

## 好种子有了“信用证”

国家市场监督管理总局联合农业农村部日前印发《关于开展农作物种子认证工作的实施意见》,标志着国家统一推行的农作物种子认证制度正式建立。

种业振兴,关键在品种。从供种能力看,我国农作物自主选育品种面积占比超95%,在“有没有、保生存”上有充分保障。从发展趋势看,水稻、小麦优质专用品种不多,玉米、大豆单产仅是国际先进水平的60%,在“好不好、高质量”上有较大差距。我国农作物种业好比是个橄榄,顶部是水稻、小麦等优势种源,能完全自给;且有较强竞争力;中部是玉米、大豆等种源,能基本自给但竞争力不强;底部是部分设施蔬菜种源,进口依赖程度较高。

今年是种业振兴“三年打基础”的第三年。近年来,很多种业工作都具有基础性开创性,从种质资源到创新攻关,从种业企业到种业基地,一

些过去想解决而没能很好解决的难题都在破题。面对国内外形势,我国农产品保数量、保多样、保质量的任务越来越重,迫切需要增强重要种源自主可控能力。让优势种业企业成为种子市场的供应者、品种更新的推动者,势在必行。

在此背景下,种业振兴向纵深推进,品种审定和种子认证自然要双管齐下。品种审定关注的是品种推广价值,属于市场准入必备条件;种子认证关注的是具体产品表现,属于市场竞争的加分项。品种审定是从培育的新品种中选出了合格的好品种;种子认证则是从繁育的商品种中选出了优秀的好种子。两者都是符合种业发展需要的制度安排。

种子认证是实现由“好品种”到“好种子”的有效途径,被誉为好种子的“信用证”。种子质量好不好,直接关乎农业生产效益。此前,由于缺乏种子认证的统一标准,种子市场存在

鱼龙混杂的情况。与绿色有机农产品认证类似,种子认证并不是强制性的,由生产主体自主申请,认证机构对种子质量开展合格评定,利于实现优质优价。可见,建立种子认证制度,可以验证种子企业的可靠度。

种子认证是国际通行的种子质量管理模式。种子认证制度起源于欧美发达国家,最具影响力的是国际经合组织的种子认证。主要对种子的品种纯度、重量水分、发芽率等进行抽样检验,确保达到最低标准。近几年,全球种子市场稳步增长,认证种子在国际贸易中的比例逐年上升。而由于缺乏与国际接轨的正式标准,我国种子面临出口难题。可见,建立种子认证制度,可以提高种业国际竞争力。

从出品种到出好品种,要更好发挥审定对育种创新的“指挥棒”作用。科学把握品种选育推广规律,建立品种全生命周期管理模式,加快培

育推出一批高产稳产、绿色优质、专用特用优良新品种,可为促进粮油作物大面积单产提升提供品种支撑。近期,28个违规国家级审定品种联合体试验被严肃处理,或被取消资质或限期整改,显示了有关部门的负责态度。从出种子到出好种子,要更好发挥认证对种业市场的“净化器”作用。种子认证是一种质量背书,能避免“劣币驱逐良币”现象。为保证种子认证的权威性和公信力,对认证机构的资质条件、审批程序和行为规范要严格把关,增强市场和农民对种子认证的认可度。说到底,种业企业要提升自身管理水平,落实生产质量把控。在认证制度的助力下,优秀的种业企业将迎来更多机会,规模做大、产品做优。

期待越来越多带有认证标志的好种子进入市场。

乔金亮

## 加大黑土地保护力度

黑土地,是我国宝贵的土壤类型,被视为“耕地中的大熊猫”。生态环境部近日表示,将持续加大黑土地生态环境保护工作力度,进一步强化农用地土壤污染源头防控,依法查处黑土地生态环境破坏问题,推动实现黑土地环境质量稳中向好。同时,重点开展加强黑土地生态保护监管、扎实开展耕地土壤污染防治、积极推进农业面源污染治理、搭建黑土地高水平保护科研平台四方面工作。近年来,为切实做好黑土地保护与利用,国家出台了一系列文件和政策,极大推动了黑土地保护工作的进展。接下来,要将战略性、持久性的黑土地保护利用工作与生产生活紧密联系,贯彻绿色发展理念,让更多地区、更多主体参与到保护工作中,让黑土地焕发勃勃生机。

(文/时锋 图/商海春)



## 预制菜别被妖魔化:权衡利弊看事实

2023年9月初,江西赣州的几则“预制菜进校园导致健康问题”的新闻可谓“一石激起千层浪”,大家纷纷在互联网平台上表达自己的担忧,讲述自己的经历,“预制菜”这三个字一时间甚嚣尘上。在舆论排山倒海的冲刷之下,一些问题也渐渐浮出水面——预制菜到底是什么?我们到底该用什么样的态度看待它?

