

第三次全国时间利用调查公报发布 家务时间减少 “触网”时间增加

新华社北京10月31日电 国家统计局10月31日发布第三次全国时间利用调查公报。调查结果显示，随着我国数字化、信息化水平不断提高，我国居民时间利用分配和生产生活方式发生了较大变化，生活品质不断提升。

近年来，智能家居在生活中的场景应用不断升级，点外卖、找家政等家庭服务逐渐得到大众认可。调查数据显示，家务劳动活动的参与者每日平均时间为1小时59分钟，比2018年减少28分钟。

百姓消费方面，调查数据显示，购买商品或服务活动的参与者每日平均时间为43分钟，比2018年减少37分钟；活动参与率为34.1%，比2018年提高13个百分点；在购买商品或服务时，使用互联网的居民比例为54.7%，比2018年提高38.1个百分点。网络购物、在线生活服务等对居民的消费方式产生深刻影响，居民生活更加方便快捷。

近年来，智能手机、平板电脑、穿戴设备等日益普及，逐渐融入居民日常生活。调查数据显示，

互联网使用的居民每日平均时间为5小时37分钟，比2018年增加2小时55分钟；互联网使用活动参与率为92.9%，比2018年提高35.9个百分点。

此外，居民运动健身活动参与率有所提升。调查数据显示，当前我国居民运动健身活动参与率为49.6%，比2018年提高18.7个百分点，居民健身意识不断增强，生活方式更加健康。

据了解，第三次全国时间利用调查的现场调查时间为2024年5月11日至31日，调查对象为抽中调查户和该户中6周岁及以上常住成员，全国共调查3.85万户家庭、10.7万人。

国家统计局社科文司负责人介绍，我国于2008年、2018年开展了两次时间利用调查。第三次全国时间利用调查在调查范围、调查对象、调查内容、调查方式上都基于前两次调查进行了优化，能够全面、准确反映居民时间利用情况和生产生活变化，为改善民生福祉、科学制定社会民生政策提供详实、准确的统计信息支撑。

中央网信办部署开展 为期两个月专项整治行动

据新华社北京10月31日电 记者31日从中央网信办获悉，为集中治理同城版块易发多发问题，压紧压实网站平台主体责任，切实净化同城版块网络生态环境，近日，中央网信办印发通知，在全国范围内部署开展为期两个月的“清朗·同城版块信息内容问题整治”专项行动。

中央网信办有关负责人表示，本次专项行动覆盖社交、短视频、直播、资讯、电商、搜索引擎、团购点评、婚恋交友、地图导航、旅游出行、本地生活、天气日历、运动健康等平台同城

(本地)榜单、版块、栏目、频道，以及各类基于地理位置提供同城信息内容或服务的移动互联网应用程序。

本次专项行动重点整治5类突出问题：一是散播网络戾气。二是制造网络谣言和虚假信息。三是呈现色情低俗信息。四是为同城违法活动引流。五是提供网络水军服务。

中央网信办有关负责人表示，各地网信部门要充分认识专项行动对于净化网络生态，维护网民合法权益的重要意义，切实履行对同城版块的属地管理责任，严打违法违规行为，优化同城信息内容推荐机制，做好整改落实。

今冬明春北方地区 清洁取暖能源供应有保障

本报综合消息 10月31日，国家能源局举行新闻发布会，会上，发展规划司副司长董万成介绍，国家能源局高度重视迎峰度冬保暖保供工作，全力保障能源安全稳定供应和人民群众温暖过冬。随着清洁取暖长效机制的不断完善，同时结合近两年清洁取暖情况来看，今冬明春北方地区清洁取暖能源供应有保障，预计总体运行平稳。

董万成指出，今年度冬期间预计全国最高用电负荷与夏季相当，较去年度冬负荷明显增长，电力供应总体有保障，但局部面临一定压力，如华北、华东、西南区域的部分省份用电高峰时段可能电力供应紧张，需采取需求侧响应措施。如出现极端、灾害性天气，全国电力供应缺口还可能进一步扩大。

