

奶业振兴“最严”才能“最好”

“力争3年内显著提升国产婴幼儿配方乳粉的品质、竞争力和美誉度”。近日,国务院从发展标准化规模养殖、强化质量安全监管、强化金融保险等方面,提出加快推进奶业振兴、保障乳品质量安全的措施。这也是继《全国奶业发展规划(2016—2020年)》发布后,国家层面对奶业发展的再一次集中发力。

10年前,牛奶品牌的质量事件伤害了消费者的心,但也成为痛定思痛、彻底改革的开始。10年来,全行业壮士断腕、整顿振兴的决心和行动有目共睹。如果去牧场和奶农们攀谈一番,会得出这样的结论:中国奶业的质

量安全水平正进入历史最好时期。奶牛养殖规模化、标准化、机械化、组织化水平在显著提高,奶业全产业链质量安全监管体系日趋完善,奶业法规和政策体系正日趋完善,产量稳居全球第三,奶业已成为现代农业和食品工业中最具活力、增长最快的产业之一。

站稳脚跟之后,要迈上新台阶,就要进一步完善中高端产业链,进一步增强国际市场竞争力。2008年到2015年,我国乳制品新增消费中,八成是进口。可喜的是,10年严格质量监管之后,信心在慢慢重拾,行业增速也迎来回升,尤其是“史上最严”配方奶粉注册新政

推出后,市场得到进一步净化。面对国际竞争,我们不但没有关上大门,反而勇敢迎接压力,逼迫自己获得成长。奶业振兴,正是因为做到了最严,才创造了最好的可能,这是重振信心的基础。此次国家专门提出“品质、竞争力和美誉度”显著提升的时间表,可以理解为加速重建中国奶业品牌信心的强心剂。

“风吹草低见牛羊”。餐桌的安全,离不开牧场的质量。今天看来,国内大小牧场甚至家庭牧场,都装上了可视化的监测设备。牧场喂料挤奶,奶企远程可视,彼此放心,也让消费者安心。从更大层面看,为了餐桌上

一杯健康的高品质牛奶,不仅有奶业自身革新,也有整个大农业结构的调整。几年前,农业部开始调整“镰刀弯”地区玉米结构,重点发展青贮玉米、苜蓿等饲草,让“粮仓”变成“奶罐”,为乳制品消费升级“喂好料”。乡村兴则奶业兴,农业强则品质强,中央推动“三农”系统性改革升级,是提升中国乳品整体品质的根本保障。

与国内消费者一样,今天的中国奶农、奶企也面对着全球市场。相比国外的牧场,国内规模化牧场种植牧草、采购饲料、劳动用工等成本都偏高,这也导致近几年国内原奶生产成本频频与进口价倒挂。规模

化发展是奶业不变的方向,对于很多中小牧场而言,无论引进良种还是提升信息化水平,都离不开金融之水浇灌。最近几年,部分央企开发和设计的“原奶价格指数保险”等产品,在一些地方起到了不错的效果,而中央特别提出“强化金融保险”,正是鼓励用市场的手段去化解这个问题。

可以预见,未来几十年间,奶业在中国仍然会是朝阳产业。十年一瞬,食品安全重拾信心,做强做优呼之欲出。不依靠别人,把优质奶捧在自己手里,中国奶业所肩负的使命,也是所有中国人的期待。

(人民日报)

根治谣言乱飞要出重拳

今年3月以来,有关“伊利股份董事长潘刚被带走协助调查”的消息开始在各网站和社交媒体上大量传播,不断发酵。“天禄财经”“光祥财经”等自媒体公众号发布多篇文章,以讹传讹,造成该事件引起社会极大反响,也引发与伊利公司相关的奶农、上下游合作商、企业员工以及资本市场投资者的恐慌。

日前,新华社、人民日报等权威媒体发声,经与公安机关证实,上述公众号发布的四则文章严重不符合事实,严重扰乱正常社会秩序,依法抓获犯罪嫌疑人邹光祥、刘成昆。目前邹光祥、刘成昆二人涉嫌诽谤罪,已被检察机关依法批准逮捕。

“网络谣言猛于虎”,一个谣言可能毁掉一个行业、一个谣言可能毁掉一段人生,我们不能轻视谣言所产生的消极影响,更不能做造谣传谣者的帮凶。近年来,随着微信、微博等自媒体平台融入老百姓的日常生活,各种自媒体乱象也大有愈演愈烈之势。

一些网络自媒体野蛮生长,为博眼球、提高营销价值“刷”字当头,花钱“买粉”,格调低下。有的公众号逐渐成为谣言滋生的平台,恶意对事件进行抹黑。这些公众号发布的网络谣言以极大的传播力和迷惑性,对读者进行误导,频频引发市场波动和公众恐慌,扰乱了社会秩序,影响了社会稳定。

以谣博名、以谣博利已成为少数自媒体繁荣的手段。加强自媒体乱象治理打击,营造健康有序的网络环境成为了我们必须正视的问题。笔者以为,加强自媒体治理,首先要完善相关法律法规,依法监管。网络空间不是法外之地,网络营销行为必须遵守国家法律法规。我国从2013年起,就出台各种相关法律法规,加强惩治力度。从两高发布诈骗信息网页浏览量超5000次即可定罪,到2015年网络造谣正式入刑,再到《中华人民共和国网络安全法》和《互联网新闻信息服务管理规定》的正式实施,相关法律法规正在一步步推进和完善。对于网络谣言,要拿起法律的武器进行治理、监管和维权。