有关预制菜的概念,尽管在艾媒咨询调研中发放的1500份问卷中,有将近55%的受访者认为自己对预制菜“比较了解”,但是从对“预制菜”相关新闻的评论中不难看出,大家对于“预制菜”的定义普遍是模糊的,仅认为“预制菜”中包含的“即烹食品”才是所谓的“预制菜”。但事实上,根据《2023年中国预制菜产业白皮书》中的定义,“预制菜”包含的食品类型不止有“即烹食品”,其他诸如“即热食品”(例如自热火锅等)、“即食食品”(例如方便面、八宝粥等),甚至是仅仅经过清洗和初加工的“即配食品”(即“净菜”)也是预制菜的范畴。

在厘清预制菜的概念之后,有关对待预制菜该采取什么样的态度的问题,笔者认为就大可不必将其过度妖魔化。

首先,我国预制菜产业的爆发还要追溯到疫情期间居家餐饮需求的爆炸式增长,从那之后,预制菜由于方便、快捷的缘故,在此后的几年中一直保持高速增长,多家咨询公司和产业研究院均认为这是可以成长为万亿市场的一个经济增长点。同时,预制菜的发展也可以带动物流产业与冷链运输技术的成长。很显然,从经济发展的角度来讲,预制菜产业必将会成为近年比较重要的新兴经济增长点之一,它的产业化和普及化几乎毋庸置疑。

其次,如果我们从店家的角度来看,预制菜无疑是标准化餐饮和降本增效所绕不开的一条必经之路。目前餐饮市场的情况不容乐观,仅2021年上半年就有35.1万家餐饮企业注销或吊销,哪怕强如海底捞这类影响力巨大的餐饮连锁巨头,也时有关店新闻出现,标准化和降本增效是维持餐饮市场长久健康发展的重要一环。而当我们站到消费者的角度,不难想象,面对步履匆匆、节奏日渐变快的现代社会,在一天的劳累结束,能够在小吃店中点上一份快速出餐的、热气腾腾的饭菜,无疑是既能抚慰劳累的肉体,也能抚慰现代人疲惫的心灵的美事。而事实也确实如此,

我们如今不仅能在抖音上时常刷到“做饭糊弄学”的视频,而且根据美团研究院发布的数据,有关预制菜的消费中,80%来自于二、三线城市,年龄在21—35岁之间的占比超过43%,而他们选择预制菜的原因也基本是“方便快捷”和“好吃”。

看到这里,有的观众可能还会问——预制菜确实方便快捷,标准化也可能确实比小作坊做的口味要统一和美味一些,但他们真的能保证营养与健康吗?为什么还是时常会有“吃了预制菜健康就出问题”的新闻呢?

对于这个问题,我们需要知道的是预制菜与普通菜肴最大的区别就是预制菜已经由厂家帮我们加工至半成品,而普通菜肴需要我们从头加工而已。如果实现了工业生产的标准化、规范化,在外就餐时是远远比一些小作坊来的安全和健康的。既然如此,为什么预制菜的负面新闻还频频爆出呢?这就需要我们明白,预制菜终究归不得干净原料现炒现做的菜肴,而且现阶段我国预制菜产业发展仍旧处于成长期,野蛮生长的同时必然会出现一些滥用防腐剂 and 添加剂的行业乱象。在这方面,国家、地方政府和一些行业组织也在尽力规范产业,截至2023年2月,全国

各地已经有20余项规范标准与文件发布。同时,我们作为消费者,也应当在心中绷紧一根弦,一旦我们吃到了有问题的预制菜,应当勇敢站出来将问题曝光,帮助预制菜产业“拨乱反正”,向着利好消费者的方向健康发展。

批判看待完“预制菜”以后,笔者还想在最后说,不管是追求速度和标准的“预制菜”,还是寄予食物以情感的精致“私厨”,它们都有自己存在的道理与对应的受众,都是现代社会不断发展、食品行业不断精细化之后的产物,就如同曾经集合在家庭中的教育、裁缝等部分一样,下厨做饭也可以通过工业化从家庭中分离出来,成为一个单独的产业,我们不该过分地“踩一捧一”。

