

国新办发布中国人民抗日战争

暨世界反法西斯战争胜利 80 周年纪念活动标识

新华社北京 5 月 13 日电 国务院新闻办公室今天公开发布中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利 80 周年纪念活动标识。

标识由长城、橄榄枝、光辉、数字“80”、时间“1945—2025”构成。长城象征全民族众志成城奋勇抗战，寓意以爱国主义为核心的伟大民族精神是抗战胜利的决定因素。橄榄枝象征中国人民经过艰苦卓绝的抗战，用胜利赢得和平，寓意中国人民同各国人民团结起来，珍爱和平、

维护和平。光辉围合而成的胜利之门，象征中国人民抗日战争和世界反法西斯战争的胜利是正义战胜邪恶、光明战胜黑暗、进步战胜反动的伟大胜利，寓意在中国共产党的坚强领导下，中华民族实现伟大复兴的前景无比光明。

标识可用于各地区各部门纪念中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利 80 周年活动环境布置、群众性主题宣传教育活动及相关外事活动用品制作。



▲国务院新闻办公室发布中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利 80 周年纪念活动标识 新华社发

中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利

80 周年纪念活动标识使用说明

此标识为中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利 80 周年纪念活动的唯一指定标识。

一、使用范围

1. 用于纪念中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利 80 周年活动。
2. 用于纪念活动环境布置和请柬、证件、须知、签到簿等的制作。
3. 用于群众性主题教育活动背景板、标牌、彩旗、遮阳伞、遮阳帽、手提袋、文化衫等的制作。
4. 用于新闻报道专题专栏、专题网页和宣传品、宣传折页、宣传标语、公益广告、招贴画等的制作。
5. 用于制作纪念活动徽章、即时贴、胸牌、臂章等，供群众佩戴留念。

二、使用要求

1. 纪念活动标识使用应当严肃、庄重，不得任意修改、变形或变色，不能因放大或缩小破坏标识的完整性。
2. 纪念活动标识不得用于商业广告、制作商标或其他任何商业性用途，不得用于私人庆典和吊唁活动。
3. 以纪念活动标识为元素制作的用品，要与纪念中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利 80 周年主题密切相关，不得乱用、滥用。
4. 纪念活动标识使用要结合实际，妥善把握与周边环境关系，注重整体效果，既要有利于营造浓厚社会氛围，也要注意不破坏现有自然景观，确保与城乡环境面貌协调统一。

三、使用管理

1. 纪念活动标识所有权属于国务院新闻办公室。
2. 市场监督管理部门要做好纪念活动标识的商标注册管理工作，防止标识被商业注册，同时加强标识使用的市场监督管理。
3. 各地区各部门要对辖区内和主管主办的活动进行监督，对不按要求使用纪念活动标识的，及时采取措施予以纠正。

国务院新闻办公室
2025年5月13日
(新华社北京5月13日电)

涉及重大火灾隐患判定规则等一批安全生产领域标准发布

□新华社记者 赵文君

13 日，市场监管总局（国家标准委）会同应急管理部联合举办防灾减灾救灾和安全生产领域重要国家标准新闻发布会，介绍近期发布的《重大火灾隐患判定规则》等一批重要国家标准有关情况。

国家消防救援局政策法规司一级指挥长鲁云龙介绍，此次修订强制性国家标准《重大火灾隐患判定规则》主要目的是落实国务院安委会有关工作部署，在总结 2017 版标准实施经验基础上，全面吸取火灾事故教训，丰富重大火灾隐患判定要素，进一步提高标准的操作性。

鲁云龙说，新版标准的执行需要注意区分重大火灾隐患与一般火灾隐患可能导致后果的差异，准确理解和适用重大火灾隐患判定规则，力求判定结论科学合理，通过主动前移火灾防控关口，筑牢消防安全底线。

与旧版标准相比，新版标准主要有三方面变化：

一是增加了重大火灾隐患的直接判定要素，将容易导致重

特大火灾事故发生的单要素直接判定隐患情形，从旧版标准规定的 10 项增加到 30 项，并重点对公共娱乐场所、宾馆、商场及集贸市场、儿童活动场所、老年人照料设施、医院门诊楼和病房楼、劳动密集型企业的厂房仓库等人员密集的室内场所，以及易燃易爆危险品场所分别规定直接判定要素，更加简便直观。同时，简化了多要素综合判定规则，综合判定要素从 39 项减少到 35 项，对于不适用直接判定要素且存在 6 项（含）以上综合判定要素的，可判定为重大火灾隐患。

