

一线调查

如何保障菜篮子里“稳稳的幸福”？



8月25日，重庆市垫江县太平镇永远村农业园，工人在采收空心菜，准备及时供应到城区各大超市和菜市场。来源：《重庆日报》

为了防止出现极端价格引发的卖难或断供，破解“菜贵伤民、菜贱伤农”的痼疾，各地应打好应急保障、价格监管、市场调节及种植补贴等一套组合拳。

中国妇女报全媒体记者 徐阳晨

“蔬菜比水果还贵呢！一斤黄瓜要9元。”近日，中国妇女报全媒体记者在北京多家农产品零售及批发市场采访时发现，民众普遍反映农产品特别是蔬菜价格上涨明显，涨幅之大也较为少见。8月，北京新发地市场的近期数据显示，蔬菜批发的加权平均价为4元/公斤，比上个月上涨37.93%，比去年同期上涨28.21%，本月中旬的价格已达到近5年同期的最高点。

不仅是北上广等一线城市，传统的夏秋季蔬菜产区如黄淮海地区、长江中下游地区、环渤海地区蔬菜价格也出现明显上涨。根据农业农村部监测，8月22日，重点关注的28种蔬菜平均价格为6.11元/公斤，而两个月前还只有4.33元/公斤，涨幅超过40%。从蔬菜品种来看，主要是西红柿、黄瓜、豆角、小油菜等时令蔬菜出现了大幅涨价。部分菜价上涨甚至已经超过了水果、肉禽蛋奶的涨幅。

专家表示，蔬菜价格的波动往往具有较强的季节性特点，未来随着天气的好转和秋季蔬菜的陆续上市，蔬菜产量预计将恢复至往年同期水平，蔬菜价格有望明显回落。

餐桌上常见菜涨价明显

一般而言，包括蔬果在内的农产品均属于弱价格弹性的大宗消费，因为刚需消费，即商品本身价格的变化，不会引发供需强烈变化。但本轮蔬菜价格的飞涨，导致了一些消费市场的“异动”。

记者走访了永辉超市、盒马鲜生、麦德龙等不同类型的商超，发现5元/斤以下的低价位蔬菜较往常明显减少，但需求量大增，不少消费者驻足在低价菜、打折菜货架前，仔细挑选，而10元/斤以上的菜品，惠顾者则寥寥无几。

“正常的青菜、茄子卖到八九块钱一斤。通常我们一家子每天的蔬菜支出也就二三十元，现在要五六十元，每斤要多花近千元。”有市民向记者表示，以前按“斤”买的蔬菜，现在要精打细算按“个”买，特别打秤的菜如丝瓜、西红柿等仅买几个，不再多囤。

另一边，蔬菜的上涨也让商户难以应对。“我一大早去批发市场转了一圈，没遇到几样合适的菜品，黄瓜、丝瓜、辣椒等时令菜进价太高，生姜也要10元一斤。有时候只能去本地菜农那里转转，看能不能捡个漏儿。”个体商超王女士告诉记者，她做的是社区零售生意，近日明显感觉到“便宜菜”更好卖，但整体上“卖得高、要得少”使零售利润在不断下降。

值得注意的是，菜价上涨也推动了高端蔬菜和线上蔬菜的销量。在盒马鲜生，记者发现有机蔬菜和高原蔬菜价格并未大幅上涨，销量不错，受年轻人青睐。“普通蔬菜也要10元一斤，不如试试有机蔬菜，价格相差不多，但更健康，口感也更地道。”蒋女士表示，自己一个人开火做饭，菜量要求不大，往往更喜欢一小盒即半斤左右的蔬菜，在价格相差无几的情况下，有机蔬菜更“划算”。

不少消费者也纷纷转向线上渠道，如美团优选、淘菜菜、多多买菜等平台。“同样一份丝瓜，农贸市场是八九元一斤，线上六元，罗马生菜、黄瓜等也便宜了两三元一斤。”不少消费者在社交平台分享了自己的买菜心得，列出具有新鲜、48小时内送达、折扣力度大、免运费等标签特点的平台清单。更有网友支招，“像南瓜、西红柿、毛豆等易储存的蔬菜，可以直接从原产地网购，价格能降到三四元一斤。”

“本次价格上涨导致的替代性表现很明显，很多消费者选择了便宜且价格相对稳定的菜品，这不仅影响到家庭的支出预算，还可能改变蔬菜的消费结构，进一步加剧了供需紧张。”浙江大学经济学院副教授肖文对中国妇女报全媒体记者说。

