

## 中国就执行《残疾人权利公约》情况接受审议

新华社北京8月23日电 2022年8月17日至19日,中国政府代表团通过线上方式,就中国执行《残疾人权利公约》情况接受联合国残疾人权利委员会的审议。

中国代表团团长、国务院残疾人工作委员会副主任张海迪在介绍性发言中指出,中国是《公约》的积极倡导者、坚定支持者和履行者。自2012年中国政府接受首次履约报告审议以来,中国认真履行《公约》,为残疾人创造更好的生活。尊重和保障残疾人权利,《公约》所倡导的人权理念在全社会得到弘扬,目前中国直接涉及残疾人保护的法律已有90多部;帮助710万农村贫困残疾人摆脱了绝对贫困,建立了困难残疾人生活补贴和重度残疾人护理补贴制度,全国已有2700多万残疾人领到两项补贴,越来越多残疾人得到社区和居家照料服务;在城市无障碍建设方面取得较大进步,全国各地无障碍设施随处可见,目前已有43万多名残疾人考取了汽车驾驶执照;高度重视残疾儿童少年义务教育和融合教育,残疾考生可以使用盲文试卷、特制桌椅,每年有一万多名残疾学生被高等院校录取;为残疾人创造更多康复的机会,建立了残疾儿童康复救助制度,建设了国家级康复大学,各省(区、市)建立了康复中心;重视并积极促进残疾人就业增收,特别是为残疾妇女就业创建“美丽工坊”,让她

们过上更有尊严的生活;鼓励残疾人参与政治生活,目前全国有6000多位残疾人、残疾人亲友和残疾人工作者担任了各级人大代表和政协委员;重视残疾人文化体育活动,中国残疾人体育代表团连续五次获得残奥会金牌榜和奖牌榜第一名,今年又成功举办北京2022年冬残奥会。

张海迪指出,《公约》承载着对残疾人的关怀,多年来,在残疾人权利委员会和无数人的努力推动下,很多残疾人生活得到了改善,权益得到了维护。中国有8500万残疾人,还面临很多困难和挑战。中国将继续促进残疾人事业全面发展,让残疾人过上幸福而有尊严的生活。

审议过程中,委员们对中国残疾人事业发展成就及履约情况予以肯定。中国代表团就残疾人权利委员会提出的有关问题进行了细致和全面答复。香港特别行政区和澳门特别行政区的代表作为中国代表团成员参加了本次审议。

《残疾人权利公约》于2006年12月经联合国大会通过,是首部系统性保护残疾人权利的国际法律文书。全国人大常委会于2008年6月批准《公约》,同年9月《公约》对中国正式生效。2010年10月,中国按期向残疾人权利委员会提交首次履约报告,2012年9月,残疾人权利委员会审议中国执行《残疾人权利公约》首次履约报告。

## 我国疫苗监管体系通过世界卫生组织新一轮评估

新华社北京8月23日电 (记者戴小河)北京时间23日晚,世界卫生组织宣布,中国通过疫苗国家监管体系评估。

国家药监局有关负责人介绍,我国的疫苗监管体系已于2011年、2014年先后两次通过评估,在2022年7月迎来了世界卫生组织升级评估标准后的新一轮全面评估。

世界卫生组织对疫苗国家监管体系的评估,是一项世界公认的、可以科学全面评估一个国家疫苗监管水平的国际考核。世界卫生组织将通过疫苗监管体系评估作为采购该国疫苗产品的前提,即只有国家监管体系通过评估,该国企业才能申请世界卫生组织疫苗产品预认证,并列入联合国等国际组织采购清单。此外,通过评估也是其他

国家注册和采购他国疫苗产品的重要参考。

世界卫生组织驻华代表高力说,这次的评估标准更加严格,内容丰富全面,指标大幅增加。中国的疫苗监管体系这次能通过评估,意味着中国拥有稳定的疫苗监管体系,能确保在中国生产、进口或流通的疫苗质量可控,安全、有效。

