

# 预算“晒”得细 “花钱”必问效

## ——解读2024年中央预算公开

3月26日，一年一度的中央预算公开拉开帷幕，向社会公众“晒”出新一年的“花钱”安排。

据介绍，今年公开的中央预算包括经十四届全国人大二次会议批准的中央政府预算和中央部门预算。

“中央政府预算由财政部公开。中央部门预算经财政部批复后，由各部门向社会公开。”财政部有关负责人说。

中央政府预算方面，2024年公开的内容涵盖中央四本预算情况、中央对地方转移支付分地区预算情况和有关说明。

中央部门预算方面，2024年公开的内容涵盖部门总体收支预算情况、财政拨款收支预算情况以及重点事项说明等。

记者翻阅各中央部门预算“账本”发现，

今年各部门均公开了部门收支总表、财政拨款收支总表等9张报表，全面、真实反映部门收支总体情况和财政拨款收支情况。

在公开上述预算报表的同时，各部门还对预算收支增减变化、机关运行经费安排、“三公”经费、政府采购、国有资产占用、预算绩效管理、提交全国人大常委会审议的项目等情况予以说明，并对专业性较强的名词进行解释。

花钱必问效，无效要问责。近年来，财政部高度重视绩效目标管理工作，指导督促中央部门科学合理设定绩效目标，严格绩效目标审核，做好绩效目标公开。

“今年要求公开部门预算的中央部门，原则上应将一般公共预算一级项目、政府性基金预算项目、国有资本经营预算项目

绩效目标按照不低于项目数量60%的比例向社会公开。”这位负责人说。

专家普遍认为，通过公开绩效目标，可以向公众清晰展现财政资金的“任务单、时间表、效果图”，有利于督促部门落实绩效责任，切实提高财政资金使用效益。

“推动中央部门精简不必要的节庆、论坛和展会，更加节约高效地举办会议、开展培训和调研。”这位负责人说。从紧从严安排“三公”经费预算，实事求是保障合理需

求。按季评估中央部门过紧日子情况，将评估结果与预算安排挂钩。

此外，为公众找到、看得懂、能监督，今年各部门的部门预算除在本部门网站公开外，继续在财政部门户网站设立的“中央预算公开平台”集中公开，方便人民群众监督政府财政工作。

在业内人士看来，预算公开是深化财税体制改革、健全现代预算制度的重要内容，是强化预算管理、优化资源配置、硬化预算约束、加强财会监督的重要举措，是保障公众知情权、强化外部监督的机制性安排，对推动实现国家治理体系和治理能力现代化具有重要意义。

新华社记者 申铨  
(新华社北京3月26日电)



### 全国首趟快递电商“公转铁”集装箱多联快列车西安开行

3月26日，X387次快递电商“公转铁”集装箱多联快列车从西安国际港站发车。

当日上午，满载快递电商货物的X387次集装箱多联快列车从西安国际港站发车，驶往乌鲁木齐三坪站，标志着多联快列车(西安—乌鲁木齐)快递电商班列正式开行。这是全国开行的首趟快递电商“公转铁”集装箱多联快列车，为优化运输结构，有效降低社会物流成本，服务国内快递电商类货物运输开辟了新通道。

新华社记者 李一博摄



### 成人礼 致青春

3月25日，甘肃省会宁县第四中学举办2024年度高三年级成人礼，学生跨越“成人门”、佩戴“成人帽”，与家长互读书信，寄语未来，致敬青春，开启人生新的旅程。

▲在甘肃省会宁县第四中学成人礼上，家长为学生戴上“成人帽”。

▶学生在甘肃省会宁县第四中学成人礼上庆祝。

新华社发(常琦彪摄)



### 中央宣传部等部门印发通知 部署开展2024年文化科技卫生“三下乡”活动

据新华社北京3月26日电 为深入学习贯彻党的二十大精神，学习宣传贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想，广泛汇集各方力量，推动城乡融合发展，推进乡村全面振兴不断取得实质性进展，中央宣传部、国家发展改革委、教育部、科技部、司法部、农业农村部、文化和旅游部、国家卫生健康委、广电总局、共青团中央、全国妇联、中国文联、中国科协日前印发通知，部署了2024年文化科技卫生“三下乡”活动。

