

# 用绿色发展实现金色丰收

## 三农瞭望

田野金黄,农业向绿。日前,中办、国办印发《关于深化生态保护补偿制度改革的意见》,提出完善以绿色生态为导向的农业生态治理补贴制度;农业农村部等6部门印发《“十四五”全国农业绿色发展规划》,成为我国首部农业绿色发展专项规划。此前,“十四五”规划把粮食综合生产能力列入经济社会发展主要目标。种种举措表明,打造绿色低碳农业产业链,以绿色方式实现金色丰收,成为“十四五”农业发展的一个重点。

推进农业绿色发展是农业发展观的一场深刻革命,也是农村经济发展到一定阶段的必然要求。春种秋收,农民按时令耕耘,一季接一季。农业“四季歌”的背后,不变的是稳产保供的目标,变化的是绿色兴农的导向。在很长一段时期,我国农业先要解决“有没有”的问题,被迫以大水、大肥、大药的投入来换产量。近年来,农业持续瞄准“优不优”“绿不绿”的问题,从投入端的农药化肥减量,到过程端的作物秸秆、畜禽粪污处理,再到产出端的绿色优质供给,努力把资源利用过高的

当前,我国农业绿色发展仍处于起步期,农业生态环境治理还处在治存量、遏增量阶段。现实难题集中在资源、市场、机制三方面。这就需要激活市场动能,变绿色为效益;激活科技动能,变废物为资源;激活制度动能,变补贴为动力。

强度降下来,把面源污染加重的趋势缓下来。

当前,农业绿色发展仍处于起步期,农业生态环境治理还处在治存量、遏增量阶段。现实难题集中在资源、市场、机制三方面,对应的是生产方式仍较粗放,绿色优质农产品供给还不足,激励约束机制尚未健全等问题。如今,我国已明确碳达峰、碳中和目标,农业农村减排固碳需要付出更大努力。老问题与新挑战交织在一起,解决起来非一朝一夕之功。

妥善解决新老问题,要避免把农业生产与生态环境保护对立起来。既不能因为保供给而牺牲生态,也不能因为保生态而影响农产品供给。农业绿色发展,追求全链条的可持续,实现资源环境与物质产出的均衡,目的

是更好实现农业的功能。因此,保障粮食和重要农产品供给是农业绿色发展的底线,也是底气所在。无论是降低耕地资源利用强度,或者是治理农业环境突出问题,都要考虑巩固粮食和重要农产品产能。在此基础上,着力激活三方面动能,让生态绿色成为现代农业的鲜明标志。

激活市场动能,变绿色为效益。随着收入水平提高和健康意识增强,不少消费者愿意为绿色优质农产品付出更高价格。与传统农业相比,绿色农业生产成本明显提高,如果产品卖不出好价钱,那么农民就失去了绿色发展的动力。要探索“绿色+”特色产业的模式,让农民从绿色生产中得到的收益,大于粗放方式带来的收益,从而使绿色生产成为自

觉行动。

激活科技动能,变废物为资源。人们常说,很多垃圾是放错了地方的资源,有限的资源用好了可以创造无限的价值。以种植业来说,有多少籽实就有多少对应的秸秆,这些秸秆用好了就是饲料。以畜牧业来说,有多少肉类产量就有多少对应的畜禽粪污,这些粪污用好了就是肥料。关键是要加快绿色农业科技创新,引导人才、科技投向绿色农业,生产技术集约高效、产业模式生态循环,让废弃物在循环农业的链条里动起来,成为资源。

激活制度动能,变补贴为动力。基于可持续发展的农业补贴是世贸组织规则所允许的,也是我国现阶段所需要的。比如,耕地轮作休耕可以培肥地力,为农民带来长远收益,但要等很长时间才能见效,如果财政不在一定期限内给予补贴,农民就没有积极性。建立以绿色生态为导向的农业支持政策体系,要在开展农业绿色发展长期固定观测基础上,完善生态保护补偿机制,让保护农业资源、善待农业环境的人受益。

齐金亮

## 市场越规范，消费越放心

梁 瑜

新冠肺炎疫情发生以来,人们深刻地认识到,“形成强大国内市场”“畅通国内大循环”,是进一步激发经济活力、积蓄发展动能、对冲世界经济下行风险的必然要求。只有让人们能消费、愿消费、敢消费,消费才能继续成为中国经济增长的压舱石。

事实上,近年来,在让消费者明白消费、放心消费方面,从国家到地方都出台了很多政策,不断清理灰色地带,引导经营者尚德守法,消费者的满意度在稳步提升。尽管如此,个别行业、领域还存在一些消费乱象,一定程度上扰乱了市场秩序,影响了消费者信心。特别是,出现消费纠纷后,很多消费者还面临维权不畅、投诉无门的情况。比如,一些商家以智能客服代替人工客服,一声声“亲”叫得挺亲切,就是听不懂“人话”,解决不了任何问题。

