

卫生部 5 项措施

严管食品添加剂

据新华社北京 9 月 24 日电 (记者周婷玉) 根据此前专项整治行动中发现问题, 卫生部“对症下药”, 于 24 日下发通知出台了 5 条有针对性的监管措施, 以规范食品添加剂的生产、经营和使用各个环节。

5 条监管措施为: 严格食品添加剂生产许可和监督管理工作, 严把食品添加剂生产许可关。2009 年 6 月 1 日以后新建的食品添加剂生产企业, 其生产的食品添加剂质量、检验方

法标准必须符合国家标准、行业标准的规定。

规范复合食品添加剂的生产。复合食品添加剂纳入工业产品生产许可范围。企业申请生产许可时, 复合食品添加剂的名称、组分、生产工艺应当符合复合食品添加剂通用安全标准。

严格规范食品添加剂经营主体准入行为, 依法登记注册食品添加剂经营主体, 查处和取缔无照经营行为。督促食品添加剂销售者建立进货查验制度等自律机制。

规范食品添加剂标签、说明书。生产经营和使用的食品添加剂的包装上必须具有标签, 标签上应当载明“食品添加剂”字样, 食品添加剂的标签、说明书应当清楚、明显, 容易辨识, 必须如实载明相关内容。

食品生产者和餐饮单位采购食品添加剂, 应当查验产品的许可证明和合格证明文件, 不得采购和使用不符合国家标准的食品添加剂, 严禁采购非食用物质作为食品添加剂使用。

央行调查显示:

超六成居民认为房价过高

中国人民银行 24 日对外发布了《2009 年第 3 季度城镇储户问卷调查综述》, 结果显示, 居民对物价满意程度继续减弱, 超过六成城镇居民认为当前房价过高。

居民对房价满意度下降。调查显示有超过六成 (65.2%) 的城镇居民认为当前房价“高, 难以接受”, 这一比例较上季提高 2.8 个百分点; 只有 34.8% 的居民认为当前房价可以接受或满意。对下季房价, 41.5% 的居民预期将上升, 较上季大幅提高 16.2 个百分点。

调查显示, 居民投资意愿不断攀升, 消费意愿略有增长, 储蓄意愿有所回落。15.3% 的城镇居民选择“更多地消费”, 尽管仍在底部波动, 但比上季略升 0.2 个百分点; 选择“更多投资”的居民占比为 41.6%, 连续三个季度攀升, 累计提高 12.5 个百分点。

3 季度, 居民购房和购车意愿继续上升。预期未来 3 个月准备购房和购车的居民比例分别为 17.1% 和 12.8%, 较上季上升 1.3 和 0.6 个百分点。新华社记者 王宇 姚均芳



9 月 23 日, 参加“重返延安”活动的在延安工作过的老同志, 参观枣园和杨家岭两处革命旧址, 共同回顾了延安的革命历程。图为在延安枣园革命旧址内, 一群游客看到这么多胸前戴满军功章的老人, 兴奋地鼓起掌来, 争先恐后地与老同志合影留念。

新华社记者 丁海涛 摄

中国有了架设特大桥“金刚钻”

据新华社长沙 9 月 24 日电 (记者苏晓洲) 建设特大桥梁、高速客运铁路、摩天大楼, 必须靠大吨位旋挖钻机开凿巨型桩基孔。中国生产的 TR400C 型大吨位旋挖钻机已于近日下线, 这种钻机能在地下凿出最大

105 米深、直径达 3 米的桩基孔, 一举终结我国对“洋钻机”的依赖。

中国南车株洲电力机车研究所有关部门介绍, TR400C 型大吨位旋挖钻机由其在北京分公司—北京南车时代重工制造。

[聚焦国庆阅兵]

阅兵空中梯队有 6 大亮点

据新华社北京 9 月 24 日电 (记者孙茂庆、王东明) 国庆 60 周年阅兵空中梯队指挥部总指挥、空军副司令赵忠新 23 日表示, 阅兵空中梯队有 6 大亮点。

无论在规模还是在梯队数量上, 都是历次阅兵中最多的一次。国庆 50 周年阅兵由 132 架飞机组成 10 个梯队; 这次阅兵所有作战飞机都挂载受阅, 多型空空、空地导弹首次公开亮相。空军采取了多种措施, 能够确保飞行安全; 受阅飞机全部为国产, 大部分是近 10 年来研制生产的新型装备; 这次受阅有 12 种 15 型飞机, 在历次阅兵中是最全的, 既有歼击机、轰炸机、歼击轰炸机, 也有预警机、加油机、教练机和直升机, 涵盖了空军和陆军、海军现役主战机型。国庆 35 周年阅兵时是 4 种 4 型, 国庆 50 周年阅兵时是 8 种 14 型; 这次受阅飞机中新机型占到了 95% 以上; 我国首批战斗女飞行员将参加这次阅兵。10 月 1 日当天, 她们将驾驶战机组编成教练机梯队, 最后一个飞越天安门广场上空。

安徽家电下乡全年销售额有望突破 35 亿元

据新华社合肥 9 月 24 日电 (记者马琳瑞) 记者从安徽省商务厅了解到, 随着政策的不断完善和节庆销售黄金季的到来, 该省家电下乡产品销售火爆之势更浓, 预计全年家电下乡产品销售额可破 35 亿元。

