

最小包装食品也应统一标注生产日期

近日,有消费者在购买食品时留意到,市面上那些内含独立小包装的食品,在小包装上没有标注生产日期或保质期等信息,其中有的会注明“单片/单个非最小销售单元”。这让有的消费者犯了难:“以为瓶盖上有生产日期,箱子早就扔了。”

商品特别是食品包装上标注生产日期、保质期等信息,不仅关系到消费者的知情权,还关乎食品安全。针对部分预包装食品生产日期、保质期找不到、看不清等现象,市场监管总局于2024年3月印发公告,推动食品企业积极采取针对性改进措施,方便消费者清晰辨识。然而,目前市场上在售的部分食品,在生产日期或保质期等信息标注方面仍然不统一、不规范。

最小包装食品是指那些被包含在更大包装中的独立小包装食品。这些最小包装食品通常用于方便携带

和单次食用,常见于零食、即食食品等领域。以最小销售单元售卖的食品是指那些在销售过程中能够独立进行定价、交付和售后服务的最小单位。这些食品通常以独立包装的形式出现,每个包装内包含一个或多个产品。

以最小销售单元售卖的食品,包装上都标注了生产日期,但其里面装的独立小包装食品,有的标注了生产日期等信息,有的却未标注这类重要信息。很多消费者都习惯性地扔掉了食品外包装,若里面独立小包装未标注生产日期等,会带来不少问题。

首先,消费者无法判断这种最小包装食品是否在保质期内,弃之可惜,食之危险,陷入两难。有的消费者看不到生产日期,就有可能误食过期食品,给健康带来危害。

其次,有的企业可能会故意不在最小包装食品标注生产日期,趁机浑水

摸鱼,销售临期乃至过期食品。法律层面对食品包装上的信息标注有着明确规定,企业一般不敢违规操作。但对最小销售单元里面的独立包装食品,并无相关硬性规定。有的企业利用法律漏洞,故意不标注,以销售问题食品从中牟利。

上述问题说明,即便是销售最小包装食品,也应该统一标注生产日期,以方便消费者查看是否在保质期内。这样做还能避免某些企业将问题食品装入最小销售单元销售,并以最小包装食品没有生产日期为由,拒绝承担保障消费者权益的责任。

也就是说,有必要在法律层面统一规范最小包装食品生产日期等信息标注,以堵住食品安全漏洞。虽然这么做增加企业成本,但这种成本是必要承担的,食品企业就应该以最完善的信息标注,去满足消费者对知

情权要求。保障消费者知情权不该是粗放的,在能够细化的部分商家理应承担到。

既然最小包装食品是独立的,与最小销售单元存在分离的可能性,而这种分离直接影响消费者合法权益,那么法律层面就应该最大化保障消费者合法权益,企业也应自觉维护消费者权益提升美誉度、忠诚度。从这个角度看,最小包装食品标注生产日期实际上能为商家和消费者带来双赢。

简而言之,最小包装食品虽然产品规格相对较小,而且套在外面的包装上也印有生产日期和保质期等,但从现实情况看,这样做还不能充分满足消费者的知情权。对此,有必要通过法律设计完善有关规定,进一步保障食品安全。

海凝

《光明日报》

一如既往抓好“米袋子”“菜篮子”

农业农村部农情调度显示,目前,全国在田蔬菜面积8300多万亩,同比增加80多万亩,预计全国蔬菜生产继续保持好势头,能够有效保障春节供应。我国粮食和重要农产品稳产保供,中国人的饭碗端得更稳了。

党的十八大以来,以习近平同志为核心的党中央高度重视粮食安全。自2015年起,我国粮食产量连续10年保持在1.3万亿斤以上,2024年粮食总产量14130亿斤,创历史新高,与此同时,“菜篮子”产品市场供应充足。我国粮食产量稳步增长,重要农产品供给水平不断提升,农业生产能力显著增强。

100%依赖进口局面、“中油早1号”创造了“稻稻油”三熟制模式下油菜亩收实产新纪录、自主培育12个南美白对虾新品种市场占有率达35%。农业科技和装备支撑增强,有效驱动农业生产力的提高,为实现农业农村现代化,提高农业综合生产能力赋能。强化农业科技和装备支撑,还能有效推动良田、良种、良机、良法、良机深度融合,挖掘增产潜力,推动我国形成集约、高效、安全、持续的现代农业,提高农业生产科技水平,推动农业现代化。

