

市场监管

别让虚假苦情透支社会善意

骑手妈妈拎着餐盒，胸前的育儿袋里挂着才几个月的宝宝；骑手爸爸在电动车脚踏板上放一个泡沫箱，小小的孩子就在里面睡着了……看了这样的场景，谁能不心疼这些奔波的父母、可怜的孩子。

可如果告诉你，这样的“带娃送外卖”可能是虚假摆拍，你会怎么想？

近期，河南焦作警方通报了一起典型案例：网民荆某和亢某自编自导自演“我在河南带着孩子送外卖”“单亲妈妈送外卖”等剧本，发了90多条卖惨视频，转发、点赞、评论总量超千万。两人以此博取同情、吸粉引流，最终被依法行政处罚。

这已经不是第一次了。从“单身父亲背患病孩子跑单”“女骑手把娃放进外卖箱送单”，再到近期被平台核查认证的“贵州小洪6868”，“带娃送外卖”的苦情剧本一再上演。

为什么这么多人热衷于假扮骑手？不是他们爱这个职业，而是造一个“骑手”的收益远大于风险。

众包外卖骑手通过简单流程就能注册、接单。电商平台，9.9元就能买一件黄马甲或橙马甲，置办一整套行头也不过一两百元。配上电动车，一个“骑手人设”就立起来了。

近日通报的典型案例显示，某些送外卖的“苦情剧”可能只是摆拍的。虚假内容挤占真实困境关注空间，干扰社会识别和回应真问题的能力。打击虚假卖惨，守护社会救助体系识别能力，为需要帮助的人留出被看见的通道。

骑手风里来雨里去，工作辛苦，很容易引发公众同情。一些造假者精准捕捉到这一点，刻意设计苦情内容。从假人设、假道具到假剧本，从素人包装到MCN机构代运营，虚假骑手背后，已经形成一条“造假—吸粉—变现”的黑灰产业链条。

比如最近翻车的“贵州小洪6868”。核查发现，他注册成为众包骑手后，90多天里只上线了5天，送了19单，却发布了15条背着孩子送外卖的视频，同时开通了橱窗带货功能，并定期开播直播。送单是副业，拍视频带货才是主业，骗善良的人流泪、转发、点赞，都是为了生意。

当一个题材反复被用作摆拍剧本，我们该警惕的就不仅是“又被骗了”。虚假内容正在挤占真实困境的关注空间，干扰社会识别和回应真问题的能力。这才是“带娃送外

卖”被编成生意后，最值得警惕的。

外卖骑手服务千家万户，是城市生活运转中不可或缺的一环。相应的，城市有责任在风雨中为他们提供歇脚的地方，在困难时为他们兜底和保障。而这一切的前提，是社会能够看见真实的他们，识别真实的需求。短视频平台有数亿用户，很多人每天都要刷几个小时，聚集了海量注意力，本可以成为这套社会救助体系最灵敏的“传感器”。但虚假卖惨模糊了这双“眼睛”——当真实的苦难和虚构的剧本混在一起涌向公众，那些真正需要帮助的人就被淹没在流量泡沫里，迟迟等不来关注。

打击虚假卖惨，不是跟几个网红过不去，而是在守护社会救助体系的识别能力，是在为千千万万需要帮助的人留一条被看见的通道。当然，治理不能仅靠外卖平台一方。视

频平台的内容审核机制和算法推荐逻辑需要优化，不能让“卖惨”内容屡屡成为爆款；监管部门也有必要继续加大对违规账号及背后MCN机构的惩处力度。今年以来，中央网信办已指导网站平台清理虚假摆拍等违规短视频52万余个，严惩违规账号6.8万余个。但一个个案例提醒我们，治理远未到可以松动的地步。

骑手这个职业的价值，源于千千万万从业者的汗水与付出。关心他们，就不要再编造苦情戏了。去推动社保完善、去关注路上的安全、去打通职业发展的路径，这才是对劳动者最实在的尊重。



我国是全球最大的水果消费国，也是世界第一水果生产大国。作为农业农村经济的重要组成部分，水果产业链条长、带动能力强，为主产区农民经营性收入提供了直接且稳定的增长源泉。面对消费升级的新趋势和国际市场的激烈竞争，水果产业正通过强化科技支撑、推行标准化种植、打造知名品牌，加速向高产、优质、高效的集约化模式转型。这一进程伴随着果业长周期、全链条及市场端的特殊风险敞口，对风险管理体系提出了更高要求。近日，中国太保产险浙江分公司携手中国电信浙江分公司、宁波产权交易中心，创新推出全国首单“梅好保”杨梅全产业链保险，精准化解杨梅滞销、经营风险等难题。

