

# 习近平会见柬埔寨国王西哈莫尼

新华社金边4月17日电(记者倪四义 李凯 吴长伟)4月17日下午,柬埔寨国王西哈莫尼同中国国家主席习近平在金边王宫举行会见。

习近平乘车抵达时,西哈莫尼在下车处热情迎接。礼兵分列红毯两侧。

习近平指出,很高兴在西哈莫尼国王登基20周年和柬历新年之际应邀访问美丽的柬埔寨,谨向柬埔寨人民致以新年祝福。柬埔寨国家建设事业蒸蒸日上,相信在西哈莫尼国王庇佑下,勤劳智慧的柬埔寨人民一定能把国家建设得更加繁荣富强。

习近平指出,中柬友好跨越千年,两国人民始终双向奔赴、相互成就。无论国际风云如何变化,中柬两国坚守信义、守望相助,在涉及彼此核心利益和重大关切问题上始终坚定相互支持,树立了大小国家平等相待、真诚互信、互利共赢的典范。中柬两国始终走在构建人类命运共同体前列,给柬埔寨民众带来实实在在的好处。

习近平强调,中方珍视同柬埔寨王室的友谊,高度评价多年来柬王室为中柬友好事业作出的重要贡献。新形势下,中柬双方要珍惜并传承中国老一辈领导人和西哈努克太皇共同缔造的中柬铁杆友

谊,赋予中柬命运共同体新的时代内涵,服务各自国家发展和人民福祉,为构建周边命运共同体、推动构建人类命运共同体作出更大贡献。中方坚定支持柬埔寨保持稳定、加快发展、改善民生,走符合本国国情的发展道路,相信中国式现代化将为柬埔寨等周边国家带来更多机遇,相信构建新时代全天候中柬命运共同体一定会谱写壮丽篇章。

西哈莫尼代表柬埔寨王室、参议院、政府和全体人民热烈欢迎习近平主席到访。西哈莫尼表示,柬中友好由两国老一辈领导人亲自缔造和培育,在双方共同努力下,各

领域合作日益密切,命运共同体建设不断深入,可以说月月有进步,年年有成果。柬方坚定恪守一个中国原则,高度赞赏习近平主席提出的三大全球倡议,感谢共建“一带一路”合作为柬带来巨大发展机遇。习近平主席此访是一次历史性访问,将深化两国铁杆友谊,充实“钻石六边”合作架构,推动柬中关系迈上新台阶。柬方愿同中方加强在东盟-中国合作、澜湄合作等多边机制中的协调配合,共同促进地区和平稳定繁荣。

西哈莫尼向习近平颁授“柬埔寨王国民族独立大项链级勋章”。

西哈莫尼表示,习近平主席对

柬埔寨怀有特殊友好感情,为推动柬中关系发展作出了杰出贡献,是柬埔寨伟大的朋友。相信在习近平主席领导下,中国将取得更大发展成就,在国际地区事务中发挥更加重要的作用。

习近平表示,这枚勋章充分体现了柬埔寨对发展柬中关系的高度重视,承载着柬埔寨人民对中国人民的深情厚谊。这份荣誉不仅属于我个人,也属于所有为中柬友谊耕耘付出的友好人士。

当晚,西哈莫尼为习近平举行欢迎宴会。

蔡奇、王毅、王小洪等参加上述活动。

## 市场监管总局:今年将严查“神医”“神药”广告 互联网违法广告等

新华社北京4月17日电(记者赵文君)记者17日从市场监管总局获悉,今年将严查“神医”“神药”广告、食品广告疗效化宣传、保本无风险的金融理财广告、职业技能培训类违法广告、互联网违法广告等,切实守护消费者合法权益。

市场监管总局近日印发《关于维护市场秩序 营造良好消费环境的通告》,在全国开展广告市场秩序整治。聚焦重点民生领域和互联网新兴媒介,从“医疗、药品、保健食品、特殊医学用途配方食品、医疗器械广告”“普通食品广告”“金融广告”“教育培训广告”“互联网广告”5个方面明确了2025年广告监管有关重点任务。

