2025年全省市场监管系统新闻宣传与舆情工作培训班

學員天地

STUDENT'S WORLD

专刊



本期导读

媒体聚焦

04 湖北探索舆情应对处置“三个一”工作法

经验分享

08 武汉市局：编制《工作指引》探索舆情应对路径

14 黄冈市局：讲好市监故事 筑牢舆情防线
助力市场监管宣传舆情工作高质量发展

优秀网评员文章

20 东湖评论：抓好目标落实，以优异成绩回馈人民群众

24 东湖评论：以更优消费环境激发经济新活力

28 东湖评论：为提振消费织密保护网

微信公众号

全景导览

中心地址：湖北 武汉 武昌区中北路20号白鹭街西段

邮政编码：430071

联系电话：400-0800-666

官方网站： www. hbmtc. org.cn

学习平台： https://www.hbgbjy.cn/

连接知识·传递价值



2025年全省市场监管系统新闻宣传与舆情工作培训班
学员天地 STUDENT'S WORLD 专刊 7



2025年全省市场监管系统
新闻宣传与舆情工作培训班

指导单位：湖北省市场监督管理局
主办单位：湖北省市场监督管理宣传教育中心
编　　辑：付檣
校　　对：李斌
审　　核：樊华
美术编辑：刘孝成
中心地址：湖北省武汉市武昌区中北路20号
白鹭街西段
邮政编码：430071
联系电话：400-0800-666
官方网址：www. hbmtc. org.cn
学习平台：https://www.hbgbjy.cn/

特别声明

●本刊编辑部保留一切权力，如欲转载，须获本刊编辑部同意。
●如有印刷、装订等质量问题，请直接与本刊联系调换。

目录 CONTENT

政务信息 GOVERNMENT INFORMATION

02 2025年全省市场监管系统新闻宣传与舆情工作培训班在黄冈举办

媒体聚焦 MEDIA FOCUS

04 湖北探索舆情应对处置“三个一”工作法

经验分享 EXPERIENCE SHARING

08 武汉市局：编制《工作指引》探索舆情应对路径
10 襄阳市局：凝心聚力育网评“铁军” 多措并举筑舆论高地
11 宜昌市局：以“四个坚持”推进试点工作
12 孝感市局：试点破题标准立规 提升舆情应对效能
14 黄冈市局：讲好市监故事 筑牢舆情防线
助力市场监管宣传舆情工作高质量发展
16 咸宁市局：以“五个一”工作法促舆情应对处置能力提升
17 恩施州局：凝心聚力 守正创新切实发挥网络评论舆论引导作用
18 蕲春县局：坚持“三化”发展 构建舆情管控贯通闭环

优秀网评员文章 EXCELLENT ONLINE COMMENTATOR ARTICLES

20 东湖评论：抓好目标落实，以优异成绩回馈人民群众
21 东湖评论：优化消费环境，共享美好生活
22 东湖评论：放心消费，引领湖北经济高质量发展
23 东湖评论：以“湖北行动”绘就放心消费新画卷
24 东湖评论：以更优消费环境激发经济新活力
25 东湖评论：以优质消费环境激发消费意愿
26 东湖评论：落点在促进，锚点在平等
28 东湖评论：为提振消费织密保护网
29 东湖评论：“互联网+明厨亮灶”助力无堂食外卖监管
31 东湖评论：跨过信息断崖，抵达“知情消费”的彼岸
32 东湖评论：“数码国补”，如何更上一层楼?
33 东湖评论：聚力建成支点 以环境之“优”谋发展之“进”
35 东湖评论：科学认识食品添加剂 守护“舌尖上的安全”
36 东湖评论：以现代化市场监管服务高质量发展

学员风采 STUDENT' S STYLE

38 坚持“干中学、学中干” 做好新形势下市场监管网评工作
39 在学思践悟中找准市场监管新闻宣传与舆情工作发力点
40 以标准化促基层舆情监管规范化
41 学思践悟强本领 夯实市监宣传与舆情应对基础

政务信息

GOVERNMENT INFORMATION



2025年全省市场监管系统新闻宣传与舆情工作培训班在黄冈举办

6月4日至6日，全省市场监管系统新闻宣传与舆情工作培训班在黄冈市蕲春县举办。培训班以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，认真学习贯彻习近平文化思想，贯彻落实党的二十大和党的二十届二中、三中全会精神，研究新闻宣传和舆情应对处置特点规律和方式方法，进一步提高全省系统新闻宣传水平和舆情应对能力。省市场监管局党组成员、副局长程建宏出席培训并作专题辅导。

程建宏在专题辅导中指出，市场监管部门要认真贯彻落实习近平总书记重要论述精神，着眼市场监管新闻舆论工作新形势，遵循市场监管领域网络舆情特点规律，不断完善舆情管理“三个一”工作法，包括确立一套整体打法，即系统谋战、分段研战、联动作战；建立一套运行机制，即“双报告”制度、“三同步”原则、“双牵头”协调处置机制；形成一套应对模式，即监测、预警、研判、处置、舆论引导和调查核实线上线下一体。同时，要以点带面开展舆情应对处置上下贯通工作，有效建立省、市、县舆情应对处置工作标准，实现舆情管理信息共享、情况互通、上下联动、有效应对目标，推动提升市场监管舆情应对处置工作能力水平。

培训通过专题授课、案例分析、互动交流、线上学习等方式，邀请省委宣传部、中国健康传媒集团、武汉大学新闻与传播学院、湖北日报、湖北发布、湖北省自媒体协会等机构专家，围绕新闻发布与舆论引导、提升领导干部媒介素养、提高政务新媒体效能、写作新闻评论、自媒体舆情管理等内容展开辅导。

各市、州、直管市、神农架林区市场监管局新闻宣传工作分管负责人和具体负责人，湖南、江西部分县（区）市场监管局新闻宣传工作具体负责人，省市场监管局各直属事业单位承担新闻宣传工作机构负责人，全省系统骨干网评员等近120人参加培训。



湖北探索舆情应对处置“三个一”工作法

◎ 稿源：中国市场监管报2025年06月27日第8019期 第3版　◎ 作者：湖北省市场监管局新闻宣传处

2024年11月以来，湖北省市场监管局按照市场监管总局要求，在5个市(州)15个县(市、区)市场监管局开展舆情应对处置上下贯通标准化试点，研究省、市、县(区)、所四级市场监管部门舆情应对处置上下贯通机制，进一步完善舆情管理“三个一”工作法，建立省、市、县舆情应对处置工作标准，实现舆情管理信息共享、情况互通、上下联动、有效应对的目标。

高度重视

湖北省市场监管局党组高度重视试点工作，局长王世荣任试点工作领导小组组长，副局长程建宏任副组长，试点工作涉及处室主要负责人任成员。

为提高试点工作成效，湖北省市场监管局将试点工作纳入标准化促进项目，专门拿出专项经费50万元，按照激励原则，保障5个试点市(州)高质量完成试点任务。为抓好试点任务，湖北省市场监管局分别在5个市(州)召开工作部署会，提出明确具体要求。

明确目标

通过试点工作，湖北省市场监管局进一步完善舆情管理“三个一”工作法:

确立一套整体打法。在宏观层面上，湖北省市场监管局确立“整体谋战、分段研战、联动作战”的舆情应对处置思路。整体谋战就是牢固树立“战略上藐视、战术上重视，既不能有舆情洁癖、更不能有舆情焦虑”的观念。分段研战就是按照舆情发生期、发展期、高潮期、震荡期和回落期五个阶段，分段研判、精准施策、有效应对。联动作战就是在市场监管总局的领导指挥下，形成舆情应对处置省、市、县(区)、所四级联动格局。

建立一套运行机制。湖北省市场监管局重点建立“四项机制”。一是7x24小时监测制度，委托第三方舆情监测公司，对全省市场监管领域舆情进行全天候、全领域、全覆盖监测，确保舆情信息不遗漏。今年，为解决网络视频抓取监测难的问题，该局新委托一家视频专业监测机构，有效提高了舆情监测效能。二是“双报告”制度，在获悉相关舆情后，市场监管部门的宣传工作机构第一时间向本部门领导报告，告知相关业务工作机构，并通报属地市场监管部门;试点单位发生重大敏感舆情的，第一时间向同级





党委、政府和上级市场监管部门报告，并分别向上级市场监管部门的宣传工作机构和对口业务工作机构随报舆情应对处置情况。三是“同步”原则，依法处置、舆论引导、社会面管控三方面工作同步进行。四是“双牵头”协调处置，建立宣传工作机构和业务工作机构“双牵头”协调处置工作机制，宣传工作机构负责线上引导，业务工作机构负责现场核查。

形成一套应对模式。通过试点工作，湖北省市场监管局按照舆情监测、预警、研判、处置、复盘五个环节，形成舆论引导和调查核实线上线下一体化应对模式。

优化流程

风险识别标准化。结合基层实际，湖北省市场监管局构建舆情风险的立体式预警指标体系，通过关注相关网络平台，及时获取敏感词、点击量、转发量、跟评量等监测指标，一旦发现异常，第一时间启动舆情预警机制，将舆情应对端口前移。

处置流程标准化。湖北省市场监管局制定基层舆情应急处置手册，规范信息上报、分级响应、谣言澄清等流程。在信息上报方面，明确上报的标准、什么情况下需要上报、上报的渠道和时限以及上报的内容格式。在分级响应方面，根据舆情风险的严重程度，明确不同级别对应不同的响应措施和责任人。在谣言澄清方面，要求快速识别谣言并核实信息，通过权威渠道发布澄清内容，并监测后续影响。

效果评估标准化。湖北省市场监管部门既根据舆情热度衰减曲线、谣言澄清覆盖率等来评估舆情风险防控效果，又根据网民满意度、重复投诉率等评估舆情风险防控的效能转化情况。通过一系列规范化的流程，系统化提升舆情风险防控能力，最大限度降低负面影响。比如，武汉市市场监管局在试点过程中，编制《舆情应对处置工作指引》，对舆情监测、分析研判、分级分类应急响应等关键环节进行明确规定，提供标准化舆情应对处置解决方案，实现机制稳固化、流程精简化、协同一体化、工具知识化、场景模拟化、评估动态化、准则明晰化，努力构建纵向到底的应急响应体系。宜昌市市场监管局在试点过程中，对食品药品(医疗器械)安全事件、特种设备安全事故、政策措施及裁量争议、市场违法行为、部门及工作人员作风、谣言传播、群体性事件、其他突发事件类舆情八类情形的舆情处置措施，分类研判、分类管理、分类施策，提高舆情应对处置的针对性和有效性。黄冈市蕲春县市场监管局在试点过程中，制作舆情应对处置流程图，从舆情发现、研判、响应到处置后的评估，每个环节都有清晰的操作规范，不仅提高了舆情处置的效率，也为基层市场监管所提供了可借鉴的标准化模板。

创新方法

探索区域联动。湖北省市场监管局与湖南省市场监管局、江西省市场监管局签订三省重大敏感舆情事件协作处置协议，在舆情信息互通、对策共商、队伍共建、处置联动、成果共享等方面开展合作。

开展“新闻宣传大篷车”活动。围绕有些市场监管领域的舆情是消费者对规定、要求、常识不清楚引发的实际情况，湖北省市场监管局在试点过程中注重加强市场监管领域科普宣传，与新华社联合开展“市场监管新闻宣传大篷车”活动，打造市场监管科普宣传“流动阵地”

加强与重点媒体合作。湖北省市场监管局与极目新闻签订宣传与舆情应对一体化协作机制协议，重点搭建四个平台:一是搭建正面宣传平台，共建“市场监管在行动”专栏，讲好市场监管故事;二是搭建高效回应平台，舆情发生后第一时间到现场，采取“一线真探”的形式，第一时间报道事实真相;三是搭建多维舆论引导平台，请媒体领域的专家进行评论引导;四是搭建人才培养平台，建立市场监管舆情应对专家库，联合开展舆情应对处置相关培训。

研究应用人工智能分析案例。当前，湖北省市场监管局正在与省自媒体协会加强合作，共同研究运用DeepSeek 开展舆情案例对比分析，提高舆情应对的针对性和有效性。



编制《工作指引》探索舆情应对路径

◎ 武汉市市场监督管理局



按照总局、省局的工作安排，武汉市局积极开展舆情应对处置上下贯通标准化试点工作，编制《舆情应对处置工作指引》，努力打造纵向到底的舆情处置体系，现将有关情况汇报如下：

一、党组高度重视，推动试点落实落细

市局党组高度重视，党组书记、局长朱亚担任试点工作领导小组组长，和大家一起研究制定试点方案，组织调研。我们分析认为，当前市场监管领域舆情风险呈现出三大特征：一是风险领域集中，食品安全、计量、价格收费违规等领域成为舆情高发区，事件曝光极易引发公众高度关注；二是社会关注度高，一旦发生舆情，迅速发酵，引发网民聚集讨论；三是舆情复杂多变，存在跨区域传导现象，传统属地化管理模式难以适应网络时代风险穿透性的要求。

我们调研中了解到，基层在舆情应对处置中存在以下四个方面问题：一是协同应对缺乏统一规则，导致工作衔接不畅；二是缺少标准化、模板化工具支持，影响处置效率和质量；三是舆情倒逼，核查处置中容易失误；四是舆情风险意识不足。

市局党组明确提出，要聚焦问题、着眼实效，研究试点工作，形成长效机制。为此，我们编制了《敏感舆情应对处置工作指引》，从组织保障、预警报告、规则流程、应对方式等方面进行明确规定，既提要求，更教方法，为基层提供标准化舆情应对处置解决方案，确保各级一旦发生舆情，心中有数、手中有方，能够上下一体联动科学响应、稳妥处置。

