

教育部将持续引导鼓励支持中小学校统筹办学条件

因地制宜为学生创造午休条件

■据央视

日前,教育部网站公布了对十四届全国人大一次会议第2628号建议的答复,针对“关于尽快实施午休‘舒心躺睡’工程的建议”,教育部表示,充足的睡眠时间,对保障学生身心健康非常重要,教育部高度重视中小学校作息时间的规范管理,保证中小学生学习足够的睡眠时间。

2017年以来,教育部先后出台了《关于进一步加强中小学生睡眠管理工作的通知》等文件,要求确保中小学生学习充足睡眠时间,提高教师思想认识,教育学生养成良好睡眠卫生习惯;结合实际情况合理确定中小学习作时间,合理安排课间休息和下午上课时间,有条件的地方和学校应保障学生必要的午休时间。

2023年6月,推动中共中央办公厅、国务院办公厅出台了《关于构建优质均衡的基本公共教育服务体系

的意见》,明确提出各地区在推进学校建设标准化的同时,可结合实际支持学校适当扩大教室学习活动和体育运动场地,为非寄宿制学校提供学生就餐和午休条件。

教育部提出,目前,不少地方已经结合具体实际,开始了校内午休的探索实践。例如,山西省逐步在全省城市主城区和县城公办非寄宿制小学提供午休及午间活动服务。郑州市郑东新区教文体局鼓励学校将多功能室、阅览室、体育馆等场所所在午休时间向学生开放,配备午休设施,加强午休管理,提高学生午休质量。山东省实验小学在教室四周安装靠墙式折叠收纳床柜,折叠为柜、拉开为床,改善学生睡眠条件。

下一步,教育部将持续引导鼓励支持有条件的地方,统筹现有办学条件和设施设备,因地制宜为学生创造午休条件,为学生身心健康发展提供有力保障。

我省全面推行“告知承诺制”

困难群众申请低保可更快获得救助

■据《湖北日报》

荆门市东宝区的张某患恶性肿瘤,治疗花费7万多元。他到社区申请低保,通过“告知承诺制”很快得到确认。从11月起,张某和儿子每月可领取低保金1420元,当地还向张某发放临时救助金9600元。

从11月起,我省全面推行低保对象审核确认“告知承诺制”。困难群众申请低保,如实填报家庭经济状况信息,书面承诺申报信息真实,并愿意承担不实申报的法律责任,民政部门根据诚信审查结果审核确认。对认定为诚信申报对象的低保申请家庭,2个工作日内完成审核确认工作,并在申请临时救助等其他救助时,可以先行救助。这意味着,我省

困难群众申请低保可更快获得救助。省民政厅相关负责人介绍,2020年初,受新冠疫情影响,社会救助审核确认过程中的人户调查、民主评议等无法实施,黄石市探索通过告知承诺制审核确认低保、临时救助对象,实施紧急救助。2021年,该市推行告知承诺制审核确认低保对象创新试点。2022年,武汉、宜昌、荆门、孝感等地也开展试点。从今年11月1日起,全省全面推行告知承诺制审核确认低保对象工作。

华中师范大学公共管理学院副院长、教授周凤华表示,这是创新社会救助对象认定方式的一次大胆探索,是兜实兜牢民生底线的新作为,这一举措及后续配套措施将带来社会救助管理服务质量的提档升级。

低俗带货、开屏广告频繁跳转、二次降价……
中消协发布“双11”消费维权报告

■据人民网

22日,中消协发布2023年“双11”消费维权舆情分析报告,通过对10月20日至11月16日期间相关消费维权情况进行网络大数据舆情分析,发现“双11”期间消费维权问题集中在直播带货乱象、商品质量问题、手机软件广告不良体验、促销价格争议等方面。

在直播带货乱象上,监测显示,有关“直播带货”负面信息1565203条,占吐槽类信息的47.99%。其中,价格垄断、低俗带货、虚假宣传等问题较为突出。

中消协结合媒体评论举例,在带货YSL(圣罗兰美妆)时,疯狂小杨哥的徒弟“红绿灯的黄”形象邋遢、表情狰狞……中消协称这类靠审丑发迹的主播,正在引起更多人的反感。

报告还显示,监测期间,有关“广告体验”负面信息75663条,人们的“槽点”集中在手机软件广告诸多强制跳转方式令消费者防不胜防,分外头疼。对此,中消协认为,引流广告应“便民”而非“扰民”,相关APP行为

