

## 10元奶茶何以重回江湖

很多人都有这个感觉:以前觉得喝奶茶是一种“奢侈行为”,随便一杯茶加奶加果就要二三十元,但现在价格好像变得便宜了。十几块钱可以买一杯,甚至搞优惠的时候,几块钱也能买到。

2015年之后兴起的国内奶茶,是在咖啡与茶之外划出了一个竞争区。和早期无名氏奶茶比如珍珠奶茶不同,区别于乏味的瓶装饮料,其现场制作,香味弥漫,名字好听,外观考究。从产品到场景,都迎合了年轻人求变求乐趣的品位。因此,以奈雪、喜茶等为代表的品牌就迅速确立了整个价格体系,也让后来者诸如茶颜悦色、霸王茶姬等对号入座各自选择区间并发展壮大。

然而,这一切纯粹是战略角度的理性总结。对于消费者来说,关注的就是眼前看到的,嘴里喝到的。所谓品牌忠诚度可有可无,即便有也是短暂的。究其原因还是茶饮品牌后浪推前浪,数不胜数。一个步行街区,从头部到腰部到脚部的茶饮店都有,消费者被新口味诱导而频繁跳槽也是肯定的。

对品牌方来说,尽力地吸引加盟,在网上引发流量,在商圈扩大存在是关键。这是一个滚雪球的过程,不能停,一停就融。等到店铺规模上去了,无论线下赚不赚钱,品牌方至少是能通过诸如加盟费、品牌费、装修、设备及原料等去赚钱。若是加盟方有足够实力,也是能赚到

钱的。在品牌方开始收割,提升自身毛利率前,有实力的加盟方早早就旺铺转让,转移去做新的茶饮品牌了。

但是,在经济焦灼的时候,加盟店的爬升期就非常长。即使位于很好的点位,人流量也很大,依然架不住亏损的可能。那么维持客流的短期方法就只能是靠廉价了。廉价不是整体品类都打下去,而只是用低价引诱价格敏感人群,带动高消费可能。降价前提就要降成本,降成本就要降原料、降工时,这里少5克,那里升两度,消费者未必有感。

有人会担心,低价品会降低30元的高端形象。这就要看购买高价品的顾客能否有更明显的待遇和体

验。这些待遇可以是积分,甚至也可以是优先获得舒服、隐秘和适合拍照的位置。这方面,茶饮品牌可以打开脑洞。

茶饮店如果要打价格战,自然不该从单品的价格上去迁就。所谓价格战,首先是品牌的局部战,比如瑞幸做出和伯牙绝弦口味接近却便宜一半的轻轻茉莉。打得过就把存量市场吃来了,打不过,就继续上中下围剿,反正不会拿咖啡主业去打人家的奶茶。至于奶茶店也是同理,蜜雪冰城的玩法也不过是为了引流。最后所有加盟商都无利可图了,换个招牌再来吧。

戚耀琪

《人民日报》

## 大力发展木本油料产业

习近平总书记强调,“要树立大食物观”“要向森林要食物”。

粮食安全是“国之大事”,油料安全是重要一环。我国有150多种木本油料种子含油率超过40%,是优质食用植物油的重要来源,其种植区域受限小,不与农争地、不与人争粮。践行大食物观,大力发展木本油料产业,能有效缓解粮油供需矛盾,切实维护国家粮食安全提供有力支撑。

我国木本油料产业发展起步较晚,与大宗植物油食用油料产业相比,产业体系尚不健全,产业链还存在短板。如何促进木本油料产业高质量发展,为稳“油瓶子”作出更大贡献?