二、完善工作机制，确保舆情处置有章可循

一是建立“舆情监测预警指标体系”。探索建立由“三大指标”组成的风险舆情“预警指标体系”。其中，社会情绪指标包括敏感词、舆情热度、负面情绪占比等；传播效能指标包括跟踪点击量、转发量、跨平台扩散，设定“24小时综合传播量超过10000条”“相关话题登上微博、抖音、今日头条等重点网络平台热榜”等为预警阈值；内容敏感度指标包括识别谣言、恶意炒作、网络大V介入等特征，对涉及“三品一特”安全、群体维权等高风险话题自动提级监测预警。

二是建立“四协同”舆情应对处置机制。为提高舆情处置质效，在原有应急部门和业务部门“双牵头”舆情处置工作机制的基础上，建立由应急部门、业务部门、执法部门、法规部门“四协同”工作机制，从舆论引导、核查处置、案件办理、法律审核等四个方面协同发力，从早、从快、从准，快速查明舆情事实，严惩违法违规行为，为舆情降温退热创造条件。

三是明晰舆情工作准则。《工作指引》强调风险管控的核心要求，提出舆情工作“三不三严禁”准则，为舆情应对工作守住安全底线：对于未经核实的信息不予回应，对于尚无统一口径的内容不予回应，对于超出自身职权范围的问题不予回应。同时，严禁在互联网平台发布未经核实的信息，严禁参与非官方渠道的舆情讨论，严禁传播与工作相关的敏感内容。

三、创新工作方法，提升舆情应对效能

一是制作“两单一库”工具包。“两单一库”是指“预警单”“反馈单”和“案例库”。“预警单”精准传达舆情预警信息，激活应对处置流程，清晰提示关键工作要点，引导工作人员快速进入状态。“反馈单”紧密跟进处置过程，确保处置结果能够及时、准确地反馈，形成闭环管理，提升处置工作的透明度与可控性。“案例库”广泛收集整理过往各类典型舆情案例，运用数据分析为当下舆情决策提供参考，助力舆情应对工作更加科学。

二是绘制敏感舆情应对处置流程图。将舆情监测发现、风险精准研判、应对处置快速启动以及复盘总结等关键步骤的操作规范、时间节点集中呈现，力求做到“一图在手，流程全有”，让基层工作人员能够迅速掌握处置流程的核心要点，提升处置工作的效率与准确性。

三是分场景提供应对建议。预设涵盖陌生来电、记者采访、热线督办等多个舆情应对的现实场景。针对每个场景，从沟通内容、方式、原则给出明确建议。例如，在面对记者采访时，严格落实“三核三报”要求：核实记者身份，核清采访意图，核准答复口径，并向属地宣传部门和上级舆情与业务部门报告，防范次生舆情的发生。



凝心聚力育网评“铁军”，多措并举筑舆论高地

◎ 襄阳市市场监督管理局

在信息浪潮奔涌向前的当下，网评工作不仅是市场监管部门对外发声的“扩音器”，更是塑造部门形象、引导社会舆论、推动事业发展的关键力量。根据会议安排，我从三个方面，就襄阳局网评工作的探索与实践和大家作个交流。

一、坚持党对网评工作的全面领导

一是坚持政治把关。局党组高度重视网评，把网评工作作为意识形态和新闻宣传的重要内容，局党组将网评工作纳入意识形态领域工作范畴，主要领导亲自负责，分管领导具体负责，建立“三级把关”机制：网评选题必过政策符合性审查、内容框架必经意识形态研判、传播效果必作政治风险评估。二是坚持紧贴形势任务。局党组要求网评工作必须紧紧围绕习近平新时代中国特色社会主义思想谋篇选题，先后部署开展了“二十大精神网上宣讲”“习近平总书记视察湖北重要讲话精神网上宣讲”等系列紧贴时事网评工作，用最快速度把党的声音传递到基层干部群众中间。三是坚持以人民为中心。局党组要求网评工作要做党和人民的“连心桥”，找准政策和民意的切合点，把百姓所思所想所盼纳入网评选题，主动与网民真诚沟通，使网评作品更加“接地气”“冒热气”“聚人气”。2024年，襄阳局共8篇网评文章被荆楚网采用，33篇微评被省局公众号“大安哥微评论”栏目采用。

二、切实加强网评队伍建设

一是实施梯队培养。建立网评人才蓄水池实施“青蓝工程”，采取“资深评论员+业务骨干+新锐力量”的传帮带模式。目前，我们已打造出由162名网评员组成的一支局党组统一领导、新闻教育科统筹、业务科和各县（市、区）局骨干积极参与，政治过硬、纪律过硬、善于斗争，关键时刻拉得出、顶得上、打得赢的“襄阳市监蓝盾”网评工作“铁军”。二是完善管理制度。市场监管工作专业性强、涉及面广，需要网评员必须具备扎实的业务知识和敏锐的行业洞察力。为此，我们制定《襄阳市市场监管局网络评论队伍建设管理办法》，构建以新闻教育科为核心，多部门协同培养的人才成长机制，确保网评人才培养有章可循、有据可依。三是健全激励机制。们建立科学合理的激励机制，对表现优秀的网评员给予表彰奖励，充分激发他们的工作积极性和创造性。我局被评为2024年度全省系统网评工作优秀组织单位，一名同志被评为优秀网评员，三篇网评文章被评为优秀网评作品。

三、不断提高网评实战能力

一是突出标准建设。将食品、药品、特种设备、广告、网购等8大领域高频网络热点词汇进行了系统梳理，制作了标准化应对词语库。建立“案例熔炉”机制，针对“职业打假人”“校园食品安全”等易爆热点议题进行模拟演练，形成标准化应对预案，开展模拟攻防演练，使网评工作有的放矢，忙而不乱。二是突出实战领训。坚持在实战中锻炼捶打队伍，提升应急处突能力。比如，2024年9月26日，我市突发“货运酸菜发臭”舆情，引起海峡都市报、纵览新闻、国+社区等省外媒体跟踪报道，转发近500次，跟评破万次。省市县三级同步行动，当天查明原因，统一引导口径，同步组织网评员跟评引导，有效化解公众疑虑，防止舆情进一步发酵。2024年我局处置网络舆情48件，全年未发生重大负面舆情事件。三是突出体系建设。市局党组坚持未雨绸缪，重点打造网评工作“市县联动”运行机制，构建“蜂巢式”应急响应体系，市局新闻科设指挥中心，9个县（市、区）局同步联动，形成了完整严密的工作体系。比如，在完成中央网信办记事本任务上，市局新闻科发挥牵头管总的作用，安排专人督办，县局积极完成，形成“市县联动”格局。2024年，完成记事本任务率全省系统排名第二。

以“四个坚持”推进试点工作

◎ 宜昌市市场监督管理局

今年以来，宜昌市市场监管局深入学习贯彻习近平文化思想，按照省局试点工作相关要求和市委、市政府关于做好舆情管控工作的部署安排，围绕舆情应对处置“三个一”工作法，有效处置“3·14蜜雪冰城事件”等网络舆情12件。我们的主要做法是“四个坚持”。

一、坚持高位推动，全面压实责任

成立市局重大舆情应急处置领导小组，组长由市局党组书记、局长担任，副组长由新闻发言人、分管业务工作的局领导担任，领导小组办公室设在新闻宣传科，负责日常工作。处置重大舆情时，市局成立舆情应急处置工作专班，由新闻宣传科、办公室、法规科、机关纪委及舆情涉及的科室（单位）相关人员组成。同时，制定《意识形态工作目标考核责任清单》，坚持将舆情处置工作纳入领导班子和领导干部目标管理之中。邀请宜昌三峡融媒体中心党委副书记、副总编辑王贤开展《提升舆情引导应对能力》专题培训，不断增强全局干部职工全媒体时代的网络舆情风险防范和应对处置能力。

二、坚持完善机制，规范处置流程

制定《宜昌市市场监督管理局重大舆情处置应急预案》，将舆情处置分为舆情监测、报告预警、分析研判、应急启动、核查处理、回应舆情、舆论引导、督促督办、应急结束9项流程。监测到热点敏感舆情后，按照“双报告”制度要求，领导小组办公室立即向领导小组报告，同步向有关业务科室（单位）和县（市区）局通报预警，会同相关科室(单位)进行初步分析研判，及时启动应急处置工作机制，做到“早介入、早沟通、早化解”。初步核查情况后，在2小时内向省局宣传处、相关业务处室、市委网信办报告。根据舆情发展态势，按照快速反应、及时发声的要求，采取统一发声、网评引导、记者探访等形式，主动回应消费者关切，引导网民情绪。舆情事件平息后，及时进行复盘总结。

三、坚持分类管理，确保精准施策

基于市场监管的工作职能，我局提出了食品药品（医疗器械）安全事件、特种设备安全事故、政策措施及裁量争议、市场违法行为、部门及工作人员作风、谣言传播、群体性事件、其他突发事件类舆情等8类情形的舆情处置措施，分类研判、分类管理、分类施策，提高舆情应对处置的针对性和有效性。3月14日，蜜雪冰城相关舆情发生后，我局第一时间向省局宣传处和市委宣传部、市委网信办进行报告并请求支持，密切关注舆情，开展实时监测，加强正面引导，降低舆情热度。组织120人的网评队伍，分别于14日晚至15日6时、15日6时至8时分批上阵开展引导，及时举报管控涉宜负面言论信息，避免因“干部下班、网民上网”形成引导管控真空期，防止相关话题跑偏，产生质疑政府监管缺位等有害信息。商请舆情监测第三方机构出具实时舆情监测报告，加强形势分析研判，因势调整应对策略。同时，我局执法人员于媒体曝光后10分钟内赶赴现场，会同西陵区市场监管局开展执法检查，制作检查笔录，对可疑食品原材料进行登记封存，连夜对辖区22家蜜雪冰城门店进行突击检查，开展食品安全抽检快检，对涉事门店违法行为立案调查。我们复盘时认为，此次舆情事件应对处置，就是线上引导、线下核查一体，省市区所四级联动。

四、坚持规范发布，强化正面引导

一是规范信息发布内容，刚性执行信息发布“三审”制度，由新闻宣传科统一对外口径，及时主动公开发布宜昌市场监管信息。二是不断健全多元参与的监督机制。巩固现有的“两网一微”及宜昌本地全媒体资源，畅通国家及省级媒体资源渠道，不断扩大舆论传播覆盖面和影响力。从局机关、县市区局选拔了25名政治觉悟高、文字功底强的年轻干部，组成网评员队伍，其中5人为省局评论员。创新推行“你点我检”“直击后厨”“网红探店”等栏目，扩大公众参与监督的深度和广度。三是强化正面宣传引导。围绕中心工作及市场监管职能，举办新闻发布会1场，拍摄发布原创业务宣传短视频10余条，完成“宜昌市场监管”微信推文110篇，被中央、省、市媒体采用稿件50余篇，讲好市场监管故事。

试点破题标准立规 提升舆情应对效能

◎ 孝感市市场监督管理局



今年以来，孝感市局以“试点破题、标准立规”为主线，探索形成一套具有孝感市场监管辨识度的“三级贯通、四环相扣”舆情应对处置模式。现将简要汇报如下：

一、主要做法

（一）标准破局建体系。成立以局党组书记、局长为组长试点工作专班，制定工作方案，定期召开工作调度会，高效推进试点各项任务。出台《舆情应对处置上下贯通标准化工作机制》，细化“监测预警（1小时内响应）、联合研判（2小时内定级）、分级处置（4小时内反馈）、跟踪复盘（24小时闭环）”四大环节的标准化流程，明确市局统筹、县局主战、所队哨点三级职责，形成了“三级贯通、四环相扣”舆情应对处置的孝感模式。

（二）信息共享促贯通。严格落实“双报告”制度，对监测到的舆情信息及时通报到市局相关业务科室、单位和属地市场监管部门，重大敏感舆情及时向省局宣传处报告，并第一时间现地核查、第一时间舆论引导、第一时间反馈情况，实现信息共享互通。同时，注重加强与市委宣传部、网信办和主流媒体等的交流沟通，建立政媒合作良好机制。

（三）培训指导提质效。一是培训赋能。邀请市委网信办舆情科负责人开展专题培训，不断提高舆情分析、研判和处置能力，努力打造专业的舆情处置队伍。二是清单明示。建立 “三张清单”，即联合12315平台建立高频问题风险预警清单、科室单位职责认领清单、典型案例清单，让舆情处置按单施策，方便操作。三是服务提效。要求3个试点县级局试行 舆情处置推行一次上门沟通、一份责任承诺、一回整改帮扶、一堂普法宣讲“四个一”温情工作法，进一步争取主动。四是“主体”共治。在孝南麻糖产业园、汉川服装城试点“红黑榜”企业舆情联络员制度，推动米婆婆生物、爽露爽食品等25家龙头企业提前介入风险预警，实现“被动灭火”向“主动防火”转变。

二、典型案例

下面，我和大家分享一个典型案例，也是落实舆情应对处置上下贯通工作机制的体会和收获。

（一）舆情基本情况。2025年1月2日上午，市局通过舆情监测，发现网友“C呀C”于2025年1月1日晚9时在抖音发帖，反映“关于祥云湾文旅景区买的长沙臭豆腐，吃完就难受、胃疼，想吐吐不出来，最后强行吐出来才好受点，食物中毒”的舆情。

