

## 资讯

市民政局  
全面排查养老机构安全隐患

本报讯(记者 裴旭薇 见习记者 王月文)近日,市民政局负责人带领市县两级民政部门工作人员,对平陆县的养老机构,特别是民办养老机构、农村养老机构的各类安全问题进行全面排查。

市、县民政局一行人先后深入平陆县芳芳养老院、平陆县圣福乐养老有限公司、平陆润泽康养服务中心,通过实地查看、询问交流等方式,对养老机构在消防、房屋结构等方面的安全隐患进行了详细检查,并针对如何发现隐患、正确使用消防设施器材进行了具体指导。同时,还重点检查了食品留样记录登记、清洗消毒登记、餐厨废弃物处理登记等情况。

在排查安全隐患过程中,市民政局负责人强调,各级民政部门要履行监管职责,加强对养老机构安全隐患的排查整治,及时发现和解决重点、难点问题,盯紧薄弱环节,全力保障养老机构安全平稳运行,让老年人住得安心、放心、舒心。特别是春节将至,要对排查出的安全问题立即整改落实,做到责任到人,不放过任何一个隐患,确保老年人过一个欢乐祥和的春节。

市邮政管理局  
推进快递包装绿色治理

本报讯(记者 付炎 通讯员 邓小花)连日来,市邮政管理局结合《运城市中心城区生活垃圾分类三年行动实施方案(2023—2025)》要求,将垃圾分类工作作为全市邮政快递行业生态环保工作的重点内容,推动邮件快件包装减量化、标准化、循环化、无害化。

该局一是早安排、早部署,从强化塑料包装源头治理、推广应用可循环包装、规范塑料废弃物回收利用和处置等方面,对全年行业生态环保工作进行安排部署。二是压实企业责任,加强监督检查,将邮件快件过度包装和塑料污染两项治理,作为行业生态环保工作的重点整治内容,督导邮政快递企业减少二次包装,推行简约包装,减少填充物,有效降低邮件快件包装平均用量。在日常执法检查中,对邮件快件包装情况进行抽查,定期通报检查情况,督促企业履行主体责任。三是根据《运城市中心城区生活垃圾分类三年行动实施方案(2023—2025)》,按照职责分工抓好源头减量的协同治理,坚持无害化原则,禁止使用重金属和特定物质超标的邮件快件包装,引导企业优先采用可重复使用、未端易回收、再生循环利用率高的快递包装产品等,提升快递包装循环复用比例,加大生活垃圾分类的宣传力度。

该局相关负责人表示,将进一步加强与相关部门的沟通协调,引导全行业融入绿色低碳高质量发展大局,在快递包装绿色治理上抓实效、抓长效。

永济市零工市场:  
打造“15分钟就业圈”

本报记者 郭华

“我工作的地方每天只用上半班,剩余时间还想再多赚点钱,就来零工市场看一下有没有一份时间灵活、适合我做的工作。”近日,在永济市零工市场,永济市民孙女士正在向工作人员咨询零工工作情况。在永济,像孙女士这样的零工还有很多。

零工市场的本质是服务零工群体,永济市零工市场秉持“情系零工,真诚服务”的理念,先后前往西安、太原等地实地考察一大批企业资质好、上手时间短、工作时间灵活、薪酬待遇较好的适合零工群体的工作,切实帮助零工实现居家就业增收。

永济市零工市场通过走访调研、实地考察、沟通协调等多种方式,确认了粗布制作、电子元件加工、手工水饺加工、跨境电商、假发制作及手工串串加工等各行各业的工作岗位。经过报名审核、精准帮扶、技能培训、服务优化等措施,手工水饺加工、假发制作、手工串串加工项目已全面落地。一系列贴心、暖心的就业服务极大地解决了永济市就业困难群体及“宝妈”群体的就业问题,为他们的生活多增添了一份保障。

