

前5月我国外贸延续稳定增长

货物贸易进出口增速达15.3%

新华社电 海关总署9日发布数据显示,今年前5个月,我国货物贸易进出口总值20.68万亿元,同比增长继续上行至15.3%,较前4个月加快0.4个百分点。其中,5月单月进出口4.45万亿元,同比增速较上月扩大2.7个百分点至16.9%。

对于我国外贸表现,海关总署统计分析司司长吕大良用“延续稳定增长”来评价。他说,今年以来,在元首外交战略引领下,我国积极深化和全球经贸伙伴的务实合作,为国际经济运行注入稳定力量。截至5月,月度进出口已连续3个月超过4万亿元,保持良好运行态势。

从出口侧看,前5个月11.91万亿元出口额同比增长11.8%。其中,高技术、高附加值机电产品出口7.58万亿元,同比增长18.4%,占我国整体出口的超六成,锂电池、风力发电机组等绿色产品出口增长四成左右。

从进口侧看,随着国内需求总体改善,前5个月累计进口8.77万亿

元,同比增长20.5%。其中,5月当月进口增长21.5%,连续3个月同比增长超两成。

机制灵活、市场敏锐、勇于创新的民营企业继续保持中国第一大外贸主体地位。前5个月,民营企业进出口11.81万亿元,同比增长15.5%。作为我国外贸的重要力量,同期,外资企业进出口6.02万亿元,增长15.7%,进出口比重占我国外贸总值的近三成。

前5个月,我国对东盟、欧盟、美国进出口分别同比增长16.6%、10.3%和下降6.6%,对共建“一带一路”国家进出口增长13.6%。

值得注意的是,前5个月,我国对非洲国家进出口1.14万亿元,历史同期首次突破1万亿元,同比增长18.2%。5月当月,自非洲进口951.3亿元,同比增长15%,为连续9个月增长。

吕大良表示,5月份,我国对非洲建交国全面实施零关税举措,自非洲进口优质特色产品增速进一步加快,像水果、水产品等环比增长均超三成。

广东展示科技助残亮眼成果,破解行动不便人士出行痛点

轮椅爬楼梯,竟能“如履平地”



会爬楼梯的轮椅

羊城晚报讯 记者黎秋玲摄影报道:6月9日,广东省科技厅上线“民生热线”节目,广东省科技厅党组成员、副厅长张展生细数广东科技助残亮眼成果,还专门推介了一款专为行动不便人群打造的全地形无障碍轮椅。

记者在现场看到,这款由广东佛山凯洋医疗公司研发的全地形无障碍轮椅,按一个按键,即能缓缓驶向台阶,一步一级稳步向上攀爬,下行过程也顺滑流畅,乘坐者无需额外动作。

张展生介绍,这款轮椅专门破解行动不便人士出行的最大痛点——上下楼梯。现在很多行动不便人士,还居住在没有电梯的老楼,日常出行过人行天桥、上下公共交通等也存在困难。这款轮椅采用了智能感应系统和履带式结构,在接近台阶时,用户只需要

按一下启动按钮,轮椅就会自动检测台阶高度、角度,然后调整重心,履带缓缓贴合台阶,平稳地爬升或下降。

“这只是我们科技助残的一个缩影,我们坚持科技造福民生,在生命健康、防灾减灾、应急救援、社会治理、体育文化等方面加强布局。”张展生进一步介绍说,广东先后出台了《关于促进生物医药创新发展的若干政策措施》《广东省培育未来生命健康产业集群行动计划》,聚焦基因技术、细胞治疗等领域开展关键核心技术攻关,同时在科技助残、康复医学等方面做了大量工作,除了全地形无障碍轮椅,还有下肢外骨骼康复机器人、智能导盲犬、AI视障眼镜等一批高科技产品,以及精锋医疗单孔单臂腹腔镜手术机器人、迈瑞R9彩超等高端医疗

仪器,更好满足人民群众的健康需求。

他还表示,近年来,省科技厅持续实施“广东强芯”“璀璨行动”、核心软件攻关等重大科技工程,围绕第六代移动通信、具身智能、脑科学与脑机接口、量子科技等未来产业,启动实施广东首套颠覆性技术创新专项,取得了一系列新突破,原生鸿蒙操作系统、麒麟高端芯片、体外膜肺氧合系统、高端磁共振设备、高端手术机器人、显示制造关键装备等打破国外垄断,全球首个抗甲流PB2新药成功研发上市,“梦想”号大洋钻探船等大国重器建成入列。这些成绩有力推动了广东产业科技互促双强,实现了全省区域创新综合能力连续9年蝉联全国第一,“深圳—香港—广州”科技集群去年首次跃居全球创新指数第一。

