

中国市场监管报社社会责任报告 (2020 年度)

目 录

1. 前言.....
2. 政治责任.....
3. 阵地建设责任.....
4. 服务责任.....
5. 人文关怀责任.....
6. 文化责任.....
7. 安全责任.....
8. 道德责任.....
9. 保障权益责任.....
10. 合法经营责任.....
11. 后记.....

一、前 言

1. 媒体概况

中国市场监管报是由国家市场监督管理总局主管，面向全国市场监管系统、广大市场主体和消费者的经济法制类报纸。曾入选全国首届“百强报刊”，连续多年获准上全国两会。

中国市场监管报由其前身中国广告报、中国工商报更名而来。中国广告报创刊于1984年10月，1987年7月更名为中国工商报，2018年12月更名为中国市场监管报，周五刊。今天的中国市场监管报已形成“一报一网多号”的融媒体矩阵，下设20个地方记者站和294个基层联系点。

中国市场监管报创刊以来，一直秉持“根植基层，覆盖全国；立足系统，面向社会”的办报宗旨和“市场监管喉舌、工作交流窗口、系统精神家园、企业发展参谋、社会共治桥梁、消费维权帮手”的功能定位，聚焦市场监管领域，紧跟我国商事制度改革进程，积极宣传党中央、国务院决策部署，权威解读市场监管法律法规和市场监管总局出台的改革举措，深入宣传基层创新实践和鲜活经验，持续深化“放管服”改革宣传报道，为优化营商环境鼓与呼，是国内报道“放管服”改革的资深媒体。

2. 媒体社会责任理念

以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，坚持正

确政治方向和舆论导向，坚持党管媒体，坚持政治家办报，坚持以人民为中心，强化社会责任理念，切实践行媒体社会责任，自觉承担起在市场监管领域“举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象”的使命任务，确保报社新闻宣传安全生产。

3. 获奖情况

2020年，中国市场监管报社共有15件新闻作品获奖，涵盖消息、通讯、评论、漫画、副刊作品和监督报道、融合报道、深度报道作品及新闻版面，其中1件副刊作品和1组漫画作品荣获第34届中国产经新闻一等奖。集体策划的“十万餐企大测试”作品则荣获第32届中国经济新闻“十佳策划”奖，实现了新的突破。

此外，有1名同志在中国行业报协会组织的增强“四力”走基层主题采访活动中荣获“先进个人”称号，2名同志荣获中国行业报协会新春走基层活动“先进个人”称号，1名同志在第七届全国性行业类媒体“好记者讲好故事”演讲比赛中荣获“优秀选手”称号，1名同志获得中央网信办2020年度中央单位网评工作先进个人。

受市场监管总局委托，本报维护的国家市场监督管理总局门户网站在国务院61个部门网站检查中得分排名第一，“市说新语”系列新媒体账号影响力在中央部委中也名列前茅。

本报连续多年被评为纳税信用 A 级单位，在北京市残疾人就业保障金审核征缴工作中被评为诚信单位。



二、政治责任

1. 政治方向

认真学习全国宣传部长会议精神和《中国共产党宣传工作条例》，深入贯彻习近平总书记关于宣传思想工作特别是关于新闻舆论工作的重要论述，坚决落实习近平总书记关于政治家办报、办网的要求，增强“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”，严格落实意识形态工作责任制，严格落实主管主办制度，牢牢把握正确政治方向、舆论导向、价值取向，紧紧围绕党和国家重大会议、重要活动、重点部署，策划、组织、实施、创新主题宣传报道，圆满完成了宣

传报道任务，未发生过政治导向错误。

严格落实意识形态工作责任制，全力做好习近平新时代中国特色社会主义思想的宣传。2020年，中国市场监管报第一时间头条通栏刊发习近平总书记的重要讲话精神10余篇；第一时间头条刊发市场监管总局党组学习习近平总书记重要讲话、指示批示精神，以及贯彻落实党中央、国务院重要会议精神专题会稿件30余篇。



大战大考面前积极主动作为，统筹做好疫情防控和复工复产报道。疫情发生后，中国市场监管报社把市场监管战“疫”宣传作为首要的政治任务和职责使命，以“三保”为重点，聚焦基层，聚焦武汉，聚焦人物，统筹采编力量，加强选题策划，创新宣传形式，综合运用融媒体宣传手段，形成纸媒和新媒体优势互补、覆盖全面的立体宣传矩阵，发出

市场监管战“疫”最强音。中国市场监管报社的市场监管战“疫”宣传受到中国记协、市场监管总局应对疫情领导小组宣传组的表扬，人民网等权威媒体以《中国市场监管报：发出市场监管战“疫”强音》为题作了报道和转载。



全力做好脱贫攻坚和全面小康报道。围绕决胜全面小康、决战脱贫攻坚，分阶段、分步骤、分层次制定宣传方案，认真策划选题，坚持报网联动，开设了《新春走基层——脱贫一线见闻》《坚决打赢脱贫攻坚战》《决战决胜脱贫攻坚》《走向我们的小康生活》等关于脱贫攻坚奔小康内容的专栏，及时反映各地各级市场监管部门在党建扶贫、政策扶贫、资金扶贫、产业扶贫、就业扶贫、项目扶贫、电商扶贫、消费扶贫、智力扶贫等多个层面落实帮扶项目、完善帮扶措施、细化帮扶任务的有效做法和取得的积极成果，形成了强大的