今年63岁的杨阿姨平时主要负责照顾孙子,随着孙子开始上小学,她有了一些空闲时间,想找点事做补贴家用,同时实现自我价值。然而因为需要较为自由灵活的时间来接送孙子,让她找工作的难度增大。一次,杨阿姨在“永济就业”直播间看到主播介绍永济市零工市场有大量手工活岗位正在招聘工作人员,她便抱着试试看的态度走进永济市零工市场。经过工作人员详细介绍,杨阿姨找到了适合自己的岗位,开启了自己“打零工”的职业生涯。

“我市零工市场推出的居家就业模式,帮助更多闲散劳动力实现家门口就业增收。截至目前,通过手工水饺加工、假发制作及手工串串加工3种手工活,已先后帮助500余人次解决就业问题。”永济市就业服务中心负责人表示。

下一步,永济市零工市场将引进更多优质手工活,提供多行业、多领域、多样化的就业机会,努力打造永济零工群体家门口的“15分钟就业圈”。同时,永济市将进一步加大零工市场的宣传力度,不断提升该市场的知晓度和影响力,全力促进零工群体高质量就业。

## 市市场监管局发布节日商业广告合规提示

乔植

本报讯(记者 乔植)2024年春节、元宵节将至,为进一步规范全市商业广告发布行为,保护消费者合法权益,营造公平有序、安心放心的广告市场环境,近日,市市场监督管理局对节日期间商业广告发布合规提示。

一、广告应当真实、合法,以健康的表现形式表达广告内容,符合社会主义核心价值观和弘扬中华优秀传统文化的要求。

二、经营者开展促销活动,通过商业广告、店堂告示等方式作出优惠承诺的,应当履行承诺。不得利用节日促销发布虚假的打折降价等信息,不得含有虚假或引人误解的内容。

三、严禁在商业广告中使用或者变相使用中华人民共和国的国旗、国歌、国徽,军旗、军歌、军徽;广告中使用国家地图的要做好审核,防止使用错绘、漏绘的“问题地图”,严禁在广告中使用不完整中国地图。

四、严禁发布宣传“特供”“专供”“给领导干部送礼”,煽动过度消费,宣传奢靡拜金等内容的违法广告。

五、食品广告不得声称具有保健功能,不得涉及疾病预防、治疗功能,不得使用医疗用语或者易使推销的食品与药品、医疗器械相混淆的用语。

六、保健食品广告不得涉及疾病预防、治疗功能,不得出现表示功效、安全性的断言或者保证等内容。发布保健食品广告应当显著标明广告批准文号,未经广告审查机关审查,不得发布。

七、酒类广告不得含有诱导、怂恿饮酒或者宣传无节制饮酒;不得出现饮酒的动作;不得明示或者暗示饮酒有消除紧张和焦虑、增加体力等功效。

八、禁止在大众传播媒介或者公共场所、公共交通工具、户外发布烟草广告。禁止利用互联网发布烟草(含电子烟)广告。禁止向未成年人发送任何形式的烟草广告。

九、房地产广告必须“五证齐全”,房源信息应当真实,面积应当标明为建筑面积或者套内建筑面积,不得在房地产广告中承诺或暗示该房地产可能升值或有投资回报、返利;不得含有能够为人住者办理户口、就业、升学等事项的承诺;不得在房地产广告中标注或暗示房源为学区房、学位房。

十、教育培训广告不得含有夸大培训效果、误导公众教育观念、制造家长焦虑的内容;不得发布面向中小学生、幼儿的学科类、非学科类校外培训广告;公务员考试培训、高等学历继续教育等广告,不得对通过考试或者对教育、培训的效果作出明示或者暗示的保证性承诺。

