

通过绿幕抠图等方式营造“工厂直发”“产地直发”假象

一些直播间在直播场景上动起“歪脑筋”

律师建议,平台应加大技术投入、强化动态监测,维护消费生态

本报讯 (记者陈曦) 主播宣称蓝莓“树上现摘”,直播账号IP在山东,发货地却在广州;主播宣称鲈鱼是在江苏连云港现捞的,但到货后消费者发现商品产地是广东中山……记者近日采访发现,一些直播间在直播场景上动起了“歪脑筋”,营造“工厂直发”“产地直发”假象,吸引消费者下单。

“哥哥姐姐们,咱家的蓝莓是基地直采的,当天发货,冷链锁鲜,买到就是赚到!”近日,在某水果直播间,一位主播坐在“水果大棚”里卖力地吆喝,身后的树枝上挂着饱满的蓝莓。

但记者仔细观察发现,枝条晃动频率十分规律,随着主播调整姿势,画面还会出现

延迟和虚影。有观众察觉到异样,留言询问“背景是真果园吗”“能不能从树上摘一个”,一直热情互动的直播却避而不答。在商品评论区,也有消费者收货后表达不满:“直播账号IP在山东,为啥从广州发货”“果子又小又软,跟主播展示的不一樣”……

来自甘肃兰州的秦女士也有类似经历。“直播背景是大海,岸边有渔船停靠,看起来特别靠谱。”秦女士表示,今年春天她曾在某直播间购买鲈鱼,主播称鲈鱼是在江苏连云港现捞的,但到手的鱼产地是广东中山。

对此,业内人士告诉记者,有的商家通过租借场地、购买立体背景布、绿幕抠图等

方式,营造“工厂直发”“产地直发”的假象,让消费者产生新鲜、原生态等正面联想。

记者在某电商平台发现,这类“假背景”可以轻易买到。在一家主营直播素材的店铺,只需不到10元,便能购得880G的背景素材,包含商场清仓、工厂打包、田间地头等多种场景,下单还送绿幕背景替换教程,客服称“简便易操作,10分钟完成”。

“直播场景越贴近生产一线,越易赢得消费者信任。”北京盈善律师事务所律师张清鑫表示,商家靠营造假象影响消费者购买决策,但实际提供的产品品质、产地与宣传不符,涉嫌侵犯消费者的知情权、公平交易权,同时涉

嫌违反广告法、反不正当竞争法的相关规定。

今年2月起实施的《直播电商监督管理办法》规定,直播间运营者设置、展示的账号名称、头像、简介和直播间标题、封面、布景、道具等,应当符合法律、法规、规章的规定,不得含有损害国家利益和社会公共利益,违背公序良俗以及欺骗、误导消费者等内容信息。

张清鑫建议,各平台应畅通举报渠道,依法依规严查虚假宣传、货不对板等现象。同时,加大技术投入、强化动态监测,及时识别有误导性的虚拟直播背景,采取弹窗提醒、下架商品、封禁直播间等规制手段,维护诚信、透明、有序的消费生态。



暑期招工热

7月10日下午,“乐业湘江”专场招聘会暨百日千万招聘专项行动在湖南湘江新区尖山湖人才市场举行。

本次活动由湘江新区民政和社会保障局主办,招聘会汇聚中联重科、长远锂科等50余家重点企业,提供硬件开发、机械工程、新媒体运营等2000多个优质岗位,精准对接高校毕业生及各类求职者需求,以高质量就业服务民生福祉,为区域发展注入活力。

本报通讯员 江毅 摄

今年秋冬季将形成超强厄尔尼诺事件

各类气候及海洋灾害风险需提前防范

本报讯 (记者杨召奎) 记者日前从自然资源部获悉,最新监测显示,2026年春季以来,赤道中东太平洋海温持续异常增暖,厄尔尼诺现象进入快速发展阶段。国家海洋环境预报中心综合海洋监测、大气环流及多模式预测结果研判,今年秋冬季将形成一次超强厄尔尼诺事件,不排除赶超1997/1998年史上超强厄尔尼诺的可能,各类气候及海洋灾害风险需提前防范。

