

本期热评 >>

老穆

减少食物浪费需全民努力持之以恒

新华社11月25日报道,中共中央办公厅、国务院办公厅近日印发《粮食节约和反食品浪费行动方案》,提出牢固树立增产必须节约、节约就是增产的意识,聚焦重点领域和关键环节,开展粮食节约减损行动、全民节粮意识提升行动、餐饮行业反浪费行动、单位食堂反浪费行动等,坚持久久为功、常抓不懈、紧盯不放,切实降低粮食和食品损耗浪费。

“一粥一饭,当思来之不易;半丝半缕,恒念物力维艰。”这句古训在当今社会依然有着深刻的现实意义。节约粮食、反对浪费需要持之以恒,需要全社会共同努力。

据统计,全球食物全链条损失浪费率超过食物供应数量的三分之一。节约粮食、反对浪费,是全球面临的共同难题。在我国,

尽管粮食连年丰收,但人口众多,人均粮食占有量并不高,特别是在国际形势复杂多变、自然灾害频发的情况下,粮食安全问题更是不容小觑。

粮食,是人类生存之本。从古至今,无数人为了粮食生产付出辛勤的汗水。在农耕时代,农民们日出而作、日落而息,靠天吃饭,深知粮食的珍贵。即使在科技高度发达的今天,粮食生产也非易事,从耕地保护、种子培育到田间管理、作物收割、粮食运输,每个环节都需要大量人力、物力和财力投入。

党的十八大以来,我国深入实施全面节约战略,颁布实施《反食品浪费法》《粮食安全保障法》《粮食节约行动方案》,大力开展“光盘行动”,推进全链条粮食节约减损取得积极进展。然而,食品浪费现象依然

广泛存在:餐厅里,大盘大剩的剩菜被倒掉;食堂中,未吃完的饭菜堆积如山;家庭聚餐后,大量食物成为垃圾;商务宴请、红白喜事等,大吃大喝、过量点餐等不良风气更为突出。这些行为不仅是对粮食生产者的不尊重,更造成极大浪费。

如何做到切实降低粮食损耗和食品浪费?《粮食节约和反食品浪费行动方案》为我们指明了方向,提供了行动指南。

首先,要加强宣传教育。通过各种渠道,广泛宣传节约粮食的重要意义,让节约粮食成为全民共识和自觉行动。

其次,要加大监管力度。政府部门应加强对餐饮行业的监管,制定严格的浪费处罚措施。对于浪费严重的餐厅,可以采取罚款、曝光等手段,促使其加强管理,引导消费者

者合理点餐。同时,要加强对食品生产、加工、流通等环节的监管,减少粮食的损耗。

再者,让科技创新提供有力支撑。比如,研发新型食品保鲜技术,延长食品保质期;推广智能化餐饮管理系统,实现精准点餐和配菜;大力发展循环经济,将食品废弃物转化为能源或肥料,实现资源再利用。

节约粮食,人人有责。每个人都应该从自身做起,从点滴做起。到饭店就餐,根据自己的食量合理点菜,不盲目追求“大盘子、多数量”;在食堂就餐,践行“光盘行动”,不剩饭、不剩菜;在家庭生活中,合理安排饮食,避免食物浪费。与此同时,积极参与各种节约粮食、反对浪费的公益活动,广泛宣传厉行节约的理念和相关政策法规,让节约粮食、反对浪费深入人心,共同为构建节约型社会贡献力量。

有感而发 >>

李生明

婚事新办应久久为功

今年中央一号文件明确提出:“完善婚事新办、丧事简办、孝老爱亲等约束性规范和倡导性标准。”

笔者在结合社会考察的学习中认识到,中央提出“婚事新办”是有现实针对性的。很多家庭深受婚礼大操大办之苦,碍于情面,不得不随波逐流,为人情世故所累。

窥诸现实中的一些婚礼仪式,费时费力费钱的繁文缛节已经演变成一个困扰民生的社会问题,令很多青年和家长厌倦甚至望而生畏,移风易俗、简化婚礼程序成为一种具有普遍意义的社会诉求。

为了推进移风易俗,团市委携手婚姻登记机关,通过组织集体婚礼、推出榜样示范、完善婚姻服务等多种方式,弘扬文明新风。受之影响,越来越多的年轻人开始“整顿婚礼”,拒绝繁杂冗余的仪式,主动选择流程简单、时间充裕等轻量化、个性化的“三无”婚礼,掀起婚礼仪式新风潮。

但在现实生活中,“整顿婚礼”、婚事新办并非那么易如反掌,而要面对家长、家族“要面子”的传统观念,礼尚往来的“还礼”诉求等各种因素的干扰和挑战。很多青年即使想要追求简单,也难抵来自各方面尤其是周围舆论的压力,无法挣脱各种不利因素的掣肘,因而最终能如愿以偿实施者寥寥无几。这个“共性问题”提出如下启示:

第一,亲朋之间应有人情味,但不能变味。移风易俗是破旧立新的过程,不能急于求成,更不能搞“一刀切”“齐步走”,而应围绕常态化和长效机制,从长计议。换句话说,新风俗的树立不会轻而易举、一劳永逸,久久为功方可积小胜为大胜。

第二,反对天价彩礼和大操大办,也要方法得当。要充分发挥红白理事会、村规民约等机构、机制的作用,妥善化解争议,主动回应诉求,让新婚俗在群众中形成共识、获得支持。同时,各级团、妇、工会等群众团体和民政等部门,乡村、街道和传统文化研究会等民间组织,应给予热情鼓励、坚定力挺,尤其是给予适当的物质奖励和精神表彰。

