

国防部陷腐败丑闻 泽连斯基撤换防长

乌克兰总统弗拉基米尔·泽连斯基3日宣布,解除阿列克西·列兹尼科夫的国防部长职务,由国有资产基金主管鲁斯捷姆·乌梅罗夫接替。

这是乌克兰危机去年2月升级以来乌克兰国防系统最重要人事调整。列兹尼科夫领导的国防部深陷腐败丑闻,他本人则坚决否认有过错。



列兹尼科夫

涉及丑闻

泽连斯基当晚在全国电视讲话中说:“我已决定撤换乌克兰国防部长。阿列克西·列兹尼科夫经历这场全面战争已超过550天。我认为国防部需要新方法与众不同形式,同军队及社会互动。”

列兹尼科夫现年57岁,律师出身,2004年帮助后来当上总统的维克托·尤先科赢得选举诉讼,曾出任首都基辅市副市长,2020年加入泽连斯基政府出任副总理,2021年11月出任防长。

列兹尼科夫作为防长帮助乌克兰获得大批西方军事援助用于与俄方作战。他领导国防部游说西方,向乌克兰提供先进军事装备,包括德国制主战坦克,美国“海马斯”火箭炮,“爱国者”反导系统,最近正准备接

收第一批美制F-16型战斗机。

然而,乌克兰国防部陷入贪腐丑闻。列兹尼科夫否认自己有任何错误,反复称自己遭到抹黑。今年1月开始,乌克兰媒体持续向列兹尼科夫施压,指认国防部以市价两三倍价格购买军粮。一名国防部副部长引咎辞职。尽管列兹尼科夫本人没有涉及这些军粮采购,一些时政评论员说,他应当承担政治责任。列兹尼科夫当时承认,国防部内部反腐机构“未能”尽职,需要“完全重启”。

上月,一家乌克兰媒体指认乌克兰国防部采购部队冬装时搞腐败。美联社援引相关调查报道,国防部以三倍于正常水平的价格采购冬装,且实际买的是夏装。根据海关文件,土耳其供货商出货时每件29美元,运到乌克兰后变成86美元。列兹尼科夫上周召开记者会,否认一切指控,称夏装和冬装有区别,买来的迷彩服适合冬季作战,国防部没有收到部队任何投诉。

谈判专家

按路透社报道分析,泽连斯基希望通过撤换防长凸显反腐力度。乌克兰要加入欧洲联盟,需要整治腐败,加上俄乌冲突看不到头,国内民众对腐败非常敏感。

泽连斯基期待乌克兰最高拉达,即议会尽快批准对乌梅罗夫的防长提名,说议会相当了解乌梅罗夫,“无需多作介绍”。

法新社报道,乌梅罗夫现年41岁,前议员,克里米亚鞑靼族人。他2004年靠电信业务发家,2019年当选议员,曾任“克里米亚平台”峰会联合主席。该多边外交机制由乌克兰方面发起,旨在将克里米亚重新纳入乌克兰掌控。

无论在克里米亚脱离乌俄后,还是俄罗斯去年2月对乌克兰发起特别军事行动后,乌梅罗夫都参与一系列敏感的乌俄幕后会谈,包括达成高调的“换囚”、平民撤离协议。俄乌冲突升级最初几周,他是与俄方谈判的乌方代表团成员。他还参与达成黑海港口农产品外运协议的谈判。

乌梅罗夫去年9月出任乌克兰国有资产基金主管。法新社说,这一职位任务尤其艰巨,缘由是乌克兰国有资产私有化进程一直饱受贪腐影响。

至于列兹尼科夫的去向,一名乌克兰议员暗示,他可能成为下一任乌克兰驻英国大使。

文图据新华社、中新网

相关新闻



央视截图

俄国防部：摧毁四艘美制乌克兰陆战队快艇

据俄罗斯卫星通讯社报道,俄罗斯国防部称,当地时间4日凌晨,俄军在黑海摧毁了4艘乌克兰军队快艇,快艇上载有驶向克里米亚塔尔汉库特角的乌军陆战队。

报道称,快艇为美国制造的“Willard Sea Force”军用快艇。

另据路透社报道,乌方暂未对此进行回应。

据塔斯社报道,俄国防机构此前表示,黑海舰队已利用各种侦查手段对黑海局势建立了永久控制。8月29日至30日,黑海舰队数次挫败乌军登陆克里米亚并发起袭击的企图。

据路透社报道,3日晚,俄罗斯库尔斯克州州长罗曼·斯塔罗沃伊特说,一架被击落的无人机残骸引发库尔斯克托夫市一栋非住宅建筑起火。俄国防部4日在社交媒体上说,乌克兰当天凌晨1时左右开始对俄罗斯库尔斯克地区发起无人机袭击,俄军击落了两架无人机。