健全政策体系和体制机制,充分调动起生产、保障各方面的积极性。严格耕地保护和粮食安全责任制,压紧压实地方各级党委和政府主体责任,全面提升粮食生产、安全保障能力。2024年继续提高小麦、早稻最低收购价,稳定耕地地力保护补贴、农机购置与应用补贴、耕地轮作休耕补贴等政策,在全国范围内实施三大粮食作物完全成本保险和种植收入保险政策,让种粮农民更安心。坚持和完善粮食主产区利益补偿机制,充分调动地方重农抓粮积极性。加大对产粮大县的财政转移支付力度,有效保护粮食主产区积极性。

统筹做好粮食和重要农产品调控,保障市场平稳有序。粮食等重要农产品生产容易受供应链环节、自然灾害、外部环境等因素影响,产生较大波动。为此,要完善市场调控体系,提高收储调控的科学性和精准性,根据市场需求优产稳推,推动供求平衡。保障粮食和重要农产品稳定安全供给,还要提升产业链供应链韧性,加强粮食和重要农产品生产、收购、储存、加工、销售各环节有机衔接。随着农业大数据、人工智能、区块链等信息技术的突破,数字技术将“产购储加销”等环节全链路贯通起来,发挥出保障产供双链实现突破,国产白羽肉鸡打破种源

也要看粮食生产能力。耕地是粮食生产的根基,我国人多地少的国情没有变,耕地“非农化”“非粮化”问题仍较突出,要切实加强对耕地保护,全力提升耕地质量,提高耕地生产能力,把牢粮食安全主动权。数据显示,2021年至2024年,全国耕地总量连续3年实现净增加,耕地面积达到19.18亿亩,牢牢守住了18亿亩耕地红线。抓好粮食和重要农产品稳产保供,须扎实推进新一轮千亿斤粮食产能提升行动,稳定粮食播种面积,把粮食增产潜力放到大面积提高单产上,通过稳面积、增单产两手发力保障粮食生产。除了用好传统耕地资源外,还要多途径开发食物来源,树立大食物观,构建多元化食物供给体系。农业科技创新对提高农业综合生产能力至关重要。建设农业强国,推进农业农村现代化,必须高度重视农业科技,加快实施创新驱动发展战略,深入实施种业振兴行动,强化农业科技和装备支撑。种子是农业的“芯片”,近年来种业振兴行动持续推进,从源头上保障粮食安全和农业现代化主动权。通过协同攻关,关键核心技术实现突破,国产白羽肉鸡打破种源

新型工伤保险温暖骑手

随着外卖等即时配送市场规模持续扩大,从业人员数量也在不断增加。数据显示,目前全国外卖骑手已超1000万人。由于收入比较有竞争力、自由度大,外卖骑手成了许多人弹性就业的优先选项。与传统的直接聘用关系不同,平台企业的骑手大都属于第三方合作间接用工,而这成为劳动者遭遇职业伤害时部分平台拒绝赔偿的关键。自2022年7月起,在北京、上海等7省市的7家平台企业开展新业态就业人员职业伤害保障试点,为外卖骑手、网约车司机等建立新型工伤保险制度。未来还需继续积极探索,改善社会环境,完善政策措施,不断加强灵活就业和新业态劳动者权益保障,让外卖骑手们感受到更多暖意。

(文/时锋 图/宋博)



碗内天地宽 食中乾坤大

你会为了一道美食,奔赴一座城吗?到甘肃天水,尝一尝咸香可口的麻辣烫;去广西柳州,啍一口酸辣过瘾的螺蛳粉;在四川乐山,试一试麻辣鲜美的钵钵鸡……或许,我们不会专门为了一道美食启程远方,但特色美食往往是旅途中不可或缺的一个元素。《2024中国美食旅游发展报告》显示,93.1%的受访者将体验当地美食作为旅游的主要因素之一。

一道美食一座城,万千风味之后,蕴藏着具象化的城乡印象。北京炸酱面、河南驴肉火烧、福州佛跳墙……这些利用当地食材、传统技艺打造而成的美味佳肴,浓缩着地域风味,也蕴藏着当地的民俗风情。