（二）应对处置情况。市局及时将舆情信息转达云梦县局，云梦县局舆情处置工作专班第一时间向局领导报告，同时进行分析研判，并告知餐饮股及辖区城南监管所，相关工作人员立即到现场对该舆情进行调查处置，并通过抖音私信与当事人取得联系，进一步核实情况。1月2日上午，云梦县局餐饮股、城南所联合对该店开展了现场检查。经查，该店证照齐全，提供了相关产品检验合格的检测报告，现场检查了解未发现有食品安全问题和同类投诉的情况。在对同批次臭豆腐进行了抽样送检的同时，联系抖音发布者告知相关情况，协调商家退款，当事人满意处理结果，删除抖音发帖。随后，云梦局组织复盘，加强后续监测和应对。

（三）处置体会。此次舆情处置中，我们认真落实上下贯通机制要求，从市局转办舆情到专班接收、再到传达至基层监管所，整个信息传递过程迅速且准确，确保了信息高效传递，掌握了舆情应对处置的主动权。同时，舆情处置工作专班成为连接上下的核心枢纽，从舆情监测、现场核查到复盘分析，每个环节都有明确的责任主体，各环节紧密配合形成合力，体现了舆情处置应对标准化成果。

三、试点成效与启示

舆情应对处置上下贯通标准化试点以来，先后成功处置省局转办舆情6起，第三方监测发现的舆情82起，平均响应时间从7.2小时压缩至3.1小时，没有发生重大敏感舆情。我们感到：第一，　标准是“定盘星”，统一的操作规程破解了基层“不会处置、不敢发声”的困局。第二，信息是“黏合剂”，实现舆情信息上下贯通，可以抢占先机，赢得主动。第三，复盘是“试金石”，复盘分析既提升全系统的舆情处置能力，又实现从“被动应对”到“主动防控”的转变。

讲好市监故事 筑牢舆情防线 助力市场监管宣传舆情工作高质量发展

◎ 黄冈市市场监督管理局

近年来，在湖北省市场监管局的关心指导下，黄冈市市场监管局紧扣“讲好监管故事、传递市场强音、守护民生安全”主线，驱动新闻宣传与舆情工作提质增效，为市场监管事业高质量发展注入强劲动能。

一、聚焦主线强引领，以“组合拳”夯实“硬支撑”

一是坚持党的领导。坚持党管宣传、党管媒体、党管意识形态，坚持把新闻宣传和舆情工作纳入全局重点工作谋划部署，局党组定期研究意识形态、新闻宣传和舆情工作。二是健全工作体系。制定《关于进一步加强市场监管系统政务信息和新闻宣传报送工作的通知》《黄冈市市场监管局舆情应对处置管理办法》《舆情应对处置流程图》等文件，坚持重要活动、重大宣传、重点工作“一把手”研究部署把关，将宣传舆情工作与业务工作同部署、同落实，形成“一把手”亲自抓、分管领导具体抓、业务科室协同抓的工作机制。三是锤炼内功本领。强化“全员参与”意识，以青年干部读书班为载体平台，组织开展“每月一本好书”“新闻宣传业务研讨”等业务交流活动，举办新闻宣传及舆情培训3期，全局共培育核心网评员12名，骨干宣传员32名，着力打造一支“专兼结合、优势互补”的舆情宣传队伍。

二、守正创新强宣传，以“小切口”讲好“新故事”

一是围绕中心亮点强化宣传。紧扣全省支点建设、全市“项目建设年”等中心工作，立足全省、全市大局讲好市场监管故事。系统策划“党的二十届三中全会市监谈”“聚力支点建设”“您有事 我服务”系列行动，构建“传统媒体+新媒体+行业平台”立体传播体系。新华网、学习强国、中国质量报、中国市场监管报、湖北日报、湖北市场监管等主流媒体聚焦报道黄冈市场监管亮点做法30余篇。以“黄冈市场监管”“掌上黄冈”“直播黄冈”等微信视频号为新媒体阵地，累计推出





73期精品视频，单条视频最高曝光量突破30万次。二是聚焦主责主业广泛宣传。围绕“一个大市场、两个纲要、三项监管、四大安全”主责主业，创新“宣传+监管+服务”融合模式，打造“沉浸式”宣传场景。在省局指导支持下，创新开展“你点我检”“蕲艾、英山云雾茶消费体察”等直播活动，吸引近百万人次在线浏览互动。坚持“请进来”与“走出去”相结合，2024年以来参与和主办新闻发布会6场，在第七届进博会暨虹桥国际经济论坛知识产权保护论坛上，黄冈市人民政府作为全国唯一地市级代表作交流发言。三是突出基层一线深度宣传。坚持“镜头向下、笔触向实”，打造“地方动态”“市监在一线”“市场监管青年之声”三大板块。在“地方动态”中，聚焦经营主体高质量发展、优化营商环境、质量标准、品牌建设推送基层县（市、区）经验34篇。在“市监在一线”板块中，突出规范涉企监管执法、消费者权益保护等热点焦点，发布基层监管执法和服务“带露珠、冒热气”的现场图文。在“市场监管青年之声”板块中，鼓励青年干部立足工作实际，围绕业务工作深入思考并分享交流，推动青年观点与市场监管实践深度融合。2024年以来，全市市场监管系统累计在各级媒体发稿1300余篇，省级以上平台310余篇；“黄冈市场监督管理”微信公众号全年推文1020篇，实现宣传覆盖面与影响力双提升。

三、靶向发力控舆情，以“硬担当”凝聚“正能量”

一是健全制度体系。成立舆情工作领导小组，牢固树立“全程防范、全员应急”的理念，在省局指导下，会同市委宣传部、网信办等部门对市场监管领域突发事件，第一时间作出反应，建立健全舆情收集、研判和回应机制。二是快速响应处置。坚持“双牵头”处置原则，探索建立黄冈市市场监管舆情应对处置上下贯通标准化试点，依托舆情应对上下贯通机制，对发现的舆情由办公室总牵头，在相关业务科室的配合下，主动指导属地市场监管部门第一时间处置。2024年以来，通过“舆情分级+风险画像”，针对性制定处置策略，成功化解多起敏感舆情。三是强化能力建设。依托“市县乡三级联动”模式，强化风险防控，每月召开舆情风险会商会，对12315、12345、信访平台数据和网络热点进行分析研判，分析市场监管舆情形势和重点关注方向，向相关业务科室发出提醒函。在春节、“五一”等重大节假日及时发布消费预警，提高群众自我保护意识，推动舆情处置从“被动应对”向“主动防控”转变，有效引导社会舆论正向发展，切实维护市场监管良好形象。作的崭新局面。



以“五个一”工作法促舆情应对处置能力提升

◎ 咸宁市市场监督管理局

2025年，咸宁市局在省局的悉心指导下，积极开展舆情处置上下贯通标准化试点，坚持“五个一”工作方法，不断提高舆情监管处置工作水平。今年以来，全市舆情回复、处置率均为100%，负面舆情处置效率显著提高，平均响应时间缩短至2小时内。公众满意度不断增强。

一、完善机制 健全上下贯通“一条线”

一是坚持“一把手”总负责。成立咸宁市市场监督管理局舆情处置上下贯通标准化试点工作领导小组，由一把手总负责，分管领导亲自抓，落实“办公室（宣传科）线上引导+业务科室线下核查”的“双牵头”工作模式。二是坚持完善全链条制度。建立完善覆盖舆情“评估、预警、研判、处置、复盘”各环节的全链条工作制度，特别是舆情处置快速反应机制，根据属地管理原则，设立舆情联络员（网评员），实现市、县、所三级联动，确保分级负责、上下贯通、快速响应，实现舆情快接、矛盾快处、情况快报。三是坚持重大舆情分级响应。制定舆情处置应急预案，对重要敏感舆情实施等级分类，按照“依法办理、舆论引导、社会面管控”三同步原则，设置重大舆情处置流程图，落实舆情处置“双报告”（同步报送省局和同级党委政府）。

二、聚焦重点 建立舆情预警“一张单”

印发《咸宁市市场监局关于社会民生领域网上舆情引导管控工作方案》，结合市场监管工作职能，建立《民生领域舆情风险预警清单》，内容涵盖食品安全、药品安全、产品质量安全、特种设备安全、网络与广告、价格与消费、计量认证等九个方面32个舆情风险点，构建市场监管民生领域防范化解重大舆情风险的安全屏障。

三、统筹协调 构建联动处置“一盘棋”

一方面，市局办公室（宣传科）明确2名舆情联络员，强化与12315中心及业务科室、执法支队协调联动，落实24小时信息沟通机制，同时与省局、市委网信办做好工作对接，收到舆情转办信息第一时间报告主要领导和分管领导，及时分办，强化统筹协调，确保突发舆情处置快速反应、各司其职、有机衔接。另一方面，构建舆情四级预警体系（一般-敏感-重要-特别重要），建立市县所三级舆情联络员制度，及时调度分办。要求特别重要舆情基本情况反馈时效缩短至30分钟，2小时内报告初步核查情况，重要舆情4小时内反馈核查具体情况。

四、宣传引导 高举主流阵地“一面旗”

将“舆论引导”与“舆情处置”有机结合，积极开展正面宣传，传播市场监管领域正能量。一方面，打造优质政务新媒体。目前，咸宁市局微信公众号已被纳入省局自媒体宣传矩阵，并成为咸宁发布、咸宁日报、咸宁广播电视台等市级主流媒体的重要信息来源。其中，《咸宁市全力整治食品添加剂“两超一非” 已立案查处10起》《2025中国香料香精科学技术大会在咸宁举行 百余名专家学者“把脉”咸宁桂花产业》等多篇报道被人民网、长江云新闻、荆楚网等主流媒体刊载，引起广泛社会关注。另一方面，联合主流媒体发声，及时发布权威信息。针对今年“3·15”晚会曝出的“九田家后厨不卫生”和“蜜雪冰城隔夜柠檬”等食品安全舆情，第一时间联系主流媒体公布调查结果，24小时内处置回复完毕，及时有效避免了互联网舆情发酵，成为我市有效处置网络负面舆情的范本，得到市领导高度赞扬。

五、强基提能 凝聚舆情工作“一条心”

强化队伍建设，积极开展舆情工作培训，通过“舆情监管案例分析”、舆情应急演练和专家点评等方式促进网评员舆论引导和处置能力提升。同时，建立“演练脚本标准化模板”，探索建立长效机制。定期开展舆情处置业务轮训，全面提升全市系统重大舆情处置工作水平。

凝心聚力 守正创新

切实发挥网络评论舆论引导作用

◎ 恩施州市场监督管理局

近年来，我们坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，认真学习贯彻习近平文化思想，强化组织领导、加强队伍建设、注重实战锻炼，积极发挥网络评论舆论引导作用。下面，我作以简要汇报。

一、注重建章立制，筑牢网评工作制度根基

一是强化责任领导，构建坚实组织架构。省局党组始终将网评工作作为意识形态工作的重要内容，坚持“一把手”亲自抓、带头干，班子成员各司其职、协同推进。党组每半年专项听取网评工作及意识形态领域相关汇报，领导小组定期召开专题会议，针对重大网评任务进行统筹部署，对可能出现的风险隐患提前谋划应对策略，为网评工作的顺利开展提供了坚强的组织保障。二是完善管理制度，压实工作责任链条。先后制定下发《关于调整充实网评员队伍的通知》《关于进一步加强网评工作的通知》，明确要求，压实责任，厘清网评员日常舆情监测、正面舆论引导、网评文章撰写等工作职责，为网评工作的有序开展提供了制度支撑。目前，全州系统组建了一支94人的网评队伍。三是健全考核机制，激发工作动力。在《公务员平时考核实施方案》和《先锋党员考核方案》中增设新闻宣传稿和网评工作考核项。将省级微评投稿数量、质量以及平时省州网评任务完成情况，全面纳入局公务员和先锋党员考核的新闻信息加分范畴，有效激发了大家参与网评工作的主动性和创造性。

二、强化日常管理，营造良好网评工作生态

客观讲，恩施与兄弟单位相比，新闻宣传工作在经费保障、装备配置等方面起步较晚、基础较为薄弱。我们党组认为，要追赶先进，就要加强教育培训，加强日常管理，实现固长补短。一是加强培训学习，提升队伍专业素养 。去年，我们在3次选派人员参加省级、州级网评员培训的基础上，2次组织新闻宣传工作暨网评员专题培训，培训内容涵盖网络舆情分析、网评文章写作技巧、新媒体运营等多个方面，邀请行业专家、资深媒体人进行授课，并通过案例分析、实战演练等形式，做到人员全覆盖、培训多层次、内容多领域、方式多形式，不断提升网评员的综合业务能力。二是实施分级管理，优化队伍运行机制。根据各级网评员的工作性质、岗位特点及能力水平，推行网评工作分级管理模式，明确各层级的工作任务和职责分工，提高网评工作的针对性和实效性。例如，5名省级网评员主要承担重大主题网评任务、参与全省性网评交流活动，发挥引领示范作用；13名州级网评员负责本地区重点舆情的跟踪处置和日常网评引导工作；80名基层网评员则侧重于收集一线信息，及时反馈社情民意。特别是在记事本任务完成上，新闻宣传科专人专职督办，按时完成任务。2024年，完成中央网信办记事本任务全省系统排名第一；州级网评员人均完成州级网评任务288.08次、完成率88.64%，位列全州第一方阵。截至目前，人均完成任务75.64次，人均完成率98.75%，位列全省系统、全州第一方阵。三是开展交流活动，凝聚团队合力。适时组织网评员开展交流活动，分享经验、探讨问题、研究办法，请省级优秀网评员李浩然分享网评文章选题、写作技巧、舆情应对等的经验，有效增强了网评工作的凝聚力和向心力。

三、坚持实战锻炼，发挥网评舆论引导作用

局党组认为，网评员平时是“宣传员”，重大舆情时就是“战斗员”。发表网评文章，积极完成网评任务，只是网评工作的基础工作，关键在于发挥网络评论在重大问题、热点敏感舆情中敢于发声、敢于直面问题，切实发挥好前期舆论引导，中期信息对冲，后期举证反制的作用。

