

三问“数九寒天”——

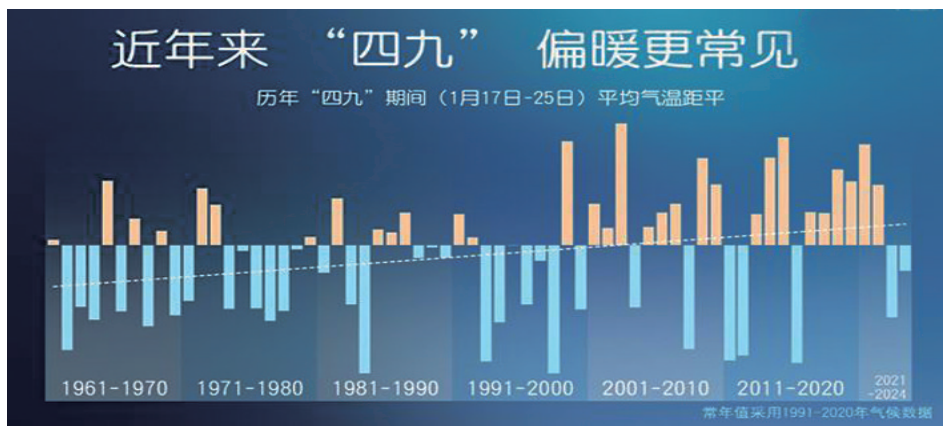
今年四九还会冷吗 冬天偏暖是否成常态

刚刚结束的三九，气温较常年同期明显偏暖，而1月17日开始的四九也是在偏暖中开场，不少网友直呼没有感受到“三九四九冰上走”的诚意。那么，今年四九会一直暖下去吗？未来越来越暖的冬天会成为常态吗？来听听中国天气网气象分析师的解读。

为何今年“三九”没那么冷？

监测显示，刚刚结束的三九，全国平均气温零下4.49℃，较常年同期偏高0.66℃。从空间分布来看，包括北京、天津、河北、内蒙古、西藏、吉林、重庆、湖南、湖北等在内的22个省区气温达到偏高水平，其中新疆东部、内蒙古东部、湖南中东部、湖北南部等地气温较常年同期偏高2℃以上，局地超过4℃。

为何今年三九不冷呢？中国天气网气象分析师林楠介绍，从环流形势场来看，今年三九期间，东亚大槽位置较常年同期偏东、偏北，我国大部地区主要受到高压脊前西北气流的影响，低空也大多盛行偏北风，以晴朗干燥的天气为主。这期间，有三股冷空气接连影响我国，但是总体来看冷空气势力不强，而且在东



移南下的过程中逐渐被光照加热暖化。因此对于中东部而言，降温持续时间短，骤冷之后，很快又回暖。

此外，今年三九期间冷空气带来的大风和降水天气不算太多，因此风寒效应、湿寒效应相对没那么明显。即便有冷空气带来降温，多数时候体感温度也并不会和实际气温有太大差异。

今年“四九”还会冷吗？

三九不冷，四九也在偏暖中

开场。那么今年四九还会冷吗？林楠表示，预计在23日之前，我国大部地区仍将主要受到高压脊掌控，冷空气存在感弱，全国大部晴天居多，白天在阳光的加持下，大部气温稳中有升、持续偏高，尤其19日至21日将迎来近期最暖时段，最高气温10℃线将抵达华北南部，长江流域及其以南大部地区气温普遍会超过20℃，更偏南的云南以及华南不少地方甚至会达到25℃以上。江南一带的暖意程度尤为突出，最高气温普遍比常年同期偏

高10℃或12℃以上，堪比常年4月上旬。

不过需要注意的是，目前，白天最高气温回升快，偏高明显，但夜间晴空辐射带来的降温还会使各地昼夜温差进一步加大。20日前后，南北方多地昼夜温差将超过15℃，淮河以北大部地区最低气温普遍在冰点以下，长江流域一带最低气温也大都不足5℃。因此，公众不能只根据最高气温选择穿衣，南方的朋友们一早一晚还需穿厚实的冬装，做好防寒保暖工作。

越来越暖的冬天会不会成为常态？

在气候变暖的背景下，全年气温偏高都属于新常态。尤其是上世纪80年代以来，变暖还呈现出加速的趋势，因此“暖冬”确实比以往出现频率更高。在公众眼中，可能认为“暖冬”就是冬天从始至终一暖到底，没有冷空气活动。实际上，气象学意义上“暖冬”的标准是12月到次年2月三个月平均气温偏高0.5℃以上。即便在暖冬期间，也会有冷空气活动，短时间之内出现气温骤降以及偏冷的情况。

从历史情况来看，近几年，暖冬里又有寒冷插曲的发生频率也在增大。林楠介绍，这是在全球变暖背景下，大气环流经向度等特征会发生改变，并通过海-气、陆-气的相互作用影响局地气候。例如在增温趋势下，北极涡旋减弱，极涡内的冷空气分裂南下，会使相关地区气温明显降低，极端冷事件发生概率增加、强度增大。因此“暖冬”背景下更易出现气温起伏波动剧烈的情况，冷暖逆转的极端情况也更易发生。

据中国天气网

某些头部主播售卖劣质食品，从中获取巨额收益
直播间食品安全问题不容忽视

优质的食品是生活的调味剂，更是保障民生健康发展的重中之重。在互联网和快递运输产业不发达的年代，民间美食家、老饕们不惜奔波数千公里，只为能吃上一口期盼已久的新鲜美食。如今，随着直播电商行业的发展，公众只需看看直播、动动手指，远在他乡的食品也能“飞入寻常百姓家”，成为餐桌上的佳肴。

