

臆测救灾支书的“金耳环”不是监督是诛心

新华 时评

新华社北京5月26日电 5月26日,《新华每日电讯》发表题为《臆测救灾支书的“金耳环”,不是监督是诛心》的评论。

近日,湖南省石门县遭遇强降雨,已有超10万人受灾。石门县壶瓶山镇龙池河村党支部书记向金元连日奔波在救灾第一线,面对采访镜头,已经感冒的她声音嘶哑、眼眶红肿、脸色疲惫,令无数网友动容。然而,个别网民不关注抢险救援,反而将目光盯上了这位女支书的“金耳环”,揣测“耳环有二两黄金”“普通农村妇女可戴不起金耳环”“把耳环捐了更感动”……

对此,新华每日电讯记者与向金元求证,她说自己戴的是“金色耳环”而非

“黄金耳环”,且是不是金耳环不应当成为关注重点。多方信源证实,5月17日以来,向金元一直奋战在防汛抢险第一线,上门叫应、通知转移、安置群众、运送物资等。她说:“所有的村干部都是日夜不停地连轴转,最近这两天晚上我都没睡觉。”面对个别网民的揣测,向金元直言无暇顾及,“老百姓的认可才是最真实的”。

当前,石门县防汛救灾正处于吃紧阶段,个别网友却把关注点放在“金耳环”上,带偏舆论焦点,不利于救灾大局。当“金耳环”话题被推上热搜,真正重要的信息——安置点群众的物资保障是否充足、次生灾害如何有效防控、灾后恢复重建将面临哪些困难等重要议题,反而被淹没在口水战中。舆论场的“噪音”每增加一分,救灾信息的“信噪比”就下降一分。

更重要的是,在没有任何事实依据

的情况下,凭主观臆断和刻板偏见,就把“戴金耳环”与干部廉洁自律、工作作风强行挂钩。批判“金耳环”的潜台词是:有些干部是作秀的,是可以怀疑的。这种无端揣测,不是监督是诛心。所幸,救灾支书向金元没有时间看网络,没因“诛心”而分心。

这些天在石门县受灾地区采访,本报记者见到很多奋战在一线的基层干部的身影:他们有的在洪水来临时奋不顾身跳水救人,有的徒步翻山进入灾区转移被困群众,还有的彻夜坚守在道路抢通、电力恢复等现场。在灾情中表现出的实干与担当,才是基层干部作风最好的试金石。

救灾一线,分秒必争;舆论场上,清朗为本。让我们将目光对准那些泥水里拼搏的身影,把敬意献给默默无闻的实干者,让全社会拧成一股绳,为抗洪救灾凝聚起最坚实的力量。

六月起 拿外卖先看封签

据国家市场监督管理总局通知,《网络餐饮服务经营者落实食品安全主体责任监督管理规定》(下文简称“《规定》”)将于2026年6月1日起实施。《规定》明确,入网餐饮服务提供者应对餐饮食品进行包装、封口,并保证封口开启后无法复原,防止餐饮食品在配送过程中受到污染。

从地方试点到全国规范

记者梳理发现,早期的外卖餐品封口方式缺乏统一规范,部分商家使用订书钉、普通胶带等进行简易封口,也有商家不作任何封口处理,食品安全隐患突出。2018年2月,北京市海淀区食药局联合相关平台启动食安封签项目,此后上海市、广州市、湖南省、江苏省等多地开始试点推广规范封签,并出台地方执行标准。

“以前点咖啡,最担心遇上雨天或配送高峰期,餐袋一松散,餐品就容易被雨水浸湿,还可能在途中被人随意拆动。”在武汉市工作的庞女士坦言,“虽然现在大部分品牌杯盖设计都很好,但外面如果能多一层‘看得见的安全锁’,心里会踏实很多。”

“随着我国外卖行业规模持续扩大、用户消费频次不断提升,外卖封签已从可选项转变为刚性需求。”食品产业分析师朱丹蓬表示,国家此前已在《餐饮服务通用卫生规范》《餐饮质量安全提升行动方案》等文件中,对外卖封签使用提出相关要求。即将施行的新规,无论是对封签的材质要求,还是各方主体责任的落实规范,都在原有标准基础上实现了更全面、更细化的升级,切实守护人们“舌尖上的安全”。

商家、骑手、平台如何履责?

