

## 构建多元化的食物供给体系

2022年年末召开的中央农村工作会议上,习近平总书记强调,保障粮食和重要农产品稳定安全供给始终是建设农业强国的头等大事,要树立大食物观,构建多元化食物供给体系,多途径开发食物来源。构建多元化食物供给体系是在深刻把握人民群众食物需求结构变化的基础上,践行大食物观的具体要求,对新时期保障国家粮食安全,更好满足人民群众日益多元化的食物消费需求具有重要意义。

党的十八大以来,以习近平同志为核心的党中央把解决好吃饭问题作为治国理政的头等大事,确立了“以我为主、立足国内、确保产能、适度进口、科技支撑”的国家粮食安全战略,我国粮食综合生产能力建设取得重要进展,走出了一条中国特色的粮食安全之路。

食物供给体系的变化,折射出国家经济社会的发展变化。新中国成立之后,经历了很长一段时间的食粮短缺。1978年之后,农村基本经营制度改革提高了农业生产力,我国才逐渐摆脱食粮短缺。在那样一个时期,

食物问题几乎就等同于粮食问题,当时中国居民的食物消费以粮食为主,目标是有的吃,填饱肚子。随着中国经济社会转型,城镇化水平提升,居民收入增加,中国居民直接粮食消费量呈减少趋势,粮食用作饲料原料的比重在增加,而且蔬菜、水果、水产品等非粮食食物稳步发展,居民食物消费结构更加多样化,目标是营养与健康。

构建多元化食物供给体系,要从食物系统的角度审视中国的农产品供给。以大豆生产为例,大豆产量占四大粮食总产量的比重不到3%,单纯从数量角度考虑,要提高我国粮食总产量,直观来看,重点不应该是大豆。然而,若从系统观点视之,大豆压榨而成的豆粕是中国畜禽养殖业重要的蛋白饲料来源,水产养殖业发展也依赖豆粕。畜禽产品的消费带动了规模化养殖业的发展,带来了饲料需求,尤其是蛋白饲料大豆的需求。并且,畜禽、水产养殖业发展也依赖豆粕。畜禽产品的消费带动了规模化养殖业的发展,带来了饲料需求,尤其是蛋白饲料大豆的需求。并且,畜禽、水产养殖业发展也依赖豆粕。畜禽产品的消费带动了规模化养殖业的发展,带来了饲料需求,尤其是蛋白饲料大豆的需求。并且,畜禽、水产养殖业发展也依赖豆粕。

产品。推动国家农业食物系统转型,对构建多元化食物供给体系、进一步提升国家粮食安全能力和国民营养健康水平而言至关重要。

构建多元化食物供给体系,要依托资源禀赋与技术创新之力。解决吃饭问题不能仅仅依靠有限的耕地,而要在观念上从先前的“向耕地资源要食物”转变为“向国土空间、水域和海洋要食物”。在保护好生态环境的前提下,根据各地资源禀赋,宜粮则粮、宜经则经、宜牧则牧、宜渔则渔、宜林则林,形成同市场需求相适应、同资源环境承载力相匹配的现代农业生产结构和区域布局。

构建多元化食物供给体系,要从全球视野审视我国的粮食与食物供给。中国的粮食安全是世界的粮食安全,世界的粮食安全也是中国的粮食安全。自2004年农产品贸易首次出现逆差以来,我国农产品贸易逆差持续扩大。从食物营养看,我国营养自给率不断下降,动物蛋白缺口数量巨大。此外,人多地少是我国的基本国情。因此,须立足全球视野,实行

高水平对外开放,推动农业走出去,通过构建新发展格局,充分利用国内和国际两个市场,积极参与全球粮农治理,促进食物进口来源的多元化,提高重点进口农产品供应链的稳定性、可靠性。

构建多元化食物供给体系,须充分保障全产业链的食物安全。多元化的食物供给体系,需要保障“科研——投入——生产——流通——消费”全产业链的食物安全,并以食物产业链为载体向前拓展到微生物资源、动植物种质研发和要素投入,向后延伸到食物流通和消费。通过在加工环节和消费端做减法,加工环节减少粮食损耗,消费端减少食物浪费,扩大拓宽“无形粮田”。此外,要制定针对性的消费引导和营养干预措施,加强健康教育、膳食习惯培养,推动国民膳食结构从“有的吃、吃得饱”向“吃得丰富、平衡、健康”转变,引导消费者观念与行为转变,不断促进生产、消费、营养、健康协调发展。