坚定信心 顽强奋斗 为打赢脱贫攻坚战贡献力量

——本报记者“新春走基层”脱贫攻坚一线见闻集纳

张永松茶起心桥 致富路

“张永松茶起心桥，致富路”。这是近日在贵州省黔东南州从江县，记者采访脱贫攻坚一线见闻时，当地干部群众对张永松的赞誉。张永松，从江县人，现任从江县人武部部长。他自任人武部部长以来，始终把脱贫攻坚作为头等大事来抓，通过茶业扶贫，帮助当地群众脱贫致富。

张永松在任人武部部长期间，始终把脱贫攻坚作为头等大事来抓。他深入一线，了解民情，帮助群众解决实际问题。他利用自己的人脉资源，为当地茶农提供技术支持和市场信息，帮助他们提高茶叶品质，拓宽销售渠道。

张永松还组织成立了茶叶合作社，帮助茶农实现规模化经营。他定期组织茶农参加技术培训，提高他们的种植和管理水平。他还积极协调各方资源，为茶农提供贷款支持，解决他们的资金难题。

在张永松的带领下，当地茶业发展迅速，茶农收入不断增加。许多贫困户通过种茶实现了脱贫，生活得到了显著改善。张永松的事迹在当地传为佳话，成为脱贫攻坚一线的楷模。

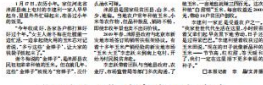
致富日子节节高

“致富日子节节高”。这是近日在贵州省黔东南州从江县，记者采访脱贫攻坚一线见闻时，当地群众对张永松的赞誉。张永松通过茶业扶贫，帮助当地群众实现了致富梦想。

张永松在任人武部部长期间，始终把脱贫攻坚作为头等大事来抓。他深入一线，了解民情，帮助群众解决实际问题。他利用自己的人脉资源，为当地茶农提供技术支持和市场信息，帮助他们提高茶叶品质，拓宽销售渠道。

张永松还组织成立了茶叶合作社，帮助茶农实现规模化经营。他定期组织茶农参加技术培训，提高他们的种植和管理水平。他还积极协调各方资源，为茶农提供贷款支持，解决他们的资金难题。

在张永松的带领下，当地茶业发展迅速，茶农收入不断增加。许多贫困户通过种茶实现了脱贫，生活得到了显著改善。张永松的事迹在当地传为佳话，成为脱贫攻坚一线的楷模。



张永松茶起心桥，致富路。

“咖啡先生”，有空多回家看看

“咖啡先生，有空多回家看看”。这是近日在贵州省黔东南州从江县，记者采访脱贫攻坚一线见闻时，当地群众对张永松的赞誉。张永松通过咖啡产业扶贫，帮助当地群众实现了致富梦想。

张永松在任人武部部长期间，始终把脱贫攻坚作为头等大事来抓。他深入一线，了解民情，帮助群众解决实际问题。他利用自己的人脉资源，为当地咖啡农提供技术支持和市场信息，帮助他们提高咖啡品质，拓宽销售渠道。

张永松还组织成立了咖啡合作社，帮助咖啡农实现规模化经营。他定期组织咖啡农参加技术培训，提高他们的种植和管理水平。他还积极协调各方资源，为咖啡农提供贷款支持，解决他们的资金难题。

在张永松的带领下，当地咖啡业发展迅速，咖啡农收入不断增加。许多贫困户通过种咖啡实现了脱贫，生活得到了显著改善。张永松的事迹在当地传为佳话，成为脱贫攻坚一线的楷模。



“咖啡先生”，有空多回家看看。

脱贫，就是场场必胜的接力赛

“脱贫，就是场场必胜的接力赛”。这是近日在贵州省黔东南州从江县，记者采访脱贫攻坚一线见闻时，当地干部群众的感悟。脱贫攻坚是一场持久战，需要全社会共同努力，接力奋斗。

在脱贫攻坚一线，干部们不辞辛劳，深入田间地头，帮助群众解决实际问题。他们通过产业扶贫、教育扶贫、健康扶贫等多种方式，帮助群众提高收入，改善生活。群众们也纷纷响应号召，积极参与脱贫攻坚，形成了上下同心、合力攻坚的良好氛围。

脱贫攻坚是一场接力赛，需要一代又一代人的接续奋斗。只有全社会共同努力，才能打赢这场攻坚战，实现全面建成小康社会的目标。



脱贫，就是场场必胜的接力赛。

小村第一书记的年前“大事”

“小村第一书记的年前‘大事’”。这是近日在贵州省黔东南州从江县，记者采访脱贫攻坚一线见闻时，当地干部群众的感悟。第一书记在年前承担着重要的工作任务，为脱贫攻坚贡献力量。