国务院印发的《关于促进服务消费高质量发展的意见》提出,“提升餐饮服务品质,培育名菜、名小吃、名厨、名店。鼓励地方传承发扬传统烹

饪技艺和餐饮文化,培育特色小吃产业集群”。打造更多地标美食,既可更好满足食客之需,也能促进文旅发展、增添消费活力,还有助于弘扬地域文化,可谓一举多得。

一道美食,之所以能成为“地标”,往往在于其选用的食材、使用的烹饪技艺深深植根于一地一城。因此,培育地标美食,必须守住传统风味。也需要看到,这并不意味着墨守成规,恰恰相反,地方美食要走向更广阔的地域,必须兼收并蓄、不断创新,以独特可口又与时俱进的味道,满足食客的味蕾。像沙县小吃,起初所售菜品仅有拌面、扁食等几种,正是在“走南闯北”中博采众长、不断丰富,才发展出畅销法国的鸡肉馅扁肉、走俏西班牙的油饼扁肉等240多个种类。在保持传统风味的基础上,持续创新,方能使美食始终保持旺盛生命力。

事实上,一道美食要吸引更多入,需要对口味作适当的调整。很多美食本身就是融合创新的产物。广式早茶既有虾饺、烧卖等传统美食,也有蛋挞、榴莲酥等源于外国的点心;北京烤鸭不仅吸取了南京板鸭的制作特点,也融汇鲁菜的烹饪技艺,还回应如今消费者的需求推出了“低脂版”。美食正因融合创新而更具吸引力。

“菜香”也怕巷子深。美食要走出一步,为更多人所知、所喜爱,需在产业化、品牌化上下功夫。以山东枣庄辣子鸡为例,当地一面推动皱皮辣椒、孙枝鸡等食材标准化种养,实现酱油、醋等调料专业化生产,确保口味正宗;一面建设场景体验馆,举办推介会、美食季等活动,努力将辣子鸡打造为城市名片。这启示我们,在提升产业化、品牌化水平上发力,促进食品有品牌、产品成产业,才能全

方位提升地标美食的影响力。

地标美食的根是农业,身是加工服务业,灵魂是文化产业。火锅彰显巴蜀人民的火辣性格,兰州牛肉面折射丝绸之路的文化交融,浙江兰溪游埠早茶照见江南商贸的往来繁盛……深挖风味后的历史,讲好传承中的故事,是培育地标美食的关键。有的地方编印美食特刊,绘制漫画、创作歌曲;有的地方构建数据库,梳理菜谱、典故;有的地方开展研学游,让孩子们在体验做菜中感受美食文化。进行更多有益的探索,挖掘菜品的文化内涵,地标美食方能入口更入心。

碗内天地宽,食中乾坤大。期待各地写好地方餐饮这篇大文章,让更多地标美食亮相相涌,让更多独特风味传承延续。

常晋

补好智慧农业短板弱项

□郭丰瑞

近年来,我国智慧农业发展成绩显著,市场规模不断扩大,增速明显。数据显示,近5年来,农业机器人需求量以38.6%的同比增长率增长;截至2022年底,全国超百个无人农场项目分布于22个省份,建设面积超30万亩,万亩以上大型无人农场达到10余个。多个地区在实践中探索出属于自身的特色。

政策的扶持为智慧农业的提质增效提供了强有力保障。多份中央一号文件强调发展智慧农业,鼓励利用现代信息技术推动农业转型升级。农业农村部2024年印发的《关于大力发展智慧农业的指导意见》明确提出,到2030年,智慧农业发展取得重要进展,关键核心技术取得重大突破,标准体系、检测制度基本建立,技术先进、质量可靠的国产技术装备广泛应用;重点地区、重要领域、关键环节的推广应用取得重大突破,推动农业土地生产率、劳动生产率和资源利用率有效提升,行业管理服务数字化、智能化水平显著提高,农业生产信息化率达到35%左右。可见,在推动技术研发、设施建设、产业融合等方面,政策发挥了关键作用,有效引导资源向智慧农业集聚。

提升农企研发能力。相关企业应组建高水平研发团队,持续提升技术创新能力,开发适应市场需求智能装备、软件系统和解决方案。积极推动智慧农业商业模式创新,探索“互联网+农业”“农业+电商”等新模式,拓展销售渠道,提升产品附加值。加强与科研机构产学研合作,建立长期稳定合作关系,加速科技成果转化应用,提升智慧农业技术实际应用效果。

