

## 畜禽种业迈出历史性一步

白羽肉鸡曾是畜禽种业的痛。这种鸡并非本土品种,相比我国传统的黄羽肉鸡,饲料转化率高、生长速度快。尽管在我国只有40多年的养殖历史,但白羽肉鸡已成为仅次于猪肉的第二大肉类。2021年,我国白羽肉鸡屠宰量超65亿只,然而祖代种鸡全部依赖进口,成为行业发展的切肤之痛。种源受制于人,不仅存在“卡脖子”的潜在风险,也存在原产地突发疫情导致的引种中断风险和生物安全风险,更有丧失定价权、成本高等现实问题。

种源安全关系国家安全,畜禽种业是种源安全的重要组成部分。我国现代畜禽养殖业起步晚,高性能遗传素材积累基础薄弱,一些畜禽品种与国际先进水平有明显差距。对育种团队来说,选育一个突破性畜禽品种,动辄耗资亿元级投资和十多年光景,还面临巨大的市场风险。因此,推动种业振兴,必须集中力量破难题、补短板、控风险,把当家品种牢牢

攥在自己手里。

十年磨一剑,凭借育种企业和科研人员的努力,昔日“卡脖子”的手指正一根根被掰开。2021年年底,3个国产白羽肉鸡新品种通过审定,结束了白羽肉鸡种源全部依赖进口的历史。这3个品种性能与国际先进水平不相上下,产品特性更符合中国人消费习惯。可以说,我国白羽肉鸡育种技术总体已跻身国际并跑水平。然而,品种通过审定只是第一步,只解决了从无到有的问题。

长远看,国产品种必须通过产业化应用才能发挥价值,走出国门正是产业化应用的高级阶段。白羽肉鸡祖代种鸡的寡头垄断特征明显,全球90%以上被两家欧美企业控制。与拥有百年发展历史的国际垄断集团相比,我国种业企业还有很长的路要走,有许多硬仗要打。经过市场推广,目前我国白羽肉鸡品种在国内市场份额占比超过15%。面对国产白羽肉鸡品种的崛起,国外企业势必会调整策略。

我国畜禽种业必须弥合科技和经济“两张皮”,加快产业化步伐。

我国种业不乏成功逆袭的案例。例如,我国蛋鸡品种20多年前也基本被国外品种垄断,后来通过产学研合作培育新品种,加强疫病净化和推广服务体系,国产品种市场份额不断攀升,目前已实现自主可控。又如,我国南美白对虾育种起步晚,种质资源严重依赖国外进口。2022年,广东南美白对虾两个新品种获得审定,打破了国外的长期垄断。相比蛋鸡,我国肉鸡产业规模更大,企业实力更强,完全有能力取得更大成就。

获得市场认可的突破性品种不是凭空而来的,而是科技创新的产物。伴随商业化育种体系的建立,从引繁推一体化到育繁推一体化,不单是突破了核心种源“卡脖子”技术,更为产业链上装了“大脑”,可根据市场需求自主决定育种方向。我国白羽肉鸡育种企业提出力争到2030年市

场占有率超过50%。为此,今后要在稳定生产性能和提升种鸡质量上下功夫,在培育适合我国烹饪习惯的新品种上做文章。

今年是种业振兴行动“三年打基础”的关键一年。截至目前,我国建成了世界一流的国家农作物、海洋渔业生物种质资源库,畜禽种质资源库开工建设,在夯实资源基础上迈出重要一步;构建了国家种业振兴企业阵型,国家级种业基地供种保障率提高到75%,在培育种源保障能力上迈出重要一步。国产白羽肉鸡品种市场占有率超过15%并走出国门,则在种源攻关上迈出重要一步。

“一年开好头、三年打基础、五年见成效、十年实现重大突破”,这是种业振兴行动的要求。坚信,假以时日,由我国自主研发的一系列畜禽种源,不仅能保障中国人吃得更好,而且必将在国际舞台上大放异彩。

乔金亮



## 探索农民工维权协作机制

今年以来,山东省金乡县聚焦欠薪纠纷中农民工维权难的情况,由县农民工工作领导小组办公室牵头,县人社局、县司法局、县总工会、县妇联等联合成立农民工劳动维权法律援助服务站,合力破解欠薪难题。服务站设有人社劳动监察员6名、法律援助律师24名、工会专职律师6名、工会调解员8名、妇联“蒜大姐”调解员10余名,他们分工合作,为农民工提供劳动保障、法律援助、争议调解、妇女权益保护等服务,推动裁量难、取证难、调解难、立案难等讨薪问题“一揽子”解决。这种多方协作援助农民工维权的工作机制,彰显了基层治理农民工维权问题的效能和温度,值得进一步探索。

