

守住管好“天下粮仓” 保障国家粮食安全

新华社记者 王立彬

“悠悠万事，吃饭为大。”世界粮食日，就我国粮食库存、应急保障、粮好油好、执法监管等公众关心的话题，国家粮食和物资储备局局长刘焕鑫接受了新华社记者专访。

口粮库存：满足全国1年以上口粮需求

问：目前粮食市场运行情况如何？

答：充足的粮食储备是保障国家粮食安全的“压舱石”。对我国这样拥有14亿多人口的大国来说，建立一定数量的储备粮，是落实总体国家安全观、守牢粮食安全底线、确保经济社会行稳致远的重要保障。

目前我国粮食安全形势持续向好，国内粮食市场保持供应充足、运行平稳的良好态势。粮食总产量连续9年保持在1.3万亿斤以上，小麦、稻谷两大口粮品种实现百分之百自给。粮食库存充裕，高于17%-18%的国际粮食安全警戒线，小麦、稻谷库存量能够满足全国1年以上口粮消费需求。

我国已基本建立起与高质量发展相适应，涵盖中央储备、地方储备、社会储备的多层次、全方位粮食储备体系。京津沪渝等36个大中城市主城区成品粮储备保障能力在15天以上。

应急保障：形成安全可靠的应急体系

问：粮食应急保障能力建设情况如何？

答：当前全球气候变暖，极端天气气候事件多发频发，暴雨洪涝灾害易发高发，对粮食应急保障提出了更高要求。

我们持续健全应急响应联动机制，加强粮食应急保障能力建设。

持续加强粮食监测预警体系建设。全国建立1200多个国家级粮食市场信息监测点，建立库存、价格、销售等粮油市场信息日报制度，完善监测预警分析机制和信息发布机制。

持续推进粮食应急预案体系建设。积极推进《国家粮食应急预案》修订，指导地方加快粮食应急预案体系建设。目前，省、市、县三级粮食应急预案实现全覆盖，并按要求开展了粮食应急培训和应急演练。

目前省、市、县三级粮食应急保障中心体系基本形成，正在积极推进区域粮食应急保障中心建设。全国有粮食应急储运企业5100余家、应急加工企业6900余家、应急配送中心3900余家、应急供应网点5.9万余个，完全可以满足应急需要。

总体看，我国已基本建立涵盖储运、加工、配送、供应等全链条的粮食应急保障体系，并经受住了疫情防控、灾害应对等大战大考检验。

地头餐桌：防止“谷贱伤农”“米贵伤民”

问：粮食流通管理，如何“一手托两家”？

答：粮食一头连着农民，一头连着消费者。确保粮价在合理区间运行，是国家粮食安全能力水平的重要体现。

我们统筹抓好市场化收购和政策性收购，激发市场购销活力，牢牢守住农民“种粮卖得出”底线，粮食价格总体平稳，近三年粮食类居民消费价格指数基本稳定。

近年来，世界进入新的动荡变革期，不确定难预料因素交织叠加，引发全球粮食价格波动。2023年以来，全球粮食供给呈供大于需态势，同时全球粮食供应链预期趋稳，粮价明显回落。

这也给国内粮食市场带来传导效应，但影响有限，国内粮价波动幅度远小于国际市场。这主要得益于我国粮食连年丰收，库存处于较高水平，市场调控“工具箱”丰富。

我们将通过不断完善最低收购价政策、充分发挥粮食储备吞吐调节作用，持续做好保供稳价，防止“谷贱伤农”“米贵伤民”。秋粮收购旺季在即，我们将会同有关方面持续健全完善有关机制，激发市场购销活力，加大粮食收储调控力度，牢牢守住农民“种粮卖得出”底线。

吃得健康：确保“舌尖上的安全”

问：如何确保“舌尖上的安全”？

答：从“吃得饱”到“吃得好”“吃得健康”，就要把牢粮食安全关。通过健全制度机制、强化风险监测、加大执法力度、完善标准体系，我国粮食安全水平显著提升。

健全制度体系。粮食安全保障法

颁布实施、《粮食流通管理条例》修订出台，粮食质量安全管理更加完善。

加强质量监测。开展新收获粮食质量调查、品质测报和安全监测，监测品种、范围、频次、数量逐年增加。2023年采集检验样品8万份，获得数据100万个。

强化粮食检验监测体系建设，累计投入资金逾80亿元，全系统检验机构有700多个，质量检验能力显著提升。

严格出入库监管。加强粮食收购入库、储存和销售出库环节质量安全监管，严防不符合食品安全标准的粮食流入口粮市场和食品生产企业。2023年采集检验样品1万余份，获得数据10万余条。

