

京津冀教育协同发展出台三年行动计划

三地今年试点跨省市高职单独招生

本报讯(记者任洁)《京津冀教育协同发展行动计划(2018—2020年)》正式发布。记者1月8日从市教委获悉,行动计划提出2019年将开展京津冀跨省市高职单独招生试点,北京市优质职业教育资源也将到河北廊坊北三县地区进行合作办学。

1月7日,京津冀教育部门在雄安新区召开教育协同发展工作推进会,会上发布《京津冀教育协同发展行动计划(2018—2020年)》,包括优化提升教育功能布局、推动基础教育优质发展、加快职业教育融合发展、推动高等教育创新发展、创新教育协同发展体制机制等五大方面。

据市教委介绍,将高水平配置北京城市副中心教育资源,支持新建、改扩建中小学45所,实现全区高标准建设的高中达到10所左右,并促进优质教育资源向北三县地区延伸布局。全力支持雄安新区建设,北京市将采取“交钥匙”工程方式,建设1所幼儿园、1所小学、1所完全中学(含初中、高中),通过派出优秀管理团队、教师互派、课程共享等形式帮扶建设4所学校(幼儿园),提高学校整体教育质量。天津市将推动提升雄安新区高端技能人才培养水平,推进国家大学创新园区规划建设。

在推动基础教育优质发展方

面,京津冀将促进区域基础教育深度融合,继续推动京津优质中小学(幼儿园)与河北省学校开展跨省域合作办学;支持有条件的在京部属高校到津冀建设附中、附小、附幼。深入推进中小学、幼儿园教师、校(园)长挂职交流;联合在河北省开展“教师校长百万工程”,合作培养百名名师名校长、千名优秀教师校长、万名骨干教师校长;推进三省市师范院校在河北省贫困县建设教师培养培训基地。加快优质基础教育资源共建共享,推动优质数字教育资源面向三省市教师学生全面开放;共建共享三省市中小学社会实践基地、示范性综合实践基地、校外活动中心、青少年宫等校外教育资源。

在职业教育融合发展方面,三地将继续巩固已有跨省职教集团(联盟),推动技术技能人才联合培养,重点建设一批职业教育专业群,推进跨省市中高职衔接,对跨省就读的职业教育学生在免学费、助学、培训补贴等方面逐步实行同城同等待遇。京津输出优质职业教育资源,对口支持河北贫困地区技术技能人才培养等。

在教育创新发展方面,三地将深化高校联盟建设,在联盟平台上探索培养方案互通,开展课程互选、学分互认、教师互聘、学生交流和短期访学。构建高

等学校协同创新体系,引导京津冀高校健全协同创新机制,加强创新资源开放与共享。建设若干开放共享的高校学生素质教育基地、实习实践基地和实训基地。

经协商,2019年京津冀教育协同发展将重点推进6项任务,包括在河北省贫困县挂牌建设教师培训基地;启动天津市属特色高中援建雄安新区项目;开展通武廊地区基础教育“同上一堂课”;开展京津冀跨省市高职单独招生试点;推进北京市优质职业教育资源到河北省廊坊市北三县地区开展合作办学;举办京津冀高校联盟论坛等。

经过多年的工作推进,北京扎实推进基础教育优质均衡发展,持续调减市属高校和中职学校招生计划,同时加快实施“建三援四”项目,四所对口帮扶学校正式挂牌,各支援学校调派干部担任雄安校区校长,组织对岗挂职、支教送教、培训研修、课例研讨等组团式支教活动;组建雄安新区教育规划北京专家顾问团,帮助雄安新区研制教育质量提升三年计划和中长期发展规划。通武廊基础教育各学段教育教学研讨持续深化,曹妃甸、张家口、保定等地教育合作项目逐步落地见效,干部教师交流培养常态化、制度化,三地教育同呼吸、共进步的格局已经形成。



鱼跃人欢冬捕忙

1月8日,在内蒙古达里诺尔湖,渔民在捕捞鲜鱼。达里诺尔湖是内蒙古自治区重要的渔业生产基地。近日,达里诺尔湖一派繁忙,渔民通过冬捕保障年节市场的鲜鱼供应。

新华社发

13部门联合整治“保健”市场

禁止对保健品评比、评优

新华社电 国家市场监管总局等13个部门8日召开联合部署整治“保健”市场乱象百日行动电视电话会议。国家市场监管总局局长张茅在会上表示,禁止各地市场监管部门对保健品进行评比、评优等活动,违者坚决依法追责。

“要拿出切实管用的措施,防止死灰复燃。”张茅说,近段时间,“保健”市场暴露出虚假宣传、违法广告、消费欺诈、制假售假等一系列问题,严重侵害了消费者合法权益,扰乱了市场秩序。社会舆论反映强烈,人民群众迫切要求整治保健市场乱象。要强化企业的主体责任,不搞运动式执法,要建立健全长效监管机制。

参加“百日行动”的13个部门还包括:工信部、民政部、农业农村部、商务部、卫健委、文化和旅游部、公安部、住建部等。各部门在会上对“百日行动”作出部署。工信部门表示,建立健全24小时机制,及时处置网络违法活动,严查利用骚扰电话进行保健品推销。民政部门将

重点对养老服务场所和设施进行排查,严禁假借养老服务场所进行保健品推销。商务部门将严格直销行业市场准入,整治直销市场秩序。旅游部门将重点查处利用低价旅游推销保健品的行为。卫生部门将严厉查处各种假借健康讲座进行免费体检、以中医预防保健名义进行非法诊疗、无证行医等行为。