司伟



### 谁是超量点餐推手

随着我国外卖餐饮市场规模不断扩大,“叫外卖”成为很多人特别是年轻消费者的生活方式。然而,在餐后垃圾回收处,时常有外卖被吃一半、扔一半,“舌尖上的浪费”仍较严重,一些点餐的隐形套路成为消费者超量点餐的“推手”。比如,有时点得越多越便宜,不少消费者会为了凑满减而强行加单;又如,多数外卖商家起送价在20元左右,必须点够分量才能配送等。针对外卖浪费,近年来外卖平台企业推进相关反浪费举措,鼓励商家提供小份菜、单人餐等选择,提示消费者“适量点餐、避免浪费”。下一步还需多方发力,优化满减等促销机制,更好落实相关举措,形成勤俭节约的外卖新“食尚”。

(文/时锋 图/程硕)

Sound

《经济日报》

## 农业保险由大到强需加力

最新统计显示,我国2022年实现农业保险保费规模超千亿元,农业保险保费规模全球第一地位进一步巩固。

一场台风或者洪水之后,农田一片狼藉,农民汗水和心血全数付诸东流,这就是传统农业“靠天吃饭”的常见场景。农业保险的出现改变了这一局面。我国农业保险用十几年时间走过了农业保险比较发达国家近百年的发展历程,织就农业生产“安全网”。

农业保险和其他险种相比,最大的特点在于政策性。农业生产面临的风险较大,而且广大农户保费承担能力或保险意愿相对有限,决定了纯商业的农业保险难以持续,必须有国家财政的支持,这也是国际上通行的做法。

作为农业大国,我国必须解决农业生产面临的一系列自然灾害和市场价格波动风险,这是我国大力发展农业保险的重要原因。2022年,我国中央财政拨付农业保险保费补贴超430亿元,如果再加上地方财政补贴则规模更大,在全部涉农支出中占不小的比例,就足见国家对发展农业保险的支持力度。

“保费规模全球第一”,反映出我国农业保险的快速发展,特别是对农业生产保障能力的提升。同时,应该看到,农业保险做“大”了,但还未真正实现做“强”。从发展现状看,必须正视一些短板和不足。

比如,农业保险覆盖面、品种和标准还比较低。农业保险的落实有赖于信息系统支撑,目前信息化建设还较滞后,数据信息支撑相对较弱。从横向上看,我国农业保险深度、密度和发达国家相比还有一定差距。

农业保险由大到强的关键点,在于高质量发展。“中国人的饭碗任何时候都要牢牢端在自己手上”。当前,保障国家粮食安全任务更加艰巨,“三农”领域风险保障需求日益增长,要通过高质量发展农业保险,促进农业生产

特别是粮食生产。

高质量发展农业保险,要持续推进“扩面、增品、提标”,提高农业保险服务能力。我国农业保险从覆盖个别品种到覆盖种植业、养殖业、林业、地方优势特色产业等一系列农产品,从“保物化成本”到“保完全成本或保种植收入”,保障能力和水平不断提升。特别是完全成本保险覆盖农业生产的总成本,包括了直接物化成本、土地和人工成本,基本上可以投保农户“旱涝保收”。目前,农业保险“扩面”还需持续推进,进一步覆盖到关系国计民生和国家粮食安全更多的农产品。同时,要通过大力发展优势特色产业保险,更好助力农民增收。

高质量发展农业保险,要加强基础设施建设,加强农业保险信息共享,提升信息化水平。实施农业保险是一项科技含量很高的工作,卫星遥感、测绘、大数据、无人机等技术得到普遍应用。保险机构要充分利用现代科技手段,提升理赔服务的质量和效率。

高质量发展农业保险,农民获得感至关重要。目前,不少农民对农业保险政策还了解得不够,还有不少参保意愿、积极性不强。从农业保险政策的顶层规划,到产品设计,再到基层服务体系,都有必要不断提高“含金量”,增强吸引力,提高获得感。

财政支持是加快农业保险高质量发展的重要保障,要重视提高财政补贴资金效益。保费补贴不是“唐僧肉”,应加强资金审核和监管,严防虚报理赔、套取补贴,保障财政资金安全。同时,要突出正向激励,强化绩效管理,确保农业保险政策精准滴灌,真正发挥实效。