对于种植户、批发及零售端而言，蔬菜上涨“弊大于利”。“种植户在价格上涨时，可能会考虑扩大种植规模，但种子、肥料、灌溉设备等成本的投入可能无法完全被价格上涨所弥补。”肖文补充道。

同样，运输成本、损耗的上升和市场偏好的下行，使中间商的利润进一步压缩，抵消了价格上涨带来的收益。“我们赚的就是个辛苦钱，抛开运输、损耗等等各种成本，一斤菜也就赚个几

分钱到一毛钱。我报的价格也不能太高，不然别人也不在我这里买，要是损耗大了，没准还要亏钱。”北京新发地某批发商无奈地表示。

气候变化及次生灾害是主要影响因素

从历年规律看，蔬菜价格呈季节性波动。七八月份，高温多雨的天气不利于露地蔬菜生长，一般每年这个时候菜价都会转入上行通道。

为何今年菜价涨幅如此剧烈？极端天气是一大因素。肖文认为，今年7-8月份期间，湖南、山东、四川、安徽等地蔬菜主产区遭遇强降雨、雷暴大风等极端天气事件，导致蔬菜生产受损严重，直接影响了蔬菜的产量和质量。此外，洪涝灾害导致部分菜地被淹，影响了蔬菜的正常生长周期，使得短期内市场供应量减少。

通常，夏季应是蔬果“低价高量”供应季节，但8月伏天的高温因素会使蔬果生产“青黄不接”，价格“翘尾”。肖文指出，我国长三角、中部地区出现了40℃以上的极端高温，7月的平均气温达到了历史第二高位，持续的高温酷热使蔬菜生长受限，而夏季也是全国各地蔬果需求量较大时期，农产品的供给端未能及时跟上，导致供需失衡加剧。

从农田到餐桌的过程中，农产品需要经过多个流通环节，如收购、运输、储存、加工、批发和零售等，夏季的强降雨、雷暴大风、酷热等极端天气都会导致物流成本增加，其中非时令菜、非本地菜的冷链物流成本，更是“雨涨价高”。肖文说，这些成本最终都转嫁到了零售端。

价格何时能回落？

肖文认为，蔬菜价格的波动是由多种复杂因素共同作用的结果。面对这一现象，需要关注天气变化、市场供需关系的变化以及流通环节的成本上升等因素。同时，国际市场的需求变化也会对国内蔬菜价格产生一定的影响。

随着季节变化和市场价格机制的作用，预计蔬菜价格将在未来一段时间内逐步恢复正常水平。

“蔬菜价格的波动往往具有较强的季节性特点，在8月末后，随着天气的好转和秋季蔬菜的陆续上市，蔬菜价格将出现季节性回落。”肖文预计到9月中旬，蔬菜产量预计将恢复至往年同期水平，市场供应趋于稳定。到10月份，山东、河北、河南等地的露天秋菜大量上市，将进一步缓解市场供应压力，蔬菜价格有望明显回落。

目前，各地已从生产前端到零售末端，多措并举稳住百姓“菜篮子”。上海组织蔬菜生产基地加强田间管理和采收作业，抢种鸡毛菜、米苋等耐高温速生蔬菜；北京协调新发地等主要批发市场进一步拓宽供货渠道，组织大型连锁超市和直营直供企业加大基地直采力度；山东寿光蔬菜基地为应对高温，加快进货、出货节奏，加强产销衔接，蔬菜集散等方面持续发力；浙江菜篮子“保供基地”进行了及时补种，通过数字化推进防晒高产……

农业农村部数据显示，目前，全国蔬菜在田面积1.06亿亩，同比增加90万亩，仍处于年内较高水平，稳产保供有基础。

蔬菜等农产品是民生之本，一头连着千家万户，一头连着农业之基。保民生的答卷要答好，菜篮子里“稳稳的幸福”则是必答题。为了防止出现极端价格引发的卖难或断供，破解“菜贵伤民、菜贱伤农”的痼疾，各地的保障民生供给的举措中，更应针对复杂的市场异动、自然因素做出预判和预防，打好应急保障、价格监管、市场调节及种植补贴等一套组合拳，让居民的“菜篮子”更稳当、更丰富；让农民的“钱袋子”更充实、更有分量。相信随着一系列举措的落地和外部因素的稳定，全国蔬菜价格将顺利企稳回落，持续有力供给。

巾帼家政

江苏

“好苏嫂”是江苏省妇联于2009年创办的家庭服务品牌，历经十余年的创新和探索，“好苏嫂”已在构建诚信家政体系、打造标准化模式、创新家政社区服务亮点等方面做了大量切实有效的工作，品牌影响力和凝聚力日益扩大。