另据《基辅独立报》报道,俄军4日凌晨使用32架无人机对敖德萨地区发起袭击,破坏了部分基础设施和基础设施,当地官员要求居民在室内避难。乌克兰空军称,这些无人机来自克里米亚方向。

《基辅独立报》报道称,泽连斯基9月3日与法国总统马克龙通电话。两人在通话中讨论了法国对乌克兰的军事支持、乌克兰当前的紧急需求、法国在乌克兰提出的“和平方案”中扮演的积极作用等话题。

泽连斯基在社交媒体上表示,他与马克龙还讨论了黑海“粮食走廊”、加强沿海的敖德萨州安全防护的方案。他说:“我们同意加强在保护海上航线方面的合作”。

另据乌通社报道,泽连斯基在3日的晚间讲话中说,乌克兰正与世界各地的合作伙伴共同恢复黑海运粮的航线。

据中新网

成都秋雨季已开始 下周才有明显降温

进入9月,国内大部开始进入少雨期,然而华西地区却迎来了秋雨期。“华西秋雨”不仅缠绵,还偏爱落在夜间,一句“巴山夜雨涨秋池”,点破了其特点。

成都的秋雨季是否开启,今年有何特点? 近来天气情况将如何发展?带着市民关心的问题,本报记者昨日专访了成都市气象台副台长张葵。

问:什么是“华西秋雨”,主要原因是什么?

张葵:华西秋雨是我国华西地区(四川、重庆、贵州、宁夏南部、甘肃东部和南部、陕西南部及湖南西部、湖北西部等)在秋季(9月-11月)出现的较长时间的阴雨天气,是这些地区特有的天气现象。

华西秋雨的形成,是夏秋转换,副热带高压南移,秋季频繁南下的冷空气受秦岭和云贵高原以及青藏高原东侧地形阻滞,常常与来自副热带高气压西南侧的暖湿空气相遇,冷暖空气在这里长期对峙,于是

就形成了长时间的阴雨天气。

问:华西秋雨是如何判定的?

张葵:华西秋雨的判定是有严格的气象标准的,其范围包括湖北、湖南、重庆、四川、贵州、陕西、宁夏和甘肃6省1自治区1直辖市,具体又可分为南区(包括湖北西部、湖南西部、重庆、四川东部、贵州北部以及陕西南部)和北区(包括陕西南部大部、宁夏南部和甘肃南部),规定从8月21日开始,若南/北区连续出现5个秋雨日(监测区内大于或等于50%的台站日降雨量大于或等于0.1 mm),或连续5天中只在第2-4天中出现一个非秋雨日,则该区域的华西秋雨开始,并将第一个秋雨日定为该区的华西秋雨开始日期。南、北两区中,华西秋雨开始最早区的开始日作为华西秋雨的开始日期。

问:成都进入秋雨季了吗?

张葵:华西秋雨区分南北两个区域,成都属于华西秋雨的南片

区。华西秋雨的开始日期一般以南、北两区中,华西秋雨开始最早区的开始日作为华西秋雨的开始日期。根据这个标准,今年华西秋雨的开始日期为8月23日。

问:今年华西秋雨的形势如何,量级不大,为何备受关注?

张葵:根据四川省气候中心的预测,预计秋季影响四川的秋雨强度较常年同期偏弱。秋雨主要影响区为盆地东北部、盆地南部和川西高原。

华西秋雨主要影响农业生产活动(包括大春作物和小春作物播种),严重秋雨还会引起秋汛造成洪涝灾害,所以关注度比较高。

问:连续晴天之下,最高气温升至34℃,何时降温?

张葵:预计未来一周,我市以多云天气为主,局部地方多短时阵雨,最高气温在33℃左右,11日左右才有明显的降温天气。

成都日报锦观新闻记者 王静宇

四部门印发《四川老字号示范创建管理办法》 品牌至少创立40年 注重理念设计创新

为充分发挥四川老字号在商贸流通、促进消费、质量管理、技术创新、品牌建设、文化传承等方面的示范引领作用,省商务厅等四部门日前印发《四川老字号示范创建管理办法》(以下简称《办法》)。根据《办法》,四川老字号,是指注册地在四川省行政区域内,历史底蕴深厚、巴蜀文化特色鲜明、工艺技术独特、设计制造精良、产品服务优质、营销渠道高效、社会广泛认同的品牌(字号、商标等)。

《办法》中明确,四川老字号示范创建以企业为主体,创建企业应当体现品牌示范性、企业代表性、行业引领性、注重理念、设计、研发、工艺、技术、制造、产品、服务、经营、营销、管理等各方面创新,坚持绿色发展、与时俱进、守正创新,彰显经济价值和文化价值。同时,鼓励和支

