

# 粮食安全无虞 抢购潮当休矣

最近一段时间,部分地方出现了百姓集体抢购、囤积粮食的风潮。从网友曝光的照片看,各地超市的大米被疯抢,有些消费者一次性买几十袋大米,一些超市的散装米柜被抢空。网络上关于粮荒、涨价的传言,也令更多人陷入恐慌之中,纷纷加入“抢粮大军”。

这种行为是非理性的,没有真正分析清楚境外粮食安全问题,将国内的情况与其混为一谈。目前,受到疫情影响,各国纷纷采取

严控措施,导致国际贸易和物流中断,直接影响到大宗商品的交易。粮食交易在大宗商品里占据了主要位置,自然也受到冲击,在无法正常运输、交易的情况下,部分国家基于本国粮食安全考虑,采取暂时禁止出口的应急措施。

全球粮食总体处于供需紧平衡的状态,粮食生产略大于消耗,并不存在整体上的粮食危机。但是,由于部分国家依赖外部供应,

在供应链受到疫情影响而中断的情况下,这些国家的粮食安全问题,也就浮出水面了。而我国粮食生产长期以来保持自给自足的状态,加上我们一直有粮食安全的危机意识,在储备方面做了充分准备,小麦和稻谷这两种主粮,每年的产量加上库存,完全可以满足全国人民的消费需求。不过,我国需要进口大量大豆,主要用于榨油和饲料、牲畜喂养豆粕等。显然,我国真正需要担心的,乃是供应链

对大豆运输、交易的冲击,需要采取措施予以保障,避免国外大豆供应不足,影响到国内肉价的上漲。

由此可见,我国总体上并不存在粮食危机,主粮的供应无虞,民众大可放心,按照自家的实际消费能力购买即可,没有抢购、囤积粮食的必要性。粮食都有保质期,囤积过多的话,会造成变质、浪费等情况。

(江德斌)

## 马上评论

### 迅疾严打生产销售伪劣防疫物资行径

新冠肺炎疫情给人们健康带来严峻挑战,制造兜售假冒伪劣防疫物资无异于“助疫为虐”,此类行为泯灭良知、失去底线。须知,销售不符合国家标准的口罩等防疫物资,不仅侵害购买、使用这些防疫物资的消费者个人的合法权益,也会对一定范围的公共利益、公共秩序造成损害。

防疫物资关乎人民群众身体健康和生命安全,关系到公共卫生体系的有效性,在防疫物资上“钻空子”“掺水分”,其危害性远甚于一般消费品造假,必须予以严惩。全国首例销售伪劣口罩民事公益诉讼案中,法院判决经营者欺诈行为三倍惩罚性赔偿,释放

出了严正的法律信号。

严厉打击制售假冒伪劣防疫物资行为,必须进一步加大市场监管力度。相关主管和执法部门要加大宣传力度,帮助消费者增强自我保护意识,增加辨识假冒伪劣防疫物资的常识。应当主动公开举报电话和网络通道,加大市场巡查和信息收集力度,及时对违法行为进行严肃查处。同时,考虑到大量非法行为通过互联网平台进行,多数交易行为又是通过点对点渠道收款交货,形成监管盲区,应当督促电商平台加大对用户行为的监管和研判,及时对那些存在欺诈行为的用户,采取身份识别警示、封杀账号权限等方

式,限制其通过网络进行欺诈的能力。

针对不法分子侵害公共卫生安全利益的行为,需要检察机关、公益律师等主动作为,充分发挥公益诉讼职能。此次杭州市余杭区检察院首次提起公共卫生安全民事公益诉讼案件,将两被告支付的惩罚性赔偿款转交全国性公共卫生类社会公益基金组织,专门用于新冠肺炎疫情防治的公共卫生公益事项支出,是一次积极的探索。只有让这些制售假冒伪劣防疫物资的不法商人付出比收益更加高昂的代价,加大其违法成本,才能更好地维护市场秩序,更好地保护公共卫生安全。

(济兼)

## 一家之言

### 带货主播不能只获益不担责



近日,中国消费者协会发布了《直播电商购物消费者满意度在线调查报告》,数据显示 37.3%的消费者曾遇到过消费问题。在直播电商购物流程中,消费者满意度最低的是宣传环节。