第一书记在年前承担着重要的工作任务，包括组织群众开展生产自救、发放扶贫物资、开展政策宣传等。他们不辞辛劳，深入一线，帮助群众解决实际问题，确保脱贫攻坚工作有序推进。

第一书记的事迹在当地传为佳话，成为脱贫攻坚一线的楷模。他们的辛勤付出，为当地群众带来了实实在在的实惠，赢得了群众的广泛赞誉。



小村第一书记的年前“大事”。

工作“像伙”的叮咛

“工作‘像伙’的叮咛”。这是近日在贵州省黔东南州从江县，记者采访脱贫攻坚一线见闻时，当地干部群众的感悟。第一书记在年前承担着重要的工作任务，为脱贫攻坚贡献力量。

第一书记在年前承担着重要的工作任务，包括组织群众开展生产自救、发放扶贫物资、开展政策宣传等。他们不辞辛劳，深入一线，帮助群众解决实际问题，确保脱贫攻坚工作有序推进。

第一书记的事迹在当地传为佳话，成为脱贫攻坚一线的楷模。他们的辛勤付出，为当地群众带来了实实在在的实惠，赢得了群众的广泛赞誉。



工作“像伙”的叮咛。

扶贫助力脱贫

“扶贫助力脱贫”。这是近日在贵州省黔东南州从江县，记者采访脱贫攻坚一线见闻时，当地干部群众的感悟。扶贫工作是脱贫攻坚的关键，需要全社会共同努力，接力奋斗。

在脱贫攻坚一线，干部们不辞辛劳，深入田间地头，帮助群众解决实际问题。他们通过产业扶贫、教育扶贫、健康扶贫等多种方式，帮助群众提高收入，改善生活。群众们也纷纷响应号召，积极参与脱贫攻坚，形成了上下同心、合力攻坚的良好氛围。

扶贫工作是脱贫攻坚的关键，需要一代又一代人的接续奋斗。只有全社会共同努力，才能打赢这场攻坚战，实现全面建成小康社会的目标。



扶贫助力脱贫。

“贴心书记”

“贴心书记”。这是近日在贵州省黔东南州从江县，记者采访脱贫攻坚一线见闻时，当地干部群众的感悟。第一书记在年前承担着重要的工作任务，为脱贫攻坚贡献力量。

第一书记在年前承担着重要的工作任务，包括组织群众开展生产自救、发放扶贫物资、开展政策宣传等。他们不辞辛劳，深入一线，帮助群众解决实际问题，确保脱贫攻坚工作有序推进。

第一书记的事迹在当地传为佳话，成为脱贫攻坚一线的楷模。他们的辛勤付出，为当地群众带来了实实在在的实惠，赢得了群众的广泛赞誉。



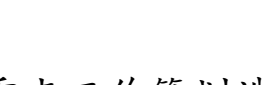
“贴心书记”。

扶贫炭火温暖高原藏区

“扶贫炭火温暖高原藏区”。这是近日在贵州省黔东南州从江县，记者采访脱贫攻坚一线见闻时，当地干部群众的感悟。扶贫工作是脱贫攻坚的关键，需要全社会共同努力，接力奋斗。

在脱贫攻坚一线，干部们不辞辛劳，深入田间地头，帮助群众解决实际问题。他们通过产业扶贫、教育扶贫、健康扶贫等多种方式，帮助群众提高收入，改善生活。群众们也纷纷响应号召，积极参与脱贫攻坚，形成了上下同心、合力攻坚的良好氛围。

扶贫工作是脱贫攻坚的关键，需要一代又一代人的接续奋斗。只有全社会共同努力，才能打赢这场攻坚战，实现全面建成小康社会的目标。



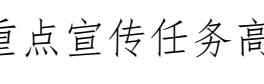
扶贫炭火温暖高原藏区。

永远的村民

“永远的村民”。这是近日在贵州省黔东南州从江县，记者采访脱贫攻坚一线见闻时，当地干部群众的感悟。第一书记在年前承担着重要的工作任务，为脱贫攻坚贡献力量。

第一书记在年前承担着重要的工作任务，包括组织群众开展生产自救、发放扶贫物资、开展政策宣传等。他们不辞辛劳，深入一线，帮助群众解决实际问题，确保脱贫攻坚工作有序推进。

第一书记的事迹在当地传为佳话，成为脱贫攻坚一线的楷模。他们的辛勤付出，为当地群众带来了实实在在的实惠，赢得了群众的广泛赞誉。



永远的村民。

打工不再“出逃门”

“打工不再‘出逃门’”。这是近日在贵州省黔东南州从江县，记者采访脱贫攻坚一线见闻时，当地干部群众的感悟。脱贫攻坚是一场持久战，需要全社会共同努力，接力奋斗。

在脱贫攻坚一线，干部们不辞辛劳，深入田间地头，帮助群众解决实际问题。他们通过产业扶贫、教育扶贫、健康扶贫等多种方式，帮助群众提高收入，改善生活。群众们也纷纷响应号召，积极参与脱贫攻坚，形成了上下同心、合力攻坚的良好氛围。

