

不要把农业文化遗产“冷冻式保存”

农业文化遗产不是摆在博物馆里的文物,而是绽放在广袤乡间的有机体,最大特点就是活态和活性。因此,既不能盲目开发,造成破坏;也不能“冷冻式保存”,忽视发展。在发掘中保护、在利用中传承,才能不断推进保护与发展的实践。

我国新增3项全球重要农业文化遗产。甘肃皋兰什川古梨园系统、浙江德清淡水珍珠复合养殖系统、福建福鼎白茶文化系统日前正式被联合国粮农组织认定为全球重要农业文化遗产。

农业文化遗产是农耕文化的“活化石”,融合了自然遗产、物质文化遗产、非物质文化遗产的部分特征,兼具经济、生态、文化等多重功能。2005年,浙江青田稻鱼共生系统成为世界首个、我国首个全球重要农业文化遗产。目前,我国全球重要农业文化遗产增至25项,保持世界第一。遗产数量的增长,体现了相关体制机制的完善、保护与发展并进,也证明了我国农业的底气,不仅在于众多农产品产量居全球第一位,而且拥有丰厚文化底蕴和深刻内涵。

但凡遗产,保护皆是基础。农业

文化遗产是以农业生产为基础的活态遗产,易受到城镇化、工商业活动、气候变化等因素影响。这是各国共同面对的挑战,抓紧保护就成为国际共识。我国是农业文化遗产保护的积极推动者,2015年,出台全球首部专门的《重要农业文化遗产管理办法》;2021年乡村振兴促进法实施,成为世界首个将农业文化遗产保护列入法律的国家,为全球农业文化遗产保护贡献了中国智慧。

历经千百年,跨越时空,农业文化遗产依然具有独特价值,对推进乡村振兴、建设农业强国也具有重要作用。农业文化遗产提供的绿色食品和优美景观,蕴含的农耕文化和生态理念,高度契合了人们对美好生活的向往。当前我们所倡导的诸多农业形态和模式,也可以从中找到借鉴。由此来看,不管是世界级还是国家

级、省级农业文化遗产,认定的初衷并不是保持一成不变,而是要创新传承、永续利用、造福社会。

农业文化遗产不是摆在博物馆里的文物,而是绽放在广袤乡间的有机体,最大特点就是活态和活性。因此,既不能盲目开发,造成破坏;也不能“冷冻式保存”,忽视发展。在发掘中保护、在利用中传承,才能不断推进保护与发展的实践。经济价值实现是保护与发展的关键,立足各遗产的资源、技术、景观优势,进一步挖掘其经济价值,是解题的关键,要重点把握好以下两点。

嫁接现代产业要素。传统农耕智慧与现代农业科技并不矛盾,而是相辅相成的。浙江青田稻鱼共生系统就是一例,近年来,当地创新水稻和开田鱼品种,在稻田引入农业物联网,开设海外仓,青田稻鱼米、田鱼炒

粉干越洋出海,去到120多个国家。江苏兴化垛田农业系统于湖荡沼泽中堆土成垛,垛上种田,如今带火了乡村旅游,还借助创意产业,衍生出垛田文创产品。期待更多遗产地引入现代科技和管理,成就农业与二三产业融合的新业态。

擦亮农遗金字招牌。农业文化遗产本身就是独一无二、得天独厚的资源,若能用好,会给农业带来品牌增值。有的遗产地以区域公用品牌、地理标志产品等手段开展品牌建设,宣传葡萄、敖汉小米等成为热销产品。实践表明,只有当农民被纳入产业链并享受发展成果时,才能真正实现农遗的可持续发展。更多遗产地要因地制宜探索优势产品生产、产业融合发展、龙头企业带动等多种模式,让老百姓依托农业文化遗产提高收入,增加福祉。

从古而来,向新而生。观察农业文化遗产的变迁,可以感受到中国农业从传统走向现代的过程。中国农遗,传统但不落后,将伴随乡村振兴再奏时代新韵。

乔金亮

严管有毒的“瘦身咖啡”