(文/时锋 图/朱慧卿)

## 多措并举,防范外卖食品浪费

通过网络订餐,如今已成为不少人的消费习惯。统计显示,截至2022年12月,我国网上外卖用户规模达5.21亿。线上点餐规模不断扩大的同时,外卖食品浪费现象也引发关注。为了享受商家的“满减优惠”,多加吃不了的食品;菜量标识不够明确,缺乏必要提醒,收到外卖才发现点多……种种原因导致部分消费者超量点餐,使得网络订餐成为餐饮浪费的一个高发区。

防范外卖食品浪费,是制止餐饮浪费的重要环节,也是网络餐饮平台实现高质量发展的内在要求。反食品浪费法明确规定:“餐饮外卖平台应当以显著方式提示消费者适量点餐。”不久前,市场监管总局、商务部联合印发《关于发挥网络订餐平台引领作用有效防范外卖食品浪费的指导意见

见》,从优化餐品供给结构、强化全流程消费提醒、优化平台规则协议等方面提出10项举措。这对于充分发挥平台企业在引导适度点餐、推动“光盘行动”方面的带动作用,推动建立防范外卖食品浪费的长效机制,具有重要意义。

网络餐饮平台入驻商户较多,市场竞争较为激烈,最大价廉是常用营销手段,商户推行小份菜、小份饭、小份饮料时往往会有所顾虑。对此,此次指导意见提出,“优化平台协议规则”“建立健全商户激励机制”。一方面,平台应当科学设置起送价格、满减促销规则,避免不合理促销导致浪费。另一方面,对积极推广小份餐品的商户,可通过首页显著位置展示等方式加以激励。加强对商户的正向引导,推动商户精细管理,有利于倡导厉

行节约、反对浪费的观念。

与线下消费有所不同,在网上点外卖,消费者对食物的成分、分量等缺乏直观感受,对原料、口味、制作工艺等也不一定了解。如果餐品信息过少,难以估计分量,消费者往往会倾向于多点餐。对此,网络餐饮平台应当完善相关信息服务,进一步优化外卖餐品展示,引导商户如实准确填写餐品主要原料、口味等各项内容,多提供食品成分规格、建议消费人数等信息。完善餐品信息,强化消费提醒,有助于避免出现超量点餐的情况。

如今,消费者越来越追求吃得适量、吃得健康。在网络餐饮平台上,“半份菜”“单人套餐”“减肥餐”等关键词搜索频次比较高。许多商户也在努力把握这些消费新趋势。比如,有的餐饮企业专门开发了一人食套餐,消

费者可以根据个人喜好定制套餐内容。有的推出小份菜、半份菜,甚至煎饺、烤鸭包、桂花拉糕等都可以按只出售。有效提升网络订餐供需匹配性,进一步优化餐品供给结构,丰富餐品样式种类,积极使用小份餐盒、可降解餐盒,能够更好地满足消费者个性化、差异化需求,也可以培养形成科学健康、物尽其用、防止浪费的良好用餐习惯。

反对餐饮浪费,离不开各方共同努力。推动形成政府监管、行业自律、企业自治、社会监督、消费者参与为一体的制止餐饮浪费共治格局,在平台、商户与消费者之间形成防范食品浪费的有效互动,在促进粮食节约的同时,也将有利于网络餐饮行业实现健康发展。

吕晓勤

## 安全与卫生,食堂底线不能破

6月27日,有网友发布视频称,其在重庆秀山县中医院的盒饭中疑似发现了老鼠头,“魔芋鸭”变成了“魔芋老鼠”,并称“医院这种地方居然发现这么恶心的东西,希望相关部门严查严办”。重庆秀山县市场监管局发布通报称,调查核实后将及时向社会公布。其后该局再度通报称,经认定,该异物为老鼠头,如何进行盒饭等详细情况正在进一步核实。

之前是“鼠变鸭脖”,现在又来“鸭变鼠头”,这是要和“鼠鸭”杠上的节奏。两起和鼠鸭相关的公共事件,相同点是两个异物都是“鼠头”,不同的地方在于,前者是睁眼说瞎话“指鼠为鸭”,后者则是第一时间承认是“鼠头”。两件事还有一个重要共性,都引发了社会对相关食堂的信任危机。

食堂本应是安全和健康的代名词,可现在呢,低级错误连番上演,安全和健康不断被践踏。我们不禁疑惑:一个个好好的食堂,怎就成了老鼠头的集散地,以及信任的重灾区?