脱贫攻坚是一场接力赛，需要一代又一代人的接续奋斗。只有全社会共同努力，才能打赢这场攻坚战，实现全面建成小康社会的目标。



打工不再“出逃门”。

奔穷“功夫”脱贫攻坚

“奔穷‘功夫’脱贫攻坚”。这是近日在贵州省黔东南州从江县，记者采访脱贫攻坚一线见闻时，当地干部群众的感悟。脱贫攻坚是一场持久战，需要全社会共同努力，接力奋斗。

在脱贫攻坚一线，干部们不辞辛劳，深入田间地头，帮助群众解决实际问题。他们通过产业扶贫、教育扶贫、健康扶贫等多种方式，帮助群众提高收入，改善生活。群众们也纷纷响应号召，积极参与脱贫攻坚，形成了上下同心、合力攻坚的良好氛围。

脱贫攻坚是一场接力赛，需要一代又一代人的接续奋斗。只有全社会共同努力，才能打赢这场攻坚战，实现全面建成小康社会的目标。



奔穷“功夫”脱贫攻坚。

围绕中心服务大局，针对重点工作策划选题。紧紧围绕党中央、国务院决策部署和市场监管总局中心工作，认真谋划选题，精心组织实施，确保重点宣传任务高质量完成，做到了重要新闻不漏报、不抢报、不误报。

市场监管总局 国家药监局 国家知识产权局 支持复工复产十条

漫天风雪 我们依旧坚守

海南:包容审慎监管 服务防疫物资生产
黑龙江:推出“二十条” 助企保经营稳发展

既要警惕“黑天鹅” 也要防范“灰犀牛”

防止“灰犀牛”需要“工匠精神”
防止“黑天鹅”要保持底线思维

防止“黑天鹅”要重视风险防范

防止“黑天鹅”“灰犀牛”要强化治理
市场监督领域“灰犀牛”是什么?



防止“灰犀牛”要做到“三个主动”
防范风险的牢靠

受中央网信办网络新闻信息传播局委托，统筹承办“落实‘稳六保’·优化营商环境”网络主题宣传活动。本次活动以落实“六稳六保”为主线，以优化营商环境为切入口，加强议题设置，创新全媒体传播，形成理论文章、新闻述评、新闻通讯、短视频、图解、H5等多样态传播产品。根据中央网信办提供的统计数据，主题宣传活动网上媒体报道量达4.5万篇次，网民转发讨论量49.1万条，相关微博话题阅读量达5635.7万。

启动仪式

更多 ▶



专家观点

- 打造北京城市副中心优化营商环境新标杆 [2020-12-02]
- 陕西：坚持“三有四促”持续优化提升竞争环境 [2020-12-02]
- 顾维中：提升城市品质：“磁场效应”的必然选择 [2020-10-27]
- 范建军：以数字赋能推动市场监管治理能力现代化 [2020-12-02]
- 张占斌：优化营商环境 解放、发展和保护生产力 [2020-10-27]
- 王伟：优化营商环境下的“六稳”“六保”与政策落实 [2020-10-27]
- 刘鹏：探索数智共治新监管模式 全面优化营商环境 [2020-10-27]
- 罗培新：优化营商环境，就是优化制度环境 [2020-10-27]
- 吴璟按：将中国经济高质量发展根基牢牢扎在营商环境土壤中 [2020-10-27]
- 李莉：深化招标投标营商环境改革 扎实做好“六稳”工作，全面落实“六保”任务 [2020-10-27]

高端访谈

- 专访市场监管总局计量司一级巡视员张益群
- 专访市场监管总局产品质量安全监管司...
- 专访中国合格评定国家认可委员会（CNAS）秘...
- 专访市场监管总局认可检测司司长董乐群
- 专访国家发展和改革委员会法规司司长杨洁

新闻述评

- 南粤焕新颜
- “落实‘六稳六保’优化营商环境：宏大叙...
- 抓“六稳”促“六保”夺取高质量发展新胜利
- 以政策激活市场 靠环境促进发展——“落实‘六...
- 勇气和智慧才是做好“六稳”工作、落实“六...

精彩视频

更多 ▶



精彩瞬间

更多 ▶

1. 舆论引导

引导社会热点。聚焦社会热点和行业热点，回应社会关切，善于把握“时度效”原则，强化媒体融合，在重大、突发、热点问题上主动发声，避免跟风盲从，有力有效引导社会舆论，切实发挥了主舆论阵地作用。

注重改革创新。创新优化报道理念、形式、内容、方法、手段，在报纸、网站和新媒体推出了一大批关注基层、紧贴基层的优秀原创新闻作品。

2. 舆论监督

切实发挥媒体舆论监督作用，以此推动改进工作、解决问题。

批评性报道。对不良现象进行曝光揭露，抨击时弊，抑恶扬善。

知名主播带货燕窝“翻车”，退一赔三，超6100万元

中国市场监管报 2020-11-28

点击上方蓝字 **中国市场监管报** 关注我们 

聚焦市场监管全领域

政策 / 法治 / 资讯 / 文化 / 话题

针对“辛选主播带货即食燕窝被打假人王海质疑是糖水，燕窝成分仅0.014%”一事，11月27日，知名主播辛巴通过其微博账号@辛有志zyz表示：对“此次燕窝事件带起的风波深表歉意，现就该事件做出以下回应。”



