

明晰主体责任 网络食品销售新规施行

新华社北京5月20日电(记者赵怡宁)国家市场监督管理总局出台的《网络食品销售经营者落实食品安全主体责任监督管理规定》20日起施行。新规从平台提供者、入网食品销售者、监管部门三方面入手,围绕“责任”“协同”“执法”三个关键词,进一步压紧压实食品安全主体责任。

规定要求,平台提供者应当对入网食品销售者进行实名登记。登记信息包括入网食品销售者的名称

(姓名)、统一社会信用代码(身份证件号码)、实际经营地址、法定代表人或者负责人、联系方式、食品生产经营许可证、仅销售预包装食品备案等。平台提供者应当至少每六个月核验更新一次,保证上述信息与实际相符。

按照规定,入网食品销售者应当在其主页面显著位置,依法持续公示真实、有效的食品生产经营许可证、仅销售预包装食品备案等信

息。入网食品销售者销售有温度、湿度等特殊要求的食品,应当采取相应措施,保证贮存、运输、配送等条件符合食品安全要求。

此外,规定还强化严惩重处,重点加大对平台提供者违法违规行为的处罚力度。明确违法行为发生在平台提供者住所地以外区域的,可以由违法行为发生地的省级市场监管部门实施管辖,着力解决平台外溢性和属地监管局限性的矛盾。

“一、二、三,茄子”

中欧“微笑”卫星将为地球磁层拍下首张“全景照”

北京时间2026年5月19日午间,中欧联合研制的太阳风-磁层相互作用全景成像卫星(简称“微笑”卫星,SMILE)在法属圭亚那库鲁航天中心,由“织女星-C”火箭成功发射升空。卫星顺利进入预定轨道,状态正常,太阳翼展开到位,标志着发射任务取得圆满成功。

“微笑”卫星任务是中国科学院与欧洲空间局首次开展任务级全方位深度合作的科学探测任务,也是中国科学院空间科学(二期)先导专项收官之战。

从“点看”到“全景” 给地球“拍微笑”

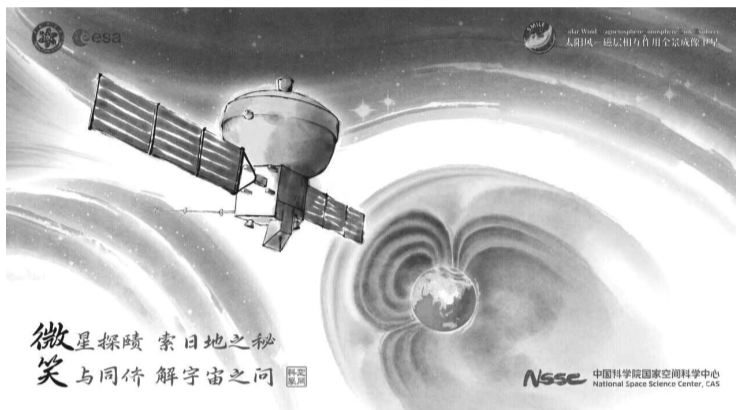
地球外围包裹着一层看不见的“保护罩”——磁层,它能抵御太阳抛出的高速带电粒子流(太阳风)的侵袭,守护着地球的生存环境。

“没有磁层,地球就像火星,生存环境瞬间变严酷。”“微笑”卫星科学应用系统总师、中国科学院国家空间科学中心研究员戴磊说。

长期以来,人类只能通过卫星“点对点”局部观测磁层,如同“盲人摸象”。“微笑”卫星中方首席科学家、中国科学院国家空间科学中心主任王赤形象地比喻:“过去只能‘点看’地球磁场,而‘微笑’卫星带来整体成像,一次尽览全局。”

“我们要给地球拍照,让它‘微笑’。”王赤表示,“微笑”卫星的核心任务就是首次实现太阳风与地球磁层相互作用的整体成像观测,把原本不可见的磁层边界转化为直观图像,动态追踪磁层边界,就像给地球穿上一层“可视化盔甲”。

为了实现这一目标,卫星搭载了全球首台星载软X射线成像仪(SXI),以及紫外极光成像仪(UVI)、低能离子分析仪(LIA)和磁强计(MAG)四类科学载荷,构建“成像+原位”协同观测体系,既能全



图为“微笑”卫星艺术效果图。(来源:中国科学院国家空间科学中心)

