

# 习近平向“全球发展：共同使命与行动价值”智库媒体高端论坛致贺信

新华社北京7月4日电 7月4日，国家主席习近平向“全球发展：共同使命与行动价值”智库媒体高端论坛致贺信。

习近平强调，当前，世界百年变局和世纪疫情叠加，全球经济复苏脆弱乏力，南北发展鸿沟进一步扩大，世界进入新的动荡变革期，促进全球发展已成为人类面临的重大课题。为此，中国提出了全球发展倡议，中国愿同世界各国一道，坚持以人民为中心，坚持普惠包容、创新驱动、人与自然和谐共生，推动将发展置于国际优先议程，加快落实联合国2030年可持续发展议程，推动实现更加强劲、绿色、健康的全球发展。

“全球发展：共同使命与行动价值”智库媒体高端论坛当日在北京举行，由国务院新闻办公室主办，中国社会科学院、国务院发展研究中心、中央广播电视总台共同承办。

# 习近平《在庆祝香港回归祖国二十周年大会暨香港特别行政区第六届政府就职典礼上的讲话》单行本出版

新华社北京7月4日电 中共中央总书记、国家主席、中央军委主席习近平《在庆祝香港回归祖国二十周年大会暨香港特别行政区第六届政府就职典礼上的讲话》单行本，已由人民出版社出版，即日起在全国新华书店发行。

## 高温天催热冰城“夏日经济”



进入6月，哈尔滨市的温度像“开了挂”似的一路飙升，持续的高温天气让市民充分感受到了夏日的“热情”，同时也带火了“夏日经济”。近日，记者在走访中发现，清凉商品销售量上涨、避暑游复苏回暖、“懒人”经济升温……常态化疫情防控下，火热的“夏日经济”在为消费市场注入新活力的同时，也折射出都市生活的消费新趋势。

**制冷商品「成宝」**

“太热了，新房刚装修好，3个卧室都要装空调。”近日，在哈市南岗区先锋路上的国美电器商场内，正在选购空调的市民蒋先生说。很快，在工作人员推荐下，蒋先生就选购了3台变频空调。

**清凉消费「走俏」**

“自进入6月，空调销售呈现增长态势，个别型号还出现库存不足的情况。”该商场负责人说，高温天是制冷产品销售旺季，虽然哈尔滨并未进入极热天，但由于政府消费券的发放，刺激了消费者的欲望，让一些犹豫不决、持观望态度的人爽快出手。该商场6月份仅空调就销售了近15万台。

据黑龙江苏宁易购相关负责人介绍，进入6月，受连续高温天气影响，空调销售迎来大爆发，消费者更愿意早买早装早享受，以迎接七八月的酷暑季节。黑龙江苏宁易购市场中心数据统计，6月空调销售同比增长120%，其中三四级乡镇市场空调需求量同比增长368%，线上空调需求量同比增长超过150%。

“现在入夏不久，随着后续温度持续升高，空调、冰箱、电风扇等季节性电器产品的市场潜力将逐步显现。”黑龙江苏宁易购相关负责人表示。

连日来，记者在走访中发现，高温天不仅点燃了制冷消暑产品市场，也让冷饮市场人气飙升。马迭尔冰棍，这个游客到哈必吃品，每日销量10000根。

**销量节节攀升**

游客观看极地动物表演。

面对滚滚热浪，最消暑的打开方式莫过于戏水，哈尔滨一些主打“水牌”的景区景点游客呈现增长趋势。7月2日，中高考全部结束后的首个周末，记者刚走进波塞冬旅游度假区，尖叫声和欢呼声接连不断。在室内戏水区，身着各色泳衣的游客手拉手并排站，一个“海啸巨浪”袭来，游客在尖叫声中不自觉松开手，直呼“太爽了，再来一个！”随着“海面”渐渐平静，游客们又相约而同聚在一起，等待下一个巨浪来袭。据波塞冬旅游度假区副总经理孙希伟介绍，持续的高温天，让游客量同比增长了15%。

