

“金箔”成添加剂未尝不可

■ 晴川 机关职员

国家卫计委官网近日刊登了《国家卫生计生委办公厅关于征求拟批准金箔为食品添加剂新品种意见的函》,函件称,经审核,拟批准金箔为食品添加剂新品种,现已开始征求各相关单位意见并向社会征求意见,时间截止到2月20日。(新闻来源:2月3日《京华时报》)

将“金箔”作为白酒添加剂,之所以引起舆论一片哗然,粗略分析,基本出于三种心态:一是认识有欠缺,二是信息不对称,三是内心存担忧。

在国人观念里,“黄金有毒”早已根深蒂固,这从科学角度看自然有道理。但

一斤装白酒添加量最多不过0.01克,喝金箔酒离“吞金”有十万八千里的距离。事实上,金箔的医用价值也早已为世人公认。比如《本草纲目》认为金箔可“疗惊痫风热肝胆之病”。而在现代医学高度发达的今天,金箔更是入药常用配方,如我国中成药同仁堂的“牛黄安宫丸”、“乌鸡白凤丸”等,均采用金箔入药配方或用金箔包裹。国外更是认为“金箔具有解毒、养颜等保健功能”。这也是在日本、东南亚一带,流行食用金箔的原因。

正是基于对金箔的认知,1983年,世界卫生组织食品添加剂法典委员会正式将黄金列入食品添加剂范畴。而在我国国家卫生部发布的九类食品新资源使用物质

中,第八类矿物质与微量元素也明确载有“金箔”。显然,将金箔作为食品添加剂,并非我国要争吃这只“螃蟹”。虽然我国目前不允许“将金箔作为食品添加剂使用”,但“不允许”并不代表以后不能。国内已有多家企业在生产“金箔酒”,这本身也间接证明了其可市场。

对于酒水中是否允许使用金箔,无论支持还是反对,都须尊重事实,尊重科学。卫计委之所以将之提出来讨论,一方面是为了看到了市场需要;另一方面,也有与国际接轨的现实考量。有人喜欢喝二锅头,也必有人对“高端大气上档次”情有独钟,有需求就有市场。而企业走什么方向,这是企业自我营销策略和目标定位问题,针

对特定消费群体量身打造的商品,只要合规合法,就无可指摘。尤其是而在国际商贸频繁的今天,国货要在国际舞台赢得一席之地,我们不该阻拦,而应积极为其提升核心竞争力创造条件。

真正耐人寻味的是:为什么此前将金箔作为食品新资源使用物质时静悄悄,此次公开征求意见反而引起轩然大波?这绝不是仅仅担忧安全,更深层次的原因,就是白酒与黄金掺和一起,创造了一个充满想象的空间。正如人们诟病月饼过度包装并非仇视月饼,而是痛恨“买椟还珠”的隐形腐败一样:金箔酒会不会成为又一个腐败新战场?这个担心可以理解,但大可不必。一者,一斤装白酒添加金箔量最多0.01克,对“白酒是酒”

这个主体根本不构成影响,因而,即使有腐败,也只是酒水腐败。二者,以为腐败者会冲价值几块钱的“金箔”而去,这是“抓小放大”,太低估了腐败者的眼光和“档次”。关键是,买是一回事,送礼是另一回事,不同的道自然有不同的应对办法,根本无需杞人忧天。

金箔用作添加剂,目前还处于讨论之中,是否采用尚不得而知,但却是大势所趋。所以,有关方面要想打消大众疑虑,还需要在制度建设上进一步规范、健全;在风险评估上严格审核、严谨把关;在流通领域监管上更严格、有效,在与民意互动方面更用力、用心。质疑止于释疑,躁动止于真相。公众心中亮堂了,自然不会凡事瞎操心。

