

国务院、中央军委

公布实施新修订的《征兵工作条例》

新华社北京4月12日电 国务院、中央军委日前公布新修订的《征兵工作条例》，自2023年5月1日起施行。

新修订的《条例》贯彻习近平强军思想，贯彻新时代军事战略方针，服务国防需要，以提升兵员征集质量为核心，以规范征兵工作程序为重点，对征兵工作全流程进行

体系设计和整体优化，着力构建程序规范、责权明晰、平战衔接、快捷高效的新时代征兵工作体系，为军队兵员补充和储备、建设巩固国防和强大军队提供有力制度保障。

新修订的《条例》共11章74条。主要从制度上健全征兵组织领导机制，构建从国家到省市县纵向贯通、从政

府到高校横向覆盖的征兵组织领导体系；优化征兵组织实施办法，完善体格检查、政治考核、交接运输、检疫复查等机制，依法、精准、高效征集高素质兵员；加强征兵综合保障，推进征兵信息化建设，强化监督检查，维护公民应征权益。

变味的“博主探店”：
给钱就夸上天，不给钱就抹黑

□新华社“新华视点”记者 覃星星 农冠斌

“不能错过的宝藏店铺”“味道绝绝子”“美食界天花板”……近年来，一些网络社交平台兴起博主探店模式，博主将自己在餐馆、旅馆、景点的消费体验在网上发布，有的博主将消费过程现场直播，吸引其他人前往消费。但与此同时，虚假推荐、数据造假、恶意差评等乱象，令消费者和商家叫苦不迭。

博主探店日趋火爆

“粉糯香滑，无敌挂汁”“超好吃，值得一试”……打开小红书、抖音等社交平台，不少探店博主在卖力推介各种美食、景点。

“网红”博主探店的影响力日益强大。全职或兼职做探店博主，已成不少年轻人的职业选择。《2022 抖音生活服务探店数据报告》显示，2022年抖音生活服务创作者人数超1235万人，累计发布探店视频超过11亿个，合作订单量同比增长965%。

但与此同时，不少消费者频因被误导而“踩坑”。广西南宁消费者黄凯说，曾在某平台上看到多名博主推荐某餐馆，并推出“99元团购5人餐”链接，看起来美味又丰盛。到店品尝后发现，套餐中菜品分量远不及视频中展示的样子，味道也相当一般。为了吃饱，他无奈额外又花了100多元。

过热的探店也引起部分商家不满。南宁一家餐饮店经营者孙朋提起探店就直摇头。从去年下半年开始，前来探店并声称要合作的博主越来越多，最多的时候一个月来了近20拨人。“起初还能招待餐食，但数量太多我们也承受不起，后来就都婉拒了。”孙朋说。

南宁知名美食博主“九哥”说，探店的本质是为商家做广告宣传，为消费者提供真实、直观的信息参考服务，原本可以实现博主、商家、消费者的“三赢”。但一些博主法律素养、责任意识缺乏，收了钱就罔顾事实夸大其词、虚假宣传，坑骗消费者。

刷流量、勒索钱财现象多发

一些餐饮店负责人表示，有的博主进来探店寻求合作时，声称自己粉丝众多，能帮助店里引流；但合作后，尽管观看数据不错，但实际上并没有什么引流效果，消费人次和收入并无明显增加。

“九哥”介绍，现在一些平台博主买粉丝、刷数据等现象多发。作品发布后，如实际浏览量不好看，有的博主便会找第三方公司来刷数据，通过庞大的好评数据营造出流量巨大的假象。

更有甚者，有的博主会抓住评价机制的漏洞误导消费者，故意给商家制造负面舆情，或者以差评为筹码勒索钱财。

孙朋说，有一次他拒绝了一名博主探店免费吃喝的要求，该博主就在网上对餐馆发布各种恶评，如服务差、难吃、食材处理不干净等等。“好不容易积攒

的口碑，差点毁了。”无奈之下，他只能花钱“消灾”。

“我们根本不敢得罪这种人。”广西北海一家民宿经营者李开凯说，由于走正式的维权手续比较复杂，商家往往只能采取息事宁人的办法，某种程度上也助长了不良风气。

广西社会科学院社会学研究所所长姚华介绍，探店乱象暴露出一些网络平台对相关监管不到位，对违规博主后续处置力度不够。2022年，美食博主金某某因烹食国家重点保护野生动物在网上引起广泛争议。事件发酵后，该博主被警方带走调查。不久前，该博主在消失数月后更换“马甲”，再次以美食探店博主的身份回归。

据了解，目前，有的平台发布了《餐饮探店规范》，对商家和网络达人探店推广行为进行了一定限制。但业内人士介绍，整体而言，目前行业仍处于约束少、难规范的状态。

重塑市场信任 规范行业发展

“博主探店乱象会损害消费者、经营者的权益，破坏公平、健康的市场环境，对互联网平台的社会公信力和长远发展也将带来损害。”姚华说。

业内人士表示，应规范探店行为，严厉打击扰乱平台环境、破坏平台生态、违反法律法规及平台规则的各类行为，竭力维护消费者合法权益。

黑龙江大学信息管理学院副教授杨志和表示，相关平台应强化主体责任，对探店行为设定相应规范，明确商家和网络博主在探店合作中应遵守的规矩和权责；对弄虚作假行为进行严格监管和打击，打造更健康的行业生态，赋能平台经济。

