话题 Topic

如何提升我国农业科技水平

科技创新自立自强是建设农业强国的根本动力。习近平总书记强调,“要依靠科技和改革双轮驱动加快建设农业强国”“农业出路在现代化,农业现代化关键在科技进步”。要提升我国农业科技水平,加快实现高水平农业科技自立自强,关键是增强创新体系整体效能、加快关键核心技术攻关、大力推进科技成果转移转化。

首先,构建梯次分明、分工协作、适度竞争的农业科技创新体系。具有整体效能的农业科技创新体系是增强农业科技原始创新能力和持续创新动力的基础与支撑。要充分发挥有效市场和有为政府作用。做好总体规划、顶层设计,围绕原创性、引领性科技创新,组织实施重大科学计划、科学工程,并强化协同攻关,加大对基础性、公益性研究的支持力度。面向产业需求,在农业科技竞争性领域、产业化应用等环节更多发挥各类市场主体作用。优化国家与地方农业科研院所、农业院校和涉农企业的定位和布局。各类主体按梯次分明要求,在农业重大基础研究与应用基础研究、应用研究、国家重大科技项目攻关、农业科技人才培养等方面形成分工协作的发展格局。突出企业科技创新主体地位,推动产学研深度融合发展。一方面,让企业成为农业科技创新的实施主体,通过规模化、专业化协作有序推进农业科技创新,解决低水平重复问题;另一方面,让企业成为农业科技创新的需求主体,以企业和产业需求为动力,解决农业科技成果转化率不高问题。

其次,紧盯世界农业科技前沿,加快实现关键核心技术自主可控。关键核心技术要不来、买不来、讨不来,掌握关键核心技术是实现高水平农业科技自立自强的保障。要加强农业科技基础研究。习近平总书记指出,加强基础研究是科技自立自强的必然要求,是我们从未知到已知、从不确定性到确定性的必然选择。要弄通“卡脖子”技术的基础理论和技术原理,在基础理论、机理机制和工具方法研究上早日实现从跟跑、并跑向领跑的转变。聚焦关键核心技术,加强前沿领域战略布局,重点围绕种源等“卡脖子”关键核心技术加强攻关,瞄准未来科技和产业发展制高点,前瞻部署战略性、储备性技术研发项目,重点加快动植物高效生物育种技术、合成生物技术、微生物组学技术、农业生物质工程技术和智慧农业技术等颠覆性农业技术领域研究。发挥新型举国体制优势,强化国家农业科技战略力量,打通关键堵点。依托重大农业科技工程、国家重点实验室、国家现代农业产业技术体系等,整合农业领域国家科研机构、高水平研究型大学和科技领军企业的优势科研资源、顶尖人才,创新联合攻关机制,加大重大原始创新。

再次,完成从科学研究、实验开发、推广应用的三级跳,加快农业强国建设。科技成果只有完成从科学研究、实验开发、推广应用的三级跳,才能真正实现创新价值、实现创新驱动发展。构建促进农业科技成果转化的科技创新资源配置机制,紧紧围绕产业发展需求,完善农业科技创新成果评价、人才考核和资源配置机制。加强农业科技成果转化平台和人才建设,加快培养科技成果转移转化领军人才,重点打造基于“互联网+”的农业科技成果转化平台,依托国家现代农业产业科技创新中心、国家农业科技园区等建设农业科技成果产业化基地,促进科技成果与产业资本的有效对接。提高农业科技服务可及性,充分发挥农业龙头企业和农技推广机构作用,加快培育农业科技社会化服务主体,构建纵横交织的农业科技推广与服务网络,为小农户与新型农业经营主体提供广覆盖、多层次的农业科技服务,推动小农户与现代农业有机衔接。

刘长全

有话要说 Speech

用“外卖封签”牢牢守住食品安全

随着烟火气逐渐回归,外卖平台相关数据显示,餐饮外卖订单和营业商家数稳步回升,订单日环比连续多天增加。作为守护外卖食品安全的一把“安全锁”,封签是不是也一同“返岗”了呢?记者调查发现,有部分商家出于利益考量,在使用封签上打了折扣。7份外卖中,有1份用4个订书钉和一截小胶带封口,看上去并不严实;还有两份,商家只是简单地打了个结,密封效果几乎为零。

