

首席评论

# 茶是喝的 不是“炒”的

冯海宁

广州一大型茶叶批发市场部分商户近期竞相购买一款高价普洱茶,随后遭遇价格暴跌,买卖双方发生纠纷,涉及近200名茶商,登记合同金额超2亿元。目前,部分经销商已与卖方签署和解协议。近些年,类似“炒茶”事件层出不穷,有些茶商承诺一定期限后以本金加利息的方式予以回购,但却无法兑现,最终爆雷。(1月9日《经济参考报》)

茶叶是国人最常用、最熟悉的食品之一。我国茶文化有着悠久的历史,且已形成多个闻名于世的茶叶品牌,如大红袍、西湖龙井、普洱茶等。按说,茶叶是用来喝的,不是用来炒的,然而近年来,“炒茶”现象频现,致使茶叶价格多次疯狂上涨;而泡沫一旦破裂,随即出现价格暴跌,而茶价大涨大跌之间,有的人大赚特赚,有的人付出了沉痛代价。

“炒茶”使茶叶脱离食品属性,变味成一种新型金融、理财工具,所以才有了“金融茶”“理财茶”之说。报道显

示,“金融茶”庄家有一套常规手法:先隆重推出新品牌,鼓吹其稀缺性和市场前景,再营造茶叶涨价假象如承诺回购,吸引投资者买进后,高位抛盘割韭菜,提现走人。由此可见庄家是“元凶”,而不明真相的跟风投资者成为受害者。

直到多个“炒茶”爆雷事件出现,人们才恍然大悟,某些“金融茶”实为庞氏骗局,是以茶叶为道具,实施集资诈骗。这不仅给投资者带来重大损失,也严重扰乱了茶叶市场秩序,并导致普通消费者喝不起名茶。

对于“炒茶”带来的风险隐患,福州等地有关部门曾发布交易风险提示投资者或茶商。广州有关部门走访约谈涉事企业,并与有关方面联手进行线索甄别、风险监测。这些举措将对“金融茶”庄家产生警示震慑作用,至少对短期“炒茶”现象有抑制效果。但要看到“金融茶”存在多年,衍生出一、二级市场,有配套工具与分工,治理还需更深入。

对类似于“一晚价格跌八成”的炒茶爆雷事件,由于危害极大、利诱性明显,要依法立案追究“金融茶”庄家的刑

事责任。即“风险提示千遍不如严厉追责一次”。只有一个不少追究“金融茶”爆雷事件中所有庄家的刑责——无论是以涉嫌非法吸收公众存款罪追责还是以涉嫌集资诈骗罪追责,都要让庄家付出应有代价,才能挽回投资者损失。

对参与“炒茶”的投资者(主要是茶商和部分有闲钱的人),空泛的理论警示教育作用有限,只有用真实案例去教育,才有望纠正其“风浪越大鱼越贵”等险中求富的观念。即便某些名茶可久存,市场价格会有浮动,但我们要清楚一点,即再金贵的茶叶也是一种食品而已,是用来喝的,而不是用来炒的。当茶叶变成了金融工具,注定会充满风险。

针对“天价茶”等炒茶现象,有关人士建议出台监管措施,比如,集中开展专项整治行动,线下加强日常排查、巡查,线上主动出击,强化问题线索的发现和处置,依法严厉打击违法行为,严禁市场操纵和欺诈行为。从长远来说,还应建立茶叶监测预警机制,将数量、价格等纳入监测体系,既要解决信息不对称问题,也要为有效治理提供线索依据。

百姓看法

## 让孩子以“代画”参赛是害不是爱

张玉胜

近日,有网友向北京青年报记者反映称,网上出现了一些为中小學生提供代画服务的商家,这些商家找成年人代画美术作品后,出售给家长用来以学名义参加各类美术比赛。记者调查发现,确实有一些商家宣称从事所谓代画参赛作品的服务。有商家称,一些美术比赛只需要提交作品,并不需要现场绘画。有的家长为了让孩子增加获奖可能性,选择了代画参赛。(1月9日《北京青年报》)

由新闻报道不难看出,让学生拿“代画”参加美术比赛,必须满足两个条件:一是美术比赛只需提交现成作品,并无现场绘画环节;二是由家长出面找商家购买“代画”作品。这既促成了商家“代画”服务成生意的不良后果,也折射出家长对孩子畸形的“爱”。这种有悖诚信原则、不利于孩子成长且人们不愿看到的负面现象,亟须社会抵制和依法矫治。

孩子是父母的最爱。从孩子牙牙学语、幼儿启蒙到其接受义务教育,人们的培养目标就是要教育孩子诚实守信、成长成才,最基本要求通常是“自己的事情自己做”。如今孩子已到了中小学阶段,正值孩子品格塑造、三观形成的关键期,一些父母的某些作为却偏离了“爱孩子”的初心,突出表现就是替孩子“代劳”过多。比如,轮到孩子值日扫地,家长就主动“代劳”,生怕累着孩子;学校要求学生自办黑板报,有家长就请专业人士到校代办,理由是怕孩子做不好。如今又有了“代画”参赛,更凸显家长对孩子“爱”的畸形。

替中小學生画画  
参赛竟成了生意?