强化标准。组织制修订小麦、大豆、高标准粮仓建设等国家标准和行业标准，建成了较为完善的粮食全产业链标准体系。

“铁拳行动”：守住管好“天下粮仓”

问：如何进一步守住管好“天下粮仓”？

答：粮食安全关系国计民生，是“国之大者”。近年来，我们先后组织开展全国粮食流通“亮剑”专项执法行动、“严监管强执法重处罚行动年”活动。

今年初，启动粮食流通监管“铁拳行动”，严厉打击粮食领域违法违规行为，持续释放依法强化粮食监管强烈信号。

我们将会同有关部门进一步创新方式手段、强化严查快处，打好监管执法“组合拳”。

充分利用信息化监管手段，实现政策性粮食全链条实时在线监管。建立跨部门联合检查制度，推进违法线索互联、执法标准互通、处罚结果互认，探索开展联合惩戒。

以“铁拳行动”为抓手，扎实做好粮油收购和政策性粮食销售监督检查，畅通12325热线投诉举报渠道，保持执法办案高压态势不减。

综合运用视频抽查、交叉检查、信息化监管等手段，提高库存监管穿透性、精准性和效能性，不断放大中央储备粮库动态监管系统监管效能。

(新华社北京10月16日电)

进入一年一度的“双11”网购促销季，消费者面对海量的促销商品，有必要货比三家、综合考察。随着“种草”“真实体验”等概念兴起，一大批“第三方测评”网络账号走俏，吸引不少消费者购物时将其作为决策参考。中消协16日发布消费提示，“第三方测评”可以提供参考，也可能因“跑偏”“变味”而误导消费者，应理性看待互联网促销活动和商品测评类营销信息。

关注“第三方测评”主体口碑信用

中消协有关负责人介绍，“第三方测评”通常是指未取得国家检验检测资质认定及中国合格评定国家认可委员会认可的或者个人，宣称通过自身测试、检测、体验或引用对比专业检测结果、分析调研数据、表达主观使用感受等方式，对商品的质量、功能、设计、成分、服务、性价比等方面进行横向或纵向比较，并将结果通过自媒体以图文、视频或直播的形式进行发布推广。

一些“第三方测评”账号主体的口碑信用不佳，不同平台的博主对于同一款商品可能有着不同的感官评价甚至是截然相反的结论，同一博主在不同时期测评同类型相关产品时也有可能得出不一样的结论。

还有一些“第三方测评”账号发布的信息并非原创，均为网络搬运或复制杂糅相关信息整合而成，可信度和科学性有待商榷。大量发布作品的“第三方测评”账号背后，许多是不能承担责任的自然人，让轻信“第三方测评”的消费者在情感上受挫，在消费维权上也面临难题。

因此，消费者在浏览相关测评信息时，对于评论吐槽意见较多、带货推销倾向明显甚至有失公允的，要及时搜索查证、自觉远离；针对偷换测评概念、测评结果自相矛盾等涉嫌误导欺骗消费者的行为，可保留证据向相关互联网平台和有关部门进行投诉举报，依法主张自身权益。

留意宣称测评方法

“第三方测评”信息吸引网友关注的原因之一是其基于普通消费者真实感受和视角，利用更加多元、细致、专业的测试、测验、体验等方式，向公众多维度展示或推荐不同品牌、系列的商品和服务信息，承担“试错成本”，为消费者提供决策参考。

然而，一些“第三方测评”账号披露的测评过程全靠主观评价，缺乏科学的测评方法，无法提供真

实可信的实验凭证；一些博主、主播的点评话语充斥着“必入”“智商税”“谁买谁后悔”“错过等一年”等词句，看似情真意切，其实套路深沉，不仅误导消费者，有些还涉嫌不正当竞争或商业诋毁。

消费者在浏览有关“第三方测评”信息和推荐产品时，要留意查验有关测评项目是否合理，测评信息或数据来源标注是否清晰，相关数据结论有无常识性错误或逻辑谬误，还可以翻阅查验该账号作者往期成果、点赞情况和网友评论留言，综合比较信息的真实性和合理性。