从重庆这家医院食堂的案例剖析,基于“指鼠为鸭”的前车之鉴,此次事件没有回避,选择了直面鼠头的问题,这值得肯定。但并不是说,这次没有“指鼠为鸭”,就不会迎来信任危机,因为当一个老鼠头堂而皇之出现在食堂饭菜里,这本来就是问题,不把食堂卫生当回事,不把人们的健康安全当回事,也会引发信任危机。

具体来说,老鼠头是怎么来的?如果是一只老鼠掉进了锅里,那老鼠的身体在哪里,是不是得有个交代?如果不是整只老鼠,只有老鼠头,那可能是食品进货有猫腻。但无论是

哪种情况,只要鼠头出现,就不是小问题,很可能意味着食堂卫生已经出现了更严重的失守。应该追问,食堂工作人员的责任心在哪里?相关负责人和企业监管都失灵了?还是说,企业和医院之间,存在某种利益关系,而代价就是牺牲大家舌尖上的安全?这些问题不一而足,也别怪公众不信任。

不到一个月,出现两个“老鼠头”,搅动着舆论场,搞得人心惶惶。这背后所指向的食品安全问题,恐怕不是偶然,可能真的暴露了现实中普遍存在的薄弱地带,比如食品从业人员的责任心出了问题,工作不严谨不走心,还有多方监管的薄弱,惩戒机制不够有力,轨制成本过低等,使得利益凌驾于道德和法律之上,这才是食堂成为信任危机重灾区的根源,才更应该引起社会的重视。

王彬

## 《中国消费者报》

### 不融化的雪糕能吃吗

炎炎夏日,没有什么是一支雪糕治愈不了的。江西省市场监管局近日发布消费提示,提醒广大消费者食用雪糕的注意事项。

雪糕是以饮用水、乳和(或)乳制品、蛋制品、水果制品、豆制品、食糖、食用植物油等一种或多种为原辅料,添加或不添加食品添加剂和(或)食品营养强化剂,经混合、灭菌、均质、冷却、成型、冻结等工艺制成的冷冻饮品。

现实生活中,不少消费者分不清雪糕和冰淇淋。雪糕和冰淇淋均为以饮用水、乳和(或)乳制品、蛋制品、糖等为原料的冷冻饮品,但两者存在一些不同点。首先,雪糕的执行标准是GB/T 31119,冰淇淋的执行标准是GB/T 31114。其次,在脂肪和蛋白质含量方面,冰淇淋的脂肪和蛋白质含量比雪糕更高(雪糕的脂肪含量≥1.0%,蛋白质含量≥0.4%;冰淇淋脂肪含量≥5.0%,蛋白质含量≥2.2%)。再次,在感官特征和包装方面,雪糕冻结坚实、细腻润滑,而冰淇淋由于对脂肪含量要求更高,其口感润滑的特征更加突出。最后,在包装方面,由于冰淇淋的膨化率比较高、硬度较低,常用盒子、小碗或甜筒包装,而雪糕含水量更高、膨化率较低、硬度高,无需使用盒子、小碗等容器盛装。

雪糕中的食用色素有害健康吗?雪糕绚丽的颜色来源于食用色素,可以赋予雪糕不同的颜色。食用色素按其来源和性质可分为天然色素和合成色素两大类。天然色素是从动物、植物、微

生物材料中提取纯化得到的,常用的天然色素有胭脂虫红、叶绿素、姜黄素、胡萝卜素等。合成色素则是通过化学方法人工合成的,具有着色力强、稳定性好等特点,如日落黄、诱惑红、柠檬黄等。《食品安全国家标准食品添加剂使用标准》(GB 2760—2014)明确规定了各种色素允许的添加范围和最大使用量。因此,在标准规定范围内合理使用色素,不会危害人体健康。