张茅说,13个部门联合部署整治“保健”市场乱象“百日行动”,涉及行业领域广、商品类别多、违法行为复杂,涉及各级政府、多个部门的职责,必须强化协同联动,以最大的力度、最有效的措施形成齐抓共管的整治格局。为此,要加强部门之间的沟通协作,在线索摸排、调查取证、案件移送、信息共享、宣传报道等方面建立顺畅有效的工作协调机制。建立整治信息报送制度,强化上下联动、形成“全国一盘棋”。深入动员社会各方面力量共同参与“百日行动”,畅通投诉举报渠道,完善举报奖励制度,鼓励群众积极提供线索、维护自身权益。

我国已成为世界最大丝绸消费国

新华社电 中国丝绸协会名誉会长杨永元近日说,随着国内消费水平的提高,内需成为丝绸产品消费主力军。我国丝绸内销占比达60%,已成为世界最大的丝绸消费国。

杨永元接受新华社记者专访时说,我国丝绸业在改革开放中增强了竞争力,从单一的国际市场,转变为国际、国内市场并重。由于丝绸以蛋白质为主的天然纤维对皮肤没有刺激,丝绸内衣、服装、蚕丝被等消费品已走入寻常百姓家。

我国丝绸行业集中度近年来不断提升。与2013年末相比,全国规模以上丝绸工业企业数减少195家,降幅为19.7%;单个企业主营业务收入上升17.4%。

改革开放以前,丝绸产品主要用于出口换汇,一年全国只生产2000多条丝绸双喜被面,供新婚的年轻人购买。杨永元说,目前在产业水平上,我国丝绸业从以出口生丝、绸缎为主的初级产

品转型升级为生丝、丝绸、服装等全链条产业。丝绸产品的消费档次、质量、花色实现了国际、国内接轨。

我国丝绸业出现量增价涨效益好的态势。来自商务部市场运行和消费促进司的统计数据显示,2017年我国有桑园1183万亩,全国有2000万名蚕农,蚕茧产量达64.3万吨,扭转了自2013年以来下滑的趋势。

在产业布局上,自2006年开始,在国家引导下,“东桑西移”“东绸西移”持续进行,种桑养蚕由东南沿海转移到中西部的荒坡等地方,不与耕地争资源。

据商务部数据显示,2017年,我国中西部蚕茧产量、生丝产量、绸产量占全国比重分别为81.6%、76.2%、52.4%,比2013年分别增加16.1、20.5、14.8个百分点。中西部种桑养蚕面积占全国的82%,东部在技术、研发上保持优势。

特斯拉上海工厂开工

“重量级选手”入场如何“搅动”车市?

特斯拉第一个海外超级工厂7日在上海临港产业区正式开工建设,这是第一个获批在中国独资建厂的外资车企。对中国新能源汽车产业来说,特斯拉国产化将带来“鲶鱼效应”。不只是特斯拉,受益于一系列对外开放政策的落地,近期大众汽车、宝马汽车等越来越多的外资车企也在华建造新能源汽车工厂,这都将促进新能源汽车领域的竞争,“搅动”中国汽车产业生态。而对消费者而言,则会拥有更丰富的新能源汽车产品的选择,也有望享受市场竞争带来的降价“红利”。

特斯拉上海工厂开工,计划2020年实现量产

特斯拉上海工厂是上海有史以来最大的外资制造业项目,集研发、制造、销售等功能于一体,全部建成运营后,年产能将达50万辆纯电动整车。工厂一期年生产规模为25万辆纯电动整车,包括Model 3等系列车型。

“中国已经成为全球电动车应用的领导者。”特斯拉首席执行官埃隆·马斯克说,上海工厂将专门为中国市场生产Model 3电动车和未来的新车型。工厂计划在2019年年底试产Model 3,在初始阶段每周生产约3000辆Model 3,2020年实现量产。不过,高配版本的Model 3及其它特斯拉车型仍由美国工厂生产。

对特斯拉来说,中国建厂的好处不言而喻,一方面是成本的

明显下降。业内人士分析,国产化后,特斯拉有望实现零配件国产化,再加上人力成本下降和物流成本的降低,在同档次的新能源汽车中,价格将颇有竞争力。

另一方面,特斯拉将能更加深入挖掘全球最大的新能源汽车市场潜力,形成规模效应。根据中国汽车工业协会的数据,2018年我国新能源汽车销量预计将达118万辆,政府对新能源汽车产业的支持十分坚定,并提出到2020年产销200万辆以上,累计产销超过500万辆的目标。

“高端”品牌闯进40万以下区间

特斯拉此前一直被视作“高端”品牌,此次通过国产化后推出价格较为亲民的大众产品,将给消费者带来更丰富的选择。

按照特斯拉最近公布的价格,目前Model 3有三个版本,两个美国产的高配版本起售价格分别为49.9万元和56万元,业内人士估算,未来国产的低配版Model 3很可能会降至40万元以下。

上海的刘先生告诉记者,自己原本打算买燃油车,但是一年多还没拍到车牌,于是打算选择不用传统车牌的新能源汽车。“国产特斯拉如果不到40万元能买到,的确很有吸引力。”

记者了解到,目前越来越多的“高端”品牌开始生产面向大众消费者的新能源汽车,普遍定价在30万元至40万元区间。早些年,30万元至40万元基本是合资品牌汽车,如今外商独资企业也闯进这个价格区间,白热化的竞争让各个车企必须拿出更过硬的产品服务和更有竞争力的价格争夺市场。

据新华社