通知明确，要以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻党的二十大精神，学习宣传贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想，学习运用“千村示范、万村整治”工程经验，以社会主义核心价值观为引领，着眼加强农村思想文化建设，着力提升乡村产业发展水平、乡村建设水平、乡村治理水平，持续强化理论武装，丰富农村文化生活，大力普及科学知识，培育绿色健康生活方式，为有力有效推进乡村全面振兴、加快建设农业强国提供坚强思想保障。

通知要求，各地区各有关部门要务实求效，充分发挥“三下乡”活动在推进乡村全面振兴中的重要作用，加强组织领导，加大投入力度，继续向民族地区、革命老区、边疆地区、脱贫地区和中西部地区倾斜，抓好办成一批群众可感可及的实事。坚持守正创新，因地制宜、分类施策，循序渐进、久久为功，持续推动“三下乡”工作提质增效。

### 中国记协举办“新时代·好记者”首场巡讲

新华社北京3月26日电 中国记协、全国三教办26日在京举办“新时代·好记者”全国巡讲活动首场巡讲报告会。24名“好记者讲好故事”优秀记者和中国新闻奖、长江韬奋奖获得者分成3路，在中国记协、人民日报社、北京市委宣传部面向中央主要新闻单位、全国性行业类媒体和北京市新闻单位分享他们的采访经历和所思所悟。

中国记协有关负责人表示，这些优秀记者所属媒体类型、年龄、报道领域虽有不同，但都在新闻实践中作出突出成绩，是全国新闻工作者的优秀代表。通过他们讲述亲历亲闻亲为的新闻故事，在全社会更好展示和塑造新闻工作者良好形象，激励广大新闻工作者在讲好中国故事中反映中国道路、中国精神、中国力量，引导干部群众以中国式现代化全面推进强国建设、民族复兴伟业作出新的更大贡献。

3月26日至4月2日，巡讲团将分赴北京、上海、浙江、福建、陕西、新疆等10个省区市，走进各地党政机关、厂矿企业、居民社区等，为当地机关干部、工人群众、编辑记者作报告并进行座谈，加强与社会各界的联系。巡讲团还将走入16所大校园，与高校师生进行面对面交流。

### 我国要求医疗机构建立患者诉求快速响应机制

据新华社北京3月26日电 (记者李恒、董瑞丰)根据三个部门的一份文件，我国要求医疗机构建立患者诉求快速响应机制，及时回应当事人急难愁盼问题，做到投诉有接待、处理有程序、结果有反馈、责任有落实、问题有改进、服务有提升，引导患者依法维权，保障医患双方合法权益，构建和谐医患关系，维护正常医疗秩序。

记者26日从国家卫生健康委、国家卫生健康委办公厅、国家中医药局综合司和国家疾控局综合司近日联合印发《关于进一步加强医疗机构投诉管理的通知》。通知围绕加强医疗机构投诉管理，从工作原则、加强组织机构建设、规范投诉处理流程等方面部署相关工作。

通知要求完善投诉管理组织框架，设置医疗机构、投诉管理部门、科室三级投诉管理机制。二级以上医疗机构应当设置专门的投诉接待场所。投诉接待场所应当尽可能设置在方便患者寻找的位置，门外悬挂标牌，写明投诉接待时间和联系方式。投诉接待场所应当在显著位置公示投诉管理办法、纠纷处理流程和上级监督电话，配备视频监控、录音设备和一键报警装置等，其他设施设备应当符合安全要求。

通知还要求医疗机构应当注重人文关怀、医患沟通及患者隐私保护。医务人员对患者就在就医过程中提出的咨询、意见和建议，应当耐心解释、说明，从源头上减少因沟通不畅导致的医疗投诉和患者安全不良事件。

