2023年12月全国共查处违反中央八项规定精神问题15966起

中央纪委国家监委网站1月28日公布
全国查处违反中央八项规定精神问题情况月报数据

通报显示 2023年12月

全国共查处
违反中央八项规定精神问题
15966起

批评教育和处理
22696人

包括

96名 地厅级干部

1318名 县处级干部

给予党纪政务处分16729人

新华社发 施鳗珂 编制

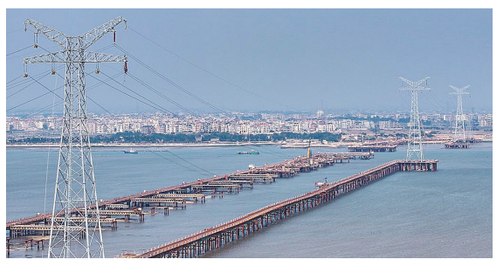
证监会全面暂停限售股融券出借

新华社北京1月28日电 记者28日从中国证监会获悉，为贯彻以投资者为本的监管理念，加强对限售股出借的监管，证监会经充分论证评估，进一步优化了融券机制。具体包括：一是全面暂停限售股出借；二是将转融券市场化约定申报由实时可用调整为次日可用，对融券效率进行限制。

因涉及系统调整等因素，第一项措施自1月29日起实施，第二项措施自3月18日起实施。

同日，上交所和深交所分别发布《关于暂停战略投资者在承诺的持有期限内出借获配股票的通知》。通知指出，为进一步优化融券制度，经中国证监会批准，上交所、深交所决定暂停战略投资者在承诺的持有期限内出借获配股票。通知实施前尚未了结的出借合约到期不得展期。通知自2024年1月29日起施行。

国内跨海距离最长的架空输电线路全线贯通



1月26日，国网福建省送变电工程有限公司施工人员在线路施工现场进行架线作业。 新华社发

据新华社 记者从国网福建省电力有限公司获悉，220千伏赤厝至华塘线路工程最后一相导线1月26日在福建省福清市牵引完成，国内跨海距离最长的架空输电线路全线贯通。

赤厝至华塘线路工程是福州电网与东南清洁能源大枢纽联络通道，线路总长约30公里，架空线23.68公里，新建铁塔79座，共有30座铁塔位于海中，跨海距离长度达14公里。

签证互免3月起生效 中泰迈入“免签时代”

新华社北京1月28日电 据外交部“领事直通车”微信公众号消息，1月28日，中华人民共和国政府和泰王国政府代表在泰国曼谷签署《中华人民共和国政府与泰王国政府关于互免持普通护照人员签证协定》。协定将于2024年3月1日正式生效。届时，中方持公务普通护照、普通护照人员和泰方持普通护照人员，可免签入境对方国家单次停留不超过30日（每180日累计停留不超过90日）。入境对方国家从事工作、学习、新闻报道、定居等须事先批准的活动以及拟在对方国家停留超过30日的，须在入境对方国家前办妥相应签证。

以色列总理就被扣押人员问题施压卡塔尔

据新华社北京1月28日电 以色列总理本雅明·内塔尼亚胡27日向卡塔尔公开施压，要求卡方尽快促成释放加沙地带被扣押人员。

内塔尼亚胡在27日举行的电视新闻发布会上说，巴勒斯坦伊斯兰抵抗运动（哈马斯）在卡塔尔设有政治办事处且接受卡塔尔的资助，因此“卡塔尔对哈马斯有影响力，他们理应施加压力。他们把自己定位为调解人，请他们把我们被扣押的人员带回来”。

据多家媒体报道，美国中央情报局和以色列情报和特勤局（摩萨德）负责人将在欧洲与卡塔尔、埃及官员会晤，讨论新一轮停火协议和解救被扣押人员。路透社27日援引消息人士的话报道，谈判时间可能定在28日，具体地点未知。不过，目前这四个国家尚未正式发布消息。

按照路透社说法，内塔尼亚胡的这番表态措辞“罕见地直率”，意在向斡旋谈判的卡塔尔施压，以表达以方不满。

新华调查

透视文旅持续“沸腾”：“流量”如何变“留量”？

2024年，文旅市场以持续“沸腾”的方式开场。

从“尔滨”到“山河四省”，从网友自发“监工”到文旅部门在线“听劝”，各地文旅局“花式揽客”、奇招频出，希望用“泼天的流量”接住“泼天的富贵”。

各地文旅为何这么拼？真正的“流量密码”究竟是什么？更值得思考的是，流量“退潮”后，可持续出圈的路径是否更为清晰？

各地文旅“花式揽客”

