

## 就中巴建交75周年

## 习近平同巴基斯坦总统扎尔达里互致贺电

新华社电 5月21日,国家主席习近平同巴基斯坦总统扎尔达里互致贺电,庆祝两国建交75周年。

习近平指出,中国和巴基斯坦是山水相连、命运与共的好朋友和全天候战略合作伙伴。建交75年来,无论国际形势如何变化,中巴友谊始终坚如磐石、牢不可破。两国长期保持高水平政治互信、高水平务实合作、高水平安全合作、高水平国际协作,树立了国与国关系的典范。

习近平强调,我高度重视中巴关系发展,愿同扎尔达里总统一道努力,以

建交75周年为契机,加强战略沟通,赓续传统友谊,深化全方位合作,加快构建新时代更加紧密的中巴命运共同体,让中巴关系更好惠及两国人民,为地区和平与发展贡献力量。

扎尔达里表示,巴中全天候战略合作伙伴关系历久弥坚,成为地区和平、稳定与发展的坚定支柱。巴方高度赞赏习近平主席提出的富有深远意义的系列全球倡议,高度珍视习近平主席坚定致力于深化中巴关系、推动构建新时代更加紧密的中巴命运共同体。巴方衷心感谢中方坚定支持巴基斯坦维护主权和

领土完整,促进经济社会发展,将继续在事关中方核心利益问题上支持中方,进一步将巴中友谊提升到新高度。

同日,国务院总理李强同巴基斯坦总理夏巴兹互致贺电。李强表示,中方愿同巴方一道努力,加强团结协作,积极打造中巴经济走廊“2.0升级版”,推动中巴全天候战略合作伙伴关系不断发展。

夏巴兹表示,巴中关系以相互信任、主权平等及共同追求和平与发展为基础。巴方坚定致力于高质量推进中巴经济走廊建设,不断开辟巴中合作新领域。

## 巴基斯坦总理夏巴兹将访华

新华社电 外交部发言人21日宣布:应国务院总理李强邀请,巴基斯坦伊斯兰共和国总理夏巴兹·谢里夫将于5月23日至26日对中国进行正式访问。

## 国务院常务会议召开

## 研究推进全国统一大市场建设有关工作

新华社电 国务院总理李强5月21日主持召开国务院常务会议,研究推进全国统一大市场建设有关工作,审议通过《现代化应急体系建设“十五五”规划》,讨论《中华人民共和国中国人民银行法(修订草案)》。

会议指出,建设全国统一大市场是构建新发展格局、推动高质量发展的需要。近年来,全国统一大市场建设取得积极成效和重要进展,但仍需持续用力、久久为功。要纵深推进相关制度建

设,进一步完善产权保护、市场准入、公平竞争、社会信用、市场退出等制度,做到有章可循、有法可依。要纵深推进市场设施高标准联通,畅通经济循环,有效降低全社会物流成本。要纵深推进重点领域市场统一,以点带面、点面结合,让群众和企业更加可感可及。要以更大力度打通卡点堵点,破除各种显性和隐性壁垒,充分释放市场活力和潜能。

会议指出,应急管理关乎人民群众

生命财产安全,关乎改革发展稳定大局。要适应新形势新要求,加快建设现代化应急体系,深化应急管理改革创新,完善协同应对机制,推动构建大安全大应急格局。要突出风险源头管控,加强监测预报预警,提升本质安全水平,加快治理模式向事前预防转型。要优化应急力量布局,强化全要素支撑,夯实基层应急基础,统筹落实好人防、技防、工程防、管理防等措施。要全链条推动重点行业领域安全整治,压紧压

实各级各方面责任,切实形成齐抓共管、协同联动的良好局面。

会议讨论并原则通过《中华人民共和国中国人民银行法(修订草案)》,决定将草案提请全国人大常委会审议。会议指出,修订中国人民银行法是完善我国金融法律体系的基础工程。要加强金融法治建设,加快完善中央银行制度,依法全面履行好中央银行职责。

