

## 县长“带货”、共享员工、农民“主播”

# 互联网平台大数据折射脱贫新动能

脱贫攻坚战突遇疫情阻击战，脱贫面临艰巨挑战，也催生了新的动能。县长直播问“带货”、农民变“网红”、电商平台打通数字供应链……贫困地区农产品销量不断攀升，扶贫产业复工复产火热，贫困户干劲十足。阿里、苏宁、拼多多、扶贫832平台等多家互联网平台的大数据，折射出脱贫新动能，扶贫新气象。

“没为湖北拼过命，但为湖北拼过单。”疫情发生以来，全国多个电商平台开设专区促进湖北地区农副产品产销对接，全国人民帮扶湖北热情高涨。截至4月7日，扶贫832平台“保供防滞销”湖北专区累计销售农产品805万元；苏宁超市的湖北专属页面，五峰的土鸡蛋、鹤峰的腊肉、秭归的羊肚菌等销售也增长迅速。

受疫情影响，秭归县有10多万吨成熟的脐橙遭遇灾难，农户面临返贫风险。一个小小的脐橙折射出社会各界消费扶贫的强大合力。截至目前，阿里数字农业事业部直采的秭归脐橙在淘宝“爱心助农”平台和盒马鲜生门店，累计销售量超过400吨。3月26日至30日，苏宁超市湖北秭归脐橙销售环比增长169%。

县长直播“带货”正成为扶贫新“姿势”。为帮助农户扩大秭归脐橙销量，秭归县副县长宋俊华走进拼多多直播间“带货”，吸引了125万用户围观，销售脐橙约6万斤。3月份共有约130位县长走进淘宝直播间。拼多多数据显示，截至目前已有近30位县长直播问“带货”。“最近不少县长‘带货’效果很好，为贫困户和扶贫产业注入了信心。”拼多多有关负责人说。

就连微信“朋友圈”也成为不少扶贫干部“带货”的平台。打开重庆市人大常委会办公厅扶贫集团派驻三建乡廖家坝社区第一书记章烈的微信“朋友圈”，有冷水鱼、黄牛肉、雷竹笋……“我们的绿色农产品一直销量还不错，今年也计划上直播间，进一步帮助贫困户扩大销量。”章烈说。

互联网平台将现有“流量”盘活，转化为消费扶贫的新引擎。来自阿里的数据显示，支付宝蚂蚁森林用户2月中旬一天就买走了260万斤农产品；用过AI天猫精灵的家庭主妇3月初一周时间买走了30吨鸡蛋和水果；天猫“三八女王节”通过组织部分网红主播和约10万有“带货”能力的网络女淘客，带动约1000万女性消费者参与“爱心助农”活动。

一人就业，全家脱贫。贫困劳动力务工收入受疫情影响较大，对此企业通过“共享员工”方式，探索就业扶贫新模式。2月初，“饿了么”向平台20万线下实体店开放用工需求，约有4000名餐饮等受疫情影响较严重行业从业人员，通过“共享员工”方式就地报名成为附近店铺的“拣货员”和“快递员”，“饿了么”2月以来在甘肃省新招了近800名骑手，这其中很多人是全家稳定脱贫的希望。

云计算、人工智能、区块链等数字技术力量正为脱贫攻坚注入新动能，通过线上线下相结合，汇聚全国消费巨大合力，推动社会各界参与扶贫。

在这一过程中，农民网络意识进一步增强，数字化能力显著提升。农民“主播”正崛起成为脱贫致富的生力军。2月15日的淘宝直播平台上，有约1万名农民“主播”集体开播卖菜，有的农民“主播”还联合起来，在各自直播间互相“带货”，产品丰富了，人气儿旺了，销量也上去了。

寒冬已过，春暖花开。今年春耕不少农民在互联网平台和手机App上“云春耕”，农技指导、农资购买、农业服务都可以在线上完成。  
新华社发

## 国务院联防联控机制：

# 加大力度惩治隐瞒疫情入境者 让违法者“一处失信、处处受限”

新华社北京4月6日电 海关总署卫生检疫司副司长宋悦谦6日在国务院联防联控机制新闻发布会上说，针对少数抱有侥幸心理，在海关卫生检疫环节隐瞒疫情、掩盖症状企图蒙混过关的入境者，海关部门将运用多种手段加大惩治力度，提高违法成本，让违法者“一处失信、处处受限”。