北京奥肯律师事务所执行主任李传文认为，对一些博主恶意差评、数据造假等行为，监管部门应进一步规范整顿；对问题性质严重、多次出现问题且屡教不改的探店博主应当封禁账号，纳入“黑名单”，不允许以更换账号或更换平台等形式再度“卷土重来”。

3月10日，中央网信办组织召开全国网信系统视频会议，部署开展“清朗·从严整治‘自媒体’乱象”专项行动。会议强调，要探索运用经济手段强化“自媒体”监管，对违法违规、违背公序良俗骗取网民捐赠、用户打赏，获取流量变现、广告分成等经济收益的“自媒体”，要堵住其“问题流量”和牟利途径。姚华建议，相关监管部门可将规范探店行为纳入专项行动中，打击流量造假、网络“水军”，避免监管空白。

广西消费者权益保护委员会秘书长唐楚尧表示，探店对促进线下消费有一定积极作用，博主应本着对消费者负责的态度强化自我约束，分享客观真实的探店体验，避免虚假宣传。经营者一方面要重视线上推介，另一方面要踏踏实实做好服务提升消费者体验，以高质量赢得好口碑。消费者面对纷繁复杂的推广信息，要擦亮双眼，不轻信网络推介，权益受损时及时向平台举报。

(新华社南宁4月12日电)

商务部：
激发以竹代塑发展潜力

新华社海口4月12日电 (记者 王雨萧 吴茂辉) 商务部副部长盛秋平12日表示，商务部将会同有关部门加大工作力度，引导商贸流通主体与竹制品龙头企业产销协同、供需对接，进一步激发以竹代塑发展潜力，推动绿色消费提质增效。

当天在海南海口举办的“推动以竹代塑 促进绿色消费”论坛上，盛秋平在视频致辞中指出，竹子韧性好、可塑性强，生长周期短，种植便捷化，具有替代塑料的天然优势。以竹代塑，有利于减少传统塑料制品使用，协同推进降碳、减污、扩绿；有利于带动竹产业发展壮大，助力乡村振兴与美丽中国建设；有利于增加绿色产品供给，培育绿色消费新理念。

盛秋平表示，当前以竹代塑生产技术水平还有待提高，消费场景还有待进一步挖掘。商务部将会同有关部门加快培育绿色消费市场，引导商贸流通主体与竹制品龙头企业产销协同、供需对接，同时加强宣传推广，传递绿色发展理念，鼓励绿色消费，在全社会推动形成绿色生活方式。

记者了解到，“推动以竹代塑 促进绿色消费”论坛作为第三届中国国际消费品博览会配套活动，旨在搭建交流平台，落实中国政府与国际竹藤组织共同发起的“以竹代塑”倡议，推动减少塑料污染，加快落实联合国2030年可持续发展议程。

探日卫星“夸父一号”
向国内外试开放观测数据

新华社南京4月12日电 (记者 王珏玢) 记者从中国科学院紫金山天文台获悉，我国首颗综合性太阳探测卫星“夸父一号”准实时观测数据12日起向国内外试开放。

此次数据试开放的范围，包括自4月1日起的太阳硬X射线成像仪(HXI)的全部观测数据、全日面矢量磁像仪(FMG)的部分观测数据、莱曼阿尔法太阳望远镜(LST)的部分观测数据，以及它们此后的准实时观测数据。

卫星首席科学家、中国科学院紫金山天文台甘为群研究员介绍，经过半年的在轨调试，“夸父一号”卫星已经获得大约80TB的原始太阳观测数据。综合考虑卫星运行情况等，目前已经具备部分数据准实时对外试开放的条件。

“夸父一号”是我国首颗综合性太阳探测卫星，于2022年10月9日在酒泉卫星发射中心成功发射。其科学目标为“一磁两暴”：即在一个卫星平台上同时观测太阳磁场和太阳上两类最剧烈的爆发现象——耀斑和日冕物质抛射，研究它们的形成、演化、相互作用和彼此关联。

此次“夸父一号”卫星观测数据试开放的消息由“夸父一号”卫星工程科学应用系统牵头单位中国科学院紫金山天文台、地面支撑系统牵头单位中国科学院国家空间科学中心和空间科学数据分中心在11日至12日联合举办的数据试开放全球发布暨数据使用培训在线会议上宣布。20多个国家近400名太阳物理学学者参加了会议。

“就太阳物理学科而言，开放太阳探测卫星的观测数据是国际惯例。‘夸父一号’卫星准实时观测部分数据将对国内外同行无差别开放，实现数据共享。后续，科学团队将视卫星在轨测试情况适时做出调整，最终达到卫星全部观测数据的准实时开放。”甘为群说。