游客在戏水中感受缕缕清凉，但戏水不是唯一选择。高温天也让一些游客“躲”到了“极地”。走进哈尔滨极地公园，与极地动物面对面，舒服的温度，与外面的高温天气形成了极大的反差。“妈妈，怎么变成四只白鲸了，原来不是两只吗？”孩子的观察力和记忆力不容小觑，稚嫩的童声道出了此次哈尔滨极地馆的创新之处。

“表演不能一成不变，只有不断挑战自我，才能给游客耳目一新的感受！”哈尔滨极地公园营销副总监张志铭说，为了给游客最佳体验感、增加景区的黏性，哈尔滨极地公园经过一年多筹备，于近日推出了世界首创的“四鲸秀”。游走在景区之中，“凉快”“精彩”成为游客口中的高频词。据张志铭介绍，暑期将至，景区客流将会高速增长。

除了亲水戏水，时下，露营也成为哈市民避暑纳凉的不二之选。玉泉国际狩猎场、帽儿山景区等景区景点都增加了露营卖点，游客量也在不断攀升。近日，主打温泉牌的枫叶小镇也开拓新“战场”，沿着松花江支流发生渠搭建了40余顶帐篷，周末客流持续上涨，吸引了大量市民及游客前往。

**露营。**

点个冰饮降降暑。

**外卖经济「受宠」**

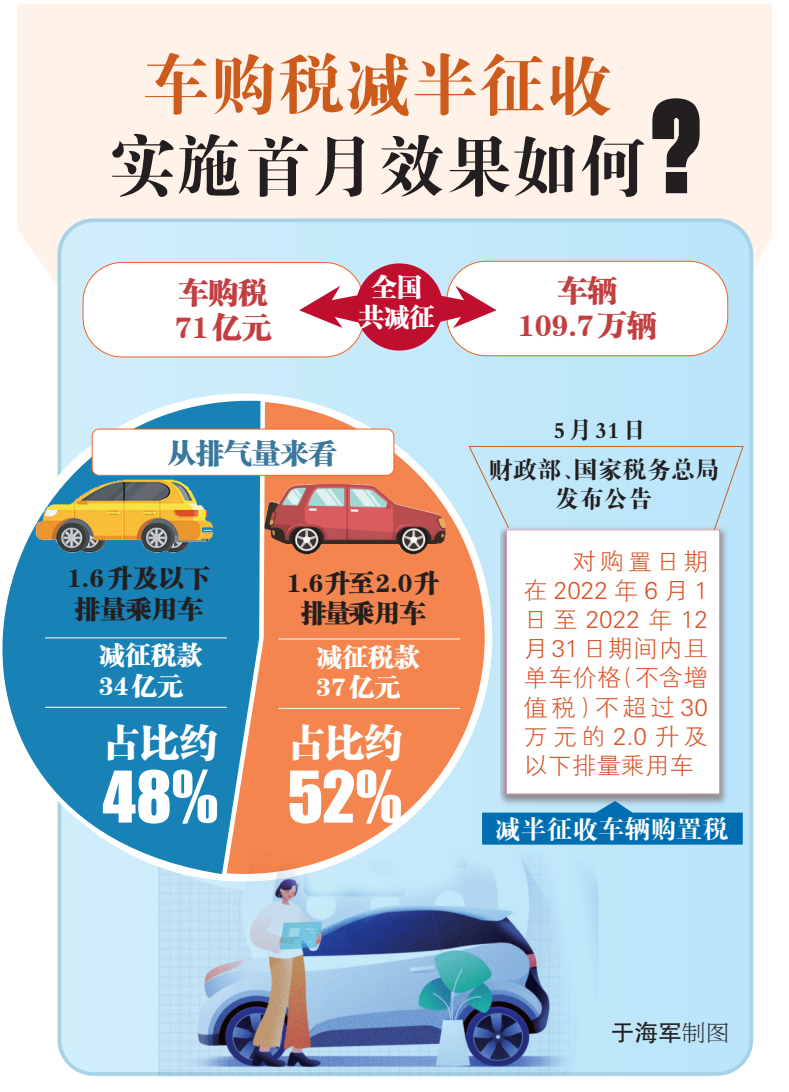
“午饭外卖点啥？”如今这句话已成为众多上班族的高频语。对于喜凉的哈尔滨人来说，面对躲不掉、逃不下的热浪，他们开启“懒人模式”，就此带热了“外卖经济”。

