

# 习近平接受班禅额尔德尼·确吉杰布拜见

新华社电 中共中央总书记、国家主席、中央军委主席习近平6日在中南海接受班禅额尔德尼·确吉杰布拜见。习近平勉励他以十世班禅大师为楷模,努力成为佛学造诣精深、受僧俗信众爱戴的藏传佛教活佛,在促进民族团结、宗教和顺、西藏稳定发展进步中作出更大贡献。

中共中央政治局常委、全国政协主

席王沪宁,中共中央政治局常委、中央办公厅主任蔡奇陪同接受拜见。

班禅向习近平敬献哈达,介绍了他近年来的学习工作情况。习近平对他在这方面取得的进步表示祝贺。

习近平希望班禅继承藏传佛教爱国爱教光荣传统,坚决维护祖国统一和民族团结。在学业上潜心精进,不断深

化宗教教学修、提高宗教造诣,加强各方面知识的学习和掌握。在工作上积极有为,为推动铸牢中华民族共同体意识、系统推进我国宗教中国化、促进西藏现代化建设更好发挥作用。在修养上持重善律,带头守法持戒,涵养优良品德和高尚情操。

班禅表示,一定牢记习近平总书记

谆谆教诲,以十世班禅大师为榜样,坚定拥护中国共产党领导、坚决维护祖国统一和民族团结。继续精学修,不断提高宗教学识和综合素质,为促进民族团结进步、系统推进我国宗教中国化、促进西藏现代化建设贡献力量。

中共中央政治局委员、中央统战部副部长李干杰参加活动。

## 习近平向波兰当选总统纳夫罗茨基致贺电

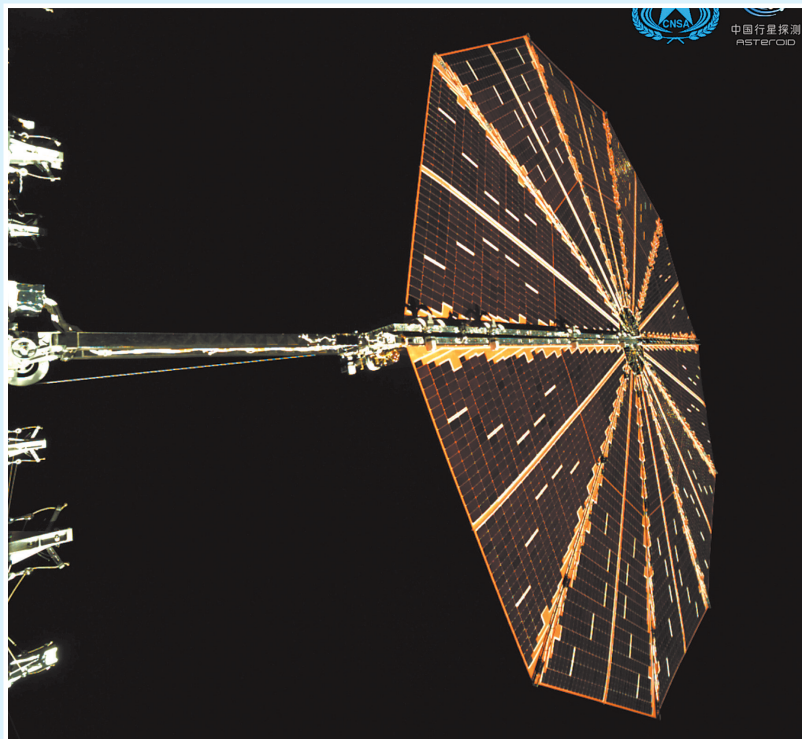
新华社电 2025年6月6日,国家主席习近平致电卡罗尔·纳夫罗茨基,祝贺他当选波兰共和国总统。

习近平指出,波兰是最早承认

并同新中国建交的国家之一。中波两国传统友好,互为全面战略伙伴。建交76年来,两国坚持相互尊重、平等相待,各领域互利合作成果

丰硕。面对变乱交织的国际形势,中国和波兰作为友好伙伴,应进一步深化政治互信,加强战略沟通。我高度重视中波关系发展,愿同纳

夫罗茨基当选总统一道努力,推动中波全面战略伙伴关系持续稳定发展,造福两国人民,为世界注入更多稳定性和确定性。



6月6日,国家航天局发布天问二号探测器传回的圆形太阳翼展开的图片。为满足在距离太阳约3.75亿千米的主带彗星开展探测的供电需求,天问二号探测器研发配置了圆形柔性太阳翼。图为监视相机拍摄的阳光翼完全展开后姿态。

