

谨防假冒“订单农业”坑农

□乔金亮

“一吹”“二引”“三骗”，以“订单农业”为名设骗局坑农违法行为时有发生。近日，农业农村部联合公安部、市场监管总局发布5个依法打击以“订单农业”为名设骗局坑农的典型案例，加强对各地依法查处相关案件的指导。

订单农业是农户根据其收购企业签订的订单来组织农业生产的一种产销模式。市场需要什么就种什么，客户收购多少就种多少，真正的订单农业在一定程度上能消除农民的后顾之忧，对保障农民收益、抵御市场风险具有一定作用。负责的企业往往会在技术、农资等方面对农户进行指导，把控农产品质量并按约回收。

正因为订单农业颇受欢迎，一些不法分子打起了它的主意。其伎俩并不复杂，但利用了农户盼技术、盼市场的心理，欺骗性和迷惑性强。有的在合同中将农户责任规定得清晰明确，自身责任却较为模糊，发生纠纷后以农户违约在先为由为自己开脱；有的利用农民对农业科研院所、国家强农惠农政策的天然信任感行骗，假冒“惠农助农重点项目”“农科院重点产品”等；有的以推

介新产品为名，绕开依法需要审定的主要农作物种子，向农户兜售中药材、食用菌等非主要农作物假劣种子。

吹嘘产品或项目销路广、利润高，吸引外地农户考察，诱骗农户签订合同，收取高额费用，可谓“吹引骗”一条龙。这些不法行为不仅严重侵害农户合法权益，也给真正的订单农业发展造成不良影响。监管部门要及时出手，通过部门协同联动对不法行为露头就打、严厉查处，行刑联动，从而有效净化农业市场，保障产业健康发展。

农业是投资回报周期较长的产业，通常情况下利润率是有限的，广大农户对此要有清醒认识，不要相信“一本万利”，以免中了圈套。特色种植通常有一定门槛，农户应了解相关专业知识和市场规律的，如“量子科技赋能”等，要高度警惕。谨慎甄别各类商业宣传和广告，不要轻信网络平台中所谓“特色”种养项目的宣传推介。国家强农惠农政策及项目由各级政府及有关部门实施，农户可直接向当地有关部门咨询或登录其官方网站了解。

要把打着订单农业旗号的

违法坑农行为与正常的订单农业区别开来。市场经济条件下，订单农业并非高枕无忧，也有一定风险，包括自然灾害风险、市场价格波动等，但是讲究风险共担、合作共赢。订单农业成败的关键在于签约双方能否诚信履约，这关乎企业的稳定优质货源、农户的长期稳定增收。今后要鼓励双方建立更紧密的利益联结机制，除了传统的贷款结算外，可强化“保底+分红”等激励约束，让农户专注生产并提高产品质量、企业开拓市场并严格依法履约。对正常的订单农业，相关部门也要健全履约监督机制，不断完善农业保险、期货等风险规避工具。

值得注意的是，适应居民消费新变化，许多地方涌现出订单农业“升级版”，大多与农村新业态有关，与农业农村的多重功能相连。有的农户与终端消费群体直接建立订单关系，有的联合起来统一标准直供大型市场，有的则发展出认领一亩田、预订采摘权等模式。这些新兴模式和场景拉近了农产品同消费者之间的距离，打破了信息不对称，是今后订单农业发展的方向。

科技为农“知天而作”

天气预测对农业至关重要。近年来，农业相关科技手段的不断进步，正加快推动农业种植转向“知天而作”。特别是气象服务信息与现代农业技术的深度融合，正在改变传统农业生产方式。

笔者采访时发现，当下在农业生产中，购买商用气象服务信息已相当普遍，但多数农户应对手段有限，特别是面对异常天气时，即使提前了解，仍然束手无策。而一些农业大户和农业公司通过精准使用农业技术、科学调配农业设施，在一

定程度上能够提前或延后农业生产某一环节，从而达到避开恶劣天气，减少甚至避免损失的目的。长远看，带动农业增产，实现农民增收，必须重视气象信息服务与现代农业技术的有效结合。

气象技术对天气变化，尤其是异常天气的预测越来越精准。如果能不断提高“干播湿出”、水肥一体化、测土配方施肥等新技术的推广应用，提升田间管理水平，一定能更好实现对天气的趋利避害。同时，强化对种子、肥料、播种新技术的科研力度，增

强农作物对当地常发自然灾害的抵抗能力，农业增收空间将进一步拓宽。

现代农业科技的充分运用，关键在人。靠传统农业思维种不好现代化农田，要在加快建设高标准农田、改善耕种条件的基础上，建好具有示范作用的家门口的农业“试验田”，加大对农民现代农业技能和素养的培训力度，提升对气象信息的利用能力，让更多高素质新农人成为农业高质量发展的主力军，推动农业规模化、集约化发展。

(据《经济日报》)

本轮猪周期给了上市公司哪些警示

据《经济日报》报道，自2002年以来，我国共经历了6轮完整的猪周期。其中，时间最短的是最近完成的第6轮猪周期（2022年4月份至2024年3月份），持续了24个月，时间跨度仅2年。