激发经营主体经营活力。发挥国家林业重点工程建设资金引领带动作用,探索将木本油料林建设融入大规模国土绿化、退耕还林等重点工程。开发木本油料特色金融产品,提供优惠利率和适宜贷款期限。拓宽政策性保险覆盖范围,支持保险机构开发木本油料商业性保险,通过保费补贴等方式鼓励各类经营主体投保,降低经营风险。

优化产出导向政策支持。完善木本油料全产业链扶持,将种植木本油料纳入国家粮油生产补贴范围,采集和加工机械列入农机具购置补贴范围。设立木本油料产业发展基金,积极培育木本油料产业园区和产业集群,完善落实木本

油料产油大县奖补政策。

完善全产业链科技支撑。加大全产业链科技创新投入,完善国家现代木本油料产业技术体系。建立高产稳产优质木本油料种质资源库。加强木本油料作物种植、采收、运输等环节的机械装备研发攻关。强化木本油料科技特派员、乡土专家等人才队伍建设,完善科技推广实绩考核和激励机制。鼓励支持社会化服务组织发展,引导组建产业化联合体,强化服务体系支撑。

促进多业态融合发展。瞄准不同消费人群和消费场景,拓展木本油料作物饲用、菜用、肥用、蜜用、观赏等新功能,加快推进种植管护与油脂加工、农事体验、耕读教育、康养旅游等深度融合发展,提升产业综合收益。鼓励支持企业、合作社、农户等加强合作,提升木本油料产业组织化程度,构建紧密型利益联结机制,将产业链增值收益更多留在链条内合理分配。

加强品牌建设与管理。强化品牌引领,扶持一批有能力、有技术的木本油料生产加工企业,认定一批绿色、有机、木本食用油产品,评选一批行业知名品牌,打造“金字招牌”“亮丽名片”,提升产品附加值。鼓励面向消费市场推广优质木本植物油及其衍生品,以下游“卖得好”牵引上游“好好做”,推动产业高质量发展。



## 注意饮水安全

近期,我国部分地区因降雨引发汛情。辽宁省沈阳市疾控中心环境卫生部医师丛宇峰表示,汛期饮用水水源易被污染,引发水源性、食源性疾病及自然疫源性传染病等。

(新华社发 王鹏 作)

## 全链条制止餐饮浪费

广东开发反食品浪费“随手拍”小程序,广西将制止餐饮浪费内容融入民族特色活动,甘肃全面推行“文明餐桌红黑榜”制度……近期,市场监管总局食品协调司、国家发展改革委环资司联合发布了第二批制止餐饮浪费典型经验做法,助力营造“厉行节约、反对浪费”的良好氛围。

习近平总书记强调,“尽管我国粮食生产连年丰收,对粮食安全还是始终要有危机意识”。勤俭节约是中华民族的传统美德,制止餐饮浪费关系粮食安全。节约每一粒粮食,聚沙成塔,集腋成裘,切实培养节约习惯,大国粮仓才会更加稳固,高质量发展的基础才会更坚实。

应该认识到,浪费与消费一字之差,含义却大相径庭。反对餐饮浪费

行为,并不是反对正常的、健康的餐饮消费,而是倡导取之有度、用之有节的健康餐饮文化。浪费少一点,文明便会多一分。从这个角度来看,厉行节约、反对浪费,也是在培养文明健康的生活方式。

一段时间以来,从实施反食品浪费法、印发《粮食节约行动方案》,到推广“光盘行动”、小份菜等,节约光荣、浪费可耻成为越来越多人的共识。也要看到,在一些地方,餐饮浪费现象仍然存在。节约粮食,减少“看不见的浪费”,仍有潜力可挖。

遏制餐饮浪费,每个环节都大有可为。我们既要持之以恒、久久为功,也要坚持全周期管理、全链条发力。

遏制“舌尖上的浪费”,消费环节是着力点。应创新形式,深入开展“光盘

行动”。从实践来看,有的地方组建由外卖员组成的志愿者队伍,推动其成为反食品浪费“监督者”;有的地方着眼新业态,将吃播短视频全面纳入规范化管理;有的平台建立消费者碳账户,用户可通过低碳消费行为获取积分,兑换各类权益……既紧盯餐饮浪费易发多发的旧领域,也关注新平台新表现,及时创新方式方法,才能更好推动形成简约适度、绿色低碳的生活方式。

制止餐饮浪费,也需要在生产端做文章。比如,完全可以通过菜品创新,提高食材出成率和利用率,减少食材浪费和厨余垃圾的产生。在江苏灌云,当地通过云系统记录分析在校师生食堂每日就餐的餐余数据,为餐厅食材订购、菜单制订提供数据信息;同时根据各班级学生的口味,发