二是吸取火灾事故教训，将近年来引发重特大火灾事故的直接或间接致灾因素纳入重大火灾隐患判定要素。例如，人员密集场所违规设置生产储存易燃易爆危险品的厂房或仓库，多产权建筑、多业态混合生产经营场所消防安全责任不清，疏散楼梯间的地上与地下部分未采取防火分隔措施，住宅建筑架空层违规停放电动自行车等。

三是增强了标准的适用性，不仅适用于消防救援机构发现和判定重大火灾隐患，也适用于各级政府、行业部门、社会单位和个人落实消防安全责任制，使用标准排查火灾隐

患，构筑共建共治共享的社会消防治理格局。

据介绍，此次发布的强制性国家标准《危险化学品企业安全生产标准化通用规范》将于今年 11 月 1 日起实施，为规范企业安全生产标准化建设提供重要依据。该标准系统构建了覆盖生产、储存、经营全流程的标准化管理体系，将推动企业安全管理从“被动整改”向“主动防控”转型。

应急避难场所作为防灾减灾救灾基础设施，在突发事件预警响应、抢险救援、过渡安置过程中发挥重要作用。此次发布的《应急避难场所通用技术要求》《应急避难场所管护使用规范》《乡村应急避难场所设计规范》3 项推荐性国家标准，规范了场所规划、设计、管护、使用等全生命周期技术要求，将有效提升全社会应急避险能力水平，确保灾害发生时人民群众能够“有地可避、有序可循”。

市场监管总局标准技术司司长刘洪生说，截至目前，我国已建立涵盖矿山、危化、消防等 10 大领域 2000 余项国家标准的安全生产标准体系，为提升本质安全水平提供技术保障。

(新华社北京 5 月 13 日电)

外国游客“在华扫货”热：“带空箱子到中国！”

■新华视点

□新华社“新华视点”记者 何磊静

在江苏苏州观前街古色古香的商铺穿行，法国游客迪恩的行李箱塞得满满当当——汉服、刺绣围巾、手工茶具，还有新款的智能手机。“这已经是我第二次来中国‘扫货’了，每次都觉得买不够。”

随着“中国游”持续升温，从北京秀水街到义乌国际商贸城，从海南免税店到深圳华强北，越来越多外国游客专程到中国买买买。

“中国购”究竟藏着怎样的吸引力？

空箱来满载归

“一定要带空箱子去中国！”这个实用小贴士近期在海外社交媒体引发热议。从“China Travel”（中国游）到“China Shopping”（中国购），外国人来华买买买正成为跨境旅游新趋势。

国家移民管理局数据显示，今年“五一”假期外国人出入境达 111.5 万人次，同比增长 43.1%。上海的不少出租车司机注意到，外国游客越来越多的同时，行李箱也越来越大。数据显示，4 月 30 日到 5 月 4 日，境外来沪消费 4.55 亿元，同比增长 211.6%。

“看这个钱包，每一个图案都是手工绣的。”海外视频平台上，来自南非的博主萨拉和网友分享近日中国行的收获，“还有这个会自动泡茶的保温杯，设计太棒了！”

一些海外消费者甚至组成“代购团”，专门飞来中国采购热门商品。社交媒体上，有博主发起“互助代购”邀请：“如果你这周去中国，帮我代购点东西。下次我去帮你带。”

据统计，去年 10 个试点地区办理“即买即退”退税规模同比增长 22 倍，是全国离境退税规模同比增速的 18 倍。

从中国制造到中国“智造”，外国游客的购物偏好也在悄然变化。

“以前会买小玩偶和便宜的纪念衫，现在更想带回有特色的东西。”迪恩说，他的购物清单上，真丝制品、陶瓷、汉服

占据重要位置，智能产品则是必购选项。“中国产品的质量、设计和迭代速度都令人惊叹。”

支付平台数据显示，外国游客在华消费中，本土商超、潮流文创、特色美食等占比显著提升。

旅游“流量”变消费“留量”

“中国购”缘何走红？

实惠+方便，是吸引外国游客来华购物的重要因素。在华购物到底能省多少钱？

在南京德基广场，意大利游客马里诺通过“即买即退”服务，“足不出店”就领到近 1000 元退税款，转身又购入一套睡衣。“手机上操作几步就能到账，超级方便，这让我更想多买些特色商品。”

无锡某商场财务总监陈友平介绍，按退税率 11% 计算，再扣除 2% 手续费，外国游客消费 1 万元人民币商品可节省 900 元。“这对购买奢侈品、高端电子产品等商品的消费者来说，吸引力尤为突出，也有利于刺激再消费。”