调查性报道。就消费者关注的热点问题进行深入调查，多角度、多侧面澄清谣言谬误，还原事实真相。

3. 对外传播

努力推动中国文化走出去、国外优秀文化引进来，切实讲好中国故事，传播好中国声音，助力中外文化交流。

泡菜行业国际标准正式诞生

中国市场监管报 2020-11-26

点击上方蓝字 **中国市场监管报** 关注我们 

聚焦市场监管全领域

政策 / 法治 / 资讯 / 文化 / 话题

“从今以后，中国泡菜在国际市场将更有话语权了！”11月24日，一项由中国主导制定、四川省眉山市市场监管局牵头负责的泡菜行业国际标准正式诞生，这是中国泡菜产业实质性参与国际标准化工作的直接体现，也是我国在ISO框架下制定的第6个食品标准。

据了解，2017年4月，占据中国泡菜产业半壁江山的四川省眉山市牵头提出该项国际标准的制定，在国家标准委、中国标准化研究院、中国食品发酵工业研究院的配合下，形成ISO NP

中国主导制定泡菜业国际标准 韩媒大喊“我们的耻辱”

中国市场监管报 2020-11-28

点击上方蓝字 **中国市场监管报** 关注我们 

聚焦市场监管全领域

政策 / 法治 / 资讯 / 文化 / 话题

“从今以后，中国泡菜在国际市场将更有话语权了！”

据《中国市场监管报》官方微信11月26日报道，24日，一项由中国主导制定、四川省眉山市市场监管局牵头负责的泡菜行业国际标准正式诞生，这是中国泡菜产业实质性参与国际标准化工作的直接体现，也是我国在国际标准化组织（ISO）框架下制定的第6个食品标准。

泡菜行业国际标准正式诞生

三、阵地建设责任

1. 融媒体矩阵

认真学习习近平总书记关于推动媒体融合的重要指示精神，在传媒生态环境巨变和市场监管改革的大背景下，继续坚持“融·出·非”的总体转型发展方向，切实加强阵地建设和“四全媒体”建设，有力推动媒体深度融合，有效布局新媒体产品，形成了“一报一网多号”的融媒体矩阵，不断提升舆论传播力、引导力、影响力和公信力。报社还组建了“音伴”和“特食界”两个工作室和打传联盟，旗下分别有多个子栏目，其中《音伴》栏目及子栏目《新闻直通车》在喜马拉雅FM同步推出。

2. 融媒体报道

融媒体产品传播效果不断提升，2020 年微信用户增长 15%，其中微博出现了单篇阅读量达 400 多万的稿件，新开设的视频账号有的作品播放量达到了十万级甚至百万级，传播力和影响力持续扩大。

3. 融合采编平台建设

研究起草了报社媒体融合方案，但是限于资金，无力进行融媒体平台建设投入。在此情况下，报社努力探索一条符合自身特点的无平台媒体融合之路：加大报网联动，创新实现全媒体传播。对网站进行改造，增开微信公众号和垂直公号，充分利用社会化资讯平台，开通快手号、澎湃号、今日头条号、学习强国号、喜马拉雅号，建设资讯聚合和传播评估分析平台“梧桐号”，报社网站和新媒体矩阵初具规模。除了传统的资讯传播外，相关投票、竞赛、测试、调查、展播等活动均在这些平台上组织开展。

四、服务责任

1. 信息服务

通过文字、图片、音视频、H5 等多种形式，及时准确发布国家重要法律法规、重大政策信息，并进行权威解读，为公众提供政策信息服务；重点围绕食品、药品、特种设备、工业产品安全等提供生活信息服务。

2. 社会服务

运用报社平台和技术资源，借助社会第三方专业机构力量，搭建公共服务平台，提供公共智库服务，为市场监管部门和市场主体、消费者提供市场监管难点焦点问题解决方案。比如，借助大数据分析技术，推出《“三保”行动观察》，为总局提供“保价格、保质量、保供应”数据监测分析服务；配合总局登记注册局制作发布“全国个体工商户复工复产线上调查问卷”，参与调查对象超过60万，后被中国政府网纳入“中小微企业个体工商户复工复产服务专区”；联合百度推出“同心抗疫”网上免费问诊服务，为市场监管干部和社会公众送去疫情应对关怀服务；在总局登记注册局指导下组织制作了《助力小微企业复工复产免费培训课程》，在总局小微企业名录（网站）推出，并链接到国务院政府网站；在总局食品抽检司指导下，开展食品安全抽检机构免费培训，累计学习学时2.2万个；与支付宝合作开展“答答星球消费者权益保护知识问答”活动，参加者达1.4亿人次；联合相关部门举办“食品安全与营养健康”大学生知识竞赛，80万人参与线上答题，40所高校学生参与，几十家中央和地方媒体现场观摩总决赛。

