

连月下跌为哪般？猪肉价格“五问”

新华视点

近期猪肉价格持续下行，据国家统计局测算，6月份，猪肉价格同比下降36.5%，降幅比上月扩大12.7个百分点；环比继续下降13.6%。

经历一轮价格高涨后，近期猪肉价格下跌为哪般？未来还会“跌跌不休”吗？猪价持续下行，如何保障养殖户生产，确保市场供应？

“新华视点”记者日前分赴多地，聚焦猪肉价格形势及保供稳价工作，深度采访有关部门、生猪养殖户和业内权威专家，回应百姓关切。

一问：为何连月下跌？

今年猪肉价格持续“探底”。国家统计局数据显示，自年初以来，猪肉价格连月下行，尤其是4月份以来，猪肉价格降幅超20%，6月份降幅高达36.5%，创今年以来猪肉价格最大跌幅。

业内人士分析，本轮猪肉价格大幅下跌主要受供求影响，市场猪肉供应充足，遇上消费季节性回落，导致价格持续下行。

——国内生猪产能基本恢复正常，存栏量持续增加。

据国家统计局数据，6月末全国能繁母猪存栏4564万头，相当于正常年份年末的102.1%；生猪存栏4.39亿头，恢复到正常年份的99.4%。上半年猪肉产量2715万吨，同比增长35.9%。

——市场预期干扰导致猪价压栏，增加市场猪肉供应。

农业农村部畜牧兽医局有关负责人介绍，年初部分市场机构夸大当时寒潮对生猪疫情的影响，行业对后期猪价上涨预期明显；这几个月养殖户普遍压栏惜售，肥猪体重大幅增加。6月份肥猪出栏均重135.8公斤，比2018年增加11.6%。

——进口冻肉投放增加，加剧价格下跌。据海关统计，1至5月份全国进口猪肉196万吨，同比增长13.7%。受国内猪肉价格下行影响，进口商将进口成本为2.1万元/吨的猪肉，以1.6万至1.7万元/吨的价格加快抛售，增加市场猪肉供应。

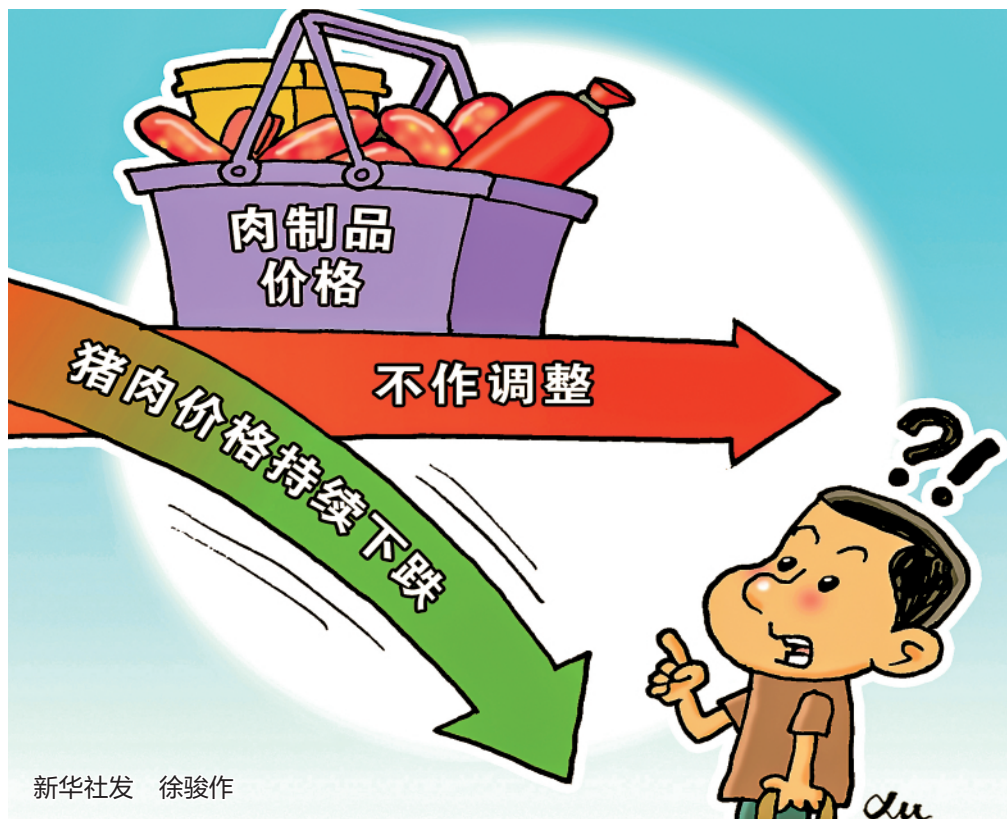
——多重因素叠加，造成猪肉消费偏弱。专家分析，受肉替代、季节性等因素影响，猪肉消费减少。6月份，农业农村部定点监测的全国集贸市场交易量只有2017年同期的75%。

