

校外培训机构广告管理全面加强—— 校外培训广告请做到“十不”

本报讯(晚报记者 刘娟)为进一步推进我市“双减”工作落地落实,全面加强校外培训广告管理,近日,无锡市市场监督管理局发布相关提示,相关单位在发布校外培训广告时,应做到10个“不得”。

该提示涵盖校外培训广告发布的平台、形式、场所、内容等方面。其中,在发布平台、形式及场所等方面,主流媒体、新媒体、公共场所、居民区各类广告牌和网络平台不得刊登、播发面向学龄前儿童、义务教育阶段、普通高中阶段学科类教育培训广告和面向学龄前儿童的线上培训广告;不得以“一对一辅导”“上门辅导”等形式变相发布学科类教育培训广告;不得在中小学校、幼儿园内开展商业广告活动;不得利用中小学校和幼儿的教材、教辅材料、练习册、文具、教具、校服、校车等发布或变相发布商业广告。

在广告内容中,不得含有对升学、通过考试、获得学位学历或者合格证书,或者对教育培训效果作出明示或者暗示的保证性承

诺;不得明示或者暗示有相关考试机构或者其工作人员、考试命题人员参与教育培训;不得利用科研单位、学术机构、教育机构、行业协会、专业人士、受益者的名义或者形象作推荐、证明;不得含有淫秽、色情、赌博、恐怖、暴力等危害青少年身心健康的不良内容;不得含有误导公众教育观念、制造家长焦虑等妨碍社会公共秩序、违背社会良好风尚的其他不良内容。针对不满十四周岁的未成年人的广告中,不得含有劝诱未成年人要求家长购买商品或服务的行为、可能引发其模仿不安全行为的内容。

市市场监管局提示,全市各广告经营、发布单位要从讲政治的高度全面贯彻落实党中央、国务院的教育方针,在广告经营过程中,始终强化教育培训广告的自律审查,依法查验有关证明文件,核对广告内容,自觉抵制违法违规行为。

对于违法违规设计、制作、代理、发布校外培训广告的行为,市场监督管理部门将依法予以惩处。

生产问题口罩 两公司被立案调查

本报讯 江阴两家企业近日因生产问题口罩被查处。

江阴市场监管执法人员近日对某纺织有限公司进行执法检查,发现该公司正在生产“中国奥运五环口罩”,现场发现包装好的“中国奥运五环口罩”164包,每包10片,未包装的56片,共计成品1696片。当事人现场未能提供相关授权证书,目前已对当事人立案调查。

无独有偶,江阴市场监督执法大队执法人员近日在开展非医用口罩生产企业专项执法检查中,发现某卫生防护用品有限公司生产车间有中国奥委会标识的半成品“奥运口罩”,在中转库中有中国奥委会标识的成品“奥运口罩”6000余只、有中国奥委会标识的水刺无纺布两大卷。当事人现场未能提供相关授权证书,目前已对当事人立案调查。(宋超)

现实版“绝命毒师”： 理科高材生试制“摇头丸” 网购毒品尿检板成为警方破案线索

本报讯 8月31日,惠山法院审结的一起毒品制造案判决正式生效,这也是惠山法院审理的首例毒品制造案。该案被告人廖某是一所名牌大学的高材生,他制造毒品竟是为了当作抗抑郁药,最终被判处拘役三个月,并处罚金一千元。

据介绍,廖某从初中接触到化学这门课后就喜欢上了化学,2007年他顺利考上某名牌大学,然而他大学期间的的生活并不顺利,接连经历了与女朋友分手、家里至亲长辈去世等多重打击,此后患上了抑郁症,导致大学还没读完,就出来找工作了。2016年,廖某应聘至无锡某材料科技公司,从事试剂新产品的项目研发。

大学的经历依然困扰着他,每当在工作、生活中遇到不顺心的事,廖某就会变得很悲观,想通过做一些自以为有

成就的事情来证明自己存在的价值。加之廖某患有抑郁症,需要使用药物治疗,自己又不愿去医院就医吃药,于是萌生了自己制作毒品服用,依靠毒品的致幻作用来快速缓解抑郁的念头。廖某先后通过两种方式自行推演出了摇头丸的原材料,并在网上购齐了相关材料开始了制作。

2020年7月,廖某感觉研制成功,想尝试服用以检验效果,于是在网上购买了毒品尿检板。公安机关正是根据这一线索在廖某住处将其抓获,并查扣到含有摇头丸主要成分的液体。惠山法院审理认为,廖某的行为已构成制造毒品罪,考虑到其制造的毒品尚属于半成品,结合其制造毒品的动机、数量以及归案后认罪悔罪的态度,最终判处其拘役三个月,罚金一千元。

(甄泽)

