

粮食安全任何时候都不能放松

□ 高云才

今年又是一个丰收年。从全国秋粮实打实收情况看,秋粮已经全面获得收获,加上丰收到手的夏粮,预计全年粮食产量又将突破1.2万亿斤。粮食产量稳定,粮食安全基础牢靠,中国人的饭碗牢牢地端在自己手中。

也要看到,粮食连年丰收,并不等于可以高枕无忧。随着我国城乡居民收入不断增长和城镇化水平的不断提高,我国粮食消费总量呈现刚性增长趋势。据测算,到2020年我国粮食消费总量将达到1.4万亿斤,粮食供给的压力较大。

粮食生产补贴政策有待进一步完善。随着规模化农业的推进,农地流转的比例不断提高。

而现有农业综合补贴是依据承包土地面积直接补贴给拥有土地承包权的农户,出现了“拿补贴的不种粮,种粮的拿不到补贴”的现象,一定程度上挫伤了粮农的生产积极性,同时农业补贴政策的边际效应受到抑制。

农业装备水平有待进一步提升,耕地装备水平需要进一步提高。目前我国耕种收综合机械化水平达到66%,农业科技进步贡献率达到57.5%,高产田面积达到5.6亿亩,虽然已经取得历史性的进步与成就,但提升空间依然巨大。

农产品价格虽然总体上保持稳定,但与农业的强投入相比,粮食生产的回报率还是不高,农民仅靠种粮而不依赖副业或外出打工,养家糊口依然有难度。这些年,我国粮食价格改革和粮食收储体制改革不断深化,市场为主、补贴为辅的价格形成机制正在完善,但玉米、小麦、稻米等谷物的市场价格常常只是覆盖了生产上的投入,难以让粮农在价值回报上有更多获得感。

粮食生产是一个有机的整体,政策链、产业链、收储链,供给链、加工链、贸易链,哪一条链都十分重要,任何一个环节有差池,有过失,都会造成难以挽回的后果,都会对粮食安全形成威胁。

民以食为天。在我们这样一个泱泱大国,粮食出了问题,

就是社会出了问题。在粮食生产上,我们决不能犯任何颠覆性的错误。夯实粮食安全基础,一方面要提高粮食生产补贴政策的精准度,具体来说,就是精准补贴对象,优化农业补贴内容,提高农业补贴标准。要用创新的思维提供新的制度性供给,比方,对拥有承包地农民要进行流转费用补贴,降低耕地流入方的粮食生产成本,增加流出方的土地租金收入。同时,对拥有经营权的流入方实施种粮补贴,激发生产者种粮积极性,解决粮食生产与补贴错位问题。

另一方面,要把粮食供给侧结构性改革进一步落到实处。今年我国秋冬种将努力实现“一

稳、一扩、三提升”的目标。“一稳”,即保持小麦播种面积基本稳定,适当调减地下水超采区、条锈病菌源区、赤霉病重发区小麦面积,力争冬小麦面积稳定在3.5亿亩。“一扩”,即扩大冬油菜播种面积,巩固长江流域主产区油菜,积极开发南方冬闲田扩种油菜,力争全年油菜面积达到1亿亩。“三提升”,即提升播种质量、力争一播全苗,提升优质比率、优化产品结构,提升种植效益、助力农民增收。

粮食丰收了,不是可以喘口气、歇歇脚的理由,更不是让粮食生产放一放、搁一搁的借口。食为政首,粮食生产永远在路上,粮食安全永远在路上。

盒马鲜生“标签作假”问题出在哪?

□ 刘 艳

被打上新零售概念标签的阿里巴巴旗下盒马鲜生(以下简称盒马)陷入“标签门”。消费者在盒马上海大宁店看见工作人员更换胡萝卜包装时把日期也换了,市场监管局接举报后,立案调查。11月21日,盒马创始人、CEO侯毅在社交媒体上发致歉信称:盒马上海区总经理负有管理责任,就地免职,盒马开始在所有门店开展自查,进一步完善操作标准。

业务管理未跟上规模扩大速度

很多盒马的拥趸者感到郁闷,这样一家被视为新零售业态标杆的超市,怎么能容忍标签作假的传统陋习存在?

从目前的情况看,“胡萝卜”事件之所以发生,源自员工销售业绩压力。盒马在近日发布的声明中承认,更换胡萝卜标签一事属实,并强调“这种行为是绝不允许的”。“此事暴露我们在管理上存在漏洞,应当由管理团队而不是一线员工承担责任,取消对当事员工的处罚。”侯毅说。

盒马表示,私换标签折射了管理团队在价值观层面的不足,处罚也是源于近期在品质和服务端出现的问题。侯毅认为:“服务、品质是盒马的生命线,但我们没保持好对客户的敬畏之心,散漫了对客户第一的坚持。”侯毅在致歉信中提到,在自查的同时,盒马将邀请消费者担任服务监督员,遇到类似问题可直接向CEO团队进行反馈。