警惕以科普分享为名行营销带货之实

针对某些主播、博主推出的各类“测评红黑榜”“必备好物清单”“避雷清单”等，应当多平台、多渠道进行比较，客观理性看待各类测评榜单和测评内容。

针对“第三方测评”主播、博主提供的引流优惠信息，特别是所谓“无脑购入”“家人们放心冲”等具有强烈情绪和引导性质的标题、口号时，消费者更应保持清醒。

2023年5月起施行的互联网广告管理办法明确规定，除法律、行政法规禁止发布或者变相发布广告的情形外，通过知识介绍、体验分享、消费测评等形式推销商品或者服务，并附加购物链接等购买方式的，广告发布者应当显著标明“广告”。

部分“第三方测评”账号没有把握好公正客观和经营盈利的关系，为了商业利益变身流量代言人，以科普分享为名行营销带货之实，涉嫌侵犯消费者知情权和公平交易权。还有少数博主、主播和经营者偷换检验检测指标项目概念或虚假展示检验检测报告，更有甚者直接伪造虚假检验检测报告，推销涉嫌高价低质的仿冒、伪劣商品，一经查实均须承担相应法律后果。

消费者权益保护法实施条例规定，经营者以商业宣传、产品推荐、实物展示或者通知、声明、店堂告示等方式提供商品或者服务，对商品或者服务的数量、质量、价格、售后服务、责任承担等作出承诺的，应当向购买商品或者接受服务的消费者履行其所承诺的内容。

中消协敦促各“第三方测评”营销主体，恪守公平诚信原则，为消费者呈现真实、有效、可信的消费参考信息。建议有关网购平台进一步完善检验检测报告适用和查验规则，让广大消费者放心消费，提振消费信心。

(新华社北京10月16日电)

网购前货比三家 理性辨识「第三方测评」信息

新华社记者 赵文君

(上接一版)涉水道路桥梁堤防等安全隐患定期排查制度和强降雨后第一时间排查制度，着力提升极端强降雨灾害交通重点领域预警叫应和应急响应能力。明确强降雨防范应对五个必须工作纪律。市防汛办印发通知，对强降雨期间各级防汛责任人必须坚守岗位、各级包保责任人必须迅速下沉、各级防汛负责人必须坚持坐镇指挥、各联镇县领导必须赴现场协调指挥、重点落雨区必须点对点实时调度提醒的工作纪律，要求进一步明确、切实夯实各层级各岗位各环节防汛责任和措施。

突出排查检查，着力清除隐患。坚持汛期不过、检查不停、隐患不除、整改不止，在常态自查排查基础上，市防汛办组织开展了6轮次集中督查检查，检查发现并整改问题隐患216条，各级常态自查排查问题隐患1416个，

整改1370个，落实管控措施46个。特别是针对防汛抢险物资是否配齐配足规范管理前置到位，防汛重点设施设备是否维护检修调试到位，重点区域、关键环节、目标人群防汛包保责任是否分解落实到位，基层预案是否突出针对性，预警与响应联动是否可靠，应急处置措施是否实用等问题，梳理了四个方面26类近百项具体工作和风险隐患点，在全市范围内集中开展了“四个再来一轮”防汛应急保障领域大排查大检查大整改行动，汛期坚持每天对县镇村防汛值班值守及卫星电话畅通情况进行电话抽查，不定期对镇村一线防汛包保责任人“三到户”“早盯撤”责任措施落实情况开展随机抽查，对抽查检查结果进行通报，责令整改，有效堵塞了风险漏洞。

突出转移避险，全力确保安全。全市各级坚持把提前转移避险作为避免

人员伤亡的关键举措，树牢“预报就是命令、撤离就是避险”理念，严格按照“三个不怕”“四个宁可”和“三个坚决转移”要求，全闭环落实“早盯撤”措施，建立河道左右岸、上下游汛情信息联防互报、共同会商和分析研判机制，完善落实“覆盖流域、视频到镇、监测到村、音频到院、预警到户”预警体系和“人盯人”责任网格体系，持续加强防灾避险安置点建设和基层综合应急救援队伍建设，提前预置物资，科学排兵布阵。各级防汛干部枕戈待旦、严防死守，降雨关键期24小时在岗履职，点对点穿透式调度提醒，人盯人迅速果断转移避险，确保组织有序、预警及时、响应快速、抢撤有效、人员安全。今年汛期启动市群IV级防汛应急响应2次，安全转移群众13678户31678人，实现安全度汛。

科技赋能、机制创新、责任担当

2024中国新媒体大会一线观察

新华社记者 阮周 余春生

科技赋能探索媒体融合新路径

轻点鼠标，在文本框输入“2024中国新媒体大会报道策划”，就能发散出“科技”“文化娱乐”等多个选题策划方向，每个方向又链接到多个策划提纲和权威消息源。

在同步举行的2024中国新媒体技术展上，湘潭大学新闻专业大四学生王梓赫体验了由新华社研发的“新华本源”AI知识助手。他感叹“太好用了”，不仅消息源权威准确，策划内容还新颖丰富，大大提升了工作效率。