持老字号相关协会发挥行业促进作用,为四川老字号提供企业维权、人才培养、信息交流、商务合作等方面的服务。老字号商协会应加强行业自律,协助政府部门做好监督和管理,推动四川老字号保护传承和创新发展。

在示范创建条件方面,《办法》指出,四川老字号应当具备一定基本条件:品牌创立时间在40年(含)以上;具有巴蜀传统文化背景、地域特色、深厚历史积淀和文化底蕴;面向居民生活提供经济价值、文化价值较高的产品、技艺或服务;在所属行业或领域内具有代表性、引领性和示范性,得到广泛的社会认同和赞誉。

四川老字号企业应当具备的基本条件为,在四川省行政区域内登记注册并持续正常经营的企业;

依法拥有与品牌相一致的字号,或与品牌相一致的注册商标的所有权或使用权且未侵犯他人注册商标专用权,传承关系明确且无争议;主营业务连续经营20年(含)以上,且面向居民生活提供商品或服务;经营状况良好,且具有较强的可持续发展能力、创新能力;在所属行业或领域内具有较强影响力;未在经营异常名录或严重违法失信名单中。

除此之外,根据《办法》,四川老字号示范创建原则上每3年进行一次。程序包括:发布通知、自愿申报、初审报送、专家评审、集体讨论、社会公示、发布公告等。四川老字号企业可根据《四川老字号标识和牌匾使用规定》,使用四川老字号标识和牌匾。

成都日报锦观新闻记者 孟浩

走成都地标商业活力吸睛

2023年已过去大半,如果要提前梳理一下今年的消费潮流,色彩缤纷的“多巴胺”生活风格无疑是快乐因子。“多巴胺”消费也反映出当下消费者在

情绪释放、压力缓解方面的多重表达。

走进城市商业地标成都IFS,这里更是刮起了一股“多巴胺”风潮——艺术展览上,明亮鲜艳的色彩撩动人心;消费场景里,新品牌带来的多种新体验更是气象万千,一切都显得活力无限!



消费新场景 丰富体验显活力

艺术展览吸睛的同时,不少品牌亮相的新门店与快闪活动也带火了成都消费市场。比如上个月在成都IFS举办的沛纳海腕表鉴赏展就赚足了眼球。沛纳海希望以成都IFS为核心,擘画品牌新未来,辐射整个西南。

事实上,能入驻成都IFS,自然也被品牌们寄予厚望。以今年为例,截至目前,成都IFS已吸引不少新品牌,其中既有享誉全球的国际大牌,又有不少国内知名品牌。记者走访时发现,以色列品牌ELEVATIONE在此开出了西南首店,来自丹麦哥本哈根的时尚品牌GANNI也把西部首店搬到了这里,安踏少年甚至在此亮相全国首店。正所谓移步换景,所到之处均有新奇体验,步入CALVINLUO西南首家旗舰店,这里更是充满了与众不同的非凡体验,与其说是品牌门店,倒不如说是一处集合了时尚精致与惬意生活的时髦打卡地。JIL SANDER成都IFS精品店里,颇具格调的极简现代主义风格也吸引着追随者们。远不止此,记者还看到,成都首家罗威之家也焕然一新,呈现的全品类产品宛如精美艺术品。上月全新启幕的DESCENTE城市旗舰店以成都为特色焕新设

计,打造了店内运动空间和成都文化墙,毋庸置疑这里又将成为新的“流量担当”。与此同时,汇聚包括蔻依香氛、潘海利根、闻献在内等众多国际一线品牌及高端奢奢品牌西南首店的成都IFS美妆集合地“美域”也持续火热。

一个有趣的现象是,除了这些耳熟能详的国际国内知名品牌之外,不少深受年轻消费者喜爱的新晋网红品牌也在成都IFS扎堆亮相。以品牌store by.jpg为例,这个新兴的独立咖啡品牌凭借其高品质的产品在年轻消费市场迅速出圈,近期该品牌甚至一口气在成都IFS同开2家门店,开业期间还曾引发排队热潮。正是看好成都IFS强大吸引力,备受关注的Peet's Coffee也将闪亮登场。

新品牌纷至沓来,而这背后却有一个共同的指向,那就是一个商业项目博得品牌的信赖,不仅有底气十足的实力,更有不同凡响的号召力。近年来,越来越多的数据报告都在说明,年轻一代正成为消费主力军,他们重视精神价值、乐于分享表达,个性化与创新性的品牌产品往往成为他们的心头好。而纵观成都IFS,无论是接踵而至的多元品牌,还是树立标杆而推出的美妆集合地,抑或是轮番登场的大小活动,活力正在这里蔚然成风,也不断彰显着旗舰商业的前瞻眼光与引领作用。

成都日报锦观新闻记者 陈超图由成都IFS提供