从养殖上市公司的公开财务数据信息中可以看出，这个最短猪周期带给企业的影响，却是前所未有的。笔者认为，这一轮猪周期出现的诸多新变化，值得从业者深思和警惕。由于本轮猪周期盈利期短而亏损期长，给全行业带来了前所未有的冲击。从相关公司财务报表来看，企业的资产负债率逐步走到历史高位，不乏有企业在此轮猪周期中被踢出局。

面对本轮猪周期，都警示了上市公司什么呢？

首先，谨慎使用“钞能力”。从公开信息来看，此前，由于生猪养殖利润可观，一些企业利用并购等方式，跨行进入生猪养殖行业。但是，从后续的发展来看，由于此轮猪周期盈利时间短，相关企业非但没有在相关业务中受益，反而被拖累整体业绩。在进行业务的整合、扩张时，企业要评估和原有业务的契合度，以及业务整合互补的优劣等并购后的管理问题，而不要盲目进入看似利润丰富的陌生领域。

其次，降本增效不要空谈。养殖行业是一个比较传统的行业，这也为很多人留下了准入门槛低的“刻板印象”。但是，我们要看到产业的各个环节，包括育种、疫病防治、信息化、精细运营的重要性，无论哪个环节出现问题，企业

都难以在成本博弈加剧的当下，获取市场份额和利润，优秀的养殖企业必然是综合能力“能打”的企业，想要在养殖行业立足，本质必然是一家高科技企业。

最后，在低谷期要勇于自我突破。自去年以来，持续走低的生猪价格，倒逼养殖企业不断想办法降低成本，这种在低谷期从自我内部寻找利润的精神值得肯定，而精细化运营，恰恰也是现代化企业的必备因素。

当前，猪周期的拐点已经确立，行业已进入全面盈利期，在资本市场上，猪价上涨带来的投资者期望值再度高涨，利润改善与业绩兑现需要关注，但养殖企业更要谨慎乐观，不骄不躁，这样才能在不同的周期阶段中更好地生存、发展。(据《证券日报》)

漫谈

保健食品 亟须戴好“蓝帽子”

□曾春光

近日，市场监管总局发布《食品标签监督管理办法(征求意见稿)》，向社会公开征求意见。征求意见稿提出，非保健食品不得明示、暗示具有保健功能(功效)，不得标称“特供”“专供”“内供”党政机关和军队等类似内容。

提起保健食品，大家可能第一时间想到的是“蓝帽子”标志，这是保健食品的专用标志，也是保健食品区别于其他食品的重要标志。但是，目前市场上的保健品标注却五花八门，既有“中华人民共和国卫生部批准”，又有“国家食品药品监督管理局批准”，还有“国家市场监督管理总局批准”，让人觉得很混乱。一些人以为现在还有卫生部呢，其实，2013年卫生部和国家计划生育委员会合并为国家卫生健康委员会。

事实上，国家市场监督管理总局已于2019年发布《保健食品标注警示用语指南》，又于2023年发布《保健食品标志规范标注指南》，指导保健食品生产经营者进一步规范标注保健食品标志，规范保健食品市场秩序。

保健食品亟须戴好规范统一的“蓝帽子”！各级市场监管部门要加大宣传力度，以这次公开征求意见为契机，加强保健食品标志监督管理，全面摸排、重点抽检，保证保健食品生产经营企业统一标注“国家市场监督管理总局批准”的正确标志。至于此前生产的产品，可销售至保质期结束。

总之，相关部门要以“重典治乱、打建并举、规范提升”为整治方向，用最严谨的标准、最严格的监管、最严厉的处罚、最严肃的问责整治食品领域市场秩序，畅通消费者投诉举报维权渠道，真正为人民群众的健康护航。

“剩菜盲盒” 可以更“美味”

□张冬梅

10元，2荤1素！近日，上海市徐汇区一家社区食堂的“剩菜盲盒”火了。

说起来，“剩菜盲盒”并不算新事物。“剩菜盲盒”中的“剩菜”亦非真正“被吃剩下的菜”，而是临期或当日未售完的食品，被包装成盲盒的形式进行低价售卖。无论是大型商超还是食堂饭店，日常都很难做到产销的完美匹配，这便催生了“剩菜盲盒”的落地。

余量食品有“余热”。《2023年中国食物与营养发展报告》显示，我国食物总体损耗浪费率为22.7%。社区食堂将剩菜与盲盒“组CP”，与环保节约的理念不谋而合，打开了便民化服务的新思路，还能让消费者获得实惠和惊喜，可谓一举多得。随着社区食堂遍地开花，如能把“剩菜盲盒”好好推广，将向社会传递更多“余热”。

也应看到，“剩菜盲盒”有其特殊性，尤其食品安全问题不容忽视。该社区食堂推出的“剩菜盲盒”，虽是用餐高峰期后的“剩菜”，但菜品都是新鲜出炉的，价廉味美、品质不打折，走红也在情理之中。但“盲盒”自带的确定性，仍令消费者有所担忧。比如有消费者表示，万一“盲盒”中有不喜欢吃的菜，还是会造成浪费。

让剩菜不“剩”，社区食堂可以有更多探索。比如做加减法，借鉴“小份菜”的思路，让“剩菜”组合更丰富，给消费者更多选择；又如精细服务，明确产品信息和标识，助消费者按需知情决策。只要牢牢守住安全关、质量关，时刻把消费者放在心上，“剩菜盲盒”何愁没有市场。社区食堂如此，市场商家亦如是。