国家海洋环境预报中心专家表示,本次厄尔尼诺将对我国气候、海洋生态和防灾减灾产生显著持续性影响。台风方面,西北太平洋及南海台风生成数量偏少,但源地偏东偏南、强度更强,需重点防范强台风引发的灾害性海浪、风暴潮及海水倒灌灾害。

气候方面,今年夏季我国华北、东北及江南地区降水偏多,长江中游降水偏少,冬季整体呈现暖冬特征。海洋领域,渤海、黄海、东海北部海温偏高,局部海洋热浪风险突出,将威胁海水养殖安全,加剧珊瑚礁白化问题。

值得警惕的是,厄尔尼诺次年气候影响更为显著。预计2027年夏季长江流域降水异常偏多,极端洪涝灾害风险较高,防汛压力严峻。在山区、丘陵地带,还要注意防范由强降雨带来的山洪地质灾害。



解锁“机器人+”全新图景

7月12日,山东济宁,青少年被展台上的智能仿生机器人孔子吸引。

2026“机器人+”创新发展大会于7月11日至13日在山东济宁举行。从智能制造、医疗康养到农业应急、互动体验,现场十大应用场景打破大众对工业机器人的刻板印象,全面展示机器人在各领域的应用成效。

本报通讯员 马红坤 摄

山西以严管严治破除品牌“终身制”“铁帽子”

“十五五”期间将培育约150个“山西精品”

本报讯 (记者刘建林 李彦斌) 近日,山西省委宣传部、省政府新闻办举行推进质量强省建设新闻发布会,介绍山西推进质量强省建设工作有关情况。“十四五”期间,山西推出200个“山西精品”。据初步统计,2025年“山西精品”销售额相较2024年平均增长483.6万元,平均溢价率达13.1%;52个“山西精品”获证产品走出国门,远销64个国家和地区,通过品牌建设有效提升市场占有率,助力

山西省产品实现“优质优价”。

“十四五”以来,山西省聚焦制造业主阵地,全面落实质量强省战略部署。截至2025年底,全省炼铁、炼钢、机焦炉先进产能占比较2021年初分别提高14.3个百分点、20.3个百分点、41个百分点。坚持以产业链、专业镇、专精特新三大平台为载体,推动制造业集聚集约发展,提升产业整体竞争力,夯实质量强省产业底盘。累计培育16条省级重点产业链,形成了42户链主企业牵引,118户链核企业、796户链上企业“雁形”协同发展格局。培育30个省级重点专业镇,引导专业镇注册集体商标,建立品牌培育、运营及服务专业机构,打造有影响力的区域特色品牌。培育国家级专精特新“小巨人”企业142家,“小巨人”企业主持或参与制修订国家、行业标准220余项,以先进标准引领质量提升。

“十五五”期间,山西计划再培育150个左右具有山西特色、彰显产业高度的“山西精品”。“我们将会同相关行业主管部门,加大‘山西精品’获证产品和服务的日常监管力度,坚决破除品牌‘终身制’‘铁帽子’固化认知,以严管严治确保每一个‘山西精品’都经得起市场、社会和时间的检验。”山西省市场监管局副局长郭新安表示,将坚持“全周期”监管,确保“山西精品”合规有序。

当年,脆李外销均价每斤上涨2元;2024年无人机低空联运落地;2025年高铁快运、水上班轮同步试点,运输短板逐年补齐。田间集货依靠跨江无人机编队打造“空中飞廊”,单机单次载重50公斤,覆盖曲尺、大溪等长江两岸果园,果园至机场转运时长从1小时压缩至8分钟,鲜果整体损耗率从15%降至5%以内。水上调配24艘渡船开设季节性“脆李专渡”,覆盖7个沿江乡镇,每日可运脆李6吨;地面联动邮政、顺丰等企业投放18台冷藏车,开通6条跨省冷链直送专线。

山西省商务委相关负责人表示,物流时效的突破,改写了巫山脆李产业的市场话语权与富民效能。过去果农只能低价批量抛售给本地批发商,如今全国市场同步开放,果农可按订单错峰采摘,优质果品卖出好价,产地逐步掌握定价主动权。

(上接第1版)

