

玉米短期涨价无碍粮价总体稳定

□ 乔金亮

深度观察

今年以来，玉米价格呈快速上涨态势，近期创出了近4年来的新高。笔者认为，理性看待部分粮食品种价格阶段性合理上涨。目前，粮价总体还是偏低的，玉米涨价并未超出粮食价格合理运行区间。粮食价格关乎产业效益和农民收入，也关乎物价水平和居民生活。今后要综合考虑农民合理收益、财政承受能力、产业链协调发展等因素，继续尊重市场作用，使得粮价在动态中实现总体稳定。

近期玉米价格上涨的原因主要有三方面。一是需求旺盛。生猪生产加快恢复，饲用玉米需求增加。酒精、玉米淀粉等需求也在增加，加工企业和贸易商普遍看好，收购价有所提高。二是成本增加。今年台风使得东北部分受灾地区玉米出现倒伏，机械成本增加，农民有惜售心理。三是资本炒作。受疫情影响，国内外投资市场对粮食的炒作有升温迹象。10月份以来，玉米期货价格上涨明显，导致现货价

近期玉米价格上涨是收储制度改革以来的恢复性上涨，而且这种上涨主要是市场作用的结果，在成本增加的情况下，价格适当上涨具有一定的合理性，并没有超出粮食价格的合理运行区间。粮食价格关乎产业效益和农民收入，也关乎物价水平和居民生活。今后要综合考虑农民合理收益、财政承受能力、产业链协调发展等因素，继续尊重市场作用，使粮价在动态中实现总体稳定

格联动上涨。总的看，近期玉米价格上涨是收储制度改革以来的恢复性上涨，还未超过2014年时玉米价格的高点。而且，这种上涨主要是市场作用的结果，在成本增加的情况下，价格适当上涨具有一定的合理性。据农业农村部发布的信息，今年玉米丰收已成定局，前期竞拍玉米陆续出库上市。另外，加上部分库存稻谷小麦也可以用于饲料替代，供给是有保障的，玉米价格继续上涨缺乏支撑。

回溯以往，国家把玉米临储制度改为目标价格制度是因为当时玉米库存居高不下，国内价格大幅高于进口到岸价格。目标价格制度尊重市场作用，把价格和补贴分开，价格主要由市场形成，如果价格过低，将直接对农民予以补贴。该制度符合世贸组织的有关规则，不干扰和扭曲价格，有利于农民调整优化种植结构。实施以后，玉米价格随行就市。可见，前几年

玉米价格下跌和近期上涨，都是市场经济下粮食价格的正常合理波动。

应当全面理性看待粮价合理上涨，目前我国粮价总体还是偏低的。改革开放40多年来，城镇居民平均收入增长了100多倍，粮价涨了不到10倍。如今，农民在市场上卖出的原粮每斤大多1元出头，居民购买的成品粮每斤大多2元至3元。对此，生产者和消费者总体上都可以接受。今年以来，世界粮食贸易供应链受到冲击，但我国粮食供应充裕、价格稳定。虽然近期玉米等个别品种价格上涨较快，但其绝对值却很小，也不可持续，仍在合理区间内。

粮价并非越低越好，也不是越高越好，这考验一个国家粮食战略的智慧。粮食价格形成和调控机制恰如走钢丝，保粮食供给和保农民收益，两头都要兼顾，不然就会“谷贱伤农不种粮”，到头来反而影响国家粮食安全大局。改革开

放以来，城镇化使优质耕地持续减少，工业化使农村青壮年劳动力持续流出，种粮比较效益低导致“谁来种地”问题凸显。在此情况下，粮食价格的形成更要综合考虑市场供求、生产成本和产业发展等因素。比如，近期玉米价格小幅合理上涨就有助于激励生产供给，促进市场供需平衡。

毋庸讳言，当前我国在粮食支持保护政策和价格形成机制方面还有很大完善空间。要建立粮食生产风险基金，从粮食加工、流通、消费环节筹措，取之于粮，用之于粮，加大对农民生产粮食的支持力度；对主产区发展粮食产业化给予扶持，支持发展“粮头食尾”“农头工尾”等精深加工；建立粮食产销利益调节补偿机制，让主产区种粮得实惠。目前，中央已出台文件要求稳步提高土地出让收入用于农业农村的比例，今后可以进一步明确增量应优先保障粮食生产。