十一、旅游产品和服务广告宣传要客观真实,不得诱导、误导、欺骗消费者。旅游广告中介绍的旅游活动不得含有违反有关法律、法规规定的内容。

十二、网络直播以“探店”“体验分享”等方式推荐各类商品或者服务,并附加购物链接等购买方式的,广告发布者应当显著标明“广告”字样。

节日期间,市场监督管理局将加强对全市商业广告活动线上线下的监测监管,依法查处各类违法违规广告。该局要求全市广告活动主体认真自查,切实履行广告发布审查责任,依法依规发布广告内容,共同维护“两节”期间广告市场秩序。同时,鼓励广大消费者通过12315或12345热线投诉举报涉嫌违法广告线索。

## 聚焦

天津市爱之桥公司培育特色劳务品牌,擦亮就业增收“金名片”——

## “龙门护工”跃龙门

本报记者 裴旭薇

劳务品牌是具有鲜明地域特色、行业特征、技能特点和良好用户口碑的劳务标识。近年来,我市不断强化劳务品牌建设,实施“一县一品”劳务品牌工程,持续扩大品牌规模,提升品牌质量,不少特色劳务品牌在带动就业创业、促进居民增收、推动乡村振兴方面发挥了重要作用,成为创业品牌、产业品牌、文化品牌,甚至成为地域“名片”。

2023年12月,我市“永济面师”“龙门护工”两个劳务品牌被省人社厅评定为第三批省级劳务品牌。其中,由天津市爱之桥家政服务有限公司(以下简称“爱之桥公司”)注册的“龙门护工”劳务品牌,抢抓老龄化趋势带来的护工就业机会,以护工技能培训带动就业,成为天津劳动力、特别是大龄劳动力就业增收的“金名片”,带动更多的“龙门护工”跃出龙门,实现人生价值。

## 培训颁证“一条龙”

家住天津市的杨会珍今年51岁,一周前,她和丈夫两个人在爱之桥公司参加了护工技能培训,理论加实操的学习让他们了解了护工这个行业,并掌握了基本的护理知识。从培训、实训到拿到护工初级技能等级认定证书,只用了不到半个月时间。在公司的推荐下,夫妻二人决定春节前后到北京的一家养老院务工。

“以前我和丈夫都在煤矿打工,两年前退休了,年龄大加上没什么技能,很难找到工作,听到朋友介绍爱之桥公司免费培训护工,就抱着试一试的想法过来学习,没想到不仅学到很多东西,而且也让我选定了职业方向。”杨会珍告诉记者,护工虽然辛苦了一点,但收入可观,而且适合年龄在50岁左右的人。

1月22日上午,在爱之桥职业技能培训学校,记者看到,虽然临近春节,但小规模的护工培训仍在进行,不时还有前来咨询如何培训及选择就业去处的人。一些人希望能在春节前外出,抢占好一点的工作岗位,避开年后就业高峰。

爱之桥公司董事长杨爱仙告诉记者,这几年,公司的护工培训靠着扎实和诚信,积累了很好的群众口碑,很多人主动找上门来参加培训。

“一开始,大家对护工不了解,认为是伺候人的活,低人一等。后来经过我们的宣传培训,送出去一批又一批的护工,大家的思想观念有了改变,意识到护工是一个可以稳定就业增收的职业。”杨爱仙表示,当前,国内护工市场供不应求,而运城人民以勤劳、朴实、综合素质高而取胜,是护工市场上的“香饽饽”。

据了解,为适应当前护工市场需求,爱之桥公司积极壮大护工培训的师资力量,派讲师去深圳、太原等地学习深造,并要求讲师不定期到一线岗位体验、巡回指导,确保培训内容与时俱进。同时,公司还引进线上线下结合的立体培训模式,让爱之桥的护工培训教学更灵活。同时,公司不断强化硬件设施配备,护工培训教室由6个增加到9个,可同时容纳400人进行培训,并开设专门的实操教学间,各种实操教具配备齐全,确保学员理论和实践学习同步进行。此外,公司还



2023年12月20日,爱之桥公司集中输送30名护工赴北京就业。(资料图片)