健全规范化运营机制

“好苏嫂”自成立以来，始终明确发展目标、健全制度、规范管理，完成品牌VI设计，构建了“好苏嫂”服务规范标准，并于2010年成功首推家政服务员雇主责任险，为优秀家政服务员缴纳社会保险。

2019年3月15日，江苏省“好苏嫂”家政联盟信用平台上线，启动实施万名“好苏嫂”健康上岗保障计划，落地《江苏省万名“好苏嫂”健康上岗保障计划》；每一位家政服务员上岗前都需进行严格的背景调查，做到“一人一卡一记录”；运用大数据分析，依托全省巾帼家政服务联盟，对平台入驻企业开展规范经营标准、评级标准、统一验收标准、家政服务员考核标准，统一考核标准、统一验收管理，打造诚信家政企业，实现了巾帼家政“从点到线、从线到面、从线下到线上”的升级跨越。

为扩大培训范围，讲好培训课程，“好苏嫂”同时从异业合作、校企融合、产教融合等多渠道发力，定制培训、公益讲座等方面探索多维教学机制，建立女大学生就业实训基地，有效实现产教融合的服务模式。2009年编制家政服务培训标准及大纲，编写《家庭服务基本技能》培训教材，高标准建设了培训实操设施，采取理论知识、技能实操、岗位实训相结合的形式，对学员进行多维度、全方位的阶梯式培训。同时创造定点、定向输出模式，推荐到“好苏嫂”门店就业，形成了具有“好苏嫂”特色的“培训——鉴定——就业”闭环，年培训2000人次。

探索社区家政新融合

10年间，“好苏嫂”先后打造了省妇幼医院“母乳喂养+母婴服务”爱心驿站、市妇幼保健院母婴服务云平台体验馆、莫愁湖西路“培训+服务+鉴定”闭环式综合站点、沙洲街道“家政服务+育儿产品”社区新服务展示店等5类家政示范营销模式。2012年，“好苏嫂”率先落实省政府“推动家政进社区”的要求，打造“好苏嫂”雨润大街店；2020年7月，实现“家政进社区，促进居民就近享有便捷服务”，与江洲街道刘家花园社区邻里中心深度融合，共同打造“好苏嫂”家政服务社区工作站；2023年7月，“好苏嫂”成功落实南京市建邺区“好苏嫂”社区服务中心民非组织，充分发挥培训、就业、公益三位一体的社区服务宗旨，年举办社区便民活动40场，辐射居民达4000余人次，真正做到“家门口的家政服务”，共同构建“社区+居民+家政”的同心圆。

赋能新女性社群空间

多年来，“好苏嫂”致力于关注女性思想建设和心理健康，重点关注全职妈妈、孕产妇群体，计划为其提供全面、健康、可持续的女性职业生涯规划和建议，输送优良家风，打造科学育儿观念。组建社团活动，采取线上线下多维社群中心等方式，实现“传帮带”女性间友好深度链接，将女性思想、家风精神、巾帼典型传输到女性群体中去；建立“名师工作室”，汇聚前沿研究人员，开展讲座培训，打造有温度的社群体验，为女性人才带来可发挥、可成长、可交流的空间。

在江苏省妇联的指导下，“好苏嫂”先后荣获“全国巾帼家政培训示范基地”“全国城乡妇女岗位建功集体”“商务部重点培育家政服务龙头企业”“国务院家服办全国家庭服务业百强企业”“江苏省现代服务业‘十百千’行动计划重点企业”“江苏省信息化示范工程”“南京市家庭服务业协会3A级企业”等30多项荣誉。

(来源：全国妇联妇女发展部)



“好苏嫂”组织的家政培训活动。

为商家提供闭店、重建客服团队等服务，协助逃避债务、规避法律责任

“职业闭店人”正形成灰黑产业带

中国妇女报全媒体综合报道

近期，一些知名连锁品牌突然在全国范围内关闭多家线下门店，致使消费者损失惨重。在“闭店潮”的背后，有一个被称为“职业闭店人”的群体，为商家提供闭店、重建客服团队、与消费者谈判等“一条龙”服务，协助逃避债务、规避法律责任，严重破坏了市场经济秩序，打击了大众消费信心。

中国消费者协会于8月1日公布的今年上半年消费维权舆情热点中，“职业闭店人”跃居预付式消费维权障碍的前三位。这些“职业闭店人”利用市场信息不透明及法律监管的缝隙，为经营不善、企图逃避责任的商家铺设“退路”，从中非法获利，严重侵害了消费者的合法权益。

