

为全球人权治理贡献中国力量

“2026·全球人权治理高峰论坛”于近日在北京举行。会前，中国人权研究会、国家人权教育与培训基地联合发布《〈国家人权行动计划(2021—2025年)〉实施评估报告》，显示该计划中的181项任务指标全部完成，总计44项约束性指标中有20项系提前或超额完成，中国人权保障水平全方位提升。中国以扎实的人权实践，再次向世界证明：人权事业的进步，最终要靠发展来支撑、靠治理来保障、靠合作来推进。

中国人权事业的巨大成就，本身就是对世界人权事业的重要贡献。人权不是抽象的口号，而是扎根现实的民生福祉。中国始终坚持“人民幸福生活是最大的人权”，从全面建成小康社会、历史性地解决绝对贫困问题，到建成世界上规模最

大的教育体系、社会保障体系、医疗卫生体系；从发展全过程人民民主，到完善对少数民族、妇女、儿童、老年人、残疾人等特定群体权益的平等保障和特殊保护；从让天更蓝、山更绿、水更清，到让百姓的获得感、幸福感、安全感不断增强……新中国成立以来，特别是党的十八大以来，中国高度重视尊重和保障人权，走出了一条顺应时代潮流、适合本国国情的人权发展道路。

中国立足自身人权实践，主张以安全守护人权，以发展促进人权，以合作推进人权，助力世界人权事业发展进步。和平是人权事业发展的重要前提。中国提出全球安全倡议，倡导共同、综合、合作、可持续的安全观，参与联合国维和行动，积极斡旋地区争端，为守护世界和平不遗余力。发展是解决一切问题的总钥匙。

从推动高质量共建“一带一路”走深走实，到提出全球发展倡议、持续深化南南合作，中国始终致力于通过共同发展，带动其他国家特别是广大发展中国家的经济社会发展。一座座连心桥、一条条致富路、一个个产业园，不仅帮助众多发展中国家打破了基础设施滞后、资金短缺的发展瓶颈，还创造了海量就业机会，让当地民众真切享受到发展红利，切实保障和增进他们的生存权与发展权。中国以合作谋发展、以发展促人权的不懈努力，生动践行了《发展权利宣言》的核心要义，为推动构建人类命运共同体注入了强劲动力。

中国始终倡导各国平等参与、平等决策、平等受益，致力于推动建设公正合理包容的全球人权治理体系。当前，全球人权治理面临挑战。中国多次当选联合

国人权理事会成员国，一直以负责任态度参与联合国人权事务，为发展中国家仗义执言，反对将自身模式强加于人，将对人权政治化、武器化、工具化的言行坚决说不。根据中国人权事业进展及国际人权形势变化，中国推动人权理事会通过“发展对享有人权的贡献”“消除不平等背景下促进和保护经济、社会、文化权利”等决议，加强人权理念引领，彰显大国担当。

今年是人权理事会成立20周年，也是《发展权利宣言》通过40周年。站在新的历史起点上，促进和保护人权这一全人类的共同事业，比以往任何时候都更需要国际社会团结合作。世界各国应坚决反对霸权与博爱与阵营对抗，携手完善全球人权治理，共同开创全球人权事业更加美好的未来。(据新华社北京电)

美食学院 打开产业升级一扇窗

现在，美食学院越来越吃香了。一是报考“香”。据报道，在湖南岳阳烧烤学院，首期技能培训班开课，超4000人争抢30个名额，录取率不及0.75%。在内蒙古呼和浩特，全国首家烧麦产业学院，学员覆盖老中青各年龄段，其中最高年龄超过60岁。二是就业“香”。比如，潜江龙虾(产业)学院曾因“首批小龙虾专业准毕业生被预订一空”登上热搜。在江西资溪面包学院，毕业学员一般能获得2到3个对口的就业机会。

美食学院，香从何来呢？关键是因为合作“香”。借助校企合作、产教融合，学员与合作企业双向择优，随之便出现了学员尚未毕业就被企业“预定”的现象。如今，各地特色美食呈现出标准化、产业化、品牌化的发展趋势。在美食学院，散落的民间手艺被转化为可复制、可推广的标准化课程体系；实训基地、旅游景区与非遗工坊携手打造出一批“可品尝、可体验、可研学”的文旅新场景，食材供应、设备租赁、品牌加盟、文旅消费等配套产业联动发展。美食产业，不仅动能更足，而且活力更强。

地方美食正在从根源上重塑生存状态和行业规范。当开放的课堂替代了口传心授，当行业标准替代了师傅带徒弟，地方特色美食成为红火的大产业，便指日可待。(据《广州日报》)

