

思 辨

## 也说老字号的“老”

张 双

逛庙会、品小吃，是很多人在北京过春节的保留节目。遗憾的是，每次从庙会或是各种小吃街、小吃节回来，总有种意兴阑珊的感觉。

老字号小吃的炫目旗幡下，总是些一成不变的老面孔。从品类上看，年年就那“老几样”，烤串、包子、炒肝、卤煮，鲜见新吃食；从做法上看，高糖、高油、高盐的烹制方式仍是主流，少有新吃法。

人们对老字号的偏爱，是对传统的致敬，也是对品牌的信任。很多老字号传承上百年，特色小吃是适应当时的消费需求而产生的。那时候经济落后、物资匮乏，人们平时“油水”很少，只能利用过年的时间用老字号祭祭“五脏庙”，自然是又香又过瘾。

如今，随着经济发展和生活水平的提高，人们的一日三餐已经丰盛了，谁也不会再等着过年“打牙祭”，反而更加注重饮食结构的均衡和烹调方式的健康。不仅如此，无论坐在家全球购，还是背起行囊游世界，人们的眼界宽了，见识多了，对美食有了更高的鉴赏力，也就有了更多的期待。难怪很多人对板着脸的老字号用脚投票，走过路过不怕错过了。

老字号的“老”，绝不应该是倚老卖老的“老”，而应是对传统精神的继承和发扬，其本质在于创新。如果没有创新，就不会有老字号曾经的荒滩创业和繁盛兴隆。同样，今日的老字号们，纵使根基深厚、羽翼仍存，如果一味因循守旧，丧失了与时俱进的能力、锐意创新的精神和兼容并包的胸怀，终将活力殆尽，失去未来。

行走在京城著名的小吃街上，看到摊贩们用力叫卖，恨不得把游客拉进店里来消费，笔者心下常常慨叹——端着老字号的金碗，举止何必如此跌份儿。好好琢磨琢磨消费者的心思和需求，把更多功夫用在供给侧的推陈出新上，用新吃法、新口味、新花样、新点子把消费者吸引过来，才是老谋深算，才能老当益壮。有句特文艺的话说得贴切，“你若盛开，清风自来”。

# 轮作休耕试点要立足“藏粮于地”

乔金亮

轮作休耕不是减少耕地，也并非废耕、弃耕，要从“藏粮于地”的角度出发，稳妥地、有计划地统筹推进。实行土地休耕制度试点后，部分耕地退出耕种范围，势必造成当年粮食生产增长减缓。因此，必须健全完备的中央及地方粮食储备体系，有关部门对粮食流通调控的手段也要与时俱进

深度观察

轮作休耕是当前农业生产领域的热点话题。探索试点耕地轮作休耕以来，尽管总体进展良好，但有些地方因担心产量下降对试点不积极，也有些地方将休耕等同于废耕，放任土地摆荒。笔者认为，轮作休耕不是减少耕地，也并非废耕、弃耕，要从“藏粮于地”的角度出发，稳妥地、有计划地统筹推进。

在耕地比较充足、粮食供大于求的时候，轮作休耕容易推行。正因如此，当前是试点耕地轮作休耕制度的恰当时机。一方面，粮食连年增产，主要农产品供应充裕，休耕有底气；另一方面，耕地开发力度过大，土壤质量下降，粮食仓储补贴负担较重，休耕有必要。因此，在部分地区实行耕地轮作休耕，既有利于耕地休养生息和农业可持续发展，又有利于平衡粮食供求矛盾，稳定

农民收入，减轻财政压力。当然，试点轮作休耕的前提是必须科学认识“藏粮于地”。事实上，无论长期过度透支地力还是把休耕等同于弃耕，症结都在于未能认识到轮作休耕与粮食安全的统一关系。休耕的目的是恢复地力以提高土地质量，进而提高单产。而重视粮食安全不等于追求现实的粮食产量增加，而是保护粮食生产能力，培育生产潜力和可持续性。

轮作休耕必须考虑我国国情，相关试点要谨慎。休耕要严守耕地红线，大面积盲目休耕不可取，应选择生态条件较差、地力严重受损的区域先行，把轮作休耕与农业长远发展布局相结合。既要防止不问地力如何，先列入休耕范围再说，造成耕地大面积抛荒；也要防止一些农户出于个人利益，不让自己承包

的土地实行休耕。对休耕的土地要加强管理，不得任其退化；要通过财政补贴，鼓励农民在休闲季节种豆科绿肥等作物以提高地力。

轮作休耕又是一项系统工程，需要分类推进。通过轮作、休耕、退耕、替代种植等多种方式，对地下水漏斗区、重金属污染区、生态严重退化区开展综合治理。我国幅员辽阔，耕地资源禀赋差异极大，必须针对不同区域的情况规划耕地休耕计划。比如，生态环境较为脆弱、土壤贫瘠的西部地区，侧重于生态保护型休耕；土壤污染较为严重的东部地区或城市郊区侧重于环境修复型休耕。

