

民生新闻报道 趋势报告

CONTENTS

目 录

01 民生报道的价值与发展

02 公众心中的民生报道

- 2.1 覆盖度：社会肌理的“全景镜”
 - 2.2 内容深度与吸引力：公共议题的“解码器”
 - 2.3 时效性：民生关切的“生命线”
 - 2.4 传播力：公众共鸣的“回响壁”
 - 2.5 参与度：公共对话的“议事厅”
 - 2.6 创新性：内容表达的“活力源”
 - 2.7 独特与前瞻视角：未来趋势的“瞭望塔”
 - 2.8 建设性与效果达成：社会进步的“实干家”
 - 2.9 多维协同：新京报民生新闻影响力的交响乐
-

03 典型案例

- 3.1 民生报道案例-影响力评价维度
 - 3.2 新京报“罐车运输乱象调查”报道
-

民生报道的价值与发展

民生报道的价值与特点

民生报道作为新闻传播的重要领域，始终占据着媒体内容的核心位置。这类报道紧扣人民群众最关心、最直接、最现实的利益问题，在传递政策信息、反映社会诉求、推动问题解决等方面发挥着不可替代的作用。

民生报道的核心价值在于它是连接政府与民众的桥梁。一方面，它将高层的政策导向转化为通俗易懂的解读，使公众更好地理解国家发展方向；另一方面，它深入基层，捕捉普通人的生活状况与需求，为政策制定提供真实参考。例如，最近关于党的二十届四中全会的解读中，媒体重点突出了“保障和改善民生，推动全体人民共同富裕迈出坚实步伐”的内容，这正是对重大政策进行民生视角转化的典型实践。

当前民生报道的发展现状呈现出三个显著特点：

一是报道领域持续扩大。从传统的就业、医疗、教育、养老，逐步扩展到乡村振兴、精神文化生活、城乡协调发展等更广泛的领域。如近期媒体报道中，既关注了河南等地职业技能培训、校园安全提升等传统民生项目，也涵盖了新能源汽车充电桩建设、青少年心理健康服务等新兴议题。

二是报道视角更加贴近基层。越来越多的媒体记者深入一线，捕捉鲜活案例。如对湖南沅陵县的报道中，通过人社驿站、老年助餐点等具体场景，生动展现了民生政策在基层的落地情况。

三是数据运用更加丰富。民生报道越来越多地借助具体数据展现工作成效，如“前三季度，城乡低保平均标准分别为每人每月828元、616元”等精确数字的引用，增强了报道的可信度和说服力。

随着时代发展，民生报道也在不断探索新的表达方式和传播渠道，在坚持正确舆论导向的同时，努力增强吸引力感染力，更好地担当起记录时代进步、推动社会发展的使命。

民生报道领域的生态

中国的民生报道领域已形成“央媒—省级媒体—县市级媒体”的传播生态格局。人民日报、新华社、央视等央媒以关注国家大政方针为主。以新京报、澎湃、南方+、封面、上游、大象等为代表的头部省级媒体，主要承担全国重大民生议题的传导功能，县市级媒体则聚焦本辖区层面的民生话题，三者共同构建起完备的民生报道网络。

新京报是民生新闻报道头部阵营中的旗帜性机构，专业表现屡获业界肯定，其民生报道曾多次获奖，今年更是获得中国新闻奖舆论监督报道一等奖。该媒体以专业深厚的“调查基因”及成熟的“全国化运营”能力为核心竞争力，始终聚焦具有公共价值的全国性议题，善于通过扎实取证、多元信源平衡与细节深度挖掘，从微观个案切入，揭示系统性社会命题。在推进系统性变革进程中，新京报主动布局并打造“我们视频”“动新闻”“贝壳财经”等产品，进一步巩固了其在短视频、直播等新媒体产品形态中的引领地位。



人民日报、新华社、央视等

关注国家大政方针

新京报、澎湃、南方+、封面、上游、大象等

主要承担全国重大民生议题的传导功能

县市级媒体

聚焦本辖区层面的民生话题

民生报道的发展机遇

民生报道的发展机遇主要体现在技术革新与理念转变带来的积极进展。当前，报道形态因短视频、直播、数据新闻等全媒体手段而极大丰富，传播更高效、直观；媒体与受众的互动性显著增强，通过社交平台和问政渠道实现了“双向奔赴”，公众参与度提升；同时，民生报道领域正从具体个案向公共服务、城市治理等宏观议题深化和细分，社会价值持续增大。

1

技术赋能 形态多元

1. **全媒体融合**：报道不再局限于报纸和电视，而是通过短视频、直播、图解、H5、社交媒体话题互动等多种形式呈现，传播效率极大提升。例如，通过直播帮农民带货等。
2. **数据新闻应用**：利用大数据分析民生领域的趋势，如房价波动、就业市场变化等，使报道更具宏观视野和说服力。

2

互动性增强 受众参与度提高

1. 媒体广泛开设“爆料平台”、“问政平台”，鼓励公众提供新闻线索，实现了从“媒体单向传播”到“公众-媒体双向互动”的转变。公众不仅是信息的接收者，也是内容的生产者和传播的参与者。

3

报道领域 深化细分

1. **公共服务**：深入探讨教育公平、医疗分配、养老服务等。
2. **消费权益**：聚焦网购、预付卡、个人信息安全等新型消费领域的问题。
3. **城市治理**：参与“城市更新”、“垃圾分类”、“交通治堵”等宏观议题的讨论。
4. **可持续发展**：关注环境治理、绿色生活等与长远民生相关的话题。

民生报道的发展挑战

民生报道的发展挑战源于流量压力与专业理想之间的内在冲突。一方面，“流量至上”导致内容同质化、表面化，深度调查报道稀缺；另一方面，为博取关注而出现的煽情化、标题党现象，叠加算法推荐加固的“信息茧房”反而阻碍社会对重大民生问题的理性认知与共识形成。