别让“伪科技”侵害消费者权益

□ 廖卫芳

只需将一张金属贴片贴在手机背部“有效位置”，信号就能从1格变成3格，让玩游戏、刷视频不延迟……近期一位杭州消费者程先生向媒体反映，自己被“手机信号增强贴”给忽悠了。

在现实生活中，许多手机用户都会遇到手机网络不稳定、信号时好时差的“烦恼”，这不仅影响正常上网浏览信息，甚至会影响工作。于是，一些商家适时推出了“手机信号增强贴”，宣称能满足手机用户改善信号的需求。还有部分商家表示，几款手机信号增强贴同时具有提升手机性能、降低辐射水平、延长电池寿命等功能，并提供相关产品说明书加以“证明”。售价不高，效果明显，提供“证明”，商家如此“忽悠”和“吹嘘”，使得不少消费者上当受骗。笔者认为，要戳穿“手机信号增强贴”

的骗术，还需“合力围剿”。首先，监管要到位。市场监管、网信等监管部门应积极承担起监管的主体责任，形成联动机制，加大对“伪科技”产品不实广告的监管力度，特别应严肃处理以“伪科普”形态出现在网络视频、社交平台上的不实广告信息，以防止忽悠欺骗消费者。

其次，严把检测关。相关审核部门应严把产品检测关，包括商家资质、商品证书等都要严审核、严把关，绝不能轻易地让不法网络电商平台蒙混过关。

再次，处罚要从严。相关执法部门应对以“黑科技”忽悠骗术“黑”顾客的不法行为采取“零容忍”态度，发现一起查处一起，该罚款的罚款，该取缔的取缔，该列入“黑名单”的列入“黑名单”，倒逼其遵纪守法，切实履行买卖契约，做到诚信经营。

弹窗广告，还能实现对目标人群精准推送。其实，根据广告法，弹窗广告属于互联网广告，不能强制消费者收看。

下一步，应通过立法与多种技术手段、配套措施多管齐下，大力治理弹窗广告乱象。首先，规范和治理弹窗广告，应成为网络平台一项法定义务，以此遏制平台的利益冲动，切断盘踞在弹窗广告之上的利益链。同时，应制定信息产业经营和服务“行业标准”，明确网络平台的服务项目和服务质量，尤其是要明确技术标准，确保用户不被弹窗广告骚扰。再者，用户要增强维权意识，发现违规弹窗广告，应及时向有关部门举报，不能一删了事。监管部门则应明确监管责任，加大执法力度，强化精准执法，提高违法成本，提高行政法规对恶意弹窗的处罚力度。

弹窗广告不能想弹就弹

□ 汪昌莲

近日，国家网信办发布消息，即日起对手机浏览器实行专项整治，并点名8款手机浏览器，要求不得弹窗“自媒体”发布的各类信息。有媒体调查发现，现实中存在一条依托手机浏览器从事恶意弹窗广告产业链。

想看的网页被遮挡、想买的商品被隐藏，甚至很多广告页面都是消极负面的内容，或含有恶意插件，一不小心就会被盗取个人信息……弹窗广告不仅影响人们的心情和工作效率，甚至还存在安全隐患，让人不胜其“扰”。特别是一些低俗色情弹窗广告还威胁着未成年人网络安全。

弹窗广告泛滥成灾，相关网络平台难辞其咎。根据有关调查，多数弹窗都是推广公司与浏览器平台合作，按受众点击量收费并分成。此外，一些推广公司运营的



徐 骏作(新华社发)