现口味偏好,研发优质菜品,并持续跟踪监测,最大限度减少采购与备餐环节的浪费。系统上线一个月,平均每人每餐节约食品150克。从供给侧发力,将精细化管理融入食材采购、储存管理、加工制作、就餐服务等各环节,不仅能挖掘节约潜力,还能提高就餐质量、丰富用餐选择。

党的二十届三中全会《决定》提出:“健全粮食和食物节约长效机制。”制止餐饮浪费是一项长期任务。强化全链条治理的意识,常抓不懈、常抓常新,坚决制止餐饮浪费行为,定能更好塑造“人人讲节约、处处见行动”的良好氛围,让“浪费可耻、节约为荣”蔚然成风。

尹双红

## 读懂菜价涨跌下的民生关切

蔬菜供应总体有保障,并不是说就能高枕无忧。蔬菜保供稳价关乎千家万户,让每个老百姓吃得好,不是件容易的事,却是必须做好的事。要让居民“菜篮子”拎得更稳,让农民“钱袋子”装得更鼓。

近期蔬菜价格走高。农业农村部重点监测的28种蔬菜全国批发价格数据显示,6月16日至8月15日,全国蔬菜日度价格从4.27元/公斤上升至6.01元/公斤,上涨40.7%。应如何正确看待蔬菜价格上涨的原因和影响?

蔬菜生产易受季节因素和极端天气影响,因短暂的供应减少造成价格上涨并不奇怪。今年夏天,蔬菜主产区省份高温多雨,部分省份出现强对流天气,一些地方遭遇洪涝灾害,不仅导致产量下降,还影响了品质和耐储性,导致蔬菜生产、采收及外运受阻。我国蔬菜是典型的大生产大流通格局,产区与销区相对分离,几个蔬菜大省占全国供应量的比重较高,从而阶段性、暂时性推升终端菜价。

相比猪牛羊肉生产,蔬菜生产的特点是短周期,这表现在受影响传导速度快,但影响消除后产能恢复也特别快。在此情况下,价格机制可以充

分发挥对区域和品种的引导作用,菜农会瞄准价格高的品种扩大生产规模。据农业农村部数据,目前全国蔬菜在田面积1.06亿亩,同比增加90万亩,仍处于年内较高水平,稳产保供有基础。随着气温回落和秋季蔬菜陆续上市,供应会逐步增加,短期冲击性季节性影响退去后,价格将逐步趋稳。

不同于粮价的总体相对稳定,菜价涨跌是常态。2021年秋季曾一度出现过“菜比肉贵”现象,发生背景是生猪价格周期性下跌遭遇蔬菜供应短缺。当时,以菠菜为代表的绿叶菜价格短期内上涨数倍,耐储存的品种涨幅则较小。同样,菜价大幅下跌,菜农持续亏损的情况也并不鲜见。其实,有涨就有跌,此时的涨价恰恰孕育着彼时的降价,反之亦然,在涨涨跌跌中实现动态平衡。有亏也有赚,生产者希望多赚钱,消费

者希望少花钱,在盈亏中菜农维持着生计。这就是市场经济的辩证法。

如果从更大范围、更长时期来看,我国蔬菜供应总体有保障,总产量和人均占有量多年来位列世界第一,并遥遥领先。在国外旅居过的人士普遍感受到,相比别的国家,在我国,人们可以用较低的价格吃上种类更丰富的蔬菜。2023年我国蔬菜产量8.29亿吨,年人均占有量588公斤,折算到每人每天3斤以上。这背后离不开蔬菜产业的科技进步,流通链条的不断完善,以及农民的辛勤耕耘。

我们不能从蔬菜价格短暂的上漲就判断出通货膨胀。2016年一季度,居民消费价格指数(CPI)同比上涨2.1%。同期,鲜菜价格上涨27.3%,猪肉价格上涨24.1%。国家统计局负责人当时回应称,尽管肉价、菜价上涨幅度较大,但在整个

居民消费中的占比有限。工业日常消费品供应很充足,农产品供应也很充足,所以不必担心全局性通货膨胀。这个分析思路在今天也有启示意义。数据显示,今年7月份,全国CPI同比仅上涨0.5%。事实上,即使仅就农产品而言,也不是都在涨价,绝大多数畜产品价格在持续下行,粮食价格也总体稳定。