“冻梨摆盘”“人造月亮”“飞马踏冰”……这个冰雪季，哈尔滨对游客的“宠爱”令其成为“顶流”旅游目的地。

今年元旦假期，让人陌生的“尔滨”创纪录实现旅游收入近60亿元。携程公司近日发布的2024春节旅游市场预测报告显示，春节期间哈尔滨旅游预订订单同比增长超14倍。

“泼天的富贵”一下让各地文旅部门“坐不住了”，纷纷开始“抄作业”，效仿哈尔滨向全国游客抛出橄榄枝。

先是“喊麦”。多地文旅局长跑到哈尔滨中央大街，带上土特产录制视频邀约全国游客，有的甚至扮成“白鹿仙子”给游客发冻梨汁，“不论是北方的游客还是自家的孩子都要宠”。

山东、河南、甘肃、江苏等地也纷纷创作“我姓……”的“喊麦”文旅宣传曲，用魔性音乐和洗脑歌词“刷屏”短视频平台。

再是“听劝”。网友留言“想在洛阳看飞鱼服帅哥”，洛阳文旅部门迅速组织专业表演团队在火车站和地铁站与行人互动。

河南文旅部门开展“题海战术”，一天发数十条短视频，吸引近百万新粉丝，不少网友自发“监工”。“听劝”的山西文旅、河北文旅也“疯狂输出”，河北文旅创下日更视频纪录。

接着，多地文旅部门纷纷邀请各路流量明星“助力家乡上分”，引发新一轮关注热度。此外，北京圆明园派出“安陵容”冰嬉、河北太行五指山专设可投喂“孙悟空”、辽宁抚顺展示超长雪道游龙……

各地文旅“实力宠粉”是否提升了旅游热度？

携程数据显示，多个城市旅游产品搜索量攀升，春运期间国内航线搜索指数同比增长超170%。河南等多地景区也趁势官宣免票、优惠等活动，进一步刺激旅游消费。

这波热潮不仅令旅游市场更为活跃，也调动了更多人的参与热情。互联网上，从新媒体运营到公共服务，从挖掘特色文化到提升消费体验，网友纷纷为各地文旅发展支招，探求如何接稳“泼天的富贵”。

1月28日，在哈尔滨太阳岛雪博会园区内，演职人员盛装巡游，与游客亲切互动，成为“雪世界”的一道浪漫风景。 新华社记者 张涛 摄

重塑哪些市场共识？

从文旅局长到文旅部门，各地文旅纷纷破圈突围，既能看出各地在塑造文旅品牌中营销手段的新变化，也反映出目前旅游消费市场的新趋势。

春节假期即将到来，消费者出游热情攀升，旅游宣传推广也迎来窗口期。

携程研究院战略研究中心高级研究员沈佳旎指出，目前国内旅游市场正加速恢复，如何吸引游客并将本土特色传递出去尤为重要。既熟悉文旅资源又想抓住机遇发展产业的文旅部门一马当先，想方设法推介本土文旅特色。

中国旅游研究院副研究员韩元军认为，近年来“氛围式”消费悄然增加，不少人因为一场演唱会、一次赛事、一个展览，就可能来一段说走就走的旅行。

在多位传播领域专家看来，新媒体平台给文旅部门提供了直接对话游客的机会，游客也提出个性化需求，双向交流、有求必应的互动形式让游客感受到“尊重”甚至“被宠爱”，无形中激发“前往一游”的兴致。

文旅领域专家表示，年轻人已成文旅消费生力军，移动端大量宣传可以有效提升文旅产品曝光度。相比传统单向输出的营销方式，线上宣传具有低成本、大众化的特点，网友互动的不确定性可能带来高流量的回报。

韩元军认为，文旅发展对提振地方综合效益作用良多。

旅游形象是城市形象的重要体现，各地文旅部门卖力吆喝，除了展示本土旅游资源，也能积极促进产业投资。如河南柘城是“钻石之都”、黑龙江有蔓越莓、四川盛产鱼子酱等，都在一波波出圈中刷新了很多人的认知。