“山寨轻轨牌”是商业推广的讽喻

■ 武洁 医生

古代文学作品中时有吞金情节的描写,如今,纯度达到99.99%的金箔或许真的可以作为食品添加剂,就此我国开始征求意见。对此,行业协会和专家的态度并不积极。记者昨天注意到,国家卫计委官网近日刊登了《国家卫生计生委办公厅关于征求拟批准金箔为食品添加剂新品种意见的函》,函件称,经审核,拟批准金箔为食品添加剂新品种,现已开始征求各相关单位意见并向社会征求意见,时间截止到2月20日。((京华时报》2月3日)

黄金诚可贵,生命价更高。既然古有“吞金自杀”,如今谈论“金箔入酒”,似乎完全背离常识。而如果说把金箔作为食品添加剂,仅仅是坊间戏言,也就罢了,连卫计委也正经八百的发函并公开征求意见,更是颇显荒诞。金这玩意儿,究竟如何从装饰品、收藏品,甚至危及健康生命的重金属,实现向食材界的逆袭,也着实令人匪夷所思。

不过,既然剧毒的砒霜都可以入药,有

害还是有利的论断,很多时候其实和用量休戚相关。那么,微量金箔入酒,是不是就一定有碍健康,而不是收获奇效,也就不宜想当然的得出结论。而随着科学的发展,认知的进步,一些传统的见解被颠覆,也是常有的事儿。对金箔入酒,当然也就不能始终抱着“吞金自杀”的固有成见,而不妨重新审视。

更何况,对于卫计委而言,之所以拟批准金箔作为食品添加剂,也绝非一时兴起,没事找事儿,而是现实中有企业提出了相应的需求,作为食品企业的主管部门,自然不能不予回应。金箔作为食品添加剂的安全性究竟如何,假如确无风险,企业在酒中添加金箔的做法与经营决策,自当“法无禁止不为过”。

事实上,就连酒本身,也是“虽好,却不能贪杯”,酒中添加微量金箔,对于健康的影响,或许也不必谈金色变。卫计委回应企业需求,从专业角度进行评判、征求意见,并对金箔能否完成向食品添加剂的华丽转身,做出清晰的界定,本身也无可指摘。只不过,卫计委发函,何以行业协会与专家态度并不积

极,究竟是谁对“金箔入酒”有意并感兴趣,倒是令人费解。

此外,即便微量金箔作为食品添加剂于健康无碍,但既然专家已指出人体并不需要黄金,金箔作为食品添加剂的意义与价值究竟何在,又是在迎合怎样的市场需求和消费理念,恐怕更值得追问。相比其他食品添加剂或是出于口味或是出于保质的需求,金箔成为食品添加剂,究竟满足啥口味呢?现实中,酒的礼品属性远超饮用属性,那么,如何将礼品打造得高端大气上档次,自然也就兹事体大。金箔入酒,与其说是有增进口感、振精神、坚骨髓的功效,毋宁说是为了迎合扭曲的市场需求。而金箔本身增加的成本不多,噱头和价格提升却不菲,企业热衷于此,更是不缺利益驱动。

可见,相比对金箔能不能作为食品添加剂做出专业界定,金箔“添加剂”究竟满足怎样的“品味”?又有着怎样的需求驱动与市场定位?才是争议背后的真正焦点。只不过,回答这一问题,的确已超乎卫计委的专业与权限范畴。

■ 杨兴东 职员

“这里有个轻轨站牌,像个棒棒糖。”近日媒体披露重庆某地,开发商立了一个崭新的“轻轨站牌”。让人感到奇怪的是,这个站牌不仅造型与众不同,而且站牌下并没有轻轨站出入口。“这种做法确实会误导很多路人,让大家以为附近有轻轨站。”相关工作人员表示,这种做法很不可取,希望立牌子的开发商能够尽快拆掉。(2月2日《重庆晨报》)

楼盘靠近轻轨,自然交通便利,受业主欢迎。但提前给还没建好的站点,弄“轻轨站牌”却是一种透支信用的荒诞行为。附近的民众会因此而受到误导,开发商自身虽然短期得了宣传造势的好处,但终会因为这种“轻轨站牌”造假而备受牵连,有购房意向的民众会怀疑急于立假站牌的开发商,究竟实力如何?