流通链的强时效性加剧了脆弱性。水果高度依赖冷链物流与时效性销售，由于易腐损耗且流通链条长，品质把控容错率极低，尤其是地标产品，品牌无形资产价值往往数倍于实物本身，一旦出现断链或舆情风险，不仅当期销售受阻，还将导致多年积累的品牌崩塌，损失呈指数级放大。这要求风险管理必须前置，综合安全溯源、过程监测、损毁后补偿等多种风险管理手段，为水果产业提供质量增益与品牌护航。

生产端的长周期特性放大了资产风险。与“价格有托底、种地有补贴、收益有保障”的口粮作物不同，水果完全市场化，且多为多年生作物。以荔枝为例，从定植到丰产需3年至5年，一次极端天气不仅会导致当年绝收，更可能造成多年积累的生产资料损失。这种高沉没成本、长回报周期的特征，需要一套能够保收入、保资产、保经营主体存续的保障体系。

贸易结构的深层矛盾加大了市场波动。我国国内水果市场长期存在“大路货”过剩与“精品果”不足的结构性错配。2018年起，水果贸易出现逆差，主要源于泰国（榴莲）、智利（车厘子）等贸易伙伴的高端供给，而出口则面临严苛的技术性贸易壁垒。这一格局带来双重挤压：一方面，进口高端果品抬高了消费阈值，挤压中低端果品价格空间；另一方面，国内果品价格周期从传统的季节性波动转变为受进口冲击影响的结构性、国际化波动，市场风险更难预测与熨平。

综合来看，果业风险呈现出高度复杂性，简单的物化成本保险无法满足行业需求。近年来，国内保险业主动适配果业风险特征，积极构建全流程风险管理体系，为产业高质量发展构筑安全网。一是夯实基础保障，强化收入保障功能。保险机构开发推广荔枝、苹果等特色果品气象指数保险，以客观气象数据触发理赔，规避传统查勘定损难、周期长的问题。部分地区试点水果价格指数保险及“保险+期货”收入保障体系，对因市场价格大幅波动造成的收益损失予以补偿，推动保障水平从覆盖物化成本提升至保障合理收益，让果农遇灾后能维持基本再生产能力。

二是推动管理前置，建立风险减量机制。一些保险公司联合气象、农业部门打造“智慧果园”，运用物联网技术实时监测土壤、光照及病虫害，提前预警台风、倒春寒等灾害，指导农户抢收或采取防护措施，将风险管理关口前移至生产环节，通过预警+减损+快赔的闭环服务，切实降低极端天气对果园和树木的实质性损害。三是嵌入品质溯源，助力品牌建设。保险机构探索推出地理标志农产品质量安全责任险，将保险转化为品质信用背书，既化解农户经营风险，又为消费者提供信任凭证，帮助地标产品锁定品牌溢价、畅通市场准入。

构建全链条联动、全生命周期的风险管理服务体系，已成为果业保险转型的核心发展方向。保险业需在现有实践基础上，坚持保障为本、服务前置、生态联动，进一步深化服务内涵、拓宽保障外延。一方面，纵向贯通，深度嵌入产业全生命周期。推动保险职能从单一经济补偿向“经济保障+风险管理+服务赋能”升级。通过深化“保险+期货”“保险+信贷”等模式创新，缓解产业融资约束，助力保障合理收益与资产价值。将安全溯源、风险减量及品质管控与保险保障挂钩，以市场化机制倒逼标准化生产与配件授权，普及“以修代换”，同步细化房车通行、赛事管理细则，实现六大业态标准化监管。

另一方面，横向协同，主动融入产业外部生态。通过与生态伙伴合作，为客户提供目标市场预警、品质认证指导等综合服务，助力企业在开放竞争中构建差异化品牌优势。（作者系北京大学经济学院副院长、教授）

持续提升入境支付便利化

温济聪

世界经济论坛第十七届新领军者年会(2026年大连夏季达沃斯论坛)刚刚落下帷幕。不少与会嘉宾纷纷表示，在大连感受到跨境支付再升级，支付服务再优化，国际化金融服务更加畅通。支付服务优化再一次成为讨论热点。

提升支付服务水平、打通支付堵点，实现国内国际无缝对接，是服务高质量发展的重要举措，也是促进高水平对外开放的内在要求。今年初，国家网信办等发布《关于提升境外人员入境数字化服务便利化的实施意见》提出，提升数字支付便利性；完善多元化支付服务体系，支持更多境外电子钱包在境内使用。这为持续提升入境支付服务体验提供了重要指导。