1

内容 同质化 表面化

1. **流量至上的侵蚀**：为了追求点击率和短期流量，部分报道沉溺于“蹭热点”、“炒冷饭”，或停留在浅层的“家长里短”、“奇闻异事”，缺乏深度和建设性。
2. **调查深度的不足**：由于成本高、周期长、风险大，能够沉下心去做扎实的调查研究、揭示深层次矛盾的“硬核”民生调查报道相对稀缺。

2

情感化 与伦理风险

1. **“标题党”与情绪煽动**：一些报道为博取眼球，滥用“震惊体”、“卖惨式”叙事，过度渲染个体悲情，煽动受众情绪，而非理性呈现事实、促进问题解决。
2. **侵犯隐私与“媒介审判”**：一些报道在涉及个人纠纷或弱势群体的新闻时，容易逾越界限，造成对当事人隐私的二次伤害，或形成未审先判的舆论压力。

3

新媒体的 信息茧房

1. 新媒体平台的算法推荐可能让公众只看到自己感兴趣的、情绪化的民生内容，而忽略了更宏观、更复杂但至关重要的公共议题，不利于形成社会共识。

民生报道的未来展望

民生报道正处于一个机遇与挑战并存的关键转型期。其核心价值从未改变。民生报道的未来在于能否真正做到“以人民为中心”，用专业、深度、负责任的报道，服务于人民对美好生活的向往，这既是其价值的最终体现，也是其发展的根本出路。

从“曝光”到“建设”

不仅揭示问题，更要探索解决方案，提供建设性意见，成为连接政府、专家和公众的“解决方案平台”。

1

从“情绪”到“理性”

坚守新闻专业主义，平衡报道的“温度”与“深度”，用事实和数据说话，引导理性公共讨论。

2

从“单一”到“协同”

利用技术手段，整合政府数据、专家资源、公众反馈，实现更高效、更精准的民生服务与监督。

3

在垂直领域不断深耕

在细分领域（如养老、育儿、心理健康等）建立专业权威，提供更具参考价值的深度报道和服务信息。

4

公众心中的民生报道

对于公众而言，一个理想的民生报道，不仅需要**广泛覆盖、快速及时**，更需要**兼具深度与吸引力**，并以其独特的视角和创新形式，引发广泛的社会传播与参与，最终指向**问题的实际解决**，展现出媒体的建设性力量。这些维度共同构成了公众评价民生报道价值的完整体系。

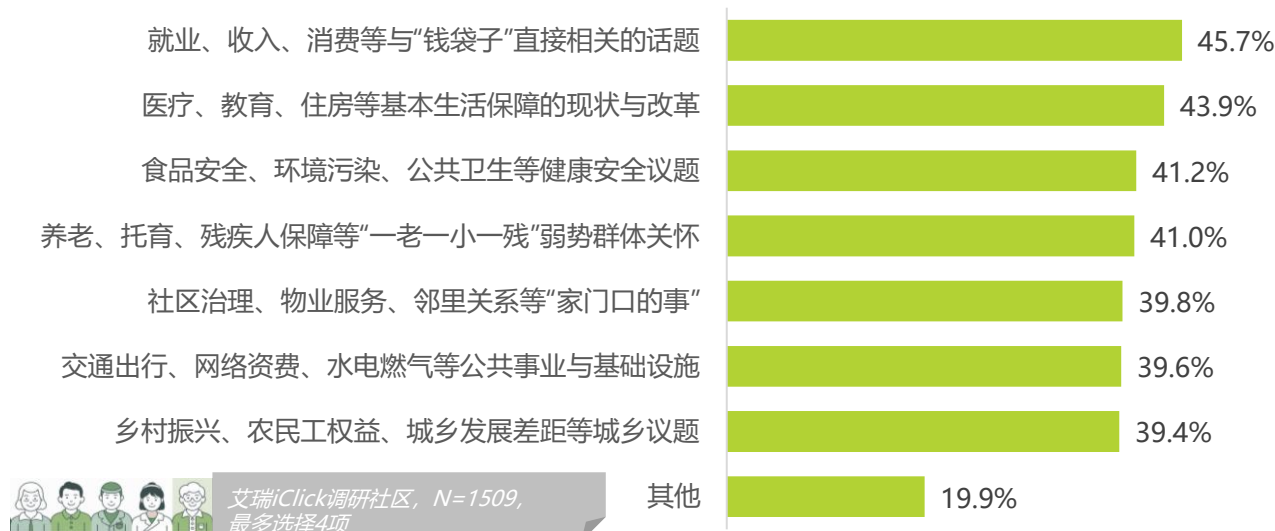
新京报的报道不仅广泛覆盖了国计民生的关键领域，更以其快速的反应、深度的调查和独特的视角，持续引发社会关注与参与。其在全媒体传播形式上的创新有效增强了报道的吸引力与传播力；而其报道始终指向推动问题解决的“建设性”导向，则充分展现了媒体的社会责任与核心力量。