近几年,外卖在配送中被偷吃、调包等事件曾多次出现,既损害了食品安全,侵犯了消费者权益,也影响了外卖行业健康发展。基于此,全国多地出台与“外卖封签”相关的管理规范或条例,明确规定外卖商家应使用开启后无法复原的外卖包装封签或者一次性封口的外包装袋等密封方式,以保障外卖配送环节的食品安全。

2022年3月1日,《浙江省电子商务条例》正式实施,规定外卖商家应使用封签对配送的食品予以封口,未使用封签配送食品的,由市场监管部门责令限期改正,逾期不改正的商家将被处二百元以上五百元以下罚款。同时,未使用“外卖封签”的食品,网约配送员有权拒绝配送,消费者也有权拒绝签收。2022年4月1日,北京市《网络餐饮服务餐饮安全管理规范》正式实施,明确规定入网餐饮服务提供者对外卖食品打包时,“应使用开启后无法复原的外卖包装封签或者一次性封口的外包装袋等密封方式”。同年10月,上海市市场监督管理局印发《上海市餐饮外卖食品封签使用管理办法》。此外,江苏、安徽、内蒙古、天津、河北等多地也出台相关规定或提倡使用外卖封签。一张小小的“外卖封签”如同一把牢固的“安全锁”,可以守护消费者“舌尖上的安全”,让大家点得放心、吃得安心。

虽然不少地方纷纷出台规定,推动“外卖封签”措施落地,但为何有商家不愿配合,让“外卖封签”效果打折扣?分析其原因,有的商家觉得“太麻烦”,有的商家表示“太忙忘记了”,有的商家借口“自己在网上购买的‘外卖封签’还没有发货”,有的商家则老老实实承认使用封签会增加成本,表示“虽然封签的价格很便宜,但长年累月下来如果不用也能省下不少成本”。因为怕麻烦、节约成本,而在外卖封口上“虚晃一枪”,实在是一种短视经营行为。

入口的食品必须保证安全,这是外卖必须遵循的最基本的底线。大部分“外卖封签”采用特殊材料制成,纸面设置锯齿暗纹,若遇到外力撕毁,将留下永久性痕迹,一旦拆开无法复原,这就防止外卖在运送中被人为拆启或意外破坏,用户也可凭此判断餐品在配送中是否原封不动,从而保障外卖食品在配送过程中的安全。并且,现在越来越多的消费者选择“无接触式”取外卖,即消费者和外卖员约定好外卖的指定放置地点,避免直接接触,“外卖封签”在此时的作用更为明显。商家对外卖食品统一封签后再交给骑手,这既是对外卖食品安全的保护,也可以在出现问题后清晰划分责任。

从“外卖封签”被打折来看,平台应制定更严格的规则,并加强监管,倒逼入驻商家落实封签制度。据报道,一些平台会在用户评价中询问顾客是否看到外卖封签。平台还应及时公示失信商家的信息,采取调整搜索排名、暂时或永久停止提供平台服务等措施,处理失信商家。广大消费者也要养成检查封签的习惯,维护好自身权益。相关部门要加强监管、定期抽查,发现问题后及时督促整改。同时,加强宣传推广,让平台、商家、消费者充分认清“外卖封签”的重要性,更好地服务广大餐饮主体和消费者。

何勇海

一家之言 Speak

重新认识土特产

做好“土特产”文章,要立足“土”,体现“特”,形成“产”,推动乡村产业全链条升级。做好“土”字文章,要打开视野,用好乡土优势资源;做好“特”字文章,既要在产品、品质、品种上下功夫,也要从全局的产业布局和发展规划中找准定位和机遇;做好“产”字文章,要形成产业共同体,画出产业链的“微笑曲线”。

眼下,各地在举办年货节,线上线下颇为热闹。土特产成为不少人购置年货、走亲访友的一大选择。日前召开的中央农村工作会议专门强调,做好“土特产”文章。在加快建设农业强国号角吹响的时刻,重新认识“土特产”,对推进乡村产业振兴有着特殊意义。

“土特产”看似寻常,却是大文章。土特产是有一定知名度的本地特色农产品或加工产品。据初步统计,到2021年底,全国特色产业一产总产值达9.7万亿元。近年来,不少土特产被培育成为地方支柱产业,孕育了人们耳熟能详的农业品牌。做好“土特产”文章,要立足“土”,体现“特”,形成“产”,推动乡村产业全链条升级。