宋悦谦说，目前绝大多数进出境人员都能够遵守海关规定，如实填报健康状况，但还有少数人员抱着侥幸心理，在填报健康申明卡时隐瞒疫情、掩盖症状，企图蒙混过关，有人在入境前14天有过疫情严重国家或地区的旅居史，但入境时不向海关如实报告；有人在飞往国内的航班上服用感冒药，但入境时未向海关报告；还有些交通工具的所有人，在向海关申报船员健康状况时，隐瞒了船员存在发热、咳嗽等症状的真实情况。

宋悦谦说，海关部门将把被处罚人员列入海关失信旅客“黑名单”，在进出境环节对其行李进行100%开箱人工彻查，有同行人员的，对同行人员的行李一并予以严查；对被处罚人员的进出境邮件、快件进行100%开箱人工彻查；被处罚人员属于海关实施信用管理企业的法定代表人、主要负责人、财务负责人、关务负责人等管理人员的，其违法行为将作为海关认定企业信用状况的参

考依据；被处罚交通工具的所有人或经营人属于海关实施信用管理企业的，被处罚交通工具的违法行为将作为海关认定企业信用状况的参考依据。

据介绍，被处罚人员属于公务员、法律法规授权管理公共事务组织中从事公务的人员，以及国有企业管理人员等，将通报其所在单位或相关主管部门依法依规处理；被处罚人员属于海关监管企业的工作人员，如进出境检验检疫处理单位、出口食品生产企业、进出口商品检验检疫鉴定机构等，对这些单位将采取提高抽查比例、加严检验检疫监督等更为严格的管理措施。

此外，海关将加大对被处罚人员违法情事的曝光力度，除在海关总署官方网站和地方信用网站公开被处罚人员相关信息外，还将通过各种媒体将案件信息公之于众，使违法者无处遁形；各地海关将依托地方联防联控机制，将被处罚人员的违法信息归集到地方信用信息共享平台，由地方相关部门依法采取联合惩戒措施。

“总而言之，违法行为的后果将是十分严重的。”宋悦谦说，“借此机会，我再次提醒广大出入境旅客以及相关从业人员，要如实、准确地填报健康申明卡，并配合海关做好口岸卫生检疫工作，这不仅仅是保护广大人民群众生命安全和身体健康的需要，更是维护公共卫生安全和社会公共利益的需要。”

## 防疫有我 爱卫同行

### 我市启动爱国卫生月活动

本报讯 今年4月是第32个全国爱国卫生月。近日，市爱卫办、文明办等10部门联合下发通知，全面启动爱国卫生月活动。

今年爱国卫生月的主题是“防疫有我，爱卫同行”。活动期间，我市将结合第32个爱国卫生月活动主题，以“改善环境共享健康”“向不卫生不文明的饮食陋习宣战”“和谐心态快乐生活”等为重点，大力开展爱国卫生运动历史主题宣传活动，持续推进环境卫生综合整治行动，广泛开展群众活动，引导公众认识“爱国是核心、卫生是根本、运动是方式”的内涵；增强群众卫生意识，养成良好习惯，杜绝食用野生动物的陋习；动员广大群众深入持久参与爱国卫生运动，打造健康环境，为全面打赢新冠肺炎疫情阻击战奠定坚实基础。

鉴于当前外防输入和复工复产等形势需要，各项主题活动将采取集中时间，以社区、村庄、企事业单位、医疗卫生单位等分块分点活动为主。重在行动，重在落实，不进行大型聚集活动。

京九晚报全媒体记者 刁志远

## 清明小长假全国铁路 共发送旅客1136万人次

新华社北京4月7日电 记者从中国国家铁路集团有限公司获悉，清明小长假期间（4月4日至6日），全国铁路启用周末运行图，日均加开旅客列车260余列，累计发送旅客1136万人次。4月6日，全国铁路发送旅客412.5万人次，创2020年春节后单日旅客发送量新高。