图/沈海涛

剖析家长热衷请商家“代画”参赛的背后成因,或不外有二:一是图省事。不少家长认为,美术课是副课,让孩子做手抄报或绘画是在挤占孩子学习主课的时间。购买“代画”服务,可以让孩子腾出更多时间学习“主课”。二是求功利。家长购画参赛的目标指向当然是“获奖”,希望孩子获奖为学校争得荣誉,能引起学校对孩子的重视;希望将来升学择校时,为孩子的简历增加炫丽的一笔。这显然是功利化的教育观念作祟。

任何比赛都讲究凭实力竞争,一视同仁、公平公正。以“代画”作品参赛当属欺诈行为,既干扰比赛秩序、有失公平原则,也有悖诚实守信,逾越做人做事底线。靠弄虚作假获得荣誉,既对那些靠自己实力动手绘画的孩子明显不公,也可能害了自家孩子的一生。以代画的美术作品参赛获奖,会滋生孩子不劳而获心态,助长孩子虚荣心,让孩子觉得赢得比赛更重要,而忽视了公平竞争的意义;长此以往,还会一步步扼杀孩子的想象力,阻碍孩子自主、创新能力的培养。这种走捷径方式并不可取。学习是学生的事,家长可以进行必要的辅导和引导,但绝不能代替。

根据《民法典》规定,“二人以上共同实施侵权行为,造成他人损害的,应当承担连带责任”。“代画”商家作为提供作品人员,且明知画作用途,在选手侵权时,应作为共同侵权人承担责任。此外,商家出售这类违法、违规服务,违反公序良俗,社会影响恶劣,应受有关行政管理部门的处罚。作为孩子家长,更当认知“代画”参赛对孩子健康成长的心灵危害,自觉远离“代劳”和功利教育误区。

第三只眼

## 莫让药品歧视性高价侵蚀民众看病钱

罗志华

国家医保局近日发布通知,明确到2024年3月底前,基本消除通用名、厂牌、剂型、规格均相同的药品(“四同药品”)省际间的不公平高价、歧视性高价,推动医药企业价格行为更加公平诚信,促进省际间价格更加透明均衡,维护患者群众合法权益。(1月9日《光明日报》)

当前在不同的省份,“四同药品”价格相差悬殊已成普遍现象。比如某药企生产的常用药叶酸片,在全国大部分省份的挂网价格都是每瓶12元,但完全相同的这种药,在个别省份的挂网价格竟然高达30余元,药企对多出20余元的价差无法说明其合理性、必要性。这样的药品还有很多,细心的患者或许会发现,自己常用的一种药,可能存在比较明显的同药不同价现象,甚至比外地亲戚那里的售价高出好几倍。

药企有合理确定药价的自主权,并且不同省份的运输距离、市场规模、交易条件、回款效率等都存在一些差异,省际间的价格略有起伏,这完全可以理解。但市场价格波动有其规律,出现部分地区价格畸高等情形,就不属于正常的市场行为,而是以地区差异为幌子进行恶意涨价。药企标价“看人下菜碟”,明摆着带有价格歧视,将加大这些地区民众的药费负担。

过去部分药企之所以敢于如此“神操作”,是因为价格监管存在一些短板。比如,长期以来,各省份药品集中采购平台相互独立、孤网运行,数据没有互联互通。少数药企利用省际间的信息差制定不公平高价、歧视性高价,但限于信息技术手段,价格主管部门监管价格的效果不够理想。

但随着国家医疗保障信息系统建设,打通省际间信息壁垒的软硬件条件已经成熟,价格主管部门对药品潜在的不公平和歧视性高价,已具备了进行全面系统排查的能力,价格监管的信息短板被补齐,少数药企通过歧视性高价谋取更大利益的“好日子”,或将一去不复返。

就连“四同药品”的价格也相差悬殊,药品更换“马甲”涨价势必更为常见。给药品取一个好听的商品名,或者在剂型或规格上稍作修改,从而将“四同药品”变成“三同药品”、“二同药品”,甚至仅是成份相同,其它方面均作伪装式改动,然后借机大肆涨价,这类做法更为隐蔽,也更应该纳入价格监管的视野。因此,对“四同药品”的歧视性高价强化监管仅是第一步,接下来还要对不同的涨价方式全面强化监管。

为了降低药品价格,近年来相关部门采取了许多有力措施,比如全面取消药品加成、医保目录药品谈判不断扩围、药品集中带量采购“灵魂砍价”频现等,均取得了显著的降价效果。但若想守牢降药价成效,就得及时封堵“四同药品”歧视性高价等漏洞,避免针尖大的窟窿能透过斗大的风,民众的看病钱、救命钱仍被一些行为隐性侵蚀。