立足“土”,就是用好农业农村资源。农产品扎根乡土,一方水土孕育一方土产。土,不仅是气候、土壤,还包括文化、地域。如今,城市居民对田园风光、乡土文化、民俗风情、农家美食等越来越向往。人们购买土特产,既满足美食美景的客观需求,也包含乡土乡愁的精神慰藉。令人惋惜的是,一些地方对独特生态、文化资源、地方风情没有充分开发,创意花样不多、乡土气不足。

做好“土”字文章,要打开视野,用好乡土优势资源,实现农业由“卖产品”向“卖风景”“卖温情”“卖文化”的转变。土,不代表没有创意。有的地方把田边不起眼的土产做成了乡村文创手信,有设计感也有情怀,让乡村风貌既看得见又带得走。土,不代表没有文化。有的茶园发展农文旅,不仅采茶制茶卖茶,也让消费者赏茶园、论茶道、品茶餐,茶园变公园。当下,农产品的生态价值、社会价值、文化价值日益凸显,要注重开发农业多种功能、挖掘乡村多元价值。

体现“特”,就是突出产品特色。当前,一些地方特色农业存在产能过剩压力,叫得不够响,销得不够旺。症结就在于,没有突出“特”。说是特产,其实周边很多地市乃至其他一些省份也有,在产品差异性上没有明显区分度,赶上集中上市,自然影响效益。

做好“特”字文章,一方面,要弄清本地家底,哪些有优势、需发挥,哪些有潜力、可培育,在产品上追求“错峰头”,在品质上追求“独一份”,在品种上追求“特别特”,在品牌上追求“限量版”。另一方面,也不能埋头只顾自己,还要看周边和全国,要从全局的产业布局和发展规划中找准定位和机遇。很多土特产最初的产值都不大,但恰恰越是小体量的时候越要做精,赢得口碑。要注意相似地区的产业动向,注重供需平衡,注重保持特色,防止短期快速扩大规模,导致品质下降、特色丧失。

形成“产”,就是建成产业、形成集群。土特产最终要成气候,就需要在发展中形成产业集群。近年来,发展比较好的特色产业,都建立在产业集群基础上。比如山东寿光,依托蔬菜产业集群,先是种植基地,后是产品集散、价格形成中心,逐步成为模式输出、标准制定中心,近年又向上游的育种领域延伸。

做好“产”字文章,尤其要延链补链,形成产业共同体,画出产业链的“微笑曲线”。不少地方的土特产还处于一种包装简陋、价格低廉的阶段。其实,从“披头散发进市场”到“梳妆打扮树品牌”,离不开产业链协同。不仅要把特色作物种好、特色畜禽养好,还要做好产后的分级包装、仓储物流、加工销售,从发展产品向发展产业转变,通过订单生产、入股分红等方式,让各类主体和广大农民参与其中,分享产业链增值收益。

乔金亮

媒体声音 Sound

《工人日报》

“边角料食品”不能成“三无产品”新阵地

“白菜价”“论斤囤”……近段时间,在一些电商平台,火腿头、面包边等各色“边角料食品”人气颇高。这些使用食品加工过程中产生零碎材料制成的“边角料食品”,因外形不规整,无法作为正常产品销售,价格更低,而用料、品质则与正常产品一样,这让许多消费者钟爱有加。(1月9日《人民日报》)

“边角料食品”从出现到走红,已经有一段时间了,相关市场并未萎缩,说明其还是颇受欢迎也较有发展前景的。

“边角料食品”一定程度上满足了供需双方的需求。从商家角度看,把加工过程中的“边边角角”收集起来低价出售,可以减少浪费,增加收入;对消费者角度而言,以相对低的价格购买到与正常产品一样的品质,十分划算;而从社会层面看,“边角料食品”亦有利于节约型社会建设,应该得到鼓励和支持。

食品可以有“边角料”,但食品市场不能有安全死角。“边角料食品”只是外观不规整,但口味、质量都应该与正品一样。然而,随着“边角料食品”的发展,许多“注水边角料”正在滋长。比如,虎皮蛋糕通常都有清晰的纹路,蛋香味浓郁,但一些商家拿普通蛋糕边和虎皮蛋糕边混在一起销售,挂羊头卖狗肉。再如,“边角料食品”因其特性,包装简单一些可以理解,但其本质仍是食品,仍应遵守有关法律法规,确保生产日期、保质期、生产厂家等必要的标识信息清楚明确。然而,当前一些“边角料食品”几乎以“三无”的面貌上市销售,安全存疑。