国家药监局副局长黄果表示,此次我国疫苗监管体系通过世界卫生组织评估,说明我国的疫苗监管体系对标世界卫生组织新标准和国际先进水平,持续加强和改进。这也为我国疫苗走出国门创造了良好条件。今后我国可以为促进全球、特别是发展中国家疫苗可及性,可负担性作出更大贡献。

### 处暑农忙

8月23日,在浙江省湖州市德清县洛舍镇三家村,果农在采收葡萄。当日是处暑节气,农民抢抓农时积极开展农事活动。



## 基层党组织优秀带头人 黄玉洋:让老百姓幸福指数持续攀升

在兴安盟阿尔山市明水河镇西口村,提起黄玉洋,每个村民都竖起大拇指。这位1991年5月出生的小伙子,现任文化和旅游部人才中心管理七级职员,挂职担任阿尔山市委宣传部副部长、明水河镇西口村第一书记。

驻村以来,黄玉洋坚持以党建工作为抓手,积极推进产业发展,充分发挥文旅赋能,争取直接帮扶资金300余万元,联系销售农副、文创产品70余万元,协调物资价值20余万元。他认真倾听群众呼声,做到有求必回,赢得了西口村老百姓的信任和期待。

帮老百姓挂号看病,为老百姓进城买货带货,举办“书香筑梦·画西口”活动让更多人关注乡村小学发展,帮助老百姓卖货,协调防疫物资,联系北京、深圳药企捐赠家庭常备药品……这是黄玉洋的日常工作。2021年10月14日到任伊始,黄玉洋就与驻村工作队入户了解情况,每户一户,黄玉洋都会与老百姓拉家常、问需求,特别是针对产业发展、就业情况、人均收入等进行深入调查,回到办公室

后再细研究、谋良策……他带领驻村工作队通过做小事、办实事、干实事,使西口村老百姓幸福指数持续攀升。

黄玉洋始终注重“输血+造血”并重,通过发挥党员的先锋模范作用,组织开展牛羊养殖、疫病防治、电子商务培训等多方面课程培训,将全村在发展基因与外在发展机遇结合,激发老百姓自主致富的热情。如今,老屋变新房,公路畅通到村口,清新别致的自然生态映照着西口村一座座崭新的民居……发展西口村乡村旅游事业,黄玉洋信心满怀。



帮老百姓挂号看病,为老百姓进城买货带货,举办“书香筑梦·画西口”活动让更多人关注乡村小学发展,帮助老百姓卖货,协调防疫物资,联系北京、深圳药企捐赠家庭常备药品……这是黄玉洋的日常工作。2021年10月14日到任伊始,黄玉洋就与驻村工作队入户了解情况,每户一户,黄玉洋都会与老百姓拉家常、问需求,特别是针对产业发展、就业情况、人均收入等进行深入调查,回到办公室

## 呼和浩特:弘扬主旋律增强归属感 谱写同心筑梦时代新篇章

走进呼和浩特市玉泉区兴隆街街道丽景社区, B12三单元楼道内的宣传展示牌让人眼前一亮:一串串石榴枝头上,延展出一句句温馨的话语:“互相欣赏”“互相学习”“互相帮助”“互相了解”“互相尊重”……

楼道是最小、最贴近群众生活的一处公共区域。兴隆街街道丽景社区积极打造“民族团结进步”主题楼道文化建设,以重点单元为试点,结合老旧小区改造工程,增添了以铸牢中华民族共同体意识为主线,志愿服务、为老服务、绿色环保等主旋律宣传内容。

小区居民对本单元的新面貌十分自豪:“别的单元居民都特别羡慕我们,改造完之后楼道环境变得特别漂亮,每天走在楼道里心情也特别好。”民族团结是各族人民的生命线。呼和浩特始终铭记“人心是最大的政治”,坚持把凝聚人心、促进团结作为创建工作的落脚点,把在各民族中培育和践行社会主义核心价值观作为根本性任务来抓,明确“一讲一方案、一讲一主题、一讲一特色”创建模式,大力推进民族团结进步创建“八进”活动——