3. 公益活动

刊播公益广告。注重公益类广告的刊播，全年在报纸刊发公益广告合计约27个整版，发布公益类报道30余篇。新

媒体也刊发了相关公益广告图片和视频。



组织慈善募捐。积极投入脱贫攻坚工作，认真完成定点扶贫、党建扶贫 6 项任务，引入社会资金 101.2 万元、培训电商人才 50 名、购买扶贫农产品 128109 元，均超额完成任务。

助推乡村振兴。为甘肃礼县市场监管局免费搭建企业风险洞察系统和食品安全抽查考核系统，促进在乡村振兴中更好发挥市场监管部门职能作用。

五、人文关怀责任

1. 民生报道

始终保持民生情怀，把消费者作为报道主体，重点关注就业、医疗、教育、养老等民生内容，及时反映弱势群体的

生活状态、所思所困。全年刊发抗疫情助民生类稿件 2000 余篇，刊发其他民生类稿件近 400 篇。

2. 灾难和事故报道

重视灾难事故类正面报道，充分展现市场监管系统在抗疫、抗洪、抗台风等工作中关爱生命、舍小家顾大家、关键时刻勇担当的精神风貌，表现出媒体应有的责任与担当，先后刊发相关报道 1600 多篇。



3. 以人为本

宣传报道坚持以人为本，体现人文关怀，凸显人文精神，激发人们向上向善的精神力量，让报道有态度有温度；关注人的全面发展，注重深入人的精神世界，关心人的情感，启迪人的思想。

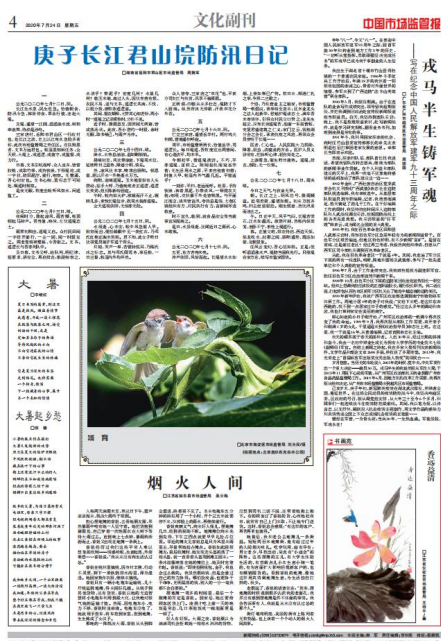
六、文化责任

1. 弘扬践行社会主义核心价值观

切实扛起文化传播职责，通过形式多样的宣传报道和丰富多彩的活动，弘扬践行社会主义核心价值观，正党风、淳民风、扬家风、树新风，大力宣传市场监管人的中国梦，让正能量始终昂扬。

2. 传承繁荣优秀传统文化

注重弘扬中华优秀传统文化，在传统节日推出专题报道。其中文化副刊版通过刊发健康向上的文艺作品，弘扬时代新风，着力打造市场监管干部共同的精神家园。



3. 推动提升科学素养

积极主动报道市场监管系统的科技创新成果特别是知识产权创新，同时注重普及食品、药品、特种设备安全等领域科学知识。

白制二期消的注意事项

【编者按】自制品生产企业在复工复产过程中，应严格落实食品安全主体责任，加强食品安全管理，确保产品质量安全。本期特别报道，就自制品生产企业在复工复产过程中应注意的事项，进行了详细解读。

聚焦地方抽检

州府市场监管飞行

【本报记者报道】近日，州府市场监管部门组织开展了飞行检查，重点检查了辖区内食品生产企业的复工复产情况。检查发现，大部分企业能够严格落实食品安全主体责任，生产环境整洁，设备设施完好，产品质量稳定。但也存在部分企业存在食品安全管理制度不完善、从业人员培训不到位等问题。检查组已现场下达整改通知书，要求企业限期整改，确保食品安全。

上海第一季度食品安全抽检情况

【本报上海报道】上海市市场监管局近日发布了第一季度食品安全抽检情况。据统计，第一季度全市共抽检食品10.5万批次，合格率99.8%。抽检品种覆盖粮油、肉制品、乳制品、饮料、调味品、糕点、糖果、酒类、保健食品、婴幼儿配方食品、特殊医学用途配方食品、食品添加剂、食用农产品等。抽检结果显示，上海市食品安全形势总体稳定，抽检合格率持续保持高位。

南京新增数字供应链食品溯源信息

【本报南京报道】南京市市场监管局近日发布了新增数字供应链食品溯源信息。通过数字供应链溯源系统，可以实现食品从生产到消费的全程追溯，提高食品安全追溯的效率和准确性。该系统支持多种食品溯源方式，包括二维码、RFID、区块链等。企业可以通过该系统记录食品的生产、加工、运输、销售等各个环节的信息，消费者可以通过扫描二维码等方式查询食品溯源信息。