“职业闭店”套路深

具体来看，“职业闭店人”从以下几种方式牟利，一是诱导预充值消费，短期内卷钱跑路。“职业闭店人”多集中于健身瑜伽、美容美发、教育培训等预付费市场，通过对经营不善的店铺进行一系列包装，为其营造出正常经营的假象，吸引消费者续费或预先充值大量金额，再在暗中转移资产后迅速关门，突然间“人走店空”。二是申报虚假材料，恶意注销商铺。“职业闭店人”通常以团队形式出现，主动寻找由于债务缠身、资金链断裂等原因难以维持正常运营的商家，以“止损上岸”为诱饵，通过按债务比例收取服务费、中介费或向其他同类型商家集中转让会员收取转让费等方式进

行牟利。三是变更经营主体，帮助原法人逃避债务。“职业闭店人”团队为“职业闭店人”提供符合条件的“背债者”，利用法定代表人登记管理审核门槛较低以及股权变更实际目的难以判定等司法实践现状，恶意变更公司法定代表人，以此实现逃避债务的目的。

此前有媒体报道，早教机构金宝贝在江苏南京多个门店“一夜闭店”，其中就有“职业闭店人”作为“帮凶”，帮助商家跑路。北京早教机构美吉姆、哈顿顿店事件中，也有家长反映遇到了类似的情况。

商家因经营不善而闭店，聘请“职业闭店人”参与收尾工作。这些“职业闭店人”对消费者协商退还预付款等合理诉求不予回应，或是给出虚假承诺，徒增消费者的维权成本。

“职业背债”盯住哪些人？

伴随灰黑产业的蔓延，各种各样的“背债人启事”也浮出水面：有帖子招人并开出优厚待遇，江苏南京餐饮连锁企业，债务200万元，直接变更到名下提成22%，百分百限高，要求不在工商黑名单就可以；安徽合肥某健身房，有170多万元退费，不需要法人偿还，但会被限高，月薪5万元，为期3个月，最后一个月10万元，签自愿承担协议和公司转让协议，要求不能是黑户没有被起诉，25岁以上……

一名“职业闭店人”的朋友圈，置顶了两条“广告”：一条是“接公司变更业务，全国规避风险”；另一条是“常年招收无业人员，年龄在25-45周岁之间”。

通常，“职业闭店人”及“职业背债人”青睐居住于偏僻地区、文化程度不高、法律意识不强的居民、老年人或者劳务人员，此类人群对恶意背债行为引发的法律后果缺乏必要认知，且名下往往没有可供执行财产，不具备可供执行能力。除此之外，部分“职业闭店人”团队以高额回报招揽“背债人”后，再以“金融过桥”等方式在短期内迅速提升“背债人”的信用资质，严重扰乱了信用监管秩序。

“职业闭店人”真的“无罪”吗？

北京社科院副研究员王鹏直言，“职业闭店人”为商家提供了一个看似“完美”的解决方案，让商家能够在不承担任何责任的情况下轻松“脱身”。然而，当商家在“职业闭店人”的“帮助”下逃避责任时，消费者的这种信任被背叛，他们的权益受到了严重损害。这不仅导致消费者遭受经济损失，更让消费者对于预付式消费模式产生了疑虑和不信任。

中国消费者协会表示，“职业闭店人”帮助“跑路商家”逃避法律责任的做法，极大损害了预付式消费商业模式在消费者心中的信誉，损害了营商环境。部分媒体在“‘起底’职业闭店人”报道中表示，“职业闭店人”群体及相关“配套服务”，有逐渐形成一条灰黑产业链条的风险。

今年7月1日起实施的《消费者权益保护法实施条例》强化了经营者的义务，对预收费用后卷款“跑路”行为明确了罚则。最高人民法院前不久发布的《关于审理预付式消费民事



纠纷案件适用法律若干问题的解释(征求意见稿)》，清晰界定了实际经营者、名义经营者、帮助逃债人的责任，体现出司法严惩职业闭店行为的态度。立法上的不断完善和司法上的积极回应，将进一步织密消费者权益保护网，为严惩“职业闭店人”提供更加有力的保障。

北京嘉淮律师事务所律师赵占领认为，预付式消费作为一种常见的消费方式在监管方面仍有不足，才会导致“职业闭店人”这一灰黑群体的产生。“职业闭店人”虽然能在一定程度上规避一些法律风险，但对于申请破产审查的企业来说仍存在一定风险，“破产清算程序前几个月转移财产的行为，很有可能会被撤销。”赵占领进一步指出，未来，相关部门在加强法律法规监管的同时，可以通过设立举证责任倒置制度、设立履约保证金制度等多种形式的保护消费者合法权益，也能进一步规范预付式消费，降低消费者维权难度。

消费维权