二问：对养殖户影响几何？

“最近280斤生猪收购价为7.5元/斤，而我们的盈亏平衡点在10元/斤。”山东省

三问：如何保供稳价？

为有效缓解生猪和猪肉市场价格周期性波动，各部门积极应对，做好准备。



新华社发 徐俊作

德州市夏津县瑞强种猪场场长王世瑞说，一般来说生猪喂到220斤至230斤就能出栏了，但因猪价持续下跌，按这个体重卖得赔钱，不少养殖户就喂到280斤左右再卖。

农业农村部统计数据，与2018年前相比，现在育肥猪每公斤成本为16元至17元，增加约4.5元。生猪养殖已跌破盈亏平衡点，其中部分生猪育肥前期购买仔猪价格较高，按目前出栏价格亏损更大。据农业农村部定点监测，6月份生猪养殖场户亏损面为62%，比5月份扩大52个百分点。

记者了解到，生猪价格大幅下降，叠加非洲猪瘟疫情仍存在不确定性，部分养殖场户养殖积极性受到影响，少数养殖场户出现宰杀母猪情况，个别散养户甚至计划退出生猪养殖行业。

当前，生猪养殖户正处在爬坡过坎的“阵痛期”。王世瑞说，现在一边精简规模，淘汰落后产能，一边优化猪场硬件设施，提高养殖效率。

记者在调研中发现，近期个别地方出现以环保为由关停生猪养殖场的苗头，还有部分金融机构开始限贷、抽贷，养殖户生存压力较大。生猪养殖户普遍反映，希望政府保持支持政策稳定，并出台具体帮扶政策，引导养殖户科学高效养殖，帮助养殖户渡过难关。

国家发展改革委、财政部等多部门联合印发《完善政府猪肉储备调节机制 做好猪肉市场保供稳价工作预案》，围绕加强监测预警、储备调节、政策协同，从机制完善的角度提出了一系列安排，意在有效调控市场异常影响，促进生猪产业持续健康发展。

国家发展改革委6月16日发布猪粮比价过度下跌三级预警，6月28日进一步发布猪粮比价过度下跌一级预警信息，并立即会同商务部等有关部门启动国家储备收储工作。7月7日和7月14日已完成两批中央储备收储，7月21日还将组织第三批中央储备收储。

“价格过高时，投放储备以保障居民消费需求，推动价格向合理区间回落，避免生猪产能过度扩张；价格过低时，启动收储以托住市场，为养殖户吃下‘定心丸’，避免生猪产能过度淘汰。”国家发展改革委有关负责人说。

据国家发展改革委价格司司长万劲松介绍，目前看，生猪价格过度下跌势头得到初步遏制，6月底以来价格出现明显反弹，目前价格较前期低点回升15%以上，猪粮比价短暂跌破5:1以后迅速反弹，上周已回升至5.85:1，养殖户信心有所恢复，集中出栏现象有所缓解。

四问：猪肉制品价格降了吗？

“原价32.5元的午餐肉，现价26.8元，买两盒送一盒！”在北京一家大型连锁超市内，导购员打折促销的叫卖声吸引了不少顾客选购。

记者走访数家商超发现，多个品牌的培

根、香肠、水饺等包装肉制品均在打折促销。不过也有消费者反映，跟动辄超20%的猪肉价格降幅比起来，猪肉制品价格降幅不明显、感受不深。

韦先生一直在某电商平台选购食品，他说：“从年初到现在，常买的火腿肠只降了几毛钱，其他猪肉制品价格变化也不大。”

业内人士分析，出于分摊前期成本、维护品牌形象等方面的综合考虑，包装肉制品价格相对稳定。某熟食公司有关负责人说，保持终端价格基本稳定，对于维护企业品牌形象有重要作用。然而，尽管标价不会调整，但会采取促销措施向消费者让利。

