

补上粮食产地烘干机械化短板

5月份夏粮收获即将启动。新收获的粮食水分大,如果不能及时干燥,大量堆放可能会造成霉变、品质下降,卖不上好价,最终导致农户丰产不丰收。当前我国各主要粮食作物耕种收综合机械化率超过80%,粮食产地烘干机械化水平仍然很低,成为粮食生产全程机械化的突出短板。推进粮食产地烘干能力建设,加快补上粮食烘干设施装备短板,对于进一步提高粮食生产防灾减灾能力、促进农民增收意义重大。

我国粮食连年丰收,粮食产量越来越多,传统的人工晾晒方法已经无法适应粮食生产新形势的需要。这是因为与粮食烘干相比,传统晾晒方法时间长、损失大,还面临着用工成本高、晾晒场地不足等问题,再加上夏收和秋收季节,一旦遇上阴雨连绵的天气,如果不能及时晾晒,粮食很容易发生霉变。粮食烘干机械化可以解决粮食晾晒损失大、人工成本高、场地不足、“靠天吃饭”等问题,最大限度降低粮食干燥环节损失,是保障粮食品质、减少粮食产后损失、确保粮食丰收到

手的重要环节和关键措施。

为了补上粮食烘干机械化短板,近年来国家大力推动粮食烘干机械化,加大粮食烘干机购置补贴力度,引导农民专业合作社、家庭农场、农业企业、种粮大户、农民等购置和使用谷物粮食烘干机。深入实施优质粮食工程,在全国建成5000多个粮食产后服务中心,实现产粮大县全覆盖,为农户提供代清理、代干燥、代收储、代加工、代销售等服务,推动农户存粮从“路边晾晒、自然风干”逐步向专业化、科学化、社会化服务转变。目前,我国粮食产地烘干能力建设取得了长足发展,但不同地区不同程度存在设施装备不足、技术水平不高、装备与设施不配套等问题,烘干服务还不能满足粮食生产需要。大力增强粮食产地烘干能力,要突出解决筹资难、用地难、用电难等问题。

筹资难。粮食烘干设施建设一次性投资大、回报率低。如果没有相应政策和资金支持,大部分农业农机合作社和农机农业种植大户投资不起。国家应该加强政策支持引导,统

筹资金对粮食烘干中心(点)建设、烘干成套设施装备配置进行支持,将粮食烘干成套设施装备纳入农机新产品补贴试点范围。针对投资回报低的问题,应探索灾害天气下烘干作业政府购买服务模式,引导烘干主体从粮食烘干作业服务向油菜等经济作物扩展,提升设备共享与服务能力。

用地难。无地可用成为粮食烘干机械化发展中越来越重要的问题。粮食烘干和储存用地性质为建设用地,政策支持力度小,用地审批困难,造成烘干中心用地落实难、产地烘干能力相对不足,给种植大户粮食烘干带来不便。应将粮食干燥与储存用地按设施农业用地管理,减少审批环节,缩短审批时间。充分利用农村荒山荒坡、滩涂等未利用地和低效闲置的土地建设粮食烘干设施。优化区域烘干能力科学布局,将烘干设施建设纳入全面推进乡村振兴的战略规划中统筹考虑,有效避免重复建设和能力闲置。

用电难。粮食烘干主要集中在夏收和秋收两季,企业集中作业,用

电量大,增加了运行成本,粮食企业办理用电增容也比较困难。国家应把粮食烘干用电统一按农用标准管理,减少粮食烘干用电费用。提高烘干设施技术水平,高质量新增和改造烘干中心,实现烘干处理自动精量控制和信息化管理,大幅提高粮食烘干设施节能增效水平。传统粮食烘干机热源以煤为主,在国家环保政策压力下,鼓励产粮大县推进环保烘干设施应用,加大绿色热源烘干设备推广力度,用天然气、空气能热泵、生物质颗粒、蒸汽等新的绿色热源取代污染较为严重的煤。