所以,笔者还是衷心希望在不久的将来,工业化的“预制菜”能不带任何顾虑地去最大限度地填饱奔波不停的现代人的胃,而我们驻足歇息的时候,还能在深巷里找到那一份饱含情感的“童年的味道”,让美食温暖味蕾,直抵内心,这才是我们提倡的“传统”与“技术”相结合,才是中国人心目中憧憬的“现代化”。

孙伟伟

## 打通农技推广“最后一公里”

近日,一台油菜联合播种机在宜春市袁州区彬江镇英山村进行现场示范。当日,2023年全省油菜绿色高产高效生产技术培训会在袁州区举行,全省300多名油菜种植大户和技术人员参加培训。

为提升农民田间管理的技术水平,江西省深入农村开设培训课,他们手把手、面对面向农户和技术人员讲解田间管理的新技术、新方法,全力做好油菜种植培训确保丰产。农培训课让身在田间地头的农民就能

接受“一对一”的优质指导服务,深受当地农民的欢迎。

农民培训课是实施精细服务的生动实践,也是加快推进乡村振兴的务实举措,可以让农民就近享受高质量的农业技术培训指导,实现了群众足不出户。

在乡村开设农民培训课,基于充分调研的基础之上,做到精准对接农民需求,理论和实践相结合,主要以田间管理、施肥、喷药等内容为主,农业知识要求比较低,教学语言通俗易

懂,农民乐于接受,可以学以致用,提升了农民发展粮食的积极性,更拓宽了农民增产增收的渠道。通过系统的培训课学习,专家把最先进、最实用的种植技术、管护方法传授给广大农民,帮助农民增产增收、节本增效,为农业产业质量的提高提供了重要科技支撑,让更多农民成为有文化、懂技术的高素质农民。

但是,农民培训课须防范图数量不讲质量的问题。农技专家要不断提高自身的责任感,将群众最需要的

高效栽培、高效施肥与测土配方、农作物秸秆综合利用等技术培训和指导送到田间地头,切实解决好群众在绿色生产中遇到的难题,尽最大努力进行品种选用、土壤培肥、种子处理、秸秆还田、高质量播种、高效施肥及科学用药技术等方面技术培训,并做好后续服务工作,为群众开展更多特色农业种植培训课程,打通农技推广的“最后一公里”。

梁婧

### 《经济日报》

### 直播带货不可消费“信任”

多名网红日前“摆拍卖惨”事件引发广泛关注。他们蓄意设计剧本和话术,通过直播带货虚假营销,欺骗善意的消费者。由于涉案数额巨大,社会影响极为恶劣。

假助农,真带货。卖惨式虚假营销,于情不顾、于理不合、于法不容。需要反思的是,类似的闹剧已经屡屡上演,网络上早就不乏批评之声,打着助农旗号的网红为何能够反复招摇撞骗?

流量造假违规成本较低。一个脚本,几个演员,在互联网平台通过虚构经历,就可以获取网民的同情,堂而皇之直播带货,甚至销售假冒伪劣产品。如此做法,不仅侵犯了消费者的知情权,还可能涉嫌构成犯罪。较低的风险,巨额的回报,成为一些直播运营机构和网红铤而走险的驱动力。

直播带货缺乏刚性约束。近年来,网红经济快速发展,在商业化包装之下,众多主播走红,并快速将流量变现。由于资本的逐利性,山寨当道、假货横行的情况屡屡发生。这从侧面说明,直播行业发展迅速,但与其相匹配的行业标

准与规范也要及时跟上。

消费维权举证困难重重。分散在各大直播平台的网红数量庞大,多数商家并没有实体店铺,虚假宣传持续时间一般较短,直接取证难度不小。普通消费者很难溯源货品真实来源,证明网红虚假宣传更是难上加难。通常情况下,只有商家受到行政处罚后,消费者才能凭借处罚记录进行投诉。

乱象屡禁不止,平台难辞其咎。在流量为王的价值追求下,一些平台已然成为假货集散地,贴标售货、假冒伪劣的商品充斥其中。长期来看,这些平台将透支消费者的信任度,导致用户逐渐流失,最终得不偿失。因此,要想长远健康发展,平台应严格过滤用户内容,真正落实惩戒措施。