专家分析，猪肉制品价格受厂家定价、人工成本、运输成本等多重因素影响，原料价格下跌并不一定导致制成品价格同步下降。

据了解，近半年来，虽然商品标签价格没有太大调整，但如果厂商有活动，超市也会配合进行促销。开源证券分析师黄子航说，在定价策略方面，有的食品企业基于成本定价，有的则基于需求定价。“当然，猪肉价格如果保持稳定，对下游行业来说也是有利的。”他说。

五问：会“跌跌不休”吗？

万劲松预计，未来一段时间生猪价格可能继续呈阶段性反弹态势。“随着中央和地方收储‘托市’效果逐步显现，加之今年1至2月新生仔猪量减少，经过半年左右的育肥期，会对7至8月生猪出栏产生影响。”

“饲料价格高企和猪肉价格低迷，导致生猪养殖利润大幅下滑，养殖场户亏损面有所扩大。受此影响，预计下半年生猪存栏量有所回落；随着四季度需求回升，猪肉价格或将温和上涨。”国务院发展研究中心市场经济研究所副研究员王立坤分析。

河南省南阳市昂达牧业股份有限公司董事长谢江昂分析，从中期看，前期养猪的高额利润吸引资本进入，未来一段时间内，新增产能会进一步释放，猪肉价格虽会从低点有所回升，但不会出现大幅反弹。

稳定的猪肉价格既关系生猪生产，又关系百姓生活。宏观调控的目标主要是防止价格大起大落，确保重要民生商品保供稳价。

农业农村部畜牧兽医局有关负责人介绍，下一步，农业农村部一方面将加强生产和市场监测，及时发布预警信息，引导养殖场户合理调整生产结构；另一方面将促进生猪产业转型升级，通过提升现代化水平提高应对风险能力。

万劲松说，下一步，国家发展改革委将持续跟踪能繁母猪、生猪存栏变化与猪肉价格走势，及时发布预警信息，达到预案规定及时开展收储，积极引导养殖户合理安排生产，必要时将会同有关部门进一步加大调控力度，防止生猪和猪肉价格大起大落。

(记者魏玉坤、邹多为、安蓓、于文静、叶婧、孙清清) 新华社北京7月19日电

未成年人盲目跟风文身，该怎样管

近年来，文身社会流行度增加，并出现低龄化现象。未成年人文身问题引发社会关注。未成年人盲目跟风文身，危害几何？文身店为未成年人提供文身服务，是否侵权？遏制未成年人盲目文身之风，该怎样管？记者对此进行了调查。

未成年人盲目跟风文身

近年来，文身在我国未成年人群体的影响力和接纳度都有明显上升趋势。

在抖音等平台上，通过搜索文身，“第一次文身，必看！”“如何选择文身图案”“明星身上的文身盘点”，这类热门主题排名前十位的短视频，转评赞基本都在几十万甚至上百万级别。图案冲击、行为新奇、偶像影响，这些因素的叠加吸引了不少未成年人关注效仿。

记者通过大众点评、美团等软件搜索发现，在广州、杭州等城市，文身店一般按小时收费，收费标准在200元至2000元不等，一些文身图案风格夸张暗黑。

此前浙江省绍兴市人民检察院走访发现，部分文身店设立在中小学校园附近；同时这些文身场所营业执照经营范围无一家显示含有文身项目，文身多挂靠美容美发等其他行业。

业内人士告诉记者，目前一些小文身店确实存在经营超范围、甚至证照不全等情况；尤其部分县城、乡镇的文身工作室从业者技术水平低下、场所卫生条件堪忧。一些未成年人受限于经济条件，更倾向于选择低端场所。

未成年人文身隐患重重

当代审美多元包容，成年人将文身作为表达个性的方式，无可厚非。然而，对于身体和心智发展都尚未成熟的未成年人来说，盲目跟风文身，到底有什么隐患呢？

现代文身的本质是通过机器，以高频针将有墨的针头刺入皮肤，留下图案、颜色。中山大学孙逸仙纪念医院皮肤科二级主任医师郭庆说，皮肤是人的天然屏障，会排斥异物，引发过敏反应。消毒不好，还会导致皮肤伤口细菌、真菌感染。从业文身师未经过专门的医疗培训，操作不规范，皮肤受感染的风险更高。未成年人的免疫系统发育尚不成熟，就更容易受到侵害。