球尺度成像追踪磁层演变,又能原位获取太阳风物理参数。

十年磨一剑 中欧携手攻克世界级难题

“十年磨一剑,只为揭开太阳风与磁层的神秘面纱。”戴磊感慨道,从2015年中欧联合提出任务构想,到如今成功发射,中欧科学家携手并肩,完成了这项极具挑战性的太空探索任务。

作为中国科学院与欧洲空间局首次任务级全方位深度合作的科学探测任务,“微笑”卫星采用平等互利、优势互补的合作模式:中方负责卫星平台研制、测控及地面支撑,主导研制紫外极光成像仪、低能离子分析仪、磁强计三台载荷;欧方负责载荷舱、星载软X射线成像仪研制,并提供运载火箭与发射场支持。

“真正的创新,是‘双标准’都撑得住。”戴磊说,中欧联合研制过程中,双方在技术标准、设计理念等方面不断碰撞融合,“每一次标准的碰撞,都是科学边界的拓展”。

从载荷研制到系统集成,从地面测试到发射准备,中欧团队联合攻关跨区域设计、系统兼容性等关

键技术,用互信筑牢合作基石。

“中欧合作不仅靠互信与友谊,更是为了人类共同面对空间天气的挑战。”王赤说,“微笑”卫星是中欧科学家共同策划、研制、使用的结晶,数据将造福全人类。

守护太空家园 让空间天气预报迈入新阶段

很多人觉得空间天气遥不可及,实则与生活息息相关。“空间天气不是遥远的科学,它关乎卫星、通信乃至我们的日常生活。”王赤解释,剧烈的太阳活动会引发磁暴等空间天气事件,威胁在轨卫星安全、干扰导航通信、影响高纬度地区电网运行。

“研究地球磁层,就是守护我们的现代生活与未来。”戴磊说,“微笑”卫星将补齐太阳爆发到地球磁层的能量链条,把物质和能量的进入与耗散串联成完整的因果链。间安全提供关键支撑。

随着“微笑”卫星奔赴太空,人类探索日地空间、守护地球家园的新征程开启,中欧将携手为人类空间科学贡献新力量。

新华社

2026年中国网络文明大会 网络辟谣论坛聚焦抵制伪科普

新华社南宁5月20日电(记者陈露露)5月20日,2026年中国网络文明大会网络辟谣论坛在广西南宁举行。本次论坛以“携手抵制伪科普 同心共建为人民”为主题,邀请各方共同探讨网络辟谣与科普工作,为建设清朗网络空间、共同守护群众生命健康及财产安全贡献智慧和力量。

本次网络辟谣论坛聚焦筑牢科学认知、护航全民健康、守护民众财富等,围绕加强辟谣引导、开展常态科普、凝聚共治力量等内容,通过主题分享、现场讲述、圆桌对

话等多种形式,交流经验做法、探讨分析问题、共商对策建议。论坛现场发布了第八届互联网辟谣优秀作品、《抵制伪科普十大案例》《去伪存真守护民生倡议》,启动“千名医疗辟谣志愿者星火计划”,并聘任了首位“全国网络辟谣大使”。

本次论坛由中央网信办违法和不良信息举报中心、中国科协科普部、中国南方电网有限责任公司广西电网公司承办,中国科学技术出版社、中国南方电网有限责任公司网络信息中心、新华网网协办。

两部门联合发布 贯彻实施民营经济促进法典型案例

新华社北京5月20日电(记者冯家顺)今年5月20日是民营经济促进法实施一周年。国家发展改革委、最高人民法院联合发布8件贯彻实施民营经济促进法典型案例,展现人民法院坚持和落实“两个毫不动摇”、贯彻实施民营经济促进法的工作成效。

这批案例中,人民法院立足民营经济发展痛点、难点问题,结合企业经营现状、行业发展前景定制纾困方案,助力企业摆脱经营危机、实现良性发展。“某电器公司执行破产重整案”中,人民法院通过“缓执行+预重整+府院联动+招商引资”等组合措施,成功引入战略投资盘活优质资产,充分彰显司法对

民营企业的产权保护、发展支持与纾困赋能。

同时,人民法院聚焦保护民营经济组织及其经营者的人身权利、财产权利,依法打击侵权行为、纠正不当举措。“某汽车公司诉微博大V刘某网络侵权责任纠纷案”中,法院准确界定舆论监督边界,依法惩处恶意诋毁、侮辱企业的行为,维护民营企业名誉权。“某房地产公司诉某市人民政府、某市自然资源和规划局行政允诺案”中,法院适用民营经济促进法,确立“行政允诺审查—履行不能认定—补偿责任量化”的裁判规则,判决政府支付民营企业800余万元补偿款,依法保护企业获得行政补偿的权利。

