

## @高考生 考前14天健康监测开始 多地发布防疫措施和提示

近日,各地陆续发布高考防疫提示,教育部也提醒广大考生,要提前14天返回考点所在地,并严格遵守当地考试防疫要求。多地教育部门要求考生自23日或24日开始进行14天健康监测。各地还有哪些具体的高考防疫政策?目前高考准备工作进展如何?

高考临近,全国多个省份近日陆续发布高考防疫措施和提示,对考生健康监测、核酸检测等都做出了详细的要求。

浙江省提醒考生须在考前14天完成浙江“健康码”的申领,并如实申报考前14天内的健康状况;北京市要求考生从24日起进行考前14天健康状况监测;吉林省通知考生在考前3天向所在学校或考试招生机构上交疫情防控承诺书、行程卡和健康码截图等材料;江西省要求考生从24日起自行做好每日体温及健康监测,在考前3天领取准考证时提供48小时内核酸检测阴性报告等材料。

教育部日前再次提醒全体考生,要及时向考点所在地考试机构如实报告自身健康情况、相关返程安排等信息,提前14天返回考点所在省(区、市)。刚刚过去的周末,河北省承德市双桥区安排专门车辆,护送滞留异地考生返回报名所在地等待考试。河北省承德市双桥区教育局局长李海军表示,从23日起,将对这些考生进行14天健康监测,“首先保证所有考生在宾馆的安全,生活吃住能够满足他们的需求。在解封之后,点对点把考生送回学校。”

新冠肺炎疫情下,保障考生的安全是做好

高考准备的重中之重。中国教育科学研究院研究员储朝晖认为,疫情防控工作做到位的同时,也要尽可能提供条件,让每一位考生都能够参加考试。

“疫情对各个地方高考工作都会形成一些挑战,最关键是要维护每一位考生参加考试的基本权利。如果新冠肺炎阳性感染考生能够清晰地思考,就应该让其上考场。在学校里可以设置单独的考场,在监考等各个环节要把准备做充分。”储朝晖说。

在高考考场的设置方面,安徽省每个考点将配备防疫副主考,并设置高考隔离考场;甘肃省对于因新冠肺炎隔离但未确诊的考生,安排在隔离考点参加考试,仍在隔离治疗期的确诊病例、疑似病例或无症状感染者,将安排在医院考场考试;河南省的考点分配将实行就地就近的原则。

河南省教育厅厅长朱永新介绍:“其中,是标准化考点学校的,学生不出校门参加考试;不是标准化考点的学校,点对点送考,闭环管理。县区要设置备用考点,考点要设置备用隔离考场。每个考点配备一名防疫副主考、一名防疫工作人员和一名医务人员。”



▲5月23日,贵州省遵义市第十四中学高三学生备战即将到来的2022年高考。(澎湃)

## 广告涉抄袭不只奥迪 宝马、本田也被扒

22日,针对新广告片被指抄袭一事,奥迪及广告创意代理方均发布声明致歉。目前,奥迪广告片《今日小满》已被下架,涉事广告代理公司也承诺,将尽最大努力弥补对原作者的损失。随着奥迪广告片一事持续发酵,《今日小满》广告片导演彭杨军所拍摄的其他广告片也被质疑涉嫌抄袭,品牌涉及宝马等。另有,为本田汽车制作广告的公司亦被质疑抄袭。

### 宝马广告片被质疑抄袭

5月22日晚,一则宝马广告片在多个平台已无法打开观看,该广告片名为《良仓X全新BMW 8系》,导演与奥迪广告片《今日小满》为同一人。

有网友指出,该广告片构图、分镜、画面均与国外艺术家SOHN拍摄的MV非常相似,可谓又一例“像素级”抄袭典范。目前,该视频在爱奇艺、优酷等多个平台均已无法打开观看。

针对此事,记者致电宝马相关人士,但截至发稿时,对方尚未回复。

### 奔驰等品牌均与涉事导演有合作

除《良仓X全新BMW 8系》广告片外,在优酷等视频平台上,名为《良仓X奔驰》的广告片,也已被设置为“需要密码才能查看”。

记者注意到,良仓文化曾为多个汽车品牌拍摄广告片,这些广告片均以“良仓”为开头命名。

多个视频平台显示,在与良仓文化合作汽车品牌中,除了奥迪和宝马外,还包括凯迪拉克、奔驰、沃尔沃、别克、MINI等。而暂时无法观看的影片,导演均是卷入奥迪广告“抄袭门”的彭杨军。

据微博身份认证信息显示,彭杨军的身份包括良仓网创始人、《新视线》创意总监。天眼查信息显示,彭杨军名下有3家公司,分别是北京良仓文化传播有限公司、上海迹遇文化传播合伙企业(有限合伙)和北京尚真文化传播有限公司。

目前,彭杨军的个人微博首页已无内容,仅显示“博主设置仅展示半年内的微博”。而在视频分享平台“新片场”上,彭杨军的个人

主页也显示“该账号不存在或已删除”。

此前,在彭杨军“新片场”个人主页上,可以看到他曾负责导演过凯迪拉克LYRIQ、宝马4系、奔驰GLE、Jeep新牧马人等车型的广告片。

### 本田广告被指模仿经历

在奥迪广告片一事发酵后,汽车企业广告问题引发更多人的关注。据多家媒体报道,本田汽车的一则广告也被指抄袭。

该广告片由视频号“汽湃”发布,名为《我和明月村的故事:是UR-V的陪伴,让热爱不负期待》,东风本田官方公众号曾转载过“汽湃”发布的这条视频。

在视频发布后,成都远家品牌创始人宁远公开表示,本田广告视频中的“主理人”称自己在明月村中生活了五年,该“主理人”的创业故事完全盗用自己的人生经历。在未经

同意之下用作商业广告,希望能有一个合理的解释。

对此,“汽湃”所属的成都汽湃智信文化传播有限公司在5月23日上午发布回应称:“我们为今年4月所拍摄的一则视频《我和明月村的故事:是UR-V的陪伴,让热爱不负期待》向宁远女士郑重道歉。”

“汽湃”承认,这则视频在宁远创办的位于明月村的“远家”线下空间拍摄,在拍摄前后并未告知宁远及其团队商业拍摄目的(本田UR-V汽车车主短片),而且所拍摄内容与宁远女士经历雷同,对宁远及其团队构成了感情伤害和不利影响。“目前已下架该视频和相关图文推送。”

针对此事,记者致电东风本田相关负责人。对方表示:“已收到相关信息,目前正在内部解决沟通中。”

(中新社)

## “三线发力 四个助推” 中国建设银行日喀则分行全面铺开金融支持乡村振兴新蓝图实践



投身乡村振兴战略,必须深耕惠农沃土。建行日喀则分行坚决贯彻落实中央和自治区党委关于乡村振兴决策部署,全力以赴为乡村振兴贡献力量。

成立“乡村振兴专班”,全面激活乡村振兴内生动力。创造性提出“一体两翼”党建引领乡村振兴工作新模式,与日喀则市江洛康萨社区、丹真桑曲社区、谢通门县政府、驻村点建立长期共建关系,形成社区、县域、驻村点三线合力激发乡村振兴活力工作机制,创建“四个推进”(会计培训、信贷支持、金融教育、消费者权益保护)一体化宣传教育,相继协助江洛康萨社区创建



“民族团结示范基地”,与谢通门县政府指导性实施“谢雄一见则喜”农牧产品深加工项目,备受当地赞誉。

