

观点扫描



直播助农本是好事,既能让优质农技下乡,又能帮特色农产品出山。唯有斩断此类骗局链条,才能让直播间成为助农的阵地,让农民兄弟真正从数字经济中受益。

坑农“割韭菜”害虫该“消杀”

不少农民朋友遭遇了一批假冒的农技专家。央视记者在各大短视频平台搜索到上百个“农业专家达人”的账号,发现他们虽然身份五花八门,但是其中相当一部分账号的头像和名称上都标注着“祥禾农业”四个字。“祥禾农业”创始人网红史老师,既是所谓的“农资专家”,也是学员上万的播音导师。采访中,史老师坦言,不仅“史老师说农业”这一个农业专家账号,祥禾农业的1000多个账号,实际出镜、运营的工作人员都没有任何农业教育背景,甚至大多数人完全不懂农业知识。

假农技专家已形成成熟的产业化运作链条。他们深谙农民盼丰收的心理,先以“免费指导”“独家妙招”等吸引关注:食盐、白醋、味精、啤酒……这些常见的调料和饮品经过“达人专家”们简单配比,就成了能除草、杀虫、增产的“小妙招”;话术里满是“农资店绝不会告诉你”等煽动性表达。待农民放下戒心,便话锋一转,开始推销所谓“特效农资”,宣传得天花乱坠,用起来根本就不是那么一回事儿。

更令人警惕的是,这些骗局背后有专业团队操盘。“祥禾农业”的案例撕开了行业黑幕:“农业研究所专家”“农大毕业生”等身份全是剧本演绎;其负责人直言,是否了解农业知识不重要,带货挣钱才是唯一目的。这种“造人设、演剧本、狂带货”的模式坑害了农民兄弟。

值得一提的是,此类骗局的危害远超普通消费欺诈。农民买农资的每一分钱,都关乎一年的生计与全家的温饱;假农药、劣肥料不仅让一季收成打水漂,更可能破坏土壤肥力,影响长期耕作。更严重的是,它透支了农民对“直播助农”的信任。

整治坑农骗局,需要法律、平台、社会形成合力。法律层面,应对虚假人设、伪劣农资销售“零容忍”,不仅要处罚主播,更要深挖背后的涉诈团队、供货链条,让整个利益链付出代价。平台须切实履行主体责任,建立农技账号资质核验机制,对“专家”身份、农资产品进行双重审核,发现违规立即下架账号、阻断交易。

胡欣红 来源:钱江晚报



电商经济很有包容性,可以为大多数物品提供展销平台。但交易平台近年来出现越来越多的新奇物品,其规范性值得审视。比如,平台出售“南极海水”吊坠以及“北极点海水样品”,是否合理合法呢?

9999元公开叫卖,“北极点海水”到底哪来的

近日,二手平台上出现高价转卖录取通知书中“南极海水”吊坠的现象,引发热议。据报道,8月8日,有自称科考队员的用户在交易平台上,借助“南极海水”话题热度,公开出售标价高达9999元的“北极点海水样品”,价格是前者的两倍。

电商经济很有包容性,可以为大多数物品提供展销平台。但交易平台近年来出现越来越多的新奇物品,其规范性值得审视。比如,平台出售“南极海水”吊坠以及“北极点海水样品”,是否合理合法呢?

中国海洋大学证实,其本科录取通知书礼盒中的确有南极海水吊坠,还附带有海水鉴定卡。但网售的“南极海水”吊坠,是否真品有待鉴定。该高校表示,官方不售卖相关产品,要注意识别,谨防被诈骗。

而网售的“北极点海水样品”究竟是否来自北极海底,同样值得深究,不排除是冒牌北极货。

卖家自我介绍为中国科学院潜航员、南北极考察队员,自称样品是其本人于2023年9月4日在北极点取出,出售的是其个人所得份额,同时附带打捞时

的图片证明。

但这些信息均系自说自话,很难验证。而且,仅从时间点来说,其说法就与事实有出入。公开资料显示,中国第13次北冰洋科学考察队抵达北纬90度暨北极点区域时间应为2023年9月5日13时55分。

根据《中国极地考察样品管理办法(试行)》规定,中国极地考察采集的样品属国家所有,由中国极地研究中心保藏。这意味着在正常情况下,个人没有权利出售北极点海水样品。

最新消息是,中国科学院深海科学与工程研究所工作人员表示,有关情况正在详细了解中。在二手交易平台上,该商品主页已不可见。

不管卖家撤销“北极点海水样品”还是平台方下架该商品,都说明舆论关注已让相关方认识到此种行为不妥。但真正的北极点海水样品是否被妥善保管,尚需有关单位权威回应,以消除舆论之疑。而这也是维护北极科考活动公信力的需要。

冯海宁 来源:新京报



从繁华夜市到消暑家电,从异彩纷呈的文旅活动到多元丰富的研学之旅,夏日经济作为一种相对成熟的季节型经济,不断呈现出新气象。

乘势而上,助燃夏日经济

时下,暑运已过半,民航、铁路等方面的客流量稳步增长。不断上扬的出游数据,勾勒出夏日经济火爆的发展态势。从繁华夜市到消暑家电,从异彩纷呈的文旅活动到多元丰富的研学之旅,夏日经济作为一种相对成熟的季节型经济,不断呈现出新气象。

夏日出游项目日益多元。无论是山林徒步、沙漠露营、空中跳伞等户外运动,还是氛围感十足的水上音乐节,都在以独特的方式为人们带来夏季独特体验,成为夏日经济一个新的增长点。

产品上新速度不断提挡。可以看到,市面上消暑产品加速上新,各式饮料、防晒新产品接踵而至。文旅活动深度融合也通过“文化IP+场景体验”等新玩法,将静态的文化资源转化为可触摸、可参与、可传播的消费产品。

夏日经济持续火热并非偶然,其背后离不开政策的精准发力、基础设施的不断完善以及文旅创新融合的强大推动。近年来,我国城乡公共服务质量得到显著提升,对中小微企业的扶持政策明显增强,这些共同促进了夏日经济的繁荣发展。时下,高效便捷的交通网络已经延伸至更多的县域和乡镇,为“去远方”创造了前提。此外,文旅融合的创新实践给人们提供了崭新的消费体验,让人们有机会邂逅文

化盛宴、激发情感共鸣,进而产生更多消费流量。

作为观察我国经济活力的一个窗口,夏日经济彰显出我国消费市场的巨大潜力,如何在发展举措上持续加码,让其更加强劲有力?

扩大夏日经济规模,需以产品内容为牵引,在产业链条、触及内容和消费形式上多管齐下。比如,全方位拓展夏游、夏食、夏饮、夏装、夏夜等全产品链条,同步配套夏日养生餐、清凉暑居、夏日户外等特色衍生服务,延长夏日经济产业链条。充分用好凉爽和夜间两个“招牌”,开发一些新型夏日消费项目,拓宽夏日经济的可及内容,丰富相关消费形式、提升消费品质。

发展夏日经济,离不开强化基础设施和相关保障政策的支撑。这就需要相关部门加快设施改造,比如,进行户外防雨防晒降温设施加装、重点路段的安全监测设备布设和照明系统升级。同步完善配套服务设施,加强智能停车系统、夏日专线公交、餐饮购物、露营和房车点建设。

在传播方式日益多元的今天,夏日经济的火热也有赖于互联网的助推作用。当更多人愿意通过网络媒介分享旅游体验,相应的传播效果便不断叠加,让经济发展迸发活力。

叶胥 来源:光明日报