装检测计算方法，让生产经营者无空可钻。

同时，需充分发挥行业自律与自我监督功能，督促行业协会制定遏制过度包装和追求奢华的行业公约，避免业内盲目竞争攀比、形成恶性循环。

重庆大学经济与工商管理学院教授廖成林等专家表示，节日期间正常人情往来无可厚非，但逢年过节往往伴随“四风”问题暗流涌动，对于“人情粽”“办事粽”等歪风邪气需坚决制止。纪检监察机关要加大监管力度，开展明察暗访，倡导党员干部廉洁过节，狠刹粽子中的“四风”问题。

（新华社北京6月19日电 “新华视点”记者 王志周 凯 邵鲁文）