经济日报 ECONOMIC DAILY

不应随意惩罚消费者

余 颖

发现病毒可经由进口冷链食品传播后，我国迅速建立起追溯体系。监管部门应在冷链食品进口环节承担起守门员的责任，增加抽检样本数量，强化常态监管和应急处置，严格进口冷链食品从口岸到境内生产、流通、销售全程防控，绝不能让问题食品进入市场。

最近，湖北有一批进口猪肉在复查中被检测出新冠病毒阳性。类似情况近期多地均出现过，本不该成为热搜新闻。不过，湖北黄冈市黄州区有24户居民却因网购了同批次冷冻肉，被当地有关部门通报批评。除了要自费承担核酸检测费用并落实居家隔离措施，黄州公安分局还对每人罚款200元。

此事受到关注后，当地很快取消了行政处罚、免除了核酸检测费用并道歉，但还是引发了舆论热议。

在食品安全问题上，这暴露出我国冷链食品安全监管存在漏洞。按照目前的监管政策，进口冷链食品需持有核酸检测报告才能进入市场流通。然而，近期多地发现核酸检测合格的进口冷链食品流入市场后，同批次产品又被检测出新冠病毒呈阳性，只得紧急追查、寻找消费者。本次这24名黄州消费者购买的冷冻猪肉就属于这种类型。

发现病毒可经由进口冷链食品传播后，我国迅速建立起追溯体系。据市场监管总局透露，近期上线的进口食品追溯体系已接入9个省（市），冷链食品首站进口量占全国90%以上，基本实现从海关入关到生产加工、批发零售、餐饮服务的全链条信息化追溯。

出现异常情况时能够“一键排查、迅速定位”很有必要，但总是发现异常再启动紧急追查，隐患太大，成本也高。除了要封存处置追查到的涉事产品，还要对涉及该批次产品存储、销售的场所和运输车辆做核酸检测、全面消毒；冷库也要全部封停并全面消毒；该批次食品的直接及一般接触人员都要接受集中隔离、医学观察和核酸检测等。

相比之下，在入关环节提高抽检样本比例增加的成本有限，操作更加简便，且能减少病毒传播风险。因此，为了避免类似问题发生，监管部门应在冷链食品进口环节承担起守门员的责任，增加抽检样本数量，强化常态监管和应急处置，严格进口冷链食品从口岸到境内生产、流通、销售全程防控，绝不能让问题食品进入市场。

同时，进口食品的销售方，无论是超市、餐馆、菜市场，还是电商平台、社区团购，都要对供应商严格甄别，严查进货凭证，没有检验检疫证明、没有核酸检测报告、没有消毒证明、没有追溯信息的，不得上市销售。有条件的生产经营者，还应对进口冷链食品实行专用通道进货、专区存放、专区售卖，最好能增加入库检测，最大限度阻击疫情风险的传播。

需要强调的是，种种防范措施都是为了堵住食品安全的漏洞。漏洞没有堵住，让问题食品流入了市场，是监管掉了链子、经营者出了问题，板子绝不能打在消费者身上。消费者有权利通过正规渠道购买进口冷链食品，这是正常的消费行为。对消费者，应当鼓励其做好个人防护、不购买来源不明的进口冷链食品；关注政府部门发布的进口冷链食品检疫信息和有关防控信息，增强自我防范意识。

还有一点需注意。黄州区此前的处罚依据的是当地疫情防控指挥部通告中“全区范围内全面禁止采购、储存和销售进口冷冻肉品和海鲜产品”的规定。对消费者撤销处罚后，当地依然要求居民“不要私自网购冷冻冷链食品，杜绝采购进口冷链食品”。可是，从全国来看，我国并没有禁止进口、销售、购买进口冷冻食品。海关数据显示，今年1月份至10月份我国累计进口猪肉362万吨，同比上涨126.2%。如果“一刀切”地禁止进口、销售、购买进口冷冻食品，仅靠国产肉可能难以满足居民需求，容易引发肉品价格上涨，居民的消费需求无法保障。

对于进口冷链食品，各方责任需厘清，监管漏洞要堵上。抓好疫情防控常态化工作，提高警惕、加强监管是必要的，但在通过监管和技术手段可有效防止病毒扩散的情况下，各地制定防控措施时需合情合理、于法有据，不应牺牲消费者的选择权，影响居民生活。