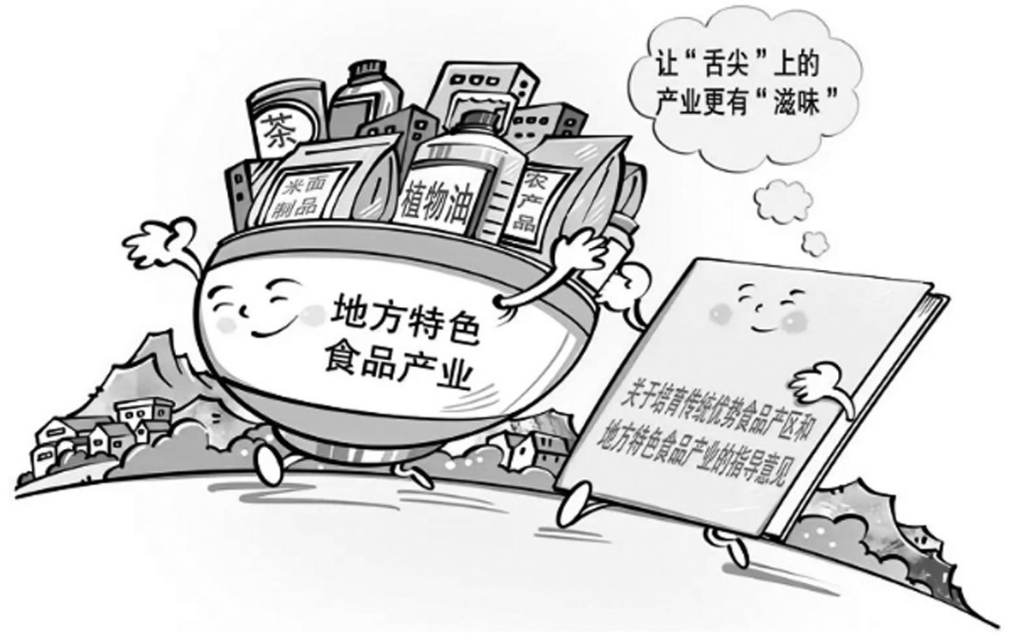
建设粮食烘干设施是一个系统工程,涉及农业农村、金融、土地、供电、城建等众多部门,一定要加强组织领导,各部门协调推动,统筹做好金融贷款、用电、用地、建设等方面的协调,帮助农户解决在建设应用过程中面临的筹资难、用地难、用电难等诸多问题,增强粮食产地烘干能力,为农业增效和农民增收提供有力支撑。

刘慧

培育特色食品产业

工业和信息化部等11个部门日前发布《关于培育传统优势食品产区和地方特色食品产业的指导意见》,旨在扩大地方特色食品影响力。《意见》围绕食品工业全产业链推进,上下游协同发力,从农产品原料保障、产业集群建设到食品产业新业态新模式等进行一系列部署。接下来,要积极将地方特色食品消费元素嵌入消费场景和载体。工业和信息化部将会同有关部门加强各地传统饮食文化和加工工艺传承,培育知名品牌,推动形成“百亿龙头、千亿集群、万亿产业”的地方特色食品发展格局。

(文/时锋 图/南海春)



农业投资不能南辕北辙

农业农村正成为投资兴业的热土。最新数据显示,一季度,全国第一产业固定资产投资(不含农户)2425亿元,同比增长0.5%。农业农村部预计,未来5年到10年,农业农村投资需求近15万亿元。

种种迹象表明,农业农村比以往任何时候都更需要资金支持。2020年以来,第一产业固定资产投资增速逐年下滑。2020年增速为19.5%,2021年为9.1%,2022年为0.2%。这既有新冠疫情等超预期因素影响,也显示出农业农村吸引投资的迫切性。现在城市建设得差不多了,但是乡村需要建、应该建的还有很多。去年以来,中央实施乡村建设行动,对基础产业拉动很大。据测算,改造1亩设施大棚就可拉动钢材消费近2吨、水泥0.5吨。

