

全球粮食体系转型在合作中破题

粮食大事

2030年全球实现“零饥饿”目标，是联合国粮农组织对全世界作出的美好承诺。然而，这一承诺不仅进展缓慢，新冠肺炎疫情更使其雪上加霜。

9月23日，联合国粮食系统峰会在纽约联合国大会期间以线上的形式举办。这场峰会旨在通过推进粮食体系转型，实现全球“零饥饿”目标。与此同时，全球粮食安全却正在面临一系列严峻挑战。

当前，新冠肺炎疫情肆虐、国际性冲突、极端天气叠加环境恶化，给全球粮食系统各个环节造成冲击，对各国人民的生活、生计和经济产生了连锁反应。虽然联合国粮农组织等国际组织与世界各国积极行动，阻止新冠肺炎演变为全球粮食危机，但疫情已经对全球经济造成巨大破坏，引发全球自二战以来最严重的经济衰退，全球粮价创近十年来的新高，失业率上升，薪酬和收入下降，全球粮食安全和营养状况恶化。据联合国粮农组织发布的数据，2020年全世界有7.2亿至8.11亿人口面临饥饿，与2019年相比增加了1.61亿。

通过粮食体系转型带动全球“零饥饿”目标的实现，已成为全球广泛共识，中国为此做了积极探索。然而，任何国家或组织都无法单独应对粮食和农业领域的全球性挑战。这需要联合国粮农组织、二十国集团等国际组织与各国携手并进，精诚合作，在合作中破解难题。

面对这场史无前例的严峻考验，现有的全球粮食体系难以合理有效运转，难以满足全球人口以及地球环境的需求。因此，推进粮食体系转型势在必行。从就业、生计和对环境的影响来看，全球农业粮食体系是世界最大的经济体系，其中既包括食物生产、储存、加工、运输、贸易、消费等食物供应链，还包括提供食物和农业产品的所有人员、活动、投资和选择，不仅为全世界10亿人直接提供就业机会，还与35亿人的生计与粮食体系关联。粮食体系任何一个环节出现问题，都会影响全球粮食稳定供应，从而影响全球粮食安全，甚至影响全球经济社会安全。例如，国际性冲突会严重冲击粮食生产体系中生产、收获、加工、运输、供应、融资、销售和消费等几乎所有环节，导致战乱中的国家陷

入全面粮食危机。通过粮食体系转型带动全球“零饥饿”目标的实现，已成为全球广泛共识。联合国粮农组织、二十国集团等国际组织不遗余力地倡导并支持世界各国推进粮食体系转型，建设更高效、更包容、更有韧性且更可持续的粮食体系，试图让粮食体系重回正确的轨道，能够更好更有针对性地抵御各种风险和挑战，实现更好生产、更好营养、更好环境和更好生活，为所有人提供负担得起的健康膳食，并成为稳步实现2030年可持续发展目标的强大推动力量。

关于全球粮食体系怎么转型，各大国际组织支持世界各国寻求创新性的解决方案，为世界粮食安全贡献力量。中国为此做了积极探索。中国实行家庭联产承包责

任制以来，持续推进粮食体系转型，不断加大对农业基础设施的投资，增加农业补贴，持续提高粮食综合生产能力，秉持创新、协调、绿色、开放、共享的新发展理念，推动农业生产方式和消费方式的改变，走出了一条中国特色社会主义粮食安全之路，实现了谷物基本自给、口粮绝对安全，把中国人的饭碗牢牢端在自己手中。而且，作为全球最大的发展中国家，中国积极参与全球粮农治理，推动农业国际合作，分享中国农业农村发展的经验和实践，为世界粮食安全作出了贡献。

推动全球粮食体系转型，是一个复杂的系统工程。任何国家或组织都无法单独应对粮食和农业领域的全球性挑战。这需要联合国粮农组织、二十国集团等国际组织与各国携手并进，精诚合作，在合作中破解难题。只有团结起来，通过在经济、环境甚至文化等各领域多管齐下，尽快推动粮食体系转型，才能扭转形势，迎来公平、可持续、没有饥饿的美好未来。

