

对“双证制”的期待不止于放心菜



评论员观察

“双证制”实施之后,食用农产品实现了可追溯,对种植户而言,滥用农药等行为面临的责任风险大幅提升,也就必然更加注重农业生产规范。对于“双证制”而言,保障食用农产品的安全是重要目标,却绝不止于食品安全。

从11月1日起,我省开始针对食用农产品实施合格证和市场销售凭证“双证制”管理,时有出现农残超标的韭菜产品,被率先纳入“双证制”管理范畴。目前建立起来的“韭菜地图”,已经可以将相关信息精确到种植户,为实施“双证制”管理打下了基础。把韭菜纳入“双证制”管理,也为全面建立食用农产品追溯体系提供借鉴。

瓜果蔬菜等食用农产品的安全问题,直接关乎人民群众的身体健康,历来备受关注。受制于现有的农业生产方式,这也是管理难度较大、监管较为薄弱的领域,十分影响社会公众的消费信心。“双证制”的推行,着眼于食用农产品可追溯体系的建立,这一体系通过精准的责任认定倒逼种植户在进行农产品生产时更加注重遵循规范,把食品安全隐患消灭于田间地头,最终达到保障食品安全的目的。

在保障食品安全方面,追溯体系的建立是已经被证明的有效手段,国家层面对此作出了要求,指明了方向,关键就在于如何从纸面落到实际。2015年5月正式施行的食品安全法,明确规定食品生产经营者应“保证食品可追溯”;上月初,农业部等十部联合下发指导意见,强调“抓好重要产品追溯标准的推广应用”。相对于食品加工业,直接面向消费者的食用农产品,在追溯体系建设方面是落后的,尽管也有生产经营主体用加标签、印二维码等形式实现了农产品的可追溯,但毕竟是自发的、小规模的。从这个角度来看,山东以韭菜为切入点推行“双证制”管理,可谓迈出了重要一步,是值得期待的。

目前,食用农产品在食品安全方面的最大障碍就是相对落后的生产经营模式,上游种植规模小、从业者数量较多,给监管工作带来很大困难。“双证制”实

施之后,食用农产品实现了可追溯,对种植户而言,滥用农药等行为面临的责任风险大幅提升,也就必然更加注重农业生产规范。更值得注意的是,取得合格证有委托检测、内部品控、自我检测、自我承诺等几种方式,权威性显然有所区别。考虑到成本和效率,小规模种植户多会采用自我承诺,不容易赢得消费者信任;而有能力开展权威检测或自建实验室的规模化、品牌化运作模式,更容易在竞争中胜出。换言之,“双证制”客观上抬高了市场准入门槛,有助于推动农业生产方式的转变,从根源上提升食品安全。

如果能够保障食用农产品的品质,为食品安全补上这块短板,消费者的消费信心也将大大提升。毋庸讳言,对农药残留等食用农产品的安全隐患,普通消费者是心存担忧的,“菜农不吃自家菜”等说法广为流传,可为佐证。从购买力和消费观念来

看,如今的城乡居民有能力也有意愿迎接消费升级,但受制于消费信心不足,农产品市场的升级也就相对滞后了。就拿韭菜来说,人们爱吃,口袋里也不缺钱,却不知道吃谁家的韭菜更放心,总感觉吃什么都一样,整个市场停留在依靠价格竞争的低层面。而“双证制”的推广,就是一个契机,守好了食品安全的底线,提振了消费信心,消费升级也就自然而然了。

从食用农产品追溯体系建设的角度来看,韭菜产品是“双证制”管理的切入点;从农业产业以及农产品消费升级的角度来看,“双证制”本身也是一个重要的切入点。对于“双证制”而言,保障食用农产品的安全是重要目标,却绝不止于食品安全。这样看来,把韭菜纳入“双证制”管理这个试点工作,担负着的期待远远多于让老百姓吃上放心韭菜。