记者从国家航天局获悉,截至6月6日上午,天问二号探测器已在轨运行超8天,与地球距离超300万千米,工况良好。(新华社发)

### 锲而不舍落实中央八项规定精神

#### 深入贯彻中央八项规定精神学习教育 中央督导组工作座谈会召开

新华社电 深入贯彻中央八项规定精神学习教育中央督导组工作座谈会6日在京召开。中共中央政治局委员、中央党的建设工作领导小组副组长石泰峰出席会议并讲话,中共中央书记处书记、中央纪委副书记刘金国主持会议。

会议强调,各督导组要深入贯彻落实党中央关于学习教育的部署要求,贯彻落实习近平总书记重要讲话和重要指示批示精神,做深做实指导督导工作,推动解决突出问题,确保学习教育取得更加扎实、更为明显的成效。要聚焦深化学习,指导督促地方和单位及时跟进学、联系实际学、融会贯通学,引导党员干部从思想上正本清源。要聚焦找准问题,对查摆问题开

展“回头看”,督促领导班子和领导干部带头查摆,注重征求群众意见,加强问题清单审核把关。要聚焦集中整治,督促完善集中整治台账,跟踪了解进展成效,督促地方和单位聚力用劲整治违规吃喝、违规收送礼品礼金、侵害群众利益、不担当不作为等突出问题,对顶风违纪的动真格、抓现行、抓典型、抓通报,形成强大震慑,推动狠刹“四风”隐形变异。要聚焦建章立制,督促补齐制度短板,深化以案促改,狠抓制度执行。要聚焦压实责任,推动地方和单位党委(党组)落实主体责任,坚决杜绝过关思想、一阵风思想,加强协调联动,形成指导督导工作合力。

姜信治出席会议。



## “多半”只是商标 小心信誉减半

李松林

又一家拿商标玩文字游戏、对消费者抖机灵的企业被揪了出来。近日,有网友反映,白象多半袋面、多半桶面系列产品包装上显示“多半”为注册商标,质疑企业“在宣传上玩文字游戏”。6月4日,白象食品致歉称,将尽快调整“多半”产品的包装,避免引发消费者的误解。

“多半袋面”秒变“多半”袋面,这让消费者感觉受到了愚弄。多半袋面、多

半桶面的字样以醒目方式印刷在外包装上,消费者自然会认为是商品重量增加了。加之产品包装上有“大分量,倍满足”的标语,更无形中强化了消费者的判断。白象包装上确实注明了“多半”为注册商标,但标志极小,不仔细看根本看不到。“多半”成了可以拆解拼凑的文字游戏,企业如此抖机灵,是在跟消费者耍心眼。

企业营销套路“多半”,信誉就会减半。消费者的信任来之不易,企业更得诚信经营、真诚待客。遗憾的是,一段

时间以来,类似的“心机”商标屡见不鲜。一品牛肉干不含牛肉,“一品牛”仅是商标;德子土鸡卖的不是土鸡,“德子土”是商标;千禾0酱油并不一定意味着零添加,“千禾0”是商标;甚至某120W充电器将“120W”注册为商标,实际功率仅12W……为赚取利益,企业在商标上打擦边球,俨然已成为某种潜规则。

商标法第十条明确规定,带有欺骗性,容易使公众对商品质量等特点或者产地产生误认的,不得作为商标使用。

据报道,今麦郎2020年申请的“1袋半”商标就因“缺乏显著性且易使公众对商品分量产生误认”被国家知识产权局裁定无效。显然,幻想靠“心机”商标打开市场、赢得销量,既短视、不明智,也不被允许。

品牌形象是企业宝贵的无形资产,商标不该成为企业随意揉捏的橡皮泥,维护消费者权益和市场经营秩序,不容商家抖机灵。多在产品品质和服务上下功夫,少在商标和包装上搞花样,才是企业健康持续发展的立身之本。