

电动自行车新国标落地追踪

12月1日,新修订的强制性国家标准《电动自行车安全技术规范》实施过渡期正式结束,旧国标电动自行车全面停售。

当前电动自行车市场情况怎样?新标准带来哪些变化?“新华视点”记者进行了采访。

新车型正在铺货 市场观望情绪

“12月1号,我们开始全部切换到新国标车辆的销售。”在广州天河雅迪电动车销售店内,上市不久的新国标产品摆满展厅。店长曾秀章介绍,店铺已经上架5款新国标车型,基本存量在50台左右。

近日,记者走访北京、广州、南京等地多家电动自行车销售门店,看到雅迪、台铃等品牌门店内已在销售新国标车型,铺货正在推进。

但也有一些品牌“门店内空空如也。北京一家九号电动车门店销售人员说:“旧国标车型已全部售出,新国标车型近期会陆续到货。”

记者了解到,本次修订的新标准已于9月1日正式实施。9月1日以来,全国电动自行车生产企业均已不再生产旧标准车辆,切换产线开展新标准车辆设计生产。

台铃集团执行总裁孙木楚介绍,公司新国标产品正在加紧生产中。新车涉及研发、开模、供应商量产、整车厂生产等过程,存在磨合过程。目前行业内产品还未大量上市。记者了解到,截至目前,全国有30多个主流品牌企业的约600款车型通过了3C认证,产能逐步提升。

在消费端,不少受访消费者和商家持观望态度。门店销售人员反映,和往年同期相比,近几天进店咨询买车的顾客有所减少,购买意向也较低。

在曾秀章看来,背后原因一方面是在旧国标车型去库存阶段,一系列清库存促销活动加持下,购买需求提前释放。另一方面,新标准调整较多,许多消费者还

处于犹豫观望中,“接下来,我们会根据新车型情况、政策要求进行讲解,帮助消费者更好了解产品。”曾秀章说。

售价上涨也是各方频繁提及的话题。记者发现,在售的部分新国标产品较此前类似款式,价格有几百元到千元不等的涨幅。

新日电动车销售公司副总经理韩剑秋介绍,新标准对防火阻燃性能、车身结构安全性、刹车性能等提出更严格的要求,在一定程度上带来成本上升,涨价也会对一些消费者产生影响。

“目前新国标还处于消费者接受的过渡期。”广东省电动车商会执行会长蓝世有预计,明年随着更多新产品陆续上市,“以旧换新”等相关政策启动,新国标电动自行车或将获得更多市场认可。

新国标多重升级 多项调整受关注

记者在北京一家电动自行车门店内看到,新国标产品的车把手、车身上印上3C标志,车身结构和一些部件材质都发生了变化。

新标准修改完善近200个重要指标条目,究竟带来哪些变化?

防火性能大幅提升是一大亮点。

工业和信息化部消费品工业司司长何亚琼介绍,通过优化电动自行车防火阻燃技术指标,塑料重量占比限制在整车重量的5.5%以下,能够起到延缓火灾蔓延速度、降低燃烧强度以及减少火灾发生时有毒气体释放量的效果。

新标准推动增加续航、提升产品的实用性。

星恒电源股份有限公司相关负责人介绍,新标准将铅蓄电池车型整车重量限值调整至63公斤,公司相关产品可以加大电池容量,续航提升到60公里左右。此外,不再强制安装脚踏骑行装置,鼓励安装后视镜和转向灯等。

提升用车安全性是另一变化。

新标准通过完善电池组、控制器、限速器防篡改技术指标和检测方法,增加互认协同功能,落实“一车一池一充一码”,从技术上大幅提高非法改装门槛;通过增加对蓄电池状态等关键安全信息的动态监测要求,便于消费者及时识别异常情况并加以处理,有助于提升车辆安全水平。

新标准实施以来,一些调整也引发社会热议。

部分新上市的电动自行车没有设计后座,是否因为新标准禁止电动自行车带小孩?