顽疾

经历“野蛮生长”后，共享单车行业回归理性，发展逐步规范。交通运输部统计数据显示，截至目前，共享单车已在全国360多座城市投放运营，投入车辆达1945万辆，日均订单量超4570万单。各地正在探索更科学、智能的管理方式。但有媒体日前调查发现，共享单车超额投放等顽疾仍未根治，基础设施建设及监管能力有待加强，行业可持续发展还在路上。共享单车是绿色出行重要方式之一，如何调动相关企业增强运维能力，完善骑行环境，关系城市交通综合治理水平和百姓“获得感”，需要各地相关部门深入落实相关政策措施，建立以交管部门为核心的多部门协同监管机制，促进共享单车规范发展。（时 锋）

加强网络小贷管理很有必要

□ 李凤文

近年来，部分小额贷款公司利用互联网技术开展网络小额贷款业务，在提高金融服务普惠性、改善金融服务质效和降低金融服务成本等方面发挥了一定作用，但也存在资质审批不严、高利放贷、非法经营等问题。对此，监管部门及时出手整治，将网络小贷业务纳入统一监管轨道，对于促进网络小贷业务健康发展具有重要意义

年12月份，P2P网络借贷风险专项整治工作领导小组办公室发布《关于印发小额贷款公司网络小额贷款业务风险专项整治实施方案的通知》，对网络小贷业务从审批权限、经营资质等11个方面重点排查和整治，取得初步成效。但是，仍然缺乏对网络小贷业务的全国统一监管标准，网络小贷业务存在的问题尤其是侵害消费者权益问题依旧较为突出。

可见，监管部门出台《办法》，将网络小贷业务纳入统一监管轨道，对于践行普惠金融理念，改善金融服务，维护金融消费者权益，促进网络小贷业务健康发展，具有重要意义。

提升了监管层级，达到了全国一个标准。过去，央行及银保监会只负责制定小贷公司监管规则，具体准入由省级政府金融办负责审批。由于各地执行标准不统一，网络小贷业务准入参差不齐，准入条件及相关资质掌握差距较大，尤其缺乏对控股股东和主要股东的有效监管，存在较大风险隐患。《办法》从全国层面对网络小贷业务实行管理，不仅统一了监管标准，也提高了管理制度的权威性。

提高了准入门槛，有助于风险防控。《办法》对网络小额贷款业务重新定义，并从股东资质、注册资本金、地域范围、平台资质等对网络小贷明确了更高的准入门

槛。尤其是对于跨省级行政区域开展网络小贷业务的，须经银保监会批准，提高了准入门槛，这无疑预示着经营网络小贷将面临大洗牌，网络小贷业务野蛮生长、无序发展的局面将有重大改变，风险防控能力将得以提升。

最为突出的一点是，划出多道监管红线，更利于消费者权益保护。《办法》对单户贷款上限、信息披露、消费者保护等作了详细规范。比如，应当根据借款人收入水平、总体负债、资产状况等因素，合理确定贷款金额和期限，使借款人每期还款额不超过其还款能力。对自然人单户网络小额贷款余额按照30万元与最近3年年均收入三分之一孰低的原则设定最高限额。在消费者保护方面提出几个“禁止”，即禁止诱导借款人过度负债；禁止通过暴力、恐吓、侮辱、诽谤、骚扰等方式催收贷款；禁止未经授权或者同意收集、存储、使用客户信息，禁止非法买卖或者泄露客户信息等。监管红线的划定，更有助于保护消费者合法权益。

近日，银保监会发布《关于防范金融直播营销有关风险的提示》，提醒社会公众甄别、防范金融直播营销风险。银保监会消费者权益保护局提示，社会公众应注意甄别金融直播营销广告主体资质，选择正规金融机构和渠道购买金融产品；认真了解金融产品或服务重要信息和风险等级，防范直播营销中可能隐藏的销售误导等风险；树立科学理性的金融投资、消费观念。

金融机构通过开展实时在线讲解，打破了时间和空间限制，更好地互动和获客；消费者通过观看直播，能清晰直接地筛选产品信息，更便捷地获取服务。但是，由于金融行业专业属性和特点的原因，金融直播营销潜藏着大量风险。目前，已暴露的风险主要包括营销主体是否具有专业资质，营销过程中是否存在隐藏诈骗风险，是否存在销售误导等。