中粤联合投资合伙人罗浩



元说:“从2015年开业到现在,虽然盒马规模不断扩大,但管理没有跟上狂飙的速度,新模式虽然红遍江湖,但没能解决员工业绩考核、流程管理等企业经营中的老问题。”

需追求透明化而不是遮遮掩掩

虽然消费者通常自己会判断蔬菜是否新鲜,但超市擅自更换包装日期的行为,是另一回事儿。中国电子商务研究中心特约研究员、上海汉盛律师事务所高级合伙人李旻认为,食品安全关系每个人的身体健康和生命安全,盒马的行为不仅违背了其对消费者作出的承诺,也违反了我国对食品安全的管理制度。

盒马的日日鲜柜台商品一般以绿叶菜为主,及一些不易保存的农产品,这个柜台吸引人之之处在于“只卖当天菜,不卖隔夜菜”,商品的统一包装上印有生产日期和销毁时间,但很

多商品标签上却没有印保质期。对此,罗浩元这样解释:“农产品及生鲜产品比较特殊,没有明确的‘保质期’,很多商家在标示时使用‘包装日期’,商品不新鲜后下架。不仅盒马,行业都是如此。”

“盒马员工替换日期标签映射出了商超环境的常态。联华超市在2016年就曾因频繁出现两个日期被法院判以十倍赔偿,相关裁判文书在近三年有上千篇。”电子商务研究中心特约研究员、上海亿达律师事务所律师董毅智说,“监管仍然存在空白地带,或许这样的情况还会发生,只能期待有更严格的方式来规制这种行为,保护消费者的权利。”董毅智表示,我国的超市售卖临期产品的不在少数,因为商品依然可食用且价格低廉,很受用户欢迎。临期或过期商品,不意味着要以欺瞒、蒙骗的手段处理,消费者追求的是透明化,而不是遮掩。

食品冒充神药“忽悠病”得根治

□ 党小学

“可以有效清除血液垃圾,治疗糖尿病。原价1192元一瓶,现在4瓶才卖300多元,这次是厂家搞活动才这么便宜的。”患者杨萍很快就订购了“健康指导师”推荐的“三七粉”。这家北京贞草堂大药房有限公司兜售的“三七粉”,号称能治17种疾病(12月10日《新京报》)。

这名所谓的“健康指导师”,之前是外卖配送员,但经过四天培训摇身一变就成了能给患者治病的“神医”,像他这样的“健康指导师”还有印刷工人。不是患者病了,而是这些“神医”和其背后的医药公司得了“忽悠病”,得给他们治治。先看看他们的“病症”:

“病症”一:用食品冒充药品。这家公司推销的产品叫“七根草牌三七茎葛根超细粉”,仅是三七茎叶提取物,并非通常所说的药材三七根粉,他们把“三七茎葛根超细粉”名称简化成“三七粉”,听着像药,误导患者。原国家食药监总局官网显示,这款所谓的药品其实是一种代用茶,位列食品条目。

“病症”二:冒充医生推介。为了欺骗患者,“健康指导师”把这款食品描述成“神药”,并打着全国著名医院或专家的幌子推广,以巧舌如簧的话语蒙蔽患者,纯粹一个“骗”字打天下。

“病症”三:“包治”疾病。药典记载三七主要用于咯血等,与其他根本不沾边,但这家公司声称可治疗糖尿病、脑梗等疾病。代理商批发价一瓶25元,这家公司却卖1192元,牟取暴利。骗术一环接一环,环环相扣骗患者。

可怕的,不是这家公司得了“忽悠病”,而是很多公司甚至是一个群体得了病。据报道,还有四家公司以同样方式销售这个产品,这家公司老板是北京健康产业协会的副秘书长,其公司被该协会评为优秀诚信企业。“忽悠病”的一个表现手法,就是先给自己戴光环,再用光环去行骗。这些企业是否采用了这一招术不得而知,但他们抱团骗患者,与吸血鬼无异。

骗取患者救命钱的“忽悠病”,不仅要治,而且要根治。用广告法来说,卖假药属于虚假宣传,以精彩“表演”骗人牟取非法利益。遗憾的是,他们的违法广告竟然登上了几家卫视,对明显具有欺骗性质的广告,卫视竟然大开绿灯。对于违法广告的处罚,广告法规定得十分明确,对身为广告主的医药公司、发布虚假广告的卫视、制作虚假广告的经营者的处罚,一个都不能放过。

不能放过,不光是罚款了事,还要依法进行刑事打击。刑法第266条规定,诈骗公私财物,数额较大的,处三年以下有期徒刑、拘役或者管制,并处或者单处罚金;数额巨大或者有其他严重情节的,处三年以上十年以下有期徒刑,并处罚金;数额特别巨大或者有其他特别严重情节的,处十年以上有期徒刑或者无期徒刑,并处罚金或者没收财产。根据相关司法解释,诈骗数额50万元以上的认定为“数额特别巨大”。北京贞草堂大药房有限公司从11月11日到25日,仅这一款所谓的“神药”就销售61万元,涉嫌构成诈骗罪。这家骗子公司能否被打掉,让我们拭目以待。