二是加大监管打击力度。形成协同监管合力,对于以盈利为目的的造谣营销号,要及时追责,处罚到位,不能任其逍遥“法外”。对利用互联网造谣、诽谤或者发表、传播其他有害信息,构成犯罪的,依法追究刑事责任。只有出重拳,才能有效起到震慑作用。

三是明确发布平台义务。自媒体运营平台要严格遵守《网络安全法》和《互联网新闻信息服务管理规定》,对发布谣言等行为,视情节严重采取警示、限制发布、暂停更新、关闭账号、永久封禁等措施,让低俗化的内容和传播谣言行为失去生存空间。

四是建立行业诚信机制。鼓励倡导原创性新闻发布,培养具有影响力的品牌性自媒体。制定自媒体平台行业自律公约,加强自媒体人的自律,塑造行业自律形象。将违反自律公约的自媒体人列入“黑名单”,行业主管部门将其违法违规行为记入相关信用档案,造成“一处失信、处处被动”的惩戒效果。

五是加大网民监督力度。对涉嫌造假售假、不当广告宣传、诱导分享欺诈、发布不实小道消息等不法行为及时举报投诉,大力净化自媒体生态环境。

互联网时代,我们每个人都身处其中,网络自媒体也不是法外之地。信息发布者不能没有底线、无所畏惧,网友们也要做到不造谣、不信谣、不传谣。我们每一个人都有责任和义务为打击网络谣言出一份力、尽一份心,共同营造健康有序、安全清朗的网络环境。

(晨报)

“让班主任试喝学生牛奶”是推卸责任

在营养安全保障方面,应该按权责对应的逻辑去确责。就算保障学生安全的初衷再好,也不能让无辜的班主任成“以身试险”者。

据新京报报道,近日,安徽宿州市萧县教体局下发通知称,因部分学校供应的学生牛奶疑似存在安全隐患,经检测合格后恢复供奶,要求班主任提前一小时试喝,“待班主任试喝(牛奶)没有发现异样,确保安全后方可发给学生饮用。”此举引发当地许多班主任反对。5月22日下午,萧县网宣办官微发布通报称,班主任试喝制度并无让班主任承担安全风险

的意图,目前该项工作并未执行,已及时撤销通知决定,已停止学生牛奶的供应。班主任试喝制度,听起来有些像“校长陪餐制”——2012年6月,教育部等15个部门印发《农村义务教育学生营养改善计划实施细则》等文件,实施细则要求,为确保食品安全,学校负责人应陪餐,餐费自理。都是为了确保食品安全,都是让教职工以身试“餐”,为什么校长陪餐制就备受认可,班主任试喝制度却遭受舆论质疑?

归根结底,答案就在于“校长”和“班主任”的身份差异,“陪”与“试”的性质差别上。中小学校长是行政职务,属于校领导,班主任则通常由普通任课教师兼任,二者的权责范围有别。

在学生营养餐问题上,校长是第一责任人,对营养计划组织、实施负全责,他们也能轻易干预营养餐采购、索票验收等重要环节。让校长陪餐也是逼着他们更走心地尽责——就像“煤矿领导带班下井制度”那样,校长陪餐制能让校长们以亲历者身份,近距离了解伙食安不安全、好不好吃,最终通过安全体验层面利害捆绑,唤回校长们的责任感,催生“领导重视-亲自狠抓-伙食安全有保障”的作用链条。

但班主任试喝制度不一样:班主任们跟营养餐供应虽然不是完全无责,却也责任有限。囿于自身职责,他们很难直接参与食品供给、监督的前置环节中,只能确保在领取、发放等末端环节不出问题。若



厂家保障、质监部门检测、校长把关等方面出现履责不到位,那其过失也不是班主任试喝就“代偿”得了的。班主任的职责更多的是传授知识和班级管理,将他们推上食品质量安全把关的“前台”,是给他们附加义务,也违背权责匹配的基本原则。

更何况,“校长陪餐制”着重的是“陪”,也就是旨在建立起利益共生的关系,敦促他们尽到责任。从字面上看,“陪”从情感上也更能让人接受。

而班主任试喝制度突出的是“试喝”,这在很多人看来,无异于把班主任当小白鼠,相当于让他们充当起风险的首要承担者。在萧县这起风波中,学生饮用奶供应过程中出现三盒学生奶胀包、结块现象,虽然经封存检测是合格产品,可牛奶安全风险疑有征兆。考虑到这点,很多班主任难免会抵制:试喝若出了问题怎么办?谁来保障他们的安全?

说到底,在营养餐安全保障方面,应该按权责对应的逻辑去确责。就算保障学生安全的初衷再好,也不能让无辜的班主任成“以身试险”者,将伴随着进货渠道把控、安全验收等关键环节纰漏而来的风险,转嫁给他们。

如今,当地在舆论压力下已撤销决定,闻过则改,值得肯定。可按当地有关负责人的说法,他们也是借鉴外地经验。在该经验合理性存疑的情况下,采取这类操作的地方显然宜“该纠偏则纠偏”。

(新京报)