提升新型职业农民科技素养。涉农高等院校要充分发挥科学研究、人才培养与服务社会的核心功能,不断完善新农科课程体系设计,创办多功能田野科学实验室,培养胜任农业科技创新的研究型人才和实现科技成果转化的高素质人才。组织多种形式的科技下乡服务,加强对一般农业劳动者数字技能培训,提升他们的实际操作能力,培养一批掌握“新农具”、会干“新农活”的新农人。

(本版稿件仅代表作者个人观点)

搪瓷盆草莓蛋糕爆火折射消费新需求

近日,“冬天第一盆草莓蛋糕带火搪瓷盆”“复古的风终于吹到了搪瓷盆”等词条相继跻身热搜,话题自发布以来,浏览量一路攀升,部分话题阅读量甚至突破千万次。

鹅黄外表、蓝色圈边、盆外和盖子上的大簇花朵,搪瓷盆的标志特征使人印象深刻。草莓蛋糕配上搪瓷盆,西式甜品和中式老物件这一对颇有反差感的搭配,让人们记忆中的搪瓷盆回归大众视野。网友对这一跨界组合的认同度莫衷一是,但是网络讨论量和销售火爆程度不容置疑。在某电商平台上选取了3家销量靠前、不同发货地的销售商,3家店铺近一个月来的搪瓷盆销量几乎与近一年销量等同,销售额从15万元至45万元不等。与此同时,有的蛋糕生产商还想出用搪瓷茶缸、搪瓷罐替换价格上涨的搪瓷盆,新的商机就此产生。一个小创意,两个互不关联产业的跨

界组合,让一个传统产业焕发出新生机。

看似只是随手一搭,为何能产生如此大能量?这当然离不开商家的创意。但细心观察近年来的互联网热款,从新中式服装到艾草花束,再到各具特色的博物馆文创冰箱贴,很多产品背后的创意,实际是在回应消费者对传统文化的认同,满足消费者的情绪价值。搪瓷盆草莓蛋糕爆火的背后,也有着相似的逻辑。它在满足味蕾的同时给人带来惊喜,用搪瓷盆这个过去家家户户日常使用的老物件唤起人们对家的温情记忆和对童年纯真时光的怀念。

其实,乡村发展有内差的的就是这一点“创意”。每个人内心都有乡愁,充分发掘并回应人们对乡村的情感需求,是未来乡村发展的新机遇。近年来,一些“出圈”的乡村新业态,或多或少都可以看到相似的身影:

一种特有的乡土资源或产品,在创意的加持下,搭上一种年轻态的创意或产业,“老”资源日渐焕发“新”面貌,也让乡村“圈粉”无数。或如“猪圈+咖啡”“鸡棚+咖啡”,盘活起乡村闲置资源,创造饮品消费新场景;或如“茅台+咖啡”,解锁出农产品的全新喝法,唤醒独特味觉魅力;或如“乡村文化广场+户外音乐节”,营造出别样的田野风情,催生乡村文旅新产业。这些令人耳目一新的组合之所以“出圈”,都是准确地捕捉到消费者的情感需求和审美趋势,整合乡村资源,创造出全新的消费体验,让乡村的独特价值被发现和看到,为乡村消费培育出新的增长点,为农产品销售、农民增收带来新机遇。

当前,“全方位扩大国内需求”仍然是推动经济前行的关键词,“大力提振消费”是深挖需求侧潜力的关键一招。伴随城市要素向乡村流动,城

市基础设施向乡村延伸,城乡居民生活消费互动加深,乡村消费市场成为扩大内需的潜力后劲和重点难点。促进乡村消费市场提质扩容亟须推动乡村消费升级,增加乡村消费总量,拓宽农民增收渠道。解答好这一“命题”,需要更多像搪瓷盆草莓蛋糕这样的好创意、好点子助力,让更多人看到乡村、重新认识乡村,为古老的乡土大地带来新的生机与活力。

搪瓷盆草莓蛋糕或许有一天会“降温”,但只要创意不止,传统产业依然能有新机遇。当然,抓住流量的风口固然重要,做好质量过关、提档升级的产品才最关键。在欣喜于搪瓷盆产业能再度蓬勃发展的同时,我们期待能够看到更多优质乡村资源乘着新型消费的“快车”行稳致远,驶向更加美好的未来。

饶雪平

征稿启事:

本版关注的是乳业界的热点话题,常有业内知名专家、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