将天津市人民医院作为“龙门护工”实训基地,帮助学员在一线学习实操知识,更多地与岗位需求进行衔接。

2023年,爱之桥职业技能培训学校成功拿到运城市职业技能等级认定资质,学员参加培训并考核合格后,可以由公司进行发证和推荐就业。

杨爱仙告诉记者,从2017年开展护工培训以来,公司先后培训学员2000人以上,实现稳定就业的占60%,主要就业方向是养老院、医院及居家照护等,就业人员平均工资在6000元左右,高的可以实现月薪上万元。

“我们参加培训的学员年龄在30岁到60岁之间,其中以45岁到50岁的妇女居多,近一两年逐渐出现低龄化趋势,而且出现高学历学员及男护工增加的现象。”杨爱仙说。

## 就业服务“保姆式”

“我到北京工作4年,每个月6000元工资,休息的时候和姐妹们在北京逛一逛,生活非常充实,靠自己的能力挣钱养家,让我很有成就感。”今年50岁的薛勤芳在北京一家养老院做护工,一对一照护一位90岁的雇主。几年来,薛勤芳对护工工作已经非常熟练和专业,靠着吃苦耐劳和负责的品质赢得了雇主及其子女的信任。如今,薛勤芳的收入成了家里的经济支柱,除了负担孩子上大学的费用,她还给家里盖了房子,添置了家具,一家人日子过得红红火火。

“爱之桥就像个大家庭,姐妹们在外互相照顾,公司也经常看望慰问我们,作为在外的‘龙门护工’,我心里暖暖的,爱之桥真是给中

年姐妹们提供了一个证明自己价值的平台。”薛勤芳告诉记者,和她一起在一家养老院工作的“龙门护工”有将近400人,这让她在外地工作就像在家乡一样亲切和熟悉。

培训是基础,就业是目的。为了给护工提供更多更优质的就业机会,爱之桥公司每年都要到一二线城市考察和拓展市场,为护工的扩充和就业夯实基础。目前,爱之桥公司已先后与北京、上海以及杭州、太原、西安等地的40多家养老机构、医院和家政公司建立长期合作关系,每年向外输送“龙门护工”300人左右,一些优秀的护工甚至做到了驿站站长、楼层主管、带班主管等职位,在一线城市闯出属于自己的一片天地。

同时,爱之桥公司还利用“省校合作”的机会,积极努力推进技能服务人才培养基地的建设,先后与大连理工大学、西安电子科技大学、西安科技大学高新学院、浙江大学、武汉大学等36所高校签订校企合作协议,向国内“双一流”大学输出100多名护工。

目前,“龙门护工”的就业形式分两大类,一类是向养老机构和医院大批量输送,爱之桥公司会采用集中输送的形式,为学员减轻经济压力,让他们稳定就业。另一类是居家养老的一对一派遣。公司引进熊猫派单系统,让学员实现远程面试、下订单、签合同,线上买保险以及线上管理客户和员工等。借助这个平台,“龙门护工”从天津“飞”向全国各地。

“本着对护工们负责的态度,每一家合作的养老院、医院我们都要实地考察,全面了解工作环境、薪资待遇、生活环境等,确保咱们输送的护工利益得到保障。”杨爱仙表示,“龙门护工”通过培训上岗后,公司还会做好后续的跟踪服务,包括定期电话回访、

春节慰问、颁发优秀学员证书、帮助联系转岗等,并且建立微信群,方便学员们之间互相沟通交流,也让学员感受到公司大家庭的温暖。对于学历较高的学员,公司则选拔其进入公司管理层,或担任培训讲师等,做到人尽其才。