个人养老金今起可买储蓄国债

羊城晚报讯 记者戴曼曼报道:按照财政部公布的发行安排,2026年第三期和第四期储蓄国债(电子式)6月10日起发行。值得注意的是,此次增加了个人养老金账户购买渠道。包括工商银行、建设银行、兴业银行等多家商业银行的手机App个人养老金专区已上线国债入口,这也意味着电子式储蓄国债正式纳入个人养老金产品范围。

随着电子式储蓄国债的加入,个人养老金可投资品类从原有的储蓄存款、银行理财、商业养老保险、公募基金四大类扩展至五大类,为个人养老金制度参与者提供了更多配

置选项。

对于投资者而言,储蓄国债最直观吸引力在于稳定的收益,因为具有国家信用保障,所以100%保本保息,按年付息、自动到账。根据财政部、央行此前的安排,本次发售分为3年期和5年期两个品种,票面年利率分别为1.63%和1.70%。

值得注意的是,个人养老金每年缴存上限12000元,缴存金额用于购买国债产品,可以享受个税抵扣,但是个人养老金用来购买电子式储蓄国债与个人购买普通的电子式储蓄国债的额度,双向独立、互不冲突。

最近,一款网红切菜刀凭借夸张的广告特效,炫酷的产品演示,引起不少网民关注和购买。但消费者收货后发现,刀具实际使用效果和广告画面相差甚远。“谁能想到它的广告视频竟然是AI生成的,切菜刀不仅不能切丝,用起来都很费劲。”家住河北的王女士说。

记者调查发现,当前AI虚假广告花样繁多,尤其是运用AI特效夸大产品功能,误导消费者。”这款切菜刀AI广告,看似是短视频创意,实则涉嫌触碰了多项法律红线。”广东诺臣律

师事务所高级合伙人郑子殷表示,根据广告法、消费者权益保护法等相关规定,广告内容必须真实,不得虚假或引人误解。“切肉如切豆腐”“萝卜片落在砧板上自动变成细丝”等——这不是创意,是虚构产品功能,直接构成虚假宣传。

一些商家在广告角落标注“AI生成”字样,想以此规避虚假宣传带来的法律责任。对此郑子殷指出,“AI生成”绝不是商家和平台的“免责牌”。首先,广告是否合法,看的是它有没有虚假宣传、有没有误导消费

者,而不是它是不是用AI做的。其次,相关AI管理办法已经明确,完成标注不等于内容合规。标注只是说明“是怎么做出来的”,不代表“说的是真话”。法律之所以要求标注,是为了保障消费者的知情权,不是开具“骗人通行证”。同时,平台作为广告发布者,负有日常审核义务。如果放任虚假广告上线传播,也要承担连带责任。

广东省消委会消费维权专家委员会专家彭澎提醒:越是宣传效果天花乱坠、看似权威的广告,越要保持冷

静。如果商品和服务超越了常识,更

要提高警惕。针对AI广告真假难辨问题,郑子殷建议,消费者可通过多渠道交叉核验信息、甄别真伪。一旦被AI虚假广告误导后,消费者该如何维权?彭澎建议,要收集证据,通过录屏、保存广告视频、AI推荐页面,防止对方删除;保留商品详情、下单凭证、聊天记录等。郑子殷认为,可向商家主张“退一赔三”;协商不成,可直接通过12315、12345投诉,或者向法院起诉。

(新华社)

AI虚假广告,岂能“一标了之”

标注“AI生成”绝非“免责牌”,平台放任传播也要担责

今日论衡之公民问政

□毕昀

电信优惠套餐与新用户绑定 老用户为何总被“杀熟”

6月9日,澎湃新闻报道揭露电信运营商长期存在的“新老用户不同权”现象:多位消费者反映,自己作为使用多年的老用户,套餐资费远高于新用户,高性价比优惠套餐只向新用户或升档用户开放。有人多次与客服交涉无果,直到搬出“携号转网”“向工信部投诉”,才终于争取到本应平等享有的优惠方案。消费者认为,这是运营商针对老用户的“杀熟”行为。在社交平台上,大量用户分享自己的同款遭遇,甚至衍生出“如何反击运营商杀熟”的攻略。

这一现象并非新鲜事,却为何屡禁不止?一个重要原因在于运营商对用户转网成本的精准算计。手机号码绑定银行卡、社交账号、工作联系等大量个人信息,迁移成本高。运营商正是吃准了这一点,默认老用户不会轻易离开,因而无需投入过多优惠来维系。赤裸裸的差异化定价,是将用户忠诚度转化为利润收割的工具。

