

# “水军”整治不妨向技术要效率

■ 袁锋

日前，公安部网安局在全国范围内启动为期6个月的依法打击整治“网络水军”专项工作，回应社会关切，进一步遏制“网络水军”及相关黑灰产业的滋生蔓延趋势，切实维护网络生态、市场经济秩序和广大人民群众合法权益。

看到这条消息，第一反应是“天下人苦网络水军久矣”。现如今上网购物，一些网店销量可以造假，好评可以操控，等级也可以买来。拿

起手机点个外卖，“网红”餐馆琳琅满目，好评如潮，消费者心里不禁嘀咕：这么多好评，到底哪句是真，哪句是假呢？“网络水军”兴风作浪，屡禁不绝，很多时候成为收割“韭菜”的利器，坑害消费者的帮凶，乱象丛生，触目惊心，必须痛下狠手，釜底抽薪，严厉打击。

随着信息化、智能化的发展，用户画像、算法推荐等新技术的应用，网络空间生态治理面临着更多挑战。一旦被利益绑架，不仅流量和评论容易被操纵，就连流量的使用者——用户也往往难逃一劫。消除“网络水军”乱象，需要鼓励支持互联网企业和平台完善诚信规范与机制，还需强化网络平台责任，加强网络平台社区规则、用户协议建设；对待“网络水军”等不法行为，应以明确的法律法规进行约束，以“零容忍”态度加强治理，深入推进系列专

项行动，加强网络空间生态治理和互联网领域虚假信息治理。

同时，应对“水军”的海量，传统的路径、有限的警力必然力不从心，向技术要效率、向算法要出路成为必然选择。我们能做的，就是用好大数据、云计算、人工智能、算法推荐等移动互联网时代的核心技术力量，用技术把水军和其发布内容识别出来、标记出来，让技术辅助进行去伪存真、固定证据、追踪定位等工作，从而对网络水军等乱象实现精准打击，形成高压态势，做到持之以恒、久久为功。

“去超市别拿不认识的雪糕”“潜伏在便利店冰柜里的雪糕，价格就像刺客的暗器，等着杀你个措手不及”……炎炎夏日，雪糕作为降温标配，一直以来都是大家的最爱。然而近来有不少网友吐槽，自己从冰柜里拿出一支相平平无奇的雪糕，结账时却花了十几元甚至几十元钱，“雪糕还没吃，心就凉了”。曾经的“降温伴侣”如今却变身“雪糕刺客”，引起各界的关注和热议。

“雪糕刺客”之所以频被吐槽，一是因为价高，却在配料和口味上和一般雪糕没有太大差别，让消费者感觉自己钱包不防被“刺杀”了。其二是没有明码标价。不同于其他商品，很多小超市、便利店里的雪糕都是一起堆放在冰柜里，没有价格标签，卖相普通价格却很高的“雪糕刺客”混杂其中，品种还相当多，消费者往往要到结账的时候，才发现一支雪糕竟然这么贵，又不好意思说不要，只能硬着头皮掏钱，吃个哑巴亏。

“雪糕刺客”集中反映了雪糕市场在生产、营销等环节存在的问题。近年来，由于原材料价格上涨和消费理念的升级，雪糕的价格越来越高，市场规模也不断扩大。有统计数据显示，2015年到2021年，雪糕冰淇淋行业的市场规模由不足900亿元增长至1600亿元，六年间累计上涨超90%。一些新入市场的雪糕企业，品种为了快速吸引消费者关注，便在营销上下足功夫。炒作话题、请明星代言、购买广告位等无所不用，甚至埋伏在冰柜中“刺”顾客一刀这种“不讲武德”的销售手段也使出来了，可见市场的混乱和无序。

不论以什么样的形态出现，雪糕最重要的价值还是消暑，最高的追求是好吃。用心做好产品，让雪糕口味、品质得到保障，才是市场发展的根本。混乱的营销造成“雪糕刺客”，最终会反噬到商家自己身上。试想，假若一支雪糕的价格成本里大部分是各种噱头的推广费，仅有少部分用在了原材料和产品的口味上，谁会愿意一直充当冤大头？更何况，明码标价本是商品销售的基本原则和底线，“雪糕刺客”隐藏价格是对消费者知情权、选择权的侵害，应该及时予以制止。

“刺客”终究不是正常的营销手段。靠“背刺”消费者博销量，无论是卖雪糕也好，还是销售其他产品，必然都走不长远。毕竟，无论是历史故事中，还是影视剧中，“刺客”的下场往往都不怎么好。企业应该多倾听消费者的声音，潜心研究产品，以产品质量和消费者良好的口碑作为推陈出新的出发点和落脚点，不要一味地追求高价而忽视品质、注重营销而忽视产品，让形形色色的“刺客”刺痛消费者的钱包，也刺伤自己产品的未来。