去年11月份，恩施某院校发生一起类似“鼠头鸭脖”舆情事件，涉及校园食品，且关联兄弟省份重大舆情，敏感度高。我们在组织业务科室积极调查处理的同时，认真研判分析、统一网评口径、准备相关反制资料，发动网评员围绕事件真相和处置进展进行跟帖评论，及时澄清事实、回应社会关切，有效引导了网络舆论走向，避免了舆情的进一步扩散和恶化，维护了市场监管部门的良好形象和社会稳定，得到州领导的充分肯定。

坚持“三化”发展 构建舆情管控贯通闭环

◎ 黄冈市蕲春县市场监督管理局

根据会议安排，我就蕲春县局舆情应急处置上下贯通标准化试点工作汇报如下：

一、构建“系统化”运转体制，打牢舆情防控基础

一是加强组织保障。成立由局主要领导挂帅的舆情应对处置工作领导小组，制定应急预案，明确具体分工，构建环环相扣的责任体系，确保舆情处置有章可循。同时，在系统内选任147名政治修养高、专业能力强的干部职工组建网评队伍，及时对不实信息、恶意抹黑的内容进行举报限流，具备较强的舆情管控能力。二是提升专业水平。积极探索并运用学习强国舆情监测平台，对抖音、今日头条等各类平台实施全天候实时监测和信息的自动推送，做到早发现、早报告、早处置。2024年，我局成功监测并妥善处理有关网络舆情事件20余起。三是强化部门协同。充分发挥意识形态联席会议作用，与蕲春县委宣传部、公安部门等单位保持密切联系，信息共享互通。如：2024年8月12日，我局在舆情自查过程中，发现一条关于反映某店疑似涉黑的网络舆情，第一时间反馈至县网信办，有效遏制了该舆情的进一步扩散。

二、塑造“标准化”工作流程，完善舆情处置链条

一是画一张流程图，明晰处置步骤。根据实际工作情况，结合上级印发标准化的舆情处置流程，从舆情发现、研判、响应到处置后的评估，每个环节都有清晰的操作规范。不仅提高了舆情处置的效率，也为基层所提供了可借鉴的标准化模板。二是制定一套措施，精准高效应对。一旦出现负面舆情，严格执行“双报告”制度，按照“三同步”原则，启动“线上 + 线下”联动机制。线上，组织举报限流，以最快速度将热度压下来，利用平台分析数据，掌握舆情趋势；线下，分管领导迅速向主要负责人汇报研判，移交属地监管单位调查处理，找到当事人，及时处理和解释，动之以情晓之以理来劝其撤下负面视频或言论。由业务股室提供指导，办公室负责督办，并及时跟进事件进展。同时，树立正确执法理念，依法保障消费者和经营主体的合法权益，优化市场环境，提振消费信心。三是统一一个口径，确保信息准确。网络舆情发生后，全面调查处理，整合各方信息，准确传达事件情况，形成书面报告，经主要负责人审定后，统一对外发布信息。对于重大舆情随时做好接受上级督办、媒体采访的准备。未经许可，任何人不得私自接受采访，避免引发二次舆情。

三、制定“规范化”管理制度，压实舆情工作责任

一是强化思想认识。始终坚持重要时间节点逢会必讲，定期分析研判舆情案例，让干部职工深刻认识到负面舆情是工作短板的体现，且具有不可控性和裂变性，一旦处置不及时，可能引发连锁反应，牵扯工作精力，影响市场监管形象。二是强化自身管理。多次组织学习教育和规范执法行为培训，防止因日常工作不到位、投诉渠道不畅通、服务意识不牢固等原因引发负面舆情。要求全体人员发现倾向性苗头及时处置，重大情况迅速报告，增强责任感和集体荣誉感，从源头上减少舆情发生。三是强化结果运用。舆情平息后，及时总结、梳理和反思，完善舆情处置流程，改进本职工作，最终形成书面报告存档备案，以便下次能够游刃有余地处理类似情况。同时，对在舆情应对中表现突出的集体和个人予以表扬，对处置不当造成不良影响的人员追究责任，并将舆情处置纳入一票否决和专项考核双项扣分中。如，我局办公室等单位负责人，在发现舆情后未能及时汇报，对此在全系统作深刻的自我批评和检讨；城南市场监管所等单位因“瑞幸咖啡”事件舆情应对上不够迅速，被取消评优资格。



东湖评论

抓好目标落实，以优异成绩回馈人民群众

◎ 稿源：荆楚网（湖北日报网）　◎ 作者：郭姗姗（湖北武汉）

习近平总书记11月6日在湖北考察时强调，“各项工作特别是经济工作要进一步抓紧抓实，努力实现全年经济社会发展目标。”岁末之际，正是检验我们一年工作成果的关键时期，各项工作收官在即，冲刺全年目标重任在肩。眼下关头，必须牢记习近平总书记殷殷嘱托，抓好目标落实，交出令人民群众满意的年终答卷。

以强烈的责任感抓落实。市场监管部门一头连着经营主体，一头连着百姓群众，要时刻保持对人民群众的感恩和爱护之心，对事业的责任感和进取心，坚定同人民群众站在一起、想在一起、干在一起，强化“三品一特”安全监管，确保年底各项安全。紧抓民生领域监管力度，做好“你点鄂检”、校园食品安全、肉类产品违法犯罪专项治理、殡葬服务行业收费管理、电动自行车安全隐患全链条整治等与人民群众关系密切的职能工作，始终把群众满意度作为检验成效、兑现承诺的标尺。

以优良作风抓落实。作风决定作为，年终以什么样的工作作风收尾，成效大不相同。如果得过且过，其结果只会“差之毫厘，谬以千里”。要把坚持党的全面领导作为最高政治原则，坚定捍卫“两个确立”，坚决做到“两个维护”，时时处处与习近平总书记视察湖北的重要讲话和指示批示精神对标对表，不折不扣把党中央、国务院决策部署和省委工作要求落到实处。要以钉钉子精神，增强改革锐气，保持改革定力，坚持改革韧劲，对年初确定的目标、议定的事项紧盯不放，推动每一项工作、每一个项目、每一件民生实事落地见效。



以久久为功的精神抓落实。最后的冲刺阶段面对的往往都是“硬骨头”，需要持之以恒、攻坚克难。要加强分析研判、敢于动真碰硬，到工作推不动、局面打不开的地方去，以更大的决心和勇气推动问题解决、工作落地。要紧盯活力，促进经营主体高质量发展；紧盯质量，助力培育和发展新质生产力；紧盯监管，提升社会安全度和群众满意度；紧盯消费，优化消费服务和消费环境，提振消费信心。

辞旧迎新之时总是令人充满希望。紧要关头，没有捷径，唯有实干，才能更优的姿态坚持跑完全年的“最后一棒”，也为新一年的工作创造更好的条件。

东湖评论

优化消费环境，共享美好生活

◎ 稿源：荆楚网（湖北日报网）　◎ 作者：廖婷（湖北鄂州）

从山东省实行“放心消费先行赔付”，到湖北省着手“数字赋能优化消费环境”，从杭州市首创的“一键和解”“放心消费收款码”，再到开封市推行的“放心消费险”……近年来，为全面优化消费环境，激发消费市场活力，全国各地卯足干劲，在优化消费环境上出实招、出硬招，各类硬核措施引发社会各界的广泛关注。近日，全国优化消费环境三年行动在杭州正式启动，再次让“优化消费环境”这个主题词火爆出圈。



为什么“优化消费环境”越来越火？究其原因，消费是拉动经济增长的主引擎，我国经济发展更多地依靠消费需求拉动，而消费环境关系千家万户的获得感幸福感安全感，是最普惠的民生福祉之一，因此，只有推动消费环境持续优化，才能让消费者能消费、敢消费、愿消费、乐消费。如今年“五一”爆火的荣昌，这个靠“一只卤鹅带火一座城”的重庆小城，在成功接住“卤鹅哥”的“泼天流量”的前提下，出台系列优化消费环境举措，让这座小城在各地“使出浑身解数拼文旅”的面前“赢麻了”。

然而，不容忽视的是，当前消费市场普遍存在产品同质化严重、个性化、定制化供给不足、数字消费场景创新不够、监管体系相对滞后，无法满足消费者对高品质消费的需求，甚至严重影响消费者体验感和信任度。

优化消费环境，以品质攻坚为先，锻造消费信任“压舱石”。要紧盯民生需求升级的新形势和新趋势，大力推进商品服务质量提升，从“优质商品”向“优质精品”迈进，从“优质服务”向“精准服务”跨越。

优化消费环境，要以场景裂变为要，激活消费增长“新引擎”。要突破时间和空间维度，在打造“24小时消费生态圈”，构建“城乡消费共振链”，创造“银发经济新场景”，解锁“亲子消费新模式”，不断满足消费者多元化的消费需求。要推动业态跨界融合，如推广“消费+非遗”“消费+健康”“消费+低碳”等模式，不断丰富消费场景，打造新的消费增长极。

优化消费环境，要以监管重构为重，构建消费安全“防护网”。要充分应用AI大数据，建立数智化监管体系，提升监管质效。要高效处置消费纠纷，大力推进消费纠纷线上和解、鼓励经营主体开展线下七天无理由退换货承诺，不断提升消费者的体验感和安全感。要充分发挥各方力量，构建社会共治的良好格局。

优质消费环境，是共享美好生活的重要前提。它绝不是一句口号，而是要在品质革命中重塑供给逻辑，在场景裂变中重构消费生态，在监管创新中重建市场信任。当每一件商品都承载着品质承诺，每一次消费都充满体验惊喜，每一笔交易都沐浴着法治阳光，才能真正实现从“能消费”到“敢消费”的质变，才能真正实现从“愿消费”向“乐消费”的飞跃，为经济高质量发展注入持久动能。

东湖评论

放心消费，引领湖北经济高质量发展

◎ 稿源：荆楚网（湖北日报网）　◎ 作者：谭金山（湖北宜昌）



近日，湖北省市场监管局等五部门共同印发《湖北省优化消费环境三年行动实施方案（2025-2027年）》（以下简称《实施方案》），提出构建“1+N”消费维权服务站，推动平台型、总部型和连锁型龙头企业完善消费纠纷调处机制。作为提升区域消费维权效能的重要抓手，服务站的建设旨在前移维权关口，实现消费者“零距离维权”和“一站式解纷”，更好保障广大群众的消费权益。

扩大服务站覆盖范围，核心在于让“维权前哨”深入一线，解决商品质量、退换货及三包责任等难题。过去，虽然维权热线畅通，但处理流程繁琐、周期较长，消费者的合理诉求难以及时得到回应。如今，随着服务站进驻商场、社区、景区，消费者实现了“投诉不出门、维权在身边”。截至2024年底，湖北已建成消费维权服务站点4100余个，引导处理消费纠纷4.63万件，建成99个省级放心消费示范单位，引导1万余家门店参与促进“两新”消费活动，拉动家电、汽车、装饰等行业销售额约20亿元。各级市场监管部门、消费者协会组织通过高效、透明的服务，不仅提升了城市治理温度，也增强了群众的安全感，也为提振消费信心，激发消费活力，打造“放心消费还是湖北”消费品牌提供了坚实支撑。

构建高效便民的维权体系，需要在站点布局、渠道拓展和流程优化上下功夫。针对部分“形式化运营”的现象，建议推行“首问责任制+限时办结”双重机制，明确责任主体和办理时限，将服务承诺转化为刚性约束，确保每位消费者的诉求都得到及时回应，每个问题都能闭环解决。在渠道建设方面，《实施方案》提出了具体举措：实现“线上+线下”双轨同步发展，线下站点突出“看得见、找得到”的特色，将探索建立“1+N”消费维权服务站，推动线下无理由退换货承诺单位达到5万家以上；线上则优化智慧消保平台，依托全国“消费查”平台，实现“一键投诉、全程可溯”，让数据多跑路，群众少跑腿，推动消费诉求常态化闭环处置。

此外，必须坚持数量与质量并重，提升服务站点的规范化水平。当前，一些站点选址随意、标识简易，缺乏辨识度和公信力；工作人员流动频繁、专业培训不到位，影响了维权效率。这些问题不仅影响消费者的维权体验，也背离了“维权就在身边”的服务宗旨。为此，亟需制定统一的建设标准和服务规范，通过固定场所、专业队伍和标准化流程，确保每个站点都成为消费者信赖的“权益守护站”。监管部门应定期开展监督评估，对不达标站点责令整改，整改后仍不合格者坚决撤销，并引入第三方评估机构，听取消费者意见，深入分析问题，持续提升服务质量，确保“矛盾不出基层、问题不出商场”。

此外，应在“15分钟生活圈”内全面构建维权服务网络，通过智能终端实现维权力量的实时联动，将标准化建设和数字化转型深度融入行业发展。我们有理由相信，随着优化消费环境三年行动的全面启动，这些遍布城乡的维权站点将织就一张消费保障的安全网，不仅为经济高质量发展保驾护航，更让“放心消费”成为助推湖北经济腾飞的核心动力。

东湖评论

以“湖北行动”绘就放心消费新画卷

◎ 稿源：荆楚网（湖北日报网）　◎ 作者：邹江波（湖北黄石）



近日，省市场监管局等五部门联合印发《湖北省优化消费环境三年行动实施方案（2025—2027年）》，这是湖北积极回应人民群众对高品质生活向往的有力举措，旨在打造让消费者安心、舒心、省心、放心的消费环境。在此过程中，市场监管部门重任在肩，其积极作为对于创新打造共治共建格局意义重大。