## 品牌打造“无止境”

如今,“龙门护工”成了一块就业的“金字招牌”。这背后,除了扎实的培训和就业指导、立体化的工作流程外,还得益于天津市人社局和爱之桥公司对品牌不遗余力的宣传和推介。

爱之桥公司精心打造品牌形象,要求学员在培训时统一穿着有“龙门护工”标识的上衣,去外地务工的学员每人戴一顶有“龙门护工”标识的红色帽子。同时,公司利用多个平台进行全方位的宣传,特别是通过抖音等短视频平台展示企业形象,讲述护工故事,用身边的典型引导更多的农村妇女加入护工行列,实现高质量就业,真正为农村妇女搭建起就业增收的“爱的桥梁”,让品牌效应逐步凸显。

“如今,我们‘龙门护工’学员中有很多是妯娌、母女、姐妹、夫妻之间互相介绍引荐来的。大家的信任是我们前行的动力。”杨爱仙表示,爱之桥公司的宗旨就是“架大爱之桥,圆就业之梦”,通过扎实的培训和优质的服务,带领更多的农村妇女和闲散劳动力走出去,实现技能增收致富,让“龙门护工”成为就业的“金名片”。

下一步,爱之桥公司会紧跟社会和行业的发展,在技能培训和就业方面不断探索,为社会输送更多更优秀的护工。一方面做到培训分级别、分层次,针对不同的年龄阶段和文化程度的护工,分级别、分层次设置培训课程,推荐不同层次、不同需求的就业岗位。另一方面要进一步挖掘就业岗位,让就业与培训工作形成闭环效应,在合作机构派驻管理人员为护工提供全方位服务,提高派出护工的稳岗率,并在社区养老和居家养老照护方面进一步探索。

杨爱仙深知,做大做强“龙门护工”省级劳务品牌,爱之桥公司还有很长的路要走。“目前,护工的年龄普遍偏大,随着我国社会老龄化进程的加快,护工的需求会越来越大,对护工的专业程度和综合素质的要求也会越来越高。”杨爱仙表示,公司将进一步统一培训标准,统一从业规范,统一风险管控,统一品牌标识,优化护工管理模式,加快提升“龙门护工”的整体素质,最大限度满足社会养老的需求,持续提升品牌影响力。

“我们需要创新思路,探索推动传统服务业的转型升级,服务于高质量充分就业和地方经济社会发展,开拓海外市场,让‘龙门护工’劳务品牌叫响全国,走出国门。”杨爱仙说。

▲近日,在爱之桥职业技能培训学校,讲师为学员讲授如何帮助卧床老年人拍痰。  
▼讲师为学员讲解推轮椅的注意事项。  
裴旭薇 摄



## 市市场监管局发布节日商业广告合规提示

歌、军徽;广告中使用国家地图的要做好审核,防止使用错绘、漏绘的“问题地图”,严禁在广告中使用不完整中国地图。

四、严禁发布宣传“特供”“专供”“给领导干部送礼”,煽动过度消费,宣传奢靡拜金等内容的违法广告。

五、食品广告不得声称具有保健功能,不得涉及疾病预防、治疗功能,不得使用医疗用语或者易使推销的食品与药品、医疗器械相混淆的用语。

六、保健食品广告不得涉及疾病预防、治疗功能,不得出现表示功效、安全性的断言或者保证等内容。发布保健食品广告应当显著标明广告批准文号,未经广告审查机关审查,不得发布。

七、酒类广告不得含有诱导、怂恿饮酒或者宣传无节制饮酒;不得出现饮酒的动作;不得明示或者暗示饮酒有消除紧张和焦虑、增加体力等功效。

八、禁止在大众传播媒介或者公共场所、公共交通工具、户外发布烟草广告。禁止利用互联网发布烟草(含电子烟)广告。禁止向未成年人发送任何形式的烟草广告。

九、房地产广告必须“五证齐全”,房源信息应当真实,面积应当标明为建筑面积或者套内建筑面积,不得在房地产广告中承诺或暗示该房地产可能升值或有投资回报、返利;不得含有能够为人住者办理户口、就业、升学等事项的承诺;不得在房地产广告中标注或暗示房源为学区房、学位房。