运营商内部的制度设计,进一步固化了这种不对等。一线营业员透露,柜台配备录音设备,只有用户在对中触发“携号转网”关键词,才能启动挽留机制,给出资费折扣。客户不询问,员工不能主动告知。另有运营商内部人士坦言,原则是用户套餐“只上不下”,若要便宜,只能“特事特办”。如此意味着,套餐优惠并非公开透明,而是一种需要用户通过博弈才能解锁的“隐藏福利”。

更深层的原因在于运营商的考核逻辑。有电信与互联网分析师指出,通信行业多年来的趋势是“提速降费”,但运营商内部考核以收入和利润为核心指标,缺乏足够动力让用户更省钱。老用户缴纳的超额资费,

构成了运营商利润的重要来源。在收入考核压力下,主动降低老用户资费等于自我削减营收,自然缺乏内生动力。

有关部门的监管并非没有动作。2021年,国新办举行网络提速降费国务院政策例行吹风会时,就明确提出要严查“新老用户不同权”等行为。2025年4月,工业和信息化部在全国组织开展“明白办、放心用”行动,要求基础电信企业在网上营业厅和APP设立资费公示专区,集中公示面向公众用户的全量在售资费方案,未公示不得销售。然而现实情况是,运营商仍然可以通过复杂的套餐设计、协议绑定、违约金条款等方式,让老用户难以降档。用户办理套餐时签订的协议未到期,降档可能被要求支付违约金,而升档则没有任何障碍。不对称的规则让老用户陷入两难:要么继续忍受高昂资费,要么付出违约金代价。

治理这一顽疾,关键在于改变运营商的激励结构。专家建议切中要害:如果将老用户满意度纳入核心考核指标,情况会有大的改观。当“留住老用户”不再仅靠协议绑定和转网壁垒,而是靠实实在在的资费公平和服务质量,运营商才会从“被动挽留”转向“主动让利”。与此同时,监管部门需要进一步细化规则,比如明确要求所有在售套餐对所有用户平等开放,禁止设置隐形门槛,对违规企业实施更具威慑力的处罚。

老用户不该成为被默认收割的对象,优惠也不该是需要“闹”才能获得的战利品。唯有打破老用户套餐费用“只上不下”的潜规则,让资费透明真正落地,才能让提速降费成果惠及每一位用户。

(作者是资深媒体评论员)

网文界集体倡议“永不抄袭” 相关平台也要自律起来

首席评论 □伍里川

网文界发起“永不抄袭”自律倡议,“会说话的肘子”“爱潜水的乌贼”“猫腻”等超200位作家签字。这一消息引发广泛关注。

倡议书指出,近年来网文界抄袭事件频发,“劣币驱逐良币”的生态正在透支行业的未来,因此发起自律倡议:坚守原创底线,郑重承诺“永不抄袭”;厘清借鉴边界,倡导透明化标注;呼吁平台担当,建立更严格的审查机制;欢迎读者监督,共建原创生态。这一措辞直面网文界抄袭的严重局面,提出了自律要求,也发出了强化监督监管的呼吁,显出应有的价值。

网文的迅猛发展,是互联网浪潮推动的独特文化现象。2024年2月,中国社会科学院文学研究所发布的《2023中国网络文学发展研究报告》显示,截至2023年底,

中国网络文学阅读市场规模达404.3亿元,同比增长3.8%;网络文学IP市场规模跃升至2605亿元,同比增长近百亿元。中国网络文学作者数量达2405万,网文用户数量达5.37亿。然而,令人警醒的是,当前网文界抄袭现象已成为行业毒瘤。

网文界抄袭现象由来已久。早在2017年2月,媒体就集中聚焦过网文抄袭现象,例如,《花千骨》《锦绣未央》《三生三世十里桃花》等改编成热门电视剧的原著都曾曝涉嫌抄袭。《锦绣未央》更是被指直接抓取200余部作品中的创作桥段、情节设计,进行所谓“调色板”式的创作。2017年9月,人民日报的报道直指网络文学抄袭竟用上“写作神器”,连错别字也抄。网文界堕落如斯,令人慨叹。

在这种情况下,当年有识之士疾呼:治理网络文学抄袭亟待形成行业共识。但多年下来,视线所及,网文界抄袭现象非但没有被遏制住,反而愈演愈烈。例如,2024年前后,在网文界有着

