

2011年全国社会保险统计数据显示

我国社保覆盖范围迅速扩大

本报北京6月28日讯 记者李丹报道：人力资源和社会保障部日前发布了2011年全国社会保险情况。统计数据显示，我国社会保险覆盖范围正迅速扩大，社会保险基金征缴和管理不断加强，各项社会保险待遇水平也得到进一步提高。

从去年1月1日起，我国再次提高企业退休人员基本养老金水平，企业参保退休人员月人均基本养老金达到1511元，这已是国家连续第8年提高企业退休人员基本养老金。据统计，截至去年底，全国参加城镇职工基本养老保险人数为28391万人，比上年末增加2684万人；全国城镇职工基本养老保险基金收入16895亿元，比上年增长25.9%；全国跨省转移基本养老保险关系79万人次，转移基金105亿元。去年共有235万城镇居民领取城镇居民社会养老保险养老金。在

农村，全国已有27个省、自治区的1914个县（市、区、旗）和4个直辖市部分区县纳入国家新型农村社会养老保险试点，总覆盖面约为60%。截至2011年底，全国试点地区共有8922万人领取新农养老金。此外，截至2011年底，全国有4.49万户企业建立了企业年金，参加职工人数为1577万人。年末企业年金基金累计结存3570亿元。

医疗保险的覆盖范围也在不断加大。去年全国参加城镇职工基本医疗保险人数为47343万人，其中农民工人数为4641万人，比上年末增加58万人。全国统筹地区转移基本医疗保险关系50万人次，转移个人账户基金2.2亿元。工伤保险、失业保险和生育保险的参保人数都有不同程度的增加。其中工伤保险参保人数比上年末增加1535万人、失业保险增加941万人、生育保险增加

1556万人。

在社会保险基金管理方面，去年全国城镇职工基本养老保险、城镇基本医疗保险、工伤、失业和生育五项社会保险基金资产总额30175亿元。其中，各级政府财政专户存款25813亿元，各级社会保险经办机构支出账户和其他银行存款1725亿元，暂付款996亿元，债券投资347亿元，委托运营444亿元，协议存款850亿元。

去年，全国累计实地稽核企业204万户次，涉及参保职工16287万人次，查出少报漏报人数667万人次，少缴漏缴社会保险费35亿元，已督促补缴34亿元。全国共核查五项社会保险待遇享受情况8436万人项，查出6万人冒领待遇9475万元，已追回9084万元。清理收回企业欠缴养老保险费468亿元。

五部门联合召开会议要求

大众传媒应切实当好 虚假违法广告 过滤器

本报北京6月28日讯 记者陈郁报道：国家工商总局、中宣部、国家互联网信息办公室、国家广电总局、新闻出版总署五部门今天联合召开贯彻实施《大众传播媒介广告发布审查规定》电视电话会议，对贯彻实施《审查规定》进行再动员、再部署。会议提出，要切实增强广告发布审查的责任感和紧迫感，以贯彻实施《审查规定》为契机，全面提升大众传播媒介广告发布自律审查水平。

会议要求，当前和今后一个时期，大众传播媒介要健全制度，完善广告发布审查程序。要明确广告发布审查责任分工，完善广告发布审查工作机制，发挥广告审查员初审、广告经营管理负责人复审、分管领导审核等环节的作用，构建预防虚假违法广告的防护网和过滤器，要强化化学学习，提高广告发布审查能力。加强广告法律法规的学习和更新培训。特别要加强对药品、医疗器械、医疗服务、保健食品、电视购物、招商加盟以及收藏品等广告的广告审查把关力度，杜绝以新闻报道形式和健康资讯类节目（栏目）名义变相发布广告行为，要落实责任，建立广告发布审查追责机制。大众传播媒介要坚持广告审查一票否决制，对未认真履行广告发布审查责任，致使违法、低俗广告发布的广告审查员及相关责任人，给予严肃处理，要接受监督，完善广告发布审查工作机制。对有关部门发现的广告发布审查工作中存在的问题和薄弱环节以及社会群众反映的广告问题，及时采取措施，主动改进，堵塞漏洞，有错必纠，树立良好形象。

据了解，工商部门将积极会同整治虚假违法广告部际联席会议成员单位，加强广告发布审查的行政指导，强化广告审查工作的监督检查，积极推动落实责任追究制度，督促大众传播媒介切实把《审查规定》的各项要求落到实处。今年四季度，联席会议成员单位将对各地贯彻实施《审查规定》情况进行考核、评估，并在全国通报检查结果。