此外，各地文旅“同台竞技”也在不断重塑市场共识：旅游的本质是对未知的探索、对生活的热爱、对自然和人文的乡愁；卖力运营或许是“始于颜值”，但更要“敬于才华”，靠真心和实力圈粉，为游客提供真实深刻、文化植根于身心的体验。

让“网红”变“长红” 服务永远是王道

文旅产业是当下恢复和扩大消费的重要抓手，对促进经济复苏、提振发展信心作用显著。

此前中央经济工作会议提出，要积极培育文娱旅游等新的消费增长点。各地文旅纷纷发力能否持续刺激旅游市场尚不可知，但这波“文旅热”无疑为2024年的消费增长开了一个好头。

然而，随着各地都想“分一杯羹”，线上跟风模仿又未能凸显本土特色的内容也层出不穷，同质化严重，易引发审美疲劳。业内人士认为，基于地方特色、文化底蕴打造的差异化产品才能形成竞争壁垒。一些网友更是直言：“没有宰客、提高服务，才是王道！”

业内人士表示，各地“花式揽客”为文旅产业链发展带来新的市场机遇，旅游行业企业应主动与文旅部门、景区、酒店等合作，共同开发具有地方特色的旅游产品，实现互利共赢。各旅游目的地应从细节上提升食、住、行、游、购等服务，在文旅产品与游客、网友的互动中迭代升级，促进社会资本和商户服务加大投入，形成良性循环。

“文旅部门不能因本地短期走红沾沾自喜，更重要的是要做好后端‘品控’工作。”江苏省文化艺术研究院助理研究员宋长善说。如果“弯道超车”变“翻车”，舆论风暴反而会影响长期打造的旅游形象。

专家表示，对于普通城市来说，想提升城市品牌、赢得人才和投资青睐，还需思考如何从“网红”到“长红”、让“流量”变“留量”。

宋长善建议，应在完善旅游公共服务体系基础上，结合自身资源禀赋，以特色文化赋能景区，打造高品质、多样化、个性化的“硬核”文旅产品。“线下的旅游体验取决于整个旅游产业链是否完善、管理是否到位，这并非仅靠拍短视频宣传片就能做到。”

新华社南京1月28日电

事业编招聘公示“处长之子”背后有何用意？

1月18日到1月24日，中国地质大学（北京）水资源与环境学院对8名2024年教师岗招聘初试通过人员予以公示，一名“学校处长之子”和两名学院领导的学生位列其中，引发网络热议。

事业编招聘公示拟聘人员亲属师生关系，存在何种争议？背后有何用意？

招聘公示亮明亲属关系已有先例

中国地质大学（北京）水资源与环境学院发布的公示显示，张博爱奇，博士研究生，拟聘为教师岗（事业编），其父亲是该校发展规划与学科建设处处长张寿庭。应聘人员姬韬韬的博士后合作导师是水资源与环境学院副院长蒋小伟，邢世平的博士生导师为水资源与环境学院院长郭华明。

近年来，我国党政机关、事业单位、国有企业招聘信息公开工作持续推进。在招聘公示中亮明应聘人员与领导干部的亲属关系，中国地质大学并非第一例。

2023年2月，一家国有企业发布一则拟聘人员信息公示，一名拟聘人员因系“领导之女”而引发舆论关注。公示显示，该集团国际公司一拟聘人员的公示信息备注栏内容为，该生为集团党群部主任之女。

随后，该企业在该拟聘人员公示信息备注栏中补充了如下内容，“根据集团《新员工招聘管理办法》规定：拟聘人员为集团领导、总师、副总工及各单位主要负责人的配偶、子女，应将相关信息一并公示，故此说明。”

中新网梳理《事业单位人事管理回避规定》发现，事业单位工作人员凡有下列亲属关系的，不得在同一事业单位聘用至具有直接上下级领导关系的管理岗位，包括夫妻关系、直系血亲关系、三代以内旁系血亲关系、近姻亲关系、其他亲属关系。

《中华人民共和国公务员法》明确，公务员之间有夫妻关系、直系血亲关系、三代以内旁系血亲关系以及近姻亲关系的，不得在同一机关双方直接隶属于同一领导人员的职位或者有直接上下级领导关系的职位工作，也不得在其中一方担任领导职务的机关从事组织、人事、纪检、监察、审计和财务工作。

