

高标准农田岂能种光伏

耕地红线不能突破,变通突破也不行。宝贵的耕地,如果今天这个产业用,明天那个产业占,岂不成了“唐僧肉”? 能不能处理好发展与土地的关系,关乎现代化进程。珍惜保护耕地、合理利用每寸土地,应成为全社会的共识。

据报道,在个别地方的部分乡村,一大片光伏阵列矗立在连片的稻田里。有的是2019年耗资800多万元建起的高标准农田,2021年起却被用来建设光伏电站。这引发了热议,也让人们思考耕地保护和产业用地的问题。

耕地是粮食生产的命根子。这些年来,无论国际形势怎么变化,14亿多人都能每天到点开饭,饭碗越端越稳,吃得越来越好,重要原因是牢牢守住了耕地红线。近年来,耕地保护越来越严格,不仅落实“占补平衡”,又提出“进出平衡”。通过耕地保护党政同责、卫星遥感图片比对、公开通报挂牌督办等硬措施,全国耕地总量连续净增长。

耕地红线不能突破,变通突破也不行。宝贵的耕地,如果今天这个产业用,明天那个产业占,岂不成了“唐僧肉”? 我国有19亿多亩耕地、15亿多亩永久基本农田,已建成10亿多亩

高标准农田。每一寸高标准农田都应及早涝保收出力,而不能另作他途。刚耗费数百万元资金建设田间道路、灌排工程,转头又上马光伏项目,着实让人惋惜。

发展光伏当然没有错,关键是要看在哪里发展,怎么发展。2023年3月,三部门印发《关于支持光伏发电产业发展规范用地管理有关工作的通知》,明确光伏方阵用地不得占用耕地,占用其他农用地的,应根据实际合理控制。光伏产业要顺应政策法规要求,找准产业方向。比如,可在符合国土空间规划和用途管制要求基础上,充分利用沙漠、戈壁、荒漠等未利用地,布局大型光电基地;又如,在土地资源紧张的地区,可重点开发屋顶光伏、建筑光伏等分布式能源。

与田争地的不仅仅是光伏项目。产业项目总要考虑人地钱,过去首先考虑钱,如今更多要考虑地。好

多产业感到用地难,不少地方觉得用地难,这恐怕会是今后的常态,告别粗放式用地是历史的必然。经济社会活动离不开土地,建城市、搞工业、保生态,种粮食都要有地,必须排出优先序,合理布局。在“三区三线”划定的时候,国家优先划定的是耕地和永久基本农田。如今,“三区三线”已落实到图,各类经济活动均要遵循。

现实中,一些地方在处理保耕地面积和要发展空间关系时面临困难。有的做法能助力地方经济发展,却可能损害国家粮食安全。对地方来说,保护耕地是潜绩,发展经济是显绩。地方领导干部要树立正确的政绩观,要显绩也要潜绩,尤其是聚焦“国之大者”,把耕地保护这类中央交办的大事要事办好。当然,很多地方找到一个好项目不容易,要用足用好现有政策,寻找合法合规的用地出路。复杂的经济生活充满了两难多

难,无可回避,只能兼顾,从大局出发,必须守住底线红线,在多重目标中寻求最佳方案。

底线红线也是高压线。近年来,有关部门多次公布土地违法违规典型案例。对地方政府来说,要举一反三,像保护大熊猫一样保护耕地,为子孙后代守好“饭碗田”。对触犯法律法规的,要严肃追究责任。同时,也要稳妥处置政策变化完善过程中产生的历史遗留问题。对企业来说,发展非农产业不能打耕地主意,要着眼于用好其他地类,集约节约用地。增强用地合规意识,投资前务必要清楚地块性质,是农用地、建设用地还是未利用地,是永久基本农田、一般耕地还是耕地之外的农用地,对相应的用地政策也要心中有数,不抱侥幸心理,不打“擦边球”。

从中文造字看,富自田起。对耕地的态度体现着一个国家饭碗的成色。我国是农业大国,也是人口大国,农地利用直接关系到乡村振兴。能不能处理好发展与土地的关系,关乎现代化进程。珍惜保护耕地、合理利用每寸土地,应成为全社会的共识。