相较于传统电商的购物模式,直播带货模式中最核心的竞争力体现,可以说就是主播的宣传能力。而这一块消费者满意度最低,显然是值得反思的现象。从消协的调查报告来看,宣传更具体的问题体现在“主播夸大宣传、有不能说明商品特性的链接在直播间售卖”。这些问题存在的根源,则在于主播法律身份和法律责任的模糊。

一些市场号召力强的主播,影响力堪比“头部明星”,一举一动都能成为网络头条。可是到底怎么界定他们的身份,其实很多消费者心里都没谱。这份调查报告也显示,38.5%的消费者认为主播就是经营者,30.8%的消费者认为不是,还有 30.7%的表示不清楚。这也意味着,尽管很多消费者是看到主播推荐才购物,但一旦买到不满意甚至劣质的产品,却不知道主播要不要承担连带责任。

可见,要规范直播电商领域,就需要在主播这个核心群体上进行更准确的界定。诚如上述报告所言,主播群体不能只要人气,只获收益,不承担责任。从法律角度看,带货主播可能涉及两种法律身份:其一,只负责宣传推广货物,相当于广告代言人。他们从售卖的物品中收取佣金,如果出现夸大宣传甚至引流假冒伪劣产品,那就应当承担相应责任。只是,相比过去的明星代言,他们推荐的产品量大且分散,在单个产品上的个人信誉背书不太容易被量化,因此如何界定不同情形中的法律责任,需要有更进一步的细化,很难简单套用明星代言的法律。其二,有些主播本身也是网店店主,他们直播推荐的货物可能就属于自己的企业。这也就是消费者理解的“经营者”,这种情形法律责任就比较好确定。主播显然要为虚假宣传或缺陷产品承担完全的责任。

随着直播购物行业的继续发展,这些纠纷和矛盾可能越来越突出,早日加以明晰,对于行业健康发展也有好处。现在那些暂时不接触直播购物的消费者,最大的两个顾虑就是“担心商品质量没有保障”和“担心售后问题”。以主播为核心,进一步厘清整个流程各主体的法律责任尤为迫切。

(敬一山)

### 赋予医护人员“避险权”体现保护善意

日前,北京市十五届人大常委会第二十次会议审议了《北京市医院安全秩序管理规定(草案)》(以下简称《草案》)。《北京市医院安全秩序管理规定(草案)》给出了一系列创新性的安排,其中最令人耳目一新的就是明确赋予医护人员“避险权”,医护人员人身安全受到暴力威胁时可以暂停诊疗。这样既保证了患者的利益,也保证了医护人员的安全。

“避险权”,是指个人遇到危险时有采取回避的权利。紧急避险权在安全生产等领域已广泛使用,体现了权利保护和公共救济原则。《民法通则》规定,因紧急避险造成损害

的,由引起险情发生的人承担民事责任。不过,紧急避险权的运用边界难以把握,往往要基于避险人对客观环境作出的主观判断。正是如此,诸如医生等职业,在履行正常职业时是否具有“避险权”、怎样具体运用等,无明确规定,也存在很大争议。

没有相应的权利赋予,也就堵死了相关人员避险的选择空间。在医护人员的职业风险避让上,受医护职业的服务属性和公益属性影响,紧急避险权“紧急”的前置条件设置,变相剥夺了当事人的自主判断权,使得避险成为一种特殊状态下的重大选择,而非基于个人对场景预判下的随机应变。这就提

高了启动避险程序的门槛,让医护人员在遇到暴力威胁时,无法第一时间作出精准判断,迅速采取回避。

“避险权”之所以成为医护行业的空白,也是基于担心这一权利被滥用,延误就医效率。这一点在公益性层级更低的民营医疗机构尤为突出,医疗机构投资人对赋予和启动避险权的动能相对较弱,一些医院还为此设立了“委屈奖”。此等做法,摒弃了遇到冲突时的最优选项,为暴力升级、伤害的发生埋下了隐患。第一时间躲避危险的发生,能让医患双方都能有一个缓冲期和冷静期,留下了最大的调和余地和回旋空间。