针对“边角料食品”出现的这些问题,有关各方应积极采取果断措施予以应对。比如,要强化监管措施,不定期抽查,及时处理消费者的投诉举报,避免出现管理盲区;商家和经营者应加强自律,依法行事,主动标注商品正价和“边角料食品”价格;消费者在选购“边角料食品”时,亦应擦亮眼睛,看清必要信息标识,在消费源头为自己把好安全关。

对新事物及时进行规范和引导,帮助其尽快走上发展正途,是各方应积极努力的方向。

坊间杂议 Talk

提振信心,让消费者敢消费愿消费

□杨召奎

为全面促进消费,着力扩大内需,推动高质量发展,在广泛征集消费者和社会各界意见的基础上,中国消费者协会日前确定2023年全国消协组织消费维权年主题为“提振消费信心”。

消费是我国经济增长的主要拉动力之一,最终消费支出占国内生产总值的比重连续11年保持在50%以上。但疫情以来,消费市场受到波动,消费信心受到一定影响。

不过,我国经济韧性强、潜力大、活力足,长期向好的基本面没有变,消费需求仍然存在。把恢复和扩大消费摆在优先位置,不仅是中央经济工作会议的明确要求,也是广大消费者的殷切期盼。而恢复和扩大消费,需要多方发力,提振消费信心,让消费者敢消费愿消费。

提振消费信心,需要让消费者有稳定的就业预期和收入增长预期,增加消费的“底气”。中国宏观经济研究院对外经济研究所副所长、研究员王蕴表示,各地需要进一步落实落细已经出台的各项稳就业、增收入的政策,拓宽市场化就业渠道,通过稳岗补贴、创业贷款、税费减免等措施鼓励企业吸纳就业。同时,帮扶失业人员、需纳入低保的对象和临时遇困人员等,在保障和救助上应保尽保、应兜尽兜,保障好困难群众基本生活,鼓励有条件的地方对困难人员发放消费补贴。

提振消费信心,需要持续增加高质量产品和服务供给,创新消费模式,满足消费者的多样化需求,让消费者愿意消费。近年来,伴随我国经济快速发展,人民生活水平不断提高,消费需求呈现个性化、多样化、高品质的特点。以今年春节消费为例,什么值得买日前发布的《2023年年货趋势报告》显示,今年春节消费呈现吃喝玩用全面升级、健康消费成关键词等消费趋势。

但是,一些消费供给的质量和速度未能同步跟进,制约了消费市场扩容提质。因此,各地应在稳住汽车、家电等“大头”消费、发力文化旅游、餐饮消费的同时,积极加快培育新型消费。此外,企业也应围绕消费提质升级,多提供更加绿色、智能的优质产品,更好满足消费者不断升级的个性化、定制化需求。

提振消费信心,促消费政策的作用不可小觑。目前,多地已经出台促消费组合拳,涉及发放消费券、发展“夜经济”、发展首店首发经济、稳妥有序推进步行街改造提升、开展年货节等方面。例如,在发放消费券方面,近期,河南、广州、重庆等多地发放消费券或消费补贴,重点支持文旅、餐饮、汽车、家电等领域消费。政策的顺势而为,有望充分发挥消费券的杠杆作用,迸发出刺激消费的乘数效应。

提振消费信心,需要为消费者排忧解难,打造更加安全放心的消费环境,让消费者无后顾之忧、敢消费。今年各地消协组织将以改善消费条件、优化消费环境为主攻方向,聚焦消费者的急难愁盼问题,提升消费者投诉的便利度,加大消费者投诉问题的解决力度。同时,中消协将针对直播带货、预付式消费、大数据“杀熟”等问题和领域开展理论与实务研究,揭露批评有损消费信心的行为,发表消协主张,提出立法、监管建议,推动相关制度不断完善。

让消费者的钱包鼓起来,企业提供的商品更丰富更优质,政府的促消费政策及时跟进,消费维权渠道更加畅通,消费信心自然能够得以提振,消费者也自然敢消费愿消费。

(本版稿件仅代表作者个人观点)

征稿启事:

本版关注的是乳业界的热点话题,常有业内外知名专家、学者参与话题的讨论。如果您有见解独到,论点鲜明,论据充足的稿件,欢迎您投稿。稿件请以电子版的形式发送。

邮箱:rysb2007@163.com。