

全国养殖水产品质量安全水平持续向好

本报讯 农业农村部日前通报了2020年上半年国家产地水产品兽药残留监测情况。上半年,全国产地水产品兽药残留监测抽检合格率为99.2%(按2019年同口径计算为99.7%),同比下降0.1个百分

点(同口径上升0.4个百分点),养殖水产品质量安全水平持续向好。

今年3月份,农业农村部启动了2020年国家产地水产品兽药残留监测计划。农业农村部组织30个省(区、市)农业农村

主管部门和有关水产品质量检测机构,共随机抽检1138家水产养殖场的草鱼、对虾等23种水产品1866批次,检测了孔雀石绿、氯霉素等10项禁(停)用药物指标,共检出15个样品禁(停)用药物超标。

从全国抽检结果看,北京、天津等23个省(区、市)的产地水产品兽药残留监测合格率为100%,罗非鱼、大黄鱼等15个养殖品种的兽药残留监测合格率为100%。农业农村部已将上半年监控情况通

报各地,要求各地继续组织实施好国家产地水产品兽药残留监测计划,做好产地水产品兽药残留专项整治,开展规范用药法律培训,严厉打击水产养殖违法用药行为,确保养殖水产品质量安全。

京城各大超市继续实行价格监控

今年6月新发地出现疫情后,北京各大超市及时锁定蔬菜价格,承诺一个月不涨价,如今一个月期限已过,各大超市蔬菜价格如何?记者了解到,目前京城各大超市依旧实行价格监控,保持商品价格稳定。京客隆计划未来单笔次单品上调不超5%,家乐福、物美、超市发、永辉等企业也继续保持价格监控稳菜价。

华冠超市相关负责人表示,目前每日有10种蔬菜执行限价。未来,华冠超市会继续对商品加价严格执行相关管理办法,平抑物价,尽到企业的社会责任。据介绍,在6月中旬北京出现疫情后,华冠超市猪肉、牛羊肉、生鲜蔬菜类商品主要以产地直供、基地直采为主,尚未受新发地闭市影响,备货量已增加到了平时的3倍。

记者从家乐福了解到,疫情

期间承诺不涨价的10种蔬菜,将持续保持价格稳定,并且结合季节,给市民提供更质优价好的蔬菜水果及民生必需品。疫情期间,家乐福加大北京周边蔬菜直采,来自河北、山东等地的蔬菜可第一时间配送至北京库房,力求保供稳价。今后,家乐福将持续加大基地直采,并继续通过全渠道扶农助农,打通从田间地头到餐桌的链条。

物美集团相关负责人介绍,目前物美对商品价格的措施仍在持续。在蔬菜等供应方面,物美各超市继续坚持从北京周边的基地直采,粮油等日常生活必需品也都是物流点对点。为保障供应,物美所有门店均做好各类民生商品、防疫物资备货和紧急调货准备。物美所有的猪肉、牛羊肉、生鲜蔬菜类商品大部分来源于原产地直采,确保食品安全、价格稳定。

超市发方面表示,每天10种大路菜不高于北京市价格监控水平,这种价格监控机制已经常态化。京客隆此前在商务局倡议的基础上扩大范围,承诺20种蔬菜价格1个月不上调,同时将不涨价时间延长到了7月31日。京客隆计划,未来保证单笔次单品上调不超5%。永辉方面表示,北京的疫情已得到有效控制,当前还应从民生的角度出发,考虑到消费者的购物体验,只按照市场行情进行价格微调。

据了解,疫情发生后,本市商务、发改部门生活必需品的量价监测资源快速实现了整合,对批发市场、连锁超市、社区菜市场等业态进行多维度实时监测,实现对生活必需品量价变化与波动的预测预警。目前,本市蔬菜、猪肉、牛羊肉、鸡蛋等生活必需品市场供应稳定,价格平稳。

(北京日报)

100个地理标志产品拿到进入欧洲市场“入场券”

前不久,欧盟理事会作出决定,授权正式签署中欧地理标志协定。安吉白茶、赣南脐橙、山西老陈醋、郫县豆瓣……来自27个省区市100个地理标志产品拿到进入欧洲市场更为便利的“入场券”,一大批优质农产品将摆上欧洲消费者餐桌。这表明,品质、品牌正成为我国农产品赢得国际市场的“敲门砖”。

地理标志农产品是农产品闯市场的“金字招牌”。我国幅员辽阔、资源丰富、文化多样,地理标志产品非常丰富,相关产值已经超过1万亿元,是不少地方发展区域特色经济、实施精准脱贫的途径之一。截至6月底,我国累计批准地理标志产品2385个,累计注册地理标志商标5682件。纵观增长曲线,地理标志数量稳步提升,市场主体数量持续增加,规模逐步扩大。

应该看到,地理标志农产品是推动质量兴农战略的一个缩影。我国不仅用不到世界9%的耕地养活了世界近20%人口,而且百姓餐桌越来越丰富,品质越来越优良。观察身边的农贸市场、超市货架,很多蔬果、蛋奶都打上了“绿色”“有机”“地标产品”等标识。放眼全国,一大批生产有记录、流向可追踪、信息可查询、质量可追溯的优质农产品正满足城乡居民多层次、个性化的消费需求,不断提升农业综合效益和竞争力。这些积极成果,离不开政府对安全优质农产品公共品牌“两品一标”(绿色食品、有机农产品和地理标志农产品)的推动建设。