壶口瀑布“跨省通票”开了个好头

黄河壶口瀑布旅游区位于晋陕大峡谷，是山西、陕西两省共有的文旅资源。但长期以来，如果游客想尽览两岸风光，就得买两次票、排两次队、进两次园。近日，壶口景区首次推出“跨省通票”，实现“一票游两省”，打破此前分设票价、单独购票的运营模式。一张小小的门票，反映出地方破除行政壁垒的积极尝试，为跨省文旅资源协同开了一个好头。

从太行山到沪涪湖，放眼全国，被行政区划“切割”的自然景观并不少见。这种“切割”不仅导致游客体验割裂、增加游览成本，也容易造成资源的重复建设和恶性竞争。过去，一些跨省景区为吸引游客，甚至采取围挡遮景、摆渡车捆绑销售等有争议的做法，不仅使游客体验大打折扣，也影响景区口碑。“切割”背后，是跨省投资主体不同、利益分配难调、票房收益互搏的现实。但客观来说，一些地方算清楚了门票收入的小账，却没算清楚区域发展的大账。

壶口瀑布的“通票”尝试具有导向意义，在于算大账、看长远。两省携手，通过票务互通、统一规划、品牌共建、执法联动等方式，破除了行政藩篱，为更好推动跨省文旅融合发展扫清了障碍。当游客不再为购票烦恼，旅游体验好了，会更愿意在餐饮、住宿、文创等方面增加消费，从而推动景区从单一的“门票经济”向多元的“产业经济”转型，释放出更大市场潜力，赋能当地经济社会发展。

当然，门票互通只是第一步，跨省景区联合运营仍面临收益分成、客流调度、环保管控及监管协同等诸多现实挑战。对此，一要探索建立科学合理的收益分成模式，确保门票销售、二次消费等关键数据真实透明，探索可持续的共享机制；二要搭建统一调度平台和生态监测系统，通过动态监测与分析，实现客流精准预警与均衡调度，并将生态承载力作为客流调控硬约束；三要统一服务和监管标准，深化联合执法机制，整合投诉热线平台，建设标准化服务体系。

以邻为壑不如合作共赢。期待更多“边界”被打通，更多“围墙”被拆除，让绿水青山真正变成金山银山。(新华社北京电)

给医疗数据交易吃颗“定心丸”

北京同仁医院完成全球首个眼科全维度随访数据集交易，福建省闽清县总医院专科数据库数据产品在数交所挂牌，山东千佛山医院达成肝病数据集交易……近段时间，医疗数据交易从概念构想加速转向实质流通。

医疗数据自带个人敏感信息，兼具临床科研资产等属性，又关乎国家生物安全，在数据采集、治理、场内交易、后续使用等环节，存在权属界定模糊、隐私风险突出、定价标准缺失、数据质量参差不齐等现实难题。医疗数据交易破局关键在于构建制度先行、技术托底、伦理把关三位一体的治理框架。

制度先行，尽快厘清医疗数据权属界定。医疗数据权属涉及患者、医院、企业等多方主体，需明确“谁的数据”“谁能交易”等问题，探索建立数据资源持有权、数据加工使用权、数据产品经营权等分置的产权运行机制，加快出台医疗数据分级分类标准，明晰核心敏感数据、重要数据、一般数据等边界，筑牢医疗数据交易合规屏障。

技术托底，实现医疗数据“原始数据不出域、数据可用不可见”。医疗数据交易的前提是确保患者隐私和数据安全。而联邦学习、隐私计算、区块链等技术，正是破解相关难题的关键支撑。比如联邦学习让数据需求方只带走脱敏后的参数和结果，原始数据留在医院，可有效化解医疗机构拿出数据的顾虑。这些技术应该成为医疗数据交易的必选项，为合规流转提供坚实保障。

伦理把关是医疗数据交易的红线。必须前置伦理审查，从严落实知情同意，对数据来源的合法性、脱敏处理的合规性等进行穿透式监管。(据《瞭望》)

“不写论文也能毕业”是个指挥棒

不写论文也能毕业！从硕士到博士，今年毕业季，不少高校在探索让学生以实践成果替代传统论文获得学位。

这种变化可以说是人才评价体系的重大突破。长久以来，毕业论文是获取学位的必要条件。可是，对于工程技术、临床医学、创意写作等一些实践性很强的学科来说，单一的论文标尺往往与现实能力需求无法精准匹配。这已偏离了应用型人才的培养初衷，呼吁改革的声音不断。2025年1月1日，《中华人民共和国学位法》正式实施，实践成果首次作为与学位论文等同的学位授予条件被写入法律条文，改变了“唯论文”的评价模式，也为推动研究生教育评价改革提供了强有力的法律支撑。从2025年10月起，清华大学、西北工业大学、重庆大学、西安交通大学等高校陆续有学生以实践成果“解锁”博士学位。

