

提升国产大豆产业竞争力

近日,农业农村部在黑龙江省齐齐哈尔市召开全国大豆大面积单产提升工作推进会,提出要打造100个大豆单产提升整建制推进县,确保大豆大面积单产提升三年行动开好局起好步。推动大豆大面积单产提升旨在解决丰产问题,更要解决好丰收问题,才能稳定好大豆种植,实现产业良性发展。

今年是启动实施大豆大面积单产提升行动的第一年,稳定大豆种植成为大豆主产区的重点工作。2022年秋季大豆上市以来,由于受大豆扩种增产、下游消费偏弱、大豆品质下降及疫情等因素影响,大豆市场收购价高开低走,农民卖粮赔钱,惜售心理严重。在这样的背景下,国家开始推动大豆政策性收储。但有不少种植户反映,政策性收储规模较小,故

囤积大豆仍在观望市场行情。

对于种植户而言,种植大豆收益低,玉米收益高且稳定,更加偏向种植玉米。不过,扩种增产大豆是国家提高大豆消费自给率的长期战略部署。解决农民种植大豆的后顾之忧,就要让大豆多产出,还要卖得好。要从育种、种植、加工、销售的全链条发力,提升国产大豆产业链竞争力。

强化大豆新品种选育。从大豆单产水平看,我国大豆平均亩产与大豆主产国美国、巴西还有较大差距,有很大的提升空间。在大豆品种选育上,要进一步整合资源,集中力量攻克大豆育种“卡脖子”技术问题,尤其应加快生物技术在育种上的应用,进一步加快培育养分高效利用、高产高油高蛋白、耐密多抗宜机收的大豆

新品种。在种植环节,要强化良种、良种、良法、良机的集约配套,提升大豆大面积单产水平。

发展大豆精深加工。从产业发展整体水平来看,我国大豆加工龙头企业偏少,大豆加工企业依然面临“小、散、乱”问题,主要生产豆油、饲料用豆粕等初加工产品,科技水平低、产品附加值低、精深加工能力不足。做强大豆产业链是国产大豆产业振兴的关键,下游需求量提升才能带动上游种植。通过大力发展大豆精深加工,开发附加值高的日化、保健品,增强大豆产业竞争力,从而带动整个大豆产业链、价值链提升,让豆农更多分享产业增值收益,提高种植大豆积极性,实现扩豆增产。

加强大豆品牌建设。当前,消费

者对国产大豆的认知度还偏低,国产大豆差异化发展道路需要品牌化战略支撑。以大豆主产区黑龙江为例,其寒地黑土、绿色有机及非转基因品牌价值尚未在市场上充分显现,大豆原粮及工业产品没有明显的价格优势,缺乏与进口大豆差异化竞争的市场环境,导致农民和企业效益不高。要推动国产大豆产业发展,强化品牌建设,出台更多扶持政策,尤其应加强对国产非转基因大豆种植的保护。同时,以国产大豆为原料,发挥产地资源优势,发展大豆产业集群,突出特色打造国产大豆知名品牌,促进国产大豆消费,更好支撑上游种植、加工,实现国产大豆全产业链良性发展。

吴浩

合力营造杜绝粮食浪费环境

一段时间以来,宣称提供海量美食,成为不少自助餐厅的营销方式。但同时很多人也注意到,大部分餐厅并没有对顾客进行适量取餐的提示和约束,从而造成了不少浪费。日前中国消费者协会联合中国饭店协会、中国营养学会等7家行业协会、学会、商会共同发出倡议,呼吁餐饮经营者和消费者共同厉行节约、反对浪费。对于餐厅来说,“自助”的模式固然能让顾客尽情享受美食,有效招徕客源、促进消费,却也可能出现浪费现象:个别顾客吃得少拿得多,造成大量剩菜剩饭。

消费者权益保护法、反食品浪费法都强调厉行节约、反对浪费。倡导和践行文明健康、节约资源、保护环境的消费方式,应成为消费者的思想自觉和消费习惯,更是经营者义不容辞的主体责任。现实生活中,为何在一些自助餐厅里容易引起严重的餐饮浪费?从需求端来说,不少消费者是抱着“吃回本”的心态到自助餐厅