中国电子技术标准化研究院安全技术研究中心副主任何鹏林介绍,新标准的指标与能否搭载儿童并无直接关联。目前,我国绝大部分省份均通过地方立法形式明确了电动自行车不允许搭载成年人,但部分地区允许搭载一名儿童。

据悉,新标准并未修改旧标准关于车辆鞍座长度不应大于350毫米的规定。当前,通过3C认证的大部分新标准车型均可以安装儿童安全座椅,此类产品已在各电动自行车门店上市销售。

对于新标准关于时速25公里“超速断电”的要求,部分消费者担心会导致高速行驶时出现急刹车。

“这是对标准条款的错误理解。”何鹏林说,新标准增加了车速超过时速25公里时电动机应停止提供动力输出的要求,“这不会导致车辆正常行驶时突然刹车。这一条款是在前期大量实验数据基础上科学制定的,能有效确保行驶的流畅性和骑行人的安全。”

近日,部分自媒体发布了符合新标准车辆安装金属材质鞍座的视频。

对此,何鹏林说,新标准并未要求电动自行车安装金属鞍座。相关条款对弹性软垫材料的燃烧特性作出规定,“制定此条款的目的是减少座椅的着火隐患,降低火灾发生时的危害程度。”

据何鹏林观察,目前绝大多数通过3C认证并上市销售的新标准车型均使用发泡材料座椅,能够达到防火阻燃要求,也可保证用户的骑行体验。

多措并举 保障消费者权益

近日,各地市场监管等部门组织执法人员对电动自行车销售门店加强巡查,推动新国标落地见效。

记者在多个购物平台搜索发现,有商家在销售旧国标的“零公里二手电动自行车”,这些全新的旧国标电动自行车已提前上牌,消费者只需过户就可上路。受访法律人士认为,类似行为利用规则漏洞进行灰色操作,扰乱市场秩序。消费者需提高警惕,购买此类产品可能存在权益无法保障的风险。

广州市市场监督管理局产品质量处处长袁鹏介绍,已加大对电动自行车销售门店的日常检查,严禁销售旧国标车辆,组织开展新一轮的质量抽检,加强新国标车辆的质量监管,实施电动自行车全链条追溯;同时也加强了对电商平台的监测。业内人士提出,有关方面可根据实际情况,推动存量旧国标车辆有序消化,切实保护消费者和商家合法权益。

如何选购产品质量更有保障的电动自行车?

市场监管总局认证监管司一级巡视员李春江提示,消费者要注意3C认证标识,这表明电动自行车经过指定认证机构的认证,符合强制性国家标准要求,可以放心购买和使用;还需核对随车附带产品合格证上的产品型号、整车编码等信息参数是否与实车一致。

此外,如需进一步核实产品合格证真伪和3C认证证书是否有效,可扫描产品合格证上的二维码或登录全国认证认可信息公共服务平台查询确认。

(新华社北京12月4日电)

神舟二十一号航天员乘组将于近日择机实施第一次出舱活动

新华社北京12月4日电 记者4日从中国载人航天工程办公室了解到,根据计划安排,神舟二十一号航天员乘组将于近日择机实施第一次出舱活动。

自2025年11月1日顺利进驻空间站组合体以来,神舟二十一号航天员乘组完成了与神舟二十号航天员乘组轮换、空间站平台维护照料、应急物资巡检与整理、生活

和健康保障等工作,开展了全系统压力应急演练与机械臂操作在轨训练,承担的各项空间科学实(试)验任务稳步推进。

此外,乘组在轨迎来了神舟二十二号飞船到访,并完成了产品匹配测试和上行物资整理等工作。

目前,空间站组合体运行稳定,神舟二十一号航天员乘组状态良好,已做好出舱活动各项准备工作。

今年前10个月全国新开工改造城镇老旧小区2.51万个

新华社北京12月4日电 记者4日从住房和城乡建设部了解到,今年前10个月,全国新开工改造城镇老旧小区2.51万个。

分地区看,河北、内蒙古、辽宁等16地已完成年度城镇老旧小区改造计划。

据了解,2025年,全国计划新开工改造城镇老旧小区2.5万个。2019年至2024年,全国累计开工改造老旧小区28万个,惠及居民4800万户、超过1.2亿人,共改造提升各类老化管线36万公里,增

设停车位387万个,建设养老、托育等各类社区服务设施7.8万个。

住房和城乡建设部相关局负责人表示,要落实加强既有建筑改造利用,推进城镇老旧小区整治改造,开展完整社区建设,推进老旧小区、老旧小区、城中村等更新改造,完善城市功能,加强城市基础设施建设改造,修复城市生态系统,保护传承历史文化等重点任务,统筹实施好一系列民生工程、安全工程、发展工程,为人民群众创造高品质的生活空间。

多方联动织密短缺药“保障网”

短缺药品价格和配送常态化监测。

同时,注重多方联动,确保短缺药品保障供应。国家卫生健康委与国家药监局持续做好临床急需药品临时进口工作。工业和信息化部密切跟进重点品种生产供应情况,持续开展动态监测和分析预警。国家邮政局持续推动邮政综合服务平台建设,支持邮政企业深化拓展医邮合作。