预包装食品的生产日期和保质期

【编者按】预包装食品的生产日期和保质期是消费者在购买食品时的重要参考信息。本期特别报道，就预包装食品的生产日期和保质期的标注、标注方式、标注内容等方面进行了详细解读。

生产日期和保质期的标注

预包装食品的生产日期和保质期应当在食品包装上清晰标注。生产日期应当标注为年、月、日，保质期应当标注为具体的时间长度。生产日期和保质期的标注应当符合《预包装食品标签通则》（GB 7718-2011）的要求。

生产日期和保质期的标注方式

生产日期和保质期的标注可以采用多种方式，包括直接标注、打码标注、喷码标注等。标注应当清晰、持久、易于识别。

生产日期和保质期的标注内容

生产日期和保质期的标注应当包含具体的日期或时间长度。生产日期应当标注为年、月、日，保质期应当标注为具体的时间长度。标注内容应当真实、准确，不得篡改。

食品中常见兽药解读(中)

【编者按】兽药是用于预防、治疗、诊断动物疾病并具有预防、治疗、诊断功能的物质。本期特别报道，就食品中常见的兽药进行了详细解读。

兽药的种类

兽药可以分为多种类型，包括抗生素、抗寄生虫药、疫苗、激素、免疫抑制剂等。不同类型的兽药具有不同的作用机制和用途。

兽药在食品中的残留

兽药在食品中的残留是指兽药在动物体内残留的药物成分。兽药残留会对人体健康造成危害，因此必须严格控制兽药在食品中的残留量。

兽药残留的检测

兽药残留的检测可以采用多种方法，包括高效液相色谱法、气相色谱法、免疫学方法等。检测应当准确、灵敏、可靠。

兽药残留的控制

兽药残留的控制应当从源头抓起，严格控制兽药的使用。企业应当建立健全兽药使用管理制度，严格执行兽药使用规范。监管部门应当加强对兽药使用的监督检查，确保兽药使用安全。

测温计相关科普知识解析

【编者按】随着疫情防控工作的深入开展，测温计已成为公共场所、企事业单位、家庭等场所的必备工具。本期特别报道，就测温计的相关科普知识进行了详细解析。

测温计的种类

测温计可以分为多种类型，包括接触式测温计、非接触式测温计、红外测温计、额温枪、耳温枪等。不同类型的测温计具有不同的测量原理和适用范围。

测温计的使用

测温计的使用应当符合相关标准和要求。接触式测温计应当避免与被测物体直接接触，非接触式测温计应当保持适当的测量距离。额温枪、耳温枪等测温计应当严格按照说明书的要求使用。

