

守护好“菜篮子”里的民生

■李家鼎

最近,家住天津市河西区云水园社区的何金秀大妈,不再为买不到平价菜而发愁。她家附近的超市,专门设立了政府储备菜投放点,一些菜品既便宜又新鲜。近期,天津启动政府储备菜投放工作,有效应对了市场变化,满足了市民需求。

小小“菜篮子”,“装”着大民生。粮油肉蛋菜奶等商品价格波动,容易引发其他农产品价格联动。因此,保供就是保民生,稳物价就是稳民心。从这个意义上说,深入实施重要农产品保障战略,完善粮食安全省长责任制和“菜篮子”市长负责制,必须时刻保持对居民生活必需品市场的高度关注,适时适度对相关领域采取

保供稳价措施。

“菜篮子”,一头连着城镇居民,一头连着农民群体;守护好“两头”的民生,中间的流通环节是关键。进入冬季,受天气变化、物流交通等因素影响,市场供需不可避免会出现波动。为此,确保蔬菜等生活必需品及时出村、上路、进城、上桌,打通运输通道至关重要。对各地来说,有必要进一步拓展农产品供货渠道,既引导本地龙头企业做好排产计划,也要努力拓展外埠货源,积极组织产销对接。针对中间环节过多、层层加价等现象,可依托网上购物平台、发展直采直供等方式,进一步提升流通效率与质量。

确保粮油肉蛋菜奶等商品价格总体稳定,重在健全长效机制。一方

面,相关部门应逐步完善重要农产品市场监测预警机制,组织专业力量,分析“菜篮子”产品的生产成本、流通成本及价格构成,提前研判,及时采取应对措施,保持市场平稳,更好维护农民种植养殖积极性。另一方面,还应增强协调联动能力,统筹做好稳定生产、拓展货源、打击价格违法、储备调节、舆论宣传引导等有助于保供稳价的工作。健全完善相关机制,以务实作风不断提高应对市场变化的能力,方能彰显责任担当、治理水平,写好民生答卷。

“菜篮子”“果盘子”“米袋子”关系千家万户,也关联着经济社会的整体运行。从长远看,既要在提质增效上下功夫,努力为群众供给高品质的农副产品,也要积极拓宽供应渠道,保

证供应充足;既要在城市中合理规划建设批发市场,保证存储、分发、中转等环节有条不紊,又要在社区周边打通流通的“毛细血管”,让商品进得来、供得上,让百姓买得到、买得起。科学统筹各方力量、整合各类资源、疏通各个环节,才能更好保障包括“菜篮子”在内的物资供应。

民以食为天。“菜篮子”稳产保供连着城乡两头,关系群众一日三餐。守护好百姓的“菜篮子”,全力保供、保安全、保质量、保服务,实实在在办实事、办好事,才能让群众更安心、更舒心。把保障和改善民生工作真正落实落细,千方百计惠民生、聚民心,我们就一定能让人民群众的获得感成色更足、幸福感更可持续、安全感更有保障。(据《人民日报》)

疫情通报

截至11月21日24时 新型冠状病毒肺炎疫情最新情况

11月21日0时~24时,31个省(自治区、直辖市)和新疆生产建设兵团报告新增确诊病例38例。其中境外输入病例31例(山东7例,广西6例,上海5例,云南4例,河南2例,广东2例,四川2例,辽宁1例,浙江1例,陕西1例),含5例由无症状感染者转为确诊病例(河南2例,辽宁1例,浙江1例,广西1例);本土病例7例(辽宁5例,均在大连市;云南2例,均在德宏傣族景颇族自治州)。无新增死亡病例。新增疑似病例2例,均为境外输入病例(均在上海)。

当日新增治愈出院病例85例,解除医学观察的密切接触者3088人,重症病例较前一日减少1例。

境外输入现有确诊病例395例(其中重症病例1例),现有疑似病例4例。累计确诊病例10028例,累计治愈出院病例9633例,无死亡病例。

截至11月21日24时,据31个省(自治区、直辖市)和新疆生产建设

兵团报告,现有确诊病例1051例(其中重症病例11例),累计治愈出院病例92818例,累计死亡病例4636例,累计报告确诊病例98505例,现有疑似病例4例。累计追踪到密切接触者1302902人,尚在医学观察的密切接触者30852人。