在医疗、药品、保健食品、特殊医学用途配方食品、医疗器械广告监管方面,通知强调要从严查处宣称保证治愈癌症、绝症或者治愈近视等误导群众健康观念、危害群众生命健康安全的违法广告。

在普通食品广告监管方面,通知规定要依法查处普通食品广告宣传具备保健功效或者疾病预防治疗功能,以及无事实依据、违反相关标准规定宣称“零糖”“零卡”“无添加”“不含防腐剂”等违法违规行为。

在金融广告监管方面,通知要求重点面向低收入人群、在校学生、老年人等社会群体发布的贷款广告,依法查处含有“免审核”“无担保”“零利率”等明示或者暗示保本、无风险或者保收益等内容的金融违法广告。

在教育培训广告监管方面,通知强调要关注面向高校毕业生、求职者发布的职业技能培训类广告,对于虚构、冒用国家机关名义发布广告、广告中虚构所谓“职业资格证书”以及宣称能“包工作”“快速致富”等严重扰乱就业秩序的,依法会同有关部门予以整治。

在规范互联网广告活动方面,通知要求加大对“软文”广告规范力度,依法查处借助人工智能冒充专家、学者、明星、网红等公众人物发布广告等违法违规行为;进一步推动互联网平台企业加强广告合规建设,落实互联网平台责任。

市场监管总局表示,将整治工作与广告合规助企行动结合起来,帮助经营主体理解把握法规政策界限,增强依法合规经营意识和能力,有力维护市场秩序,为大力提振消费营造放心、安心、舒心的消费环境。

## 第五届消博会

# 陕品好物“新”意足

第五届中国国际消费品博览会陕西馆内,新能源汽车、钛合金产品、特色文创……轮番登场的精品好物,不仅承载着人们对美好生活的愿望,也折射出陕西消费市场的“新”风尚。

### 新智造:科技赋能体验升级

4月17日,步入位于8号馆的消博会陕西馆,首先映入眼帘的是一辆比亚迪唐L新能源汽车,流畅的曲面车身折射出金属光泽。

随着国内消费者对新能源汽车接受度不断提高,对智能、舒适驾乘体验的追求也日益强烈。

“这辆车搭载了‘天神之眼B’高阶智驾系统,从视觉、听觉到嗅觉,全方位提升用户体验。”西安比亚迪汽车有限公司参展代表邱锋介绍,这款车是月初才上市,此次参展,就是希望通过消博会让海内外消费者了解比亚迪的新产品、新技术。

与新能源汽车相呼应的,是展馆另一端西安庄信新材料科技有限公司的展位。

作为西北有色金属研究院的集团成员企业,西安庄信新材料科技有限公司通过整合钛材加工产业链资源,推动了钛及钛合金等在

工业领域及民用领域的技术开发和应用推广。

此次参展的是该公司第三代钛合金保温杯,它采用航天级TC4钛材,通过梯度纳米涂层技术实现真空隔热性能突破。“这个480毫升容量的杯子仅重198克,较传统不锈钢材质减重40%。”公司党支部书记罗丽娟介绍。

这种“硬科技”民用化转型正在重塑陕西制造版图。数据显示,2024年,全省战略性新兴产业增加值增速较上年加快2.5个百分点,新能源汽车产量119.8万辆。以比亚迪为例,其去年全年在陕整车产量达到107万辆,占比亚迪全球产量的1/4。