消费供给提质是营造良好消费环境的根基。市场监管部门应聚焦湖北“51020”先进制造业产业集群，强化对汽车、家电、食品等重点领域消费品质量的监管。确保重点消费品质量监督抽查合格率稳定在98%以上，不能只是一句口号，而要落实到每一次检查、每一个产品上。持续开展“湖北精品”培育行动，助力企业提升产品品质、打造知名品牌，推动具有荆楚文化特色的老字号商品实现精品化、国潮化、时尚化转型，让湖北制造、湖北品牌成为高品质的代名词，从源头为消费者提供优质选择。

优化消费秩序是保障消费权益的关键。市场监管部门要坚决筑牢消费安全底线，严格落实食品药品安全“四个最严”要求，强化对米面油、肉蛋奶等重点食品的监管，守护好老百姓的“菜篮子”“米袋子”。同时，加大对市场交易乱象的整治力度，针对民生领域的垄断行为、不正当竞争行为以及“霸王条款”“不合理低价游”等问题，开展专项执法行动，做到发现一起、查处一起，绝不姑息。通过整治，规范市场秩序，让消费者免受侵权之苦。

消费维权提效是增强消费者信心的重要支撑。市场监管部门要深入推进消费纠纷多元化解，借助新时代“枫桥经验”，完善人民调解、行政调解、司法调解等协同联动机制，让消费纠纷能在多元渠道中高效解决。深化12315与12345“双网融合”，运用人工智能和大数据分析预警系统，对高频投诉问题提前介入、精准监管，实现消费投诉举报的闭环处置，真正做到让消费者投诉有门、维权有效。

共治共建是营造良好消费环境的长效机制。市场监管部门应积极引导企业落实主体责任，督促电商平台、市场开办者严格审核入驻商家信息，完善消费环节经营者首问和先行赔付制度。推动行业协会商会加强行业自律，制定行业标准和自律公约，发挥行业内部的监督管理作用。支持消费者组织依法履职，开展社会监督工作，同时强化社会监督引导，通过宣传教育提升公众的自我保护和维权能力，形成政府监管、企业自律、行业自治、社会监督的共治共建格局。

优化消费环境是一项长期而系统的工程。市场监管部门作为重要参与者，要以《湖北省优化消费环境三年行动实施方案（2025—2027年）》为指引，持续发力、创新作为。通过落实各项举措，营造出安心、舒心、省心、放心的消费环境，为湖北经济的高质量发展注入强大动力，让“放心消费还是湖北”成为湖北的又一张亮丽名片。

东湖评论

以更优消费环境激发经济新活力

◎ 稿源：荆楚网（湖北日报网）　◎ 作者：李斌（湖北武汉）

日前，省市场监管局等五部门联合印发《湖北省优化消费环境三年行动实施方案（2025—2027年）》（以下简称《方案》），部署实施消费供给提质、消费秩序优化、消费维权提效、消费环境共治、消费环境引领等五大行动，着力推进消费供给提质，构建数字化消费生态体系，实现全方位消费权益保护，打造放心安心的高水平消费环境。

消费是拉动经济增长的主引擎。数据显示，2024年，最终消费支出对经济增长贡献率为44.5%，拉动国内生产总值增长2.2个百分点。与此同时，消费新增长点持续涌现，消费场景不断迭代，消费体验日趋多元。今年一季度，湖北省限上新能源汽车、家用电器和音像器材类、可穿戴智能设备等零售额同比分别增长42.1%、21.1%、37.8%，消费新引擎动能澎湃。

而另一方面，消费领域仍然存在不少“长期想解决而没有解决的难题”，如消费供给质量不高、新型消费潜力挖掘不够、市场交易乱象屡禁不止、维护消费者权益合力不足等，极大影响了消费体验和信心。五部门联合印发《方案》，目的就是主动回应新发展阶段人民群众对高品质生活的新需求，着力解决消费者反映强烈的突出问题，多管齐下，凝聚合力，让老百姓敢消费、愿消费、好消费。

打好“组合拳”，让供给创新与消费潮流“同频共振”。在外部环境不确定性增多的大背景下，增加优质消费供给，挖掘新型消费潜力，意义重大且行之有效。《方案》提出，将产业融合与消费升级结合紧密，围绕湖北“51020”先进制造业产业集群开展消费品质量和品牌建设，实施消费品“增品种、提品质、创品牌”行动，推动产业升级的同时满足消费升级需求，聚焦数字消费、绿色消费、健康消费等打造新型消费场景。同时，实施“荆楚品牌”打造行动，开展“荆楚放心礼”“荆楚放心游”等系列活动，通过标杆带动，形成良好的消费环境示范效应。

织密“维权网”，让放心消费免除“后顾之忧虑”。买得顺心舒心，购得安心放心，才能有更多消费信心。《方案》提出，从消费纠纷多元化解、强化司法保护到优化智慧消保平台应用，形成全方位、多层次的消费维权协同共治体系，推动企业落实主体责任，加强行业自律和社会监督，发挥消费者组织作用，构建“大消保”格局。同时，加强数字化赋能，利用人工智能优化12315分析预警系统，建立消费投诉举报大数据分析治理和消费诉求闭环处置机制，实现消费领域的数字化监管和精准服务。

提振消费既是应对外部挑战的“稳定器”，也是推动高质量发展的“加速器”。唯有加快形成优化消费环境的强大合力，持续擦亮“放心消费还是湖北”品牌，才能更好满足人民群众多层次、多样化的消费需求，让消费“马车”带动经济社会跑得更稳更快更有力。



Excellent Online Commentator Articles ◎ 优秀网评员文章

东湖评论

以优质消费环境激发消费意愿

◎ 稿源：荆楚网（湖北日报网）　◎ 作者：魏元（湖北襄阳）



为主动回应新发展阶段人民群众对高品质生活的新需求，着力打造放心安心的高水平消费环境，近日，湖北省印发《湖北省优化消费环境三年行动实施方案》，明确了5个方面15项重点任务，着力打造消费者“敢消费”、企业“重诚信”、社会“共监督”的良好环境，打造“放心消费在湖北”的消费品牌。

“促消费”是今年的热词，从今年的政府工作报告32次提到“消费”一词，到中共中央办公厅、国务院办公厅印发《提振消费专项行动方案》，再到湖北等地推出提振消费的各种务实措施，折射出了消费对于当下经济发展的重要性。在此背景下，出台《湖北省优化消费环境三年行动实施方案》，旨在营造安心放心舒心的消费环境，而好的消费环境有助于改善消费体验、提升消费满意度，让消费者更加敢于消费、愿意消费、乐于消费。

优化消费环境，释放内需动力。消费环境的优劣，直接影响着消费者的消费意愿和消费能力。《方案》围绕消费供给提质、消费秩序优化、消费维权提效、消费环境共治、消费环境引领五大行动，提出15项重点任务，为优化消费环境提供了清晰路径。通过“增品种、提品质、创品牌”，能让消费者买到更优质的商品；创造更多消费场景，支持消费升级焕新，能满足消费者多样化的消费需求，从而激发消费潜能，释放内需潜力。

加强市场监管，规范市场秩序。聚焦“放管服”改革深化与市场规范。坚持法治化、规范化、长效化原则，重点解决制假售假、虚假宣传、价格欺诈、数据造假等突出问题，着力完善全链条监管机制。及时修订并完善相关法律法规，制定更为详细、具体、明确的市场监管规则和标准，规范各类经营主体行为，使市场监管工作有法可依、有据可循。加大市场监管力度，严格审查经营主体的准入资格，定期对经营主体进行全面系统检查，深入开展专项整治，强化执法力度，建立跨部门、跨区域的协作机制，提高执法效率，严厉打击各类市场违法行为。

消费维权提质，回应群众关切。一直以来，消费领域存在的一些问题让消费者忧心忡忡。比如“三品一特”安全问题，关系着群众的生命健康；侵权假冒、刷单炒信等乱象，破坏了市场公平竞争环境；消费纠纷解决难，让消费者的合法权益难以得到保障。《方案》聚焦“源头化解”目标锚定与闭环处置，通过推进消费纠纷多元化解、强化消费纠纷司法保护、优化智慧消保平台应用等切实解决消费者的“后顾之忧”，让消费更舒心、放心、安心，满足人民群众对高品质生活的追求。

完善信用体系，营造诚信环境。消费从来不只是消费者的事，营造放心消费环境需要社会共治。充分发挥行业协会的作用，通过制定行业规范和自律机制加强对行业内企业的约束，推动企业诚信经营、规范发展、公平竞争，增强企业社会责任感，营造良好的市场氛围。通过信用承诺、联合惩戒等，督促经营者严守质量安全底线、恪守公平竞争准则，构建诚信合规、公平有序的市场环境。

聚焦放心消费，激发消费活力。良好的消费环境，能增强消费者的信心，让消费者敢于消费、愿意消费。通过实施产品和服务质量分级，开展“荆楚放心礼”“荆楚放心游”等系列活动，着力打造群众喜爱的优质品牌.同时，突出创新引领，注重标杆带动，以“安全放心、质量放心、价格放心、服务放心、维权放心”自我承诺为主要内涵，形成“对标提升、示范带动、监测评价、动态管理”制度闭环。



一头连着千家万户，一头连着宏观经济，消费既是人民群众物质生活、精神生活的一面镜子，也是千行百业发展繁荣的度量衡，更是产业发展升级的助推器。营造放心消费环境不会一蹴而就，而是要从一家家商店、一个个行业、一件件标准做起，由点及面、层层递进。让消费者有收获，让经营者有口碑，让监管者有作为，让消费这驾“马车”跑得更稳更有力，为中国经济航船乘风破浪、行稳致远提供强大动力。

东湖评论

落点在促进，锚点在平等

◎ 稿源：荆楚网（湖北日报网）　◎ 作者：刘霞（湖北鄂州）

五一前，威尔特芬房车一周内售出23台，以智能化、定制化策略抢占消费升级风口；以白酒主业为核心的“稻花香”，构建“一主三辅”产业集群，延伸至物流、文旅领域，解决近3万农户就业；从乡镇企业转型为全国前三的枫树线业，凭借全流程数字化改造，产品出口全球50多个国家……民营企业在政策赋能、创新突围、市场开拓的合力下，热气腾腾，生机勃发。

市场监管总局近日公布的数据显示，一季度全国新设民营企业197.9万户，同比增长7.1%，超过过去3年平均增速。截至3月底，全国登记在册民营企业超过5700万户，占企业总量的92.3%。民营企业发展的“热乎劲儿”，为我国经济高质量发展添了把“柴”。

即将于5月20日正式实施的《民营经济促进法》，更是将这股热乎气儿凝练为制度性保障。社会各界为何如此看重这次立法？在此之前，国家也出台了不少政策法规，包括优化营商环境条例、促进民营经济发展壮大的意见、中小企业促进法等等，但多以阶段性、分散性政策为主，稳定性较弱。而9章78条的《民营经济促进法》以法律形式明确集成支持民营经济，落点在促进，锚点在平等。平等，是这部法律的核心价值，它贯穿于民营经济发展的各个环节，为民营企业的茁壮成长筑牢根基。

促进民营经济发展的密码，就藏在平等里，既要有地位，也要有机会；既要有权利，也要有规则。地位平等，意味着民营企业不再被视为市场的配角，而是与国有企业一样，在法律上同等对待，不厚此薄彼。机会平等，则体现在市场准入、项目招投标等方面，民营企业能够凭借自身实力公平竞争，不再因身份受限。权利平等，要坚决保障民营企业合法权益不受侵犯，政府需摒弃直接配置资源的家长式思维与万能政府观念，并致力于保护私人产权，弘扬契约精神。规则平等，要重点关注中小微民营企业面临的科技创新投资成本高、投资周期长以及劳动密集型产业收益低等问题，支持民营经济组织参与国家科技攻关项目，确保各类企业在同一制度框架下有序经营。

立法突破的核心价值，在于构建地位、机会、权利、规则四维平等体系：地位平等破身份壁垒。浙江要求国企混改民资持股比例不低于30%，一批浙江民营制造企业借此东风，在高端装备制造领域加大研发投入，打破国外技术垄断，实现了产业升级。机会平等拆隐形门槛。江苏支持民资“勇闯”交通、清洁能源等重点领域，不少民营企业参与到当地重大基础设施建设项目，不仅自身实力得到提升，也为地方经济发展注入强劲动力。权利平等筑制度底线。湖北实施水电气转供改直供改革，为中小微企业减负12亿元，武汉光谷科创企业用能成本下降18%，实实在在为企业降低经营成本。规则平等校准创新天平。在广东，政府性融资担保业务80%面向民企，民营企业“放心贷”，许多中小微民企获得资金支持，在电商、智能制造等新赛道迅速崛起。

从“热力迸发”到“韧性生长”，制度化的平等保障正重塑民营经济发展逻辑。当民企与国企站在同一起跑线公平竞争，当政策调整不再“翻烧饼”，民营经济的创新活力方能转化为高质量发展的持久动能。



东湖评论

为提振消费织密保护网

◎ 稿源：荆楚网（湖北日报网）　◎ 作者：李浩然（湖北恩施）

近日，中共中央办公厅、国务院办公厅印发《提振消费专项行动方案》，并发出通知，要求各地区各部门结合实际认真贯彻落实。安全放心的消费环境，是群众愿意消费的前提和保障。今年2月，市场监管总局会同国家发展改革委等五部门联合印发了《优化消费环境三年行动方案（2025-2027年）》，其核心目标在于构建“优化消费环境-提振消费信心-扩大消费需求”的良性循环。

消费是经济增长的“主引擎”，也是衡量民生福祉的“晴雨表”。在数字经济与消费升级深度融合的今天，消费者权益保护已不仅是维护个体利益的命题，更是构建良性消费环境、推动经济高质量发展的关键一环。但面对新业态、新场景下的维权挑战，仍需以问题为导向，凝聚多方合力，将消费者权益保护工作做到老百姓心坎上。