从市场经济的角度来说,此地有轻轨便利,的确是该楼盘的一种附属价值。开发商就此进行宣传也完全符合市场经济的基本伦理。只是,这种宣传可以体现在自身设立的广告牌,花钱在媒体打的广告上,而不是利用所谓的假“轻轨站牌”借壳上市。毕竟,目下这条轻轨还没通车,来此站牌等车的民众也不可能等来轻轨。该楼盘开发商这种山寨行为,实际上是对商业推广的一种讽

喻——急于兑现红利而忽视了现实条件。

随着舆论的关注,这一“山寨轻轨牌”必然会得到拆除。但对于该楼盘开发商藏在骨子里的经营意识来说:拆除一个“山寨轻轨牌”易,拆除不靠谱的观念却很难。因为假站牌的树立与拆除,都只源于造势与形势的需要,并非出自于开发商的主动,如果说“山寨轻轨牌”并没有被这家地产公司认为是一种市场教训,则同样的故事可能会轻易重演。

综上所述,舆论必须指出的是,一个假的“山寨轻轨牌”忽悠的只是附近的民众,而一种假的经营理念,忽悠的可能却是一大批消费者。重庆这家楼盘的开发商,诚然不一定抱着一一种忽悠人的经营观念,但从“山寨轻轨牌”中所反映出的情况来看,这种依靠“假站牌”来扩大影响的商业推广模式无疑更应终结。

市场经济也是信用经济。虽然从时间轴上来说,该轻轨2017年将通车。“山寨轻轨牌”所写的也是将通车。但从站牌的使用价值来看,没有通车就没有必要设站牌。该楼盘开发商这种私自设牌的行为,破坏的也正是市场经济的信用。作为市场天平另一端的楼盘购买者显然会受到此种虚假设牌的恶性影响,从而动摇购买意愿。从这个意义上说,“山寨轻轨牌”恰是一个反面典型案例,通过此让所有的市场主体明白,唯有尊重消费者的商业推广才可能获得良好的生命力。

“点名富士康”能否改善工人境遇?

■ 吴江 评论专栏作者

全国总工会书记处书记、法律工作部部长郭军2日表示,富士康等一些企业长期违法安排劳动者长时间加班,致使部分劳动者出现各种心理健康问题,导致过劳死或自杀现象时有发生。他说,从目前我国劳动关系发展现状看,用人单位违反劳动法律侵害职工合法权益的案件事件还大量存在,下一步将加强对劳动违法行为的舆论监督,推行工会劳动法律监督意见和建议书制度,建立重大典型违法案件曝光和公开谴责制度。((新京报》2月3日)

富士康的加班时间长,的确不是啥秘密。既然总工会本该站代言工人的权益,维护工人的利益,对于富士康超时加班的点名批评,要说也完全符合工会的身份和定位。而来自总工会的撑腰,富士康的工人们不知是否会有瞬间找到组织的感受。

不过,找到了组织,是否意味着富士康工人的加班时间缩减,境遇将有所改善,恐

怕还不能过于乐观。真实的情形是,尽管富士康的工作节奏尽人皆知,工人在其中的压力与工时之长,也是不争的事实。然而,放在当下的用工市场环境下,尽管人口红利即将衰退,即便是经济处于下行期,很多企业也仍然面临招工困难。

按说,富士康的工人们如果真的对工作条件不满,理应可以用脚投票,做出更优的选择,那么,何以抱怨归抱怨,用脚投票的却不多呢?这当然缘于机会的有限,但其他企业并不比富士康的工作条件更好,待遇更优,相比富士康的有偿加班,更加血汗的无偿加班工厂也并不是。在工人们的选项之内,富士康的长期长时加班,性价比比仍有竞争力,恐怕才是工人们继续干下去的真正原因。不仅如此,一些地区的富士康工厂,甚至还发生了工人抗议厂方减少工时数的劳资纠纷,因为订单减少所引发的加班减少,直接影响到这些工人的收入。对于这些“求加班”的富士康工人们来说,不知对总工会的撑腰,会作何感