消费,因此拿的菜品种类多;从供给端而言,一些自助餐厅怕影响就餐气氛,担心顾客反感导致客源流失,不愿在餐厅内设立反食品浪费的提示提醒或采用相应的约束机制。从消费者的角度来说,要端正消费观念,理性消费,因

为怕“吃不回本”而超量点餐、暴饮暴食,不仅会造成浪费,形成不好的社会风气,也有损自身健康和个人形象。

从经营者的角度来看,更要积极承担起倡导节约、反对浪费的主体责任。一方面,要营造爱惜粮食、厉行

节约的消费环境,在餐厅的醒目位置张贴或摆放反食品浪费标识,持续宣传推动“光盘行动”。另一方面,还要设立相关消费规则。反食品浪费法规定,餐饮服务经营者可以对参与“光盘行动”的消费者给予奖励;也可以对造成明显浪费的消费者收取处理厨余垃圾的相应费用,收费标准应当明示。比如,自助餐经营者可通过“余食计费”等形式,引导消费者适量取餐,并起到提醒和约束的作用。短期来看,这可能会对客流有所影响,但长远来看有利于帮助餐厅赢得良好口碑,为餐厅厚植竞争优势。

一粥一饭,当思来处不易;半丝半缕,恒念物力维艰。只有经营者和消费者共同增进自觉,扛起责任,才能让防止餐饮浪费的社会呼声落到实处、见到实效,让厉行节约、“光盘行动”等生活方式相沿习。

毛同辉

强化农村产业集群造血功能

发展基础。

发挥好农业龙头企业中坚力量。各地应立足当地技术、市场等优质资源,充分发挥龙头企业示范带动作用,支持村企结对共建,联合专业农村合作社、家庭农场、农户组建产业联盟、产业联合体,打造乡村产业发展“新雁阵”。可指导优质投资公司成立孵化基地,引入现代企业管理制度,推动农业与文化、旅游、教育、康养等产业深度融合,加强农业科技创新研发与先进生产技术推广,借力互联网拓宽农产品销售渠道,调动产业内经营主体积极性。

构建现代产业体系是关键目标。各地可将县域作为推进核心,打破镇村界限,依托特色资源,围绕优势产业与潜力产业,完善配套基础设施,谋划引进一批现代农业项目,推动产业、资本、科技、人才等要素向农业产业园、农产品加工园、食品产业园集聚,打造产加销贯通、贸工农一体、一二三产融合发展的优势特色农业产业集群。应

通过延伸产业链、增加供应链、打通物流链、增强价值链,实现全环节提升、全链条增值、全产业融合。还要培育一批业态合理、效益显著、生态良好的示范品牌,打造一批“土字号”“乡字号”“特色农产品名片,形成标准化生产、产业化运营、品牌化营销的现代农业新格局,带动农业整体提质增效。

资金有力支持是重要保障。各地应积极盘活农村资源,统筹整合各类涉农项目资金,引导社会资本、金融资本投入农业产业集群领域,增强农村集体经济“造血”功能。应创新资金使用方式,提高财政资金使用效益,完善联农带农利益联结机制,探索把对企业的奖补资金通过折股量化、收益分红等方式让农民直接受益,把更多就业岗位和项目增值收益留给村集体和村民。还应加强银企协调对接,围绕特色优势产业集群创新金融产品、优化金融服务,加大涉农信贷投入力度,打通金融“助农、惠农、强农”服务“最

后一公里”。

培养创新创业人才是坚强后盾。一方面,应根据产业集群的特点、规模、需求,梳理现有人才资源数量、质量和分布情况,根据匹配度,制定具有针对性的人才需求计划和引育目标,达到“物尽其才、人尽其用”的理想效果。另一方面,应支持链主企业和骨干企业联合院校开展“订单式”人才培养,在竞争优势明显、人才集聚效应显著的农业产业园建设特色产业人才基地,培育一批扎根乡村、带动农民的人才队伍。还要畅通智力、技术、管理下乡通道,吸引更多“新农人”创业兴业,鼓励他们投身农业经理人、专业技术人员 and 职业农民行列,通过领办创办手工作坊、乡村车间,融入农业产业链条,让更多“土专家”“乡创客”脱颖而出,为产业集群注入技术活水,为乡村振兴厚植智力沃土。