走进机关方面,“民族团结进机关、互融互促双提升”为主题,突出“引”字,推动机关坚定政治立场,发挥引领作用,率先垂范,“群众看党员,党员看干部”,更好发挥模范带头作用;在进企业方面以“企业发展共建、美好生活共创、发展成果共享”为主题,突出“赢”字,引导企业将民族团结进步创建融入企业管理和企业文化建设,努力实现开展民族团结进步创建和企业增效的双赢目标;在进社区方面以“石榴花开在青城、社区绽放民族团结‘幸福花’”为主题,突出“共”字,以共居共学、共事共建、共事共乐为目标,努力把社区打造成为各族群众守望相助的大家庭;在进乡镇方面以“巩固成果促振兴、民族团结一家亲”为主题,突出“兴”字,将民族团结进步创建融入乡村振兴中,推动各族群众共同团结进步、共同繁荣发展;在进学校方面以“青城共育石榴籽、中华民族一家亲”为主题,突出“教”字,着力加强学校的思想政治教育,推广普及国家通用语言文字和国家统编教材,将爱我国家的种子埋入每个青少年心灵深处;在进网络方面以“云播古城石榴籽、网聚首府民族情”为主题,突出“广”字,利用新媒体传播面广、形式新颖的优势,将

互联网这一最大变量变为民族团结进步创建的最大增量,守好网络阵地,建好网上各民族共有精神家园……

与此同时,示范引领助提质增效,以点串线、以线连片、以片扩面,着力打造了以伊利现代智慧健康谷为代表的各民族共同走向现代化“示范带”;以老牛湾国家地质公园为代表的交往交流交融历史文化“示范带”;以莫尼山非遗小镇为代表的中华优秀传统文化“示范带”;以大青山抗日游击革命根据地为代表的红色革命文化“示范带”4条民族团结进步示范廊带。

大力实施中华文化视觉形象工程,筑牢思想之基,宣传引导“聚”民心,形成了互联网与民族团结相互融合的新局面。创新“互联网+民族团结”工作模式,开设了#互联网+民族团结#等微博话题,累计阅读量达4994.6万次。呼和浩特市和湖北省宜昌市举办昭君故里“鸿雁传情一家亲”铸牢中华民族共同体意识直播宣讲活动;制作5期学习贯彻中央民族工作会议精神系列动画视频,累计转发8万余次;推出“铸牢中华民族共同体意识”公益宣传片和《石榴花开 同心战疫》微视频,全网点击量超

200万次,制作《携手同心共抗疫 中华民族一家亲》等短视频12部,播放量80万次。同时,在主要街道、景区、公园、交通要道、学校、创建示范点等场所,设置各民族共有共享的中华文化形象和符号150余处。

全面落实党的民族政策和国家有关法律法規,将民族事务纳入共建共治共享的社会治理格局。始终坚持各民族在法律面前一律平等,防范化解民族领域重大风险,不断完善涉民族因素突发事件应急处置机制、网络舆情联动处置机制和属地管理、受理接访、化解纠纷的联动机制,把民族团结进步事业融入“平安首府”“法治首府”建设。

交往交流交融,民族团结同心圆越画越大。积极搭建“三交”平台,推动呼和浩特、西安、宜昌等地签订昭君文化旅游联盟协议;与新疆和西藏1800名少先队员开展“书信手拉手”,将铸牢中华民族共同体意识根植于各民族青少年心中;狠抓城市民族工作,与包头市、鄂尔多斯等地签订少数民族流动人口服务管理协议;搭建“石榴驿站”等服务平台,以“家家幸福安康工程”为抓手,选树120户民族团结“最

体制顺、机制活,则人才聚、事业兴。在2021年召开的中央人才工作会议上,习近平总书记科学回答了新时代人才工作的一系列重大理论和实践问题,围绕深化人才发展体制机制改革作出重要部署。