因此，我们将以新京报为例，结合新京报在八个维度上的具体表现展开分析。

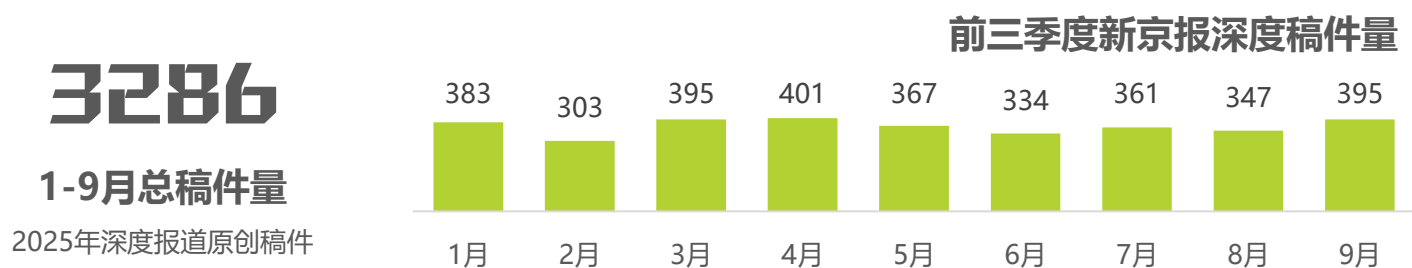
覆盖度：社会肌理的“全景镜”

民生报道的价值首先体现在其广阔的覆盖度上。它不局限于单一领域，而是全面扫描社会肌理，从就业、教育、医疗、住房、养老等传统核心议题，延伸至食品安全、生态环境、社区治理、精神文化等新兴领域。这种广泛的覆盖确保了社会各阶层、各群体的生存状态与利益诉求都能被看见、被关注，是构建社会认知“全景图”的基础，有效防止了特定群体或议题被边缘化。

调研：在您看来，一份理想的民生报道，最应该优先关注和覆盖以下哪些群体与领域？



民生报道覆盖度典型案例——新京报



① 新京报行业覆盖：百姓“生老病死、衣食住行”全领域

基本生活保障
物价市场、食品安全、水电气

权益维护与公共服务
消费维权、政府服务、法律援助

社区生活与精神文明
社区治理、文化生活、社会公德

公共安全与环境
社会治安、消防安全、环境保护



居住与出行
住房、交通、城市规划建设

就业与社会保障
就业招聘、社会保障、劳动权益

教育领域
入学招生、学校教育、校外培训

医疗卫生
医疗服务、公共卫生、医保政策

② 四个核心

- 贴近性
- 服务性
- 监督性
- 人文关怀

③ 覆盖地区

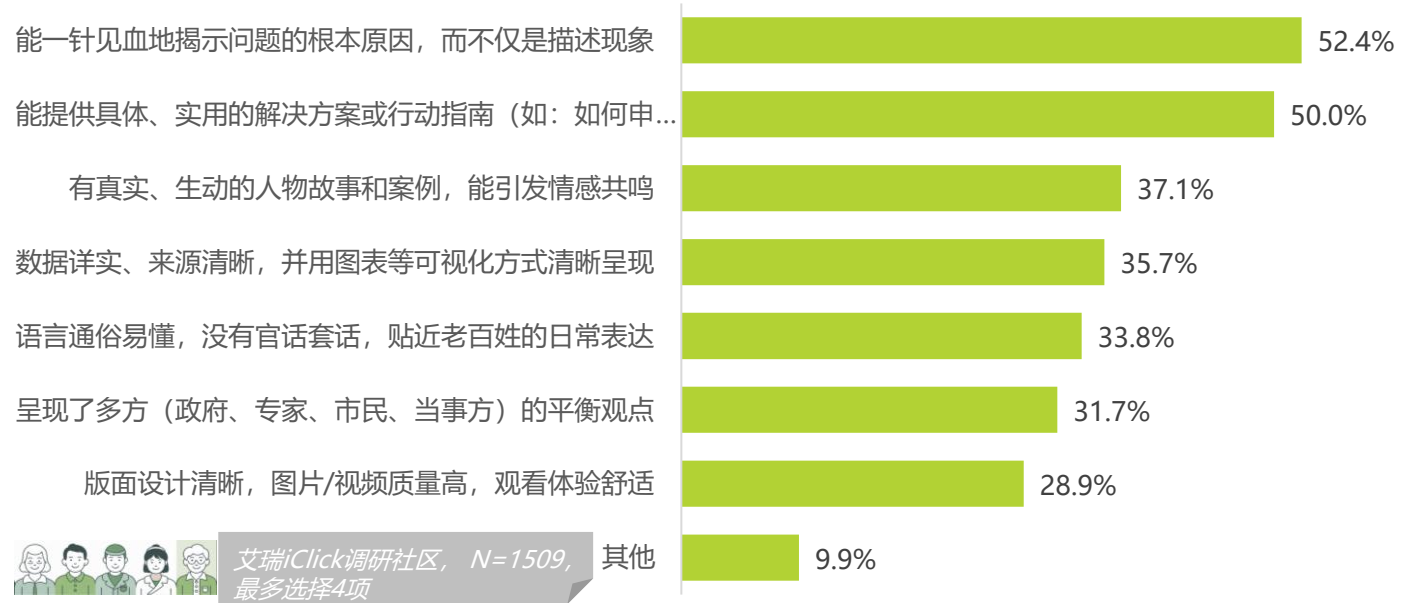
- 2800+行政县

来源：专家访谈

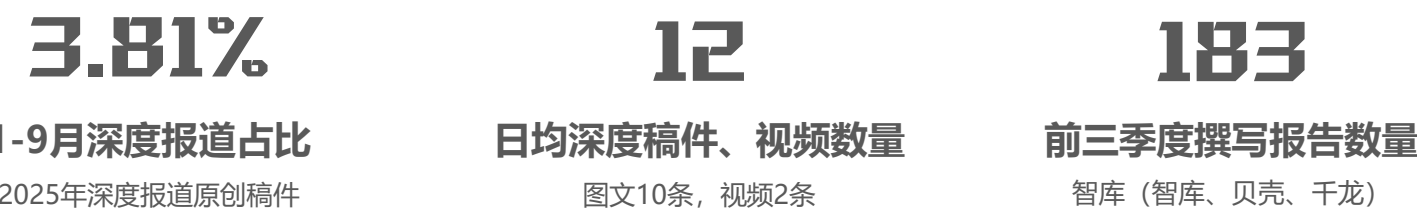
内容深度与吸引力：公共议题的“解码器”