(唐伟)

## 话题 铿锵

### 失信,何瑞之有? 无幸可言!

财务造假 22 亿元人民币,市值一夜蒸发约 350 亿元人民币,瑞幸咖啡神话破灭了。诚信是企业的立身之本,祸莫大于失信,无论身处何时何地,皆是如此。

烧钱、补贴、消费券……瑞幸咖啡依靠这些互联网经济中常见的手法,在成立不到两年时间就赴美上市,打造了全球最快 IPO 公司的神话,甚至放话,将在 2021 年底建成 10000 家门店。

然而,4月2日晚间,瑞幸咖啡终于承认财务造假 22 亿元人民币。随后,瑞幸咖啡股价一泻千里。4月3日,中国证监会表示,高度关注瑞幸咖啡财务造假事件,对该公司财务造假行为表示强烈的谴责。

人而无信,不知其可也。诚信是市场经济运行的基础,也是资本市场的基石。资本市场的价值就是让上市企业更加透明,让诚信企业更好发展,让失信企业无处容身。无论哪个国家的资本市场都不会容忍那些背信弃义的企业和企业家们。不管在何地上市,上市公司都应当严格遵守相关市场的法律和规则,真实准确完整地履行信息披露义务。

诚信者,天下之结也。经过这些年的建设,“诚信处处行、失信步步难”的社会氛围正在逐步形成,国内企业的诚信意识不断增强,以诚信信已成为很多企业打造百年老店的根本之策。这些年,不少中概股如实披露

信息、业绩稳定,受到海外投资者追捧,不能因为一两家瑞幸咖啡这样的企业让整个中国企业的国际信誉蒙羞。

虽然,国内 A 股市场也有如瑞幸咖啡这样的害群之马,但近年来,社会诚信体系不断完善,监管、司法等各方联合查处惩戒力度不断加大,特别是已于 3 月 1 日起施行的新证券法,将进一步推动 A 股市场诚信体系建设,加快推进“不能欺、不敢欺”市场氛围的形成。

瑞幸咖啡神话的破灭再次说明企业失信“躲得过初一,躲不过十五”。小信诚则大信立,信誉需要点滴积累,严格遵守。任何企业,唯有重信守诺,方能行稳致远。(刘开雄)

### 破坏长城文物者就该被拒“登城”

“不到长城非好汉”,中国人心中普遍有着长城情结,隐约有“不到长城不旅游”的味道。现在,根据八达岭特区办事处出台的规定,破坏文物者将有可能失去“登长城做好汉”的资格。这一规定来得好,来得及时。

旅游向来存在“到此一游”现象。一方面,很多游客满足于到此一游,到一个地方,只是“拍拍照走路”,而不愿意深入了解文物的内涵;另一方面,一些游客忍不住手痒,到一个地方,总喜欢刻画涂鸦,留下“某某到此一游”的字样。拍照式旅游,更多是个人选择,倒

也不必过于纠结,但“刻字式旅游”败坏了景区形象,有的还破坏了文物,是典型的不文明旅游行为,严重的甚至涉嫌违法犯罪。随着文明旅游观念深入人心,加之谴责和约束机制逐渐形成并强化,“刻字式旅游”现象有所减少。然而,在长城上刻字涂鸦,竟然还能“春风又生”。近日,媒体曝光“八达岭长城恢复开放第一天就有人在墙体上刻字”的短视频,引发网友热议。疫情已经让旅游很“受伤”,长城遭“雕刻”更是让人无法忍受。

要从根本上解决“刻字式旅游”问题,除

了持续深入提升社会文明,推动旅游文明蔚然成风之外,还要从两方面入手。一是加大管理力度,真正把保护文物保护单位的责任承担起来;二是加大惩戒力度,让不文明游客付出应有的代价。北京始终高度重视长城保护工作,此次迅速查处长城被“刻字”事件,八达岭特区办事处依据相关法律法规很快制定《办法》,有利于从上述两方面入手,建立健全约束惩戒机制,让破坏长城文物成为一种高风险、高代价行为,助推形成新的旅游文明。

(东原)