保护消费者,电商平台就该多担责

□一家之言

□史洪举

电子商务法草案10月31日第二次提交全国人大常委会审议,进一步体现了对消费者权益的保护。对于电商平台内出现侵权假冒情况,草案二审稿规定,电子商务平台经营者知道或者应当知道平台内经营者侵犯知识产权的,应当采取删除、屏蔽、断开链接、终止交易和服务等必要措施;未采取必要措施的,与侵权人承担连带责任。此外,电子商务平台经营者对其标记为自营业务的商品交易或者服务交易依法承担商品销售或者服务提供者的责任。

这种规定无疑可倒逼电商平台尽到更高的监管审核义务,切实净化网购环境。

目前,电商平台需要对消

费者承担赔偿责任的情形十分有限,不足以充分保护消费者权益。根据消费者权益保护法,消费者通过网络交易平台购买商品或服务而受到损害,电商平台不能提供商家真实信息的,消费者可以要求其赔偿,除非电商平台作出相应承诺。电商平台明知商家侵权而未采取必要措施的,应与商家承担连带赔偿责任。也就是说,除非电商平台有先行赔付的承诺,否则只有在不能提供商家真实信息或明知商家侵权而放任时方承担责任。

可以说,这一赔付机制存在不少漏洞。网购时代,除大型自营电商外,均是规模较小的商家甚至个体户入驻平台,通过平台销售商品。如果发生纠纷,小而散的商家很可能一走了之。即便平台能够提供商家真实信息,由于其能力有限,很可能难以足额赔偿损失。尤其

是,消费者与商家均分散于天南海北,更容易让制假售假的无良商家逃避责任,让消费者索赔无门。

当电商平台明知或应知商家侵权而放任时,须承担责任,这种做法相当于给其戴上了金箍,也符合公平原则。一是电商平台能以抽成、年费、手续费等方式从商家获取收益。二是电商平台可通过实名认证、绑定银行卡、信用评价、收取保证金、控制资金流水等方式切实掌控和监管商家。三是电商平台可以通过大数据技术及时发现商家制假售假等行为,而消费者甚至工商、质检等监管部门也可能不具备这些条件。能力越大,收益越大,责任也应越大,要求电商平台承担更多责任无可厚非。比如,当有买家投诉过商品可能存在质量问题而电商平台不及时介入处理时,就可以认定其“应当”知道商家

存在侵权行为,就应担责。

此外,现实中,一些电商平台虽然宣称“自营”或超市产品,但发生纠纷后却推卸责任。该做法显然涉嫌虚假宣传,侵犯消费者知情权。按照普通人的理解,“自营”就是电商平台自己经营,而非第三方商家经营,其应承担经营者责任而非仅仅是平台责任。草案的规定等于彻底堵住了平台以“自营”宣传来吸引消费者却推卸责任的漏洞,给消费者吃了定心丸。

总而言之,电商平台有能力、有技术、有责任监管入驻商家,清理剔除不良商家。要求其明知或应知商家侵权而放任时须承担责任的做法不仅合理,而且正当。这样才能让网购者的损失及时得到足额赔偿,让电商平台主动积极履行审核责任,进而营造健康有序的网购环境,让人们享受更好的网购消费体验。

□公民论坛

GDP统一核算 需强化考核问责

□张西流

近日,国家统计局有关负责人就《地区生产总值统一核算改革方案》回答记者提问时表示,将利用开展第四次全国经济普查的契机,2019年实施地区生产总值统一核算改革,由现行的省级统计机构核算,改革为国家统计局和省级统计机构共同开展的统一核算。

不可否认,过去,地方和全国GDP统计数据“掐架”的事时有发生。一方面,真相成谜。地方GDP总和超出全国总量,究竟有多少是重复统计造成的,有多少是统计资料不一致造成的,又有多少是弄虚作假造成的,这些都是是一笔糊涂账。另一方面,无人担责。众所周知,统计造假是一种违法行为,《统计法》中已有明确规定。问题是,有多少地方在造假,有多少官员应该追责,这更是一笔糊涂账。