数字背后是创新链与产业链的深度融合——以比亚迪、西北有色金属研究院为龙头的“链主”企业,正在构建从新材料研发到智能制造的完整生态圈。

### 新业态:“陕味”激活消费新主张

“这就是小时候的苹果香!”在消博会现场的香朵情合作社展位,来自北京的王浚民品尝了延安的红富士苹果后感慨道。

负责人石海军现场切开一个苹果,飞溅的汁水瞬间激活了王浚民的乡愁记忆。这种情感共鸣正转化为真金白银——合作社通过“先体验后合作”的模式,在长三角地区打开了销路。

石海军与苹果打了38年交道,亲历了延安苹果从“看天吃饭”到智慧农业的蜕变。

通过建设智能冷库系统,延长了苹果的保鲜期;采用二维码溯源技术,消费者可实时查看果品“体检报告”;创新冷链物流体系,让黄土高原的鲜果直达海南市场……

如今,消费者不再仅仅满足于吃饱,更追求吃好、吃得健康、吃得有体验感。这些新趋势的背

后,是消费观念的转变,是对生活品质更高追求。

在紫阳和平茶厂展位前,一缕茶香吸引着往来客商。展位负责人王静手持白瓷茶盏,向驻足者展示杯中舒展的明前嫩芽。

作为全国重要富硒茶产区,紫阳县26万亩生态茶园正通过做优茶产业、做活茶文化、做实茶科技、做大茶市场、做强茶人才,走出一条创新发展之路。

面对茶叶市场的同质化困局,今年的消博会上,和平茶厂带来了新品——一款融合紫阳橘皮、生姜的药食同源茶饮包。

“我们希望打破传统茶饮边界,通过提升产品科技含量,使茶叶增值。”在王静看来,这种创新不仅能为企业增收,更有利于推动茶产业向大健康领域延伸。

### 新合作:南北联动扩容全球“购物车”

消博会的“购物车”,承载着市场参与者对畅通贸易的渴望。从首届消博会带来178种展品,到第五届消博会携300余款名优产品亮相,陕西团参展规模持续扩大,产品品类愈发丰富。

消博会期间,通过一场场供需对接会,与会者们积极探寻合作契机,为“买全球”“卖全球”挖掘商机。

陕西名优消费品榆林专场推介会促成重点合作项目签约16个,总金额达3亿元,涵盖农产品深加工、跨境贸易等多个领域。

吴堡县工业商贸局局长高利斌透露:“《舌尖上的中国2》带火的吴堡手工空心挂面年产值达1.2亿元。今年我们计划在海南开设实体店。”话语间尽显陕西品牌“南下”的决心。

海南沙漠红建筑装饰公司负责人史青对榆林羊脂皂青睐有加,这款以横山羊脂为原料的产品,巧妙融合“地域资源+现代工艺”,成功延伸出高附加值产业链。

在供应链创新方面,陕西首农与海南鳄鱼集团达成“南北鲜享”合作;神木市与海南东方市实现农特产品互销;海南华普森与榆林七只羊服饰签订职业工装采购协议,让“榆林制造”加速融入全国产业链。

跨境贸易的想象空间被进一步打开——正大集团农牧食品企业陕西区资深总裁时光宣布,将在榆林构建“双向流通”体系,既引进泰国榴莲等全球优品,又通过其全球渠道将榆林小米、横山羊肉输往国际市场。

本报记者 石喻涵

### 新文创:从网红IP到跨界合作

在陕西展区,憨态可掬的“绒馍馍”毛绒玩具前人头攒动。这款以陕西小吃肉夹馍为原型设计的文创产品,将传统刺绣工艺与卡通化造型结合,吸引众多年轻消费者驻足。

“本来冲着‘网红’来打卡,没想到实物更可爱!”来自上海的李悦然立即下单了两个。据展商介绍,“绒馍馍”日均销量近千件。

爆款背后是文化符号的创意转化。设计团队提取肉夹馍的外形、配色等标志性元素,用毛绒弱化食物真实感,放大“萌经济”效应,让传统美食文化更契合年轻审美。

跨区域文化元素的碰撞同样引发市场共振。展馆内,一组印有

陕西历史博物馆“唐妞”IP的海南贵妃芒果礼盒格外醒目——头梳双髻的“唐妞”手持芒果,将盛唐气象与热带风情巧妙融合。这款由海南农产品企业与西安文创品牌联名开发的产品,成为文旅消费融合的典型范例。

西安桥合动漫科技有限公司董事长孙曼透露,这是去年消博会联名的产物。陕西团队负责IP设计与文创开发,海南企业把控水果品控与供应链,物流企业定制保鲜方案,电商平台同步开通“产地直送”通道。

据不完全统计,截至今年3月,全省共有文创企业5800余家,位居全国前列。2024年,全省文化创意产业链营收185.5亿元,同比增长6%。