深度决定影响力，吸引力决定到达率。优秀的民生报道不仅追求内容深度，通过深入调查、背景分析和根源探究，揭示问题本质，避免报道流于表面；同时注重吸引力，运用鲜活的故事、通俗的语言、生动的视觉呈现，将严肃、复杂的议题转化为公众愿看、能懂、易传的内容。二者的结合，实现了“硬话题”的“软着陆”，确保了公共议题的有效传播与公众理解。

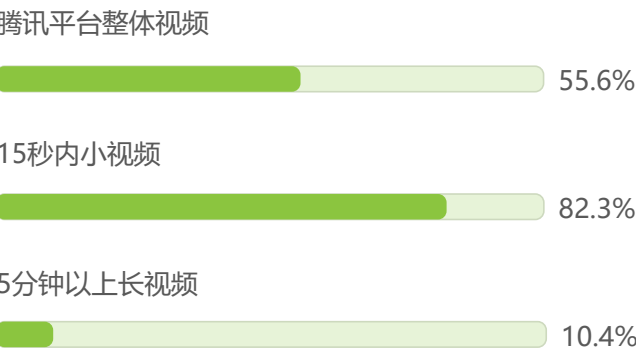
调研：对于一篇民生报道，下列哪些因素最能吸引您并让您认为它“内容优质”？



内容深度与吸引力典型案例——新京报



新京报腾讯平台视频新闻完播率



新京报抖音平台视频新闻完播率



来源：专家访谈、艾瑞大数据

时效性：民生关切的“生命线”

时效性是民生报道生命力的体现。它要求媒体对突发的民生问题（如自然灾害下的民生保障）、政策发布（如医保改革）和周期性民生热点（如入学季、就业季）做出快速反应。及时的报道不仅能第一时间满足公众的信息渴求，抢占舆论引导的主动权，更能迅速凝聚社会注意力，推动相关问题进入公共议程，为后续的解决奠定基础。

调研：您认为，对于不同类型的民生议题，媒体的报道速度应该怎样？



时效性典型案例——新京报

00 热点事件首发率

1-9月早于竞媒发布热点事件报道占热点事件报道总量4.8%

01 热点事件响应速度

1-9月热点事件出现到响应10分钟

02 热点事件响应速度

1-9月推出视频报道平均时间30分钟

03 热点事件响应速度

1-9月出现重大事件到新京报发起官方直播时间30分钟以内



传播力：公众共鸣的“回响壁”

传播力是衡量价值实现范围的标尺。在媒介融合时代，民生报道需通过报、网、端、微、屏等全媒体渠道进行立体化传播，突破圈层壁垒，触达更广泛的受众。强大的传播力能将一个局部性问题放大为全国性议题，将个体的“小烦恼”汇聚成社会的“大关切”，从而形成强大的舆论声浪，为变革创造舆论环境。

调研：在什么情况下，您最愿意点击阅读并主动分享一篇民生报道？



传播力典型案例——新京报

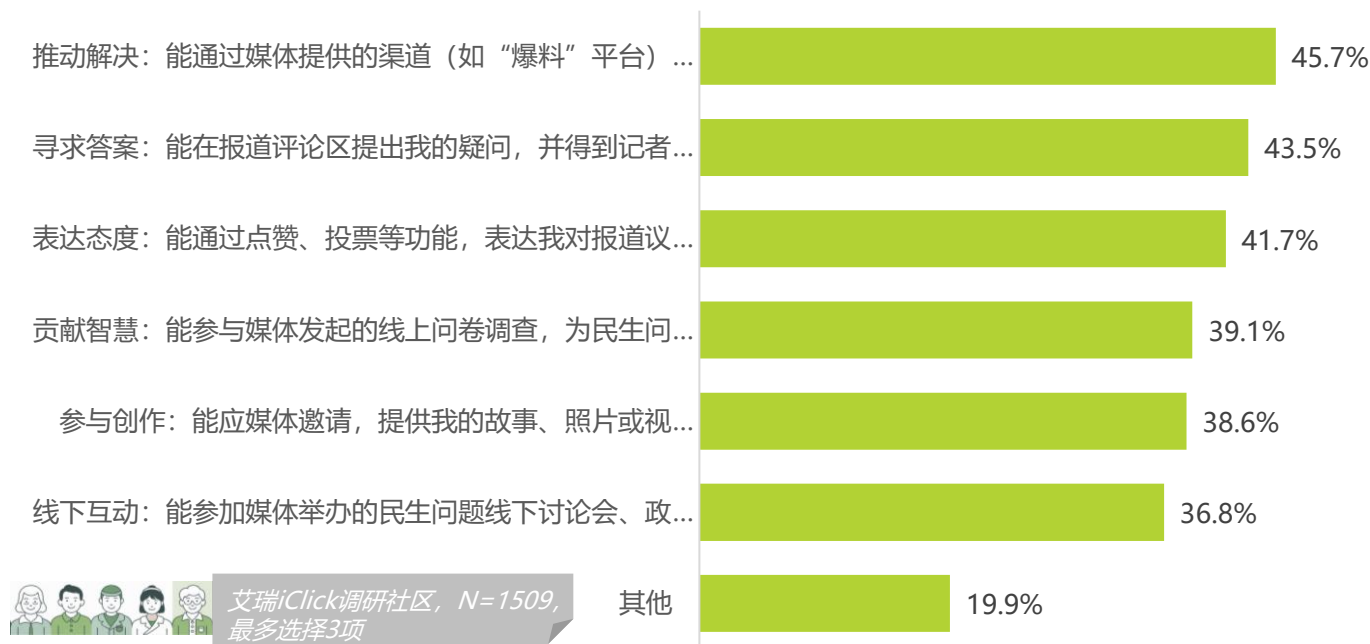
评价维度	案例企业新京报指标表现
分享量与阅读量	2025年前三季度新京报，官方微博：总阅读量为252亿，转发844.5万；官方微信：总阅读量6亿，分享量1074万；官方抖音：总阅读量166.37亿，分享量307.5万；官方快手：总阅读量22.2亿，分享量39万；官方视频号：总阅读量38.1亿，分享量1125万。其余垂类号、行业号和平台号约占1/4。
行业引用率	2025年前三季度，新京报发布原创稿件在媒体或研究机构转载共计406217条，被中央媒体、中央部委转载引用23206条。
渠道覆盖面	新京报在全部互联网平台开设账号总计260多个，并且通过版权渠道覆盖头条、腾讯、百度、新浪、网易、uc、华为、搜狐、微软等30余家主流平台和应用市场。
热搜话题上榜数量	2025年前三季度，微博矩阵热搜话题数量共2292篇，阅读量破亿话题26个、破千万话题930个。其中，新京报微博热搜话题数量1694篇，阅读量破亿话题20个、破千万话题698个；“我们视频”微博热搜话题数量598个。阅读量破亿话题6个、破千万话题232个。
主流媒体活跃指数	2024年9月以来，中宣部发布的“全媒体生产传播评价体系”情况月度通报结果，新京报所属新媒体账号连续18次进入排行榜前十。其中新京报“政事儿”微信公号8次排行微信公号省市媒体榜单首位。
公众号十万+新闻报道量	2025年前三季度，微信公众号原创新闻报道阅读量十万+稿件共计：4417篇。其中，新京报官方微信公号883篇，政事儿微信公号3534篇。
所有平台粉丝量细分及总数	全网粉丝总量3亿。其中：1、微信矩阵：微信矩阵共31个公号，总粉丝数1304.8万，其中官方微信粉丝261.3万，政事儿微信公号粉丝362万，书评周刊微信粉丝174.4万。2、微博矩阵：微博矩阵共29个账号，总粉丝数1.15亿，其中官方微博粉丝0.48亿。3、视频矩阵：视频矩阵共71个账号，总粉丝数1.72亿，其中官方抖音粉丝1541万，视频号323万。