目前,我国以政府为引导、市场为主导的地理标志农产品培育保护技术体系、人才体系、工作体系初步形成。2019年《政府工作报告》提出实施地理标志农产品保护工程,当年就支持210个地理标志农产品发

展,带动780万农户增收150多亿元,共支持80个国家级贫困县特色产业发展。通过工程实施,推动农产品按标准组织产业化生产,努力实现投入品减量化、生产清洁化、废弃物资源化、产业模式生态化,建设一批绿色粮仓、绿色果(菜)园、绿色牧(渔)场,很多农产品“长”出了二维码,手机一扫,种植单位、采摘包装日期等信息一目了然。这背后是一整套现代化种植生产体系的支撑:合作社、家庭农场规模化生产,质量有标准、种植有规范、加工有流程,标准高效取代了简单粗放。

有了标准化,还要有“身价”。地标品牌是连接田间和餐桌的桥梁,也是助推农业转型升级、提质增效的持久动力。比如,市面上,普通大米三四元一斤,万昌大米十几元一斤不愁卖;宁夏盐池县的滩羊肉外销价格平均每公斤近200元,养殖户只均增收达到300元以上,乡亲们尝到了创品牌的甜头。然而,应该看到,不少地方农产品依然存在优质不优价现象。加快推进品牌强农,就要进一步挖掘和提升优质农产品的价值,强化加工包装、储藏保鲜、电商服务等建设,补齐线下冷链、物流设施短板,拓展线上销售渠道。只有这样,才能更好带动小农户有效对接大市场,增强农民开拓市场、获取利润的能力,更多分享品牌溢价收益,确保好产品卖出好价钱。

农产品做优了就是公信力,做细了就是吸引力,做强了就是竞争力。质量兴农、品牌强农是一项系统工程,需长期坚持,久久为功。不光要靠市场营销,也要靠政府推动,握指成拳,带动企业增效、农民增收,实现社会效益、生态效益、经济效益同步提升,方能更好推动农业发展质量变革、效率变革、动力变革。

“专特供”借酒还魂应一查到底

一瓶2015年的专供名酒售价115000元,而且多家网络平台上有人经营“专特供”名酒。据新华社报道,早在2013年,国家多部门就对“利用互联网销售滥用‘特供’‘专供’等标识商品”进行了集中清理整顿,并明确发文“严禁中央和国家机关使用‘特供’‘专供’等标识”。这些“专特供”名酒“八成是假货”“九成成为送礼”“十分不靠谱”。

2011年到2013年,国家有关部门和地方有关方面持续开展清理整顿部分商品滥用“特供”“专供”标识专项行动,取得了显著成效。此后几年,“专特供”产品基本消失。如今“专特供”名酒死灰复燃,通过网络交易等更为隐蔽的方式进行销售。显然,只有及时采取有效治理措施,才能防止“专特供”烟、茶等产品跟风再现。

这类“专特供”名酒再次出现,主要原因还是特权思想在作祟,有人以为拿这种产品送礼更能体现诚意,有人以为消费这种产品就能体现身份和面子。实际上这类名酒八成是假货的曝光,

对送礼者和收礼者都泼了一盆冷水,使其感受不到诚意和面子,相反会感觉上当受骗,“专特供”名酒有望因舆论监督遇冷。

但是,不能只靠舆论对“专特供”名酒说不,而是应该对这类产品的生产、销售、购买、消费等环节进行深入调查、严厉惩治。比如“八成是假货”就意味着生产者、销售者涉嫌违反《产品质量法》《反不正当竞争法》等法律法规。再比如,“九成成为送礼”意味着部分送礼者有行贿嫌疑,部分收礼者涉嫌受贿,可能触犯党纪国法。

对所有涉嫌违法者都应该依法查处,查处“专特供”名酒入手点是网络销售平台。从新华社这次调查看,既有电商拍卖平台通过假拍卖逃避责任销售产品,又有二手交易平台通过暗语变相销售。相关平台都没有起到审核作用,应当依法追究其责任。更重要的是,谁在销售、谁在购买“专特供”名酒,通过网络平台都能查出来。

只有顺着媒体线索一查到底,才有希望彻底铲除“专特供”

名酒。虽然一些电商拍卖平台利用《拍卖法》规定搞假拍卖以逃避责任,但涉嫌虚假宣传违反了《广告法》;销售或者提供法律、行政法规禁止交易的商品,违反了《电子商务法》等法律规定。别看拍卖平台可以逃避责任,但在其他环节涉嫌违规,依然可以依法查处使其不敢充当“专特供”帮凶。

除了从供给端依法查处外,还应该从需求端查处。谁在购买“专特供”名酒,又送给了谁,也尽量一查到底。虽说近些年从上到下都在旗帜鲜明地反对特权思想,但从“专特供”死灰复燃和某些腐败案来看,铲除特权思想还要下大决心,其中关键要对公权力进行有效监督制约。

“专特供”名酒再现网络也折射出当前酒类市场的经营较为混乱。“专特供”之所以偏偏附体酒类产品,主要原因是酒类市场从生产到销售环节,都存在不规范之处。所以,如果整治酒类市场之乱,“专特供”也会失去附体无法还魂。期待媒体报道之后,相关治理措施能够及时跟进。