“新媒体融合数字技术和人工智能，未来类似的应用场景会更广，希望以后的工作中我能用上。”王梓赫说。

以科技引领传播行业变革，不仅能提升工作效能，还能加快推进文化和科技融合，让科技之光放大文化之美、传播之力。

在苏州广播电视总台展位上，数字人“苏意”吸引了许多观众的目光。时而身着旗袍、时而身着健身服……“苏意”展现了“身兼数职”的功能。苏州广播电视总台技术中心主任余乐介绍，“苏意”目前已投入应用，能满足视听播报、主持采访等多种节目内容需要。

机制创新助推主流媒体系统性变革

“推进主流媒体系统性变革”是本届大会上的一个讨论焦点。

与会嘉宾认为，媒体融合走过10年历程，推进主流媒体系统性变革，既是前后相继、提质升级的改革深化，也是新闻人坚定不移推动媒体深度融合的使命担当。

不论舆论形态如何演变，媒体样态如何发展，优质内容永远是信息市场的“硬通货”，是解锁流量密码的“金钥匙”。与会人士普遍认为，推进主流媒体系统性变革必须坚持“内容为王”，要以生产机制创新推动内容革新，以内容优势赢得发展优势。

新媒体工作室是主流媒体探索内容生产机制创新的一支“轻骑兵”。在本届大会“推动全媒体生产 促进全媒体传播”内容创新论坛上，多位新媒体工作室负责人围绕如何进一步推进内容创新展开交流研讨。

“依托工作室的建设，可以实现部门间选题

协同策划。采访拍摄一次采集，根据报纸和新媒体平台的特点，各取所需分头生产。”人民日报社“碰碰词儿工作室”负责人刘莉莉表示。

西安交通大学新闻与新媒体学院院长汪文斌认为，新媒体工作室打破了传统媒体部门之间的壁垒，直面市场打造产品，这是推动媒体产品生产机制创新的有效探索。

好产品想要传得远，也离不开传播机制创新的加持。

与会人士认为，在未来推进主流媒体系统性变革过程中，既要坚持“内容为王”，也要加强“渠道致胜”，打造技术先进、特色鲜明、自主可控的新型传播平台，同时要有效用好商业化、社会化平台，科学构建传播矩阵，形成全网聚合效应，让“正能量”拥有“大流量”。

责任担当赋能媒体新使命

坐上座椅，戴上VR设备，就能瞬间“降落”至月球表面；座椅启动后，就能“乘坐”月球车，模拟在月球低重力环境下驾驶月球车行走的情景——这是记者在2024中国新媒体技术展上看到的一幕。

“数字月球”是新华社媒体融合生产技术与系统国家重点实验室利用先进半导体显示硬件和计算机图形技术、空间信息技术等前沿技术建设的线下数字科普基础设施。

湖南大学外国语学院大三学生李常远体验了“数字月球”后非常兴奋。他告诉记者：“我好像真的在月球上行走，还可以用闯关的方式探索月球的地形地貌，是一次很刺激的体验。”

据了解，“数字月球”目前正在与出版社、科技馆和博物馆等机构接洽合作。“通过科普知识、技术与互动的交融，受众尤其是青少年可以在娱乐中了解更多天文知识，达到寓教于乐的目的。”新华社媒体融合生产技术与系统国家重点实验室产品经理何丹表示。

深度变革背景下，媒体不应只局限于传播信息，还应运用好行业机遇，以科技赋能社会责任实践与传播。

当前，湖南红网有《问政湖南》《百姓呼声》等民生栏目，帮助解决网民诉求；优酷上线无障碍剧场，使用AI语音赋能，让盲人朋友体验“追剧”的乐趣……

在15日举办的“共筑数字时代的新媒体责任”社会责任论坛上，湖南红网新媒体集团总编辑肖世锋表示，当前，媒体融合不仅是传统媒体与新型媒体的融合，还是文化自信与科技创新的融合，更是媒体责任与社会治理的融合。主流媒体应当挺进网络主战场，占领主阵地，掌握制高点，这是我们的责任和使命。

(新华社长沙10月16日电)



通报点名

新华社发 王鹏 作

多植荷花塘自清，常思廉洁政自明

——清廉安康建设宣传标语

全面动员，全民参与，积极争创全国文明城市

——创建全国文明城市宣传标语