

价格昂贵,没有任何标识,来源也不明晰

# “有机”“天然”,部分社区农场蔬菜身份随意切换

本报讯 (记者赵剑影)“我在小区的社区农场购买的有机蔬菜不知道是不是真的?”9月18日,北京市朝阳区居民陈学慧告诉记者,为了“吃得放心”,她只在APP上订购比一般市场贵5~10倍的“有机蔬菜”,但高昂的价格并未让陈学慧放下心来。“收到的蔬菜只是简单用塑料袋包装,并没有贴任何标识。”

近来,随着互联网+农业的发展,一种新型的农产品贸易形式已经在全国多个城市出现:不少商户瞄准社区农场,按照社区居民预订要求,将蔬菜从农场直接配送到居民家中。

这些蔬菜面向高端消费者,普遍以有机、绿色天然、无公害等吸引消费者。

然而,近日记者采访发现,这些号称安全可靠的社区农场蔬菜,不仅消费者难辨真假,连商户自己也分不清楚。蔬菜到底是“有机”的还是“天然”的,由商户随意宣传,切换。

通过陈学慧提供的信息,记者找到了朝阳区一家社区农场的销售摊位。“我们农场的蔬菜都是有机的,吃起来安全可靠。”这家社区农场的摊位上摆放着各种蔬菜和广告,销售人员告诉记者,“家里有孩子老人,吃我们这种最放心。”

“500g 绿南瓜 59 元,200g 西红柿 18 元……”记者在查看这家社区农场供应的菜单时发现,蔬菜价格普遍偏高。看记者嫌贵,这位销售人员开始详细介绍:“我们销售的蔬菜都出自自己的农场,都是绿色纯天然的,值这个价,现在充值 600 元还能加送蔬菜,消费者可以通过我们自己的 APP 进行网上订餐,你们这小区每周二和周四送菜。”

就在刚才还在声称是“有机蔬菜”的销售人员,如何转眼间就宣称自家销售的蔬菜是“纯天然”食品?目前,我国食品安全级别由高到低划分为:有机食品、绿色食品和无公害食品,仅达到上市要求的为一般食品。显然,这两位销售人员并未意识到“有机”与“绿色”“天然”并非一回事。

记者找到另外一家社区农场,询问是否可以参观农场。该社区农场的销售部负责人以“暂时还不能达到参观的条件”为由予以拒绝。他告诉记者:“我们销售的农产品都有很高的生产标准,毕竟服务的都是高端客户,肯定要比超市更加安全。”

“我们销售的有机、无公害蔬菜一般都是和种植基地合作,以订单农业的形式提供货源。对于蔬菜的农残都是每天进行检测,都符合国家标准。对所谓的社区农场比我们更安全的说法,很难认可。”北京市一家大型连锁商超的蔬菜采购负责人告诉记者。

顺义一家农场经营者向记者透露,“承诺产品都有有机认证的农场应该是虚假宣传,要想做到每个产品都有机认证是不可能的。”该人士表示,有机认证费用很高,认证时间也很长。“很有可能蔬菜已经成熟、销售了,但认证还没有通过”。



## 航天科工晶体元器件 护航天宫二号

本报讯 日前,天宫二号飞行任务取得圆满成功。作为航天用电子元器件定点供应单位,航天科工二院203所为天宫二号的通信系统配备了大量高性能、高可靠晶体元器件产品,保障了天宫二号飞行任务完成。

晶体元器件是天宫二号通信系统的“心脏”,用于产生航天器通信用的频率信号,来实现航天器和地面站的通信。航天器通信频率较高,通常在GHz量级上,相当于每秒数十亿个周期。二院203所生产的晶体元器件产品,具有频率稳定性好、抗辐射性能优、可靠性高等优点,保障了航天器在遥远的太空中和地面能够互相“看得见”“听得清”。(维建平)

## 皖赣铁路转体梁成功转体

本报讯 9月21日,由中铁上海工程局承建的皖赣铁路唯一一座高铁跨普铁的转体梁成功转体。

据了解,为了确保转体梁安全有序进行,项目部多次召开专题会议,邀请专家进行指导,组织技术人员学习钻研新工艺。在转体前,项目部严格对管理人员、现场作业人员进行安全教育培训、岗前技术交底,班前讲话全覆盖,确保作业安全。在转体过程中,项目部技术、安全、质量等各个部门全程监控,遵循工序环节,严格安全过程控制,确保了转体顺利成功。转体梁成功转体,为皖赣铁路扩能改造工程下一步架梁奠定坚实基础。(田文宝)



