

# 走好粮食生产下半程

## 粮食大事

“今年夏粮再获丰收，产量再创历史新高。”中央农办主任、农业农村部部长唐仁健日前在河北三河调研夏收夏种时宣布了这一振奋人心的好消息。

夏粮再获丰收，是亿万农民为中国共产党百年华诞献上的一份厚礼。100年来，中国共产党带领中国人民通过艰苦卓绝的努力，实现了从“吃不饱”到“吃得饱”再到“吃得好”的伟大跨越，让14亿多中国人过上了丰衣足食的好日子，为解决中国粮食安全问题交上一份满意的答卷。

当前，新冠肺炎疫情仍在全球肆虐，全球粮价连续十几个月上涨，国内粮价大幅波动给相关产业和农民带来了生产经营风险，玉米、大豆等饲料粮短缺成为我国粮食安全的短板和痛点。正因如此，今年我国首次把粮食产量纳入宏观经济调控目标，力争全年粮食产量保持在1.3亿斤以上。夏粮丰收，为今年我国粮食生产迎来“开门红”，为实现全年粮食稳产增产

夏粮产量在我国粮食“十七连丰”的高起点上再攀高峰，着实不易。国家对实际种粮农民发放一次性农资补贴，推行农业成本保险和收入保险等相关举措，有望让农民摆脱“丰收悖论”尴尬局面。

目标夯实基础，为粮食保供稳价增强了信心。

夏粮产量在我国粮食“十七连丰”的高起点上再攀高峰，着实不易。今年夏粮丰收，是政策好、投入大、科技强、人努力、天帮忙等各种因素共同作用的结果。中央继续实施稻谷、小麦托市收购等一系列含金量高的扶持政策，进一步调动农民种粮积极性，带动粮食种植面积增加，今年小麦面积增加了300多万亩，扭转了连续4年下滑势头。各级财政加大对种子和耕地保护投入力度，不断增强粮食综合生产能力。种粮农户充分运用先进的农业科技加强田间管理，先后闯过倒春寒、病虫

害、抗倒伏等多个关口，预计今年夏粮单产将创新高。

同时，地方各级党委和政府共同扛起粮食安全的政治责任，把粮食稳产增产目标任务层层分解，责任落实到县到乡，面积落实到村到田。另外，去年秋冬种以来，气象条件总体较好，土壤墒情好，雨水充沛，光温匹配好，有利于小麦生长，小麦灌浆时间长，产量高、质量好。

对于农民来说，此前很多年，夏粮丰收并不意味着农民收入随之“丰收”，存在“丰收悖论”问题。这是因为粮食需求缺乏弹性，粮食丰收了，粮食供给增加，往往带来粮价下跌，农民收益下降。目

前来看，夏粮行情好，多元市场主体积极入市，优质优价市场化收购成为主导。新麦一上市，价格高开高走，一些地方面粉厂优质强筋小麦价格达到每斤1.4元，比去年价格上涨不少。农民种好粮、卖好价，成为粮价上涨的直接受益者，有助破解种粮比较效益低的问题。国家对实际种粮农民发放一次性农资补贴，推行农业成本保险和收入保险，帮助农民应对市场风险和自然灾害风险带来的生产经营风险，有望让农民摆脱“丰收悖论”尴尬局面。

夏粮丰收只是走完了全年粮食生产的上半程，占据全年粮食产量的四分之三的秋粮生产才是大头。稳妥走好粮食生产下半程，对确保全年粮食丰收意义重大。因为，唯有稳住农业这个“压舱石”，才能更有能力、更有信心、更有底气应对国内外各种风险挑战。为此，各地各部门务必再接再厉，坚持不懈抓好秋粮生产，努力夺取全年粮食丰收。

刘慧

## 用智慧监管有效反制大数据“杀熟”

史洪举

根据《价格违法行为行政处罚规定(修订征求意见稿)》，对“杀熟”者除了处以上一年度销售总额1%以上5%以下罚款外，对情节严重者还可责令停业整顿，或者吊销营业执照，这将让那些愿意砸钱烧钱来营销的商家心存顾忌，否则就可能被清出市场。

近日，市场监督管理总局公布《价格违法行为行政处罚规定(修订征求意见稿)》，本次修订征求意见稿的一个亮点是，对涉嫌利用大数据“杀熟”的平台或商家给予警告，可以并处上一年度销售总额1%以上5%以下的罚款，有违法所得的，没收违法所得；情节严重的，责令停业整顿，或者吊销营业执照。

近年来，随着网络购物的普及，大数据“杀熟”现象屡有发生。不少网友发现，同一段路程，打车软件对两部手机报价各异，部分旅行APP也存在“看人下菜碟”现象，对老顾客提供高定价商品。