互联网广告违法问题亟待整治

本报北京6月28日讯 记者陈郁报道：近期国家工商总局对主要商业网站广告的监测表明，网上广告违法问题十分严重，一些网站发布的医疗、药品、医疗器械、保健食品广告的违法率高达90%以上。

近几年，互联网快速普及，网络技术迅猛发展，互联网已成为重要的广告传播媒介。但是，互联网广告暴露出的问题不容忽视。据了解，相当数量的网站未建立广告承接登记、审核把关、档案管理等广告经营管理制度，没有配备熟悉广告法律法规的广告审查员，广告从业人员大多没有经过广告法律法规培训，法律意识不强，广告审查形同虚设，给虚假违法以及非法涉性广告提供了可乘之机。

据悉，有关部门将抓紧建立健全广告审查各项制度，积极净化互联网广告发布环境。

中央新闻单位百名编辑记者参观瑞金革命旧址

本报记者 吴佳佳

走基层 赣州老区行

6月27日，中央新闻单位百名编辑记者首站来到瑞金。从叶坪革命旧址群红军广场，到沙洲坝旧址群，再到下肖村中宣部旧址，编辑记者们每到一处，认真了解、详细记录，在红色之旅中努力提高自己的思想境界。

叶坪旧址群红军广场上，绿草茵茵，黄色小花星星点点撒落其间，红军烈士纪念馆巍然耸立。百名编辑记者列队整齐，向革命烈士纪念馆敬献花圈并行三鞠躬礼。一朵朵盛开的鲜花散发出缕缕清香，寄托着对革命烈士的无限敬仰和无尽怀念。

1931年11月7日至20日，中华苏维埃第一次全国代表大会在瑞金召开，宣告中华苏维埃共和国成立。苏区革命那一段渐渐远去的光辉岁月，深深烙印在共和国的史册，历久弥新。我宣誓：继承和发扬党的革命传统，高举旗帜、围绕大局，服务人民，改革创新，坚持三贴近，深化走转改，努力做让党放心、让人民满意的新闻工作者。在红军烈士纪念馆前，编辑记者们发出了铿锵有力的誓言。

一苏大旧址，身着军装的瑞金群众杨华引起了记者们的关注，他不住挥舞着红旗走动在景区，义务为观众提供问路、讲解等服务。他告诉记者，自己是红军后代，多年来自己最深刻的体会是没有共产党，就没有人民的幸福生活。十几年来，他每逢节假日，都会来叶坪革命旧址为参观的游客当义务讲解员，希望能给游客留下美好记忆，让舞动的红旗留在百姓心

里。看到这些，光明日报记者郑晋鸣无不感慨地说，做好新闻工作同样需要有坚定的理想和信念，只有这样，才能不辜负党和人民的嘱托，才能不偏离正确的舆论导向。

在新华社前身红色中华通讯社旧址，新华社摄影部资深记者何俊昌找到了自己的根，只有亲眼去看，才能更深刻地理解革命精神的内涵。中国共产党在以瑞金为中心的红色土地进行了长达三年的治国安民的伟大实践，为新中国的建立奠定了坚实基础。在这里，我们可以找到信念和信仰的支撑点。在今后的工作实践中，我希望能坚定信仰，真正践行好苏区的优良传统，同时，在报道中更多地反映老区精神、老区风貌。

瑞金城外有个小村子叫沙洲坝。毛主席在江西领导革命的时候，在那里住过。村子里没有井，吃水要到很远的地方去挑。毛主席就带领战士和乡亲们挖了一口井。解放后，乡亲们在井旁边立了一块石碑，上面刻着：吃水不忘挖井人，时刻想念毛主席。站在红井边，编辑记者们一起重温了这篇脍炙人口的百字经典。第一次来到瑞金的《新华每日电讯》青年记者赵朝文说：以前只是通过网络或电视了解瑞金革命历史，但印象都不深刻，这次亲身来到当地，感触很大。作为新时代的新闻人，我们不仅要学习业务知识，还要学习对党的热爱、对职业的热爱，因此，进行革命传统教育和体验很有必要。

结束了参观学习，编辑记者们马不停蹄地分赴各调研点，体验基层生活。带着苏区精神，编辑记者们将走到群众中去，走到火热的生活中去。

《中国广播电影电视发展报告(2012)》发布

全国有线广播用户突破2亿户

本报北京6月28日讯 记者金晶报道：国家广电总局发展研究中心今日在北京发布的《中国广播电影电视发展报告(2012)》(2012年广电蓝皮书)显示，2011年我国有线广播电视入户率达49.43%，用户首次突破2亿户。其中，数字电视用户突破1亿户，达到11489万户。