当然,蔬菜供应总体有保障,并不是说就能高枕无忧了。蔬菜保供稳价关乎千家万户,让每个老百姓吃得好,不是件容易的事,却是必须做好的事。地方党委、政府要以“时时放心不下”的责任感,高度关注生活困难群众,尤其是防止返贫监测重点人群,适时发放价格补贴,减少价格上涨对他们基本生活的影响。主产区不仅要埋头种植,还要洞悉市场变化,合理安排品种、规模和茬口,更重视气候变化对生产的挑战,实现均衡供应、差异化供应。大中城市要加强生产调度和市场监测,与主产区加强供需对接,加快冷链物流设施建设,确保农产品物流畅通。总之,要让居民“菜篮子”拎得更稳,让农民“钱袋子”装得更鼓。

乔金亮

## 让“新农人”成为就业香饽饽

□林志豪

关于“新农人”并没有一个准确的概念,区别于以耕作为主的传统农民,“新农人”多指成长于互联网时代返乡创业的人们,他们带着理想和热情,以新理念、新技术和新模式为传统农业注入新活力。但相较于大量外流农村劳动力来说,“新农人”这一群体数量仍然处于少数。2024年中央一号文件提出“把农业建成现代化大产业”,要实现这一目标,就必须多角度、多层次保障和培育“新农人”,让“新农人”引得进、留得住、用得好,为乡村全面振兴提供源源不断的人才支撑。

以政策支持为保障,促动“新农人”入乡。以解决“新农人”起步难题为抓手,优化创新创业环境,

激发创业热情,助力形成乡村多元产业体系。一方面,通过加强农村基础设施建设,推动道路、农田、水利、电网等农村基础设施提档升级,为农业现代化打下坚实基础。规范设立土地流转平台,明确土地流转政策,鼓励农民将土地流转给“新农人”,推动农业适度规模经营,解决“新农人”用地难题,实现土地资源的优化配置和高效利用。另一方面,推动农业保险与农村信贷协同发展,深化保险公司与信贷机构之间信息共享,建立农户数据库,多角度、多方面收集完善数据库。在降低信贷风险基础上,设计出符合“新农人”个性化需求的银保产品,推动农村金融服务的发展,为“新农人”干事创业提供良好条件,让“新农人”更有信心、更有意愿扎根乡村沃土。

以能力提升为抓手,促进“新农人”融乡。注重人才的培养和激励,激发乡村内生动力,帮助当地

农民提升技能水平,转变发展观念,成为新时代的“新农人”。通过设立农业创业孵化基地,提高“新农人”适应农业形势的能力,在农业种植、项目申报、直播营销引流、拓展市场等方面为“新农人”提供系统技能培训,从而降低“新农人”创业风险,提高“新农人”综合素质和创业能力。搭建起校园与“新农人”之间的桥梁,组织学生参与适宜的农业项目,让学生深入了解农村和农业,提升对农业的兴趣,以产学研相结合的方式,培养具有创新能力和实践能力的农业人才,实现教育与实践、知识与技术的紧密结合,实现“新农人”常“新”,让“新农人”有本事、有能力扎根乡村沃土。

以特色产业为核心,促使“新农人”留乡。促进农业与其他产业的融合发展,延长农业产业链,促进城乡之间要素流动和资源配置优化。深入研究本土资源和风土人情,融入现代化元素,形成地方主导产业和特色产业,并围绕产业,打造涵盖“研发、种植、加工、销售、旅游”的全产业链。让“新农人”根据自身定位和优势,精准切入农业产业链的一个或多个环节,避免同质化竞争。依托资源共享平台,强化“新农人”在产业链不同环节之间的协作,发挥出不同“新农人”生产、销售、服务等环节具有的优势,实现“1+1大于2”的效果;同时以订单化生产模式建立起“新农人”与小农户、合作社间的利益联结机制,开展分工协作,实现优势互补,对接农业上下游资源,逐步形成特色品牌。实现以人为核心带动产业发展,以产业发展带动就业,让“新农人”有平台、有环境扎根乡村沃土。

(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