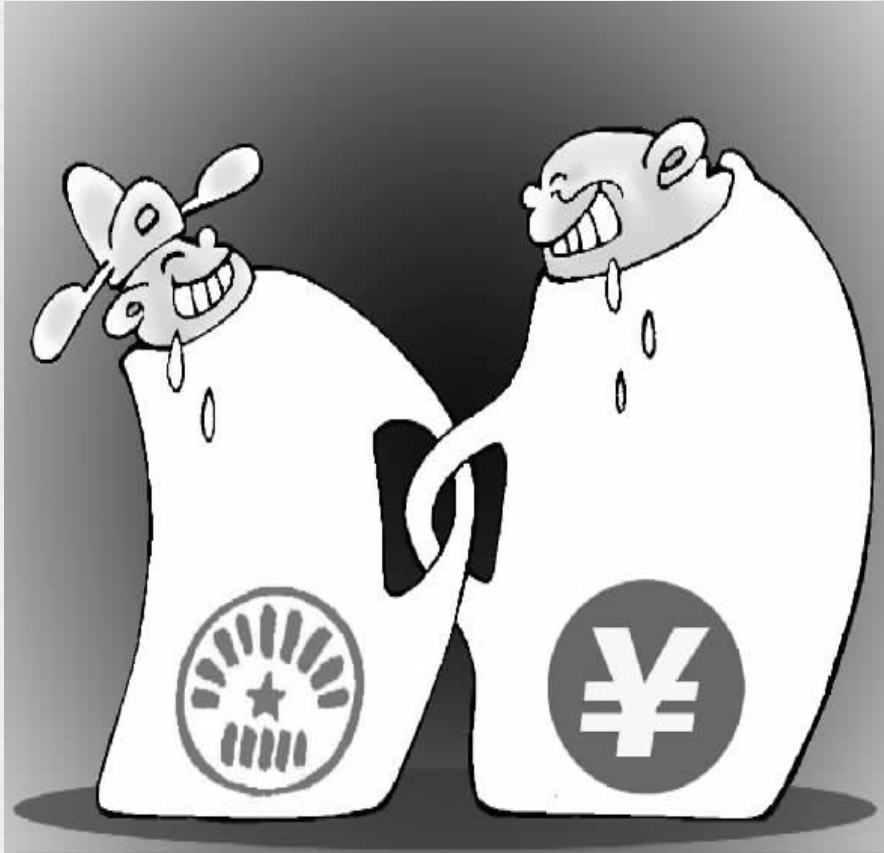
想。此外,富士康的超时工作,有没有支付加班工资,是否尊重工人意愿,违法与否,也需有充分的证据。

不难看出,仅仅是指责富士康们长期长时间加班的血汗工厂做派,其实并不足以改变工人们的境遇。毕竟,资本有其逐利本性,只要在合法范畴内,资本必然会寻求最低的成本,就在工人们抱怨工时太长的同时,富士康也觉得人工太贵,正在寻求更便宜的机器人替代以及向人工更便宜的区域转移。相比超时加班问题,一旦富士康实现了更多的机器替代工人,或者迁往更低成本的区域,会否引发大范围失业,倒是更加棘手的问题。

富士康的确谈不上不完美,但工人们劳动条件的改善,除了法律支撑与劳资博弈之外,根本的途径,仍然是提升工人的能力,创造更多的工作机会,形成雇主之间的激烈竞争。而真正意义上的工会撑腰,也更应体现在对具体案例的维权支持上,而不只是泛泛的批评雇主。