刘慧

缺芯犹可恕 炒芯不能忍

刘瑾

近日，国家市场监管总局发布消息称，市场监管总局依法对上海镁特电子有限公司、上海诚胜实业有限公司、深圳市誉畅科技有限公司三家汽车芯片经销企业哄抬汽车芯片价格行为共处250万元罚款。

据悉，这三家经销企业利用汽车芯片供需失衡，在采购价格基本稳定的情况下，大幅加价销售汽车芯片。下游汽车零配件企业因无芯片可用，面临断供违约赔偿的风险，不得不接受当事人高额报价。

始于2020年下半年的汽车行业芯片短缺危机，不仅没有按照行业预期在今年三季度有所缓解，反而随着时间推移愈演愈烈。中汽协发布的数据显示，8月份当月汽车产销降幅进一步扩大。截至目前，我国汽车销量已连续五个月环比下滑，连续四个月同比下滑。业内专家表示，汽车产销之所以总体呈现出下降趋势，主要原因一是芯片短缺，影响了企业生产计划。

汽车芯片供不应求有多方面的原因。新冠肺炎疫情持续使得全球芯片制造企业普遍放缓产能扩充计划，疫情反复还迫使一些国家和地区关停芯片生产线，造成特定品类芯片供应中断，这是全球诸多行业陆续面临缺芯问题的主要原因。再加上半年，日本地震、美国得克萨斯州暴雪天气的影响，全球半导体产能能大幅度下滑，汽车芯片供应严重不足。

“天灾”难以避免，但“人祸”实属不该。汽车芯片经销企业和汽车零部件生产企业、整车制造企业本该是“一条绳上的蚂蚱”，理当共患难。但某些经销企业的大幅加价行为，不仅不能增加产品供应，缓解供需矛盾，反而制造紧张情绪，致使零配件制

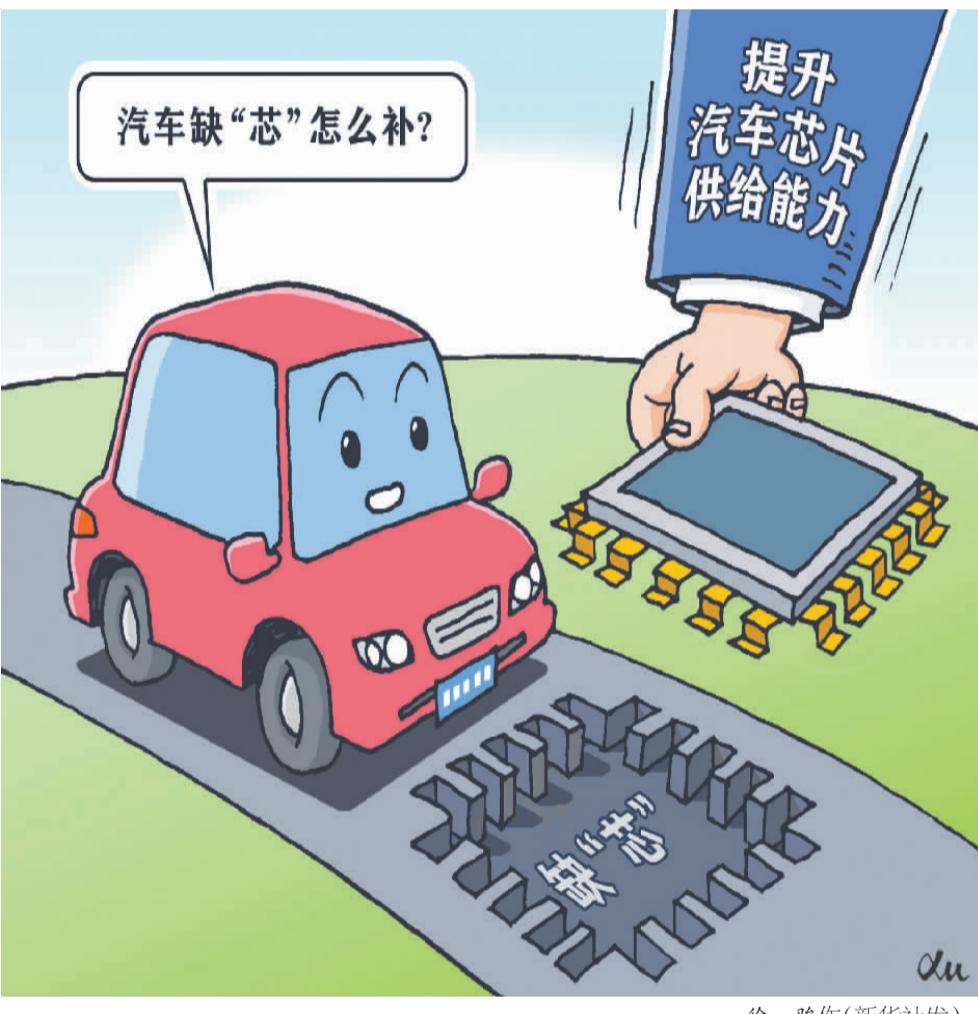
造商、车企等各环节恐慌性备货，进一步加剧供需失衡，推动价格过快、过高上涨，扰乱了市场价格秩序。