乔金亮

规范食品标签

近期有调查发现,很多食品标签上的字太小了,让消费者特别是老年消费者难以看清,生产日期不显眼、难辨认、标签被遮挡等问题也比较常见。此外,一些标明“零添加”的食品却含有山梨酸钾、苯甲酸钠这两种防腐剂。食品标签是消费者购买与否的最直接参考依据,是消费者对自身食品安全最能直接把关的部分,这些情况违反了《食品标识管理规定》中有关“食品标识应当清晰醒目,标识的背景和底色应当采用对比色,使消费者易于辨认、识读”的规定,侵犯了消费者的知情权,给消费者带来很大不便。监管部门应当依法依规加强执法监管,加大对违法行为的打击力度,震慑不良商家以及生产企业。此外,要进一步提高食品标签规范化水平。

(文/时锋 图/陶小莫)



治理食品“学历造假”乱象

当前,标榜“农科院研制”“某大学开发”不断成为网红食品的新卖点,食品“高学历”现象愈发常见。然而,多款冠名“高学历”的食品不仅存在不实宣传,价格虚高,甚至还会出现检测不合格等质量问题,严重侵害了消费者的合法权益。

之所以频频出现此类食品“学历造假”现象,既有无良商家期待通过虚假宣传扩大销量牟利的因素,也有消费者认为含有农科院、农学院或者高校食品学院研发的食品品

质更加优良的片面思维推波助澜。总之,在消费者更加注重食物有机健康的当下,“高学历”食品也更加容易引诱消费者掉入商家刻意构建的消费陷阱。

从法律视角看,食品“学历造假”是虚假宣传的一种形式。我国广告法明确规定,经营者不得欺骗或误导消费者,不得进行虚假或引人误解的商业宣传。商家为了售卖食品而伪造“高学历”,既侵犯了消费者的知情权,又侵犯了相关“农科院”“知名大

学”等单位的名誉权。因此,无论是消费者还是相关权利人,均可让违法宣传的经营者依法承担法律责任。

但刑罚并非目的。为了防范食品“学历造假”,切实保护消费者合法权益,食品、市场监督管理等部门要切实加强对“高学历”网红食品的质检、监督和抽查,严厉打击假冒伪劣以次充好的现象,维护市场秩序。食品行业机构应当强化自治,可以通过建立“高学历”食品白名单,将假冒伪劣食品纳入“黑名单”等举措,

推动行业规范清源。

执法司法机关要依法提高违法成本,严格追究发布虚假广告的民事责任、发布虚假广告的行政问责及刑事责任。而消费者也要增强防范和维权意识,科学理性购买“高学历”食品,收到不合格或货不对板的商品,应当及时退货,如遭到无理拒绝,要勇于拿起法律武器维护自身合法权益。

陈玉霞

餐馆里的消毒餐具还能放心用吗?

近日,潇湘晨报晨意帮忙记者卧底长沙市净卫坊餐具消毒有限公司调查发现,现场卫生状况令人触目惊心,洗几万套餐具换一次水,所有工人未戴口罩头罩,工作服消毒柜只是摆设,餐具清洗后仍有食物残渣,工人抹过鼻涕的手触碰设备……每天成千上万的餐具就是如此“消毒”后,被送往多家餐馆。

事实上,餐具清洗公司被曝光卫生问题,本就充满了讽刺——连自身卫生都搞不好的公司,居然靠消毒餐具赚钱。早在2019年,新京报记者就曾卧底消毒餐具厂,曝光了消毒餐具不为人知的另一面。

多年过去,从报道可知,部分消毒餐具厂的卫生问题依然存在,而且根本经不住记者的暗访,镜头之下令

人作呕的场景仍在发生。甚至有操作工人都不忘嘱咐,“在外面吃饭还是要用热水烫一下,不烫一下不干净”。

餐具清洗,公司并不能想怎么洗就怎么洗。对此,我国《食品安全国家标准餐(饮)具集中消毒卫生规范》有明确规定,无论是车间环境、清洁消毒设施、流程,还是工作人员的包装作业和着装要求,都有相对应的“操作指南”。显然,涉事公司多项操作都不符合规范要求,但其抽检结果却令人意外。