促进监管创新。让智慧监管成为激活消费的“助推器”。归集12345、12315数据，实现投诉咨询数据分析，为风险研判提供依据。整合ODR平台、中消协智慧315等系统，实现消费投诉“一网通办”。在“3·15”活动中开展现场快速检测、假冒伪劣商品销毁，以直观行动增强消费者信任。以“平台聚合+数据跑路+多元共治”的模式，让消费者感受到“指尖维权”的速度与温度，推动形成“敢消费、愿消费”的良性生态。



多元化解纠纷。近年来，各地通过创新机制破解难题。湖北省消委会搭建线上和解平台，减轻基层压力；重庆市消委会联合检察院建立公益诉讼协作机制；吉林省消协完善集体诉讼制度……这些探索实现了投诉便利化、处置快速化，让消费者维权少跑腿、更高效。同时，全国12315平台智能化升级与在线和解机制的推广，进一步缩短了投诉响应时间，源头化解率达24.2%，体现了“数据多跑路，群众少跑腿”的治理智慧。

引导理性消费。一方面，消协组织应深入开展消费调查，通过约谈、公示、公益诉讼等“组合拳”规范市场秩序；另一方面，及时发布消费提示与投诉热点分析，帮助消费者避坑。例如，针对老年人消费陷阱、保健食品混放销售等问题开展专项行动，既守护“银发族”权益，又净化市场环境。

消费者权益保护与市场主体健康发展本质上是共生关系。维护消费者权益可增强消费信心，释放内需潜力；而公平竞争的市场环境又能激发企业创新活力，形成良性循环。因此，需构建政府、企业、消协、社会多方参与的“大消保”格局。

织密织牢消费权益保护网，既是回应民生关切的必然要求，也是推动经济高质量发展的必由之路。唯有以技术赋能监管、以创新畅通渠道、以共治凝聚合力，方能将消费维权工作做到群众心坎上，让人民群众在安全、放心、舒心的消费环境中，切实提升获得感、幸福感、安全感。

东湖评论

“互联网+明厨亮灶”助力无堂食外卖监管

◎ 稿源：荆楚网（湖北日报网）　◎ 作者：谭金山（湖北宜昌）

近日，中共中央办公厅、国务院办公厅发布的《关于进一步强化食品安全全链条监管的意见》（以下简称《意见》）中，强调推动平台和商户实行“互联网+明厨亮灶”，并强化无堂食外卖监管和社会监督，此举引发广泛关注，也体现了当前食品安全监管的迫切性。《意见》旨在进一步理清食品安全监管责任，建立健全协同监管机制，强化全链条监管合力，最终目标是守牢食品安全底线，保障人民群众身体健康和生命安全。

网络订餐行业的蓬勃发展，极大地便利了人们的生活。无堂食外卖作为一种新兴业态，以其便捷性和多样性满足了消费者的个性化需求，为餐饮行业注入了新的活力。然而，在快速发展的同时，也面临着一些挑战，例如，如何确保食品安全，提升服务质量，以及规范经营行为等。这些挑战并非无解，而是可以通过积极探索和创新监管模式来克服。比如，通过引入更严格的行业标准，鼓励商户提升自身管理水平，以及利用科技手段加强监管，从而有效提升无堂食外卖的整体质量，为消费者提供更安全、更放心的餐饮服务。

全国人大代表刘素英曾提出，建议完善对无堂食外卖等新兴经营形态的管理，并建立市场监管、发改、农业、检验检疫、商务等多部门联合监管机制，以应对新业态带来的挑战。此次《意见》明确提出“强化无堂食外卖监管和社会监督”，正是对代表建议的积极响应和有力落实，体现了国家对新兴业态规范发展的高度重视，以及构建全方位、多层次监管体系的决心。

当前，加强餐饮商户后厨合规性监督迫在眉睫。传统监管力量面临人员不足、覆盖面有限、技术手段落后等诸多局限，难以有效覆盖所有商户。因此，持续创新监管手段，加大针对性监管力度势在必行。《意见》将‘强化无堂食外卖监管和社会监督’置于‘互联网+明厨亮灶’之后，体现了国家对新兴业态监管的重视，以及利用科技手段提升监管效能的决心，为解决无堂食外卖监管难题提供了新的思路和方法。

那么，如何利用“互联网+明厨亮灶”监管无堂食外卖？首先，监管部门应要求商户在厨房安装监控设备，确保监控画面实时同步至监管部门及平台系统。其次，平台需对APP界面进行优化升级，在醒目位置增设“后厨直播”可视化入口，便于消费者随时查看食品制作全过程及厨房卫生状况。此外，应推进智能硬件设备升级，通过AI视觉识别技术对厨房操作场景进行智能监测，系统自动识别并抓取工作人员违规吸烟、随地吐痰、鼠类活动、食材落地、垃圾未分类等风险行为，实时生成违规证据链上传至云端监管平台，触发分级预警机制，同步向商户管理方、外卖平台和属地监管部门推送警示信息，形成“监测—取证—预警—处置”的数字化闭环监管体系。

这些措施的有效实施，离不开监管部门的有力配合。尤其是在硬件设施的规范性安装、相关隐私数据的储存和调取权限的设置等层面，都需要监管部门与平台通力合作，共同制定明确的标准和流程。例如，监管部门应参与制定监控设备的选型标准，确保设备符合食品安全和数据安全的要求；应明确数据的存储期限、访问权限和使用范围，防止数据被滥用；应建立健全数据安全审计机制，定期对数据安全进行评估和检查。只有这样，才能在提升无堂食外卖透明度、增强消费者信任的同时，最大限度地保护商家隐私，从源头夯实网络订餐安全根基，构建一个安全、透明、健康的餐饮消费环境。

展望未来，食品安全治理的终极图景，应是监管利剑与社会共识共同编织的防护之网。当监管的齿轮精密咬合，社会的齿轮有序运转，技术的齿轮高效传动，方能驱动食安治理的巨轮破浪前行。消费者每一次指尖滑动查看餐厅后厨的选择，都是守护“舌尖安全”的民主投票；骑手每一声对违规操作的即时举报，将化作刺破黑暗的哨音；公众在点评平台留下的每条满意度评价，终将汇成规范行业的星辰大海。这既是现代治理智慧的诗意呈现，更是文明社会对生命尊严的庄重承诺——让每份外卖都承载阳光的温度，每个餐盒都成为信任的基石，在监管者、从业者与亿万食客的同频共振中，铸就坚不可摧的食品安全防线。





东湖评论

跨过信息断崖，抵达“知情消费”的彼岸

◎ 稿源：荆楚网（湖北日报网）　◎ 作者：谢萍慧（湖北武汉）



民以食为天。细读食品配料表，甄别防腐剂名称，核验添加剂用量，正成为很多人饮食消费的新习惯。一锅热辣滚烫的水煮鱼，一碗黏糊糊的麻辣烫，一杯“0糖”的奶茶……当消费者的行为习惯撞上信息黑箱，知情权被迫妥协，知识盲区将直接影响消费意愿。近日，湖北发布《餐饮服务单位食品添加剂使用公示指引》，鼓励全省餐饮服务单位公示食品添加剂使用情况，包括名称、功能、用量及风险提示。这一举措在于破除餐桌上的信息壁垒，从个体知情到公众监督，用“看配料表”的消费习惯倒逼后厨里的行业自律。

消费者的知情要看得见、看得懂。真正的餐饮信息透明化是需让消费者一目了然，这意味着添加剂信息能大大方方张贴在店里，能醒目得如同菜价一般印在菜单上，能用手机扫一扫二维码轻松获取明细信息。消费者无需在犄角旮旯里去费力翻找。这些信息要让看的人明明白白，就要用生活化的语言、准确的数据转化为清晰标尺。当“防腐剂”不再仅标注为“苯甲酸钠”，“每碗≤1.2克”替代“适量使用”，把专业术语降维到基础常识，消费者才能回归到从容掌握食品真相的主体地位。

消费者的选择是知用途、知风险。餐饮选择自由是建立在信息对等上的，在于用途与风险的双重锚定，而不是一边倒的“谈剂色变”。如果添加剂功能与警示如同菜品成分般清晰可辨，例如给“增稠剂”标明“锁住汤汁口感”的用途，直白提示“含阿斯巴甜：代糖提供甜味，苯丙酮尿症患者慎用”，减少消费者揣测“零添加”标签的真伪，不必纠结“适量防腐”的安全边际，一盘红烧肉的安心才真正有了滋味的底气。

“配料表”已成为影响消费者的重要影响因素之一，餐桌上的食品添加剂公示是知情策略的延续，重点在于破除传统的餐饮信息壁垒，一旦食品添加剂使用情况被清晰展示，某些超量使用、违规操作将无所遁形，从而更好地营造放心消费环境。



东湖评论

“数码国补”，如何更上一层楼？

◎ 稿源：荆楚网（湖北日报网）　◎ 作者：谭金山（湖北宜昌）



在当下全力提振消费、激发市场活力的大背景下，商务部公布的一组数据无疑为市场注入了一剂强心针。自数码产品换新政策落地，全国超4219万消费者积极响应，累计提交5225万件补贴申请，带动2254万笔实际成交，撬动近670亿元消费规模。《手机、平板、智能手表（手环）购新补贴实施方案》，恰似一场及时春雨，润泽了消费市场，成为提振消费的有力“利器”，为数码消费市场的可持续发展注入强劲动力。

这一政策的成功并非偶然，背后是精准的政策设计与高效执行。政策实施首月，全国手机销量突破1000万部，创下2018年来增幅最高纪录，充分彰显出其强大的市场吸引力与接受度。值得关注的是，该政策并非简单的消费刺激，而是兼具多重功效。500余款机型下调价格，平均降幅达9%，部分原价6000元以上机型也降至6000元以内，消费者得以享受到实实在在的优惠。同时，搭载AI大模型功能的手机销量环比增长102.5%，有力推动产业向智能化方向升级。可以说，数码换新政策是一套精妙的“组合拳”，既刺激消费，又推动产业升级，还让消费者收获实惠，这种兼顾多方利益的政策设计，正是其成功的核心密码。

然而，在为亮眼数据欢呼的同时，我们更需保持清醒，冷静思考如何让这场“换新运动”行稳致远。补贴政策总有退坡之时，如何避免市场在补贴结束后出现断崖式下跌，是政府与企业必须共同面对的严峻挑战。这不仅关系到数码消费市场的短期稳定，更关乎其长期的健康发展。

从政府层面来看，应着眼长远，逐步调整补贴政策，摆脱对短期刺激的过度依赖。可将补贴重点从直接购买转向鼓励技术创新与绿色环保领域。对研发投入大、能效等级高的企业给予税收优惠、财政补贴等支持，引导企业加大在AI、芯片、新能源等核心技术的研发力度，推出更具创新性与竞争力的产品。同时，加强对消费者的宣传教育，通过新媒体平台、社区活动等多元渠道，引导消费者树立理性消费观念，避免盲目跟风，使消费回归理性与实用。

企业则需紧紧抓住政策机遇，加速转型升级步伐。当下，手机、平板等品类消费呈现AI化、个性化和定制化趋势，消费者对品质和性价比的要求日益提高。国家补贴虽能在短期内带动消费热潮，但这只是供需关系的提前释放。企业若想在竞争激烈的存量市场中立于不败之地，就必须持续加大研发投入，加强与科研机构合作，推动产品与服务创新，打造面向未来的“长板”优势与核心竞争力。以苹果公司为例，其持续投入研发，不断创新产品功能与设计，即便在无补贴情况下，也凭借过硬品质与独特体验赢得消费者青睐。

东湖评论

聚力建成支点 以环境之“优”谋发展之“进”

◎ 稿源：荆楚网（湖北日报网）　◎ 作者：李浩然（湖北恩施）



2月18日上午，省委书记、省人大常委会主任王忠林在2025年全省优化营商环境大会强调，以营商环境的“软实力”构筑起支点建设的“硬支撑”，全面提升效能，以企业感受为第一感受、以企业评价为第一评价，常态化通报正反典型，推动全省营商环境整体提升、持续优化，为加快建成中部地区崛起的重要战略支点营造良好发展环境。

营商环境是县域经济发展的重要基石。市场监管局作为维护市场秩序、保护消费者权益的重要力量，必定站在优化营商环境的最前沿，聚力建成支点，以环境之“优”，谋发展之“进”，从提高企业效率、促进经济高质量发展等方面积极作为、主动担当。

以更深的功夫，让环境更加优质。在市场准入上下功夫，持续巩固“一业一证”“歇业登记”“登记注册三化”“企业全生命周期一件事”改革成果，提升审批质效，拓展审批登记“全域通办”，推动经营主体数质并举良性发展，以政务服务主动作为的“加速度”，提升新时代便民利企的“新温度”；在信用监管上下功夫，持续优化企业信用修复，实施信息公示、信用承诺、信用风险分类管理、失信惩戒制度，加大违法失信经营者约束惩戒，探索信用合规建设；在服务型执法上下功夫，进一步加强行政指导，制定“合规清单”，强化教育培训，推行包容审慎监管，对照国家市场监管总局“首违不罚”“轻微免罚”清单，落实服务型执法新要求，持续优化营商环境；在助企纾困上下功夫，坚持走访帮扶制度，宣传利企政策措施，推动解决企业难题，以“先指导、先服务、先警示”为要求，防范经营主体被动犯错，压降企业开办成本。