清明小长假期间，铁路部门统筹疫情防控和确保铁路运输安全畅通工作，慎终如始做好疫情防控工作的同时，精心做好假日运输和服务安排，满足短途和城际旅游出行需求，助力加快恢复经济社会秩序。

## 英国首相约翰逊 被转入重症监护室

新华社伦敦4月6日电 英国首相约翰逊6日晚因病情恶化，被转入重症监护室治疗。英国首相府发言人说，目前约翰逊意识清晰，将他转移到重症监护室只是预防性措施。

发言人说，约翰逊被转移到重症监护室前已安排英国外交大臣拉布代表他处理有关事务。

拉布当天表示，英国政府正在采取前所未有的行动，以增强全民医疗体系应对疫情的能力，并与各国政府、航空公司合作，希望将更多因疫情被困在国外的英国公民接回国。

据英国卫生部6日发布的新冠疫情数字，英国累计确诊病例升至51608例，与前一天相比增加3802例，死亡病例升至5373例。

## 时评

# 带货主播不能只获益不担责

□敬一山

近年来“直播+电商”的网购方式快速发展，越来越多的消费者通过观看网络直播下单购物。直播电商购物这一新业态从萌芽起步到快速发展的同时，也产生一些新的消费维权问题。近日，中国消费者协会发布了《直播电商购物消费者满意度在线调查报告》，数据显示37.3%的消费者曾遇到过消费问题。在直播电商购物流程中，消费者满意程度最低的是宣传环节。

相较于传统电商的购物模式，直播带货模式中最核心的竞争力体现，可以说就是主播的宣传能力。而这一块消费者满意程度最低，显然是值得反思的现象。从消协的调查报告来看，宣传更具体的问题体现在“主播夸大宣传、有不能说明商品特性的链接在直播间售卖”。这些问题存在的根源，则在于主播法律身份和法律责任的模糊。

一些市场号召力强的主播，影响力堪比“头部明星”，一举一动都能成为网络头条。可是到底怎么界定他们的身份，其实很多消费者心里都没谱。这份调查报告也显示，38.5%的消费者认为主播就是经营者，30.8%的消费者认为不是，还有30.7%的表示不清楚。这就意味着，尽管很多消费者是看到主播推荐才购物，但一旦买到不满意甚至劣质的产品，却不知道主播要不要承担连带责任。

可见，要规范直播电商领域，就需要在主播这个核心群体上进行更准确的界定。诚如上述报告所言，主播群体不能只要人气，只获收益，不承担责任。从法律角度

看，带货主播可能涉及两种法律身份：其一，只负责宣传推广货物，相当于广告代言人。他们从售卖的物品中收取佣金，如果出现夸大宣传甚至引流伪劣产品，那就应当承担相应责任。只是，相比过去的明星代言，他们推荐的产品量大且分散，在单个产品上的个人信誉背书不太容易被量化，因此如何界定不同情形中的法律责任，需要有更进一步的细化，很难简单套用明星代言的法律。其二，有些主播本身也是网店店主，他们直播推荐的货物可能就属于自己的企业。这也就是消费者理解的“经营者”，这种情形法律责任就比较好确定。主播显然要为虚假宣传或缺陷产品承担完全的责任。

由此可见，带货主播虽然是一种跨界而生的“新事物”，但完全可以放置于法律框架中把法律责任厘定清楚，当然有些地方还需要进一步细化。厘清法律责任，才能督促主播在带货过程中更谨言慎行，而不是信口胡吹，哪怕“翻车”了也只是道歉了事。另外也更有利于消费者维权，现在不少看直播购物的消费者遇到问题往往放弃维权，有些是因为觉得钱不多就算了，有些是因为担心流程烦琐太浪费时间。

随着直播购物行业的继续发展，这些纠纷和矛盾可能越来越突出，早日加以明晰，对于行业健康发展也有好处。现在那些暂时不接触直播购物的消费者，最大的两个顾虑就是“担心商品质量没有保障”和“担心售后问题”。以主播为核心，进一步厘清整个流程各主体的法律责任尤为迫切。