

面对多地疫情

“米袋子”“菜篮子”如何保供稳价

河南省13日新增98例新冠肺炎本土确诊病例，上海市13日新增2例新冠肺炎本土确诊病例和3例本土无症状感染者……境外疫情肆虐，国内多地发生本土聚集性疫情，守好“外防输入、内防反弹”疫情防线同时，如何减少百姓生活必需品价格波动？春节农副产品供给是否无忧？

面对人口大流动的春运和人员聚集频繁的春节假期，让人民群众过上一个平安放心年，疫情防控和保供稳价需两手抓、两手硬。做好“米袋子”“菜篮子”保供稳价工作有赖于供应跟得上、警钟敲得响、预案起作用、物流疏得通、价格少波动。

“米袋子”“菜篮子”供应总体充足

供应跟得上是保供稳价的大前提。“米袋子”“菜篮子”与百姓日常生活息息相关。越是疫情面前、大节期间，重要民生商品市场越不能出现过大波动。国务院联防联控机制指出，要用心用情做好封控小区群众的生活物资保障，确保群众诉求能得到及时回应和解决。

农业农村部市场与信息化司副司长刘涵介绍，“米袋子”方面，2021年我国粮食再

获丰收，产量13657亿斤，比上年增加267亿斤。稻谷、小麦产量较上年也都有增长。当前我国粮食库存保持高位，稻谷和小麦两大口粮品种占总库存超过70%，可以说田头产量足、库里储备足、市场货品足，节日期间“米袋子”保供稳价基础扎实。

“菜篮子”方面，当前全国蔬菜在田面积达8000多万亩，可供每人每天约3斤菜，能有效保障市场供应。受汽柴油价格上涨

涨、季节性和极端天气因素影响，预计菜价将比较坚挺。生猪生产提前恢复，牛羊肉、禽肉、奶类、鸡蛋产能处于高位，渔业生产稳定，水产品产量充足，畜禽水产品供应都有充分保障。此外，预计水果市场总量足、品种多，价格较为稳定。

“综合各方面情况看，今年春节期间，粮油肉蛋奶鱼果蔬等供应充足，完全可以满足城乡居民消费需求。”刘涵说。

价格监测要灵敏、稳价预案要有效

警钟敲得响、预案起作用是及早发现掌握问题、及早疏通解决问题的重要抓手。

保供稳价着力点首先在监测预警，加强节日期间，特别是疫情地区粮油肉蛋菜果等生活物资市场价格、供应量、储备、绿通车数量等准确监测，才能及时掌握市场动态和储备情况。

西安疫情牵动人心，国家发展改革委同有关部门启动了生活物资保障机制。在监测发现入陕鲜活农产品运输车辆减少

较多后，协调周边6省市有关部门建立对陕西联保机制，加大运往陕西鲜活农产品运输组织力度。

面对大节叠加疫情防控压力，各大中城市目前普遍制定了保供稳价方案预案。但应急预案不能流于纸面文章。预案应以具体方式提前落实至各部门环节，任何人都不应低估和小看疫情面前保供稳价工作的难度。

面对疫情，天津市已启动全市群众生

活供给保障应急预案。天津市批发市场、超市的蔬菜库存量由供应全市2天水平提高到3—4天，米面油存量由20天水平提高至30天。一些地方还根据物价变化情况向困难群众发放了价格临时补贴或一次性补贴。

“进一步压实地方责任，做好相关预案，紧盯疫情变化，坚决做到哪里有疫情，哪里就是工作重点。”国家发展改革委经济运行调节局有关负责人在此前召开的国务院联防联控机制新闻发布会上说。

储备投放来调控、畅通物流送上桌

老百姓能够安心进店、放心消费，疫情期间不出现买菜难、买菜贵，是“米袋子”“菜篮子”保供稳价的具体体现。以储备投放来调控和引导市场，以畅通物流来确保“米袋子”“菜篮子”送上群众餐桌。

商务部数据显示，1月7日重点批发市场粮油价格与一周前基本持平，猪肉价格下降3.3%，鸡蛋价格下降0.7%，30种蔬菜平均价格下降0.8%。

“坚持防疫、保供并重，注重发挥政府、

市场、社会合力，实行分区分级分类保障。”商务部市场运行和消费促进司副司长王斌说。

此前，在国务院联防联控机制发布会上，商务部表示将在春节前会同有关部门向部分省区市投放中央储备牛羊肉，增加市场供应。同时，指导各地积极充实地方储备，适时组织冬储菜等生活必需品投放，积极组织大型批发市场、连锁超市加强产销衔接，加大生活必需品货源组织力度。

据初步调查摸底，各地生活必需品流通企业备货量普遍比平日增长30%左右。

畅通物流既要畅通北方设施蔬菜主产省和“南菜北运”大物流通道，也要畅通好“最后一米”末端配送通道。河南省近期出现疫情后，河南省商务厅已与多家线上平台及各商超企业积极沟通对接，提前增加物资配送，确保河南地区货源充足、送货及时。

新华社北京1月14日电

手机App适老“走形不走心”