王春萌

“智慧”监管提升地摊经济质量

“地摊经济”近期有回温之势,各大城市纷纷表现出欢迎。为充分发挥地摊经济优势,扬长避短,应构建我国地摊经济新形态,促进地摊经济可持续发展。

具体来讲,地摊经济的红火,既有群众消费之需,从业便捷之利的动因,更有市场经济发展规律作用的内因。客观来说,当前,我国地摊经济的品质有所提升,不论是商品质量还是服务质量都有不同程度的改进。从商品的角度而言,地摊经济商品更丰富、服务形式更多样,这也让其在活跃地方经济、促进民生就业等方面发挥出更大作用。此外,地摊经济深受数字化影响,除数字化支付方式外,众多线上个体经营者同时具有线

下经营者身份,在“摆摊”服务营销中采用网络和数字工具,形成“地摊经济+数字”新形式。

不过,地摊经济虽在稳就业、保民生方面作用凸显,但也会带来诸如影响市容环境等方面的问题。对此,有必要积极处理好几个关系,构建我国地摊经济新形态。

一方面,处理好地摊经济质量与监管的关系。地摊经济的商品、服务质量以及消费维权等问题,往往是老百姓比较关心的问题。商贩非固定“出摊”的时间地点,也加大了监管难度,政府要用“智慧”监管,从多层次多角度着手,构建新时期高质量的地摊经济。

要疏堵结合强监管。解禁“路边

摊”不等于放任自流,而是兼顾城市活力与文明,持续提升末端治理的精细化水平,在“应放尽放”的同时,做到有序“放”、科学“管”、精准“服”,让人间“烟火气”与城市文明同行,让城市洋溢着风度和温度。

要因地利宜巧监管。各地政府在借鉴其他城市经验的同时,要因城施策、因地制宜,探索出适合本地地摊经济的治理路径。

要亮证经营明监管。各地政府部门应及时跟进,出台相关政策法规,督促摊主先办证、再摆摊,地摊小贩做到亮证经营。在此基础上,政府相关部门不定期对“路边摊”巡逻暗访,加大对“地摊”商品质量和服务以及电子秤等的抽检,确保地摊经济市

场安全健康发展。

另一方面,处理好地摊经济新业态与原有商业形态的关系。“路边摊”曾被视为“脏乱差”的代名词,调查显示,不少网民对“路边摊”仍存担忧,认为“摆地摊”会使城市脏乱不堪。而在当今城市,夜间经济、露营经济、后备箱经济、广场经济等新经济模式如雨后春笋般发展,由此衍生出一些新型“路边摊”,属于传统地摊经济的延伸和迭代,具有价廉多样、创新随意、交易简单等优势,给原有商业形态带来不小冲击。唯有正确妥善处理各种商业形态之间的关系,才有望推动地摊经济实现多赢。

莫沙沙 王璇

《经济日报》

引领小农户搭现代农业快车

一段时间以来,黑龙江、吉林、辽宁等多个产粮大省积极推动小农户与现代农业发展有机衔接。小农户数量众多是我国的基本农情。当前须做好面向千家万户的农业科技成果推广应用,助力小农户走上现代农业发展轨道。

第三次全国农业普查数据显示,全国小农户数量占农业经营主体的98%以上,小农户从业人员占农业从业人员的90%,小农户经营耕地面积占总耕地面积的70%。当前和今后很长一个时期,小农户家庭经营将是我国农业的主要经营方式。引入农业科技等现代生产要素将传统小农户改造成现代小农户,提升小农户发展现代农业的能力,是加快农业现代化进程的重要一环。

不过,小农户在获取、应用农业科技上存在困难,还需推动农业科技与社会化服务深度融合,搭建起农业科技供给方和小农户之间的桥梁,为小农户提供优质、可获取、易应用的农业科技服务,让小农户能与现代农业发展有机衔接。

长期以来,我国农业科技社会化服务体系以农技推广机构等公益性服务机构为主体,虽然公益性服务机构可以为小农户提供基本的农业科技服务,但公益性服务机构提供的服务比较单一,主要集中在产中环节,覆盖产前、产中、产后以及满足一二三产业融合发展需求的综合性服务不足。面对小农户日益多样化、个性化的农业科技服务需求,推进农技推广机构服务创新,强化高校与科研院所服务功能、壮大市场化社会化科技服务力量,形成公益性服务与经营性服务融合发展、专项服务与综合服务相结合的农业科技服务格局,才能更好地满足小农户全程化、精准化和个性化的农业科技服务需求。