必须加以限制与引导。“从广告投放者角度看,这一做法或许可以获得一定的点击量,但消耗的是用户的好感和信任。开屏广告治理在年初已有政策出台,但仍需各方达成共识、强化自律。”

此外,促销价格争议也被不少人吐槽,话题主要为随意变更优惠政策、活动临近结束忽然降价、不保价、诱导消费者取消订单等问题。

如,11月14日,“iPhone15‘双11’最后两小时降价”的话题冲上热搜榜。不少消费者在社交平台上表示,天猫苹果官方旗舰店“双11”违背“承诺”,11日晚上10点开始,iPhone15和iPhone15 Plus在原有优惠的基础上降价200元,其中iPhone15 Pro和iPhone15 Pro Max降价300元。这让不少“双11”活动期间购买的消费者觉得被“背刺”。

在中消协看来,低价“血拼”背后,商家和平台者应认识到,优惠政策的制定应遵循市场规律和契约精神,先提价再降价套路要不得,二次降价的朝令夕改也会伤及消费者感情和品牌形象。

揭秘明星“祝福视频”产业链 一线艺人价格万元起步

■据《北京晚报》

近日,一条“多位明星给缅北四大家族白所成之子白应苍录视频祝寿”的视频引发网络热议。网传视频疑似拍摄于一场生日宴会,舞台中央的大屏幕上播放着一段视频,视频中有不少演员、网红的身影。

记者了解到,类似的祝福视频早已在网络热销,这类祝福视频多被用于生日、节庆等庆典场合。记者联系了网络多家经营祝福视频的店家后发现,祝福视频的价格,从普通版的几十元、上百元,到“明星”版的上千元、数万元,有不少店家的月销量可达1000+。

“祝福视频”月销量上千

记者调查发现,近年来在不少中小企业、微商的宣传视频中,经常会

出现“明星祝福”内容,例如年会、开业、招商会等场合。甚至在不少新人结婚、生日宴会场合也会出现知名艺人的祝福视频。“明星、网红喊话+跳舞、仅需258”“生日喊话祝福视频”……记者在不少网络电商平台输入“明星祝福视频”这一关键词进行检索后,搜索到几十页的商品,大部分“祝福视频”的标价在几十元到几百元不等。

其中,销售祝福视频最多的店家月销量单数达到了1000+。一家销量较高的店家表示,“祝福视频在某电商平台一周出售20至30单根本不是问题。”“粗略估算,所有平台每月的成交量总计在1000单左右。”

据常年销售祝福视频的店家徐峰介绍,祝福视频的价格根据定制内容的不同而有所不同,相对普通一些的

视频可以卖到成百上千,专业的私人定制甚至可以卖到五位数、六位数的高价。“一条普通视频的价格在200元至400元之间。”徐峰介绍,普通版本的视频大部分为3到5名外国人,加几句统一的喊话再配上相应的舞蹈。“普通版本的视频最畅销,也最好卖。一般销量最好的时候就是春节假期或者大型节日。”而高端版本的祝福视频价格则与普通版天差地别。

徐峰提供了一份“明星价位表”,名单显示多位一线知名艺人的名字,名字后面标注价格均超过五位数,其中价格最高的为12万元起。一线知名艺人1万元起步,二线三线逐级递减2000元。

代理商加码逐级贩卖

当记者询问知名艺人的祝福视频

是否为艺人本人拍摄时,徐峰回复称:“一切保真,非诚勿扰。”还有受访的卖家表示,网上的不少视频都是经过代理商代理的,“很少能有一手直接售卖的店家。”

据该店家介绍,给艺人直接拍摄视频的人员是第一手视频,他们与各级别代理商接触,逐级进行贩卖。“认识代理商越靠前赚的就越多,拿到手的视频价格肯定要高于上一级代理的价格。”店家说。但上述的加价规则仅限于普通视频,“如果是找知名艺人拍摄祝福视频,每条视频的加价就不一样了。”

业内人士认为,艺人拍视频提供祝福,本质上就是一种广告代言行为,如果还在视频中提及企业品牌,形成宣传效果,就成了变相的广告,应该纳入广告法的管理范畴。