

秋冬绿化补植补栽 提升城市道路绿化景观品质

本报讯(记者 陈卓)10月21日,记者从市城管局道路绿化中心了解到,2025年秋冬季绿化补植补栽工作已全面启动,此举将有效改善生态环境,提升城市道路绿化景观品质。

红花草、金森女贞、鸢尾、麦冬……这段时间,市区秋冬季绿化补植补栽正火热进行中。形态各异的花草新栽于城市四周,绘就了美丽的生态画卷。“西环那边补栽了红花草、海桐;东明大道行道树补栽了海棠;新中大道绿地补栽了麦冬;劳动街补栽了红叶石楠;牧野大道补栽了鸢尾;金穗大道补栽了大叶女贞……”说起本次补植补栽工作,市城管局道路绿化中心技术人员郑全明如数家珍。

据介绍,前段时间,市城管局道路

绿化中心组织专业人员对所辖主次干道、游园等进行全面排查,重点统计因病虫害、天气灾害等导致的绿化缺株、死株及植被退化等情况,并及时建立补植台账,确保“底数清、靶向准”。

本次补植补栽在苗木选择上,结合实际需求与地域气候,优先选用了国槐、法桐等耐旱耐贫瘠的乡土树种,并搭配月季、鸢尾等花灌木,实现“乔灌木”立体搭配。

在补植补栽过程中,有专门的技术人员全程指导,严格遵循苗木起运、定植、浇水等流程,确保每一道工序都科学规范。针对车流量大的路段,采用“错峰作业”并设安全标识,减少对市民出行的影响。



我市发布医疗广告合规提示 规范全市医疗广告发布行为 维护良好医疗秩序

本报讯(记者 崔敬)为进一步规范全市医疗广告发布行为,维护良好医疗秩序,10月20日,市市场监督管理局依据相关法律法规发布医疗广告合规提示,以保障消费者合法权益。

医疗广告是指利用一定的媒介和形式直接或者间接介绍医疗机构或者医疗服务的广告。除依法设立的医疗机构外,任何单位和个人不得自行或者委托他人发布医疗广告。医疗机构不得以内部科室名义发布医疗广告。

医疗机构在本机构服务场所(含法定控制地带)或者通过本机构门户网站、移动客户端以及经网站平台认证资质的“自媒体”等互联网媒介,公开发布医疗机构概况、所承担的公共服务职能情况、重点学科、医务人员信息、医疗服务项目、诊疗服务流程以及医保、价格、收费、投诉方式等信息,且不存在《医疗广告认定指南》第六条规定情

形的,不构成广告。

医疗机构发布医疗广告,应当在发布前向卫生健康行政部门申请医疗广告审查,并提交《医疗广告审查申请表》、《医疗机构执业许可证》副本原件和复印件、医疗广告成品样件等材料。医疗广告应当真实、合法,以健康的表现形式表达广告内容,广告主应当对广告内容的真实性负责。

医疗广告内容仅限于医疗机构第一名称、医疗机构地址、所有制形式、医疗机构类别、诊疗科目、床位数、接诊时间、联系电话。

医疗广告不得涉及医疗技术、诊疗方法、疾病名称、药物,不得含有安全性的断言或者保证,不得保证治愈或者隐含保证治愈,不得与其他医疗机构比较,不得利用广告代言人、患者、卫生技术人员、医学教育科研机构以及其他社会团体、组织的名义、形象作推荐、证明,不得

使用“国家级”、“最高级”、“最佳”、“顶级”和“第一品牌”等绝对化用语。

任何单位、组织或个人通过媒介开展医学科普时,不得变相发布医疗、药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告。禁止利用新闻报道、医疗资讯、介绍健康养生知识等形式发布或者变相发布医疗广告。

有关医疗机构的人物专访、专题报道等宣传内容,可以出现医疗机构名称,但不得出现有关医疗机构的地址、联系方式等医疗广告内容;不得在同一媒介的同一时间段或者版面发布该医疗机构的广告。