免签政策持续放宽让“中国游”更易转化为“中国购”。国家移民管理局 4 月 15 日发布数据显示，240 小时过境免签政策实施以来，全国入境外国人同比增长 40.2%，其中免签入境游客占比达 71.3%。

“能停留更久，就可以去更多附近的城市，自然也要买买买。”马里诺说。不少周边国家游客来华购物热情高涨。在韩国，一些年轻消费者甚至掀起“周五下班飞中国”的短途购物潮。

商务部等部门近期也推出一系列便利化举措，如将离境退税起退点从 500 元降至 200 元、现金退税限额提高至 2 万元，在境外旅客聚集地增设退税商店，将“即买即退”服务措施推广至全国等。

中国商业经济学会副会长宋向清认为，一系列优化政策落地丰富了消费场景，缓解了退税商店偏少、分布不均等问题。同时，进一步降低了购物门槛，激发外国游客更多“随手买”“多次买”的消费行为。

外卡 POS 机覆盖率提升，支付宝、微信等移动支付的“外卡内绑”和“外包内用”能力不断迭代，让不少地区实现了“碰一下”可支付。北京、上海、深圳等地还推出多语

种退税指南和电子地图，让外国游客“买得放心、退得省心”。

外国游客的“购物车”也折射出“中国制造”的全球竞争力。江苏省社科院社会政策所所长张春龙表示，中国产品的高新技术含量上升、制造业供应链不断完善，让不少国产品牌在全球市场上的魅力与日俱增。“高品质、高性价比促成外国游客持续来华‘淘好物’。”

优化消费环境 让全球游客“常来常买”

“中国购”热潮反映出我国经济的强大韧性和发展潜力。宋向清指出，2024 年我国入境消费占 GDP 比重约为 0.5%，与世界主要国家 1% 至 3% 的水平仍有差距；若提升至占 GDP 的 1%，可带动超万亿元新增消费规模。

受访人士建议，需紧抓入境消费热潮乘势而上、主动作为，积极打造全球游客“来了不想走、走了还想来”的消费引力场。

有商场负责人提出，退税标识是国际消费的“认证”，应鼓励更多不同等级的纳税信用企业申请离境退税和“即买即退”商店。目前不少免税店仍以销售进口商品为主，可鼓励更多国产高质量商品入店，让境外游客有更多消费选择。

张春龙表示，各地可利用免签政策，整合碎片化的入境旅游场景，如通过“坐着高铁去旅行”，城市间统筹串联资源推出“一程多站”精品线路。同时，打造集旅游、购物、文化、体育、健康于一体的综合消费场景，鼓励游客深度体验本土生活方式。

中国国际旅行社总社有限公司入境部欧洲市场室总监周占峰认为，不可忽视入境游客普遍喜爱的“地摊经济”，夜市、集市、服装摊位、农贸市场等具有烟火气的商业氛围能让更多境外游客愿意停留甚至留恋不舍。

配套服务也需进一步精细化。周占峰建议，一方面提升多语种服务、数字导览等能力，另一方面可搭建服务消费互联网平台，一键链接出行、外卖、观影等服务端口，一站式满足消费体验。同时，要严肃查处哄抬物价、无照经营、制假售假等行为。

华略智库高级研究员王旭认为，当前网红博主和国际游客攻略笔记等传播方式导致不少游客目的地和消费偏好逐渐趋同，应鼓励国货品牌开辟“海外首店”，各方充分利用“触媒”效应，精准制定营销策略，吸引更多外国游客“常来常买”。

(新华社北京 5 月 13 日电)

我国成功发射通信技术试验卫星十九号

新华社西昌 5 月 13 日电（李国利 崔婉莹）5 月 13 日 2 时 09 分，我国在西昌卫星发射中心使用长征三号丙运载火箭，成功将通信技术试验卫星十九号发射升空，卫星顺利进入预定轨道，发射任务获得圆满成功。

通信技术试验卫星十九号主要用于开展多频段、高速率卫星通信技术验证。这次任务是长征系列运载火箭的第 575 次飞行。

市场监管总局等五部门约谈外卖平台企业

新华社北京 5 月 13 日电 近日，市场监管总局会同中央社会工作部、中央网信办、人力资源社会保障部、商务部，针对当前外卖行业竞争中存在的突出问题，约谈京东、美团、饿了么等平台企业。要求相关平台企业严格遵守《中华人民共和国电子商务法》《中华人民共和国食品安全法》等法律法规规定，严格落实主体责任，主动履行社会责任，加强内部管理，合法规范经营，公平有序竞争，共同营造良好市场环境，切实维护消费者、平台内经营者和外卖骑手的合法权益，促进平台经济规范健康有序发展。