来源：案头研究、艾瑞大数据、专家访谈

参与度：公共对话的“议事厅”

现代民生报道的价值不再局限于单向灌输，更在于激发公众参与度。通过设置话题讨论、发起网络投票、征集民众意见、引入评论互动等方式，媒体将公众从“旁观者”转变为“参与者”。这种互动构建了一个活跃的公共讨论空间，不仅丰富了报道视角，使内容更接地气，更培养了公民的参与意识，是社会协商民主的重要实践。

调研：除了阅读，您希望通过哪些方式参与到民生报道中？



公众参与度典型案例——新京报



来源：艾瑞大数据

创新性：内容表达的“活力源”

创新性是民生报道在信息爆炸时代保持吸引力的关键。这体现在形式创新（如运用数据可视化、短视频、直播、互动H5等）和叙事创新（如采用vlog、情景剧、深度纪录片等）。创新不仅能打破报道的同质化僵局，以更符合当代受众接收习惯的方式呈现内容，更能通过全新的视角和体验，深化公众对民生议题的感知与理解。

调研：您认为以下哪种创新形式，最能提升您阅读民生报道的体验？



公众参与度典型案例——新京报



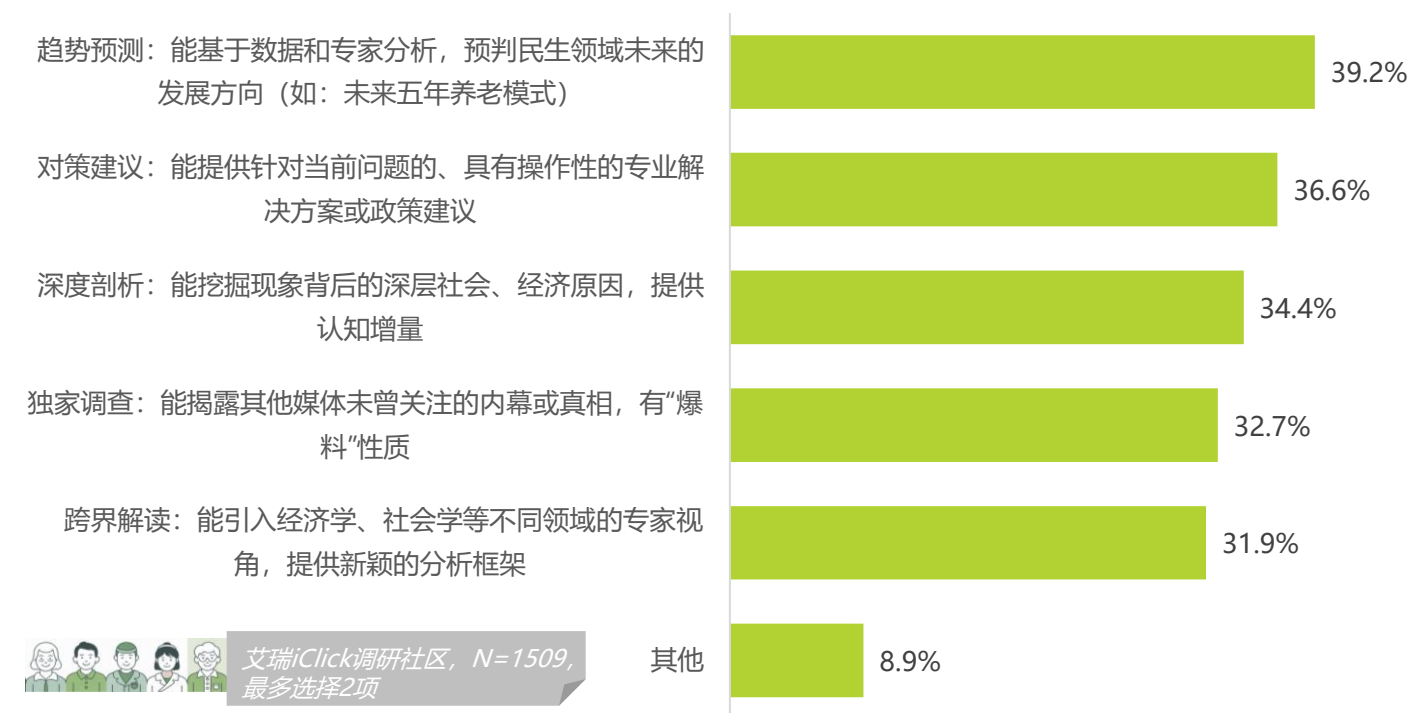
56%
前三季度新京报原创报道
可视化表达稿件占比

40%
其中，视频新闻报道占比

独特与前瞻视角：未来趋势的“瞭望塔”

在面对热点议题时，独特的视角能帮助报道脱颖而出，提供超越常规的深刻洞察。而前瞻性视角则更具价值，它要求媒体能见微知著，通过对趋势的研判和对苗头性问题的捕捉，发出预警、提出预判。这种视角使民生报道不再仅是“记录者”，更是“瞭望者”，能够引导公众进行更深层次的思考，帮助社会提前应对可能的挑战。

调研：您最希望民生报道能为您提供以下哪种独特的价值？



独特与前瞻视角典型案例——新京报



《部分新京报独特与前瞻视角案例》

建设性与效果达成：社会进步的“实干家”

这是民生报道价值的最终落脚点。建设性要求报道不止于揭露问题，更要探求解决方案，推动问题解决。它体现在对政策落地的跟踪、对多方意见的平衡、对成功经验的推广。效果达成则是其价值的直接体现，当一篇报道促成一个具体问题的解决（如“抗癌药医保谈判”的报道推动药价下降）、一项政策的完善或一种社会共识的凝聚时，其推动社会进步、提升公共福祉的根本价值便得到了最圆满的实现。