戏画闲言

官商勾结当严查



■ 吴之如 文并画

中央纪委监察部网站报道,中央巡视组向江苏省委反馈巡视意见时指出,一些领导干部与老板之间保持相对稳定的关系圈子,进行封闭式权钱交易。

不但中央巡视组成员多有一双识别干部清廉与腐败的火眼金睛,时下就是一般的平民百姓,往往也都能一眼看出某些官员与商家的勾连如胶似漆,关系极不一般,当然也就极不正常。所谓“封闭式”,亦即暗箱操作,他们之间的权钱交易都是见不得人的勾当,如何能够透一点光呢,自然更是必定与透明化背道而驰。特殊的非法利益紧密相关,他们的关系圈子也就相对稳定,“一荣俱荣,一损俱损”,腐败路上“闷声发大财”,谁还能离得开谁呢。

但是,这帮以祸国殃民为自己暴富捷径的特殊利益硕鼠团伙,勾结得再紧密,攻守同盟订立得再顽固,遇上了反腐败斗争的强劲势头,最终还是难免土崩瓦解的覆灭下场。只要看一看落马的腐败大老虎薄熙来、周永康、徐才厚、刘志军之流,虽然起先都抱定顽抗到底的决心,随着对他们调查揭批工作的深入,还不都因罪行大暴露而不得不向人民向法律低头认罪么。那些与他们抱成一团大赚不义之利的不法商家也纷纷遭受法律的清算和制裁。有道是:

老虎苍蝇一起打,官商勾结当严查;反腐倡廉规矩在,人间岂容蛇蝎花。人们期待公仆杜绝与商家勾结非法暴富的念头,能够全心全意为人民服务,从而达成官民一致共建现代化家园的和谐局面。

■ 魏文彪 职员

国家工商总局局长张茅1月30日在工商总局会见阿里巴巴董事局主席马云。马云表示,阿里公司一直致力于打击假货,并全力以赴解决假货难题。下一步将积极配合政府部门,加大资金、技术等方面的投入,进一步扩大和加强原有专业打假团队,加强日常线上巡查和抽检,与执法部门共同联手,切实有效地解决现实问题。(1月31日新华社)

淘宝等网络交易平台的兴起,让成千上万人获得了低成本的创业平台,同时促进了快递等行业的发展,对于促进创业与就业来说,可谓作出了非常大的贡献。另一方面,淘宝等网络交易平台的兴起,也让消费者购物变得更加便利,让消费者能够买到更加实惠的商品。所以,对于包括淘宝等在内的电子商务新兴商业业态,政府应当抱大力支持的

态度,扶持其不断获得更大的发展。

不过与此同时也无须讳言的是,当前部分电商确实一定程度地存在销售质量低劣产品乃至假货行为,对消费者权益造成损害。而扶持电子商务的发展,并不等于就要漠视部分电商的售假行为,扶持电子商务发展并不能成为可以任由部分电商侵害消费者权益的理由。扶持、促进电子商务发展,与对部分电商售假行为依法进行打击,切实维护消费者权益,并不是对立关系。

尽管网络交易平台本身都没有质量监管机构与打假队伍,不少网络交易平台也确实一直在不遗余力地打击售假行为,但是由于网络交易平台及其工作人员的利益,与加盟电商的数量与业绩存在一定程度上的关联,这样也就难免会出现部分网络交易平台工作人员消极对待打假,乃至包庇、纵容部分电商售假行为的可能性。所以,进一步净化网络购物环境,更好保障消费者权益,除

了需要网络交易平台自身努力之外,还需要相关政府部门积极介入,依法严厉打击网络售假行为。

而政府部门依法打击网络售假行为,表面上看会影响部分电商与网络交易平台的利益,但是经由政府依法打假,更好维护消费者的权益,会让更多的消费者更为放心地选择网络购物,因而实际上只会起到促进电子商务发展的效用。从这个角度来看,阿里巴巴董事局主席马云表示将积极配合政府部门打击售假行为,无疑是一种积极而明智的态度。人们期待更多的网络电商平台都能像马云所表示的,加大资金、技术等方面投入,扩大专业打假团队,加强日常线上巡查和抽检,与执法部门共同联手,切实有效地解决问题,以达到既依法保障消费者权益的效用,同时又经由进一步净化网络购物环境,在更大程度上促进电子商务健康发展。