学位评价改革，有利于人才成长，更有助于产业发展。我们常说，要因材施教，更要分类施策。应用型专业培养硕

士和博士的目的，就是为了服务产业一线、破解技术难题。正如专家所说：“一项能将技术落地、产生巨大经济效益或社会效益的实践成果，其学术分量不亚于一篇发表在顶级期刊的论文。”学术论文确实不该成为丈量专业人才的唯一标尺。当学生的身影活跃在轰鸣工地、智能厂房、水处理车间，当科研成果转化为生产线上的应用方案，这种“解决真问题”的评价导向，不仅打通了产学研的“最后一公里”，也是“把论文写在祖国大地上”的鲜活实践。

值得注意的是，靠实践成果拿博士学位，并不意味着比写论文简单。要取得能申请学位的实践成果，同样需要掌握扎实全面的基础理论和系统深入的专门知识，还要有实操的能力，解决现实问题，做出创新性成果，禁得住市场考验。可以说，改变的只是考核方式，但对于学位授予的质量要求却丝毫未减。

学位评价改革成功与否，最终取决于这把衡量人才的“新标尺”是否量得

准。传统的论文考评实行多年，早已形成一套相对规范严谨、公开透明的评审模式。但用实践成果的方式拿学位，如何评判创新价值的高低？谁有资格来评定？如何防止人情分？这也意味着，改革不仅需要硬，更需要建立一套严格、规范、透明的流程和评价体系。目前各校也都在进行自己的探索。有的以专家组的鉴定书取代传统论文盲审，有的将企业经费投入作为加分项，有的赋予行业专家一票否决权，其最终目的都是让学位评价更科学精准，助力“实践解题者”登场。

功以才成，业由才广。当前，我国正处于加快建设教育强国、科技强国、人才强国的关键阶段。学位评价改革是人才培养的不断完善，搞基础理论的坐得住冷板凳，搞工程应用的接得住地气。让更多脱颖而出的优秀毕业生答卷，助力创新驱动发展的美好未来。(据《广州日报》)



记者6月13日从中国国家铁路集团有限公司获悉，今年以来，铁路部门积极适应旅客多样化出行需求，精准高效投放运力资源，服务保障旅客平安便捷温馨出行。1至5月，全国铁路发送旅客19.69亿人次，同比增长5.7%，创历史同期新高。新华社发

哪有什么“特供酒”全是坑

元的价格，扰市场、损民利、毁形象，危害不容小觑。

更为严重的是，作为销售主渠道的网络平台，对特供酒明显管控不力，审核把关仍存漏洞，一些直播平台甚至为“特供酒”直播间提供引流服务。监管部门此次查处存在违法行为的平台企业7家，涉嫌销售“特供酒”的网店61家，涉嫌以营销话术诱导消费者的直播间78个。有的直播间还向平台额外购买了流量，平台未能发现和制止。

线上不是法外之地，平台不能只赚钱不“守门”。从不久前的“幽灵外卖”到此次特供酒系列案，接连曝出的线上

消费安全问题，警示平台企业必须坚决压实主体责任，切实加强对接网商家、直播间、带货主播及交易活动的审核管理，真正保障好商品和服务质量。

对于以“特供酒”为代表的违规行为，监管端始终保持高压严打态势不减、综合治理力度不松，加大抽检监测、网络监测、随机抽查力度，严惩不法分子和问题平台。消费者也要提升防范意识，认清营销噱头背后的陷阱。各方应共同努力，打造安全、放心、可靠的网络消费环境，那些形形色色的“特供酒”自然会失去生存空间。(新华社北京6月12日电)

宁夏天鹰电力物资有限公司拍卖(竞价)公告

受委托，本公司将于2026年6月26日9时30分在该公司拍卖厅采用网上竞价的方式，对以下报废物资进行公开拍卖：

序号	类别	数量	竞价保证金(万元)	备注
1	报废变压器配件	一批	20万元	本次竞价报价方式根据报废物资类别按(包)总价进行报价
2	报废物资一批	一批	20万元	本次竞价报价方式根据报废物资类别按(包)总价进行报价
3	报废电子产品一批	一批	5万元	本次竞价报价方式根据报废物资类别按(包)总价进行报价

凡欲参加本次报废物资处置竞价的回收商(须具有国家电网有限公司电子商务平台再生资源交易专区统一回收商库一般类回收商资格)、欲参加本次报废电子产品处置竞价的回收商(须具有国家电网有限公司电子商务平台再生资源交易专区统一回收商库特殊类中废弃电器电子产品类回收商资格)已足额向北京国拍拍卖有限公司缴纳相应竞价保证金，于2026年6月15日至2026年6月24日17时止在本公司办理登记手续，并通过国家电网有限公司电子商务平台再生资源交易专区(https://sgcert.com.cn/np-portal/#/)自行下载获取竞价文件。

