源头施治 筑牢防线

——各地精心谋划积极开展党纪学习教育

新华社北京5月14日电 党纪学习教育开展以来，各地切实把思想和行动统一到党中央决策部署上来，把开展党纪学习教育作为重要政治任务，紧密结合各地实际，认真研究谋划、精心组织实施，扎实推进，实现良好开局。

不久前，首农食品集团所属二商集团组织领导班子成员、部分党组织书记来到北京市朝阳区人民法院温榆河法庭，通过旁听职务犯罪庭审的方式，上了一堂特别的党纪学习教育课。党员干部们纷纷表示，借“前车之覆”，明“后车之鉴”，以案为鉴是最生动的教育。

近期，各地持续加强警示教育，用身边事教育身边人，让党员干部受警醒、明底线、知敬畏。

科学制定工作安排、迅速有力部署启动、周密细致组织学习、配优配强工作力量、着力加强政策指导……北京全市各级党委（党组）把开展党纪学习教育作为重要政治任务，深入学习习近平总书记重要讲话和重要指示精神，深刻领悟“两个确立”的决定性意义，坚决做到“两个维护”，坚持高标准高质量推动党纪学习教育走深走实。

各地坚持“融入日常、学用结合”，高质量开展党纪学习教育。“村务公开不能仅仅网上公开，纸质的公示栏也要及时更新，要为不擅长使用手机的老年人考虑。”在黑龙江省富锦市兴隆岗镇东悦村，“百村微廉课”结束后，几名村干部正在交流学习感受。这次“微廉课”的主讲人——富锦市纪委监委案件审理室主任李瑞欣说：“我们把正向文化浸润和反向警示提醒融入到‘微廉课’中，将清廉声音送到基层一线，让崇廉拒腐的意识真正扎根在基层干部心中。”

黑龙江省委把开展党纪学习教育作为加强党的纪律建设、推动全面从严治党向纵深发展的重要举措，各级党组织积极组织党员干部开展专题读书班、参观廉政教育基地、观看警示教育专题片等活动，让党员干部们近距离感受党纪的严明和廉政的力量。

着眼主责、紧扣主业，把学习和工作、教育和实践统一起来。河南省南阳市纪委监委将正面引导和反面警示统一，带领党员干部学《中国共产党纪律处分条例》的同时，强化警示教育，选取违反“六项纪律”典型案例，编印成册、拍摄视频，以案说德、以案说纪。

河南省各级纪检监察机关把党纪学习教育与当前工作结合起来，不断提升依规依纪依法履职能力和水平，切实将学习成果转化为推动全省纪检监察工作高质量发展的实际成效。广大纪检监察干部表示，将在认识纪律上更加深入、在维护党纪上更加坚定、在学规守纪上更加自觉，推动党纪学习教育走深走实。

“小漫画，大寓意”“观廉政漫画，扬清风正气”……福建省厦门市市政园林局近日组织党员干部参观廉政漫画巡回展，接受党性熏陶和廉政教育。此次展览共展出廉政漫画作品60幅，以诙谐、幽默的方式赞美讴歌廉洁，弘扬清风正气，鞭挞讽刺腐败，批判丑恶贪婪。

各地紧扣学习重点，精心组织形式多样的学习实践活动。党纪学习教育开展以来，福建省抓牢学习重点，做到学有质量。同时，不断提高学习针对性、实效性，通过廉政文化示范基地，相关图文、视频、漫画等，引导广大党员干部在沉浸式学习中准确把握“六项纪律”的主旨要义和规定要求。

新疆塔城地区录制《法治讲谈》，在加强对《条例》解读阐释的同时，还用好“民族团结一家亲”和民族团结联谊活动等载体，采取上门送学、结对帮学等方式，抓好流动党员、偏远牧区党员、年老体弱行动不便党员的学习。

日前，新疆维吾尔自治区党委党的建设工作领导小组会议召开，为全区开展党纪学习教育谋篇布局，明确5个方面19项具体举措，组织指导14个地州市、96个县市区、6600余个党组（党委、工委）、8.88万个基层党组织把党纪学习融入日常、抓在经常。

党纪学习教育

新冠KP.2变异株短期内引发新感染高峰可能性低

新华社北京5月14日电（记者 顾天成）14日，国家疾控局发布新冠病毒KP.2变异株健康科普问答。根据问答，专家研判认为，当前KP.2亚分支感染病例在我国本土病例中的占比极低，短期内成为我国优势流行株的可能性低，引发新一次感染高峰的可能性低。

KP.2致病力有无变化？KP.2是新冠病毒奥密克戎JN.1变异株的第三代亚分支，也是JN.1变异株中具有较强传播优势的一个亚分支。2月以来，由于KP.2在全球流行毒株中的占比增长较快，世界卫生组织于5月3日将KP.2列入“需要监测的变异株”。目前尚未检索到KP.2的致病力和免疫逃逸能力较当前流行的JN.1变异株发生明显改变的报道。

当前KP.2变异株流行情况如何？目前，JN.1变异株仍为全球优势流行株。今年以来，KP.2亚分支在全球流行毒株中的占比逐渐增加，从1月上旬的0.16%增长至5月上旬的14%左右。

截至5月12日，在我国本土病例中共监测到25条KP.2序列。每周报告的本土序列中KP.2占比在0.05%至0.30%之间，处于极低水平。

问答提示，预防新冠病毒KP.2变异株感染与预防其他奥密克戎变异株感染一样，建议公众继续保持良好个人卫生习惯，科学佩戴口罩，坚持规律作息，保证健康饮食，提高机体免疫力。