殊不知,统计数据造假,轻则影响经济社会发展的客观性,损害地方政府的公信力;重则践踏了统计法的威严,甚至影响到了中央决策。基于此,2016年8月1日,我国颁布《统计法实施条例》,除了提出实施地区生产总值统一核算改革之外,要求强化对统计违法行为的责任追究,表明了政府铁腕治理统计数字造假现象的决心。2016年,国家统计局直接查处重大统计违法案件共15个,涉及9个省市自治区,每案涉案15人以上,其中有统计部门的人,也有当地政府的人。

可见,实施地区GDP统一核算改革,还需强化考核问责。首先,加快推进核算体制改革,从分级核算走向国家统一核算。同时,进一步纠正“唯GDP论英雄”的偏执政绩观,改良政绩考核体系,改变以前过分依赖数据的政绩模式,推行综合的考核评价办法。地方官员的政绩,应是符合党和国家政策和利益的政绩,没有水分的政绩,群众认可的政绩,没有后遗症的政绩。特别是,严格执行统计法,对统计造假行为实行零容忍;不仅对造假地方经济考核实行“一票否决”,而且对当地党政主要负责人进行问责查处。

共享快递盒不能只是“看起来很美”

□试说新语

□毛建国

“双11”将至,海量网购带来的是快递包装的巨大浪费和污染。不过,今年会有所变化,消费者收货时或许会收到共享快递盒包装的包裹。从媒体调查来看,虽然各方对共享快递盒评价甚高,但由于受到很多主观条件的影响,共享快递盒从“看起来很美”到“用起来很美”,还有很长的一段路要走。

社会的美好与进步,常常是在不经意间实现的。拿快递盒来说,过去的焦点,主要在于快递盒上的详细个人信息,因其涉及到个人隐私保护,引发了人们的担心和焦虑。但现在,大众扩大了视野,注意力开始转向了包装盒带来的浪费和污染问题。

这样的转变,看似偶然,实则必然。十九大报告指出,我国社会主要矛盾已经转化为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾。体现在生态上,人民也有着日益增长的优美生态环境需要。这种需要并不是从现在就开始的,想想这些年来大众对于环境的重视,围绕生态文明付出的努力,特别是绿色生产方式和绿色消费方式的深入人心,就可以看出这种转变“其来有自”,顺应了社会主流价值,与时代发展同频共振。

值得一提的是,共享快递盒的出现,是市场主体自发的结果。诚然,快递传统使用的瓦楞纸步入了涨价通道,而共享快递盒单个制作成本25元,理论上平均每周可循环使用6次,预计使用寿命可达1000次以上,单次使用成本0.025元,有着经济实惠的优势。但要看到,其出现满足了“人民日益

增长的美好生活需要”,离不开市场主体的自省自觉。也正因为如此,共享快递盒的亮相,才引发了舆论的纷纷点赞。

只是,“看起来很美”未必会变成“用起来很美”,其原因就在于一种新事物的出现,固然适应了时代进步的大趋势,但其在细节上并非完美无缺。共享快递盒也是如此。

当我们指出共享快递盒的种种好处时,也要看到其存在着落实难、推广难的现实困境。在知乎上,有人提出了五方面的问题:增加的物流费用,是否真的更环保,制造成本和回收时效,塑料箱的安全性,快递派件的成本……这些问题的提出并非无的放矢,需要得到正视和回应。还有一个值得正视的问题,如今快递员与收件人“面对面”已经越来越少,更多的快递收发是通过物业等中间环节进行的。这也

在一定程度上加大了共享快递盒的回收难度。

就目前来看,共享快递盒落实和推广的种种难题,很难通过单个企业自行解决,而且很难指望共享快递盒能从根本上改变一次性包装泛滥的现状。对此,有业内人士表示,这一项工作不应当由某个企业来做,而是应当由行业和机构共同努力。换句话说,应该寻求制度安排。

对于有关机构来说,要学会使用好“有形之手”,发挥出“四两拨千斤”作用。当前,有必要对共享快递盒加以调研,看看其到底有没有推广必要。如果存在推广的必要和可行性,不妨通过政策和资金激励的方式鼓励更多企业采用。对于传统的快递包装,也应该进行调查摸底,看看其向节能环保转变的可能,提出转变的时间表。

■投稿信箱:qilupinglun@sina.com