说到底，轮作休耕在我国仍是新生事物，试点地区应在遵循保护粮食产能和保护农民收入的前提下，稳妥探索具

体实现途径。由于制度性规定尚未出台，土地休耕的政策原则、对象条件、面积比例、期限和补偿标准等问题亟待探索。实行土地休耕制度试点后，部分耕地退出耕种范围，势必造成当年粮食生产增长减缓。因此，必须健全完备的中央及地方粮食储备体系，有关部门对粮食流通调控的手段也要与时俱进。

总之，我国国情特殊，耕地轮作休耕制度也较为复杂，既要保证国家粮食安全，又要让土地适当休养生息；既要考虑劳动投入，还要保证农民收入；既要平衡各类农产品供给，还要找准不同区域耕地的症结所在。因此，必须严守耕地红线，科学有序开展轮作休耕试点；要尊重自然、顺应自然，以农业资源承载力和环境容量为基础，真正实现“藏粮于地”，促进生产生态协调发展。

行业

## 辩证看待房贷较快增长

张海英

在楼市分化的背景下，个人购房贷款同样也出现分化，即贷款主要流向一二线城市。这是好事也是坏事。所谓好事，这有利于一二线城市增加供应、平抑房价；所谓坏事，是指不利于消化三四线城市楼市库存。要辩证看待个人购房贷款出现较快增长

央行日前发布的数据显示，2015年我国个人购房贷款余额为14.18万亿元，全年增加2.66万亿元，同比多增9368亿元；比上年末增长23.2%，增速比上年末高出5.7个百分点，比各项贷款增速高出8.9个百分点。

在某种程度上，包括个人购房贷款、房产开发贷款、地产开发贷款等在内的房地产贷款，是观察楼市景气程度的重要参考指标。从个人购房贷款增速来看，房屋需求和销售状况良好。央行此前发布的数据也印证了这一点：2015年全国商品房销售面积达12.8亿平方米，同比增长6.5%，增速较上年提高14.1个百分点；商品房销售额达8.7万亿元，同比增长14.4%，涨幅较上年提高20.7个百分点，创下近年来最高峰值。上述数据至少说明两点，一是购房需求比较旺盛，二是金融机构的支持政策对消化楼市库存起了重要作用。

然而，与此同时，2015年末，我国商品房待售面积为71853万平方米，比11月末增加2217万平方米。其中，住宅待售面积增加1155万平方米。这似乎让人有点费解。按理说，去年商品房销售面积、销售额及个人购房贷款实现了较快增长，房屋库存量应处于下降态势，但现实情况却是，房屋库存不降反升。

笔者以为，其中有两点原因。其一，尽管销售在增长，但供应量增长更快；另一方面，一线城市和部分二线城市销售快速增长，但三四线城市销售情况不理想的同时供应还在持续增长，导致库存居高不下。

也就是说，去年个人购房贷款较快增长，主要发生在一线城市和部分二线城市，而三四线城市的个人购房贷款未必出现较快增长。在楼市分化的背景下，个人购房贷款同样也出现分化，即贷款主要流向一二线城市。

当个人购房贷款主要流向一二线城市的时候，恐怕房产开发贷款、地产开发贷款等的情况也是如此，毕竟，一二线城市更被开发商和商业银行所看重。笔者认为，这是好事也是坏事。所谓好事，是指房产开发贷款、地产开发贷款的增长，有利于一二线城市增加供应、平抑房价；而个人购房贷款增长，则支持了一二线城市居民的购房行为。所谓坏事，是指个人购房贷款主要流向一二线城市，不利于消化三四线城市楼市库存，不利于我国楼市均衡发展。春节前虽然有关部门在不实施“限购”的城市进一步降低了购房门槛，但能在多大程度上发挥作用还有待观察，毕竟，购房行为是由多种因素共同决定的。



朱慧卿作(新华社发)

## 扬“齿”立威

点评 新环保法实施一年来，环保部门约谈全国15个市级政府主要负责同志，查处违法排污企业5.1万家、发现违法违规建设项目企业7.34万家。

一个好的法律不能成为“纸老虎”，要让它成为一个有钢牙利齿的利器，关键在于执行和落实。铁腕治污，环保执法“过松”“过软”的局面有了明显改观。“十三五”时期，将重点打好遏制黑臭水体、灰霾天气“攻坚战”，要让信息公开、鼓励公众参与成为防止环境污染的“常规武器”，促进我国经济发展和环境保护的协调统一。

(时锋)

# “抢红包”的考题尚待深解

陈 静

“红包”是商家的一种营销推广方式，广大手机用户千万别因为抢红包而忘了过年团聚的本意。对监管机构来说，如何适应“红包”带来的变化将是需要长期面对的一道考题。随着传统行业与互联网的深度融合，与“红包”类似的产品还会不断出现，监管机构必须及时给予相应解决之道

猴年春节期间的“抢红包”频次和金额再创新高。数据显示，农历除夕到农历正月初五，微信红包总收发次数达321亿次，相较于羊年春节6天收发32.7亿次，增长了近9倍。其中，除夕当日的收发量为80.8亿次，3天狂增505倍。春晚期间，支付宝“咻一咻”抢红包活动总参与3245亿次，是去年春晚互动总次数的29.5倍。