向用人主体授权、为人才松绑,是人才发展体制机制改革的核心内容。党的十八大以来,党中央将人才发展体制机制改革摆在新时代人才工作的突出位置,制定实施《关于深化人才发展体制机制改革的意见》,大力破除人才工作体制机制障碍。特别是去年中央人才工作会议以来,各地区各部门从完善人才管理制度、深化科研经费管理和科研项目改革、优化整合人才计划等方面入手,着力在服务、支持、激励上下功夫,把人才从各种体制机制束缚中解放出来,人才发展环境不断优化,人才活力进一步增强。

国家发展靠人才,民族振兴靠人才。当前,全球新一轮科技革命和产业变革蓬勃兴起,国际人才争夺日趋白热化。在这一背景下,拥有良好的人才发展体制机制环境,才能持续吸引人才、留住人才、用好人才,让各类人才的创造活力和聪明才智充分涌流。

要根据需要和实际向用人主体充分授权,既要真授、投到位,又要确保下放的权限接得住、用得对。推进人才管理体制、用人机制改革,克服人才管理行政化、“官本位”现象,进一步为人才松绑,为人才创新创业提供更加宽松的管理服务环境。进一步建立完善人才培养支持机制,让人才培养成为造就创新驱动发展生力军的“源头活水”。改进人才评价机制,破除“唯论文、唯职称、唯学历、唯奖项”等沉疴痼疾,继续采取有力措施为“帽子热”降温,加快建立以创新价值、能力、贡献为导向的人才评价体系,发挥好人才评价“指挥棒”作用。健全人才激励机制,让人才的创新劳动得到合理回报,形成百舸争流、万马奔腾的良好局面。创新人才流动流动机制,打破人才流动壁垒,鼓励人才向艰苦边远地区和基层一线流动。

新征程上,加快建设世界重要人才中心和创新高地,必须始终牢牢把握深化人才发展体制机制改革这个重要保障,以问题为导向,进一步解放思想、转变观念,向改革要动力、向改革增活力,真正建立起既有中国特色又有国际竞争比较优势的人才发展体制机制,让各类人才各得其所、各展其长,聚天下英才而用之,为全面建设社会主义现代化国家提供更加坚实的人才支撑。

(新华社北京8月23日电)

## 博物馆文创产品频频“出圈”的背后

新华社“新华视点”记者 舒静 施雨岑 韩佳诺

“誓要拿下‘绿马’”“等了20多天终于到了”……今年夏天,甘肃省博物馆的文创产品——铜奔马毛绒玩具“马踏飞燕”一炮而红,一周内销量约2万件,线上线下店铺都被买空。

从雪糕到盲盒,从小夜灯到立体书……暑假期间,不少博物馆迎来参观高峰,博物馆文创产品也频频“出圈”,屡屡掀起消费热潮。

频频“出圈”,颇受年轻人青睐

暑假期间,敦煌博物馆文创产品销售增长约30%,最受欢迎的畅销品包括香囊、香水、文件夹、门禁卡等。自7月初至今,甘肃省博物馆累计线上销售“绿马”玩偶和挂件5万多件。

近年来,“博物馆热”已成为一种现象,博物馆文创开发也呈现井喷态势,新模式、新玩法层出不穷。北京师范大学文化创新与传播研究院发布的中国文博文创消费调研报告显示,最受欢迎的三类文创产品为创意美食、饰品配件、家居摆件。

苏州博物馆文化创意部主任、中国博物馆协会文创专业委员会副秘书长蒋茜也从身边的显著变化感受到文创热的升温。近5年,苏州博物馆平均每年有130余款产品上新。

国家文物局数据显示,据不完全统计,2020年度全国博物馆文化创意产品开发种类超过12.4万种,实际收入超11亿元。各类市场主体与博物馆合作的深度与广度逐步增强,由最初的展陈设计施工扩展至博物馆规划运营、教育研学、媒体传播、文创开发、营销推广等各领域,为满足公众多元化、高品质文化需求奠定基础。