专家：有助防止“近亲繁殖” 不提倡“一刀切”回避

对于事业编招聘公示亲属师生关系，中国人民大学公共管理学院教授马亮向中新网表示，备注亲属师生关系，说明高校更加注重近亲属回避、利益回避和公平招聘，避免亲属师生关系干扰影响选人用人。

“高校比较容易发生‘近亲繁殖’现象，采取此类公示方式，有利于防止‘近亲繁殖’，推动风清气正的聘用制度。”马亮指出。

马亮认为，从公示的信息来看，并没有侵犯当事人的个人隐私。这是因为，这些有关亲属师生关系的信息并非个人隐私，而且公共部门选聘人才就应该公开透明。“与此同时，做出这样的公示也应征得当事人的同意，双方自愿认可，所以不存在个人信息泄露问题。”

一些舆论认为，招聘只要程序合法合规即可，还有舆论认为事业编招聘应回避亲属关系。对此，马亮表示，事业单位招聘原则上应回避近亲属和师生关系，但是高校的规模较大，也有不同院系机构，“一刀切”回避可能难以实施。

他认为，高校规定二级单位（院系、职能部门）招聘时回避近亲属和师生关系，可能更加合理。

21世纪教育研究院院长熊丙奇对此表示，若要在用人单位的公示与社会公众的监督中形成良性互动，用人单位就要认真对待公示，尽可能公开更多的信息，接受公众监督。而公众也要对用人单位接受监督给予肯定和鼓励，并用好监督权，以促进公平就业、公平竞争。

据中新网

我国明确下阶段全面消除麻风危害目标

新华社北京1月28日电 记者28日从国家疾控局获悉，近日，国家疾控局等12部门联合印发《全面消除麻风危害可持续发展规划（2024—2030年）》，明确到2030年，实现全国麻风患病率大于1/10万的县（市、区）数为0，麻风患者完成治疗时新发生2级畸残比为0，促进消灭麻风的目标早日在中国实现。

麻风是一种严重危害人类健康的慢性传染病，如不能早期发现和及时治疗，可导致局部皮肤损害，严重者甚至出现失明、面部畸形和手足残疾等。

一组数据显示，我国通过实施《全国消除麻风病危害规划（2011—2020年）》，全国已取得基本消除麻风危害的重要成果。截至2020年底，全国麻风患者数量明显减少，实现较2010年底下降50%以上、全国98%以上的县（市、区）麻风患病率控制在1/10万以下的规划目标。

根据新版规划，我国将根据麻风患病率数和本地新发麻风病例县（市、区）数等情况，将全国31个省、自治区、直辖市及新疆生产建设兵团划分为三类地区，进行分类指导、分类施策、统筹推进。其中，一类地区持续加大力度，全面推动攻坚，强化病例发现与治疗工作，阻断疾病传播；二类地区强化监测干预，防止波动反弹；三类地区做好监测预警，积极巩固成果，维持好消除危害的良好局面。

规划还从“规范病例管理，提高治疗效果”“强化畸残预防，促进全面康复”“加强健康教育，消除社会歧视”等6个重点领域，提出早期发现患者、致力精准治疗、预防新发畸残等主要任务。

国家疾控局发布的政策解读明确，下一步，国家疾控局将会同有关部门督促各地工作落实，并开展相应的阶段性和终期评估。

株洲安特新材料科技有限公司
年产5000吨氧化锑生产线建设项目
环境影响评价信息公示

株洲安特新材料科技有限公司年产5000吨氧化锑生产线建设项目环境影响报告书（征求意见稿）已编制完成，现按规定进行公示。公众可访问网站（https://pan.baidu.com/s/1qde__f- R7rbUkwn4UgBDYw 提取码：rqq3）查阅报告书征求意见稿的具体内容，也可反馈公众意见表以表达意见。

联系方式：龙总 13874114705

本报传真：28823908 广告热线：28835396 教育新闻部：28831972 印刷厂：28823155 发行部：28823900 本报自办发行 年定价：396元 零售价：2元 广告经营许可证：株工商广字第4302004030087号 本报3:10开印6:30印完 株洲日报印刷厂印