据统计, 截至 8 月底, 安徽全省共销售家电下乡产品 98.1 万台, 销售额达 19.5 亿元, 预计到今年年底销售总额可超过 35 亿元, 极大地满足了农村消费市场的需求, 并带动了一大批家电中标企业产销两旺。

铜陵市人力资源市场 2009 年第三十六期招聘会信息 (2009 年 9 月 25 日)

序号	招聘工种	文化程度	人数	男性	女性	男女不限
1	业务员	初中	10	0	0	10
2	副总经理、片区经理、业务员、电工机械经理	技校	20	0	0	20
3	技术人员、施工人员	大专	28	0	0	28
4	操作工、检验员、仓库员、电工等	初中	20	0	0	20
5	操作工	初中	60	24	6	0
6	叉车工、保安、拉线操作工、能源动力技术员、数控机床操作工、生产线操作人员	中专	20	20	0	0
7	推拿师、足疗师、学徒	初中	10	0	0	10
8	财务人员、文员	大学	4	0	4	0
9	服务员、收银员	中专	8	6	2	0
10	美容师、店长、学员	初中	5	0	5	0
11	安装技术员、文员、CAD	初中	13	10	3	0
12	会计、采购员、宣传员、文员	高中	13	0	0	13
13	营销员	大专	2	2	0	0
14	氩焊工	技校	20	0	0	20
15	机电修理	初中	10	0	0	10
16	审核会计、驾驶员、配送、导购、业务员	高中	6	3	3	0
17	文秘、园林技术人员	中专	10	0	0	10
18	餐厅服务员、厨师、厨师实习生、门僮等	初中	26	0	0	26
19	收银员、服务员、外卖兼职	高中	12	6	6	0
20	餐饮服务	初中	50	10	20	20
21	操作工	初中	10	8	2	0
22	操作工、行政文员	中专	20	0	0	20
23	驻外销售员、水电工、操作工	初中	10	0	0	10
24	业务员	初中	10	0	0	10
25	车工、铣工、钳工	高中	4	4	0	0
26	服务员、保洁员、领班等	初中	21	0	0	21
27	餐厅服务员、保安员、行李员	中专	12	2	10	0
28	服务员	初中	5	5	0	0
29	管理人员、教师	中专	5	0	0	5
30	焊接、抚能工、包装工等	初中	10	0	10	0
31	操作工	初中	10	0	10	0
32	会计、管理人员、储干、文员	高中	15	0	0	15
33	操作工	初中	20	0	20	0
34	营业员	高中	5	0	5	0
35	市场部经理、市场部部长、市场代表、办公室内勤	中专	20	0	0	20
36	纺织面料销售员	大专	12	8	4	0
37	收银员、服务员、服务生	初中	15	10	5	0

序号	招聘工种	文化程度	人数	男性	女性	男女不限
38	业务员、驾驶员	初中	5	0	0	5
39	国际跟单员、业务员、会计、操作工	高中	45	0	0	45
40	销售和客服	中专	30	0	0	30
41	保险理财顾问	高中	25	0	0	25
42	操作工	初中	10	0	0	10
43	KA 业务代表及乡镇业务代表	中专	2	0	0	2
44	铣工、钳工、检验员	初中	12	8	4	0
45	操作工	初中	30	10	20	0
46	爆破技术员、机电维修工、操作工	高中	10	10	0	0
47	收银员、服务员	初中	5	0	0	5
48	通讯员	高中	3	0	3	0
49	驾驶员、电工、钳工、铆工、焊工、起重工、炼钢、炼铁操作工、配电工若干员	初中	30	28	2	0
50	钳工、车工、会计、文秘	初中	8	6	1	1
51	店长、组长、店员	高中	10	0	0	10
52	主管、领班、服务员、勤杂工	初中	10	0	0	10
53	超市管理、导购员、促销员	高中	15	0	0	15
54	业务员、驾驶员、促销员	初中	5	0	0	5
55	技术员、钳工	大专	2	2	0	0
56	文员	大专	4	0	4	0
57	管理人员、会计	大专	3	0	0	3
58	服务员、服务生、收银员	初中	3	0	0	3
59	营业员	高中	5	0	5	0
60	营业员	中专	5	0	5	0
61	营业员	技校	5	0	5	0
62	土木建筑工程师、计算机工程师、电气工程师	中专	4	4	0	0
63	营业员	高中	3	0	3	0
64	服务员	初中	10	0	0	10
65	操作工	初中	30	10	20	0
66	销售人员、主办会计、操作工、行政人员	职专	25	0	0	25
67	销售	初中	10	0	0	10
68	信息调查员、营销业务员、店员	高中	6	3	3	0
69	工程师、铲车工、电气工程师、驾驶员	初中	6	6	0	0
70	销售代表、储备干部	高中	8	4	4	0
71	销售人员、操作人员	初中	14	0	0	14
72	前厅服务员、厨师	小学	10	0	0	10
73	驾驶员	初中	1	1	0	0
74	化验、销售、操作工	中专	9	4	0	5