董万成表示，国家能源局将加强统筹协调，多措并举做好度冬保暖保供各项工作。

近500亿人次 前三季度我国交通出行火热

据新华社北京10月31日电 10月31日，记者从交通运输部召开的例行新闻发布会上了解到，今年前三季度，我国跨区域人员流动量490.9亿人次，同比增长5.4%。

“分方式看，铁路、水路、民航客运量同比分别增长13.8%、1.1%和19.1%，公路人员流动量同比增长4.7%，其中公路非营业性小客车人员出行量、公路营业性客运量同比分别增长3.8%和8.6%。”交通运输部总规划师、综合规划司司长吴春耕说。

营业性货运量保持增长。前三季度，我国完成营业性货运量416.3亿吨，同比增长3.3%，其中铁路、公路、水运、民航货运量同比分别增长1.9%、3.1%、4.8%和24.4%。

今起无认证电动自行车不予办理登记上牌

本报综合消息 电动自行车新规11月1日起实施。中消协近日针对电动自行车新规发出消费提示，提醒消费者确保所购电动自行车具有国家强制性产品认证（CCC认证）标志和整车合格证，11月1日后销售的、不具有有效认证证书的电动自行车将不予办理登记上牌。

近日，市场监管总局、工业和信息化部、公安部和国家消防救援局联合发布关于加强电动自行车产品准入及行业规范管理的公告，对11月1日后销售的、不具有有效认证证书的电动自行车不予办理登记上

牌。中消协提醒，购买电动自行车时，应选择信誉良好、证照齐全的正规商家，避免购买三无产品。优先选择知名品牌，这些品牌通常有更严格的质量控制和更完善的售后服务。确保所购电动自行车具有国家强制性产品认证（CCC认证）标志和整车合格证。

消费者还应关注电池的种类、容量和电压等指标。电机性能影响骑行体验，建议选择功率适中、质量可靠的电机。电动自行车应具有脚踏骑行功能。不要购买或委托他人改装、拼装的电动自行车。购买时记得索要发票和凭证，以便日后维修、维权。

禁止自带食物 非景区待客之道

□本报评论员 宋玉璐

分游客反映，孩子有特殊的饮食偏好或过敏情况，国外准备的食物无法带入，带来了极大不便；上海海昌海洋公园也曾因类似问题受到关注，公园内餐饮价格偏高，一些游客试图自带食物，却被拦下，这让游客觉得自己的权益受损。

有不少游客反映，之所以带食物进景区，或因景区餐饮太贵，或因景区缺乏相应餐饮服务，自带食物实属无奈之举。

一边是抗拒景区高价食物的游客，另一边则是对管理犯难的景区管理方。在一些景区，部分游客自带食物进入景区食用，离开后留下大量垃圾，给景区清洁工作带来巨大压力，影响景区美观，破坏生态环境，甚至影响景区及其他游客的安全。

然而，不少景区的解决方案是禁止游客自带食物，景区可自卖，但价格却翻了几倍，这让游客不禁质疑：到底是“方便管理”还是“方便赚钱”？

要想平息这场争论，需要游客与景区的共同努力和相互理解。作为景区管理方，要考虑到景区物价的合理性，尝试优化园内餐饮价格和品质，加强与游客的沟通交流，不断提升服务质量，为游客提供更加多元化、高品质的选择。同时，还可以合理规划专门的饮食区域，对于自带食物进行一定的规范管理，划定可带食物范围，而不是一味禁止。

而作为旅游市场的主角，游客要遵守景区相关规定，提升文明素质和环保意识，维护好文明有序的旅游环境，同时，在面对景区不合理的过高物价时，也要通过投诉举报等方式，坚决维护自己的合法权益。有关部门也应发挥立法、监管作用，制定更合理的指导意见，严厉打击违法违规行为，平衡好游客权益和景区发展之间的关系。只有这样，景区才能接住蓬勃发展的旅游市场的波涛汹涌，并把流量变“留量”。



近日，有游客发视频吐槽：“只有景区商家卖的东西才可以带进去吃，我们自己拿的食物就不能带。”视频中，景区工作人员制止了游客带食物上山的行为，称清扫任务重，“每天山上都是鸡爪、瓜子皮”。
(据《法治日报》)

景区能否自带食物之争由来已久，并非个例。迪士尼乐园禁止游客携带需加热、再加热、加工、冷藏或保温的食品及带有刺激性气味的食品入园，这一规定曾引发广泛讨论。不少游客抱怨园内食物价格高昂，一份普通快餐套餐价格远高于园外。部