

重庆一国企售卖过期粮，舆情“结尾”应当 因时制宜

一、事件概述及各方回应：

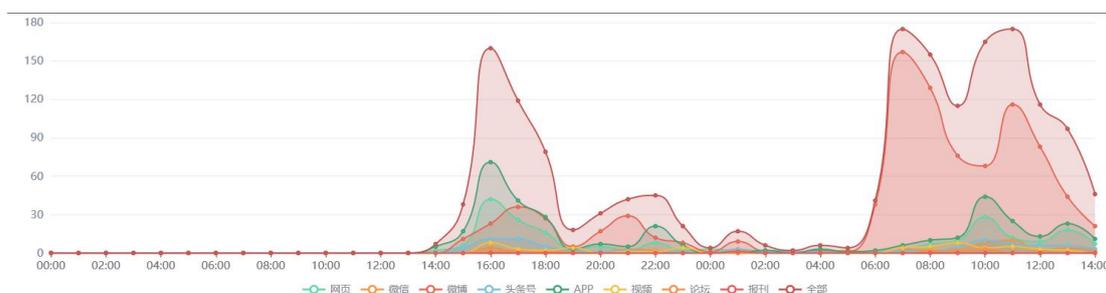
10月10日，据奔流新闻报道，近期重庆一市民举报称，其在重庆粮食集团酉阳县粮食有限责任公司工作过程中发现，该企业将350吨过期大米重新打码流入市场，其中一部分流入当地乡村学校。报道还称，10月9日，重庆市市场监督管理局综合行政执法总队相关负责人回应奔流新闻记者采访时称，该公司确实存在违法行为，投诉人举报内容不完全属实，案件正在调查处理当中。

当日，酉阳土家族苗族自治县市场监督管理局在其官网发布《情况说明》称，有媒体反映“重庆粮食集团酉阳县粮食有限责任公司将过期大米重新包装销售”的问题，前期，重庆市市场监管综合行政执法总队已根据举报线索立案调查，将根据调查结果依法依规处理。

同日，第一财经报道称，举报者提供了大量音视频材料，并称粮食公司的违规行为持续多年。此外，第一财经爆料，重庆粮食集团此前面临较大财务困难。据重庆国资委官网披露：“十二五”期间，重庆粮食集团由于大量举债、盲目投资的巴西、阿根廷以及国内广东、江苏等地21个项目全部失败，亏损逾50亿元，经营发展举步维艰，进行了债务重

组。资产负债率从2020年末的168%（不含储备粮公司）降至2023年底70.5%。对于事件本身，第一财经报道称，10月10日，时任酉阳粮食公司法定代表人、执行董事兼总经理，重庆市粮油行业协会副会长段明清称自己作为主要领导因为此事已经被降职处理，上个月底到另外一家公司任副职。段明清还称，举报人对公司有意见。

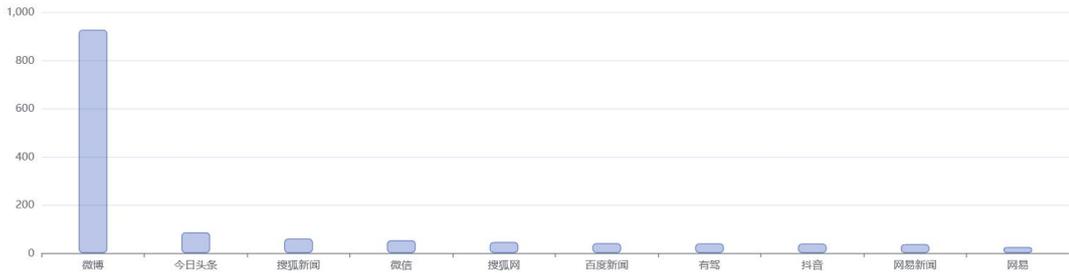
二、数据情况：



截至10月11日下午14时，全网相关信息量达1700余条。从事件发展趋势来看，10月10日，奔流新闻发布报道后，迅速在APP、网站等平台吸引媒体和自媒体关注。当日下午，大河报等多家媒体在微博转载相关报道，再度引发一定关注。10月11日上午，微博平台热度持续上升，截至11日上午9时左右，微博话题“网友举报过期大米销往乡村学校”登上微博热搜榜第7位。



此外，从各平台影响力来看，微博是本次舆情发酵的主要平台，今日头条、搜狐等平台影响力较小。



三、舆论观点：

一是关注校园食品安全问题。网民认为此类过期食品能轻易流入当地学校，质疑各方审核把关不严，我国学校食品安全问题，乃至整体社会的食品安全问题都较为严重。

二是关注该国企亏损严重问题。认为涉事企业的管理者因此被调任其他企业副职，属于“轻拿轻放”，对于此类导致国有资产严重流失的管理者处理过于宽松。

三是质疑有关部门不作为。有网民表示，举报人早就已经向管理部门举报，但直到近期有媒体关注介入才正式立案调查，质疑有关部门不作为，对此类民生大事不重视。

四、研判分析：舆情处置有待因时制宜

在本次舆情发酵过程中，由于媒体的介入和转载报道是导致舆情热度迅速上涨的重要因素。而大量媒体在发布相关报道时也明确，重庆当地市场监管部门已经立案对此事进行调查。一定程度上满足了网民预期。但值得注意的是，网民对本次事件仍然有诸多疑虑，包括：市场监管部门为何在举报人第一次举报时未曾立案？有关部门回应称举报人所说情况存在部分不实，具体为哪方面不实？因此，虽然当下舆情热度已经呈现下降趋势，但后续仍需根据舆情发展方向，因时制宜，灵活做好舆情处置引导工作。而对于后续的舆情引导和处置，建议关注以下几方面：

一是把握整体舆情走向。建议后续针对舆情发展情况保持持续关注，并根据舆情处置方案等做好相关回应工作，警惕舆论进一步向负面方向发展。

二是关注舆论聚焦问题。在后续的回应在工作中，需重点对网民关注的问题进行解答回应，“避重就轻”式的回应势必导致网民的持续质疑，反而引发舆情“反扑”，得不偿失。

三是官方回应应当广泛铺开。在本次舆情发展过程中，

网民主要通过奔流新闻、第一财经等媒体报道得知“相关部门已经立案调查”的信息，而对于当地市场监督管理局在其官网发布《情况说明》关注度不高。建议后续在信息发布的渠道等方面进一步拓展，包括与媒体合作、利用官方社媒账号等方式，推动信息在各个平台实现有效触达。