9月21日,沪杭甬高速公路的杭州彭埠收费站,驾驶员使用支付宝缴纳高速公路通行费。据高速收费站工作人员统计,支付宝缴

费速度与传统现金支付相比,每辆车至少能减少5秒的通过时间,相应过站时间节约25%。(龙巍 摄/东方IC)

## 旅行社消费体验相对最差、问题集中 京津冀六成旅游线路存在强制消费

本报北京9月21日电 (记者杨召奎)京津冀三地消协组织今天在京联合发布的京津冀旅游消费体验式调查结果显示,旅行社是消费者体验相对最差的环节,也是问题的集中点,六成旅游线路存在强制消费。

调查显示,三地旅行社存在的主要问题主要有:旅游合同的签约率偏低,仅有57.14%;部分导游责任意识较弱,服务规范性较差;60%的体验线路存在强制消费现象,且多为隐性强制消费。例如,合同或行

程单中无河北省“草原天路”和天津“盘山”,若不自费参加,根本无法跟上团队行程。此外,这些强制自费参加项目大部分无法开具发票或者收据,为后期维权取证带来困难和障碍。另外,还存在旅游交通、住宿、餐饮条件与合同不符现象,安全性和服务质量较差。

北京一日游问题仍待进一步规范,比如旅行社擅自倒客、调整旅游路线,压缩景点游览时间和约定的景点,不提供约定好的午餐,

不提供旅游合同和发票,也不开具收据;导游漫骂游客,不提供、出示导游证件,对待游客态度恶劣;强制收取自费项目,不缴费就不让跟团,对投诉置之不理。

调查显示,与旅行社相比,在线旅游平台的得分虽然相对较高,但在信息发布方面仍然存在不少问题,在线旅游平台的旅游交通、住宿信息较为模糊,在线旅游平台、组团社、地接社之间衔接不规范,信息透明度和一致性较差,从而导致游客时间、精力、金钱的浪费。

京津冀三地消协组织建议,政府各部门应联合治理,进一步加强市场监管力度,强化旅游从业机构的规范服务意识;进一步完善在线旅游平台监管细则,强化政策法规的执行落实效果;强化导游管理,既要提倡导游严格自律、坚守职业道德,又要改革行业薪酬体系,改善从业环境。

大幅度实现家庭规模经营。

据荆门市委书记别必雄介绍,截至今年2月,全市按户连片耕种面积达155.9万亩,总体连片率为47.6%,其中沙洋县连片耕种面积为85.3万亩,连片率达89.6%,大大方便了农民耕作。农业生产成本降低二至三成,深受农民群众拥护和支持。

与会专家认为,维护农民与土地关系的稳定,事关全局和长远,“沙洋创新”之所以有强大的生命力,是因为其坚持农村土地基本制度不动摇,坚持稳定优先的原则,专家们建议,应进一步制定明确承包地交换和经营权流转的具体政策措施,大力发展战略社会化服务产业,在坚持耕地使用方向不变和保护农民利益的前提下,积极地吸引社会资本进入现代农业建设。

据介绍,为提升我国食品农产品供给质量水平,优化产业结构,促进对外出口,实现质量和效益的双提升,从2008年起,质检总局以实施“出口食品竞争力提升工程”为抓手

手,推进示范区建设,通过引进发达国家先进的食品安全控制技术和管理理念,以“技术、品牌、质量、服务”为核心,坚持“政府主导、科学引导、部门联动、企业带动、全民行动”的工作机制,政府、企业、从业者共同发力,实现了对食品全供应链综合治理,建立了中国特色的

承包权稳定不变,承包地合理互换,经营权有序流转

## 湖北荆门探索土地“按户连片耕种”

生产成本降低二至三成

本报讯 (记者北梦原)记者9月19日从农民日报在京主办的土地确权连片耕种湖北荆门“沙洋创新”座谈会上获悉,农村经营制度创新在湖北荆门沙洋县的探索实践取得突破。与会专家一致认为,沙洋县的探索和做法具有承包权稳定不变,承包地合理互换,经营权有序流转,财产权有效实

现等特点,是对农村经营体制的重要完善和创新。

据了解,近年来,荆门在推进农村土地承包经营权确权登记颁证的同时,大力推行由沙洋县创新探索的“按户连片耕种”。通过村组内部经营权流转、承包权互换和承包地重分等形式,尽量使农户耕种土地连成一片,最