如今,这片红色热土的精神传承,从单向讲解走向了沉浸体验。

实景演艺《重走支前路》让游客亲身加入剧情,40分钟演出里,游客行走在村落实景中,参与物资筹备、防空隐蔽、军民联欢,沉浸式体悟沂蒙精神。“有了行进式演艺,更多年轻人、研学团队被吸引过来。”山东红嫂家乡旅游区负责人李熙鹏说,今年“五一”假期,景区游客量达8万人次,旅游收入较去年同期增长30%。

用科技赋能红色资源,近年来,临沂建设红色基因数据库,编制《全市红色资源数字地图》,推出《英雄孟良崮》《沂蒙那片热土》等沉浸式党课。全市提升A级以上红色景区27家、特色村30处,去年红色旅游接待5600万人次;在全国开展“沂蒙精神代代传”等宣讲活动1.5万余场,覆盖超8900万人次;创新实

施“小戏小剧”创演工程,编排红色剧目660部,年均演出超4500场,叫响“群众演给群众看”的全国品牌。

工业老区转型升级

沂蒙精神,不仅写在红色场馆里,更刻在老区工业转型升级的赛道上。

1941年,鲁南军区建立直属兵工厂,以修理枪械、制造弹药为主支援前线。80多年后,在同一片土地上,工业机器人正“各显身手”。

智能仓储系统里,堆垛机行进精度控制在±3毫米;无序分拣测试中,3D摄像机识别后精准抓取零部件;大负载机器人腕部负载400公斤,可满足汽车、大型机械等场景长时间连续作业;移动机器人矩阵已覆盖从小型搬运到重载叉车等多种场景……

临工智科曾是传统工程机械制造企业,引进国外机器人后却“水土不服”——难以适

配本土产线复杂工况,后续维护成本高昂,核心技术受制于人。

关键时刻,沂蒙精神“党群同心”的底色转化为研发动力。深耕一线的老党员主动担责,带领技术工人、年轻科研人员从零起步。半年时间,历经上百次失败,最终自主研发出移动机器人,打破国外垄断。

临工智科并非孤例。截至2025年底,临沂规上工业企业近5000家,总量居全省第二位;“十四五”以来累计新增规上工业企业2022家,增量居全省首位。

片区振兴沃野生金

如果说工业是临沂的“硬脊梁”,乡村振兴则是这片热土最动人的底色。

在沂水县诸葛镇葛庄村,游客可以体验煎煎饼等特色项目,星空帐篷在青山绿水间错落有致。这个村是“陌上花开”乡村振兴

片区的中心村,与周边17个村抱团发展。“早先各村互不搭茬,如今建立片区党委,把18个村的资源拧到一根绳上。”片区党委书记武胜文说。

临沂打破行政村界限,以“地域相邻、交通相连、产业相近、禀赋相似、文化相融”为原则,将分散村庄聚拢起来。目前,全市已建成片区200余个,覆盖近六成自然村。

产业兴旺,是片区发展的血液。莒南县相沟镇“薯镇飘香”片区,5个红薯基地串点成线;郯城县庙山镇,“二胡之乡”片区辐射带动周边16个村、3000余人从业,年产二胡20万把,年销售额约1亿元。

从战争年代的生死与共,到建设时期的战天斗地,再到新时代的连片振兴——“党群同心、军民情深、水乳交融、生死与共”的沂蒙精神跨越岁月,在这片红色热土上不断书写新的篇章。

播种面积稳定,单产稳中有升

全国夏粮产量首次突破3000亿斤

本报讯 (记者时斓娜) 国家统计局近日发布的2026年夏粮产量数据显示,今年全国夏粮播种面积基本稳定,单产稳中有升,夏粮产量3014.9亿斤,首次突破3000亿斤,比上年增加20亿斤,增长0.7%。全国夏粮实现丰收。

产量方面,分品种看,小麦产量2779亿斤,增加15.7亿斤,增长0.6%。分地区看,25个夏粮产区中,22个实现增产。

播种面积方面,今年,全国夏粮播种面积3.98亿亩,比上年减少69万亩,下降0.2%,保持基本稳定。分品种看,小麦播种面积3.45亿亩,减少99.8万亩,下降0.3%。分地区看,在25个有夏粮生产的省(区、市)中,19个播种面积增加。西部部分地区持续调整夏秋作物种植结构,夏粮播种面积有所减少。