“大中午出门太热了，干脆叫份外卖，省事，关键是不用顶着大太阳出去买饭了。”上班族王先生说，天气一热，单位人们都不愿意出去，就组团点外卖。

记者走访了解到，外卖服务为市民提供生活便利的同时，也让外卖骑手及商家的收入水涨船高。据美团外卖大数据分析，哈西大街、群力地区、中央大街索非亚广场等商圈外卖量盘踞各商圈之最。订餐中以小吃快餐和饮品店最受欢迎，其中小吃快餐，市民最钟爱的是汉堡、麻辣烫、炸鸡炸串等；饮品最受欢迎的是奶茶果汁、咖啡、冰淇淋等。

据美团外卖中央大街配送站负责人高山说，进入6月，骑手日均接单量较入夏前增长3成左右，月均收入增长约1500元。站点骑手李春航表示，钱包日渐丰满，他为自己购买了冰袖、防晒坐垫等防暑降温设备，打算趁着夏天多接单赚钱。

**接单量日增三成**



新华社记者 严赋憬 王雨萧

自6月1日起实施的部分乘用车减半征收车辆购置税政策已经“满月”。国家税务总局最新数据显示，新政实施首月，全国共减征车购税71亿元，减征车辆109.7万辆。

一段时间以来，我国汽车消费因为疫情等多重因素“遇冷”，此次车辆购置税减半征收政策落实对于释放消费潜力和提振汽车市场起到了关键作用。

5月下旬，国务院常务会议进一步部署稳经济一揽子措施，提出阶段性减征部分乘用车购置税600亿元。5月31日，财政部、国家税务总局发布公告，对购置日期在2022年6月1日至2022年12月31日期间内且单车价格(不含增值税)不超过30万元的2.0升及以下排量乘用车，车购税减半征收。

“之前一直计划买辆新车代步，但总在犹豫价格，这次车购税减半征收节省了近1万元，让我下定决心入手。”家住辽宁营口的颜先生于6月1日当天“喜提”新车，成为减半征收车购税的首批受益者之一。

车辆购置税减半征收的优惠政策，不仅让购车人尝到了实惠，也给汽车经销商带来了实打实的销量回暖。

6月26日正值周末，四川成都一家汽车销售服务有限公司人头攒动，许多顾客在新车前驻足，咨询车辆相关信息。

公司销售负责人张先生说：“我们门店销售的品牌车型绝大多数在车购税减半征收政策范围内，之前一直观望的客户现在纷纷来联系购车，这个月来店看车的客户比上个月多出了五六成，成交量也很可观。”

据张先生介绍，今年1月至5月，该公司汽车平均月销80辆左右，而6月销售车辆达到140余辆，增长率达75%。“这项政策不仅让消费者得了实惠，也改善了我们经销商的生存状态和发展信心。”他说。

数据显示，6月1日至26日，乘用车市场零售142.2万辆，同比增长27%，较上月同期增长37%。

一直以来，车购税所征收的税款具有专门用途，专款专用于国家交通基础设施建设。在经济面临下行压力的背景下，出台阶段性车购税减半征收政策，释放出全力支持促进汽车产业恢复的信号。

国家税务总局税收科研所副所长李平认为，此次政策从消费端和供给端两侧共同发力。在消费端，能够直接降低消费者购车成本，有助于释放汽车消费潜力，扩大内需。在供给端，有助于缓解疫情对汽车产业的冲击，加快汽车企业复工复产进程，推动行业整体复苏回暖及可持续发展。

便捷的办税模式、广泛的政策宣传也助力这次车购税减半征收平稳推行。

在重庆某汽车销售服务有限公司购车后的李女士，登录电子税务局，输入机动车销售统一发票相关信息后，系统便自动识别减税标识，自动将车购税减半征收。“没想到这么快就办好了，缴税非常方便。”她说。