市场经济条件下，针对不同消费者给出不同的定价并不鲜见，只要价格公开、不属垄断销售和强买强卖，就应尊重商家的自主经营权，但“杀熟”则违背商业伦理。一般而言，商家对老顾客提供更加优惠的价格符合商业伦理和经营理念，如会员等级越高，享受的优惠越多。这样才有利于培养顾客忠诚度，提高对商家的认可和信任度，进而助商家占据更多的市场份额。遗憾的是，个别商家借助大数据“杀熟”，透支了消费者信任，还可能侵犯消费者的知情权、自主选择权和公平交易权。

一般情况下，商家占据信息优势和技术优势，且市场环境瞬息万变，消费者很难识破“杀熟”行为。如果商家掌握着大量用户的信息，很可能会根据技术手段对消费者“画像”并提供有差别的定价和服务，实施隐蔽而精准的“杀熟”。而消费者

相对分散，且处于弱势地位，难以了解商家的定价策略，除非每次购物时进行比价，否则很难觉察到被“杀熟”。即便发现了想维权，也常因为“追回一只鸡，得杀一头牛”的维权成本，不得不放弃。

为吸引新用户，商家在一定时期内针对新用户提供优惠价格，在情理之中。而且，很多商品价格经常处于变化之中，尤其是机票、旅馆、酒店的价格每隔一段时间就会随客流、天气变化等因素调整。由此，除非在同一时间段内，在同一地区，有多个具有相同“会员级别”的消费者购买相同商品，否则，莫说普通消费者，即便监管部门也难以分辨何谓正常的价格变动，令分辨“杀熟”难上加难。

在技术进步背景下，如果不对商家进行强有力的监管和约束，某些新技术就可能成为个别商家作恶的工具，让消费者愈发弱势，沦为被精准“杀熟”的对象。进而言之，如果不及时对大数据“杀熟”说不，互联网商业就失去了便民属性，沦为强势商家宰割消费者的帮凶。

根据此次征求意见稿，对“杀熟”者除了处以上一年度销售总额1%以上5%以下罚款外，对情节严重者还可责令停业整顿，或者吊销营业执照，这将让那些愿意砸钱烧钱来营销的商家心存顾忌，否则就可能被清出市场。当然，治理大数据“杀熟”，更需要有效监管经营者的“算法”，通过大数据技术实现智慧监管，有效反制“杀熟”行为，让商家不敢用技术作恶，保护好消费者的合法权益。



关心高温下的劳动者

近日，不少省份卫健委就做好夏季防暑降温工作发布通知，禁止用人单位以发放钱物替代应提供的防暑降温饮料和药品；各用人单位应按照本地高温津贴发放标准，向从事高温作业的劳动者支付高温津贴。当前，各地迎来高温酷暑，很多劳动者仍顶着烈日坚守在工作岗位。地方有关部门及时提醒用人单位正确发放高温津贴和防暑降温用品，既是一种监督，又是一种保护，有利于各地各部门抓好落实，维护劳动者的合法权益。

(时 钧)

## 为暑假公益托管服务点赞

吴 玲

近日，北京市宣布将由各区教委组织面向小学一年级至五年级学生托管服务，为确有需要的家庭过好暑假提供便利，引得市民纷纷点赞。

每逢暑假，如何安置放假的孩子，令不少家长困扰。尤其是对于没有老人帮忙照看孩子的双职工家庭，托管班就成为这类家庭的首选。然而，对家长而言，想要找到安心且性价比合适的托管班不容易。近年来，社会上的暑假托管班鱼龙混杂，存在不符合条件的“三无托管班”，教师没有教育行业从业经历，甚至可能在环境、安全等方面存在隐患，这确实让人难以放心。虽然还有

一些在社区、街道等开设的公益托管服务，但大多处于供不应求状态。因为责任大、投入高、盈利少，一些民办培训机构对托管业务缺乏热情。

在上述情况下，让家长对托管班的安全放心，一方面需要有关部门加强对各类托管班的管理监督，严格把好市场准入关，依法取缔证照不全的“作坊式”托管班；另一方面，各地应挤出更多财政资金，多开设公益托管服务措施，适当收取费用，并对家庭困难学生免收托管服务费。此外，还应积极稳妥引入更多商业模式，提供各方共赢的托管服务，更好为双职工家庭解燃眉之急。

## 提高资本市场支持科创能力

祝惠春

提高资本市场支持科技自立自强的能力，一个重要思路在于用市场的力量甄别和引领科技创新发展方向，引导资金向更具创新性的方向高效配置。简言之，就是“科创指引”。此外，还要统筹好“支持”和“监管”的关系。

中国证监会近日提出，要提高支持科技创新的本领，更好发挥资本市场收益共享、风险共担的独特机制优势，促进科技、资本和实体经济高水平循环。

科技创新具有研发周期长、风险高、轻资产等特征。从国际经验看，科技创新离不开雄厚的科研力量，发达的资本市场对其大有裨益。有效发挥资本和市场的巨大力量，架起金融资本与科创要素的通道，促进科技与资本深度融合，是培育现代高科技企业的重要密码。