推动从农业保险大国向农业保险强国跨越,农业生产、乡村振兴才能获得更有保障,中国人的饭碗也一定会在自己手上端得更牢。

舆论杂谈

有话要说

## 植物工厂拓展农业生产边界

天寒地冻,北京翠湖智慧农业“植物工厂”里却温暖如春。环境数字化管理、水肥一体化操作、蔬菜全天候生产……置身其间,39个品种的大果番茄、樱桃番茄长势旺盛,10万平方米种满种严,宛若一座科技感满满的“番茄森林”。进入采收期后,这里生产的新鲜番茄受到市场欢迎,工人们脸上洋溢着丰收的喜悦。

植物工厂,是指通过设施内高精度环境控制,为植物生长提供适宜的光照、温度、营养等要素,实现在完全工厂化条件下进行农作物全年连续生产的高效农业生产方式。我国植物工厂起步相对较晚,但在关键技术研究与产业化推广方面取得快速发展,目前已有商业化植物工厂250余座,是名副其实的“植物工厂大国”。此

外,我国在植物工厂节能等领域已处于领先水平,LED节能光源控制、光温耦合节能环境控制、营养液栽培、智能化管控等技术的推广利用,为植物工厂的快速发展奠定坚实基础。

习近平总书记强调,“向设施农业要食物”。随着农业产业化水平不断提高,一二三产业融合程度不断加深,新型农业生产模式不断涌现,改变了农业生产的季节性,拓宽了农业生产的时空分布,为城乡居民提供丰富的新鲜瓜果蔬菜。植物工厂作为高度集合型的现代设施农业,将生物技术、工程技术与系统管理融为一体,其优势和效益是多方面的:不需土壤、不用阳光,可在任何地点进行食物生产,实现一年四季“想吃啥有啥”;通过智能化调节,可大幅缩短作

物生长期,实现产量倍增;无土栽培生产食物,高度洁净、安全无污染。植物工厂既能拓展城市农业功能,又可在戈壁、沙漠、盐碱地等非耕地建设,有助于缓解我国农业资源的瓶颈约束,可为保障居民“菜篮子”提供重要助力,在促进农业增效、农民增收方面发挥更大作用。

植物工厂发展前景广阔,但系统能耗较大导致运行成本过高,是亟待突破的瓶颈。进一步推动植物工厂研究与产业化进程,要通过技术攻关,降低人工光源与空调系统能耗,实现植物工厂的智能化管控,进一步构建“低碳、智能、高效”的生产技术体系。有关部门应在政策补贴、研发项目等方面加大支持力度。聚焦“顶天”,抢占世界农业科

技制高点,不断突破关键技术瓶颈;着眼“立地”,把科技的旗帜插到县乡村,将专家“试验田”变成农民“生产田”,植物工厂才能在高质量发展的路上茁壮成长。

当前,我国正处在信息化与农业农村现代化的历史交汇期,科技兴农、科技助农成为现代农业主旋律,古老农业在现代科技的助力下焕发勃勃生机。从发展植物工厂、垂直农场和立体养殖,到加快现代旱作农业、戈壁生态农业发展,再到建设海洋牧场,依靠科技创新推进空间立体利用,不断拓展农业生产边界,设施农业必将为农业现代化注入更强劲动能。

常钦

Speech

## 低碳农业展现生态效益

□郭珍

中央农村工作会议提出,发展生态低碳农业。发展以资源利用集约化、投入品减量化、废弃物资源化、产业模式生态化为特征的生态低碳农业,能大幅降低农业碳排放强度,提升农业生态系统固碳增汇能力,受到关注。

农业具有“绿色”属性和多重功能,是生态产品的重要供给者,是生态系统的重要组成部分。生态低碳农业的发展,有利于碳达峰碳中和目标的顺利实现,也有助于提升农业发展质量和竞争力。然而,当前很多农业生产经营主体特别是小农户被锁定在石油农业发展模式上,单纯依靠自身难以打破路径依赖,转向发展高效率、低能耗、低排放与高碳汇的生态低碳农业。在农业生产经营主体中,农业企业拥有较多的高质量生产要素,具有较强的减排固碳增汇潜力;另外,农业企业作为农业产业链中的核心主体,有较强的联农带农能力,可以助推小农户、家庭农场等农业生产经营主体加入生态低碳农业产业链。