此外,深化多措并举,加强药品领域监督执法。国家医保局对存在不公平高价行为的相关企业进行约谈。市场监管总局持续推进2025年民生领域反垄断执法专项行动。税务总局组织各地依法查处医药行业虚开增值税发票等涉税违法行为。

严打骗保！

国家医保局发布 骗取生育保险基金典型案例

新华社北京12月4日电 虚构参保人信息、伪造病历骗保……国家医保局日前发布5起骗取生育保险基金典型案例。

这5起典型案例分别是:云南省昆明市云南通昇茶叶贸易有限公司涉嫌骗取生育保险津贴案;河北省张家口市两家公司虚构劳动关系骗取生育保险津贴案;福建省泉州市超亿财税咨询有限公司骗取生育保险津贴案;江西省大余弘艺楼装饰设计有限公司虚报缴费基数抬高标准骗取生育保险津贴案;四川省德阳市马某某、袁某、刘某某骗取生育保险津贴案。

生育保险作为社会保险体系的重要组成部分,对维护参保人合法权益、促进就业公平、均衡用人单位负担具有重要作用。但个别参保单位和参保人通过虚构、编造参保人信息,虚构劳动关系等参加生育保险;未依法如实申报生育保险缴费基数;伪造、变造病历、票据等申领材料骗取生育保险基金。

以云南省昆明市云南通昇茶

叶贸易有限公司涉嫌骗取生育保险津贴案为例,云南省昆明市医保部门通过本地历史参保信息分析,发现云南通昇茶叶贸易有限公司共办理职工参保登记30人,月平均缴费基数均保持在1.7万元以上,先后有24人申领生育保险津贴,共227.1万元,且24人均为生育前2至3个月转移到该公司参保,生育并申领生育保险津贴后便在该公司办理停保。经查,该公司及相关人员涉嫌通过虚假入职、虚假申报等方式骗取生育保险津贴,涉案数额巨大,情节极其严重。目前,该线索由医保部门移送公安机关依法办理,案件正在进一步侦办中。

国家医保局表示,这些行为严重扰乱生育保险管理秩序,侵害了公共利益和基金安全,依法依规应予以严肃处理。并提醒广大参保单位和参保人,通过合法途径参加生育保险,提供真实、准确、完整的申报材料申领生育保险津贴和生育医疗费,共同维护生育保险基金安全。

外卖平台推荐性国家标准发布实施

新华社北京12月4日电 记者4日从市场监管总局获悉,外卖平台推荐性国家标准《外卖平台服务管理基本要求》近日发布实施。

据介绍,标准规定了外卖平台服务管理的总体要求,包括商户管理服务、价格行为、配送员权益保障、消费者权益保护,以及投诉、申诉及处置等要求,适用于餐饮外卖平台的服务管理。

针对“幽灵外卖”问题,标准提出了平台内商户入驻条件,商户应提供带有门店定位的“一镜到底”视频,平台应根据视频核验定位信息与商户证照的一致性。在运营管理方面,校验配送员地址、对商户标注“堂食”等。

针对平台多收费、乱收费等问题,标准明确了平台收费项目为技术服务费、配送服务费和推广服务费三类。平台应该向商户提供真实、完整的结算明细,列明各项费用组成、费率比例及实际到账金额。

关于平台促销活动,标准明确了成本由平台自行承担,平台不得向商户转嫁成本,也不得为商户参与平台促销活动设置不合理前置条件。为保障商户自主权,平台不得强制或者变相强制商户参与促销活动,也不得干预其促销力度。

在强化配送员权益保障方面,标准提出平台应合理限定配送员接单时长,建立连续接单后的疲劳提示与强制休息机制,强调平台不得通过算法、冲单奖励方式等强制或者变相强制配送员超时劳动。平台调度算法应综合考虑路况、天气等因素。

雪原上的骑警队

12月2日,“海东青”骑警队骑警在内蒙古呼伦贝尔市陈巴尔虎旗的雪原上巡逻(无人机照片)。

呵气成冰的清晨,寒风掠过内蒙古呼伦贝尔市陈巴尔虎旗的雪原,天地苍茫间,“海东青”骑警队开始了一天的工作。

陈巴尔虎旗公安局“海东青”骑警队是呼伦贝尔市第一支公安骑警队伍,于2015年开始组建,主要负责辖区内治安巡逻、重大草原活动的安保、草原生态保护、以及服务牧民群众。这支队伍任务繁重,工作条件极为艰苦。