多位业内人士认为,外卖封签的使用不仅让食品安全管理更加规范化、制度化,也为商家、骑手、消费者等带来了益处。

“对商家来说,使用封签能有效降低配送环节的食品安全风险,让餐品安全更有保障。”朱丹蓬表示,封签让配送流程更规范,能更好地保持餐食品相与温度,避免餐品被二次污染,提升消费者餐饮体验感的同时,也大幅减少了平台纠纷。

陕西省宝鸡市凤县市场监督管理局公开数据显示,当地封签使用情况被纳入商户主体责任和配送服务质量评价,目前相关投诉率下降81%,商户主体责任意识显著增强。

“收到餐品后,首先查看是否贴有完整的食安封签,确认封签完好无损。如发现未使用食安封签或封签破损,可当场拒收并留存照片证据,通过平台客服或12315热线维权。”朱丹蓬提醒。

若商家拒不改正或情节严重,将被处以1万元以上10万元以下罚款。如果问题发生在配送流程中,消费者可选择向平台或商家追责,监管部门也将依照相关法律规定,对涉事责任方作出相应处罚。

(据新华社 记者 赵宇娇)

“零差评”藏猫腻 起底“网络水军”刷单控评黑色产业链

“物超所值”“无限回购”……商品评论区里,清一色的好评让人眼花缭乱,下单到货后却发现,到手的产品与描述天差地别。

数字消费时代,店铺评分、商品评价已成为购物决策的重要依据。然而,一些所谓的高分店铺、“零差评”商品,却可能是刷出来的虚假口碑。记者在安徽、北京采访多起“网络水军”刷好评、删差评案件,揭露背后套路。

套路一:新店摇身变“爆款”好评全是“流水线”

一人掌控上百个电商平台购物账号,几年间产生6万余条购物记录,频繁为各类店铺刷好评……

2024年8月,安徽省合肥市巢湖警方捕捉到这条异常线索。循线追踪,一个盘踞多年、横跨18个省份、涉案逾百人的非法刷单控评团伙逐渐浮出水面。

警方查明,该团伙深谙平台算法规则,专门为商家定制所谓“爆款方案”。办案民警介绍:“他们首先会在平台高频搜索相关店铺,之后模拟真实消费路径,在平台分批、分散下单购买指定商品。”

看似热闹的交易背后,是精心编排的虚假戏码——商家大多仅寄出空包裹,或纸巾、橡皮筋等廉价物品,应付物流签收。一旦系统显示“已签收”,该团伙便按既定模板批量发布好评。

依靠这套流水线式造假操作,不少新店短时间内摇身一变,被包装成“零差评”“月销数千”的所谓爆款店铺,真实消费者的购物体验却被架空。

套路二:利用商家怕差评有偿删帖“一条龙”

有“刷”就有“删”,与制造虚假好评相伴而生的,是一条专营删差评的黑色产业链。

北京公安网安部门近期在工作中发现,在多个电商平台的隐秘角落及短视频评论区,充斥着大量“专业删差评”“负面压制”的小广告。这种明目张胆的行为,引起警方高度警觉。公安机关迅速介入,一个以郭某、谢某为首,披着“电商服务工作室”外衣的犯罪网络逐渐清晰。

与单纯的水军刷单不同,这个团伙的生意经更加“精准狠”。

“这个团伙就是看准了商家怕差评的心理,为他们提供有偿删差评服务。”据办案民警介绍,该团伙利用平台规则漏洞,通过伪造证据、编造谎言等手段,持续向平台进行所谓“投诉”,攻击用户真实差评,误导平台将真实差评当作恶意差评删除,从中赚取好处。

“这种‘有偿删差评’行为,与‘刷单控评’一样,都是对电商市场公平竞争秩序的严重破坏。”办案民警说,虚构好评误导消费者和强行清除负面声音遮蔽真相,二者本质相同,不仅侵害了消费者的知情权、选择权,更让诚信经营的商家在恶性竞争中承受压力。

刷单控评损公平 这种“黑灰产”碰不得

北京康达(合肥)律师事务所律师刘锋等法律界人士分析,无论是刷单控评还是有偿删差评,都是在向消费者传递虚假信息,误导公众作出购买决策,严重扰乱市场公平竞争秩序,涉嫌非法经营罪、虚假广告罪等多项罪名。

“有一些群众轻信了‘动动手指就能赚钱’的兼职广告,认为帮忙刷一条好评只赚一两块钱,不算什么大事,更谈不上犯罪,这是一种错误认识。”巢湖市公安局网安大队四级警长周杨告诉记者,刷单链条上的每一个环节都会留下痕迹,一旦案发,无论金额大小,都可



“零差评”藏猫腻。新华社发 朱慧卿 作

能被追究相应责任。

公安部网安局有关负责人表示,针对“网络水军”关联“黑灰产”,公安机关将保持常态化高压严打态势,坚持全链条溯源打击,深挖刷单控评上下游利益链条,对商家、中介、刷手等各层级涉案人员一律从严查处,并推动跨平台联合惩戒,实现对刷单控评的全链条、穿透式打击。

从刷好评到删差评,从造假到诈骗,网络“黑灰产”变换花样,悄然侵蚀着消费信心与市场秩序。重拳整治这类犯罪是一种警示:好口碑从来不是刷出来的,而是干出来的。无论是试图通过造假牟利的商家,还是参与刷单的兼职人员,只要触碰法律红线,终将付出沉重代价。

(据新华社北京5月26日电记者李明辉、潘峰)