医疗广告不得违背医学伦理规范。禁止发布含有“非医学需要的胎儿性别鉴定”“非医学需要的选择性别人工终止妊娠”“代孕”“人体器官交易”“买卖精子”“买卖卵子”“买卖出生医学证明”“人体器官交易”等内容。

医疗美容广告不得违背社会良好风尚,含有制造“容貌焦虑”等内容。不得将容貌不佳与“低能”“懒惰”“贫穷”等负面评价因素做不当关联,或者将容貌出众与“高素质”“勤奋”“成功”等积极评价因素做不当关联。禁止向未成年人发送任何形式的医疗美容广告。

不得在针对未成年人的大众传播媒介上发布医疗广告;不得在中小学校、幼儿园内开展医疗广告活动,不得利用中小学生和幼儿的教材、教辅材料、练习册、文具、教具、校服、校车等发布或者变相发布医疗广告等。

全市广告活动主体要切实履行广告发布主体责任,依法依规发布广告内容。市市场监督管理局将持续加大广告监测监管力度,严厉打击违法行为。广大消费者如自身合法权益受到侵害或发现违法广告线索,可及时拨打12315或12345热线进行投诉举报。

【平原腔声】

□姬国庆

10月8日,记者了解到,在全省食品安全执法检查培训班暨优秀案例展示活动中,经过现场案例演示及评委点评打分,我市市场监督管理局选送的延津县市场监督管理局查处某快餐店加工销售假驴肉火烧案,获评全省十大典型案例。(《平原晚报》10月9日A03版报道)

民以食为天,食以安为先。市场监管部门及时查处销售假驴肉火烧案,切实守护好群众“舌尖上的安全”,获评全省十大典型案例,彰显了市场监管部门守护“舌尖上的安全”的鲜明态度和坚定的执法决心。

典型案例也是最好的“警示钟”

关于卖肉,有句耳熟能详的话,挂羊头卖狗肉。比喻用好的名义作幌子,实际上做坏事。也泛指用好的名义欺骗人,名不符实。

就这起以假充真案件来说,这家快餐店明明说的是驴肉火烧,销售出的却是假驴肉火烧,这就是典型的“挂驴头卖假肉”,市场监管部门对此进行严厉查处,商家就是咎由自取。

那么,这家快餐店为什么要销售假驴肉呢?

现在,有些人喜欢吃驴肉,驴肉火烧又是一个特色,如果快餐店卖真驴肉,估计赚得少一些。

众所周知,驴繁育周期长,养殖成本

高。然而,假驴肉的成本则比较低,利润则很丰厚。

对于不法商家来说,他们为了追求经济利益,就会置法律法规于不顾,从而销售假驴肉,从而降低了加工成本,在让自己多赚“三五斗”的同时,侵犯了消费者的合法权益。

毫无疑问,市场监管部门对食品问题“零容忍”,及时查处销售假驴肉火烧案,让不法商家受到了应有的处罚,切实维护了消费者的合法权益。

从另外一个角度看,虽然这家快餐店刚开始销售假驴肉火烧时多赚了一些钱,但是被查处后必须接受相应的处罚,看似赚钱实则做了“赔本买卖”,可以说

是得不偿失。

查处一案,警醒一片。进一步而言,这起典型案例对涉事快餐店及其他商家敲响了警钟,其他商家应当把这起典型案例当成最好的“警示钟”,切实做到守法经营,让消费者更满意,让自己更诚信。

如果哪个商家再胆敢销售假驴肉,或者以其他方式侵犯消费者的合法权益,都必须接受相应的处罚,付出应有的代价。

总而言之,希望所有商家以案促改,警钟长鸣,严格遵守法律法规,为共同守护好“舌尖上的安全”履行社会责任,以诚信经营赢得消费者充分信赖,助力自己的生意更兴隆、经营更安心。