“锡”字号农业品牌“响”起来

眼下,正是新吴区鸿山葡萄的“飘香季”,香气吸引着周边市民和游客前往观光采摘。“鸿山葡萄”这一品牌不仅带火了当地的农业经济,也让农民的腰包鼓起来了。近年来,无锡市农业农村局积极转变农业发展方式,不断加大农业品牌的培育、塑造、营销推介和宣传保护力度,突出绿色、有机、生态特色,打造了一批像鸿山葡萄、无锡毫茶这样知名度高、带动力强、辐射面广的农产品品牌。有效增强了全市农业质量、效益和竞争力,助力乡村振兴的同时,引领全市农业产业升级。

农产品品牌量质齐升

乡村振兴重在强农富民。近年来,我市把实施品牌强农、营销富民工程作为促进农业农村高质量发展和乡村振兴的新引擎,在品牌建设方面硕果累累,培育了一批具有较高知名度和市场影响力的区域公用品牌、企业产品品牌及阳山桃花节、阳羡茶叶节等组织活动品牌。全市现有江阴河豚、宜兴红茶、阳山水蜜桃、大浮杨梅等注册农产品区域公用品牌15件。

2019年,“宜兴红”茶叶被农业农村部评定为“中国农产品区域公用品牌”,被江苏省认定为特色农产品优势区。2020年,惠山区阳山水蜜桃被农业农村部和省农业农村厅评定为“第三批中国特色农产品优势区”和“首届江苏省‘十强农产品区域公用品牌’”。万珉源蔬菜、乾红早春茶茶叶、陶都水芹、泰伯鸿声葡萄入选江苏农业品牌目录(产品品牌)名单。华顺民生冷冻米面食品、上农蔬菜、天鹏放心肉、江阴夏叶茶叶制品4家企业在江苏省农业企业知名品牌30强大赛获奖,获奖数量全省领

先。去年全市举办了首届“无锡市十大农产品品牌”评选活动,评选出华西村大米、宜兴阳羡茶、天资乳品、甘露青鱼、三乡岸乳鸽蛋、从心安全大米等十个产值高、口碑好、知名度高、辐射带动力强的农产品品牌。品牌建设呈现出国家、省、市三级梯次发展的良好局面,各地坚持产品品质提升和品牌培育并重,涌现出一批产品丰富、质量过硬的农产品品牌,有力带动传统优势产业提质增效,促进了品牌价值提升,助推脱贫攻坚和农民增收。



政府“搭台”加大扶持力度

地方农产品品牌响不响,除了靠质量“说话”,也离不开政府“搭台”。近年来,市委、市政府高度重视品牌建设,将支持品牌培育列入《市政府办公室关于推动无锡市现代农业高质量发展的若干政策意见》等政策文件,切实发挥财政资金导向作用,加大扶持力度。

2020年起,我市以挖掘老品牌,讲好品牌故事、树立品牌形象为重点,组织了7场《兴兴向农·无锡农业品牌故事》直播宣传活动,按时令节气分别对“无锡毫茶”、“宜兴大闸蟹”、“宜兴红”、“江阴

河豚”、“阳山水蜜桃”等品牌进行了富有针对性的品牌宣传。直播活动在学习强国、新华社、无锡观察等媒体上进行了广泛宣传和发布,浏览量和点击率突破百万,直播后同期销售额比往年分别增加5%以上,拉动无锡农产品在疫情危机下继续稳增长。今年以来,市级出台了《无锡农业品牌目录制度》,开展市级品牌目录评选工作,各市(区)制定并完善了品牌强农政策措施,在质量认证、品牌培育创建、品牌宣传推介、品牌运营等方面加大扶持和奖补力度。

推进新“三品一标”筑牢品牌基石

今年,农业农村部提出了开展新“三品一标”提升行动,围绕品种培优、品质提升、品牌打造和标准化生产,为农业品牌发展指明了方向和路径。无锡市按照统一部署,进一步强化标准引领,建设一批绿色标准化农产品生产基地,通过推进品种培优,在优质稻米、精细蔬菜、特色果品、名优茶叶、特种水产、花卉园艺等特色主导产业上全力打造农产品优势区、培育区域公用品牌。

同时,我市将继续做好顶层设计和规划布局,在“五园五区六带”规划中统筹全域农产品品牌建设协调发展,培育差异化竞争品牌战略实施机制,构建特色鲜明、互为补充的农产品品牌体系。坚持擦亮老品牌与培育新品牌并举,增加“锡”字号曝光度、美誉度、传播度,扩大财政资金奖补范围,提高奖补标准,重点扶持带动力强、成长性好的龙头企业,不断推进农产品品牌优化升级,做到“优势更优、特色更特”。