入境支付便利化是当前我国推进高水平对外开放的重要一环。便利化的入境支付环境，可以鼓励更多国际消费，释放消费潜力；破解支付方式不互通等痛点，持续优化营商环境；有助于打造国际化、便利化的数字环境，提升国际形象，提高对外开放水平；带动文旅、餐饮住宿等服务业繁荣，推动人工智能、金融科技等数字经济的发展。

多措并举持续提升入境支付服务体验。推动外币兑换服务更顺畅，场景布局更优。织密外币兑换服务网，形成多个银

行网点、外币代兑点、特许机构、自助机具相互补充的服务体系。增加兑换币种种类，在重点涉外酒店、交通枢纽应布尽布。有效改善境外银行卡受理环境，动态完善重点商户名录，确保外卡使用更顺畅。当地银行可共建共享、常态运行支付服务中心，在机场、火车站、邮轮码头、涉外知名旅游景区等设立支付服务中心，布设代兑点、自助兑换机，实现“入境即服务、落地即便利”。

让现金使用环境更有温度。推动银行网点发放“零钱包”，为个体工商户、出租车司机、境外游客提供便利。联合整治拒收现金行为，维护消费者支付选择权。

“外卡内绑”“外包内用”助力移动支付更便利。“外卡内绑”和“外包内用”是为便利来华人员支付推出的移动支付服务。应支持相关支付机构、银行进一步扩大“外卡内绑”应用场景和主体范围，提高注册、绑卡、支付等各环节友好度、便利性。扩大境外钱包接入，让境外人员享受与境内居民同样便捷的“指尖支付”。

“支付+消费”共振，激活消费新动能。持续扩大支付受理面与便捷度，在商业街、国际旅游度假区、港口等地建设“支付+消费”融合示范区。银行与商务、税务部门等联动，落地“即买即退”离境退税服务。



彭章霞作(中国经济网供图)

漫评

□ 时锋

深耕富民强县特色产业 “心机商标”将枉费心机

不久前，广东县域经济研究与发展促进会发布《2026广东县域经济综合发展力研究报告》，聚焦经济规模、产业质效、内生动力、创新潜力、民生保障、绿色发展六大维度，对广东省县域经济综合发展力进行了科学评估与系统测算。作为国民经济的基本单元，县域经济是统筹推进新型城镇化和乡村全面振兴的重要载体，对连接城乡、贯通工农起着关键作用。

我国县域数量众多、类型多样，县域面积约占国土面积的90%，承载着52%的人口，贡献了全国近40%的经济总量。然而，受资源禀赋、产业状况、专业人才等因素制约，我国县域经济发展仍然存在不平衡不充分的问题，部分县域产业基础薄弱、公共服务较弱、要素流动不畅，发展质量与效益有待提升。因此，发展县域经济要因地制宜，立足不同地区县域的特点，有针对性地着力。

找准县域适配的发展赛道。培育农业强县、工业大县、旅游名县，农业资源丰富的县域，聚焦粮食安全与特色产业种，做强绿色有机、精深加工、品牌培育，把“土特产”做成大产业。工业基础较好的县域，深耕细分领域，培育专精特新企业，打造根植性强、竞争力足的特色产业集群。生态优良、文化底蕴深厚的县域，大力发展生态旅游、康养休闲、文旅经济等，推动生态与文化价值高效转化。

深耕富民强县的特色产业。瞄准市

“零添加”酱油，“多半袋”方便面，“手打”挂面……这些容易让人产生误判的“心机商标”，严重扰乱商标管理秩序，损害消费者合法权益，长期以来备受消费者诟病。“心机商标”一词充分体现了消费者的负面评价。那些把本该是产品描述的词注册成商标，让消费者误以为是品质承诺，伤害的是整个市场环境。十四届全国人大常委会第二十三次会议审议通过的新修订的商标法，作出一系列修改，从制度层面严把审核注册关、畅通投诉举报渠道、加大违法追责。释放了明确信号：消费者不能被“文字游戏”反复收割。新修订的商标法将于2027年1月1日起施行。要让“心机商标”真正绝迹，还要靠审查、举报、执法各环节紧紧咬合住，不让投机者有可乘之机。