以更优的服务，让市场更加活跃。密切关注市场经营主体所需所盼，建立健全“提前介入、一对一服务、专业组团、全程参与”的服务机制，努力为企业提供更加精准、更为“解渴”的联系服务。大力推行“三书同达”制度，帮助企业防范化解失信风险，为企业提供“点单式”指导服务。建立健全对行政相对人事前指导、风险提示、劝诫、约谈、回访等制度，做到执法关口前置、监管重心前移。有效落实对企业“行政处罚—合规指导—信用修复”的复式监管，促进行政执法法律效果和社会效果高度统一。结合“双首席”（企业首席质量官和市场监管首席服务员）活动走访企业，主动联系对接包联企业，通过召开座谈会、征求意见等方式，上门主动听意见，秉承“办快办好”的目标要求，快速响应企业诉求，推动企业诉求清单+闭环解决，确保企业诉求“件件有回音，事事有着落”。



以更佳的作为，让品牌更加响亮。市场监管部门要助力“地标”品牌，建立地标梯次培育库，为新增地理标志奠定坚实基础，指导“利川红”“利川黄连”“利川山药”“忠路贡茶”重点地标提档升级，以链上效益体现品牌效应；助力“融合”品牌，与相关部门形成合力，以市委、市政府确定的“五个坐标”定位（向西开放的重要门户、清江源重要生态屏障、全国富硒优质农产品生产加工基地、湖北重要清洁能源基地、全国避暑康养胜地）为导向，以“六个一”名片（腾龙洞、鱼木寨、大水井、龙船调、水杉王、利川红）为杠杆，以“龙船水乡”“福宝山”等景区景点为支点，以优质民宿和网红打卡地为补充，实现“农旅”互融，推动“三产融合”，高质量发展市域经济；助力“湖北精品”，借鉴“星斗山·利川红”的经验启示，对标对表创造条件，推动“腾龙洞风景区”申报“湖北精品”，并建立申报储备库；助力“优势商标”，对照湖北省优势商标目录入选标准，优选生产经营状态良好的企业商标，参加“我喜爱的湖北品牌”电视大赛，提升影响力和美誉度，在“优势商标”的增量上做文章。

以更新的机制，让发展更加安心。严格规范行政检查，扎实推行“综合查一次”联合执法机制。通过编制事项清单、制定工作计划、建立联席会议制度、开展现场执法监督等方式，充分发挥“双随机、一公开”联合抽查效能，推动“综合查一次”工作机制常态长效落实，最大限度地实现“进一次门、查多项事”，切实减轻企业负担，提升行政执法效能。

推进服务型执法，建立健全经营主体轻微违法行为容错纠错机制，对符合法定条件的轻微违法行为不予行政处罚，特别是对新技术、新业态等实施包容审慎监管，让行政执法既有力度又有温度。同时，积极采取宣传引导、信用承诺、行政提示、行政约谈等柔性执法方式，加强对轻微违法行为的督促、引导和规范，全面保护和激发市场活力，提升市场监管执法效能。

勇立潮头敢为先，支点建设正当时。优化营商环境，只有进行时、没有完成时，市场监管部门正向着创建一流营商环境奋勇向前，在举措上勇于创新，在实效上突出企业有感，持续为市场主体提供有温度、有力度、有高度的发展环境，厚植企业发展壮大的“成长土壤”，加快建成中部地区崛起的重要战略支点，奋力谱写市场监管新篇章。

东湖评论

科学认识食品添加剂 守护“舌尖上的安全”

◎ 稿源：荆楚网（湖北日报网）　◎ 作者：李斌（湖北武汉）

2月8日，新版《食品安全国家标准食品添加剂使用标准》（GB 2760—2024）正式实施，这是食品安全添加剂标准时隔十年的又一次焕新。新国标修订了一些防腐剂、食品用香料、加工助剂的使用范围和限量，新增了一些甜味剂在相同食品类别中共同使用时的总量要求，为食品生产企业划出了更加清晰的红线。

食品添加剂是舆论场上“经久不衰”的话题，每隔一段时间便会出现相关热搜，引发舆论热议。究其根源，还是在于部分消费者对食品添加剂近乎“肌肉记忆”般的恐慌。在很多人认知里，食品添加剂都是化学元素，都是有害物质，添加剂越多，对人体健康的危害就越大，只有“零添加”“纯天然”的食品，才是安全、健康的食品。显然，这一认知存在很大误区。

从历史维度来看，人类使用食品添加剂可谓源远流长。早在6000年前的大汶口文化时期，古人就借助酵母里的蔗糖酶，让粮食化为美酒；东汉时期，中国便有了使用凝固剂盐卤制作豆腐的技法；魏晋时期，人们首次在馒头蒸制中运用发酵技术，并且添加碱面；南宋时期，“一矾二碱三盐”的油条制作配方就已固定，亚硝酸盐也开始应用于腊肉生产，以防腐、护色，这项技术后来传入欧洲，影响深远。

从科技角度来讲，没有食品添加剂就没有现代食品加工业，已是食品业界的共识。食品添加剂不仅无害，还能够为食品安全保驾护航，它们可以用来保证食品的色、香、味、形，延长食品的存储时间，改善食品的营养成分，推动食品生产工业化。食品添加剂早已成为食品工业高质量发展的重要力量，是构成现代社会的重要组成部分。

迄今为止，我国对人体健康造成危害的食品安全事件没有一起是由于合法使用食品添加剂造成的。而大家耳熟能详的瘦肉精、苏丹红、三聚氰胺、塑化剂等，都是国家明令严禁在食物中使用的添加物，它们根本就不叫食品添加剂，只能称为“非法添加物”。超范围、超限量使用食品添加剂和添加非食用物质等“两超一非”的违法行为，才是导致食品安全问题发生的原因。同时，一味鼓吹“纯天然”本身就是一种消费陷阱，早在2020年7月，国家市场监管总局就在《食品标识监督管理办法（征求意见稿）》中明确，食品标识不得标注“不添加”“零添加”“不含有”或类似字样。

“抛开剂量谈毒性，都是耍流氓”，这句话也适用于食品添加剂。目前，全世界食品添加剂种类超过1.5万种，我国允许使用的食品添加剂有近2400种。对于它们的使用范围和限量，市场监管部门制定有严格的标准，国标限值与致害值之间有很大的距离，只要不超标，无论食品添加剂是化学合成物，还是植物提取物，都不会对人体健康造成危害。简而言之，不管食品含不含添加剂，含的是哪种添加剂，只要符合国家标准，它就是安全的，否则就是不合格、不安全的。

民以食为天，食以安为先。新国标的实施，彰显了市场监管部门及时回应人民群众的期盼和关切，有助于增强消费者对食品市场的信心，推动食品行业朝着更加规范、透明、健康的方向发展。面对纷繁复杂的食品安全形势，职能部门要加强监管，企业要严守标准，消费者要保持理性。唯有如此，我们才能“买的安心，吃的放心”。



东湖评论

以现代化市场监管服务高质量发展

◎ 稿源：荆楚网（湖北日报网）　◎ 作者：魏元（湖北襄阳）

在新中国成立75周年、全国上下深入学习贯彻党的二十届三中全会精神的关键时刻，11月4日至6日，习近平总书记赴湖北考察，为推动湖北高质量发展，推进中国式现代化擘画蓝图，让荆楚儿女倍感温暖、备受鼓舞、倍增信心。

岁末之际，正是检验一年工作成果的关键时期，各项工作收官在即，冲刺全年目标重任在肩。这就要求我们“紧紧围绕抓改革促发展加强党的建设，提振党员干部干事创业精气神，既勇于开拓创新又持之以恒抓好落实，既敢拼敢闯又善于团结协作，努力创造经得起历史、实践和人民检验的业绩”。

此次考察湖北，习近平总书记指出“要紧紧围绕抓改革促发展加强党的建设，提振党员干部干事创业精气神”。既体现对党的建设一以贯之的高度重视，也是对广大党员干部的持续鼓舞与鞭策。我们要进一步提升精神状态、思想观念、能力作风，使之更加符合担负时代使命的要求，更加匹配重塑新时代湖北之“重”。要在习近平总书记考察湖北重要讲话精神的深化、内化、转化方面下功夫，把提出的思想、观点、战略、举措贯彻到市场监管工作的全过程、各方面，不断提高市场监管现代化水平，以现代化市场监管服务高质量发展。

高质量发展是全面建设社会主义现代化国家的首要任务，必须以新发展理念引领改革，立足新发展阶段，深化供给侧结构性改革，完善推动高质量发展激励约束机制，塑造发展新动能新优势。市场监管部门作为高质量发展的重要推动者，必须以高度的历史担当，始终坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，牢牢把握高质量发展这一全面建设社会主义现代化国家的首要任务，全面把握市场监管领域重要改革部署，兼顾当前长远、聚焦重点难点，牢固树立“监管为了更好发展”的工作导向，积极探索，勇于创新，坚持统筹发展和安全、效率和公平、活力和秩序，围绕全国统一大市场、质量强国、食品安全战略等，持续深化改革、强化监管、优化服务，切实把严的基调贯穿到市场监管和振兴发展的各项工作中，严守“三品一特”安全底线，不断提升市场监管体系和能力现代化水平。

我们要始终坚持和加强党对市场监管工作的全面领导，始终坚持以党的政治建设为统领，把学习贯彻习近平总书记考察湖北讲话精神同当前正在做的工作结合起来，统筹好发展和安全，将群众诉求作为市场监管工作的出发点和切入点，深入开展群众身边不正之风和腐败问题集中整治，扎实推进市场监管系统行风建设。更加坚定自觉践行以人民为中心的发展思想，坚持监管为了人民、监管贴近人民、监管依靠人民，切实维护好人民群众根本利益。找准自己在新时代新阶段的使命方位和定位，进一步激励广大干部职工在全面深化改革中勇挑重担、主动作为，为更好地推动市场监管领域高质量发展贡献力量，答好市场监管新时代的考卷。

一分部署，九分落实。市场监管事业前景广阔，我们要在以习近平同志为核心的党中央坚强领导下，心往一处想、劲往一处使，立足当前、着眼长远，统筹兼顾、狠抓落实，要扭住目标不放松，永葆“闯”的精神、“创”的劲头、“干”的作风，大力发扬孺子牛、拓荒牛、老黄牛精神，以“归零”心态、“冲刺”姿态、“赶考”状态走好新征程，为更好满足人民美好生活需要、推动经济高质量发展作出新的贡献！



坚持“干中学、学中干” 做好新形势下市场监管网评工作

◎ 作者：李斌（湖北省市场监督管理宣传教育中心）

此次全省市场监管系统新闻宣传与舆情工作培训班时间不长，但内容丰富、干货满满。培训班紧扣新时代市场监管新闻宣传和舆情工作需求，邀请的授课老师都是业内顶尖专家，授课内容围绕新闻写作、舆情应对、新媒体运营等主题，既有前沿理论，又有案例分析，更有实战经验分享，让我们对新闻宣传与舆情工作的政治性、专业性和实践性有了更深刻的认识和理解，特别是作为“市监红鹰”网评员队伍的一员，此次培训让我对未来做好网评工作方向更明、信心更足、干劲更大。

一、以学促知，夯实网评工作根基

（一）提高站位，强化责任担当。通过培训学习，我深刻认识到网评员不仅是政策的传播者，更是网络意识形态安全的“守门人”，特别是专家对近年来市场监管领域典型案例，如“鼠头鸭脖”“昆明学校食堂变质肉”“鬼秤”等事件的剖析，让我体会到必须树牢“舆情就是民情、网评就是政声”的理念，在关键时刻要敢于发声、善于发声。

（二）掌握方法，提升实战技能。培训班系统讲解了舆情研判的原则、网评写作的技巧以及新媒体传播规律，特别是在新闻发布与舆论引导、讲好湖北故事等课程中，授课老师通过“解剖麻雀”，让我学会了如何快速提炼政策要点、怎样用“网言网语”精准打消群众顾虑。



（三）拓宽视野，创新工作思路。部分市州局分管领导分享的经验做法，如“三级贯通、四环相扣”、“五个一”工作法等让我深受启发，做好舆情工作不能仅仅靠几个网评员和几篇通稿，而是要构建舆情管控贯通闭环，用好微信、微博、抖音等新媒体平台，用群众喜闻乐见的形式传递权威声音，多管齐下引领正确舆论导向。

二、对标检视，正视自身短板差距

（一）文风转变不到位。虽然掌握了一些舆情应对的方法和网评写作的技巧，但在实际工作中仍存在反应速度慢、政策理论不熟悉、“网言网语”运用不熟练的问题，把“文件语”变成“百姓话”的能力有待加强。

（二）新媒体运用能力不足。日常工作多以传统公文写作为主，对新媒体运营、短视频拍摄剪辑、热点话题引流等新“玩法”还比较陌生，在创作新媒体作品时明显力不从心。

（三）个人视角与全局思维需平衡。思维常常局限于就事论事，对市场监管重点工作缺乏宏观把握和通盘考虑，导致网评高度和深度不够，没有做到“不囿于一隅，不执于一端”。

三、知行合一，争当合格网评尖兵

（一）练好“基本功”，做精通政策的多面手。跳出“一亩三分地”，加强对市场监管业务的全景式学习，建好舆情应对“政策工具包”，将“大政策”转化为了群众听得懂的“小道理”，确保关键时刻“调取精准、回应有力”。

（二）突破“技术关”，做新媒体时代的弄潮儿。强化新媒体思维，加强对新媒体运营规律和技巧的学习掌握，重点攻克短视频脚本撰写、数据可视化制作及引流推广技能，探索研究在信息化条件下如何把握舆论主导权。

（三）当好“情报员”，做上下联动的纽带。一方面，结合自身岗位，掌握行业性风险预警，及时与省局宣传处对接；另一方面，当好本单位舆情工作牵头人，指导带动中心网评员队伍提升舆情工作水平，为营造清朗舆论环境贡献力量。