随着我国经济社会加快发展,人们对绿色优质农产品的消费需求日益增长。作为创新创业活跃的市场主体,农业企业可以感知到新的市场机会,但由于发展生态低碳农业需要投入大量前期成本,而当前生态环境市场的发育还不完善,生态低碳产品价值实现机制尚未形成,这些因素

叠加造成农业企业发展生态低碳农业面临着高风险和较低的短期收益,导致企业的动力不足。此外,企业向生态低碳转型也受到自身资金、技术、管理水平的约束,部分企业发展生态低碳农业的能力欠佳。因此,应坚持政策激励与市场引导双轮驱动,激发企业的内在动力,让其成为引领和驱动生态低碳农业发展的“领头雁”和新动能,持续提升生态低碳农业发展速度与质量。

要创造良好的营商环境,为生态低碳农业产业链上的农业种养企业、农业服务企业、农产品加工企业、农业流通企业等市场主体提供全方位、全过程、全覆盖的优质服务,降低成本,推动形成完整的生态低碳农业产业链。应给予相关企业绿色补贴、生态补偿、税收优惠等政策支持;同时,应完善农业碳汇交易机制,让企业能通过碳排放权交易市场实现正外部性内部化。

要将农耕经验与现代科技相结合,加快构建支撑绿色生态种养、废弃物资源化利用、可再生能源开发、生态系统碳汇提升等技术体系,不断提高农业“双碳”人才培养质量,为企业发展生态低碳农业提供坚实的技术支撑和人才保障,从而增强其发展生态低碳农业的能力。还要放大有效市场和有为政府作用,为高质量发展生态低碳农业创造良好条件和环境,助推企业持续提升绿色竞争力。

(本版稿件仅代表作者个人观点)

一家之言

## 玻尿酸食品打“擦边球”亟待重视

玻尿酸又称透明质酸,可通过医美美容注射实现补水改善肤质功能,然而,就是这样以一个“安全”为关键词经企业长达16年申请才被批准纳入食品原料的食品添加剂,却被差异化宣传为添加了玻尿酸的相关食品可以“喝出水光肌”。“功效”成了玻尿酸食品的卖点和关键。到目前为止,这一说法并没有可靠的调查和科学实验数据来支撑。

一方面,对于一些食品生产企业来说,虽然并没有直接打广告说其生产的含玻尿酸食品能够“喝出水光肌”,但在企业网页相关问答里,话里话外地暗示具有这种功效。比如某企

业在回答提问时,违背玻尿酸被人体吸收后分解的真实情况,虚假解释说玻尿酸经过消化会从大分子玻尿酸变成小分子玻尿酸,很容易让人产生误解,认为玻尿酸食品真的能够“喝出水光肌”,而这显然是一种企业变通的虚假广告,亟待相关部门重视。

另一方面,一些第三方平台密集地以“科学研究”或“亲身体验”名义发布“种草笔记”等,暗示玻尿酸食品确实能够“喝出水光肌”。这种营销套路隐蔽性强,不仅可以给消费者“洗脑”,还可以规避法律和逃避监管。此前太多的舆论和事实已经证明,这样的做法本质上是一种变通的

违法广告。

我国广告法规定,广告不得含有虚假或者引人误解的内容,不得欺骗、误导消费者;违反本法规定发布虚假广告的,由市场监管部门责令停止发布广告,责令广告主在相应范围内消除影响,并处以一定数额的罚款等;广告经营者、广告发布者明知或者应知有前款规定违法行为仍设计、制作、代理、发布的,由市场监管部门处10万元以下的罚款。

不难看出,宣传玻尿酸食品能够“喝出水光肌”,且因此就调高商品价格,不管这是企业直接暗示诱导,还是第三方分享发布平台的暗示、引

流,只要没有确凿的依据,就都是在打广告法和价格法的“擦边球”。而近年来的诸多事实证明,此类虚假诱导和高额牟利行为之所以多发频发,一个关键的原因在于这样做的成本较小但牟利却可能巨大。

这也再一次提醒我们,不论是保护消费者利益还是维护市场秩序,都需要市场监管等部门及时出手、严肃处理。同时,作为消费者,也要自觉擦亮眼睛理性消费,不能被几个简单的新奇词汇和说法忽悠就上当,被收割了“智商税”还不自知。

余明辉

Speak

Talk

征稿启事:

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

邮箱:rys2007@163.com