第三,要坚持倡导性和约束性措施并举,循序渐进,常抓不懈,让简约婚礼办出新气象,在全社会形成正确的价值取向。顺应年轻人崇尚简约而不简单的心理,加大对婚礼内涵、品位的挖掘和宣传,让更多人看到婚事新办、简办同样可以喜庆隆重、富有意义,有助于带动全社会转变观念。

创建全国文明城市
大同在行动

倡导移风易俗 弘扬文明新风



牛奶乍看是金典
仔细一瞧为金典
饮品名叫橙果粒
包装高仿名牌腔
山寨食品乱市场
线上平台也蔓延
低价诱惑消费者
还以搭售避风险
无良商家作误导
侵犯公众知情权
打击惩戒需加力
升级手段严监管

诗画同评

李明姝/画 穆亮/诗

揭开山寨食品的“画皮”

“远看是金典牛奶,近看却是全典牛奶”“包装很类似,也是橙汁,名字却叫橙果粒”……

近日,《人民日报》聚焦“山寨”食品在网购、外卖以及线下零售店再次冒头的现象,不少商家将“山寨”饮料与餐食打包成套餐捆绑销售,部分商家还会使用“收藏店铺送饮料”或“低价加购饮料”等促销手段误导消费者。

“山寨”食品蔓延至线上平台,以“搭售”形式被部分商家捆绑卖给消费者,不仅侵犯了消费者的知情权,还损害了正规企业的利益。而且,这些“山寨”食品多来自“三无”小作坊,其质量、品质很难保证,极有可能给消费者的健康带来隐患。

曾几何时,一些名称与正品只差一个字的“山寨”食品令人哭笑不得,如今类似的“模仿秀”又有了新渠道、新花样。明明干着狐假虎威的勾当,为何却能从生产到销售都一路“绿灯”?低价诱惑固然是重要原因,除此之外,也与供销环节隐蔽、惩戒痛感较小、消费者维权动力不足等因素有关。

“山寨”食品卷土重来、狡兔三窟,呼唤监督惩戒手段及时调整和升级,投诉举报的相关激励机制也需要更加给力。只有人人喊打、拳拳到肉,才能让“李鬼”们无处遁形。

文图据中工网

有话直说 >>

默达

别让劣质羽绒“寒”了消费者的心

广告里总说“一件羽绒服温暖一个冬天”,然而现实生活中的“温暖”却可能被折扣。日前,央视对江苏南通、江西九江等地部分羽绒制品直播间、生产车间进行走访,发现存在以次充好、以丝代绒等问题,有些甚至成为“公开的秘密”。原料生产端以次充好、加工出厂时伪造检测报告、线上线下的销售端知假售假……无良商家被利益驱使,使得大量伪劣羽绒服、羽绒流向市场。

何为以丝代绒?羽绒产品用到的丝和绒其实都产自鹅鸭身上的羽毛,区别在于绒是一朵一朵的,形状稳定,保暖效果好;丝则是加工时从羽毛上脱落的短丝,属于边角料,保暖效果较差。充多了飞丝的羽绒服不暖和,制假售假的商家让人心寒,此外由于飞丝的加工要求不高,许多情况下商家甚至会将其打碎后与其他材料混合,极有可能导致粉尘超标,轻则漏毛变形,重则危及人体健康。

以丝代绒并非新鲜事。我国羽绒制品行业发展较快,此前关于羽绒填充物的

界定标准不够清晰,许多商家为了压低价格获取竞争优势,会使用短丝甚至是羽梗进行填充。若是拆开部分早年生产的羽绒服,仍可能看到类似的现象。填充物监管不严客观上影响了市场价格的划分,也阻碍了行业的转型升级,更使得消费者感到“冷暖不均”,影响消费体验。

2022年4月,新版《羽绒服装》国家标准落地,最关键的改动在于将“含绒量”改为“绒子含量”,要求不低于50%才能称之为羽绒服。这意味着此前部分商家将绒子上脱落的单根绒丝和绒丝废料计入含绒量的操作将不再成立。

今年冬天是新国标施行后的第二个羽绒服销售季,市面上多数羽绒服产品生产时间都在新规颁布后,理应遵循要求使用高品质填充材料。部分商家仍然试图钻空子、欺骗消费者,成为问题发酵的导火索。如今,南通和九江当地市监部门已发布情况通报,对以丝代绒等问题立案查处,并欢迎消费者举报监督。

以丝代绒问题的背后,羽绒服面临的价格困境仍然值得关注。去年冬天,“不是羽绒服买不起,是军大衣更有性价比”的话题一度走红,羽绒服普遍涨价让不少消费者无法接受,从而寻找低价位的“平替”。涨价既有鹅鸭养殖周期的影响,也不乏新规实施后部分低价款式被淘汰,使得整体价位抬升。有媒体报道指出,优质羽绒的成本一路走高使得厂家面临竞争压力;也有网友担心“打假越打越贵,成为变相涨价的理由”。

商家诚信的关键在于公开透明、质价匹配,如今,消费者更加看重性价比,“不买贵的,只买对的”,这样的消费理念其实为各种价位的产品都留下了生存空间。从羽绒制品来看,贵要有贵的道理,必须真材实料,不能以次充好;良心价更要有良心,要充分保障消费者的知情权和选择权,不能伪造质检报告、玩字眼游戏。

防范劣质羽绒“寒”人心,还需市场监管部门持续发力,让造假售假者吃到苦头,为诚信经营者保驾护航。据新华网