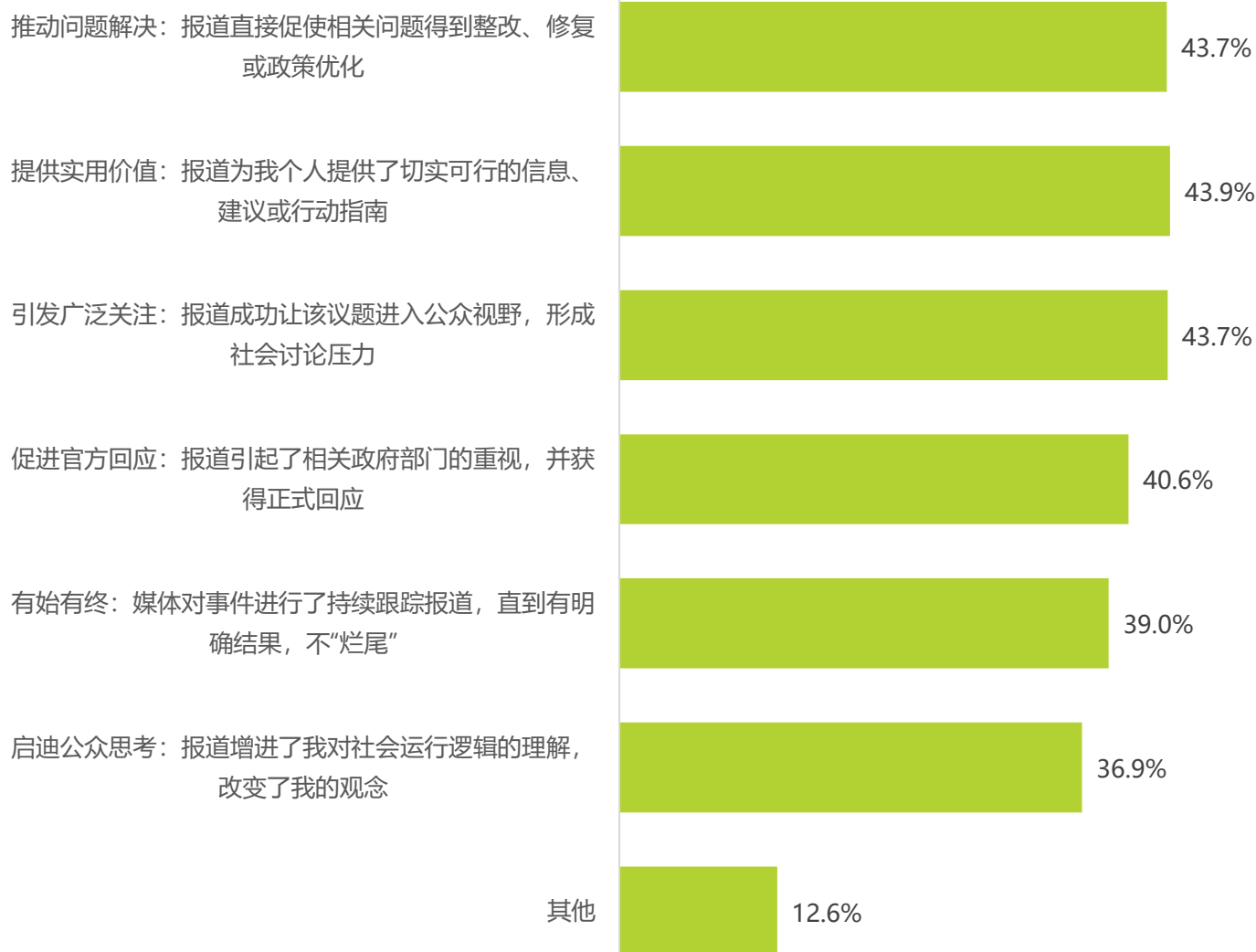
典型案例企业

2025年前三季度，新京报所报道问题中得到反馈或解决的占比达到 **55.9%**。

在后续章节【典型案例】中，将进一步结合示范企业，展示其具有代表性的民生报道。

数据来源：专家访谈

调研：在您心中，一篇真正“成功”的民生报道，最重要的标志是什么？



艾瑞iClick调研社区，N=1509，
最多选择3项

多维协同：新京报民生新闻影响力的交响乐

在信息爆炸的时代，单一优势已难以形成持久的媒体影响力。新京报的民生报道之所以能够产生广泛社会影响，关键在于其实现了多个维度的高度协同与有机融合，如同交响乐中不同乐器的完美配合，奏响了民生报道的华彩乐章

广覆盖&深内容

新京报的报道横跨“生老病死、衣食住行”全领域，覆盖2800余个行政县。日均产出10条图文、2条视频深度报道，并注重以鲜活的故事和可视化的方式提升吸引力，使得“硬新闻”实现了“软传播”，确保了公众愿看、能懂、易传

参与深&强创新

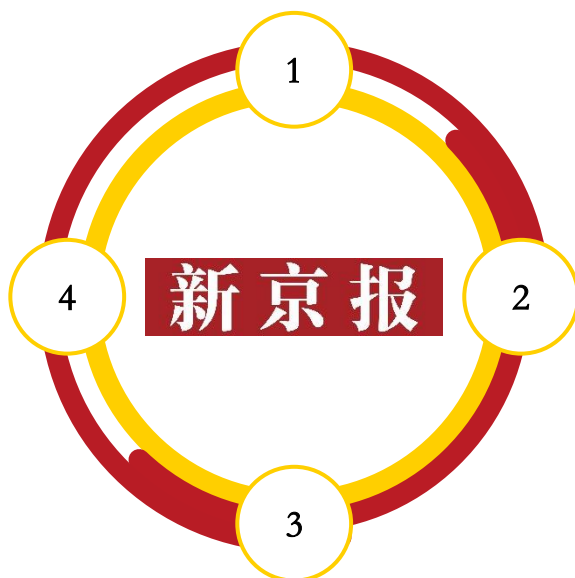
新京报通过各平台总计数千万的评论互动等方式，将公众转化为议题的参与者，构建了公共对话的“议事厅”。新京报56%的可视化稿件占比以及对Vlog、直播、数据新闻等形式的探索，对受众的产生持续吸引力。

时效快&传播强

新京报对热点事件10分钟内响应、30分钟内推出视频报道。新京报全网粉丝3亿，拥有260多个平台账号，总阅读量数达到百亿级。

看未来&有效果

新京报提供超越新闻本身的深度剖析和趋势预判，扮演“瞭望塔”的角色。而所有努力的最终价值，则扎实地落在“建设性”上——其报道中55.9%的问题得到反馈或解决，真正推动了社会问题的实质性改善，实现了民生报道作为社会进步“实干家”的根本价值。