# 做精主业 上下延伸 拓展天地

——9月9日茅台新闻发布会热点问答全记录



层面就是老百姓喝得起,价位能够承受得了。目前茅台酒的利润空间和效益较好,今年市场价格的回归让经销商有了效益,1000元左右的价格就茅台的工艺和茅台的成本来看,和它的品牌和品质相适应。

李保芳:茅台大数据和信息化水平相对较高。目前,茅台大数据基本覆盖核心业务的每个环节,主要在三个方面:一是通过移动互联网技术,建立起生产数据搜集,为科学的生产指挥调度和决策打下良好基础;二是二维码等相关技术建立起防伪和溯源系统,利用大数据实现了茅台酒防伪的数字化和溯源的信息化;三是建立物联网云上平台,借助外部大数据资源,提升了消费者购买体验。茅台的大数据有发展,同时又有差距。差距主要在于茅台现有的信息化水平和茅台的品牌知名度和影响力不相称,差距还较大。茅台的大数据工作不能笼而统之,茅台大数据发展水平是传统产业和信息化产业的深度融合,在生产、经营、市场和管理上实行大数据全领域、大范围、全覆盖。

刘汉林:茅台酒的真伪识别主要包括三个方面:一是感官上,通过肉眼进行观察,包括包装工艺、做工以及对光观察等众多内容;二是利用防伪识别技术,配以茅台防伪识别器进行鉴别;三是信息溯源技术,消费者通过手机扫描瓶盖顶部获取相关信息。

茅台绝对不会通过行政命令强行干涉价格,而是要充分发挥市场资源配置的职能,让市场来决定茅台酒的价格,同时要充分考虑消费者的承受能力,茅台有责任和义务和经销商一道理性看待茅台酒价格。

问:中国老龄化趋势愈加明显,80后、90后年轻消费者正成为主力消费人群,茅台如何看待消费者年轻化,又如何把握年轻消费群体?

袁仁国:茅台瞄准年轻人群、瞄准洋人。白酒消费群体的年轻化具备一个基本条件,从中国的经济来讲,白酒行业“四个没变”:白酒作为国人情感交流的载体没有变,作为中华民族文化符号之一没有变,作为国人偏爱的消费品没有变,消费白酒的传统风俗习惯和文化习惯没有变。对于年轻人要大力宣传茅台酒,包括茅台酒的文化、工艺以及功能。

现在越来越多的年轻人开始喝茅台酒,在他们看来有“六不”(不上头、不辣喉、不口干、不伤肝、不伤胃、不误事)。茅台连续5年发起“国之栋梁”公益活动,帮助贫困大学生,稳步推进。

问:茅台未来的上市规划?

张德芹:习酒公司一定会上市,目前也正

在按照股份制公司的要求在不断完善和改进。下一步将按照贵州省委、省政府以及茅台集团的规划,早日完成上市目标。

问:茅台正品问题备受关注,消费者如何辨别茅台酒真伪,在哪里放心购买茅台酒?

刘汉林:茅台酒的真伪识别主要包括三个方面:一是感官上,通过肉眼进行观察,包括包装工艺、做工以及对光观察等众多内容;二是利用防伪识别技术,配以茅台防伪识别器进行鉴别;三是信息溯源技术,消费者通过手机扫描瓶盖顶部获取相关信息。

茅台注重消费渠道建设,在全国省会城市、地州、重要经济县拥有2000多家经销商、专卖店和自营店,同时在茅台商城、京东商城等电子商务平台设立官方旗舰店,请在正规渠道进行购买。茅台还在全国范围内派驻专业打假团队,开展打假维权工作,同时还设立免费鉴定中心,为消费者提供咨询鉴定服务。

问:茅台酒市场供应量仅余3000多吨,可能难以满足市场需求,对此茅台是否会加大市场供应量?

王崇琳:第一茅台从原材料到成品出厂

需要5年时间,今天喝的茅台酒其实是5年前的产量。从这一角度讲,茅台酒不可能在短期内增加市场投放。第二茅台酒坚持“以质立企”的理念,茅台酒有四个不同的,成本、规模、效益以及速度一定不同的。

问:茅台酒不会出厂。即使当前市场需求旺盛,供需矛盾很大,茅台酒也不会把储存时间不到的基酒投放市场。

问:茅台酒市场供应量仅余3000多吨,可能难以满足市场需求,对此茅台是否会加大市场供应量?

王崇琳:第一茅台从原材料到成品出厂