在学思践悟中找准 市场监管新闻宣传与舆情工作发力点

◎ 作者：陈江华（黄冈市市场监督管理局）



感谢省局选择在黄冈蕲春举办2025年全省市场监管系统新闻宣传与舆情工作培训班。这次培训既为全省战线同志搭建了学习交流的平台，也给予了我们黄冈莫大的鼓励与鞭策。可以说这次培训是一场干货满满的“充电之旅”。从简约清爽的培训指南、朴素务实的会场布置中，我深切感受到省局以实际行动践行中央八项规定精神的鲜明导向；而众多专家学者的深度授课，又让我在紧凑日程中收获了一场内容丰盈的“知识盛宴”。作为宣传和网评工作战线的一员，此次培训不仅让我在业务能力上得到淬炼，更在思想认识、作风建设上接受了深刻洗礼。具体有以下三点体会。

一是以思想之舵校准工作方向。市场监管宣传工作本质是政治工作，必须把“严”的主基调贯穿始终。比如在新闻报道中，要坚决杜绝“穿靴戴帽”的形式主义，像省局公众号“三不发”的原则，很好的解决了我们日常工作中宣传不聚焦、亮点不明显、重点不突出的问题。同时聚焦中心大局，坚持“党味”、增加“趣味”、保持“鲜味”、满身“汗味”，大力宣传全省系统职责任务、工作成效、典型事迹，更应值得我们学习。要学会从“小切口”挖掘监管为民的“大情怀”，让市场监管工作“接地气、冒热气”的关键。也只有把思想认识统一到“以人民为中心”的发展理念上，才能让宣传工作真正成为连接政府与群众的“连心桥”。

二是以真学真练提升能力本领。此次培训中，程建宏局长关于《新时代网络舆情特点及应急处置基本方法》的辅导，彻底打破了我对市场监管舆情工作的局限认知。他提出的舆情管理“三个一”工作法，让我打开了舆情处置的新大门。比如，“确立一套整体打法”让我摒弃了“单打独斗”思维。过去的“救火式”应对，只有联动多部门才能形成“防火式”防控。“建立一套运行机制”，落实“双报告”制度有效打通了信息壁垒，践行“三同步”原则，有效实现了法律与社会效果统一。“形成一套应对模式”让我见识到舆情处置闭环流程的高效和规范。作为一名网评员，更要进一步学习贯彻省局的好做法、好经验，提前储备专业知识、制定应对预案，确保“发声准、回应快、引导稳”，不断锤炼“提笔能写、遇事能谋、有策能应”的过硬本领，在舆论场中牢牢掌握主动权。

三是以过硬作风筑牢工作基础。培训中反复强调的“严守纪律规矩”要求，让我对宣传工作者的职业操守有了更深刻的理解。市场监管宣传涉及政务信息发布、典型案例曝光、企业信用信息公示等重要内容，必须把中央八项规定精神落实到每一个工作细节中。始终把“公信力”作为宣传工作的生命线。今后，我也将把作风建设融入日常：一方面，在策划“优化营商环境”等主题宣传时，多深入基层一线，用“脚力”丈量监管成效，用“眼力”捕捉真实故事；另一方面，在舆情处置中“不回避、不推诿”，以“严真细实快”的工作作风赢得群众信任。

此次培训内容丰富、干货满满，既有理论高度，又有实践深度。我将以此次培训为契机，把学习成果转化为实际行动，牢记初心使命，坚守纪律底线，努力成为一名政治过硬、本领高强、作风优良的市场监管宣传工作者，为谱写黄冈市场监管事业新篇章贡献力量。

以标准化促基层舆情监管规范化

◎ 作者：曹玮（咸宁市市场监督管理局）



6月4-6日，我有幸代表咸宁市局在黄冈市蕲春县参加了全省市场监管系统新闻宣传和舆情监管培训班。开班仪式上，省局程建宏副局长作了重要讲话，并以《新时代舆情特点及应急处置基本方法》为题作专题讲座。省局宣传处李贵轩处长也就近年来全省系统新闻宣传和舆情监管工作形势作总结，并就当前存在的工作难点进行详细分析，部署了下一阶段全省系统新闻宣传和舆情监管工作。短短3天的培训，授课老师们为我们带来了多场全媒体时代新闻宣传和舆情监管工作的知识盛宴，让我获益匪浅。作为基层市场监管宣传口工作的同志，我深感形势严峻，重任在肩。

基层是感知社会脉动的最前沿，也是网络舆情生成、发酵和处置的关键场域。面对日益复杂多元的网络生态和海量信息，基层舆情监管工作常面临研判尺度不一、监管流程模糊、处置响应迟滞、监管效果难控等挑战。将“标准化”理念和方法引入基层舆情监管全流程，是提升工作效能、实现“规范化”运行的必由之路和有效抓手。

当前，我市市场监管领域基层舆情监管工作还存在一些现实的难点和堵点，比如监管机制不健全、处置流程不清晰、人员能力不均衡、部门联动能力弱等。基层监管人员对舆情的敏感度、严重性、处置方式的判断存在差异，容易引发次生舆情；信息上报、分析研判、分级响应、联动处置、信息发布、效果评估等环节缺乏统一、明确的规范和时限要求，易出现延误或信息孤岛；基层工作人员流动性大、专业培训不足，对舆情规律、应对技巧、法律法规掌握程度不一，影响整体工作水平；缺乏统一的信息共享平台和协作机制，部门间、层级间信息互通不畅，难以形成合力；处置效果缺乏客观、量化的评价标准，难以科学总结经验、持续改进工作。

面对基层监管的现实痛点，“以标准化促舆情监管规范化”成为了必然趋势。第一，要构建层级清晰的标准体系。包括基础通用标准、关键环节操作标准、监测预警标准、分析研判标准、分级响应标准、协同处置标准、信息发布标准、效果评估标准和支撑保障标准等。第二，要实现全流程规范运行。包括：流程显性化、操作统一化、责任明确化、时限刚性化等。第三，要建立统一的工具模板。包括：分析研判模板、处置报告模板、发布通稿模板等，降低操作难度，提升工作效率和质量。第四，要促进信息互联互通。要打破信息壁垒、实现跨部门跨层级数据共享和业务规范协同。第五，要建立科学评价依据。建立效果评估标准，为衡量工作成效、识别问题短板、进行绩效考核提供客观、可比较的标尺，推动工作持续改进。

标准化是破解基层舆情监管“乱、慢、散”难题，实现从“经验驱动”向“规则驱动”，从“粗放管理”向“精细治理”转变的关键路径。下一步，希望能通过系统推进舆情监管标准化建设，为我市市场监管领域舆情监管工作提供清晰指引和可靠保障，实现“运行更规范、响应更高效、协同更顺畅、处置更精准、能力更提升、评价更科学、公信力更强”的工作目标，进一步防范化解风险，维护社会稳定，不断促进市场监管系统舆情处置工作规范化，实现从“被动应对”到“主动治理”的有效转变。

学思践悟强本领 夯实市监宣传与舆情应对基础

◎ 作者：吕继刚（鄂州市个体私营经济发展中心）





作为市场监管系统的一名工作人员，有幸参加湖北省市场监督管理局举办的2025年全省市场监管系统新闻宣传与舆情工作培训班。此次培训内容丰富、实用性强，让我收获颇丰。以下是我对此次培训的总结报告：

一、活动基本情况

本次培训班为期两天半，以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻习近平文化思想以及党的二十大和二十届二中、三中全会精神，旨在提升全省市场监管系统新闻宣传水平和舆情应对能力。培训课程涵盖舆情案例分析、自媒体舆情管理、新闻发布与舆论引导、讲好湖北故事以及提高政务新媒体效能、新闻评论写作、领导干部媒介素养提升等多个方面，邀请业内专家和资深人士进行授课，通过理论讲解、案例分析、互动交流等多种形式，为学员们带来了一场知识与实践相结合的培训盛宴。

二、主要收获与成效

（一）舆情应对实战能力提升

通过中国健康传媒集团首席舆情分析师陈培婵的《舆情案例分析》与湖北自媒体协会秘书长郭瑶的《自媒体舆情管理》课程，参训人员系统掌握了舆情监测、分析与处置的全流程方法。课程结合医疗健康、民生热点等多领域真实案例，深入剖析舆情爆发的诱因、传播规律及应对策略，使学员深刻认识到舆情预警“早发现、早研判”的重要性。在自媒体时代舆情传播的复杂性讲解中，学员学习到如何针对微博、抖音等平台特性，制定差异化的舆情回应方案，有效避免“失语”“误语”现象，切实提升了突发事件的舆情处置能力。

（二）新闻发布专业水平增强

省委宣传部新闻发布处处长的《新闻发布工作和舆论引导》课程，从政策解读、流程规范、话术设计等维度，为学员搭建了新闻发布工作的完整框架。课程重点强调新闻发布的时效性、准确性和权威性。湖北发布编辑部《湖北发布如何讲好湖北故事》的实践分享，学员深入了解到如何挖掘地方特色亮点，运用新媒体平台进行精准传播，以正面宣传引导舆论走向，增强了通过新闻发布传递政策声音、塑造良好形象的能力。

（三）政务新媒体运营效能强化

省局新闻宣传处《提高政务新媒体效能》课程，围绕账号定位、内容策划、互动管理等核心环节，为学员提供了政务新媒体运营的实用指南。课程结合当下热门政务新媒体案例，分析其爆款内容创作逻辑与粉丝运营策略，帮助学员理解如何通过创新表达方式、贴近群众需求的内容生产，提升政务新媒体的传播力与影响力。同时，湖北日报经济部主任的《写作新闻评论》课程，从评论选题、观点提炼、语言表达等方面进行深度教学，让学员掌握了通过新闻评论引导社会舆论、凝聚共识的写作技巧，为政务新媒体内容建设注入更多思想性与深度。

三、经验做法创新举措

（一）强化舆情管理系统性思维

通过《舆情案例分析》和《自媒体舆情管理》课程学习，让我们认识到舆情防控是一项系统工程，需从预防、监测、处置等多环节统筹规划。改变以往“被动应对”的思维，树立主动防控意识，明确舆情研判和分级响应的重要性，学会运用多平台监测手段把握舆情动。

（二）新闻发布与舆论引导理念

学习《新闻发布工作和舆论引导》《湖北发布如何讲好湖北故事》课程后，打破传统宣传思维局限，认识到新闻发布需结合新媒体传播规律，挖掘地方特色，以公众视角策划内容。同时，理解了主动设置舆论议题、强化正向引导的必要性，掌握与媒体良性互动的沟通逻辑。

（三）提升政务新媒体运营认知

结合《提高政务新媒体效能》《写作新闻评论》课程所学，意识到政务新媒体不仅是信息发布渠道，更是思想引领的重要阵地。明确需精准定位账号功能，平衡实用性与传播力，通过优质内容输出增强舆论引导力，改变以往重发布轻运营的观念。

四、存在问题及改进措施

（一）存在问题

思想认知存在偏差：长期以来，对舆情防控、新闻发布等工作的重要性缺乏深刻认识，存在“重业务、轻宣传”的倾向。将主要精力集中在核心业务推进上，认为宣传工作只是锦上添花，未能从全局视角统筹规划。此外，对新媒体时代舆论生态的复杂性和多变性认识不足，缺乏主动适应新环境的意识，未能及时调整工作思路和方法。

理论应用能力薄弱：虽然在课程中学习了丰富的理论知识，但在实际工作场景中，对这些理论的理解和应用仍存在较大差距。面对复杂多变的舆情事件或新闻发布需求时，无法迅速将理论转化为有效的工作方法，存在“学用脱节”的问题。

创新意识有待加强：在工作中，对短视频、互动H5、直播等新兴传播形式的接受和应用较为滞后，工作内容忽视宣传引导，缺乏创新性和吸引力，难以满足公众日益多样化的信息需求。

（二）改进措施

深化思想认识：作为个私中心一员，我将持续强化对个体工商户、小微企业扶持政策及党建工作方针的理论学习，提升服务工作的使命感与责任感。深刻理解新闻宣传与业务服务协同推进对优化营商环境、助力“小个专”发展的重要意义，扭转以往“重业务执行、轻宣传引导”的思维定式。在日常工作规划中，将宣传工作与商户服务、政策落实等业务统筹考量，主动关注社交媒体上“小个专”领域的舆论动态，增强对商户群体需求和舆论导向的敏锐度，为精准服务和有效引导舆论筑牢思想基础。

加强理论学习与实践结合：定期梳理培训课程中关于舆情应对、新闻发布、新媒体运营等方面的理论知识，深入思考其与个私中心工作的契合点。同时，关注行业内先进个私中心的工作经验，学习其在宣传策略、服务模式等方面的创新思路，结合本地实际情况，探索适合本区域“小个专”群体特点的工作方法，推动理论学习成果向实际工作效能转化。

培养创新思维：在服务“小个专”群体的工作中，突破传统宣传与服务模式的局限，主动关注政务新媒体发展趋势和行业创新案例，拓宽工作视野。积极探索符合“小个专”群体信息接收习惯的宣传形式。

云征稿 基层有话说

征文活动

征文主题

市场监管与高质量发展，体裁为论文、报告等形式，
内容为立足本职岗位对市场监管高质量发展
及人才队伍建设的思考与实践经验。

征文对象

全省市场监管系统干部职工、社会各界人士

征文奖励

优秀作品将在干部教育专栏刊发
宣教中心精美文创产品

来稿请发送至邮箱: fuqiang@mreln.com请注明单位、姓名、联系电话

扫码·了解培训信息及更多详情
电话:027-87136557

连接知识·传递价值