分析乱象成因,可以发现,有的是因市场规则缺失,比如共享充电宝定价不规范等问题;有的是监管滞后造成的,比如饱受诟病的预付卡消费“跑路”等现象;有的则是惩罚力度不够,不足以震慑企业,比如之前某大型连锁超市刚被约谈过,就又发生了“臭肉”事件。

应该说,市场秩序越规范,消费者才能越放心。规范行业、领域的失序行为,就是

要营造公平、有序、健康的市场环境,确保经营和消费在公平的法治环境中进行。基于此,要以问题为导向,不断织密制度笼子,补齐规则短板,给市场主体画出底线、描清红线,夯实消费者权益保障基础;要创新和完善监管,通过依法处罚、行政指导、司法惩处等多种手段,形成有效震慑,净化市场消费环境;要打通消费维权堵点,让消费者权益保护随时“在线”,让正义以最快速度、最低成本实现,不断增强消费者的获得感。

此外,消费者也要擦亮眼睛。“天上不会掉馅饼”,这是一条基本常识。许多人之所以身陷消费陷阱,就是忘记了这一点,贪图一时便宜,或者梦想能快速赚钱。日前,有媒体曝光了老人免费领鸡蛋的骗局,成本仅20元的代餐粉竟然卖398元,就是一个典型例子。

无规矩不成方圆。以高质量的产品满足大众所需,以高效的监管营造良好消费环境,以多层次的社会保障增强大众消费信心,消费才可能为更高水平经济循环提供强劲动力。一个让消费者感受到友好的市场环境,才有助于进一步浓厚商业文明风尚。实际上,这也是提升社会治理水平的应有之义。

(中国经济网供稿)



徐 骏作(新华社发)

## 清理涉企保证金

近日,国务院第八次大督查第六督查组在辽宁省海城市发现,当地城市综合行政执法局设立20多处矿检站,对所有矿产品生产经营企业收保证金。保证金从几百元到几万元不等,交钱领“票”,看“票”放行。督查组认为,该市在没有任何法律法规依据的情况下,违规向矿产品生产经营企业收取吨位保证金,在国家清理规范后反而变本加厉。近年来,国家有关部门重点清理规范涉企保证金,但个别地方落实不力,仍然存在公然违规的行为。对此,除了要及时停收、退还相关保证金,还应加大智慧管理系统研发力度,做到方便企业与依法监管兼顾。

(时 锋)

## 平台企业监管须“内外兼修”

高利芳 翟胜宝

平台企业在电商生态中扮演着两种不同的角色：一是竞争的主体，二是市场秩序的维护者。平台企业监管必须“内外兼修”，外部监管指导内部监管，内部监管配合好外部监管。通过文化创建、结构调整、风险识别、规则管控等方式，不断完善平台企业自我监管。

今年5月以来,亚马逊根据《卖家行为准则》等条款,对一些涉嫌虚假留言的平台商家冻结了账户。与此相类似,国内有些电商平台也存在“购买好评”等炒信现象,受到监管部门的关注和治理。

平台企业严管平台内的商户,有其合理性。平台企业在电商生态中扮演着两种不同的角色:一是竞争的主体,二是市场秩序的维护者。平台企业既是应遵循政府监管要求的被监管者,也是对平台内企业履行监管义务的监管者,形成一种双重监管格局。特别是大型平台企业具有高效连接市场、资源与用户的优势,协助政府部门提供一定的公共服务,深度影响着经济社会发展。

可见,平台企业能否履行好对平台内商户的监管职能,绝不只是企业内部“私事”。平台企业的监管是否到位,直接影响平台声誉和用户利益,声誉机制下的用户选择又关系到平台企业自身的经济利益。一旦平台企业对平台内商户的不

当竞争行为放任不作为,就可能被解读为平台企业不愿因严控而流失商户、削弱自身市场影响力。这样一来,结果往往是职能部门介入监管,平台企业会因内部监管失职、损害消费者利益而承担连带责任。所以说,平台企业监管必须“内外兼修”,外部监管指导内部监管,内部监管配合好外部监管。

从某种意义上说,完善内部自我监管,积极配合外部监管,是平台企业规避法律风险、减少经济损失、促进企业可持续发展的正确选择。笔者认为,平台企业内部监管的重点有这样几个方面。

一是文化创建。平台企业需要在运营中,嵌入一种开放和平易近人的企业文化,给用户提供独特、诚实、愉悦的体验。二是结构调整。平台企业的治理结构要从高度集中的层级结构调整