近年来，随着注册制改革落地，A股分化现象日趋明显，资金不断向少数头部企业集中，对科技含量较高的长周期行业偏好低。资本市场对科技创新的服务能力与国家战略要求仍有较大差距，资本市场提高支持科技自立自强的能力迫在眉睫。

笔者认为，提高相关能力的一个重要思路，在于用市场的力量甄别和引领科技创新发展方向，引导资金向更具创新性的方向高效配置。简言之，就是“科创指引”。

资本市场的“科创指引”表现在“建制度”上，要向支持科技创新倾斜，力求定价合理、进退有序。比如，科创型企业因其科技属性和初创属性导致定价困难，往往存在因定价分歧造成的股价破发问题。这就需要进一步完善询价机制，防止“恶意低估”，充分发挥市场的价格发现功能。又如，应形成“愿意来、留得住”的市场机制，完善股权激励和员工持股制度等。

我国已经向世界宣布，我国力争2030年前实现碳达峰，2060年前实现碳中和。“双碳”目标的提出充分体现了中国作为国际大国的责任与担当，也在倒逼我国经济向高质量发展方向加速转型。

实现“双碳”目标必须以技术创新为先导，围绕着非化石能源的替代和提高能源使用效率等进行开源和节流。我国一次能源中煤炭占比最大，煤炭发电转化为二次能源过程中不仅碳排放巨大，也是大气最重要的污染之一。近年来，以太阳能、风能为代表的非化石能源在一次能源供给中占比逐渐增大，能源结构改变对于我国碳排放强度下降贡献极为显著。下一步，必须持续提升非化石能源的比例。随着可再生能源等清洁能源的技术成熟、产业规模的扩大，清洁能源发电的成本逐渐降低，碳减排的社会成本将进一步降低。

仅依赖清洁能源转型是不够的，还须提升整个生产和消费系统的能源效率。也就是说，用最少的能源最大限度满足社会经济的需求。这需要依靠技术创新，低碳相关技术的研发和市场化应用正是提升整体能源效率的一个关键。此外，合同能源管理、环保管家等诸多特色低碳服务，有助于减少能源浪费、减少无效碳排放，助力实现经济更高质量发展。

要认识到，碳排放的总量控制最终会落实到每一个生产与消费的经济活动微观主体。实现微观主体的减量排放目标，离不开一系列政策，包括尽快确定最大的碳排放增长时间表、发放碳排放许可证、制定碳核查标准等多种约束性机制。短期来看，经济活动或许会面临成本上升问题，只有通过技术进步和强化能源管理才能使边际单位减排成本增加的趋势得以缓和。

我国是生产制造大国，工业规模大、碳排放强度高，首先会受到有关影响。不过，从有关经验看，我国2019年碳排放强度较2005年下降了48.1%，提前达到我国2009年提出的碳排放强度较2005年下降40%至45%的国际承诺，这为我们提供了有益经验。企业须改变已有先生产后治理的末端治理方式，将污染预防、碳减排和能效提升贯穿生产过程之中，以清洁生产和污染预防降低碳达峰的环境成本和风险，降低企业的合规成本、提升市场竞争力。

提高企业参与“双碳”目标的积极性，不仅需要强有力行政管理手段，更需要发挥好经济手段和市场机制的作用。经济手段运用方式多种多样：当企业碳减排的数量超过政府发放碳排放指标时，碳交易促进企业通过二级市场买卖，减碳的环境效益可以转化为企业的经济效益，提升企业的市场竞争力。另外，补贴、税收优惠等手段均可弥补企业碳减排的环境成本，提升企业持续碳减排的积极性。

还应看到，消费领域的碳减排意义重大，绿色消费是消费模式的变革，也倒逼生产领域进行减排。在衣食住行中，建筑、出行碳排放强度占比大，应加速电动车替代减少汽油车的碳排放，应推广普及新能源汽车减少消费出行的能源碳排放。我国目前的建筑能耗还缺乏配套的强制性能耗标准，下一步有关部门应引导建筑设计者和开发者充分考虑建筑建设和使用过程中的能耗和碳排放。

消费领域的碳排放减少涉及消费领域的方方面面。除了做到绿色购买，还应做到绿色使用方式，如及时关闭电脑、自备购物袋、多种一棵树、注意绿色出行、减少一次性塑料袋的使用，等等。此外，产品的废弃方式直接决定处理方式，生活垃圾有效分类，不仅可以提高资源化水平，也会大大减少焚烧垃圾的量，从而减少二氧化碳的排放量。

总之，碳达峰、碳中和涉及每一位生产者和消费者切身利益，在此过程中，生产者和消费者都需要积极适应、作出贡献。

(作者系中国人民大学环境学院教授、博士生导师。《中国经济评论》杂志社供稿)

洞见