在规范投诉处理流程方面，通知从畅通投诉渠道、强化首诉负责制、规范投诉接待、做好投诉核查、加强投诉反馈、开展投诉原因分析处理等方面进行规范。

其中提出，医疗机构应当提供“一站式”投诉服务，接受走访、信函、电话、电子邮件等多元投诉方式。

# “贫苦善良女孩”卖“原生态农产品”？

## ——揭秘直播卖惨背后黑色链条

“身世悲惨”的女孩坚强生活，“动人故事”的背后是早已设定好的剧本；打着“助农”旗号售卖的“大凉山原生态农产品”，实际是从批发市场低价采购来的……近日，四川省凉山州昭觉县人民法院对“凉山孟阳”“凉山阿泽”案一审宣判，8人因虚假广告罪被判处有期徒刑9个月至1年2个月不等的有期徒刑，并处2万元至10万元不等罚金。

新华社记者调查发现，近年来一系列“网红”直播卖惨、虚假助农等违法行为的背后，是一套完整的获利运作模式。

### “贫苦善良女孩”为摆拍 “原生态农产品”来自批发市场

一个名叫“凉山孟阳”的年轻彝族女孩父母双亡，需要拉扯几个弟妹长大；她穿着破旧的衣衫，身后的房屋残破不堪……假装身世悲惨对生活，很快积累了大量“粉丝”。

不久之后，女孩开始了直播带货。在一场直播中，她一边剥开手中的山核桃一边说：“不要给我刷礼物，你们用给我刷礼物的钱买山核桃，相当于支持了我们这边很多的叔叔阿姨。”

然而，很快就有网友质疑她售卖的农产品质量。有网友实地走访后发现，她不仅父母健在，平时衣着也干净讲究，还不时出入高档场所。

“摆拍！假的！”有网友在“凉山孟阳”的直播间留言并向平台举报。面对质疑，主播却将网友踢出直播间，又雇佣网络“水军”攻击举报人……

“相同的配方，熟悉的味道”，“凉山孟阳”的套路并不新鲜。早在2016年，凉山州警方就打击过一批到凉山乡村进行摆拍、搞“假慈善”的主播。“直播带货”则是近年来利用公众对凉山的关注从中牟利的“升级版”。

2023年6月，昭觉县公安局对“凉山孟阳”立案侦查，一家MCN(多频道网络)机构——成都澳维文化传媒有限公司浮出水面。

警方告诉记者，这家机构通过事先设定好的剧本摆拍“吸粉”，在短视频平台孵化出“凉山孟阳”和“凉山阿泽”两个“网

红”账号，随后开始利用账号直播带货。“他们带的货有山核桃、雪燕、红花、贝母、羊肚菌等。”昭觉县公安局民警王虎介绍，“凉山的确出产核桃和少量天麻，但红花、雪燕根本不是这里的特产。”

警方发现，所谓的“原生态农产品”大多来自成都的批发市场。“以山核桃为例，进价约每斤5元，卖给网友的价格在10至13元不等。”王虎说。其间，MCN机构还雇佣网络“水军”在直播间制造爆款、抢单假象，诱导消费者购买。据警方侦查，该MCN机构以此套路销售额超3000万元，非法牟利超1000万元。

这样的手法与2023年12月被判刑的“网红”主播“赵灵儿”“凉山曲布”如出一辙——MCN机构联系四川、江苏、云南等地的供应链，低价购入蜂蜜、核桃等农副产品，假冒“大凉山特色农产品”商标，以次充好，以假充真，将假冒产品销往全国20余个省份，销售额超千万元。

### “卖惨”带货背后有条产业链

前端打造“人设”、孵化“网红”，中

端剧本拍摄、电商运营，末端农产品供应、流量变现……凉山州公安局有关民警对记者表示，在侦办类似案件过程中发现，虚假助农直播的背后已经形成一套完整的运作模式。

首先，幕后团队物色有“网红”潜质的年轻男女，为他们量身定制“人设”，写好剧本。例如，“凉山曲布”是淳朴的彝族青年，“赵灵儿”是“助力大凉山”的善良女孩。最初，他们用偶遇、赠饭、送水等戏剧化的桥段吸引流量，拥有一定粉丝量后，便开始拍摄在山里收核桃、采蜂蜜的视频，为直播带货做铺垫。