据中国新闻周刊报道,此次被媒体曝光的公司,此前在《2023年上半年长沙市卫生计生综合监督执法局集中消毒餐饮具监督抽检情况通报》中,抽检合格率为100%。记者暗访调查的内容和卫生执法部门的集中

抽检结果自相抵牾,那些明显“不干净”的餐具又是如何百分之百通过抽检的? 这些问题还有待执法人员现场调查。

此外,值得注意的是,餐具清洗公司干不干净,供应的餐馆应该最清楚,为何餐馆选择视而不见? 说到底,还是因为餐具清洗公司提供的“售后服务”让其稳赚不赔,“送过来的餐具就有投诉,不干净。一般给顾客免单或送两个菜也没事,这些厂里会负责。”

而餐馆,一方面收着顾客一到两元的餐具费,这笔费用几乎可以覆盖清洗成本,甚至还能小赚;另一方面,餐馆既省了人工清洗的成本,还能避免餐具损耗。在这种情况下,餐馆又怎么会有动力“较真”餐具卫生呢?

餐具卫生,同样是保障食品安全的重要一环,容不得“掺水”。相关部门有必要加强对餐具清洗公司的监管,在集中抽检之外,增加随机抽检,并加大处罚力度,把“不干净”的餐具清洗公司逐出行业。

同样,餐馆也要有长远眼光,真正负起把关的责任,消费者花钱买的餐具不干净,连带也会对餐馆产生不卫生的印象,影响的是餐馆的声誉。

餐具清洗厂一再而再三地被曝光,消费者自会用脚投票,不再使用那些包装消毒餐具。涉事餐具清洗厂也该好好反思一下,怎么洗掉“不卫生”的标签,真正做到“消毒餐具,请放心使用”。

倚然

《新京报》

开张5天就拆 农贸市场建设不能朝令夕改

“想不明白!”3月22日,在河南南阳宛城区新建成的儒林临时农贸市场内,37岁的王华东眉头紧锁。他说,实在想不明白为何才建成开张没几天的市场,就要面临拆除,“当初可是催着我加班加赶工期。”

据媒体报道,这家农贸市场在当地城管委办公室的批复下,由王华东个人斥资数十万元建成,并吸引了一批商家入驻。然而,市场正式开张仅5天后,王华东就收到一份来自当地城市综合执法局的限期拆除通知。目前,关于拆除是否合规,以及相关成本的分担及商家赔偿问题,仍处于搁置之中。

其实,抛开具体人情不谈,开业仅5天的农贸市场就被要求拆除,首先就给人一种过于儿戏和草率的荒诞感。更显蹊跷的是,该农贸市场建设与拆除的批复和通知,都来自当地城管部门。并且,在市场建设过程中,当地相关领导还曾两次到现场视察催促工期。

很显然,短时间内“一建一拆”的矛盾要求,就这样以白纸黑字的公文方式公然出现,不得不让人对当地相关部门在市政规划上的严肃性和决策上的科学性产生疑问。更重要的是,在市场建设者多次咨询及媒体关注后,关于农贸市场为何要拆除,当地相关部门至今也未能给出一个准确说法。这种讳莫如深的态度,无疑进一步加剧了有关该拆除要求合理性的疑问。

退一步说,即便如目前所推测的,拆除市场的要求可能与打通断头路有关,理由或有其正当性,相关部门也该光明正大地给予市场建设者、商户和社会一个说法。同时,依法依规妥善做好相应的赔偿、善后工作。

要知道,短时间内同一部门由“建”到“拆”的态度急剧变化背后的成本,无论如何都不该由市场建设者和商户来承担。甚至,其背后若涉及违反决策程序乃至乱作为问题,还应严肃追责。

就目前看,在无任何沟通的情

况下,仅凭一纸拆除通知就试图对市场进行“强拆”,显然过于粗暴,不仅将严重损害建设者和商户的利益,也将令打通断头路这一民生实事招致不必要的社会争议,继而影响到当地政府的公信力。