近日,中办、国办联合印发《关于在城乡建设中加强历史文化保护传承的意见》,提出要本着对历史负责、对人民负责的态度,加强制度顶层设计,建立分类科学、保护有力、管理有效的城乡历史文化保护传承体系。

近年来,我国坚持可持续发展理念,加大历史文化保护传承力度,各地正确处理古与今、保护与建设的关系,在摸清家底、分类保护、修缮提升、活化利用、传承弘扬、法治保障等方面做了大量探索。比如,文化和旅游部等8部门联合印发《关于进一步推动文化文物单位文化创意产品开发的若干措施》,让历史文化飞入寻常百姓家。刚刚实施的《四川省三星堆遗址保护条例》,为三星堆遗址保护管理提供了法治保障。山东青岛开展《青岛老城区遗产地保护规划》编制,更好实现城市文脉的传承和城市功能的有机更新。

我国地域辽阔,历史文化遗产和遗迹时空布局广泛,在保护传承方面存在不均衡现象,特别是一些地方这根弦绷得还不够紧,受制于认识理念、管理机制、技术方法、财力保障等因素,历史文化保护传承中暴露出不少问题和隐患,亟需改进。2019年,住建部曾对5个国家历史文化名城因保护不力致历史文化名城遭到严重破坏的情况予以通报批评。

从整体上看,一些地方划定保护范围工作进展缓慢、拆除破坏历史文化街区和历史建筑、盗卖历史建筑构件和异地迁建等问题时有发生,对一些历史文化名镇名村传统村落疏于保护,甚至为“给建设让路”而随意拆除,对城乡传统格局和历史风貌造成不可挽回的损失。为避免文化遗产成为“文化遗憾”,必须用绣花功夫加强历史文化保护传承,用一百个尽心做好这道“必答题”,为世界留下更多扇了解中国历史文化的窗口。

历史文化保护传承不是一句口号,应落实到行动上,多角度发力,精准性保护,摸清底数,划定范围,压实责任,继承创新,逐步建立起历史文化名城名镇名村(传统村落)、历史建筑地段街区、古井古桥古树以及工业遗产、农业水利遗产、非物质文化遗产等名录体系,做到有的放矢、应保尽保,绝不能大而化之、笼而统之地抓工作。

对于文化遗产,各地应注重坚持以用促保。一方面,坚持创造性转化、创新性发展,做好“活化利用”文章,将历史文化与城乡发展相融合,让历史文化和现代生活融为一体、相得益彰;另一方面,坚持多方参与、形成合力,动员更多社会力量参与到保护传承工作中,让优秀传统文化真正融入生活、回归社会、服务人民。

此外,要形成不敢破坏、不能破坏、不想破坏的格局,必须从法律和制度上扎紧“笼子”,强化约束和惩罚力度。各地应加强住房城乡建设、文物管理、农业农村等部门的沟通协商、工作协同,加强跨区域、跨流域历史文化遗产的整体保护,实现制度、政策、规划、标准等层面的协调对接。加大资金投入、人才培养,多层次、全方位、持续性挖掘历史故事、文化价值、精神内涵。健全监督机制,加强执法检查,强化考核问责,对违法破坏行为保持“零容忍”,真正发挥威慑警示作用。加强法制建设,让文化遗产保护有章可循、有法可依,为做好保护传承工作提供法治保障。

台企业应基于自身数据优势有完善的风险识别、预警与防控机制,能够对市场风险、运营风险、法律风险等及时发现,建立规范的流程和备选的方案,积极应对风险影响。四是规则管控。这是平台企业内部监管的重要抓手。平台企业要对商户制假、销假、刷单、控评、偷漏税等违法违规行为有严格的监管惩戒机制;要自查自纠自身是否有诱导、胁迫平台用户等有违商业伦理的不当行为,在员工管理、高管激励与监督等方面是否有完善的制度规范;要有健全的内部控制制度查错防弊,减少职务舞弊、财务舞弊的可能性,提高信息披露质量,建立与企业的利益相关者常态化沟通机制。

近年来,我国持续发力强化对平台企业的外部监管,这是维护公平竞争市场秩序、规范引导平台经济健康发展的必然要求。对此,平台企业应敬畏监管、敬畏法治,积极进行自查,认清发展边界,配合好政府部门的外部监管,并做好内部自我监管。当平台企业意识到完善内部监管不是迫于外部监管压力的不得已下策,而是净化市场环境的分内之事、专注创新发展的最佳上策时,平台企业监管就可进入内外兼修的协同发展阶段。

作为普通的平台用户和网络经济消费者,我们期待平台企业早日拿出大刀阔斧、刮骨疗毒般强化内部监管的自觉和勇气,营造一个更加放心的网络消费环境。

(作者单位:安徽财经大学)

孙现富

郑茂霞

「文」

「文」

洞见