十、教育培训广告不得含有夸大培训效果、误导公众教育观念、制造家长焦虑的内容;不得发布面向中小学生、幼儿的学科类、非学科类校外培训广告;公务员考试培训、高等学历继续教育等广告,不得对通过考试或者对教育、培训的效果作出明示或者暗示的保证性承诺。

十一、旅游产品和服务广告宣传要客观真实,不得诱导、误导、欺骗消费者。旅游广告中介绍的旅游活动不得含有违反有关法律、法规规定的内容。

十二、网络直播以“探店”“体验分享”等方式推荐各类商品或者服务,并附加购物链接等购买方式的,广告发布者应当显著标明“广告”字样。

节日期间,市场监督管理局将加强对全市商业广告活动线上线下的监测监管,依法查处各类违法违规广告。该局要求全市广告活动主体认真自查,切实履行广告发布审查责任,依法依规发布广告内容,共同维护“两节”期间广告市场秩序。同时,鼓励广大消费者通过12315或12345热线投诉举报涉嫌违法广告线索。

歌、军徽;广告中使用国家地图的要做好审核,防止使用错绘、漏绘的“问题地图”,严禁在广告中使用不完整中国地图。

四、严禁发布宣传“特供”“专供”“给领导干部送礼”,煽动过度消费,宣传奢靡拜金等内容的违法广告。

五、食品广告不得声称具有保健功能,不得涉及疾病预防、治疗功能,不得使用医疗用语或者易使推销的食品与药品、医疗器械相混淆的用语。

六、保健食品广告不得涉及疾病预防、治疗功能,不得出现表示功效、安全性的断言或者保证等内容。发布保健食品广告应当显著标明广告批准文号,未经广告审查机关审查,不得发布。

七、酒类广告不得含有诱导、怂恿饮酒或者宣传无节制饮酒;不得出现饮酒的动作;不得明示或者暗示饮酒有消除紧张和焦虑、增加体力等功效。

八、禁止在大众传播媒介或者公共场所、公共交通工具、户外发布烟草广告。禁止利用互联网发布烟草(含电子烟)广告。禁止向未成年人发送任何形式的烟草广告。

九、房地产广告必须“五证齐全”,房源信息应当真实,面积应当标明为建筑面积或者套内建筑面积,不得在房地产广告中承诺或暗示该房地产可能升值或有投资回报、返利;不得含有能够为人住者办理户口、就业、升学等事项的承诺;不得在房地产广告中标注或暗示房源为学区房、学位房。

十、教育培训广告不得含有夸大培训效果、误导公众教育观念、制造家长焦虑的内容;不得发布面向中小学生、幼儿的学科类、非学科类校外培训广告;公务员考试培训、高等学历继续教育等广告,不得对通过考试或者对教育、培训的效果作出明示或者暗示的保证性承诺。

十一、旅游产品和服务广告宣传要客观真实,不得诱导、误导、欺骗消费者。旅游广告中介绍的旅游活动不得含有违反有关法律、法规规定的内容。

十二、网络直播以“探店”“体验分享”等方式推荐各类商品或者服务,并附加购物链接等购买方式的,广告发布者应当显著标明“广告”字样。

节日期间,市场监督管理局将加强对全市商业广告活动线上线下的监测监管,依法查处各类违法违规广告。该局要求全市广告活动主体认真自查,切实履行广告发布审查责任,依法依规发布广告内容,共同维护“两节”期间广告市场秩序。同时,鼓励广大消费者通过12315或12345热线投诉举报涉嫌违法广告线索。

区房、学位房。

十、教育培训广告不得含有夸大培训效果、误导公众教育观念、制造家长焦虑的内容;不得发布面向中小学生、幼儿的学科类、非学科类校外培训广告;公务员考试培训、高等学历继续教育等广告,不得对通过考试或者对教育、培训的效果作出明示或者暗示的保证性承诺。