雪糕变“刺客”

早晚要“凉凉”

魏燕

## 守住临期食品安全底线

■ 廖海金

列出售。也就是说，商家销售临期食品，必须在醒目位置标识“临期食品销售专区”，保障消费者知情权。

临期食品以较低价格吸引更多消费者，盘活了企业库存，链接起长尾市场上的供需两端。数据显示，2020年我国零食行业总产值规模接近3万亿元，2021年临期食品市场规模将达401亿元。可见，临期食品不仅可以减少食物浪费现象，还能给消费者带来实惠，减少厂商损耗，节省社会资源，可谓一举多得。

毋庸置疑，食品进入临期阶段，影响其质量安全的不确定风险会明显增加。譬如食品运输贮存条件不达标，即便保质期未过也可能变质。此外，网购是时下商品销售的重要渠道，而临期食品一旦成为一些电商的专门业务，则意味着食品打牢制度根基，从而有效保障消费者“用打折的价格，吃到不打折的美味”。

本版言论只代表作者个人观点 投稿信箱：hnrp@163.com



## 开齐开好体育课

近日，新修订的《中华人民共和国体育法》明确要求，学校必须开齐开足体育课，保障学生在校期间每天参加不少于一小时体育锻炼。

一段时间以来，体育课不受重视的情况普遍存在。比如，体育课被占用，孩子运动时间得不到保障；师资力量不足，课堂内容缺乏科学性、趣味性，学生上课积极性不高、运动量不足……之所以如此，根源在于教育功利化，从学校到家长乃至社会均过分看重学习成绩，而忽视对孩子综合素质的培养。

## 中国农业银行海南省分行坚持高质量服务“三农” 为推动乡村振兴增添金融动能



2019年8月14日，农行海南省分行联合中国银联海南分公司举办乡村振兴主题卡海南首发仪式，进一步助力乡村振兴。

### B 在协同推进上聚力 | 助推乡村产业快速发展

4月15日，农行海南省分行与万宁市人民政府签署全面战略合作暨支持乡村振兴发展合作协议。至此，该行已经与全省17个市（县）政府、4个市辖区政府签署战略合作协议，将助力进一步发挥地方经济与地方金融的良性互动与协调发展，为地方乡村振兴建设提供更加有力的金融支持。

服务“三农”是党中央、国务院

赋予中国农业银行的政治责任和光荣使命。为扎实做好金融服务乡村振兴工作，农行海南省分行充分发挥自身金融资源充沛、综合实力较强的优势，广泛动员各方力量，深化多方合作，构建起立体化服务乡村振兴的发展格局。一方面，该行积极加强与省农业农村厅、省乡村振兴局等政府职能部门的沟通联系，第一时间掌握相关政策和需求，确



农行海南省分行工作人员实地察看农户槟榔种植情况。

### D 在服务保障上用力 | 夯实乡村振兴服务基础

为做好乡村振兴的各项服务保障工作，农行海南省分行从组织机构、政策体系、产品创新、人才培养等4个方面持续用力，不断夯实乡村振兴发展基础。在组织机构上，该行专门成立金融服务乡村振兴工作领导小组，设立乡村振兴金融部，进一步健全和充实金融服务乡村振兴职能。

在政策体系上，该行深入贯彻全省农村工作会议精神，以服务乡村振兴为主线，出台全行服务乡村振兴和“三农”县域业务工作方案，推动建立全行共抓“三农”一盘棋工作机制。在产品创新上，该行依托行内大数据平台和资源优势，因地制宜探索推进产品和服务模式创新，创新推出“槟农贷”“民宿贷”“致富贷”“母爱回归贷”等产品。

截至5月末，累计投放惠农e贷近35万户、56亿元，有力支持地方乡村产业发展。

在人才培养上，该行批量选派20名优秀干

部赴全省各市县农业农村局（乡村振兴局）等职能部门担任副职，让乡村振兴成为培养锻炼干部的广阔舞台，切实推进金融与乡村振兴的有效结合。

### C 在金融科技上着力 | 全力支持数字乡村建设

台，实现平台交易笔数195万笔、交易金额7.8亿元，覆盖省内15个市县，受到了广大胶农和胶农的关注和欢迎。与此同时，该行还围绕县域智慧产业场景经营模式、产业链特点及融资需求，拓展在线供应链融资，推动打造农业特色优势产业链和智慧金融场景建设。此外，该行在总结前期“党建+信用村”建设经验的基础上，围绕推进“党建+

有了农行‘胶农通’项目，现在可太方便了，系统自动核算收缴金额，省去了我们人工记账、存取现金、找零，快速又准确，还避免因收到假币造成损失。”海口市琼山区红旗镇某胶农梁老板麻利地为胶农称完胶水重量，10秒左右收缴款项便到账农行乡村振兴借记卡中了。

数字乡村建设是乡村振兴战