报告称，截至2011年年底，我国已有26个省（区、市）完成或基本完成一省一网整合，有线网络一省一网基本实现，高清交互、视频点播业务发展迅速。三网融合首批试点地区IPTV集成播控平台全面建成，并与总平台对接，已具备与电信网络IPTV传输系统对接的条件。第二批试点名单于2011年年底公布，试点城市已增至54个。下一代广播电视网建设取得重要进展，全国共有259个科研机构和企事业单位申请参与NGB工作，成立了16个NGB专题小组共同研发关键技术和标准。目前，上海东方有线NGB示范网覆盖用户已达200万户，发展NGB高清交互用户35万户。

此外，有线网络收入等也成为我国广播影视收入的重要组成部分。据广电总局发展研究中心主任、广电蓝皮书主编庞井君介绍，2011年，我国广播影视总收入(含财政补助收入)达2894.79亿元，同比增长17.72%。其中，广告收入实现19%以上大幅增长，达1122.90亿元；有线网络产业收入保持平稳增长，增长率为16%，收入达563.78亿元；电影产业继续高速发展，2011年全年票房超过131亿元，增长近29%。预计2012年，我国广播影视产业仍将以15%至20%的速度增长，广电业总收入将突破3000亿元大关。



A级车的油耗 B级车的价格 C级车的豪华

凯美瑞·尊瑞 尊贵亲民 领跑新能源车时代

25.98万元可以买一台混合动力车！

5月份凯美瑞·尊瑞产品及价格一经发布，旋即引发叫好声一片。一个月来，凯美瑞·尊瑞在市场上引起的反响呈现持续升温的势头。前来咨询凯美瑞·尊瑞何时到店的顾客逐日增多。从微博和汽车论坛上的发帖情况来看，消费者对油电混合动力技术的关注度，以及凯美瑞·尊瑞的好评度也越来越高。

C级车的豪华，B级车的价格，A级车的油耗，不少消费者对厂家发布的信息进行详细了解后，普遍对凯美瑞·尊瑞作出了这样的评价。

强劲动力和超低油耗的黄金组合，是吸引消费者的最重要因素。凯美瑞·尊瑞采用了全球成熟、领先的油电混合动力技术，综合功率高达151千瓦，综合工况下百公里油耗却只有5.3升，引起了消费者的广泛关注。

此外，配合安全带使用的10个SRS安全气囊、JBL新型高端车载音响、双前座8向电动调整及通风座椅、驾驶座具

有位置记忆功能、三区恒温空调系统等豪华车元素也出现在凯美瑞·尊瑞里面。媲美C级车的豪华装备，却只比同等级汽油版汽车贵3.5万元左右，足以令人心动不已。

我之前就对混合动力车有兴趣，看了几次没买，主要是考虑到油价，毕竟比汽油版贵10万元以上。现在只要二十几万就能买到一辆混合动力车，我觉得是可以接受的。已在广汽丰田第一经销店下了一张订单的梁先生一句话，道出了很多对混合动力车从持币观望到欣然接受的消费者的心声。

而在广汽丰田骏龙经销商一位前来咨询凯美瑞·尊瑞何时到店的陈先生讲：现在油价太高了，虽然多花几万块钱买车，但能从日后的油费上省下来，长远来说还是值得的。现在我就等实车到店了亲自体验一下，就准备入手。

以节省的油费弥补价差是否划算？以陈先生这样的商务人士为例，他的公司在广州市越秀区，家住天河区，两地距离接近15公里。给65升油箱加满油，每天在市区往返行驶约30公里的前提下，按凯美瑞·尊瑞在综合工况下百公里油耗5.3升计

算，可支持约1200多公里的行驶路程。而同等级汽油版汽车一般半个月就消耗一箱油，凯美瑞·尊瑞全年的油耗量不到汽油版汽车的一半。如此算来，凯美瑞·尊瑞大概四年左右就可以弥补高出的价差了。

另一方面，对于消费者普遍关心的保养、维修问题，广汽丰田销售店相关负责人介绍，他们对整车制定了3年10万公里、电池5年20万公里的保修政策，混合动力车型的保养费用与汽油版一样，无须支付额外的费用。

目前，广汽丰田正在全国主要城市开展“科技引擎 启动未来”全新第七代凯美瑞科技无限之旅活动。该活动5月份在广州盛大启动后，6月份还将登陆上海和广大消费者见面，7、8月份则移师南昌、北京。活动中特设“混合动力体验专区”，有兴趣的车主可到现场亲身体验凯美瑞·尊瑞的强劲动力和豪华配置，感受其豪华舒适的驾乘体验。

据悉，凯美瑞·尊瑞实车将于近期到店销售，届时消费者即可真正体验到凯美瑞·尊瑞的ABC越级魅力。