据了解，在国家税务总局统一部署下，各地税务部门迅速完成征管信息系统开发、测试、升级工作，全面开展政策宣传解读，把这项政策更快更好地落到实处。

新华社北京7月4日电

# 禁止价格欺诈新规7月起施行 明确七种典型价格欺诈行为

新华社北京7月4日电(记者董博婷)记者从国家档案局了解到，中国第一历史档案馆新馆4日起面向个人开放预约，社会观众可通过中国第一历史档案馆网站、“皇史宬”微信公众号、“中国第一历史档案馆”小程序进行预约查档、参观。该馆将于6日正式对公众开放。

这是中国第一历史档案馆新馆首次面向个人开放预约。馆内设有“兰台翰墨 家国春秋——明清历史档案展”“盛衰千秋——明清档案装具陈列”“守护国家记忆 传承民族文化——明清档案事业发展历程”等展览。在这里，参观者可以看到包括入选联合国教科文组织《世界记忆名录》和《世界记忆亚太地区名录》在内的数百件珍贵的中国档案文献珍品。

为更好服务党史学习教育常态化长效化和全社会“四史”宣传教育，馆内“百年恰是风华正茂——大型主题档案文献展”此次也一同面向个人开放预约。展览精选300余件馆藏珍品档案、100余张照片、20余组音视频以及历史革命图书和实物，深刻揭示了我们党不断取得胜利的成功密码和力量所在，诠释了伟大建党精神。

据了解，相较于故宫西华门内老馆，新馆内的档案查阅区查档机位成倍增加，达114个。馆内档案信息化管理平台开放44个全宗档案468万余件，官方网站可供检索的档案目录达410余万条。同时上线《清实录》《清会典》2个全文检索数据库，供公众免费使用。

标准”方可享受八折优惠。根据规定，经营者的此类行为属于不标示或者显著弱化标示对消费者不利的价格条件的表现，属于价格欺诈。

规定明确七种典型价格欺诈行为：一是谎称商品和服务价格为政府定价或者政府指导价；二是以低价诱骗消费者或者其他经营者，以高价进行结算；三是通过虚假折价、减价或者价格比较等方式销售商品或者提供服务；四是销售商品或者提供服务时，使用欺骗性、误导性的语言、文字、数字、图片或者视频等标示价格及其他价格信息；五是无正当理由拒绝履行或者不完全履行价格承诺；六是不标示或者显著弱化标示对消费者或者其他经营者不利的价格条件，诱骗消费者或者其他经营者与其进行交易；七是通过积分、礼券、兑换券、代金券等折抵价款时，拒不按约定折抵价款。

随着经营模式的发展，广大消费者逐渐接受商品吊牌、模型展示、电子屏幕等多种个性化标价方式，对经营者的标价形式进行严格限定并实行标价签监控制度已经没有必要。

因此，规定取消了标价签监控制度。除法律、法规和规章有明确规定的，只要能保证明码标价真实准确、货签对位、标识醒目，不再过多限制经营者的标价方式。经营者可以选择采用标价签(含电子标价签)、标价牌、价目表(册)、展示板、电子屏幕、商品实物或者模型展示、图片展示以及其他有效形式进行明码标价。

根据规定，金融、交通运输、医疗卫生等同时提供多项服务的行业，可以同时采用电子查询系统的方式明码标价。农村集市、拍卖等通过协商、竞价等方式确定价格的情形，没有必要实行严格的明码标价。但在另外一些情形下，比如粮食主产区频繁发生的商品粮交易，当地市场监管部门可以结合实际情况，要求经营者在收购粮食时，明确标示品种、规格、等级和收购价格等信息，更好保护购销双方合法权益。

为更好地促进和规范新业态健康发展，针对数字经济领域的新特点，规定对于网络交易明码标价的形式更加灵活，明确经营者通过网络等方式销售商品或者提供服务的，应当通过网络页面，以文字、图像等方式进行明码标价。

新华社北京7月4日电