夏天,紫外线特别强烈,队员们经常被晒到皮肤过敏;冬天,室外最低温度可达-40℃,他们迎风冒雪坚守岗位。在冬季极寒环境下,“海东青”骑警队还要开展冬季抗寒、雪地追踪等专项训练,以保持良好的状态应对各种挑战。除了日常巡逻和训练,“海东青”骑警队还参与当地小学的护学岗执勤。队员们细致地疏导交通,护送孩子们穿过积雪的街道。

“海东青”骑警队的足迹深深烙在这片土地上。成立以来,“海东青”骑警队累计巡防里程超过14万公里,圆满完成700余次大型活动安保,处理警情上万次,荣立集体三等功一次。从草原到城镇,这支坚守在祖国北疆的骑警队,用忠诚与热血守护平安。

新华社记者 马金瑞 摄



国际视角下的中国“软实力”与“硬支撑”

伯钦巷,伦敦金融城核心地带的一条古老街巷,英国央行、皇家交易所、商业银行、保险及资产管理机构在周围汇聚。全球知名品牌价值评估与战略咨询机构品牌金融公司的办公室也坐落于此。

作为国际公认的权威机构,品牌金融公司每年基于原创市场调研完成逾6000项品牌估值,发布100余份覆盖全球各行业与地区的品牌价值排行榜及研究报告。

在该公司2025年初发布的《全球软实力指数》中,中国多项软实力指标显著增长。“中国的表现令人印象深刻。”公司创始人、董事长戴维·黑格告诉记者,“在我们评估的遗产与文化、教育与科技、国际关系、商业与贸易等八大支柱领域,中国在绝大多数指标上都呈现出持续走强的态势。”

在他看来,中国软实力的提升绝非偶然,背后有着坚实的“硬支撑”。“作为全球第二大经济体、经济增速最快的国家之一,中国拥有充足的资

源在多个关键领域持续投入,这种坚实的经济实力,为软实力建设奠定了不可动摇的基础。”

黑格特别强调“一带一路”倡议的实践价值,认为其核心优势在于拥有实实在在的行动力与落地成效。“中国在非洲、南美及亚洲多地投资,通过基础设施等项目改善当地民生,这是展现大国担当与友好姿态的有效方式。”

在黑格看来,“能够改善人们生活、带来愉悦体验的品牌,无疑是软实力提升的重要助力”。创立品牌金融公司近30年来,他见证了中国品牌的华丽蜕变:“30年前,中国更多扮演‘世界工厂’的角色。而过去10年,局面发生根本性转变。中国已深刻认识到,品牌能够创造比单纯制造更高的价值。”

黑格兴致勃勃地列举了中国品牌的成功案例:“比亚迪在全球电动汽车市场强势领跑,泡泡玛特通过‘拉布布’等系列产品开创潮流文化,

这些案例充分展现了中国在绿色发展、科技创新、文化创意等领域的发展趋势与强劲实力。”

他认为,未来将有更多中国品牌走向世界。“如今的中国不仅创新能力突出,更善于将本土创新与国际经验相结合。亚马逊等国际平台上,‘中国设计、中国制造’的商品越来越多,未来这一趋势还将持续强化。”

对于中国品牌的国际化路径,黑格建议:“打造全球消费者认可的世界顶级品牌,是品牌建设的终极目标。而构建具有‘渴望感’的品牌并非易事,需要通过赞助国际活动、精准广告投放、媒体深度合作、口碑培育、社交媒体传播等多元手段,经过长期持续的投入。”

谈及中国文化的国际传播,黑格说:“中国真正的独特性在于其深厚的历史文化底蕴。中医的智慧、书法的精妙、中餐的魅力,这些都是中国独有的文化瑰宝,也是跨越国界的沟通桥梁。”

他认为,中国具备打造世界级文化产品的巨大潜力。“中国地域广阔、文化多元,拥有丰富的创作素材。如果能推出关于孔子、郑和等历史人物的优质影视作品,相信一定会获得全球观众的喜爱。”

采访中,黑格特别提到中国年轻一代。“我们伦敦办公室雇用了许多中国员工,他们能力出众、风趣幽默,在与外界的日常互动中,自然展现着中国与中国人民的良好形象。”他说,“这种人与人之间的真实交流,是生动、有效的软实力传播。”

采访尾声,黑格特意让记者带上一份《2025年全球软实力指数》报告。报告中写道:一个国家的软实力越强,越有能力吸引投资、推广产品和服务、发展旅游业以及招揽全球人才。正如黑格所说,中国的发展带来软实力的持续提升,而软实力增强又会为经济发展、国际合作等赋能,形成良性循环。

(新华社伦敦12月4日电)