银发网民跨越“数字鸿沟”还面临诸多难题

随着互联网快速发展，老年人口进一步增多，不少企业将目光投向老年群体，对手机App进行适老化改造，购物、聊天、打车、新闻等涵盖衣食住行的各类手机软件纷纷开启“老年模式”。

面对手里的智能手机，老年人能否得心应手，玩转各类手机App？记者对此展开了调查。

手机App适老化改造 走形不走心

近年来，一些企业对手机App进行了适老化改造，字体、页面布局等进一步适应老年群体的使用习惯，但记者调查发现，部分手机App适老化改造并不十分理想，且普及率尚低，被不少老年人诟病。

——广告植入套路繁多。工业和信息化部发布的有关适老化通用设计规范指出，适老版界面、单独的适老版App中严禁出现广告内容及插件，也不能随机出现广告或临时性的广告弹窗，但记者发现，部分手机App进行适老化改造后，广告植入依然严重。一些改造后的适老版App虽然简化了界面，但简化不了“牛皮癣广告”，仍能看到广告推送和诱导类按键。

——界面设置徒有其表。适老化改造关键要素之一是调整字体，解决老年群体因视力减退影响阅读的问题。然而，部分App首页字体经过调整后适宜老年人阅读，但点进二级界面后，界面的布置、字体与正常版一样，并未从根本上解决老年群体阅读难的问题。

——操作难度不减反增。记者发现，诸多手机App适老化模式切换入口并未在首页展示，而是隐藏在“设置”栏中，首次开启适老模式，还需寻找一番。专

为老年人普及手机使用知识的湖北老年大学教师张雪琨告诉记者：“正因如此，常有老年同学因找不到手机App中的适老模式切换入口而苦恼。”

多原因导致手机App 适老化改造推进难

中国互联网络信息中心(CNNIC)发布的第48次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至2021年6月，我国网民规模为10.11亿，50岁及以上网民占比28%。老年群体已成为互联网发展不可忽视的庞大市场。

多位受访对象表示，国家出台系列政策推动手机App适老化改造，但适老化改造之所以仍停留在表面，原因之一在于相关公司难以从中获利，部分企业动力不足。

业界人士向记者透露，从技术层面上，手机App适老化改造很好实现，但对为企业而言，改造收益不高，且消耗人力与运营成本，用户增长率低，甚至还会造成已有用户流失。“广告是手机App开发商盈利的主要来源，适老化手机App去掉广告后，其盈利将大受影响。”

业界人士还表示，大部分手机App的服务对象是年轻群体，在开发和设计理念上并未充分考虑老年群体，在以年轻群体为服务对象基础上进行适老化改造的手机App也就很难适老了。如智能手机以触碰屏幕为主，相较于物理按键，无法为老年群体提供更好的触摸感和按键反馈，且智能手机本身就搭载了较为先进的技术，自带“复杂”特征，操作难度相较传统手机自然只增不减。

记者调查发现，不少老年人依然使用只提供打电话、发短信等手机必备功

能的可按键的“老人机”。他们表示曾尝试使用过智能手机和适老版手机App，但面对触碰屏幕和各种复杂的操作，常常不知所措，甚至连如何开锁都不知道。

湖北大学教育学院教授、湖北省老年教育协会学术顾问张智敏表示，手机App适老化改造浮于表面的原因还在于，相关企业调研不足，对老年人使用手机App的偏好、常用功能、难点痛点等需求缺乏了解，存在主观臆想现象，导致适老化改造流于形式。此外，社会对手机App适老化改造的呼吁程度还不够，这也表明，对这一特殊群体的普遍关怀仍然不足，“数字惠老”更多停留在概念和口头上。

张智敏表示，即使手机App适老化改造适合老年人的使用习惯，在短时间内大范围推广也有一定难度。“老年人网络普及率正在不断提升，但网络使用率偏低，更不用提熟练掌握度了。”

除了不会用的情况，不少老年人还不敢使用智能网络。张智敏表示，近年来，网络安全问题引发忧虑，电信网络诈骗多发，导致老年群体产生“怵”网络心理，谈网色变。

多方力量助力老年群体 乐享适老版App

多位受访对象表示，在智能化、数字化、网络化的大趋势下，“数字惠老”并非一日之功。消减老年人的“数字鸿沟”，让老年人共享乐享互联网红利，需社会多方力量共同努力。

张智敏认为，在能够尽可能地扩大老年群体智能手机使用率的基础上，相关部门应该做好老年人互联网需求调研，研究相关政策，建立“数字惠老”的长

效机制和强制性、统一性的适老化改造标准，并落实监督、测评责任。对主动参与适老化改造的企业采取奖励措施，通过补贴推动企业自发实施公益行动；对拒绝参与、打着适老化改造幌子牟利的企业设置黑名单，有效惩处企业有违社会公德的行为。

多位老年大学受访教师认为，为助力老年群体智能手机应用，企业、社区以及相关部门可定期开展适老版App培训课程，组织老年大学、社区服务人员、志愿服务组织等社会力量，成立志愿者服务队伍，及时指导老年群体手机应用，帮助老年人安全使用网络，消除“怵”网络心理，更快适应各种成熟优良的适老版App。

新华社武汉1月14日电