典型案例

民生报道案例-影响力评价维度

一级指标	二级指标	新京报案例
民生报道覆盖度	1. 民生新闻报道数量 2. 民生新闻报道覆盖及占比：行业、地域	1 “2025中央1号文件：深改中的乡村”、2 “油罐车运输乱象调查”、3 “黄焖鸡” “被围猎的老人”系列、4 “酒店偷拍”系、5 “直播间里的进口奶粉陷阱”、6卧底华莱士后厨乱象、7肉毒素黑产调查、8河南大货车超载乱象、9智障工人被骗砖厂调查、10减肥药乱象调查、11“棉密码”卫生巾检出超高含量硫脲，多人疑似出现关联病症
内容深度与吸引力	1. 深度报道数量：深度报道在总报道中的比例 2. 视频新闻完播率：视频新闻平均播放完成比例 3. 智库报告数量	12“震后曼德勒”、13“农民工刘诗利：阅读是门槛最低的体面”、14被200只猫改变的村庄、15消失的越南新娘、16“倒霉”老头和他的文字世界、17. 21岁苏诗雨的人生重点、18一场马拉松赛后发言引发的纷争、19缝纫机与透析机：尿毒症工厂里的生存实验
时效性	1. 热点事件首发率：早于竞争媒体发布报道的比例 2. 热点事件响应速度	20“充电宝”系列（二）、21“钢铁大王在菲律宾被撕票”、22“一产科医生涉嫌介绍婴儿买卖 15岁女孩所生婴儿被卖”
传播力	1.传播力：新京报报道的分享量与阅读量 2.行业引用率：报道被其他媒体研究机构引用的次数 3.渠道覆盖面 4.热搜话题上榜数量 5.主流媒体活跃指数 6、微信公众号十万+新闻报道数量及阅读量 7、所有平台粉丝量细分及总数	微信爆款： 23“羞辱、黄腔、性骚扰，被直播公司围猎的未成年人”（阅读量82万）、24网友喊话余华“地坛公园的树该续费了”，余华回应（阅读量65万）、25“华莱士套餐让我上吐下泻”，记者卧底华莱士，发现了原因（阅读量62万）、（“深圳住宅燃气爆炸背后”） 影响力访谈： 26专访杨妞花：妈妈坟前的蝴蝶让我无限地幻想、27对话范江涛：珠峰生死抉择后的两年 影响力直播： 28直击缅甸坍塌旅馆救援现场有2名中国人被困、29台湾花莲海域发生7.3级地震 直击救援现场、30湖南女子为亡弟追凶25年 微博超1000万
参与度	评论量	31“救人者栾留伟的英雄本色”、32“村支书尹春燕”
创新性	可视化表达方式占比	33智引ESG-贝壳财经生成式金融大模型”、34 “3天被拒20次 老年人租房咋这么难”、35“北京暴雨有多大？4天下了近一年的雨”、36 “大运河申遗10周年数字报道”、37“祝你好好好”（金 传播力？）、38 “226讲话10周年长卷”“中轴长歌”“80周年长卷”
独特与前瞻视角	各平台对新京报原创新闻Push总量	39 “无手女孩换卫生巾”3篇（三）（参与感温暖度？建设性？）、40 “69小时洞穴深潜救援 两名失恋者获救”（三）、41 “赵作海因病去世 曾蒙冤入狱11年获65万国家赔偿”（三）、42“有三次犯罪前科的他 是如何当上洪洞县财政局一把手的”（三）、43“来自妙瓦底的求救信”、44“被囚禁的5年 被转向的人生”（金）、45“陈梦与孙颖莎都是为国而战 别让饭圈文化侵蚀中国乒乓”（金）、46“围绕董袭莹的种种疑云 该有个说法了”（二）、47“让学生长期拉不出屎 教育便失去了人性温度”（二）、48记者卧底鸭肠鹅肠工厂# 热1记者卧底“暗黑鸭肠”工厂、49#中国公民从黎巴嫩撤离车顶贴国旗# 热1、50#上千只羊交易前被管插喉咙猛灌饲料# 热1 广西山羊灌食黑幕调查共5个热搜、51#地震被压废墟下戴帽小孩是ai生成# 热2 西藏日喀则地震、52#法国小伙捐赠家人所拍日军侵华罪证#热6 独家纪录片、53 湖南高速服务区食药材店乱象、54辽宁樱桃膨大剂调查 多热搜、55 暗访四川生猪屠宰黑窝点 多热搜、56湘潭大学宿舍投毒案系列报道 热1、共4个热搜、57福州“天价树”调查 共4个热搜、58华人“钢铁大王”在菲被绑撕票内幕 微信公号百万+、59中国演员王星在泰缅边境失联事件 热1、60河南5旬辅警30余年前被人顶替上中专