我国 140 吨级重复使用液氧甲烷发动机首次整机试验成功

新华社西安 5 月 13 日电（记者付瑞霞）记者 5 月 13 日从中国航天科技集团六院获悉，该院研制的 140 吨级重复使用液氧甲烷发动机于 4 月 26 日首次进行整机试验，取得圆满成功。

140 吨级重复使用液氧甲烷发动机，将在天地往返运输系统、可重复使用运载器及大运力火箭等领域发挥重要作用。研发团队打破传统研制壁垒，以数字化手段高速迭代方案设计，在设计仿真全覆盖的基础上采用组件联合仿真分析，短时间内突破了多项关键技术。该发动机从方案论证到整机试车，仅用时 7 个月。

5300 米！中国石化刷新我国页岩气井垂深纪录

新华社北京 5 月 13 日电（记者戴小河）中国石化 13 日宣布，旗下中原油田部署在四川盆地普光地区的铁北 1 侧 HF 井垂深超过 5300 米，试产获高产工业气流，该井刷新了我国页岩气井垂深纪录，助力四川盆地超深层页岩气开发。

普光气田是我国首个实现规模开发的特大型深层高含硫气田，已高效开发 20 年。为实现长期稳产目标，中国石化不断寻找新的资源补充，将目光锁定到普光二叠系。普光探区二叠系超深层页岩气资源量丰富，但大都分布在埋深超过 4500 米的超深区域，追踪难度极大，被业界视为“深地禁区”。

针对铁北 1 侧 HF 井超深层页岩气藏存在的地层压力高、应力差大及灰岩夹层多等难点，攻关团队应用中国石化自主研发的 175 兆帕超高压压裂装备，采用超高压高排量穿层扩缝等改造模式，在地下 5300 米的高压地层中开辟出纵横交错的“人造气路”。

中原油田首席专家彭君表示，目前中原油田着手编制普光探区二叠系页岩气整体勘探开发方案，推动实现资源高效转化。同时，随着超深层地质评价、物探技术和压裂工艺的持续升级，将进一步提升普光地区勘探开发效率，让“深地禁区”加速转变成为“能源粮仓”。

台湾首家沙县小吃旗舰店开业

新华社台北 5 月 13 日电（记者杨晓静 李建华）台湾首家沙县小吃旗舰店 13 日下午在桃园市芦竹区开业，台北、新北、台中等地 8 家会员店也同步开业，将为台湾餐饮市场注入新活力，进一步促进两岸饮食文化交流。

“期待未来台湾能引进更多大陆美食，也希望两岸以食为媒，开展更多交流合作。”台湾工商企业经营发展协会理事长、台湾创鑫生机集团董事长郭煜杰受访时说，此次 9 家沙县小吃门店在台湾同时开业，不仅是两岸餐饮交流合作的成果，也体现了两岸传统美食文化的融合发展。

郭煜杰介绍说，为了让台湾民众品尝到地道的沙县小吃，去年曾邀请福建沙县小吃品牌的厨师到台湾，手把手给台湾厨师传授技艺。旗舰店开业当天的美食均由台湾厨师之手，除沙县小吃招牌美食外，还加入了台湾本土受欢迎的卤肉饭，让沙县小吃与台湾风味交融。

当天，旗舰店推出沙县柳叶蒸饺、扁肉、拌面、金包银等经典小吃，以及多款融合在地食材与养生理念的创新餐点。

“福建小吃比较符合台湾人口味，也是陪伴我们成长的美味记忆。”参加开幕活动的施又云说，她在北京、上海等地生活了近十年，很高兴看到沙县小吃在台湾“落地生根”。

“台湾人对沙县小吃的接受度很高。”从福建沙县到台湾生活近 30 年的黄秀姬说，她与丈夫在新北市开的沙县小吃餐馆已运营 15 年，客人有九成是台湾本地人。

去年 11 月，台湾创鑫生机集团获得沙县小吃商标在台湾的代理权，此后积极推进沙县小吃品牌在台湾的布局。目前除桃园旗舰店外，该集团已完成台北、新北、台中等地多家会员店的升级改造，预计今年底前将会员店覆盖至台湾主要城市。