当下，抢红包正在从节日伴奏曲演变为过年主题曲。不过，抛开热闹看门道，笔者想给广大手机用户提个醒儿。对普通用户来说，抢红包广告推广喊得山响，其实都是互联网公司在造势。俗话说，买的没有卖的精。不管是支付宝、微信还是其他平台，还是微信尝试新技术，或者线下厂商和服务业希望通过一个个红包与消费者建立联系，说白了，仍然是商家的营销推广，广大手机用户千万别因为抢红包而忘了过年团聚的本意。

当然，硬币都有两面。上春晚也好，“刷一刷”也罢，对年轻人来说，倒是一个可以趁势给家里长辈手机普及一下移动支付的好机会。毕竟，移动支付正在越来越多地进入我们的生活，带来了切切实实的种种便利。移动支付的使用门槛不高，即使在偏僻地区，即便是上了年纪的群体，都完全可以学会并用好。

对参与发红包的商家来说，去年春节，商家借发红包之机发出大量优惠券，但其后因为说明不清、期限不明引来了不少“差评”。说到底，以积分、抵扣券形式发放的红包，商家应注意标明其使用条件、方法和期限，不能以为这只是过年的一个“乐子”，商家必须承担责任。此外，红包发放也不能“越界”。比如，不能用发放红包的方式搭售商品。《中华人民共和国反不正当竞争法》规定，抽奖式有奖销售，最高奖的金额不得超过5000元。这就意味

着，抽奖式红包的上限不能超过5000元。

另外，对监管机构来说，红包已成为一种将会长期存在的企业营销和社交互动方式。但是，从去年以来，与红包有关的若干问题至今仍然没有明确破题。具体包括，通过互联网发放的红包如何征税、起征点如何计算、沉淀在社交网络用户个人账户中的资金利息怎样归属、利用拼手气红包进行的变相网络赌博如何打击和贿赂能否防范等等。

红包虽小，却折射出互联网技术与文化对人们工作和生活的深层次改变。对从普通用户到管理部门的方方面面来说，如何适应这种变化将是需要长期面对的一道考题。随着传统行业与互联网的深度融合，与红包类似的产品还会不断出现。为此，监管机构必须积极应对技术与市场的变化，及时给予相应解决之道。



## 养老院空调岂能成摆设

山东聊城某养老院里，老人们被冻得瑟瑟发抖，宿舍里的空调却“高高挂起”。2010年，聊城县为全面解决集中供养五保老人的供暖问题，安排专项资金45万元置办了270台空调；2011年，又投入近30万元集中采购了160台空调，实现了全县敬老院“空调取暖”全覆盖。该养老院回应称，如果空调全开，电网负荷不了。

【短评】我国早已步入老龄化社会，社会化养老的重要性不言而喻，让老人们真正感受到老有所养、老有所乐是养老机构应该肩负的责任。要想承担起这样的责任，需要真诚到位的服务，需要与相关部门的沟通协调，“电网负荷不了”不能成为空调闲置的借口。对此，政府要完善养老服务体系，对集中供养五保老人的公立养老院按照老人开销实际足额拨付供养经费，对民办养老机构要加强监管指导，帮助其提高服务水平。

## “限塑令”令行禁止还需有实招

节假日期间是塑料袋使用的高峰期，而“限塑令”在我国实施7年多来，效果并不明显。为减少使用塑料袋产生的污染，多地提倡使用“环保袋”“菜篮子”，甚至推行“禁塑令”，试图破解塑料袋难题。

【短评】“限塑令”规定塑料购物袋有偿使用的主要目的，是通过价格的杠杆调节机制提高公众的环保意识，引导、鼓励公众合理使用塑料购物袋，促进资源综合利用，保护生态环境。但在现实中，塑料袋几毛钱的成本对消费者来说感受不明显，他们仍乐于随手购买、随手丢弃，不少超市每年仅出售塑料袋就能赚上十万元，“限塑令”想要起到的效果大打折扣。为此，除做好宣传引导外，相关部门还应严格控制生产环节，打击违规生产超薄塑料袋的黑作坊，严格监控批发、零售、消费等环节，并加快研究和开发塑料袋的替代品，以财政补贴的形式支持生产环保购物袋的企业。

## “跪别父母”不如常回家看看

近日，一则“男子淄博火车站跪别父母”的消息引发广泛关注。有人感动，也有媒体质疑此事“匪夷所思”。此后，有媒体相继采访了事发时的目击者，并再访照片中的男子本人，还原了“跪别父母”的真相。

【短评】随着人才流动的加快，空巢老人问题变得越来越普遍。志愿者组织等社会机构的关爱可以为老人带来短暂的幸福，但老人们最需要的还是儿女的亲情感护，这不仅仅表现在为父母提供物质生活保障上，还有更重要的精神赡养。即便儿子挥泪跪别父母让老人心理上感动，但如果子女几年才回家一次，是很难从根本上排解老人精神上的空虚和寂寞的。因此，儿子跪别父母，不如常回家看看。

欢迎读者就热点经济话题发表评论、漫画，来稿请发至：mzjjgc@163.com。

本版编辑 牛瑾 祝伟