一段时间以来,“体重管理”备受关注。一些消费者的“懒瘦”“躺瘦”等心态,让有毒有害减肥产品有了生存空间。近期,甘肃兰州警方破获一起特大生产销售有毒有害食品案件,打着轻松减肥旗号的“瘦身咖啡”,实则添加了有毒有害违禁成分西布曲明,销往28个省市区,涉案金额达1500多万元。除“瘦身咖啡”外,“瘦身奶茶”“瘦身糖果”等网售产品也被曝光过暗含违禁成分。乱象背后,暴露出部分平台对入驻经营者的身份、资质等信息审核不严,对商品来源、质量等管控不到位等问题。对此,平台应健全经营信息定期审核、不规范经营惩戒等机制,加强对商品的源头追溯和全流程监管,同时畅通投诉举报渠道。有关部门应加大监督抽检和执法力度,提高违法成本,全链条监管网络销售食品。

(文/时锋 图/程硕)



以法治之力打击山寨食品

这样的“傻傻分不清”,令不少消费者感到困扰:远看是“金典牛奶”,近看却是“全典牛奶”;与知名品牌包装设计乃至字体都高度相似,名称却是“小白兔奶糖”……

以假乱真、偷工减料,以次充好,山寨食品仿冒知名品牌,存在食品安全隐患,破坏公平竞争市场秩序。值得关注的是,曾以农村市场为主要“根据地”的山寨食品,已悄然从线下延伸到线上,“晒身”直播间、购物网站、外卖平台。

不久前,全国人大常委会启动食品安全法执法检查,聚焦“舌尖上的安全”,紧抓影响法律实施和损害群众利益的突出问题。整治山寨食品乱象,是民生课题,也是法治命题。我国现行法律体系已构建起保护食品安全的“四梁八柱”,反不正当竞争法、商标法、食品安全法等相关法律,对山寨食品侵权行为和食品安全问

题形成了较完备的法律规制。但实践中,仍面临侵权认定标准模糊、违法成本较低和震慑不足等问题,亟待

在法治轨道上加强全链条治理。治理的有效性取决于措施的精准性。针对“近似侵权”“实质性相似”等法律概念,可制定更具操作性的认定标准,将包装装潢、色彩搭配等隐性侵权要素纳入规制范围。治理的关键,在于构建“违法成本>违法收益”的惩治体系。不妨考虑在相关法律中增设相关条款,对主观故意、反复侵权等仿冒食品行为施以更高的罚款乃至惩罚性赔偿。同时,应进一步完善行刑双向衔接机制,推动行政执法和刑事处罚双向闭环、无缝衔接,实现“1+1>2”的惩治效果。

新技术的应用,也能有效赋能治理。以往,山寨食品往往凭借包装仿冒、渠道隐蔽、地域流动等规避监管。如今,借助区块链技术,可建立

从原料采购到终端销售的全链条追溯体系;运用智能算法,助力监测电商平台中的仿冒食品信息;通过卫星遥感技术,可精准锁定隐蔽加工窝点。促进法治利剑与技术手段深度融合,有利于提升治理效能。

整治山寨食品不是监管的“单打独斗”,而应推进多元主体协同共治。市场监管总局、财政部发布公告,对食品生产经营企业内部举报人举报实施奖励;有的地方创建食品“红黑榜”制度,将销售山寨食品的商户纳入失信名单,倒逼供应链自查自纠;一些食品行业协会发起“正品承诺”联盟,并公开抽检数据。政府厉行监管,企业强化自律,平台严把关口、公众参与监督、行业组织守土尽责,集聚合力,方能让山寨食品无处遁形。

把握“破”与“立”的辩证之道,才能求得最优解。企业维权过去常被

认为是“耗时费力、得不偿失”,而黑龙江五常大米的产业实践颇具启示。制定管理办法,规范五常大米地理标志产品专用标志的申请、使用,建立区块链溯源平台,实现“一田一码、一物一链”,全程可追溯,“立法保护+创新赋能”双轨并进。当地龙头企业加大研发投入,推出一系列高附加值产品,带动正品销量提升,大幅挤压仿冒品生存空间。以法治护创新、以创新促保护,正是法治思维的生动写照,也印证了以“良币”驱逐“劣币”的市场机理。

民以食为天,食以安为先。以法治之力打击山寨食品,让消费者拿起一包零食时,不必反复比对商标细节;让企业研发食品时,无需担忧创意被肆意剽窃——这样的期待,必将在法治中国建设中化为现实。