市场监管

“考古盲盒”让文物巧妙“出圈”

何勇海

日前，河南博物院推出一套文创产品，把时下流行的“盲盒”概念与文物结合，把青铜器、元宝、铜佛、铜鉴、银牌等“微缩文物”藏进土中。玩家拿起“考古神器”洛阳铲，层层挖土，再细细地扫去浮尘，神秘的“宝贝”慢慢呈现全貌……在挖掘过程中，玩家参与的喜悦感和成就感油然而生。

近年来“盲盒经济”十分火爆。所谓“盲盒”，就是盒子上没有标注何物，买卖信息极不对称，会强化消费者对购买结果的预期心理，以及可能会获得的惊喜感。“考古盲盒”把时下流行的“盲盒”概念与文物结合，模拟考古的未知性、神秘性，让文物爱好者和“盲盒”玩家通过亲手挖掘“宝物”，感受喜悦感和成就感。这种潮流玩具可以让文物活起来，不仅有利于历史文化传承，还可以增进文化认同、坚定文化自信。

文物的价值与活力在于融入生活、回归社会、服务人民，要把历史、文化和审美信息传递给当下之人。如何让文物点亮现代人特别是年轻人的美好生活？不少博物馆纷纷实施“文物+”战略，与科技联姻，与创意嫁接，与旅游相融，“萌萌哒”的文创产品火了，“沉浸式体验”红了。据报道，“考古盲盒”上线5天，销售额就超50万元。

“考古盲盒”走红，表明年轻人并非不喜欢文物，文物传承需要同“潮玩”概念、消费热点、游戏化体验相结合，只要结合得巧妙，更多年轻人就会主动探索学习、了解博大精深的文物文化。当然，“考古盲盒”的价格应该亲民，如此“考古盲盒”的火爆才能得以延续。

独居老人水表预警值得推广

戴先任

从今年6月份起，上海江苏路街道开展为老服务应用场景试点工作，提升辖区内智慧养老服务水平。其中之一，便是当独居老人家中超过12小时用水不足0.01立方米时，系统会判断老人家中有事，并及时向居委会预警。之后，居委会干部接报立刻上门走访，确认情况。针对独居老人的这一贴心服务，受到了广泛好评。

当前，我国社会老龄化不断加快。老年人年老体弱多病，需要人照顾，可是由于种种原因，一些空巢老人或独居老人面临照料问题。在此之前，想要保障独居老人的生活安全，街道工作人员往往采取上门探望方式，一个工作人员往往要负责数个独居老人，有时他们也分身乏术，容易出现疏漏。街道将智能水表与门磁的终端接入“一网统管”平台，对独居老人实行智能守护，能节省人力，也提高了效率，能够更好保护独居老人的生活安全。

日前，国务院办公厅印发《关于切实解决老年人运用智能技术困难的实施方案》，对服务性行业提出“适老化改造”的明确要求。此前，一些城市开展了面向老年人家庭的居室环境适老化改造。安装在独居老人家中的智能水表，正是适老化改造的一个成功范例。当然，推进适老化改造，有必要多尝试智能化应用，更好地为科技“赋能”，多些服务创新、多些细心与暖心，才能更好保护老年人的安全，让老年人老有所养、老有所乐。

朱慧卿作

限高

据报道，近日黑龙江省住建厅、黑龙江省发改委联合下发《关于切实加强城市与建筑风貌管理工作的通知》，对高层建筑实行分类、分区域管理，打造城市错落有致的天际线。其中，不得新建高度500米以上建筑；新建100米以上建筑应充分论证、集中布局，与城市设计相协调，与消防救援能力相匹配；中小城市要严格控制新建超高层建筑，县城住宅要以多层或小高层为主。严格限制盲目规划建设超高层“摩天楼”，有助于杜绝“贪大、媚洋、求怪”等建筑乱象，切实加强历史文化遗存保护，值得点赞。（时 锋）