重庆南川：金佛山云瀑天上流

5月13日，重庆市南川区金佛山东麓出现云瀑景观，蒸腾的云雾顺着山势飞流而下，吸引众多游客前来观瀑打卡。

新华社发（**瞿明斌** 摄）

31省份4月CPI出炉：23地物价涨了

日前，国家统计局公布了31省份2024年4月居民消费价格指数（CPI）。4月，23省份CPI同比上涨，其中江西物价连续两个月领涨。

23省份CPI同比上涨

国家统计局数据显示，2024年4月，全国CPI环比上涨0.1%，同比上涨0.3%，同比连续三个月上涨。

4月31省份CPI同比上涨省份较上月翻番。其中23省份同比上涨，3省份持平，5省份同比下降，上月“涨平跌”省份分别为11个、7个和13个。

具体来看，江西、青海、内蒙古、黑龙江、江苏、湖南、甘肃、湖北、天津、浙江、广西、海南、重庆、西藏、安徽、河南、贵州、云南、北京、辽宁、广东、吉林、山东等23省份同比上涨，上海、陕西、新疆同比持平，河北、四川、宁夏、山西、福建等5地同比回落。

另外，从增减幅来看，4月30省份CPI同比数据较3月上涨，广西、西藏增幅最大为0.6个百分点，宁夏与3月持平仍为下降0.2%。

东方金诚首席宏观分析师王青表示，4月CPI同比涨幅回升主要原因有两个：一是当月猪肉价格同比涨幅扩大，蔬菜价格同比由负转正，有效对冲了水果、鸡蛋价格同比降幅扩大的影响。二是受国际原油价格上涨，以及上年同期基数下沉等因素影响，4月非食品价格同比涨幅扩大。

未来CPI怎么走？

展望下阶段物价走势，机构普遍预计有望延续温和回升态势。

王青认为，受上年同期价格基数走低，居民消费仍有修复潜力，以及前期原油、黄金上涨还会继续向国内传导等因素影响，预计5月CPI同比将小幅扩大至0.5%左右；后期伴随猪周期价格见底、消费修复及价格基数持续处于低位，CPI同比涨幅还有小幅扩大趋势，但未来几个月突破1.0%的难度较大。

国盛证券宏观团队表示，短期CPI可能延续偏弱、出行和旅游价格可能仍是支撑。考虑“五一”假期、生产修复、油价等影响，预计5月CPI可能延续小幅正增长。

招商宏观张静静团队预计，在非食品项的拉动下，5月份CPI同比有望维持在0.3%～0.5%之间。

中国民生银行首席经济学家温彬表示，当前，反映核心需求的CPI企稳回升但斜率偏缓，仍处在相对较弱的中枢位置，表明以节日消费带动的消费复苏对内需提振的效果相对温和，一般性消费需求仍有待复苏。展望下一阶段，若猪肉价格不出现意外上涨，预计二、三季度CPI仍将保持在0.3%~1.0%区间。

开源证券宏观研究团队预计5月CPI环比为-0.1%左右，同比或在0.4%左右。再往后，猪价短期内难有大幅上涨，服务与实物消费或将平缓修复，核心通胀将温和回升，叠加低基数效应，CPI同比或将稳中有升，预计2024年全年平均同比在0%～1%区间。 **本报综合消息**

中国品牌日 见证金融品牌的力量：

中信银行荣膺2024年中国品牌价值第30强

5月9日，在第八个“中国品牌日”来临之际，《Brand Finance 2024年中国品牌价值500强》报告正式发布。报告显示，中国银行业的品牌价值显著增长，行业贡献的品牌总价值较去年增长2%。其中，中信银行持续表现稳健，以6.5%的品牌价值增长荣膺中国品牌价值第30强，并在两年时间内实现4个位次的提升，保持了品牌活力与市场竞争力的齐头并进。

值得一提的是，中信银行作为年度唯一金融品牌案例，被收录在该报告的“品牌聚光灯”专栏，凸显其坚守长期价值，展示了中国金融品牌创新实力与独特魅力，向全球传递中国品牌的时代强音。

作为全球领先的国际品牌价值评估机构，Brand Finance已连续8年在深圳国际品牌周内发布“中国品牌价值500强”榜单。今年，该榜单更是充分围绕中国品牌的核心指标表现、优秀品牌最新的创新与技术研发亮点，以及中国品牌在可持续发展等关键领域的表现，对41个行业的逾千个品牌进行全方位的消费者感知调研，全面展示了中国一流企业品牌建设的最新成就和品牌故事。

此番中信银行在该榜单的稳健表现，不仅源自其卓越的业务实力，同样彰显了其强大的品牌韧性。自2022年开始，该行将品牌主张焕新为“让财富有温度”，持续围绕品牌能力建设、形象塑造、市场营销等方面开展品牌系统工程。2023年，该行以品牌传播为统领，以业务传播为支柱，以日常传播为基石，建立了三级品牌传播体系，并在“真、善、美”的品牌建设理念指引下，增强品牌与各利益相关方的情感连接，持续落地了多项品牌破圈活动。中信银行在大幅提升公众对其品牌的认同感的同时，进一步发挥了新时代语境下的中国金融品牌建设典型的示范作用，为我国加快建设金融强国做出应有贡献。

未来，中信银行将持续贯彻落实中央金融工作会议和中央经济工作会议精神，聚焦做好科技金融、绿色金融、普惠金融、养老金融、数字金融五篇大文章，实施“五个领先”银行战略，为提升国有金融企业的全球品牌影响力、推进经济社会的高质量发展贡献中信力量。