特别是一些直播平台开设账号没有门槛限制，有些无资质的主体“鱼目混珠”，非专业人士自我包装为“理财专家”“保险专家”等，无金融从业资质的“科技公司”“咨询公司”以投资虚拟货币、外汇、网络理财为名非法或超范围开展金融营销，夸大或虚假宣传产品信息，误导、欺骗消费者，甚至潜藏非法集资风险。

防范金融直播营销风险，维护行业健康生态，需要各方齐心协力。

消费者应树立科学的消费观、投资观，掌握金融常识，知悉金融消费或投资风险，审慎评估自身实际需求和风险承受能力，量力选择适当的金融产品，避免因受到煽动、蛊惑而冲动消费、盲目投资。

监管机构应及时监督、披露风险信息，还应建立健全事前预防、事中监控、事后追责的管控机制。全流程管控包含直播营销在内的金融机构营销宣传或销售行为，要求金融机构将网络直播营销宣传管理纳入金融消费者权益保护工作，并严格落实。

银行、保险公司等金融机构应强化主体责任意识，增强合规经营意识，加强对直播营销等金融营销宣传或销售行为（含金融广告行为）的事前审核、事中监控、事后报备管理。强化对业务合作方和员工参与直播营销金融产品的培训、教育和监督。设置应急处置和责任追究机制，确保直播行为和宣传信息合规、准确、可追溯。

此外，行业协会和媒体应发挥自身作用。有针对性地开展金融知识普及和宣传教育活动，提升消费者金融素养和防风险能力。特别是行业协会需切实起到桥梁作用，疏通行业堵点，形成全行业的协同效应。

（《农村金融时报》供稿）

微议室

给打赏设置冷静期

中国演出行业协会近日宣布，将出台指导规范以解决网络直播中存在的激情打赏、高额打赏和未成年人打赏三大问题。该协会负责人表示，拟给用户设置打赏冷静期，以解决激情打赏等问题。

①张一春：支持此举。打赏也是一种消费行为，既然是消费，在一段时间内应该可以申请有条件反悔。

②吴菲菲：利用平台技术设置理智打赏，即打赏冷静期，很有必要。期待网络直播打赏行为规范的出台，能从源头上遏制打赏乱象。

③凤文：设置打赏冷静期，有助于解决激情打赏、高额打赏、未成年人打赏问题，尤其有助于避免儿童打赏造成家庭资金损失。

“辣条博物馆”在长沙开馆

11月1日，一家“辣条博物馆”在湖南长沙开馆。该馆介绍了辣条发展史，并展示了辣条的原料、生产与检测过程，让市民近距离了解辣条。

④马果叶：辣条广受欢迎，口味不错，但因为一些辣条在生产过程中加了太多的调料，制作工艺不过关，经常吃会对身体健康造成一定影响。辣条产业及时转型升级很有必要，唯有健康环保才能得到长远发展。

⑤鑫峰：一些辣条质量低劣，有害成分超标，需要整改，提升质量，确保食品质量安全是关键。

⑥田忠华：要想让一种食品生产得到长远发展，就要在食品安全上下功夫，既要吃出味道，又要吃出健康。

开展农耕教育正当时

如今，常有孩子闹出“藤上摘土豆”“树上挂西瓜”的笑话。近日，一项调查显示，93.0%的受访者感到身边很多青少年五谷不分。95.7%的受访者认为对青少年开展农耕教育有利于他们长大后参与乡村振兴事业。71.9%的受访者希望学校在春耕、秋收等季节带学生亲自参与劳动体验。

⑦放大镜：让孩子走进田野，观察农业，体验农事，参加劳动锻炼，有助于他们了解食品来之不易，学会珍惜粮食。

⑧采菊东篱下：开展农耕教育非常有必要。要加强对学生的农耕教育，加强从小热爱劳动、尊重劳动人民的品德教育，杜绝发生“四体不勤、五谷不分”现象。

⑨侯来增：我国是农业大国。开展农耕教育，不仅能让青少年们识五谷、有常识，更能让他们爱劳动、知勤俭。

（刘辛未整理）

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 马洪超 徐 达