民间投资占第一产业固定资产投资的大头。从过去的脱贫攻坚到如今的乡村振兴,从城乡一体化到工

农一体化,社会资本的投资潜力是巨大的。传统农业由于周期长、风险大、效益低,很难吸引较大规模的社会资本进入。然而,我国农业正在向现代农业转型,乡村更是蕴含着无限机会。无论社会如何发展,工业化进展到哪一步,农产品始终是消费者的硬需求。不同于传统农业,现代农业虽然投入大,但对技术、管理、人才等要素的带动能力更强,单位面积或劳动力经营效益更高。

不过,有的农业农村投资明显没投到点上,甚至南辕北辙。毋庸讳言,资本的逐利性和短视性使得一些项目到农村“挂羊头卖狗肉”。比如,有些地方把农业大棚搞成了乡村别墅,触碰了耕地红线,影响了粮食安全;有的项目流转土地后却不经营,只为牟取政府涉农补助和项目扶持资金;有的资本片面追求利润,竭泽而渔,影响了生态环境,破坏了乡村肌理。这既损害了农民利益,也给农

村留下隐患。可见,农业农村投资要有所为、有所不为,尤其要避免过度逐利带来的不利影响。

一直以来,农业农村投资的资金供给方和项目需求方信息严重不对称,一面是大量社会资本闲置,难以找到好的投资渠道;一面是农业农村关键环节领域亟待突破,却苦于资金不足。其实,乡村需求和资本投入之间,完全可以找到最大同心圆,即“投资点”。所谓“投资点”,就是乡村振兴真正需要的投资,是能保障农产品供给的投资,是能带动农民增收的投资,是保护乡村生态的投资,是彰显乡村价值的投资。

“投到点上”,意味着社会资本要遵循法律制度和市场规律。仅靠情怀感召或奔着补贴,不了解市场风险,盲目上规模,就难免有经营风险。急功近利,想挣快钱,投资“三农”绝非上策。唯利是图,触碰红线,搞耕地“非农化”,也将得不偿

失。要健全财政金融和社会投入联动机制,引导更多资金投向高标准农田、仓储保鲜冷链物流、现代设施农业等迫切需要资本且资本也有所长的“三农”重点领域,既让资本获得合理回报,也能形成投资拉动效应。

各地不妨把社会资本投资农业农村的重点产业和领域展示出来,既展示投资空间,又提供参考指引,并用市场办法、改革举措激发投资活力。要鼓励社会资本根据各地实际和自身禀赋,创新投融资模式,通过独资、合资、合作、联营、租赁等方式,采取特许经营、公建民营、民办公助等方式,稳妥有序投入乡村振兴。

乔金亮

“黑暗料理”只做不吃,不良风气该刹住了

“大胃王”禁止了,“黑暗料理”又现江湖。目前,诸如“黑暗料理”直播或短视频,在视频平台上并不少见。记者近日观看30多场相关直播、200多条短视频后发现,此类视频大多以异常夸张的方式吸引网友点击进入,并持续观看,但往往在直播结束时会剩下满桌菜品,许多菜品甚至几乎没动,有些只被吃了一口。

制作“黑暗料理”本身并没什么错,只要这些“料理”能自产自吃自理。问题在于,那些想借此博得流量的主播并没打算吃下食物。主播“别出心裁”,利用人们的猎奇心理,把心思放在怪异的烹饪方式上,不管菜品能不能吃、味道如何,只要做出来的东西能博人眼球就达到了目的,导致大

量食物被浪费。而这种状况,在视频平台广泛存在。也许在主播们看来,自己花钱买了食物,等于拥有了食物的所有权,想怎么处理就怎么处理,浪费一点也无所谓,容不得旁人置喙。殊不知,浪费食物不仅是不道德的行为,也是一种违反法律的行为。

