民政部公开征求养老机构等级划分意见

日前,民政部就新修订的《养老机构等级划分》(原标准为《养老机构等级划分与评定》)国家标准面向社会公开征求意见。

新修订的《养老机构等级划分》明确,养老机构等级评定遵循“自愿申请,科学合理,质量为重,注重实效,客观公正,程序规范”的原则。在综合考察养老机构的环境、设施设备、运营管理、服务的基础上对养老机构进行等级划分。

养老机构的等级分为五个等级,从低到高依次为一级、二级、三级、四级、五级。等级越高,表示养老机构在环境、设施设备、运营管理、服务方面的综合能力越强。

养老机构的等级标志由五角星图案构成,一颗五角星表示一级,两颗五角星表示二级,三颗五角星表示三级,四颗五角星表示四级,五颗五角星表示五级。

养老机构等级有效期为3年(自颁发证书之日起计算),有效期满前3个月养老机构应向行业主管部门申请复评。

未按时申请复评的,有效期满后原等级自动失效。复评通过后,自新颁发证书之日起重新计算有效期。

(据央视新闻10.28)

物业维修资金计价有『标尺』

屋面渗水、电梯老化、消防设施检修……小区动用维修资金时,报价合不合理、合同怎么签、结算谁来审,一直是业主最头疼的事。近日,《湖南省物业维修工程造价指引》正式印发,为这笔“房子的养老金”立下了统一规矩。

过去,物业维修工程零星点位多、隐蔽工程多,报价口径不一、变更签证随意、结算争议频发。新指引直击痛点,明确造价由建筑安装工程费和工程建设其他费两部分构成。外墙防水、道路修补等项目,各市州可结合本地细化;设计、检测、监理等费用按标准或市场询价计取。针对不同场景,指引给出三种合同方案:工程量难预判的用单价合同,内容清晰的用总价合同,应急隐蔽工程则适用成本加酬金合同,并配套工程类、设备类两套示范合同文本。

更关键的是全流程管控。从预算编制到竣工结算环环设防:招标以公示预算为最高限价,工程变更必须书面报批,严禁事后补签、虚假签证。一条硬性规定尤其受关注:结算5万元及以上的项目,必须委托造价咨询机构审核。同时,造价明细、合同、变更内容须在小区显著位置公示不少于7天,业主有疑可要求书面说明,全程留痕有据可查。

该指引自发布之日起施行,各市州可制定配套措施。业主们关心的“糊涂账”,终于有了一把明白尺。

(据掌上长沙App)

新国标给『小蓝灯』划红线



“小蓝灯”本是标识智驾状态的蓝色指示灯,却被吐槽成“马路闪光弹”;更有车主给车灯配上文字表情包,花哨刺眼。车灯变“戏精”,到底是刚需还是添乱?日前,工信部公开征求意见,正式启动《汽车及挂车外部照明和光信号装置的安装要求》修订工作,计划2028年1月1日起实施,给车灯安全使用“划红线”。

“小蓝灯”谁能装?新规门槛很明确:仅限L3级及以上有条件自动驾驶车辆选装,市面上大量L2级辅助驾驶车型明确不允许安装。选装后还必须满足全部技术条款。过去各家企业自行设计,颜色、亮度、位置五花八门,如今新国标选定“蓝绿色”为专属光色,既与国际标准接轨,又兼顾辨识度与警示效果。亮度也有硬标准,用色度坐标边界进行规范,且灯光必须与系统深度绑定:激活自动驾驶时自动亮,退出后自动灭,严禁手动开关。

那车灯还能显示表情包吗?征求意见稿明确说“不”。车辆行驶中,外部灯具不得显示文字、图案等内容,避免花哨灯光干扰其他道路使用者。专家指出,车灯首要使命是保障行车安全,承担照明、警示、传达行驶状态信号的功能,不能本末倒置。

新国标为自动驾驶标志灯补上了国内统一技术规则的空白,让道路车辆有了统一的“交流语言”。车灯回归安全本职,才是最好的“灯光秀”。

(摘自《钱江晚报》)

年轻人正在抛弃帆布鞋

地铁车厢里,90后小乔低头一瞥,运动鞋丛中一双帆布鞋格外醒目,瞬间勾起她的大学记忆,那时班上几乎人脚一双匡威。可如今,她的鞋柜早已没了它的身影。上网一搜,围绕匡威的关键词只剩“贵”和“脚疼”。

冰冷的数据印证了这份冷落:匡威母公司耐克财报显示,匡威营收从2023财年的24亿美元暴跌至2026财年的11.74亿美元,几乎腰斩,全球市场无一例外。

匡威并非坐以待毙。今年夏天,新款CHUCK 70 X全球首发放在上海,主打“脚感革命、舒适王者”,减重10%、换软弹鞋垫、定制亚洲鞋楦。但一个百年品牌把“脚感”当卖点,多少有点后知后觉。

更多时候,匡威靠“抽象整活”博眼球:帆布高跟鞋、平底芭蕾鞋、千禧坡跟……网友锐评不断,直播间却乐此不疲。一条“吵完架摔门却要慢慢系鞋带”的搞笑视频意外出圈,官方顺势推出



“挽留等级”,评论区却从玩梗变成了怀念。

可怀念归怀念,年轻人的脚已经“回不去了”。习惯了软底和轻便的鞋子,谁还愿意忍受硬胶底和窄鞋头?美国调查显示,匡威在美国青少年最爱品牌中仅排第六,舒适品牌正加速挤入前列。而匡威中国直到2025年才推出加宽鞋楦,比日本晚了二十多年。

帆布鞋曾代表自由与不羁,一代人穿出了自己的样子。但当大学生变成打工人,开始计较磨不磨脚、值不值这个价时,那双帆布鞋便悄悄从鞋柜第一排退到了最深处。

(摘自《新周刊》)

私域直播被不法分子变成“坑老”陷阱

十月是全国“敬老月”,今年主题聚焦“守护银龄安全”,矛头直指一种新型骗局:私域直播。

什么是私域直播?它不像普通直播在公开平台进行,而是通过小程序、加密链接等方式把人拉进封闭社群,再“精准”营销。本是商业创新,却被不法分子变成“围猎”老年人的利器。

套路并不新鲜,却极具迷惑性:先用小礼品吸引老人扫码入群,再嘘寒问暖建立信任,时机一到便推销“神药”,或打着“养生课”“专家咨



询”旗号,把普通食品吹成能治糖尿病、肾病的“神器”。河北宽城有商户用红包加礼品诱骗老人高价买保健品;上海闵行多家门店把普通“蝉花虫草粉”包装成治病良药,延误老人正规治疗。

面对这类隐蔽骗局,检察机关正在破局。上海市闵行区检察院邀请老年志愿者“沉浸式”调查取证,请专家论证证据,最终认定涉案食品不具治疗功效,依法查处6家违法经营者、关停门店3家。

私域直播不是法外之地。提醒老年朋友:免费礼品、“专家”坐诊等,都可能是陷阱,多留心眼、别轻易掏钱。一旦被骗,请拿起法律武器维权。年轻人也请多关心家中老人,别让骗局趁虚而入。

(摘自《公益周刊》10.27)