教育部等十七部门发文

到2027年我国所有县全面建立“教联体”

新华社电 记者1日从教育部获悉,教育部等十七部门近日联合印发《家校社协同育人“教联体”工作方案》,提出力争到2025年,50%的县建立“教联体”,到2027年所有县全面建立“教联体”。

“教联体”是以中小学生健康快乐成长为目标、以学校为圆心、以区域为主体、以资源为纽带,促进家校社有效协同的一种工作方式。

方案明确了“教联体”各主体的职责任务。政府层面,加强对家校社协同育人工作统筹领导,建立家庭教育指导机构,调动各类社会育人资源。教育部门引导学校发挥主导作用和专业指导优势,强化与家庭、社会沟通协作。学校要做好家庭教育指导服务,听取家长、社会对学校的意见建议,丰富学校课堂和课后服务内容。各相关部门、街道社区、社会资源单位要利用社区家长学校开展家庭教育指导,创造条件为学生提供校外活动与锻炼空间、假期管护场所,结合自身资源特点,为开展教育实践活动创造有利条件。 (杨湛菲)

铁路电子发票昨起正式推广使用

火车票报销可以这么操作

昨天起,我国铁路客运领域正式推广使用电子发票。根据国铁集团提供的信息,一位从江苏昆山到苏州的旅客有幸获得了全国第一张火车票电子发票。

昨天凌晨零点零一分,旅客乘车从江苏昆山到苏州,在行程结束后,通过12306申请开具的电子发票。电子发票上有发票号码、开票日期、车次、到发站、乘车日期、席位、票价、旅客身份信息等,还有二维码。旅客获得这个电子发票后,不需要再到车站打印纸质车票报销凭证。

在合肥南站,旅客展示开具的铁路电子发票。(新华社发)

电子发票来了 火车票报销如何操作?

火车票有了电子发票,确实方便了不少。那这个电子发票如何打印?是不是也像此前取纸质车票一样有时间限制?如果一不小心信息填错,还有办法修改吗?

火车票有了电子发票后,旅客不再需要到火车站、车票代售点、自助售票机上打印纸质报销凭证,而是可以直接登录本人铁路12306账户申请开具电子发票。

国铁集团财务部税务管理处处长赵弇南表示,旅客登录12306首页,点击“电子发票”功能按钮后,输入购买方名称、统一社会信用代码等信息后,系统将据实开具电子发票,并向税务部门上传电子发票的数据文件。开票成功后,旅客可以通过铁路12306或个人所得税APP查询、下载电子发票。

赵弇南告诉记者,旅客开具电子发票的期限,是在行程结束或者支付退票(改签)费用后180天内,在这个期限内,旅客都可以登录本人铁路12306账户申请开具电子发票。

赵弇南提醒,旅客如发生填写发票信息有误等情况,或遇运输服务中止致行程改变等情况,需要换开电子发票的,可在原电子发票开具时限内,按照准确信息重新开具一次新的电子发票,原电子发票作废。

铁路方面提醒旅客,铁路运输企业为旅客开具电子发票后,不再提供纸质报销凭证,旅客不能同时开具电子发票和纸质报销凭证。

火车票电子发票 过渡期至明年9月30日

考虑到旅客的出行习惯和接受程度不同,铁路客运在全面数字化的电子发票推行使用中设置了过渡期,过渡期是从11月1日起到2025年9月30日。

过渡期内,纸质报销凭证和电子发票均可开具使用,但纸质报销凭证和铁路电子发票仅可选择一种开具。纸质报销凭证或铁路电子发票开具后,不能换开另外一种形式的票据。(央视 郑连凯)

不明链接跳转何时休

中消协敦促广告“一键关闭”

今年“双11”网络促销已拉开帷幕。针对近期消费者反映某些应用软件不明链接跳转导致的相关消费问题,中消协11月1日发布消费提示,敦促经营者切实落实广告“一键关闭”,不得无底线收集消费者个人信息。

点击链接后 强制跳转

某些应用软件中,弹窗提示消费者付费提升音画品质等服务质量,点击后却显示更高价位套餐或续费会员;弹窗提示低价的内容,点击付费链接后,页面却以不明显、较小字体勾选了“将以正常价格自动续费”。

中消协有关负责人表示,消费者点击链接后跳转的界面与消费者的点击意图不符,是某些平台经营者不顾消费者需求而强制弹出无关链接的行为,损害了消费者自主选择权。尤其是在点击付款链接后,其实质付款内容与链接描述不符,启动弹窗欺骗误导消费者,不仅违背消费者真实意愿,还有可能进一步导致消费者损失。

植入广告链接 或无关链接

某些应用软件在开启页面推送广告时,没有关闭选项按钮、需要计时才能关闭或者默认手机晃动直接打开广告链接;某些购物软件或购票软件需要转发他人助力,点击链接后反复跳转到购物、返现等无关页面,且难以回到初始页面;某些阅读软件强制要求观看视频广告;个别支付软件利用领取优惠券,诱导点击弹出与本次支付服务无关链接。

中消协有关负责人表示,不论是强行弹出无关链接,还是无序设置弹出、难以实现永久关闭,都给消费者带来很大困扰。根据我国广告法、互联网广告管理办法,应用软件推送的广告链接不管以什么形式导致消费者无法一键关闭,都违反了法律法规的相关规定。平台经营者的互联网广告链接弹出应当探索良性发展模式,而不是以无视法律规定、牺牲消费者权益的方式牟取不当利益。

链接对个人信息 进行过度索取

某些购物软件对消费者个人消费习惯进行分析,推送消费者可能感兴趣的购物链接,将推送信息狭窄化、标签化,形成“信息茧房”。

中消协有关负责人表示,根据我国个人信息保护法有关规定,应用软件无底线收集、搜索、分析消费者的上网行为数据,量身定制广告链接,强制提供个性化服务并进行精准推送,是对消费者点击习惯、兴趣爱好、网络行踪的不法收集和高度聚焦分析。这涉嫌滥用消费者信息,限制了消费者视野和自由选择。

中消协建议,经营者遵守法律规定承担应尽义务和责任,保障消费者的知情权、选择权和隐私权。建议监管方建立完善、科学、合理的管控机制,针对不明链接跳转问题进行整治。(新华 赵文君)