《反食品浪费法》明确规定,“个人应当树立文明、健康、理性、绿色的消费理念,外出就餐时根据个人健康状况、饮食习惯和用餐需求合理点餐、取餐”,就算在家庭生活中,也“应当培养形成科学健康、物尽其用、防止浪费的良好习惯”。审视那些所谓的“黑暗料理”,加了泥巴的酱爆龙虾,用酱油煮的火鸡面,将辣椒面、酱油、醋和草莓混在一起的“水果色拉”

等,与“文明、健康、理性、绿色”相距甚远,根本就谈不上科学健康、物尽其用,显然触碰了法律底线。

既然主播选择在平台上分享,视频也好直播也罢,都相当于进行一场示范。特别是一些粉丝量很高的主播。因此,对于浪费食物的“黑暗料理”,更应严肃规制。根据《反食品浪费法》,“餐饮服务经营者未主动对消费者进行防止食品浪费提示提醒”,由有关部门“责令改正,给予警告”;“餐饮服务经营者诱导、误导消费者超量点餐造成明显浪费”,“责令改正,给予警告,拒不改正的,处一千元以上一万元以下罚款”;“食品生产经营者在食品生产经营过程中造成严重食品浪费”,“责令改正,拒不改正

的,处五千元以上五万元以下罚款”。

具体而言,对涉及的店家该警告的警告,该罚款的罚款,对于制造“黑暗料理”的主播,也应拿起行政处罚的法律利器。不仅如此,根据《反食品浪费法》规定,还应强化新闻媒体、网络平台的义务,不得制作、发布、传播宣扬大量多吃、暴饮暴食等浪费食品的节目或者音视频信息,发现用户有违法行为的,应当立即停止传输相关信息,直至停止提供信息服务等。

避免舌尖上的浪费,是全体公民的法律义务,对网络主播探店乱象,不能当作段子看笑话,而应引起警觉、及时治理。

刘婷婷

《人民日报》

智慧便利店为百姓生活添便利

近日,河南洛宁县首家供销社惠农“云便利店”在城郊乡开业。除日用品外,金珠沙梨原浆、羊肚菌等当地特色产品吸引不少居民前来选购。这个小店既发挥了供销社经营优势,又借力信息科技有限公司系统,为周边居民带来便捷服务。

便利店是人们日常生活中最常遇见的零售业态之一,以快餐、鲜食、零食等品类为主,满足即时性需求,是服务保障民生、促进便利消费的重要商业设施。

近年来,便利店行业迎来政策红利。2021年相关部门联合印发《城市一刻钟便民生活圈建设指南》,各地相继出台配套政策支持连锁便利店发展。目前,全国便利店门店数量超25万家,成为实体零售业高质量发展的重要内容。

同时要看到,由于我国幅员辽阔,区域发展不均衡等原因,便利店行业存在集中度较低、品牌化程度不够等问题。与旺盛市场需求相比,便利店行业仍有很大提升空间。相关方面要协同发力,围绕“优”字做足文章,多措并举推动便利店高质量发展。

加强规划引导,优化网点布局。一方面,强化网点配置规划保障,鼓励各地将便利店等便民商业设施纳入总体规划,预留便利店业态空间,推动新建便利店等配套商业设施与住宅建设同步规划、同步建设。另一方面,优化

区域布局,既加强对核心商业区等便利店密集区域的规划引导,推动企业减少同质化竞争、实现错位发展,又推动品牌连锁便利店企业由中心城市向周边城市、县乡及农村拓展,便利城乡居民消费。

推进品牌化连锁化发展,优化商品和服务供给。品牌是市场经济的“试金石”,便利店企业要更加注重品牌建设,建立高水平服务标准,提升品牌美誉度。有条件的便利店企业要开发差异化、个性化、特色化商品和地方特色食品,提升供给能力。支持发展直营连锁、加盟连锁等多种经营模式,改造提升老旧杂货店、副食店、小卖部等。充分发挥便利店贴近居民和营业时间长的优势,积极搭载代扣代缴代收代发等便民生活服务项目,提高其便民服务水平。