理性看待中超球员限薪

郭存举

12月14日，中国足协公布多项重磅新规，其中包括中超俱乐部年度支出不得超过6亿元、中超一线队国内球员年薪不超过税前500万元等。一时间，新规招来不少议论。

有人认为，职业体育应该遵循市场规律，既然足球已经职业化，就应该让市场说了算，不应用一刀切方式加以干预。

这种论调，乍一听似乎颇有道理，但细细品味，却经不起推敲。在这里，有必要给吐槽者泼三瓢冷水。

首先，“金元足球”不是真正职业足球。以金钱来制衡足球市场，表面上看符合经济规律，但体育产业不是一般的经济活动，有自身独特的发展规律：体育俱乐部的投资经营应符合市场规律，球队球员的运作应符合运动规律，打造体育人才应符合人才培养规律……这些规律互相交织，有机统一才能平稳健康发展。

有钱即可任性，换来的或许是昙花一现，却很难获得持续发展的勃勃生机。近年来，中超多家俱乐部以天价高薪引进了多位世界级球星，在全球都产生了不小的轰动效应，但到头来并没有换来中国足球水平的提升。事实已经证明，“金元足球”并非长久之策，回归深耕细作才是理性选择。

其次，投资泡沫影响健康市场。不可否认，资本天然具有逐利性，似乎很难约束。但是，如果资本将负面影响无限放大，就不应该无底线放纵。放眼中超市场，资本恶性比拼，已经让投资商不堪重负，严重损害了健康的市场环境。根据中国足协提供的数据，中国足球联赛俱乐部的投入是日本联赛俱乐部投入的3倍多，是韩国联赛俱乐部的10倍多；中国球员薪资是日本球员的5.8倍，是韩国球员的11.7倍，“金元足球”正吞噬着健康的体育市场肌体。

更可怕的是，这种资本大比拼，让足球市场滋生了严重的急功近利心态，市场四处散发着铜臭气息。遗憾的是，中国足球职业化20多年来，几经沉浮，市场发展环境并未真正好转，表面上欣欣向荣，背后却是危机四伏。

再次，天价投资和市场价值严重背离。体育的职业化，意味着体育市场化、产业化时代的到来，职业联赛改变了计划经济模式，职业投资人应运而生。理性的投资，应该以市场价值为导向。但在当前的足球市场上，却出现了投资和市场价值严重背离的现象。比如，球员可以轻松在国内拿到千万元年薪，却鲜有人有实力进入世界顶级职业联赛。

足球市场上的虚火，已经造成了诸多负面影响。比如，球员不愿出国踢球提升自身水平；球员在俱乐部收入太高，在国家队动力严重不足等。因此，遏制投机行为，不仅是中国足球及时止损的应有之策，也是尊重市场规律的题中之义。

众声

朱 岩

清华大学互联网产业研究院院长

科技创新需要更多政策支持

当前，一系列新业态新模式不断涌现，展现出强大的活力和韧性，为新发展阶段实现高质量发展蓄积更多新动能。作为经济发展动能的科技创新也需要相应政策支持。建议一方面保证基础研究方面的科研投入力度；另一方面是面向企业出台政策，让企业成为创新的真正主体，从而释放科技创新的市场活力。在科研体系建设中，政府只是引导者，要充分考虑当地市场特点和产业生态布局，制定好政策，起到四两拨千斤作用，利用市场力量建立地方科研体系。

周 游

中国电子信息产业发展研究院规划所副所长

因地制宜建设现代化产业体系

各地“十四五”规划建议纷纷把科技创新和建设现代化产业体系摆在突出位置。在新发展格局下，相关布局将助推地方培育壮大新的增长点增长极，以扩大供给来满足国内国际双循环相互促进的新需求，用新动能推进产业结构升级、加快经济发展方式转变、提高经济质量效益和核心竞争力，实现高质量发展。各地既要充分利用自身产业基础和区位优势，选择性发展未来产业和主导产业，也要综合考虑与周边城市、区域内城市产业配套发展，避免一拥而上造成资源浪费和新的过剩产能。各地政府要注重在产业梯度转移中发展壮大产业，在更大的区域内实现产业链完整布局，从而更好地推动区域协调平衡发展。此外，各地还要在人才、营商环境等“软环境”上持续发力。