倪弋

让数字标签守护食品安全

如今,不少食品外包装上多了一个拇指大小的二维码,用手机扫描就可以看到食品的配料表、生产日期等信息。这个二维码是我国正在推广的食品数字标签。近日发布的《食品安全国家标准 预包装食品标签通则》(GB 7718—2025),首次将数字标签纳入食品标签标准体系。

随着人们对高品质生活和高质量食品的需求不断增长,食品包装上的标示信息,如配料表、营养成分及加工工艺等,越成为消费者的关注点,甚至是购买食品的重要参考之一。数字标签就像是食品的一张“电子身份证”。标签虽小,意义不容小觑。一方面,“扫一扫”数字标签,方便

消费者获取食品的配料表、营养成分等详细信息,并且清晰的追溯信息有助于消除消费者的食品安全顾虑;另一方面,有助于食品企业

信息管理更便捷高效,提升管理效率,进而帮助企业筑牢食品安全防线。企业还可通过数字标签展示品牌故事、产品特色等内容,增强消费者对企业品牌的认同感。

民以食为天,食以安为先。数字标签为食品企业提供透明化展示窗口,需要企业具备较强的数字能力,确保食品的生产、运输和经营等环节符合数字标签的标准要求。由于不同企业的数字化水平存在差异,转变并非一蹴而就,而是一个渐进的过程,需要

在政府机构的指导和行业协会的引领下,以行业内的数字化标杆企业为典范,逐步探索和实施数字化转型。

数字标签是食品标签的一部分,企业在推广应用数字标签时,必须始终将合规性放在首位。应注意其内容必须符合食品安全法、广告法、消费者权益保护法和《食品安全国家标准 预包装食品标签通则》(GB 7718—2025)等相关法律法规的要求,确保数字标签内容的真实性、准确性,不能误导消费者,确保“码上信息”真实可信,以增进消费者信任,维护企业声誉。

此外,包装上的字大小、配料表

者选购食品时的共同困扰。企业要充分考虑老年消费者的需求,在推行数字标签时,要强化标签的适老化功能,降低老年人使用难度,打造令老年消费者便于操作和阅读的数字标签,比如放大字体、增加语音播报等功能,谨防数字标签成为数字障碍。

目前,全国数字标签试点企业已有100多家,随着更多食品生产企业加入试点工作,应抓住以数字标签为载体的数字化转型机会,不断优化消费者体验,让“小标签”发挥大作用,守护好食品安全与健康,进而提升品牌的市场竞争力。

王琳

智能农机让农民“慧”种地

多年来,我国农业装备和农业机械化水平实现跨越式发展,农机装备总量持续增长、作业水平不断提升、社会化服务能力显著增强。从北方平原到南方丘陵,智能插秧机、自动驾驶农机、精准施肥设备等现代装备正逐步替代传统耕作方式。目前,全国农机保有量超过2亿台(套),北斗终端设备应用超过220万台(套),全国农业机械总动力超过11亿千瓦,全国农作物耕种收综合机械化率超过75%,小麦、水稻、玉米三大主粮基本实现机械化,分别超过97%、88%、91%,大宗经济作物、畜禽水产养殖、设施农业、农产品初加工等领域机械化水平也在持续提升。农业生产实现了从主要依靠人力畜力向依靠机械动力的转型升级。

一系列支持智能农机发展的政策体系逐步完善,为现代农业注入强劲动力。农业农村部印发的《“十四五”全国农业机械化发展规划》提出,引领推动农机装备创新发展,做大做强农业机械化产业集群产业链,加快推进农业机械化向全程全面高质高效发展。2024年3月份国务院印发的《推动大规模设备更新和消费品以旧换新行动方案》提出,扎实推进老旧农业机械报废更新,加快农业机械结构调整;同年10月份,农业农村部印发《全国智慧农业行动计划(2024—2028年)》,强调持续推进智能农机创新,在规模化应用场景下实现精准整地、精准播种、变量施肥、变量施药、变量灌溉、收获减损、运输减损、仓容减损、秸秆合理利用等精准作业。一系列政策“组合拳”为智能农机从研发到应用构筑了全链条支持体系,成为提高农业产出效率和资源利用率的重要力量。