十一、旅游产品和服务广告宣传要客观真实,不得诱导、误导、欺骗消费者。旅游广告中介绍的旅游活动不得含有违反有关法律、法规规定的内容。

十二、网络直播以“探店”“体验分享”等方式推荐各类商品或者服务,并附加购物链接等购买方式的,广告发布者应当显著标明“广告”字样。

节日期间,市场监督管理局将加强对全市商业广告活动线上线下的监测监管,依法查处各类违法违规广告。该局要求全市广告活动主体认真自查,切实履行广告发布审查责任,依法依规发布广告内容,共同维护“两节”期间广告市场秩序。同时,鼓励广大消费者通过12315或12345热线投诉举报涉嫌违法广告线索。

区房、学位房。

十、教育培训广告不得含有夸大培训效果、误导公众教育观念、制造家长焦虑的内容;不得发布面向中小学生、幼儿的学科类、非学科类校外培训广告;公务员考试培训、高等学历继续教育等广告,不得对通过考试或者对教育、培训的效果作出明示或者暗示的保证性承诺。

十一、旅游产品和服务广告宣传要客观真实,不得诱导、误导、欺骗消费者。旅游广告中介绍的旅游活动不得含有违反有关法律、法规规定的内容。

十二、网络直播以“探店”“体验分享”等方式推荐各类商品或者服务,并附加购物链接等购买方式的,广告发布者应当显著标明“广告”字样。

节日期间,市场监督管理局将加强对全市商业广告活动线上线下的监测监管,依法查处各类违法违规广告。该局要求全市广告活动主体认真自查,切实履行广告发布审查责任,依法依规发布广告内容,共同维护“两节”期间广告市场秩序。同时,鼓励广大消费者通过12315或12345热线投诉举报涉嫌违法广告线索。

区房、学位房。

十、教育培训广告不得含有夸大培训效果、误导公众教育观念、制造家长焦虑的内容;不得发布面向中小学生、幼儿的学科类、非学科类校外培训广告;公务员考试培训、高等学历继续教育等广告,不得对通过考试或者对教育、培训的效果作出明示或者暗示的保证性承诺。

十一、旅游产品和服务广告宣传要客观真实,不得诱导、误导、欺骗消费者。旅游广告中介绍的旅游活动不得含有违反有关法律、法规规定的内容。

十二、网络直播以“探店”“体验分享”等方式推荐各类商品或者服务,并附加购物链接等购买方式的,广告发布者应当显著标明“广告”字样。

节日期间,市场监督管理局将加强对全市商业广告活动线上线下的监测监管,依法查处各类违法违规广告。该局要求全市广告活动主体认真自查,切实履行广告发布审查责任,依法依规发布广告内容,共同维护“两节”期间广告市场秩序。同时,鼓励广大消费者通过12315或12345热线投诉举报涉嫌违法广告线索。

区房、学位房。

十、教育培训广告不得含有夸大培训效果、误导公众教育观念、制造家长焦虑的内容;不得发布面向中小学生、幼儿的学科类、非学科类校外培训广告;公务员考试培训、高等学历继续教育等广告,不得对通过考试或者对教育、培训的效果作出明示或者暗示的保证性承诺。

十一、旅游产品和服务广告宣传要客观真实,不得诱导、误导、欺骗消费者。旅游广告中介绍的旅游活动不得含有违反有关法律、法规规定的内容。

十二、网络直播以“探店”“体验分享”等方式推荐各类商品或者服务,并附加购物链接等购买方式的,广告发布者应当显著标明“广告”字样。

节日期间,市场监督管理局将加强对全市商业广告活动线上线下的监测监管,依法查处各类违法违规广告。该局要求全市广告活动主体认真自查,切实履行广告发布审查责任,依法依规发布广告内容,共同维护“两节”期间广告市场秩序。同时,鼓励广大消费者通过12315或12345热线投诉举报涉嫌违法广告线索。

本版责编 裴旭薇 美编 冯潇楠  
校对 郝鹏飞