其次，这些视频往往通过安排特定元素，精准击中社会情绪：偏远闭塞的山区环境，女主角身上破烂的衣服和灿烂的笑容，破烂不堪的房屋，淳朴天真的孩子……加之戏剧化的剧本和纪录片式的拍摄手法，以及大量“水军”刷好评，一系列套路下，很多人深受感动，赶紧掏腰包积极“助农”。

据了解，“凉山孟阳”真名叫阿西某

某，其家庭曾是建档立卡贫困户，多年前已经脱贫；她视频中拍摄的破旧房屋是村中早已废弃的一栋农舍。

卖惨直播刺痛了凉山广大干部群众的心。“脱贫攻坚以来，凉山的变化日新月异。MCN机构利用外界对凉山贫穷闭塞的刻板印象打造‘人设’，欺骗了广大消费者，也伤害了当地干部群众。”昭觉县一名基层干部表示。

### 加强MCN机构监管 规范助农直播

昭觉县人民法院一审宣判认定，MCN公司低价购入非凉山农副产品，通过阿西某(“凉山孟阳”)、阿地某某(“凉山阿泽”)在抖音平台以直播带货的方式，对商品进行虚假宣传并大批量销售，其行为构成刑法第二百二十二条规定的虚假广告罪。

据了解，2023年以来，凉山州网信部门联合公安、市场监管、农业农村、商务等部门，深入开展“清朗·从严整治‘自媒体’乱象”专项行动，严厉打击摆拍卖惨、虚假助农、伪慈善等违法违规行为。

专家指出，当前助农直播带货在乡村振兴中发挥了积极作用，对正规的助农直播带货要加大支持力度；同时，不能让虚假助农、卖惨直播这颗“老鼠屎”坏了助农带货这锅“汤”。

四川大学文学与新闻学院教授王炎龙表示，为牟取暴利，一些MCN机构奉行“唯流量论”，以摆拍、造谣、编造剧本等欺骗网友，挑战公序良俗甚至法律底线。“监管部门要加大对MCN机构管理力度，建立有效的行业规范，对违法违规的机构果断采取处罚措施。互联网平台守土有责，对内容要全面履行审核义务，抵制无下限、无底线博流量的行为。”

办案民警王虎说：“‘网红’一定要诚信从业，不要试探法律的底线。也希望广大消费者提高警惕，提高甄别能力，不要盲目相信‘网红’主播。”

新华社记者 吴光宇、周以航  
(新华社成都3月26日电)



直播卖惨牟暴利

新华社发 徐 骏作

### 假“卖惨”真坑农行为须严惩

新华社记者 周以航 吴光宇

开，稳赚不赔。这样的摆拍“卖惨”扰乱网络生态、违背公序良俗、假助农真坑农，以次充好更是涉嫌虚假宣传、触犯刑法红线。

近年来，随着手机成为“新农具”，直播带货成为“新农活”，助农直播正为乡村振兴带来新活力。然而，个别网红和

背后运营公司却把助农当成赚钱幌子，以“卖惨”手法营销“视觉贫困”，靠描摹贫困、渲染悲情，甚至编造虚假的悲惨身世牟利，欺骗的是广大网友的善意，伤害的是农民的利益。精心包装的网红直播间热闹热闹，真正急需为农产品打开销路的主播反而被遮蔽了声音。

还互联网以清朗，规范网红经济是必修课。对真正的助农直播要予以支持，对那些编故事坑农、败坏社会风气、抹黑地方形象的“卖惨”式带货则必须坚决惩处。从准入门槛、准入条件、过程监管、事后追责等全流程补上直播监管漏洞，建立有效的行业规划，杜绝假助农真坑农，才能让数字经济的红利更好惠及山乡大地。(新华社成都3月26日电)

新华时评