近年来，直播电商行业迎来快速发展时期，新业态新模式为食品消费开辟了新赛道。然而，某些头部主播通过售卖劣质食品、虚假宣传等手段欺骗消费者，并从获取巨额收益，引发舆论重点关注，依法守护直播间内食品安全刻不容缓。

头部主播“栽了跟头”

有报告显示，直播电商平台用户购物品类偏好中，美食位列第一梯队，占比达53.8%，反映了公众对食品消费从吃得饱到吃得好的转变。然而凡事都有两面性，直播电商让广大网民足不出户便能享用到美味佳肴，但直播间内也出现了以次充好、缺斤少两、违法勾兑、虚假宣传等食品问题。

“小饼如嚼月，中有酥与饴”。月饼是中秋佳节必备美食，象征着团团圆圆、和和美美。2024年中秋期间，“疯狂小杨哥”曾在直播间内多次售卖“香港美诚月饼”，除了为月饼贴上“纯正香港‘血统’”，线下都难买到“米其林大厨调制的黑松露流心”等标签外，还请到香港明星为其站台。

但是，调查发现，“香港美诚月饼”的产销并不是来自香港，其实际运营方是广州的一家公司。2024年9月，安徽合肥高新区市场监督管理局发布情况通报称，三只羊网络科技有限公司直播带货的“香港美诚月饼”引发关注，三只羊网络科技有限公司在直播中涉嫌“误导消费者”等行为。

数据显示，“疯狂小杨哥”粉丝数量超1.1亿，是名副其实的大流量主播，而“疯狂小杨哥”销售最佳品类中，食品饮料以43.08%的占比位列榜首，但接二连三的食品销售问题却让其惹了火、翻了车。

此外，2024年的“3·15”晚会曝光了梅菜扣肉预制菜的食品安全问题，安徽某食品有限公司使用“槽头肉”作为生产梅菜扣肉预制菜的原料，且该公司的生产车间脏乱不堪，令人作呕。这一事件的影响从预制菜领域蔓延到直播带货领域，原因是东方甄选、主播“疯狂小杨哥”以及其所属的三只羊网络科技有限公司均在直播间售卖过该产品。尽管涉事主播作出过回应并致歉，但消费者却并不买账，认为直播带货应该严格把控食品质量底线，头部主播、直播机构售卖劣质梅菜扣肉不仅令消费者“糟心”，更令消费者“寒心”。

官方出手整治乱象

2024年10月，在市场监管总局召开的新业态新模式食品安全行政指导会上，市场监管总局有关负责人通报了组织开展

的新业态新模式食品安全专项抽检监测情况。本次专项抽检对12个网络直播平台上的1042个直播间开展抽检监测，完成监督抽检1492批次，发现的主要问题有粉丝、粉条、肉制品等食品存在掺杂使假现象。



市场监管总局同时对23家主要生鲜电商平台销售的畜禽肉、蔬菜、水产品、水果等开展了抽检监测，共完成监督抽检1200批次，发现的主要问题有部分水果蔬菜中农药残留超标，部分平台和商家存在缺斤短两和冷链措施不到位的问题。

市场监管总局有关负责人表示，要及时下架封存和召回不合格食品，防控食品安全风险。对检出的不合格，尤其是多次检出不合格的商家，该停止网络平台服务的要停止服务，该取消合同的要取消合同。要切实把好商家以及带货产品的入口关，把证照不全不符合相关资质的商家

以及不安全的食品彻底挡在平台之外。

此次市场监管总局出手，释放了要大力整治直播间内食品问题的信号，也从侧面体现了直播间内的食品问题已经到了必须整治的地步。

直播带货当守底线

主播将食品问题置之脑后，严重侵害消费者权益，危害消费者身体健康。《法治日报》律师专家库成员、北京德和衡律师事务所高级合伙人马丽红表示，根据反不正当竞争法规定，经营者不得对其商品的性能、功能、质量、销售状况、用户评价、曾获荣誉等作虚假或者引人误解的商业宣传，欺骗、误导消费者。消费者权益保护法实施条例也指出，经营者通过网络直播等方式提供商品或者服务的，应当依法履行消费者权益保护相关义务。直播间运营者、直播营销人员发布的

直播内容构成商业广告的，应当依照广告法的有关规定履行广告发布者、广告经营者或者广告代言人的义务。

“直播平台为带货类直播提供引流服务，需要对商家和商品资质进行严格审核，承担相应广告发布者或者广告经营者的法律责任。”马丽红说：“在保护消费者权益方面，市场监管总局颁布的《关于加强网络直播营销活动监管的指导意见》尤其重视直播平台在消保方面的责任，强调直播平台属于电子商务法规定的‘电子商务平台经营者’，应按照相关法规履行责任和义务。如果消费者权益受到了侵害，平台应履行受理投诉举报、协助消费者举证、保存直播内容、保证数据和评论真实的义务。”

直播间内的食品属于“先付费，后品尝”。马丽红认为，首先直播平台应压实责任主体，依法加强平台监管及治理，对食品类主播进驻要严格把关，在合同条款设置上提高主播的违约责任风险，对其发布的广告也要进行必要的审核，出现食品安全问题时要及时跟进处理，避免造成更大的群众健康安全损失。另一方面，带货主播应重视消费者权益保护，加强对供应商的审核，绝不售卖有问题的食品，杜绝虚假宣传，不能为赚取流量、获取高额利润而铤而走险，进而触碰法律红线。作为消费者也应尽量避免购买来路不明的“三无”产品，出现问题时要积极维权，要保留好相关的证据，保护自己的合法权益不受侵害。

据《法治日报》