“更值得注意的是，文身对卫生条件要求高。文身针作用于皮肤，可能成为传播艾滋病、肝炎等疾病的媒介。”郭庆说。

一些未成年人文身夸张，有的覆盖大面积皮肤，有的留在脸上，有的印记具有永久性，难以清洗和去除。

郭庆说，目前清洗文身主要是采用激光治疗手段，利用特殊激光将染料打散。不同颜色的染料去除难易程度不同。比如，红色、黄色染料相对黑色、墨色染料而言，更难去除，有时做5次到10次激光治疗，也未必能将染料残留完全打散去除。公立医院洗文身一般价位在1平方厘米300元每次，如果多次清洗大面积文身，花费至少也要上万元。

此外，未成年人文身对其日后参军、报考对身体条件有特殊要求职位公务员时也将产生影响。因文身无法报名参军便是“00后”小龙(化名)一生的遗憾。“15岁时做了个文身，现在真的很后悔。”小龙说，当初他在右边半条腿文了机械图，在整个左胳膊又文了一条神兽，面积都挺大，就是因为文身这一项不符合体检要求，他与参军梦想失之交臂。

立法规范未成年人文身呼声高涨

近年来，未成年人文身问题逐渐被关注。部分受访法律界人士建议，可以考虑将文身与吸烟、饮酒等行为一样，纳入未成年人禁止行为加以规范。针对我国尚无明确法规对未成年人文身做出禁止性规定，广东省人大代表饶宝琴建议，尽快出台未成年人文身法律规范或司法解释，对文身年龄做出明确限制，禁止文身机构为未成年人进行文身行为。

记者了解到，目前浙江绍兴等地已出台相关规范，例如明确文身场所张贴风险提示单；须核查身份；文身前须征得未成年人监护人同意等。此类做法可加以推广。

此外，目前在我国文身机构未被列入医疗美容范畴，文身人员从业资质、执业规则均处于监管缺失的状态。未成年人文身治理的主管部门亦不明确，各部门职责认知有偏差，执法权限不明晰。

饶宝琴建议，应加大力度治理文身行业，尽快出台相关行业规范。如对从业人员资质、文身针来源、处理机制等，给予明确规范和限定。

未成年人文身治理是一项系统工程，饶宝琴还建议监护人、学校教师从教育入手，对未成年人给予及时的心理疏导和教育引导，让未成年人理解文身文化本质以及可能造成的不利影响，让未成年人自觉抵制文身。同时，对已有文身的未成年人，学校不能简单拒之校外，可通过教育方式劝导学生对文身进行清洗。

(记者周颖、吴帅师 参与采访：郑一熙) 新华社广州电

“化了妆”的广告诱骗用户点击进入、广告的关闭按钮真伪莫辨机关重重……

不良 App 成“时间围猎场”，大肆收割用户时间

本报记者胡锦武、熊家林

政务服务 App 让居民办事少跑腿，线上办公 App 在防疫期间大展身手，购物外卖 App 更成为网民“必需品”……随着互联网科技发展，各类规范的 App 正让百姓工作生活日益便利。

然而，新华每日电讯记者调研发现，随着用户时间成为流量时代最有价值的要素之一，一些不良 App 正通过化化妆术、利诱术、隐身术等多种套路在各环节设卡，打造“时间围猎场”，大肆“收割”用户时间，从而实现牟利目的。为此，专家建议建立不良 App 的负面清单，通过加强监管等方式，构建天朗气清的网络环境。

“时间围猎场”：App 如“贪吃蛇”

“过去7天，您手机使用时长为39小时58分钟，累计解锁手机474次，平均每20分钟解锁一次。”25岁的杨森在广东一家金融公司工作，是个典型的“Z世代”青年，近日他打开手机“屏幕使用时间管理”功能时，吓了一跳，直言没想到每天近四分之一的时间在屏幕上。

像杨森一样线上生活占比较高的网民并非个例。中国互联网络信息中心(CNNIC)发布第46次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至2020年6月，我国网民的人均每周上网时长为28个小时。其中，通信、网络视频、网络音频类 App 是手机网民最常用的软件，使用时长占比都超过10%。

令他惊讶地发现，在一部手机购物软件上搜索了一款冷门商品后，另一部手机的短视频软件竟然很快就推送了同款商品的广告。

王群吐槽说，这让他感觉点开手机就像进入了 App “围猎场”，每个 App 都想尽可能占用浏览者的时间。

极光(Aurora Mobile)发布的《2020年Q3移动互联网行业数据研究报告》显示，2020年第三季度移动网民人均 App 安装总量达到56款，头部 App 用户流量价值达数百亿。