会议还研究了其他事项。

## 科学合理调价 保障稳定供应

——专家解读本次汽油、柴油价格调控

新华社电 国家发展改革委21日发布消息,根据国际市场油价变化情况,自5月21日24时起,国内汽、柴油价格每吨分别上调75元、70元。

本次国内成品油价格是如何调整的?国内成品油价格机制规定,汽、柴油最高零售价格根据一揽子国际原油均价变化情况,每10个工作日调整一次。

中国宏观经济研究院能源所经济中心主任田磊表示,5月8日国内成品油价格调整以来,国际市场原油价格震荡上行后有所回落,但本次调价的前10个工作日平均价格仍高于上次调价前10个工作日平均价格,国内成品油价格相应上调。本次汽、柴油最高零售价格

每吨分别上调75元、70元,折合92号汽油、0号柴油每升均上涨0.06元。

当前,中东局势仍存在较大不确定性,国际市场油价震荡加剧,如后期国际原油价格大幅上涨,国家还会采取什么调控措施?

对外经济贸易大学中国国际碳中和经济研究院执行院长董秀成表示,为保障稳定供应,国家还可能采取财税支持措施。2022年俄乌冲突引发国际原油价格大幅上涨期间,国家曾明确当国际原油价格突破每桶130美元的调控上限后,国内成品油价格短期内(不超过两个月)不再上调,并对炼油企业给予阶段性补贴。



5月21日,由中铁二十局承建的陕西东庄水利枢纽泾河大桥完工。泾河大桥全长284米,是国内首例中承式空间Y型钢箱拱桥。图为21日拍摄的陕西东庄水利枢纽泾河大桥(无人机照片)。

(新华社发)



## 蛋糕店借地震营销吃相难看

张悦

5月18日,广西柳州柳南区两次发生5.2级地震。灾情牵动人心,竟有商家借地震营销。据报道,桂林一蛋糕店发布营销文案:“比520更早到来的,是柳州5.2级地震的震动”。随后,涉事商家删除广告,并发布道歉声明。5月20日,当地市场监管局发布情况通报称,已对涉事主体立案调查,将依法依规处理。

地震从来不是可以拿来调侃的话

题。据报道,此次柳州地震已造成2人不幸遇难;震后次生地质灾害仍然潜藏风险。作为广西本地商家,不想着暖心慰问与善意关怀,却借地震灾情进行商业营销,真是匪夷所思。将“震动”与“心动”相关联,把地震灾难浪漫化、娱乐化,价值观俨然跑偏,暴露出商业营销可以凌驾于地震灾情之上、追逐利益可以罔顾受灾群众感受的冷漠心态。商家自辩没有恶意,但显然缺乏对灾难的敬畏心、对受灾群众的同情心。

令人愤慨的是,近年来借地震等灾害营销的乱象屡屡出现。有的房地产公司借空难背景宣传图打卖房广告,有的房地产公司借城市暴雨打出“入住高地,让风雨只是风景”的广告语,有的保险公司借地震推销理赔产品……蹭灾情热度、消费灾难的广告,只顾经济利益,不顾社会责任,把所谓的创意建立在灾民伤痛之上,不仅违背商业伦理,也可能触碰法律红线,于受灾群众而言无异于精神层面的次生灾害。监管部

门有必要对造成恶劣影响的灾难营销从严惩治,形成强有力震慑。

也希望网友的批评、相关部门的介入,能够形成警示,让更多人意识到:“玩梗”不能逾越边界,任何营销宣传都需要对公共情绪、社会观感保持基本的敬畏。否则,这种“冒犯式营销”必将受到应有惩戒。

生命不容亵渎,灾难不容营销。企业追逐利润,切莫跨过敬畏生命的底线,不能“震”掉自己的良知。利益和流量永远不能置于生命之上。