单产方面,今年,全国夏粮单产378.8公斤/亩,比上年增长3.2公斤,增长0.8%。关于夏粮单产稳中有升的主要原因,国家统计局农村司司长魏锋华解释,一是气象条件总体有利。进入越冬季后,小麦主产区气象条件总体较好,各地病虫害防控措施落实到位,有利于小麦生长和产量形成。二是促弱转壮有力有效。为应对冬小麦大面积晚播,各地普遍加大播量,提高播种质量,确保基本苗充足。中央财政支持各地落实肥水前移、镇压划锄等关键技术措施,小麦苗情持续转化向好。三是降雨影响总体可控。南方地区在降雨前基本完成抢收,保障了夏粮收获,北方麦区正处于灌浆期,适时降雨有效补充了土壤墒情。

打造22万个服务点、2万条线路

多部门发文推进农村客货邮融合发展

本报讯 (记者甘哲) 近日,交通运输部、公安部、农业农村部、商务部、国家邮政局、中国邮政集团有限公司联合印发《农村客货邮融合发展提质增效行动方案(2026—2028年)》(以下简称《方案》),部署未来3年农村客货邮融合发展提质增效工作,推动农村客运、货运物流、邮政快递深度融合,构建集约高效可持续发展的农村运输服务体系,为加快建设交通强国、推进乡村全面振兴提供坚实支撑。

《方案》提出,力争到2027年底,具备条件的涉农县级行政区农村客货邮融合发展基本实现全覆盖,全国县乡村三级客货邮综合服务站点数量达22万个以上,农村客货邮合作线路达2万条以上;力争到2028年底,东部、中部、西部地区实现农村客货邮服务覆盖建制村比例分别达到45%、45%、40%以上,通过客货邮融合方式实现邮件快件“县到村至少每日送一次”“服务覆盖建制村比例分别达到35%、35%、30%以上,农村客运稳定运行、可持续发展能力显著提升,更好服务保障农村群众出行和农村经济发展。

《方案》从多个方面部署重点任务。在三级站点建设上,打造集中共配型县级客货邮综合服务中心、兼具中转和末端服务的乡镇客货邮综合服务站,“一站式”村级客货邮综合服务点;在装备推广上,普及农村客货邮适配车型,推广自动化标准化绿色化设备;在运营模式上,发展农村客车代运邮件快件合作线路,培育标识性强的服务品牌等。

划定失信红线 完善信用修复通道

金融监管总局规范严重失信主体名单管理

本报讯 (记者姜雨晴) 近日,国家金融监督管理总局发布《国家金融监督管理总局关于严重失信主体名单管理的规定(试行)》(以下简称《规定》),要求审慎界定名单列入范围,明确对严重失信主体的管理措施,并建立信用修复机制。

列入严重失信主体名单的三类情形包括:受到“法人机构被吊销经营或业务许可证、取消或撤销终身任职资格、终身禁止从事银行业工作或者终身禁止进入保险业”行政处罚的情形;因实施六种行为之一,被从重行政处罚或限制市场准入、责令转让股权、撤销行政许可,严重破坏市场公平竞争秩序和社会正常秩序的情形;当事人有履行能力但拒不履行,逃避执行行政决定,严重影响金融监督管理部门公信力,被人民法院作出强制执行裁定的情形。

《规定》明确信用修复的条件和程序,鼓励被列入严重失信主体名单的当事人纠正失信行为、消除不良影响,申请信用修复。当事人被列入严重失信主体名单之日起满一年且同时符合三项条件的,可以申请提前移出。金融监管总局及其派出机构对提前移出申请进行核实,决定是否准予提前移出。发现申请提前移出的当事人故意隐瞒真实情况、提供虚假资料,情节严重的,撤销提前移出名单决定。

国家金融监督管理总局有关司局负责人表示,《规定》坚持稳慎适度,审慎界定列入名单情形,列入名单的行为均为金融领域严重失信行为,一般失信行为不纳入严重失信主体名单管理。