可以说,此事目前的操作方式和形成的局面,于“私”于“公”都属不妥,对其可能带来的不良后果和影响,当地不可不察。为此,对于“建”与“拆”的决定是否合规,建设者与商户的合法利益到底由谁来保障,当地上级部门有必要及时介入调查,给予所有市场主体和社会一个合理交代,也及时止住公信力的流失。

更要看到,如此一幕,与当前大力优化营商环境、提振民营经济发展信心的政策要求和社会大环境,也格格不入。

就在去年8月,国家发改委发布《关于完善政府诚信履约机制优化民营经济发展环境的通知》明确要求,要加强政府诚信履约机制建设,着力解决朝令夕改、新官不理旧账、损害市场公平交易、危害企业利益等政务失信行为,促进营商环境优化,增强民营企业投资信心,推动民营经济发展壮大。而“短命”的农贸市场,折射的正是地方政府公信力、决策合理性和市场预期的偏差——这些都是营商环境建设大忌。以此而言,这一案例,之于当前营商环境建设,已然是一记现实警钟。

一方面,仍不能低估一些有违营商环境优化、有损民营经济发展信心的做法及政策的存在概率,各地都应加大摸底和纠偏力度,防止出现一边“优化”,一边“损害”的情况。另一方面,所有地方都应明白,民营经济的信心和预期,“病来如山倒,病去如抽丝”,一个不当做法带来的不利影响,可能是更多的好政策也难以弥补的。

这要求各类决策和行政行为务必强化一致性,多做“呵护”之事,少为“破坏”之行。尤其不能发生这种朝令夕改、不顾市场主体切身利益的事情。

社区食堂得能“自己养活自己”

□鲍南

干净卫生、健康便捷、价格合理的社区食堂广受欢迎。但媒体调查发现,如今不少社区食堂深陷运营之困,关门停业的不在少数。如何提升社区食堂的服务质量与运营效率,成为社会广泛关注的问题。

社区是居民生活和城市治理的基本单元,将食堂开到居民身边,是大家期盼的好事,也是利于长远的实事。但就现实来看,一些食堂遭遇经营困难,与一些地方只图有、不图优有关。有的选址缺乏考虑,建成之后发现来吃饭的老人没有预想的

多;有的陷入政策攀比,直接搞“免费就餐”导致入不敷出;有的服务不精细,上门服务不主动;还有的供需不匹配,任务指标在城区层层下达,却忽视了广大农村地区……可以说,当前社区食堂出现的种种问题,本质上是没有形成“自己养活自己”的良性循环,最终难以继。

社区食堂的可持续经营,政策和资金的扶持只是其一,最终还是需要一定的盈利空间。而公益性与市场属性的平衡,是一项考验精细化运营水平的大工程。一方面,社区食堂以老年人为主要服务对象,而受限于老年群体的消费意愿、口味偏好等,其营收水平与发

点,必然跟单纯的市场化餐饮有所区别;另一方面,部分社区食堂

的菜品与菜式,不能满足年轻人的需求,加之空间设施老旧,一来二去客流就成了大问题。这些痛点都决定了社区食堂的运营方不能一哄而上“复制粘贴”,而要拿出“绣花功夫”,深入了解所在社区的人员构成、年龄层次、口味与价格偏好,制定针对性的运营策略,实现细水长流。

社区食堂的发展状况,对完善其他种类的社区服务也有启示作用。小区,不仅是居住空间,更是生活空间,存在着养老驿站、家政服务、洗衣织补、代收快递等各种需求,仅靠政府部门大包大揽,单方面进行财政投入,既不现实也不科学。这就需要社区党组织、居委会发挥统筹协调作用,积极引入社会资本,把社区服务延展得更宽更远。比如在北京的一些社区里,已经形成了社区党组织、居委会、业委会和物业定期召开联席会的制度,能够及时了解到居民反映的真实需求。有需求就有市场,社会资本的积极性也就能被充分调动起来。

一餐食,一瓢饮,小小食堂背后,折射出的是社会基层治理水平的精细化程度。集众智、汇众力,相信通过更充分的共商共治共建,社区食堂等各种社区服务都能高质量运营,让城乡更加和谐宜居。

(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