市场经济是自由经济、开放经济，更是信用经济、法治经济。企业在市场中的行为，不仅代表自身，更会影响整个市场。如果为了一己之利、一时之利，损害市场秩序，破坏市场规则，伤害其他市场主体利益，即便短期内能够获取利益，也会使自己的未来发展受到很大的影响。

以受到处罚的三家芯片经销企业为例，在芯片市场供求失衡的情况下，确实获得了一时的利益。汽车零部件生产企业也迫于无奈，接受了高价芯片。但是，经销企业的市场形象已经受到了严重影响，信誉也会大打折扣。一旦芯片市场趋于平稳，相信绝大多数汽车零部件企业都会选择放弃趁火打劫的经销企业，让其失去长远的利益收获。

目前来看，芯片供应链紧张的问题还要存在一段时间，建议有关部门继续加强对汽车芯片经营者的监管。对其具有恶意涨价行为的经销商、生产商予以公布，也要督促这些企业的投资者，尤其是具有大企业背景的投资者，加大对经销企业行为的监督。

阳光总在风雨后，芯片短缺问题一定会解决。工信部已明确表态，将加强对汽车行业的发展和芯片制造供应能力的监测，有针对性地解决现在汽车企业存在的短缺问题，积极扶持芯片制造企业加快提升供给能力。希望汽车芯片经销企业能够以此次处罚为戒，以长远利益为重，遵循公平、合法和诚实信用的定价原则，合理定价，帮助汽车企业渡过当前的难关。



徐骏作(新华社发)

补“芯”

2020年下半年以来，全球集成电路制造产能持续紧张，汽车缺“芯”的难题困扰着全球汽车厂商。集成电路是高度全球化的产业，中国是全球最大的集成电路市场。为攻坚补“芯”难题，我国有关部门组建汽车半导体推广应用工作组，加强供需对接和工作协同，推动提升汽车芯片供给能力。同时，在保障安全的前提下简化审批程序，使替代芯片尽快推广应用。下一步，相关部门和国产车企仍需凝心聚力，加强供应链精准对接，使汽车芯片能够在供给能力上全面提升，并通过建立完善长效机制，促进我国汽车工业高质量发展。

(时锋)

产业链协同化解汽车缺芯难题

原洋

“炒芯”乱了市场，也伤了企业。市场乱，乱在价格调节机制已然失灵。企业伤，伤在进货艰难、成本骤升。基于以上情况，市场监管总局已经对涉嫌哄抬价格的汽车芯片经销企业立案调查。有能力的车企可以考虑更换供应商，使用替代芯片；还可以加大自主芯片研发，增强与芯片厂商直接交流。供应链上下游联合、齐力同心，才能渡过难关。

到即刻反馈作用。不少经销商一旦知道某种芯片供应紧张，就捂住货源或者闻风涨价。这样只会进一步扭曲价格信号、增加市场竞争恐慌、恶化市场环境，让芯片厂商难以摸清市场真实需求。

企业伤，伤在进货艰难、成本骤升。下游汽车零配件企业因无芯可用，面临断供违约赔偿的风险，不得不接受经销商高额报价。有车企预估，不少企业将因本次缺芯退出市场。更为滑稽的是，还有小企业因为凑不齐整套芯片，无法开工，为求生存索性放弃主业，做起芯片买卖生意。