勘察时间：2026年6月16日至6月17日、6月22日至6月23日
勘察地点：银川市兴庆区、石嘴山市、中卫市、固原市
联系人：严女士 (0951)4935254 报名地址：银川市宝湖中路湖映康里1号办公楼

玩具可以迷你 安全不能缩水

性能全面的“迷你摩托”、高温炒菜的“迷你厨房”、成人同款的少儿美妆……一些儿童玩具以“等比例缩小”的方式复刻成人世界的产品，看似炫酷好玩，受到孩子追捧，实际却暗藏隐患。记者调查发现，目前市面上部分“迷你摩托”与成人摩托外观、基本功能相似，极限速却远超常规玩具车，甚至被一些孩子驶上公共道路；有些“迷你厨房”玩具配备电磁炉、燃料罐、锋利刀具和高温锅具，烫伤、划伤、触电等意外时有发生。

缩小的是尺寸，放大的是风险。小身板控制不了大马力，小脑瓜也难以应对突发状况。相比孩子尚未成熟的身心素质、反应能力和风险意识，一些儿童玩具的设计与玩法早已超越界限。部分生产厂家和商家故意模糊产品属性，售卖时说是“亲子产品”“启蒙玩具”，不起眼的安全提示中却以“竞技车辆”“厨房教具”试图免责。有的产品还暗藏改装空间，企图钻监管的空子。加之社交媒体的大肆推广、夸大渲染，更让一些家长放松警惕。拦住打擦边球的儿童玩具，并非阻止孩子成长，而是要守住安全底线，将安全作为儿童玩具的第一道标尺。厂家要严控质量安全，设计生产真正适配儿童身心健康特点的产品；平台要及时出手，该下架的下架，该处罚的处罚；监管部门补齐标准短板、严查非标违规产品，多方发力，协同织密安全防护网。玩具可以迷你，安全不能缩水。生产合规、监管从严、平台尽责、家长留心，才能更好地守护孩子的平安与健康。(新华社北京6月10日电)

电商大促不是套路大赛

付定金价格亲民，付尾款悄然涨价；心仪商品大促不降反升，暗藏猫腻；直播间宣称的“产地直采”，实则是绿幕抠图造假……又是一年“618”到来，与往年类似的吐槽依然不少。如今的电商大促，早已从轻松省心的购物狂欢，变成消费者层层比价、步步防坑的“通关考试”，烦琐程序成了“套路大赛”，不仅影响消费体验，更不断消耗大众对电商平台的信任。

对此，监管部门与行业正在主动纠偏，为疯狂“内卷”的电商大促降温提质。今年5月，北京市市场监管局约谈多家平台，明确要求杜绝“非理性大额补贴促销”，推动行业向“品质战”和服务质量竞争转型。平台自身也在调整。比如，天猫把核心考核指标从“支付额”改成“确收额”，摒弃虚假冲高的流水数据，聚焦真实有效交易。抖音推出了“净成交出价”，过滤滞销订单。平台开始意识到，与其盯着虚高的成交额，不如把力气花在让交易更真实、让体验更踏实上。方向有了，关键在落实。平台可依托大数据、人工智能技术，建立价格动态监测机制，对商品短期异常涨价、虚假折扣自动预警提示；升级内容审核系统，精准拦截AI虚假种草、虚假直播场景，从源头整治营销乱象。电商大促的核心价值，是让利惠民、激活消费、提振市场，而非套路博弈、流量“内卷”。消费者买得放心，退货率自然下降；商家无需在“套路”竞争中内耗，才能把心思放回产品和服务上；平台收获的也将不再是虚高的成交额，而是可持续的用户信任。(据《经济日报》)

AI广告玩猫腻要不得

最近，一款网红切丝刀凭借炫酷的产品演示，吸引不少消费者购买。结果收到货后不少人发现，刀具实际使用效果和广告画面相差甚远，产品广告视频竟然是AI生成的。如今，广告片中使用AI技术已经相当普遍，然而个别虚假广告运用特效夸大产品功能，容易误导消费者。

新技术是一体两面的。AI既能为品牌提供创意、提升质感，同样也可以让投机者钻空子，靠着以假乱真的广告收割流量、诱导消费。玩AI广告猫腻，本质上是妄图利用技术牟利。虚假宣传有违广告法规定，对此必须加强监管。平台方作为广告发布载体，负有日常审核义务；放任虚假广告上线，要承担连带责任。不能让AI技术沦为虚假广告的帮凶。(据《经济日报》)