建设性与效果达成	1. 推动问题解决的报道数量 2. 促进政策和制度优化案例	61“油罐车运输乱象”、62“黄焖鸡调查”、63“无手女孩换卫生巾”3篇（三）

来源：案头研究、专家访谈

典型案例：新京报“罐车运输乱象调查”报道

以终为始，不止于揭露问题，充分体现在舆论监督中的责任和担当

新京报以食品安全为切口，经过长期深入调查，基于大量一手证据，在充分核实基础上揭示了油罐车运输乱象。从传播力的角度，首先突破了圈层与信息壁垒，将局部性问题放大为全国性议题，形成强大的舆论声浪。进而，以点带面促成效果达成，则是其价值的深层体现，推动问题落地整改，国务院相关部门严肃处理涉事企业，并出台《食用植物油散装运输卫生要求》强制性标准。以终为始，该报道全方位地体现了新京报作为主流媒体的监督责任与社会担当。



6000w

单条微博总阅读量

近2亿

累计话题阅读量

新京报“罐车运输乱象调查”报道的社会建设性与效果达成

深度追踪

- 长时间：历时1个多月
- 大范围：前往天津、宁夏银川、开封等十多个地市，驾车行驶里程超8000km

挖掘一手信息

- 跟访多辆油罐车，途中多晚记者连续吃住在车上
- 采访了数十位油罐车司机、多个食用油厂家内部员工

多方求证完善

- 采访食品安全专家、粮油生产和交通运输领域专家
- 采访推荐性国标的起草组专家成员，参考相关建议

07.02

新京报稿件发布

- 涉事企业、当地政府和相关部门迅速做出回应
- 相关方迅速开展粮油运输工具污染风险专项大排查
- 油罐车运输乱象成为全社会关注的热点

07.09

国务院成立联合调查组

- 国务院食安办组织国家发改委、公安部、交通运输部、市场监管总局、国家粮食和储备局等部门召开专题会议，成立联合调查组彻查食用油罐车运输环节有关问题

08.26

调查核实认定

- 国务院联合调查组经调查核实后认定，罐车混运食用植物油事件性质极其恶劣，违反基本常识，践踏道德底线和法律红线，是典型的行为违法犯罪，必须严厉打击

11.15

强制性国标发布

- 市场监管总局（国家标准委）批准发布强制性国家标准 GB 44917-2024《食用植物油散装运输卫生要求》
- 该项国家标准于2025年2月1日正式实施

BUSINESS
COOPERATION
业务合作

联系我们



400 - 026 - 2099



ask@iresearch.com.cn



www.idigital.com.cn

www.iresearch.com.cn

官 网



微信公众号



新浪微博



企业微信



LEGAL STATEMENT 法律声明

版权声明

本报告为艾瑞咨询制作，其版权归属艾瑞咨询，没有经过艾瑞咨询的书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制、传播或输出中华人民共和国境外。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，部分文字和数据采集于公开信息，并且结合艾瑞监测产品数据，通过艾瑞统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，艾瑞咨询对该等信息的准确性、完整性或可靠性作尽最大努力的追求，但不作任何保证。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的观点均不构成任何建议。

本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。



THANKS

艾瑞咨询为商业决策赋能