测温计的校准

测温计应当定期进行校准，确保测量结果的准确性。校准应当在符合要求的校准机构进行，校准结果应当符合相关标准的要求。

测温计的维护

测温计应当定期进行维护，保持设备的完好性和准确性。维护应当包括清洁、检查、更换电池等操作。

测温计的选购

选购测温计时应当注意产品的品牌、型号、测量范围、精度、使用寿命等因素。建议选择正规厂家生产的产品，确保产品质量和售后服务。

测温计的消毒

测温计应当定期进行消毒，防止交叉感染。消毒应当采用适当的消毒方法，如酒精擦拭、紫外线照射等。

测温计的存放

测温计应当存放在干燥、通风、避光的地方，避免受潮、霉变、损坏。

测温计的报废

测温计达到使用寿命或无法修复时应当及时报废，不得继续使用。

测温计的回收

测温计报废后应当由正规渠道进行回收，不得随意丢弃。

测温计的推广

测温计应当广泛推广，提高公众的测温意识和能力。政府、企业、社会组织应当共同努力，推动测温计的普及和应用。

测温计的监管

市场监管部门应当加强对测温计市场的监管，严厉打击假冒伪劣产品，维护市场秩序和消费者权益。

测温计的科普

应当加强测温计的科普宣传，提高公众对测温计的认识和了解。科普宣传应当采用多种形式，如讲座、展览、宣传册等。

测温计的展望

随着科技的不断进步，测温计的性能将不断提高，应用范围将不断扩大。未来，测温计将在疫情防控工作中发挥更加重要的作用。

大数据视角下疫情对相关市场需求的影响

【编者按】疫情对消费市场产生了深远影响，大数据技术为分析疫情对相关市场需求的影响提供了有力支持。本期特别报道，从大数据视角分析了疫情对相关市场需求的影响。

疫情对消费市场的影响

疫情导致消费市场萎缩，消费者信心下降，消费行为发生改变。消费者更加关注产品的安全性和性价比，对线上消费的需求增加。同时，消费者对健康、环保、智能产品的需求增加。

大数据技术的应用

大数据技术可以实时监测和分析消费市场的变化，帮助企业了解消费者的需求和偏好。企业可以通过大数据分析，优化产品结构和营销策略，提高市场竞争力。

疫情对相关市场需求的影响

疫情对相关市场需求产生了显著影响。健康、环保、智能产品的需求增加，而传统产品的需求减少。企业应当及时调整产品结构，满足消费者的新需求。

企业的应对策略

企业应当采取积极的应对策略，抓住疫情带来的机遇。企业应当加大研发投入，开发新产品，提高产品质量。同时，企业应当加强营销推广，提高品牌知名度。

政府的政策支持

政府应当出台相关政策，支持企业复工复产，稳定消费市场。政府应当加大对企业的扶持力度，帮助企业渡过难关。

消费者的行为变化

疫情导致消费者的行为发生显著变化。消费者更加关注产品的安全性和性价比，对线上消费的需求增加。同时，消费者对健康、环保、智能产品的需求增加。

未来市场的展望

随着疫情防控工作的深入开展，消费市场将逐步恢复。未来市场将更加注重产品的安全性和性价比，健康、环保、智能产品将成为市场的主流。

七、安全责任

严格遵守中央宣传政策及新闻出版法规规章，同时加强报社自身制度建设，全年共完成或着手修订 36 项、废除 7 项、新制订 17 项制度，依法依规治社、用制度管人管事的格局进一步完善。

加强对内容质量、编校及印刷质量、采编行为、管理机制与流程等方面的管理，达到有关安全刊播要求。

在内容质量上，严格把关，确保登载的稿件舆论导向正确、内容真实客观，推出一批有思想、有温度、有品质的精品力作。同时对新媒体账号进行清理，确保发出的每一篇稿件导向正确。

在编校质量上，严格规范采编流程，认真落实“三审三校”制度，确保编校差错率在规定范围内。在首届全国报刊

编校技能大赛中，中国市场监管报是唯一入围总决赛的行业报。

在印刷质量上，严格按照出版印刷的相关规定把好质量关，定期对报纸进行抽查，印刷质量符合相关管理规定和行业标准。

八、道德责任

1. 遵守职业规范

严格遵守中央新闻宣传政策和《中国新闻工作者职业道德准则》等新闻出版法规规章。坚持新闻真实性原则，坚决杜绝刊发虚假失实新闻，严禁有偿新闻、有偿不闻和新闻敲诈。对外出采访的记者进行行前教育，要求其严格遵守新闻职业道德，采写稿件尊重原创，杜绝抄袭。

2. 维护社会公德

坚持正面宣传为主，维护社会公序良俗，自觉抵制不正之风，弘扬社会正气，社会反响良好。

3. 接受社会监督

要求记者采访主动出示新闻记者证，同时畅通举报投诉渠道，对于群众的举报积极予以回应。

九、保障权益责任

1. 保障从业人员合法权益

支持保护正常采编行为，维护采编人员依法采访权利，暂无采编人员受到人身侵害、打击报复情况发生，无申诉事

件发生。

2. 保障从业人员薪酬福利

依照《劳动合同法》等法律法规与从业人员签订聘用（劳动）合同，按时足额支付薪酬，按规定及时缴纳“五险一金”，保障从业人员的休假休息权利。

3. 规范新闻记者证管理

按规定为符合条件的采编人员及时申领新闻记者证，同时加强记者证管理，按时年检，及时收回离职、退休等采编人员的新闻记者证。

4. 开展员工教育培训

通过全社大会、编前会、专题培训会、请进来走出去、成立青年理论学习小组等不同形式加强对从业人员的政治素质、业务技能培训，切实增强全体员工的综合素质，人才结构趋于合理，报社转型发展有了更好的体制机制保障。

十、合法经营责任

严格遵守相关法律法规和网信、新闻出版、广播电视等行政管理部门发布的部门规章、规范性文件，强调经营活动也要讲政治。

在经营规范上，健全广告经营管理和审查制度，严格执行采编与经营分开规定，不向采编人员包括驻地方机构人员下达经营任务，也不收取任何管理费用。

在广告刊登上，所刊登广告没有出现违法违规问题。

十一、后 记

1. 回应

2020 年度，中国市场监管报社严格履行社会责任，切实提高政治站位，突出政治引领，唱响主旋律，弘扬正能量。坚持守正创新，加快媒体融合，扩大新媒体阵容，把主力军挺进主战场。推动宣传方式创新和宣传覆盖面扩大，社会影响力有新的提升。

2. 不足

2020 年度，中国市场监管报社虽未出现被网信、新闻出版、广播电视等行政管理部门或新闻道德委员会等行业组织作出行政处罚、通报批评等情况，但仍存在以下几个方面的不足：媒体融合推进力度有待进一步加大，全媒传播体系亟待加快建立；与新时代市场监管新要求相适应的新闻宣传理念、方式、渠道、机制亟待探索建立，社会宣传覆盖面亟待进一步扩大；报社转型发展有待深入推进；适应新时代市场监管新闻宣传工作要求 and 媒体深度融合格局的新型全媒体人才有待培养。

3. 改进

责任扛在肩，初心坚如磐。中国市场监管报社将针对短板弱项改进新闻宣传方式、手段和渠道，持续推进媒体深度融合和全媒体传播，加大复合型人才和全媒体人才培养，以更高的政治站位、更大的责任担当和更宽广的视野、更深入

的调查、更精准的报道来反映市场监管领域的改革与发展。