整体看来，无论是化解缺芯还是整治

“炒芯”，核心都在于解决芯片的产能问题。不过，芯片供应恢复是个逐步爬坡的过程，需要一定时间。与其靠时间自愈，整车企业与有关部门不如积极自救，可做的事情还有不少。

从短期看，一来，车企可加大自主芯片研发。8月比亚迪公司汽车销量不减反增，业绩亮眼。这与比亚迪拥有自研半导体不无关系，其部分车规级芯片可以自给自足。即使也有必须对外采购的芯片及零部件，但相比其他车企，比亚迪的情况已经乐观不少。

二来，经历此次缺芯波折后，不少车企已经意识到增强与芯片厂商直接交流的重要性。

此前，由于芯片厂商多为二级零部件供应商，与车企直接互动较少。强化车企与芯片企业的交流，便于芯片厂商更精准地把握车企需求，甚至与车企联合开发，加速产品的上车应用。目前，工信部和有关部门已组建汽车半导体推广应用工作组，促进车企与芯片制造企业对接，提升芯片供给。

替代芯片尽快推广应用。不过，考虑到这一办法有不小的门槛，需要车企、零部件厂商对旗下软、硬件重新适配，企业还需结合自身实际慎重选择。

从长期看，一来，车企可加大自主芯片研发。8月比亚迪公司汽车销量不减反增，业绩亮眼。这与比亚迪拥有自研半导体不无关系，其部分车规级芯片可以自给自足。即使也有必须对外采购的芯片及零部件，但相比其他车企，比亚迪的情况已经乐观不少。

二来，经历此次缺芯波折后，不少车企已经意识到增强与芯片厂商直接交流的重要性。

此前，由于芯片厂商多为二级零部件供应商，与车企直接互动较少。强化车企与芯片企业的交流，便于芯片厂商更精准地把握车企需求，甚至与车企联合开发，加速产品的上车应用。目前，工信部和有关部门已组建汽车半导体推广应用工作组，促进车企与芯片制造企业对接，提升芯片供给。

这场汽车业的“感冒”何时能好，不同机构预测各不同。但可以肯定的是，时间治愈不了缺芯，唯有供应链上下游联合、齐力同心，才能渡过难关。

近日召开的国务院常务会议审议通过“十四五”全民医疗保障规划，部署健全医保制度体系，更好满足群众就医用药需求。会议提出了五个方面的要求：一是健全多层次医保制度体系，分类优化医保帮扶政策；二是建立基本医疗体系、基本医保制度相互适应的机制；三是推进医保与医药协同发展；四是提升医保经办服务水平；五是加强医保基金监管。

本次国务院常务会议提出建立基本医疗体系、基本医保制度相互适应的机制，落脚点之一是推进分级诊疗和医疗联合体发展，加强基层医疗卫生服务能力建设。加强基层医疗卫生服务能力建设，是新医改启动之初就确定的战略，而分级诊疗是实施强基层战略的重要举措，也是缓解群众“看病难、看病贵”问题的基本途径。只有将常见病、多发病留在基层医疗机构并解决好，让群众就近获得满意的医疗服务，才能真正方便群众，更好实现人人享有基本医疗卫生服务的目标。

早在2015年，国务院办公厅就发布了《关于推进分级诊疗制度建设的指导意见》，提出以强基层为重点完善分级诊疗服务体系。分级诊疗推行至今，一些地方仍然存在患者治病更愿意去大医院的现象，以致基层医院床位闲置。医疗、医保、医药“三医联动”符合医疗行业发展趋势，深化医药卫生体制改革必须遵循“三医联动”原则。本次国务院常务会议提出建立基本医疗体系和基本医保制度相互适应的机制，强调了医疗、医保的联动性，要求完善医保支付政策，推动分级诊疗、医联体等发展。