摆拍卖惨虚假营销,不仅透支了大众善意,也败坏了社会风气。网红们应该意识到,粉丝经济是信任经济,如果大肆消费信任,一旦翻车,后果十分严重。既然虚假营销对各方都会造成危害,就要严查违背公序良俗骗取网民善意的直播账号,切断流量赋能和违规牟利途径,还网络消费清朗空间。

### 酱香“老铁”碰瓷不可取

□余颖

还记得刷屏的酱香拿铁吗?这款瑞幸和茅台的联名款咖啡售价19.9元,上市之初一杯难求。最近,电商平台和线下超市出现多种版本的“酱香拿铁”,有的是固体咖啡饮料,20条售价8.8元,算下来一杯约0.4元;有的是咖啡饮料,19.9元两杯;还有酱香拿铁风味的调味糖浆,1kg只要32.9元。这些商品的外包装与正版高度相似。面对这些“美酒加咖啡”,瑞幸和茅台看了恐怕真会“心碎”。

酱香拿铁如此“出圈”,其他品牌怎敢“碰瓷”?从商标法来说,这些商家是钻了空子:“酱香”和“拿铁”两个词作为通用语,代表产品类型,无法注册商标。商标局公开信息显示,目前存在6条“酱香拿铁”商标注册申请,均为产品上市后提交,且申请人与茅台、瑞幸无关,涉嫌恶意抢注,能注册成功的概率极小。

除了商标法,我国还有反不正当竞争法,其中明确规定,经营者不得擅自使用与他人有一定影响的商品名称、包装、装潢等相同或者近似的标识,使人误以为是他人商品或者与他人存在特定联系。

回到酱香拿铁。其他商家不是不可以卖,就像肯德基首创了奥尔良鸡翅,现在各家都卖,但高仿版穿着跟正版近似的外衣,推出一堆“酱香”产品,蹭人家出圈的流量,很容易让人以为他们跟瑞幸、茅台有关系,误导消费者购买。如果被确认为属于反不正当竞争法禁止的混淆行为,违法企业可能受到行政处罚,还可能承担高额赔偿。建议监管部门查一查线上线下泛滥的高仿版,相关平台也应保持关注,免得成为碰瓷行为的温床。

从“今日油条”到酱香拿铁,这些年恶意抢注、搭便车、碰瓷等不正当竞争行为屡禁不止。对此,监管部门高压打击。然而,随着技术进步,不正当竞争的形式花样翻新,进化出数据爬取、流量劫持、口碑营销等新品种。近期,市场监管总局公布了9起网络不正当竞争典型案例,其中有的商家利用爬虫程序窃取942万余条他人店铺相关信息,并一键上传至其他具有竞争关系的购物平台;有的假冒“ChatGPT中文版”,被查处时居然累计有4000多人注册付费,充值会员费超过16万元。

此类新兴技术信息壁垒较高,且蹭上ChatGPT等网络热点,实施的混淆行为较为隐蔽,普通人难以识别。这也提醒我们,反不正当竞争的攻防战要坚持不懈打下去,帮助消费者甄别高新技术行业商品和服务的真假,同时警示经营者不要妄图在信息壁垒较高的领域欺骗、误导消费者。

一般来说,实施碰瓷行为的多是自然人和小企业。他们的研发、营销能力较弱,想蹭流量、挣快钱,顾不得讲究商业社会的体面,不惜踩法律红线。看似走了捷径,实际上暴露出实力不足,并缺乏闯市场的底气。

针对商标恶意抢注、碰瓷等不正当竞争行为,必须加大打击力度,让别有用心之人不敢“碰”;营造有利于企业研发的氛围,让企业不屑于“碰”;提高消费者对正品的鉴别能力,让他们主动抵制被“碰”。只有这样,才能确保市场竞争公平健康,推动经济持续发展;只有在公平竞争的市场环境中,企业才能专注创新,不断推出好产品。第一个做出酱香拿铁的品牌创造神话,而跟风的酱香“老铁”们则会沦为笑话。

(本版稿件仅代表作者个人观点)

#### 征稿启事:

本版关注的是乳业界的热点话题,常有业内外知名专家、学者参与话题的讨论。如果您有见解独到,论点鲜明,论据充足的稿件,欢迎您投稿。稿件请以电子版的形式发送。邮箱:rysb2007@163.com