创新智能化经营,优化消费体验。适应数字科技快速发展,多元化、便捷化消费需求增加的现状,加快便利店门店数字化改造。支持便利店为居民提供线上下单、配送到家等服务。提高门店智慧化管理水平,提高运营效率。

当前,我国消费市场正加快恢复,以品牌化、连锁化、标准化发展为目标,以精细化管理、稳定高效供应链、数字化应用为抓手,充满烟火气的便利店一定能为广大生活增添更多便利。

别让外卖起送价成“凑单浪费”引子

□李英锋

本想通过外卖平台给母亲在某某老字号餐厅点两道特色凉菜,最后竟然足足点了一桌子“硬菜”。家住北京市西城区的吴燕最近经历了一次被动点餐,为了凑够这家餐厅150元的起送价,她最终点了5道菜。不少消费者都在点外卖时遇到过由于点餐单价未达到起送价标准,最终不得不再多点一些来凑单的问题。

对于外卖起送价,很多消费者都产生过被动凑单的无奈感——本来,消费者想选择的只是某一两种餐品或相关特色招牌餐品,但这些餐品的价格低于商家设定的外卖起送价,消费者不得不违背自身意愿再选择其他餐品凑单,以达到起送价标准。实际上,消费者对凑单的餐品需求度不高,甚至不会消费凑单餐品,如此,既会在一定程度上加重消费者的负担,也会造成食品浪费现象。

严格地说,如果商家设置的外卖起送价过高,还可能会触碰法律底线和文明底线。餐饮商家有反食品浪费的法律义务,《反食品浪费法》明确,餐饮服务经营者不得诱导、误导消费者超量点餐。一些餐饮商家任性设置外卖起送价,致使起送价标准高于多数消费者的单次点餐实际需求价格,致使消费者凑单“保送”成为一种普遍现象,就产生了“诱导、误导消费者超量点餐”的负面效应,就背离了反食品浪费的法律要求。而商家的外卖起送价导致消费者多花钱,超出正常选择购买不需要的餐品,还涉嫌侵犯消费者的自主选择权、公平交易权。

从表面来看,外卖起送价设置过高、不合理都是商家“任性”惹的祸,实则不然。有些商家设置较高的外卖起送价,确实存在

价格结构上的“水分”,有诱导消费者点大单、多点餐等目的,不符合消费者的普遍点餐需求,但不少商家也有自己的苦衷。商家的外卖销售收入中包含了平台扣点、骑手配送费、外卖餐具费用以及红包折扣等环节的支出,可以说,外卖起送价直接关乎商家的经营成本和收益。如果商家不设外卖起送价,或设置的起送价过低,就会导致小额订单增多,而小额订单的收入可能难以给商家带来利润,甚至难以覆盖经营成本,会让商家陷入“赔本赚吆喝”的经营困境。

显然,遏制“凑单浪费”“凑单侵权”等现象,应该兼顾商家、平台和消费者多方利益诉求,给出公平合理的解决方案。《价格法》规定:经营者定价,应当遵循公平、合法和诚实信用的原则;经营者定价的基本依据是生产经营成本和市场供求状况;经营者应当努力改进生产经营管理,降低生产经营成本,为消费者提供价格合理的商品和服务,并在市场竞争中获取合法利润。据此,市场监管部门、消协组织应充分听取外卖平台、商家及消费者代表、行业协会等各方意见,在考量商家相关餐品或服务价格、经营成本等因素的基础上,给外卖起送价制定一个规则或标准,引导商家把外卖起送价设置在合法合理的范畴内,挤出外卖起送价中的水分,以满足商家正常盈利、维护消费者权益以及反食品浪费等多维需求。对于明显过高的外卖起送价,市场监管部门、消协组织有必要用约谈、立案调查、限期整改、曝光等手段进行干预,倒逼商家增强自律意识,规范营销行为,把外卖起送价拉回正轨。

(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