打破要素流动的城乡壁垒。推进以县城为重要载体的新型城镇化建设，完善县城功能，提升综合承载与辐射带动能力，推动人口集聚、产业集中、要素集约。推动县域基础设施一体化规划建设管护，依托医联体、医共体，构建教育资源梯度共享体系，推动养老保障梯度衔接。深化城乡要素市场化配置改革，激活农村土地、人力等沉睡资源，为县域发展注入持久动力。

持续营造良好的营商环境。以改革破局、服务提质、法治护航为核心，持续深化“放管服”改革，降低制度性交易成本，打造便捷高效、公平透明、利企便民的政务服务体系。强化法治保障，保护各类经营主体合法权益，激发民间投资活力与企业家创业热情。完善政策支持、要素保障、服务配套，吸引项目、资金、人才向县域集聚，将营商环境“软实力”转化为项目招引、产业提质的“硬支撑”。

季文伟

杨玉冰

商务部等九部门近日联合印发《关于培育壮大汽车后市场消费若干措施的通知》，围绕汽车改装、房车露营、传统经典车、维修和保险服务、汽车赛事、汽车租赁六大领域出台17条系统性举措。从国家层面统筹汽车全生命周期服务、打通后市场全链条，标志着我国汽车产业从“新车增量驱动”迈入“存量服务增值”的全链发展新阶段。当前，我国汽车后市场存量红利持续释放。全国汽车保有量突破3.7亿辆，乘用车平均年龄7年以上占比超五成，维保、改装、置换需求迅速上升，万亿级存量市场蓄势待发。产业逻辑深刻转变，汽车从单纯代步工具变为承载出行、文旅、社交的生活空间，合规改装、房车露营、大众汽车赛事、新能源三电服务等新业态需求持续走高，商文旅体健康融合不断拓宽消费边界，完整汽车工业体系为后市场发展筑牢供给根基。不过，产业发展仍存在系统性短板。改装、传统经典车、房车等业态标准制度不完善，存在监管空白；新能源三电维修授权不开放，“以换代修”抬高用车成本，维修行业服务标准化不足；社会资本扎堆成熟赛道，对新业态投入意愿弱，汽车工程、赛事运营、

文旅融合复合型型人才缺口较大；汽车与文旅、体育等产业融合配套不足，跨部门资源共享机制尚不健全，制约市场潜力充分释放。补上汽车后市场全链条短板，需聚焦全链协同、生态重塑、场景扩容、长效发展主线，将政策红利转化为产业实效，从4个维度精准发力。机制创新，筑牢全链条规范底座。瞄准标准缺失、监管模糊痛点，搭建全行业制度体系。加快设立汽车改装标准分委会，出台分级改装清单、零部件CCC认证细则，规范改装检验与变更登记；落地传统经典车统一认定规则，在试点城市放开交易、展览、限时上路，完善修复、鉴定、拍卖配套机制。健全新能源汽车维修规范，推动车企、电池企业开放维修技术与配件授权，普及“以修代换”，同步细化房车通行、赛事管理细则，实现六大业态标准化监管。全链协同，打通供需两端堵点难点。坚持央地联动、上下游贯通，构建制造、服务、消费一体化链条。上游引导企业研发轻量化房车、合规改装零部件；中游培育维修连锁、改装工坊、赛事运营等经营主体，推动产业集群发展；下游联动文旅、金融资源贯通车辆全生命周期服务。搭建车型、零部件、维修

技术、试点经验四位一体资源库，推进副产品循环利用，针对房车通行停车难、改装合规难等问题开展专项攻坚，畅通全链条运转。产业提质，完善资本人才双轮支撑。创新适配汽车后市场的“股权+债权+保险”综合投融资模式，对房车制造、汽车租赁、赛事运营主体落实贷款贴息，探索车电分离、改装专属保险等新型金融产品，引导社会资本向前沿新业态、早期创新项目倾斜。搭建跨领域人才培养联盟，打通高校、职业院校、行业协会人才培养通道，覆盖改装技师、维修工程师、赛事裁判、文旅运营、经典车鉴定等全岗位。场景融合，打造跨界消费全新空间。立足汽车从代步工具到生活载体的转型趋势，推动汽车产业与文旅、体育、休闲深度融合，培育多层次大众消费新场景。搭建国际赛事引领、职业赛事支撑、大众体验普及的多层次赛事体系，培育本土新能源赛事IP，简化办赛审批流程，打造“跟着赛事去旅行”融合线路。传统经典车领域，举办收藏展、文化节、复古赛事，盘活老车文旅资源。租赁领域推广异地还车、以租代购多元模式，打通二手车流通、出口全产业链。