专家认为，相较于近乎无限的互联网信息，当下，有的不良 App 把网民有限的注意力视为可变现的“商品”。移动互联网在便利人们生活的同时，也让许多人被迫陷入流量和信息的“围猎场”。

收割有“术”：关注度成“唐僧肉”

化妆术、利诱术、隐身术……记者近日采访调查了解到，有的不良 App 为“收割”流量歪招频出，在用户进入、使用、退出软件程序等各环节透支用户时间。

第一招，乔装打扮诱点击，暧昧消息、工作消息都是虚假信息。“哥，好久没联系了，我想……”“您有一条未读的工作消息”当点击这类突然从状态栏冒出来的消息后，却跳转打开了其他与信息无关的 App，用户才会意识到原来这是条“化了妆”的广告。有的 App 通过设置虚假的消息通知，甚至更新提醒、系统通知等，以诱骗用户点击进入。

“这类情况防不胜防，且花样繁多，令人恼火。”杨森拿出手机示范，只见他打开一个软件，页面跳出“加载失败，请点击刷新”，点击“刷新”按钮后，却跳转到了某款购物软件

的活动界面，原来这是条伪装成系统消息的开辟广告。

第二招，心机利诱拖时长，赚钱之路、提现之路布满层层套路。“走路就能赚钱”“刷视频得现金”……近日，软件市场涌现出一批所谓的“赚钱软件”。记者实际体验后发现，这类 App 暗藏门道，在提现次数、提现金额、提现上限等多方面设置门槛。有的用户耗费大量时间和精力也只是“竹篮打水一场空”。

网友“黎黎”曾尝试通过某短视频 App 赚钱，“养成了每天刷视频的习惯，一刷就是连续几小时”，最终“一个半月金币兑换的钱不过20元”。他表示，这段时间他不仅损耗了光阴，而且“手机电池被消耗得快报废了”，这令他懊恼不已。

第三招，匿影藏形阻退出，退出符号、关闭符号多是误导符号。有的 App 为强行延长用户使用时长，广告的关闭按钮或真伪莫辨、或体积很小、或颜色较淡，总之就是“躲躲藏藏”，关广告如闯“雷区”。有网友吐槽说，App 原本是便利用户生活的网络工具，如今却成了考验观察力、判断力的考题，一不小心就会被耽误时间。

网友“Braun 先森”在社交平台分享了一张图片，只见 App 弹出的广告界面上有“跳过”“关闭”等多个按钮，大小各异分布在屏幕不同位置，难以区分究竟哪一个才是真的。他说，一个广告看似四个按钮可以“跳过”，但他一个没敢点。不少网民表示，此类 App 使用时得“瞻前顾后”，时刻提防掉入“陷阱”。

让“套路”没出路：给不良 App 戴上“紧箍圈”

时间就是金钱，少数不良 App 构成的“时

间围猎场”却想通过强迫或引诱将用户时间“分而食之”。商家变现流量获利的同时，严重透支了消费者有限的时间精力。专家学者呼吁，建立负面清单管理模式，加大对 App 的监管力度，让那些不良 App 被“拉黑”成为可能。

“App 恶意‘围猎’用户时间很容易失去市场口碑。”南昌航空大学软件学院数据科学与技术系主任杨玉丰表示，被“套路”多了以后，用户也会免疫，不仅起不到推广效果，甚至引发用户反感，导致对此类商业模式和平台的不信任。杨玉丰认为，App 应该聚焦优质内容和功能，而不是想方设法延长用户的无效使用时长。

值得一提的是，为了跟上互联网快速发展的节奏，及时给不良 App 套上“紧箍圈”，相关法律法规也在不断完善。

针对“一个广告数个关闭按钮”的情况，《江苏省广告条例》明确，利用互联网发布、发送广告不得影响用户正常使用网络，也不得以欺骗方式诱使用户点击广告内容。“在互联网页面以弹出等形式发布的广告，应当显著标明关闭标志，确保一键关闭”。条例还规定，“骗点击”的广告应由市场监督管理部门责令改正，处以1万元以上3万元以下的罚款。

随着网络环境日益成为公共环境的重要组成部分，提高互联网平台的社会责任感迫在眉睫。杨玉丰等专家表示，在鼓励互联网创新的同时，也要对 App 背后的网络公司加强管理，对不规范的 App 加以约束引导，防止 App 为争夺流量“野蛮生长”，避免给构建健康网络秩序埋下隐患。

(应采访对象要求，杨森、王群为化名)