陈 雳

川财证券首席经济学家

退市制度改革优化是大势所趋

近日，市场关注已久的新一轮退市制度改革正式落地。此前在国务院发布的《关于进一步提高上市公司质量的意见》中，已对健全上市公司退出机制作出了明确安排。此次新的规则对退市细节作了明确调整和补充，明显加大了退市力度。作为注册制改革配套制度的一部分，退市制度的改革同步优化是大势所趋。未来的A股市场，在要求上市公司高质量发展重要前提下，对持续盈利和成长性的考核将更加严格，对造假或内幕交易采取零容忍态度。新规进一步强化了退市要求和市场优胜劣汰的属性，这也是对提升上市公司质量的进一步呼应。

互联网保险将驶入规范快车道

江 帆

随着互联网等技术在保险行业不断深入运用，互联网保险作为保险销售与服务的一种新形态，深刻影响着保险业态和保险监管。尽管目前我国互联网保险规模偏小，但发展势头却相当强劲。此时加快规范市场，可谓正当其时。

12月14日，中国银保监会发布《互联网保险业务监管办法》，并将于2021年2月1日起正式实施。此前，银保监会于9月28日至10月28日就《互联网保险业务监管办法（征求意见稿）》向社会公开征求过意见。此次《办法》正式推出，意味着互联网保险监管和发展都将进入一个新阶段。

近年来，随着互联网等技术在保险行业不断深入运用，互联网保险作为保险销售与服务的一种新形态，深刻影响着保险业态和保险监管。数据显示，2014年到2019年6年间，互联网保费收入超过3800亿元。据中国保险行业协会的公开数据，2019年互联网人身保险市场全年累计实现规模保费1857.7亿元，较2018年同比增长55.7%。互联网经济发展，为保险行业带来了明显的增量市场。特别是新冠肺炎疫情暴发后，保险行业数字化转型进一步受到关注。互联网保险满足了疫情期间消费者对投保非“面对面”需求，刺激了传统线下保险企业线上化。受疫情影响，消费者保险意识增强，也为互联网保险带来了新机会。

然而，创新与风险总是如影随形。互联网保险业务在快速发展的同时，也暴露出了一些问题和隐患。比如，通过微信朋友圈、公众号、微信群、短视频、直播等方式开展的互联网保险营销和宣传中，隐藏着某些虚假信息、销售误导、道德风险和逆选择等，这些隐患如何监控和管理，已经成为行业和监管层需要不断解决的新课题。

目前来看，保险监管主要是实体监管，对类似微信营销这种网络传播方式，监管力度非常有限，相关法律法规也存在明显空白。从这个意义上来说，《互联网保险业务监管办法》的出台非常及时。《办法》规范的焦点之一就是强化持牌机构的管理责任，要求保险机构对互联网保险营销宣传建立一系列管理制度；开展营销宣传信息审核、监测、检查，并承担合规主体责任等。同时明确提出，保险机构及其从业人员应慎重向消费者发送互联网保险产品信息。这是将管控和降低风险等措施前移到互联网保险的营销源头。

另一个规范焦点则集中在互联网保险领域的中介渠道上，这是一个更需要强化监管的区域。近年来，中介平台发展迅猛。以人身险来说，2019年通过第三方平台累计实现规模保费1619.8亿元，较2018年同比增长63.3%，占互联网人身保险总规模保费的87.2%。

面对快速扩容的渠道规模，《办法》划出了5道红线，以监控和筛选互联网保险行业中介准入者，包括要求持牌经营，互联网企业代理保险业务应获得经营保险代理业务许可；有较强的合规管理能力、场景和流量优势、信息技术实力等；实现业务独立运营，与主营业务实现业务隔离和风险隔离；不得将互联网保险业务转委托给其他机构或个人；加强消费者权益保护，建立售后服务快速反应机制等。

这些规则的制定将有效整顿互联网保险行业中无照经营、混乱经营现象，逐渐建立起监管边界明确、消费者享有知情权和隐私保护权的互联网保险体系。真正规范的互联网保险，应该是保险公司产品与互联网科技公司流量良性融合，保险服务与互联网平台网络无缝连接，并能支持管理规范的持牌机构长期健康发展，强化其产业地位的一种系统，只有这种互联网保险才可能在更高水平上服务实体经济和社会民生。

当前，互联网与金融业正加速融合，出现了前所未有的商业机遇。特别是随着政策红利不断释放，科技创新加速和渗透等因素推动，互联网保险正在成为一个巨大的风口。尽管目前我国互联网保险规模偏小，但发展势头却相当强劲。此时加快规范市场，可谓正当其时。

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 祝 伟