不融化的雪糕能吃吗?某雪糕在31摄氏度室温下放置1小时都不会融化,曾一度让消费者认为是添加剂太多导致。其实,影响雪糕融化的因素有很多。一般来说,总固形物含量越高,水占比相对较少,雪糕的融化速度越慢。事实上,不存在不会融化的雪糕,只是因为雪糕里添加了食品增稠剂等成分,雪糕融化后能保持较好的粘稠状,看起来没有融化而已。根据我国食品添加剂使用标准要求,雪糕里可以添加的常见增稠剂有羧甲基纤维素钠、海藻酸钠、刺槐豆胶、黄原胶、卡拉胶和瓜尔胶等。很多食品是“天然提取物”,属于可溶性膳食纤维,安全性很好。

消费者选购和食用雪糕时要注意看产品标签信息,拒绝“三无”产品;不要在空腹、剧烈运动后立即吃冷冻饮品,食用冷冻饮品后也不要立刻喝热水,以免刺激胃肠道黏膜血管,导致胃肠道功能紊乱,引发相关疾病;老人、儿童以及免疫力低下人群谨慎食用。

## 线上线下共创生鲜烟火气

□刘敏

经济日报日前携手京东发布的数据显示,当前我国生鲜消费热情有所提升,消费者更加重视产品、价格以及体验。今年1月1日至5月15日,销量最高的产地农产品包括烟台苹果、山东大蒜、广西芒果等;成交额最高的产地农产品则属北海白虾、云南蓝莓、大连海参等。

生鲜主要涉及水果、蔬菜、肉禽蛋、水产品、熟食凉菜及糕点等品类,涵盖收购、加工、储存、运输、销售等一系列环节,连接生产和消费,贯通供需,关系居民的“钱袋子”和“菜篮子”。去年印发的《关于进一步释放消费潜力促进消费持续恢复的意见》,提出落实好粮油肉蛋奶果蔬和大宗农产品保供稳价措施,加快健全消费品流通体系。中央经济工作会议强调,要把恢复和扩大消费摆在更为优先位置。我国消费市场呈现快速恢复态势,水果、蔬菜、肉禽蛋等生鲜消费刚需、高频的特点越来越突出,在生活中几乎不可或缺。

从线下生鲜消费情况看,需求热度不减。截至2022年年底,全国共有44768个菜市场,近年来菜市场零售规模同比增长均在5%以上,菜市场的渗透率正在提高,除老年人外,消费人群里年轻群体占比在增加,居民对于生鲜商品的品类、新鲜程度、可观察和触摸等消费要求也有所提高。

从线上生鲜消费情况看,需求持续扩大。此前疫情导致部分线下生鲜消费场景受限,这也创造了线上生鲜消费的黏性。艾媒咨询数据显示,2022年中国生鲜电商行业市场规模为3637.5亿元,较2021年上涨了16.7%;2022年中国

生鲜电商企业数量是2017年的近3倍,盒马鲜生、美团买菜、每日优鲜等垂直生鲜电商平台增长较快,消费者可选择性更强,且在有限服务半径内购买效率更高。此外,品类丰富、产地优良和价格优势等,也是很多消费者选择线上进行生鲜消费的主要考虑。

线上线下生鲜消费各有特点。由于店面租金、人力、运输、水电气、自然损失等方面的投入,线下生鲜售卖场所普遍成本较高,导致有些生鲜商品价格较高,且生鲜消费的多寡还与线下销售环境有关。传统个体生鲜门店主要采购渠道是批发市场,依靠第三方供应商供货,供应链比较单一,不确定性风险较大。线上方式一般是从仓储直达消费者手里,跨越了生鲜的线下流通环节,基本实现了点对点闭环,但由于线上对行业准入门槛要求不高,且缺乏必要的生鲜商品标准,容易出现浑水摸鱼、以次充好等问题,损害消费者权益,给市场监管带来难度。

线上线下深度融合、互为补充,已成为当下推动生鲜消费提质升级的有力手段。下一步,要按照“一刻钟便民生活圈”的建设要求,加快线下生鲜网点布局,特别是菜市场和社区网点布局,积极创造线下“烟火气”。要强化数字化赋能,实行生鲜产品周转数字化管理,大力发展即时配送,增加线上生鲜消费活力。还要因地制宜、因时制宜调整行业准入门槛,完善生鲜商品供应链环节、标准体系和全品类全流程追溯体系,建立负面清单制度,健全市场监管机制。

(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,论据充分,论理充足的稿件,欢迎您投稿。稿件请以电子版的形式发送。邮箱:rys2007@163.com