显著影响力的某部作品多次被指抄袭。

揆诸诸多抄袭事件,急功近利是抄袭行为越发多见的诱因。网文一旦爆款,作者就会名利双收,成为网文界大咖。为此,不少作者铤而走险,大抄特抄,“脸都不要了”。加之“融梗”或“洗稿”手段既比“直抄”隐蔽,也因缺乏明确标准界定,而容易被“放过”,“文抄公”更是有恃无恐。而AI的普及,也让“文抄公”找到了一把“利器”。

网文界抄袭成风,严重制约了网文的健康发展,也影响了作者和读者的观感和体验。一些网友痛斥抄袭而成的作品败胃口,一些优质作者更因“写不过”抄袭者而迷茫不已。长此以往,网文发展可能会因读者的集体用脚投票而陷入困局。

网文界抄袭乱象已到了非深度治理不可的地步了。解铃还须系铃人,作者的自律十分重要。集体发起倡议,有助于荡涤歪风邪气、形成共鸣共振。但应该看到,无论是倡议还是呼吁,目前

皆收效甚微。在引导作者自律之外,更需要平台切实负起审查、监管责任,否则就难以治理“抄袭病”。不必讳言,个别平台为了流量效应,不同程度存在放松审核甚至包庇抄袭者的问题。殊不知这种做法终将引来反噬之祸。对此,平台当首先自律起来,通过严密规则、引入高科技审核手段,极力屏蔽“抄文”,对“惯抄公”该封杀就封杀。被侵权作家,亦当勇敢拿起法律武器维权。

值得注意的是,当前在文坛和民间,总有人对网文抄袭存有一种“包容”心态,认为洗稿、局部抄袭、偶尔抄袭没什么大不了。这种认知,也是“文抄公”盛行的一个背景。如果大家都认为可以对文学创作放低一点要求,那真的是文学界的至暗时刻。须知,文字不可亵渎,文学不可成为“复制粘贴”的劣质品,唯有始终对抄袭行为保持“洁癖”、零容忍,才可能形成“过街老鼠人人喊打”的氛围。(作者是资深媒体评论员)

推广药品比价小程序,要针对痛点精准施治

热点快评 □余明辉

近期,国家集采药品在不同销售渠道出现高额价差的情况引发关注,部分零售药店存在“阴阳价格”,也就是同一款药,刷医保反而比付现金还贵。怎么判断药店的价格是否合理,这个信息差如何破解?近期,国家医保局持续推广药品比价小程序,有望实现“掌上”轻松比价。(中国之声6月8日)

稍有所了解的人都知道,国家药品比价小程序依托医保大数据运行,群众输入药品名称,便可查询周边药店、医疗机构的售价、库存、距离等信息,平台以价格排序、热力图等形式直观展示价位高低。在监管层面,系统同步开展常态化价格监测,一旦发现售价偏离合理区

间,自动触发预警并推送整改工单。

药品比价小程序自2024年启动建设,至2025年底已在全国范围落地,在整治“阴阳价格”、平抑药品价差的成效方面有目共睹。但行百里者半九十,全面铺开的过程中,诸多现实痛点逐步显现,制约了功能价值的充分释放。

比如,监测仅覆盖医保目录药品及定点药店,非定点药店、目录外药品形成监管盲区;部分药店虚报低价,数据更新迟缓,线上信息与线下不符,削弱比价参考作用;平台缺少适老化设计,老年购药群体难以操作使用;省际数据互不联通,无法开展异地比价与协同监管。加之宣传不到位,群众知晓度不

高,小程序出现建而少用、覆盖面有限的问题,各类痛点直接制约了其监管与便民效能的发挥。

因此,当下要激活药品比价小程序的效能,真正发挥推广目的,就不能停留在简单上线、被动监测的阶段,必须瞄准现存痛点精准施策、靶向整改。

首先,拓宽平台监测覆盖面。逐步将非定点药店、医保目录外常用药品纳入比价范围,补齐监管漏洞,实现药品价格监测全域覆盖。其次,从严整治数据造假行为。明确药店信息上报责任,加大对虚报价格、迟报数据行为的查处力度,提高违规成本,保障平台数据真实有效。再次,优化服务适

配不同群体。简化小程序操作界面,增设语音查询、一键比价等简易功能,同时保留线下价格公示渠道,兼顾老年群体使用需求。再者,打通省际数据通道,破除区域信息壁垒,构建全国联动的药价监测网络,合力整治区域性高价问题。最后,加大线上线下宣传力度,走进社区、药店开展实操讲解,提升群众知晓率与使用率,让小程序真正走入日常生活。

药品比价小程序为破解药价乱象提供了新思路、新路径,唯有直面现实问题、补齐短板,不断优化功能、完善管理,才能让这一数字化监管落地生根,真正实现药价透明、购药安心。