推进分级诊疗，除了要强化基层医疗机构的硬件投入和人才队伍建设，还要积极发挥医保支付的激励作用，提高在基层看病的吸引力。一方面，应扩大医保对基层医疗机构和基层医疗服务的覆盖面；另一方面，应通过实行差别化的医保支付政策，合理拉开基层医疗卫生机构、县级医院和城市大医院间报销水平差距，引导患者在基层医疗机构就诊。当前，医保支付方式正从按项目付费转向按病种付费模式，相比基层医疗机构，规模较大的医院在应对医保控费方面有更大的空间，需要防止医保资金进一步向大医院过度集中，在医保资金分配上应适当向基层医疗机构倾斜，引导医疗资源和患者向基层医疗机构下沉。

医联体建设是推进分级诊疗制度建设的重要举措。推动医联体建设，也需要建立与之相适应的医保制度。既要在医联体内部建立医保基金调剂制度，确保参保患者在医联体内部医疗机构间发生双向转诊的，可以在年度清算时进行合理的基金调剂。同时，在医联体内部还要实行向基层医疗机构倾斜的差别化医保支付政策，推动实现医联体内部医疗机构间分级诊疗。此外，在医联体内部同一次就医发生转诊的，应允许连续计算起付线。(作者系浙江大学经济学院百人计划研究员)

洞见

直播带货须厘清各方责任

王易博

前不久，上海市消保委公布了一款由某网红主播带货的、号称“有助于减肥”的低脂全麦面包检测结果。数据显示，其碳水化合物含量、热量值、蛋白质、钠含量均比标称的要高很多。上海市消保委提示，消费者如按企业推荐量食用，不仅不能减肥，反而有增肥的风险。受到广泛关注后，涉事面包公司发布致歉视频并提出售后解决方案。该网红主播则宣布将停止与该面包品牌的合作。

直播带货是互联网经济的一种新业态，对活跃市场、促进消费、方便大众生活起到了积极作用。一些商家早已将其作为重要的推广手段与宣传渠道，但其中也存在某些问题。此前，中消协就指出，网络直播侵害消费者权益有七大类型：虚假宣传、退换货难、销售违禁产品“专拍链接”误导、诱导场外交易、滥用极限词、直播内容违法。对此，有关部门已多次开展相关治理，取得了一定进展。不过，有关事件的不时发生，警示人们直播带货领域仍有待厘清权责关系，对网络直播平台、商品经营者、网络直播者明确责任划分，避免主体间相互推诿，消费者权益受损。

网络直播平台要担负起严格把关责任。给消费者提供优质商品和服务是直播平台的价值所在。直播平台应与职能部门、行业协会等建立协作机制，构建“网上抽查、源头追溯、属地查处”等质量监督体系，加大对高风险产品、区域、供货渠道的管控力度。同时，应对平台内的经营者行为给予指导与规范。比如，自觉建立并完善商家信用评价机制，定期对主播账号信用情况进行公示；设置消费者投诉专区，给守信商家提供扶助，对失信者加大惩戒力度。

商品销售方应对所售产品质量承担相应法律责任。消费者权益保护法规定，“经营者提供商品或服务有欺诈行为的，应按照消费者的要求增加赔偿其受到的损失”。以牺牲信誉为代价赚快钱的企业，注定走不远。商品销售方应主动自查自纠产品质量和服务水平，不断从消费者切身利益出发来改进和完善有关措施，建立完善售后服务机制，把工作做实做细，真正做到对用户负责。

网络直播者即主播，通过与商家开展合作，利用自身流量优势为产品发布广告、宣传产品，属于广告代言人业务范畴。根据消费者权益保护法等相关法律规定，广告代言人应对所售产品尽到审查义务，在明知或应知广告虚假仍代言的情况下，要与广告主一起承担连带责任。头部主播对品牌宣传、品牌形象本有良好的加持作用，但某些主播却自恃流量傍身，忽视了有关责任与义务，或贪图眼前利益给消费者推荐自己不熟悉甚至没使用过的商品，或对明知有问题的商品昧着良心虚假宣传，诱导大众购买，这些行为都是不道德、不合法的。主播应恪守职业道德，爱惜“羽毛”，不能因一时之利，漠视自身责任，否则将受到法律法规的惩罚。

直播带货行业正如火如荼发展，只有不同主体主动承担起各自法律责任，恪守道德底线，注重商业质量，才能给消费者带来美好购物体验。也只有在政策扶持、规范管理之下，直播经济各方协作共赢，这一行业才能实现健康可持续发展。