值得注意的是,在青睐文创、爱上传统的群体中,相当大一部分是年轻人。

中国文博文创消费调研报告显示,1990年后出生的消费者占比超过53%,其中“95后”占比达30%。在年轻

人聚集的社交网站上,也经常能见到各种博物馆文创推荐清单。

业内人士认为,消费者更注重文创产品的“美、趣、品”。作为观众与展览之间的桥梁,文创产品可以传递历史上特定时空里的审美情趣和内涵文化,拓展文化影响力。

有哪些“出圈”密码

走入人们生活的博物馆文创究竟蕴藏哪些“出圈”密码?

“文是根本,创是生命。”不少业内人士表示,“出圈”的文创品,大都建立在对文化内涵的准确把握与创意的考究打磨上。

苏州博物馆的爆款文创产品“文徵明手植紫藤种子”,源于吴中才子文徵明亲手所植的紫藤。蒋茜说,很多人买回去后会“返图”,这一产品也便有了穿越古今、延续文脉的独特生命力。

挖掘产品背后的文化价值,结合当下社会语境,以独具匠心的思想表达带给人们情感共鸣,是成功的文创产品普遍具有的特点。

甘肃省博物馆文创中心市场总监王海柔说,“马踏飞燕”的设计团队在保留文物原型自身特点的同时,注入大胆创意,对铜奔马正面昂首嘶鸣的形象做了卡通化、丑萌化的幽默处理,符合年轻人的审美趣味,拉近了文物与大众的距离。

很多博物馆的文创产品不仅具有功能性、实用性,还更重视美学价值。

河南博物院的玉佩造型棒棒糖,造型逼真、纹路清晰,颜色也有做旧处理,让不少小朋友“舍不得吃”;殷墟博物馆的“网红”雪糕,受到业内人士、游客的热捧;敦煌研究院与腾讯联手推出的“敦煌诗巾”,可以让用户通过小程序DIY,提炼不同壁画主题元素,设计既展现敦煌之美,又独具自己的丝巾。

专家表示,近年来也有越来越多博物馆组建文创孵化专业团队,不断提升设计、工艺、市场营销能力,产品质量更受市场认可。

湖南博物院院长段晓明表示,博物

如何持续扩圈

博物馆文创热也仍需更多“冷思考”。有“文创迷”吐槽称,一些博物馆的文创产品或流于媚俗,或因同质化引起审美疲劳。有的文创产品质量堪忧,表面光鲜,但没用几次就会坏。

文化和旅游部、国家文物局等8部门联合印发的关于进一步推动文化文物单位文化创意产品开发的若干措施强调,要把社会效益放在首位,实现社会效益和经济效益相统一,避免过度商业化、娱乐化。

业内人士认为,博物馆文创的开发要注重对标志性文化元素的准确提取,避免因新潮设计而产生廉价的消费质感,丧失文化品格。博物馆文创同质化问题是文创产品开发现阶段瓶颈问题:不少博物馆的重要藏品已被开发过一轮,后续需解决创意枯竭问题,挖掘新的内容,提升产品质量。

目前,苏博在馆舍建筑、明清才子、苏州非遗及馆内典藏四大选题的基础上,不断寻找新切入点,衍生各种创意。如唐寅创意茶包袋、青瓷莲花杯、灵感来源于贝聿铭设计的建筑纸花瓶等,都颇受欢迎。

业内人士分析,博物馆文创在为博物馆带来经济效益的同时,收益也可投入到馆内展品的日常保护与修缮,形成良性循环。博物馆文创发展工作仍处于培育阶段,要加强行业监管,加大文创侵权赔偿和打击力度,完善原创和知识产权保护机制。

敦煌研究院融媒体中心负责人杜鹏表示,数字文博产品仍需不断完善功能、充实内容,通过“文化+科技”的全面融合发展,让文物真正活起来,更好体现文物的历史、文化、审美、科技、时代价值。

(新华社北京8月23日电)