在快速发展与广泛应用的同

时,智能农机还存在资金补贴力度不足、产品同质化、核心技术自主创新能力较弱、农村地区基础设施滞后等问题,成为制约智能农机高质量发展的因素。因此,要有针对性地施策,让农民“慧”种地。

一方面,完善智能农机购置资金政策,增强智能农机自主创新能力。继续加强对农机装备升级的政策支持力度,通过财政补贴、贷款贴息等方式,为农机装备转型升级提供充足的资金保障,创新“先租后买”“融资租赁”等灵活购置模式,降低农户使用智能农机的门槛。加大关键核心技术攻关力度,建立健全产学研用深度融合的协同创新机制。提升智能农机的本土化适应性,针对不同区域、不同作物、不同地形条件研发差异化、定制化智能装备,满足多样化的农业生产需求。

另一方面,加快农村数字基础设施建设,培育新型职业农民经营主体。推进5G网络、物联网等智能农机发展所需的数字基础设施向农村延伸并不断完善,构建起覆盖全面、运行稳定的智慧农业数据平台,满足实时数据传输、云端计算和远程操控等需求,为智能农机的精准高效运行提供坚实支撑。强化智能农机操作技能培训,提升农民数字素养和智能装备应用能力,培育一批懂农业、爱农村、会农机的专业人才,为智能农机的推广应用提供人才保障。

此外,发展智能农机社会化服务组织。政府、企业、科研机构和农民多方协同配合,推广“农机+农艺+农信”一体化服务模式,建立智能农机托管中心,通过规模化经营降低单位作业成本,提高智能农机使用效率,构建全产业链协同发展机制,推动形成从田间到餐桌的智慧农业全产业链。

5元快餐店走红提醒了什么

□夏振彬

一家饭馆走红的理由,可以千奇百怪。比如,一条差评。

“菜少,还贵”——最近,得益于这条评价,一家开在济南小巷里的5元自助快餐店火爆出圈。“5元自助有帝王蟹吗?”“老板,来份香煎牛排,要七分熟。”网友争相赶来打卡、玩梗,为其“打抱不平”。相关话题登上各大平台热搜。

基于真实体验表达不满,是消费者的权利。这就是我们常说的“差评权”。不过对于差评,他人也可以解释、反驳、回应。就像这家快餐店,让附近的外卖骑手、工地工人等花5块钱吃上自助餐,“任选6到8个菜,有荤有素、量大管饱”——“菜少,还贵”的评价未免有苛刻之嫌。翻翻上万条留言:“中规中矩,帝王蟹也就正常大小”“三文鱼甜虾北极贝不限量畅吃”……网友尽情展示自己的幽默感,用“抬杠”表达支持,把善意变成段子。每一个留言仿佛都在说,还要啥“自行车”?

调侃也可以有温度,玩梗背后是真情。对于这家实惠小店,对其背后的市井温情,网友选择远程守护,有的点赞、收藏,助其跻身某平台“济南市自助餐收藏

榜第1名”;还有人从广州寄来鸡尾酒,有人送上自家卤的把子肉……线上声援也好,线下“添菜”也罢,这对于一家深藏小巷、原本寂寂无闻的小店而言,无疑是一场网络奇遇。

今天,注意力早已成为稀缺资源。为了所谓流量,为了“被看见”,不少商家冥思苦想、煞费苦心。有的给返现、送折扣,大搞营销噱头;有的剑走偏锋,在黑灰产的助力下,“粉丝”可以有,“互动”可以买,“好评度”能够提升,“播放量”可以增长……而这家小店提醒我们,真诚永远是必杀技。当同行还在谈差评色变,甚至为差评评级尽脑汁,它硬是把差评变为流量,将负面评价“反转”成了全民点赞。正像店主小孟所言:“是大家善意把我的小店‘捧起来了’。”少一些套路,多一些真诚,以心换心,自然会被善意包围,会受人追捧。

近年来,“十元管饱”的盒饭屡见报端,一些小店因多年不涨价而走红……人们对5元快餐店的力量,也折射出公众对于平价餐饮的期待。无论何时,物美价廉,总是商业世界的底层逻辑。这无疑是5元快餐店走红的另一个启示。

(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