舒兰市消防救援大队 开展养老福利机构消防安全集中培训活动

5月19日,舒兰市消防救援大队组织全市养老机构责任人、管理人召开集中培训会议。

培训人员全面分析了当前养老福利机构消防安全形势和特点,对落实消防安全主体责任、规范场所安全设置、严格消防安全日常管理、加强消防安全教育培训等方面内

容进行了讲解培训,进一步强调消防安全工作的重要性。

通过此次培训,切实加强了养老福利机构负责人对消防安全工作的认识和重视,强化了养老福利机构负责人主体责任意识,提高了养老福利机构应对初期火灾的能力,为养老福利机构的消防安全工作打下了坚实的基础。 高冰

桦甸市消防救援大队强化“九小场所”宣传教育 夯实辖区火灾防控基础

近日,桦甸市消防救援大队宣传人员深入辖区沿街商铺、餐饮、足疗等“九小场所”,开展消防安全培训与隐患排查指导工作,全面提升场所从业人员安全防范能力。培训中,宣传人员结合“九小场所”人员密集、用火用电频繁、消防基础薄弱等特点,以典型火灾事故案例为切入点,深刻剖析

火灾成因、危害后果及防控漏洞,重点讲解日常防火巡查、电气燃气安全管理等关键内容,明确严禁违规住人、电动自行车室内充电、堵塞安全出口、私拉乱接电线等刚性要求。此次精准化培训指导,有效补齐了“九小场所”消防安全短板,强化了从业人员责任意识与应急处置能力。 金禹廷

桦甸市消防救援大队联合执法局 开展夜市消防安全演练培训

为切实压实夜市经营主体消防安全责任,有效防范化解夜市火灾风险,保障群众夜间消费安全与辖区消防安全形势持续稳定,近日,桦甸市消防救援大队联合城市管理执法局,在辖区重点夜市商圈开展全覆盖消防安全演练暨实操培训活动,夜市全体经营商户、摊位负责人及现场管理

人员参与此次培训。培训现场,消防宣传员结合夜市经营特点,针对性讲解高频消防安全知识。此次联合演练培训精准聚焦夜市消防安全薄弱环节,有效补齐了夜间经营场所消防安全短板,切实提升了夜市经营从业人员的消防安全意识、隐患排查能力和初期火灾应急处置水平。 金禹廷

中国体育用品业2025报告发布

总产出突破2万亿

新华社厦门5月20日电(记者高萌 李丽)20日,中国体育用品业联合会发布《中国体育用品业年度发展报告(2025)》(以下简称《报告》)。《报告》显示,2025年体育用品制造及销售总产出达到20850亿元,同比增长3.6%,占全部体育产业总产出的54.3%。

《报告》结合国家统计局公布的相关数据显示,2022年以来,体育用品制造业增加值增速持续高于全部制造业增加值增速,其在全部制造业中的比重从2021年的1.08%稳步提升至2024年的1.27%,表明体育用品制造业在全国制造业版图中的份额不断扩大。

分行业观察,健身器材、户外用

品呈现2024年高速增长后、2025年小幅回调的震荡态势;运动鞋服行业则表现出较强稳定性,近五年保持持续增长,2025年同比增长7.38%,凸显发展韧性和抗市场干扰能力。

国内体育用品消费需求保持扩张态势,线上渠道成为增长核心引擎。根据魔镜洞察的数据,2025年京东、淘宝、天猫、抖音四大电商平台体育用品销售额达4493.94亿元,同比增长15.89%,增速远超全国实物商品网上零售额,行业消费增长空间依然广阔。

细分品类表现分化明显:户外/登山/露营/旅行用品销售额1423.72亿元,同比增长22.22%,户

外经济引爆体育消费新热潮;自行车/骑行装备/零配件销售额184.31亿元,同比下降5.56%,行业进入调整升级周期。

体育场地设施建设步入存量优化阶段。据国家体育总局发布数据,截至2025年底,全国体育场地总量500.37万个,同比增长3.35%;场地总面积43.72亿平方米,同比增长3.36%,场地规模稳步扩容但增速放缓,存量场地翻新、升级换代将成为新的市场增长点。

此外,《报告》还指出中国体育用品企业出海正经历从“产品出海”到“产能出海”“品牌出海”的深刻转变,并且在国内外新格局下加速演进。