可利用政策、社会责任等多

重驱动力,激发农业科技服务主体服务小农户的动力。在金融、财税、用地等方面给予农业科技服务主体政策支持,引导供销合作社、企业、农民专业合作社、家庭农场及社会组织等市场化社会化组织为小农户提供农业科技服务。特别是要激发国有农业企业为小农户提供农业科技服务的动力。国有农业企业实力雄厚,在农业科技供给与服务上有独特的优势,充分发挥其带动小农户应用农业科技的作用很有必要。

除了政策驱动,社会责任也可以在一定程度上驱动市场化农业科技服务主体为小农户提供农业科技服务。市场化农业科技服务主体通过履行社会责任,可以提高其社会声誉,获得政府、小农户等利益相关者的信任,从而通过利益相关者的支持获取竞争优势,实现市场占有份额的持续提升,由此,社会责任的履行和经济利益的提升两者之间会形成良性循环。因而,需营造促使市场化农业科技服务主体积极履行社会

责任的良好环境。另外,还需探索创新面向小农户的农业科技服务模式和组织形式,增强农业科技服务主体服务小农户的能力。对于公益性农业科技服务机构,可以建立农技人员“包村联户”的工作机制和“专家——农技人员——科技示范主体”的技术服务模式,为小农户提供及时的农业科技服务。市场化农业科技服务主体可以通过创新农业科技社会化服务的模式、手段,提高服务的专业化、标准化、规范化水平,提升农业科技服务质量效率。农业科技服务主体可以将自身既有优势与农业科技服务模式,进一步提升原有业务的竞争优势,将农业科技服务以较低的成本注入小农户。

保健品市场要“年轻”更应“常青”

□郭静原

熬最长的夜,用最贵的保健品,已经成为时下许多年轻人的“标配”。在快节奏的生活方式和高压力的工作下,不少年轻人一边透支着身体健康,一边寄希望于保健品“续命回血”,挽救日益退守的发展线和增长的边际。

《2017—2022中国健康养生行业市场现状及投资前景预测报告》提出,在我国健康养生市场的用户群体中,18岁至35岁年轻人占比高达83.7%,他们对从吃到用的保健类产品关注度都在持续增加。去年天猫“618”活动中,电动刮痧板成交额同比增长170倍,是“00后”用户最喜爱的健康产品之一;今年2月以来,唯品会上宣称有助眠功效的TPE材料枕头走俏,其中“95后”购买量同比猛增6倍以上。

当年轻人成为我国健康消费的主力,也带动了行业从产品端、需求端和渠道端发生全面变革。

创新,仍是保健品产业发展的核心要素。一方面具有较强科技含量的产品正陆续成为爆款,企业不仅要考虑原料、功能、形态上的推陈出新,还要兼顾健康发展趋势和未来保健理念,打造差异化产品优势,才能在中高端市场脱颖而出;另一方面越来越多具有专业技术或研究背景的从业

人员,以及国际化的科研机构、大型企业加入保健品行业的市场竞争中来,促使产品加速科技转化,不断打磨品质。

不过,保健品市场鱼目混珠、夸大宣传、非法添加等乱象依然存在,需要法治和监管的双重护航。为此,国家不断完善对保健品行业的法规建设,2016年发布的《保健食品注册和备案管理办法》加强了对保健食品的事中事后监管;2019年1月,国家市场监督管理总局等13部门在全国开展联合整治“保健”市场乱象百日行动,致力于提升相关企业规范经营的主观能动性和自觉性;去年8月,《保健食品新功能技术评价实施细则(试行)》发布,又对保健食品功能进行了新的释义,并公开征求意见。

保健品市场不仅要“年轻”更要“常青”。优化标准供给,既要填补目前保健品标准缺乏的空白,也要用标准完善注册与备案机制,有效支撑企业产品开发和行业健康发展;强化安全监管,严打各类违法行为,引导经营主体从野蛮生长向规范化经营转变;科学引导公众理性对待保健品,提高消费者识假、辨假、拒假能力,推动形成保健品“诚信经营、社会共治”的局面。

(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