31个省(自治区、直辖市)和新疆生产建设兵团报告新增无症状感染者29例,其中境外输入28例,本土1例(在云南德宏傣族景颇族自治州);当日转为确诊病例5例(均为境外输入);当日解除医学观察14例(境外输入8例);尚在医学观察的无症状感染者489例(境外输入354例)。

累计收到港澳台地区通报确诊病例29007例。其中,香港特别行政区12401例(出院12115例,死亡213例),澳门特别行政区77例(出院77例),台湾地区16529例(出院13742例,死亡848例)。(据国家卫生健康委员会官方网站)

截至11月21日24时 河南省新型冠状病毒肺炎疫情最新情况

11月21日0时~24时,全省新增境外输入无症状感染者转确诊病例2例;无新增无症状感染者、疑似病例。

2021年7月31日至11月21日24时,全省累计报告本土确诊病例239例,累计出院本土确诊病例167例。目前在定点医院隔离治疗的确诊病例72例。

2020年1月21日至2021年11

月21日24时,全省累计报告确诊病例1636例(本土1512例、境外输入124例),现有住院病例83例(本土72例、境外输入11例)。尚在医学观察的无症状感染者12例(境外输入12例)。累计追踪到密切接触者48685人,正在观察的密切接触者2233人。

(河南省卫生健康委员会)

地方主流媒体 如何打造自己的“王冰冰”



■吕冰汝

长相甜美可爱、气质清新,再加上出色的专业能力和天然的亲和力,中央电视台记者王冰冰在某次报道中一出镜,就迅速俘获了众多网友的注意力。而自带热度的王冰冰,也让她主持或参与的新闻报道自带话题和流量,吸引了不少粉丝和观众。

央视记者王冰冰的走红,是不是可以为地方主流媒体提供一些启示?在移动互联网时代,地方主流媒体作为本地信息集散地的优势被互联网节点化、去中心化的技术特征所抹平,如何抢占主阵地、夺回话语权,让本地新闻报道、作品迅速出圈,已经成为所有地方主流媒体的刚需和努力方向。而打造本土化IP主持人和网红记者的尝试正是对网络传播去中心化的适应,更容易利用“老乡”的亲和力,以更接地气的传播方式,拉近心理距离,弥补主流媒体在与受众亲近性上的不足。而地方主流媒体又该如何打造自己的“王冰冰”呢?

首先,地方主流媒体要根据记者、主持人的专业知识背景、成长经历、兴趣爱好、个性化标签甚至外形特征进行总体设计,选择契合的平台,精准定位用户。如面对年轻人较多的用户平台,注重用年轻化、贴近性的表达,让报道、作品好看、耐看,这样才能吸引年轻用户,建立观念认同,赢得情感共鸣。

其次,地方主流媒体打造网红记者、主持人还应注重单兵作战与

集团作战相结合。应当赋予记者、主持人一定的自主性,允许创建个人自媒体账号,借助第一人称视角的叙事模式进行传播,积累初步的“粉丝”基础。也要利用团队的力量,做好选题策划、热点事件追踪等。比如在近期扶沟疫情的报道中,周口日报官方微信号推出了名为“疫”线日记的连载报道,以记者何晴、邱一帆的个人视角讲述在疫情防控一线的所观所感,让人眼前一亮,是一次比较新颖、有益的探索 and 尝试。

再次,打造本地网红记者主持人,适应互联网传播场景,地方主流媒体既要善于运用第一人称视角叙事的内容创作方式,也要坚持开放性、互动性,比如鼓励用户进行二次创作,同当地名人、网红跨界合作,抓住当地热点事件发声等,都是值得采纳的打造方法。比如,作为农业大市的周口,每年的麦收时节都是当地人民生活的一件大事,可以采用参与性、互动性或跨界合作的方式激发报道新意。

值得注意的是,也许王冰冰的走红,很大程度上得益于中央级媒体面向全国的庞大用户基数,而地方主流媒体应当抓住当地人民的“注意力”特征和关注点,进行逐步建设,实行基础巩固与寻求破圈同步,更要有容错试错、探索尝新的机制,设置1至3个月的推流期,便于发现问题,及时调整。另外,打造网红记者、主持人并不意味着一味追求“流量”,要牢牢树立记者、主持人的身份感、专业感,确立新闻报道与个人表达的边界,价值引领的角色定位更不能丢,警惕过度娱乐化、哗众取宠,把重心始终放在内容输出上,而不是过于强调形式包装,这才是媒体机构行稳致远的根本保证。②13