

共赴“进博之约”共享中国机遇

共赴“进博之约”，各方更加真切地感受到中国扩大高水平开放的诚意，更加坚定了投资中国、深耕中国市场的信心，更加深刻认识到互利共赢的价值。

11月10日，第七届中国国际进口博览会落下帷幕。6天时间内，152个国家、地区和国际组织、近3500家企业参展，数十万名专业观众，在进博会交易商品和服务、交流文化和理念，进一步增加了对中国市场机遇的认知，对开放合作理念的认同。

“进博会是支持国际贸易发展、合作和新型全球伙伴关系的平台”“进博会促进贸易增长的背后，是全世界人民的共赢”“快速增长的中国市场充满活力并且展现出光明前景”……通过参加第七届进博会，各人士充分认识到，开放是进博会的核心理念，进博会将中国大市场成为世界大机遇，助力各国在开放合作中实现共赢。

共赴“进博之约”，各方更加真切地感受到中国扩大高水平开放的诚意。作为中国共产党二十届三中全会后举办的重大经济外交活动，第七届进博会向世界展示了中国进一步全面深化改革、推进高水平开放的决心和行动。

作为中国构建新发展格局的窗口，进博会是以中国新发展为世界提供新机遇的生动注脚。从首次设立新材料专区，升级打造创新孵化专区，举办首发经济和促进消费相关分论坛等活动，到持续打造全球新品首发地、前沿技术首选地、创新服务首推地，展示450多项代表性新产品、新技术、新服务，再到举办“投资中国”自贸试验区专场推介、外资企业圆桌会等活动，中国继续与各方分享巨大市场潜力、蓬勃创新活力、强劲发展红利。本届进博会上，多家跨国企业宣布在华继续投资计划，以实际行动对中国市场和发展前景投下“信任票”。参展的跨国企业负责人纷纷表示，“深切感受到中国经济的强劲脉搏”“中国是大市场，也是最具活力的市场”“我们对中国市场充满信心，将

继续与中国共创未来”。

共赴“进博之约”，各方更加深刻认识到互利共赢的价值。进博会“朋友圈”持续扩容，作为国际公共产品的作用越来越突出。本届进博会为包括非洲国家在内的37个最不发达国家提供120多个免费展位，食品和农产品展区进一步扩大非洲产品专区面积，举办“全球南方的可持续发展与中非合作”分论坛……中国以实际行动为发展中国家打开新的机遇之门，让更多发展中国家参与到普惠包容的经济全球化进程中来。从贝宁菠萝、埃塞俄比亚咖啡等上届进博会“明星产品”，到马拉维花生、莫桑比克夏威夷果等最新准入的产品，都搭上进博会快车，加速汇入全球市场。一位首次参展的坦桑尼亚腰果加工出口商把参加进博会看作“梦想和希望之旅”，他充满期待地说：“打开中国市场，我们的生意大有希望。”

迎五洲客，计天下利。中国正在通过推进高水平开放实现高质量发展，将进一步开放超大规模市场，携手各方建设开放型世界经济，为推动全球可持续发展、增进人类福祉贡献更大力量。

和音

《经济日报》

大食物观解锁消费密码

民以食为天。随着我国经济社会不断发展、人民生活水平稳步提升，人们对食物的需求已经从简单的“吃得饱”变为“吃得好”“吃得健康”，大食物观应运而生。大食物观强调全方位多途径开发食物资源，向耕地草原森林海洋、向植物动物微生物要热量、要蛋白。党的二十大报告、2024年中央一号文件都对践行大食物观作出了明确要求和部署。

我国人口众多，每天要消耗大量的粮油、蔬菜、肉类等食物。当前，我国食物消费结构正在发生深刻变化，原本的肉蛋奶、蔬菜、水产品等副食日渐成为人们的主食。我国拥有丰富的林地、草地、江河湖海等资源，在农业生产方面具有得天独厚的优势。充分用好各类资源，构建多元化食物供给体系，满足人民群众对美好生活的向往，确保国家粮食安全战略实施，正是树立大食物观的出发点和落脚点。

党的二十届三中全会将完善扩大消费长效机制、加快培育完整内需体系作出重要部署。大食物观所带来的食物资源开发与利用的新趋势，势必在消费领域引发一系列连锁反应，为消费市场的发展创造新机遇。比如，在大食物观下，林下作物凭借独特的生长环境和天然的品质，成为餐桌上的新宠；深海水产品从神秘的海洋深处走向大众视野，为消费者带来味觉新体验；小众火锅食材更是为火锅这一传统美食增添了别样滋味，丰富了食客的选择。

同时，大食物观也让人们的

生活更健康，并由此拉动消费升级。数据显示，中国已成为全球第三大有机消费市场，2023年有机产品销售额突破1000亿元。牛油果、藜麦、鹰嘴豆、羽衣甘蓝、深海鱼类等小众、高营养的轻食类产品深得消费者青睐，2025年轻食市场规模预计将达到2000亿元。这些来自大自然的馈赠就像一座健康宝库，而大食物观就是打开这座宝库的钥匙，让人们在享受美食的同时拥抱健康，促使食品消费朝着更健康、更优质的方向发展。

新观念催生新市场，新市场呼唤新作为。应该看到，推动大食物观任重道远，需要科学谋划、合理布局、统筹协调、持之以恒、久久为功。对各地而言，应因地制宜挖掘本地特色食物资源潜力，结合当地文化与旅游资源，提升地方美食的知名度和影响力，让大食物观成为地方经济发展和文化传承的重要纽带；对食品生产企业而言，要敏锐捕捉大食物观下的市场需求变化，加大研发领域的投入，提高食物资源的利用率和产品品质，不断满足消费者对健康营养、风味可口食品的需求；对消费者而言，要树立正确的消费观念，在享受丰富食物选择的同时理性消费，避免盲目跟风。

大食物观的形成和推进是一个潜移默化、循序渐进的过程，需要各方协同发力，形成政府引导、企业主导、消费者参与的良好模式，共同推动我国食品产业和消费市场朝着更健康、更繁荣的方向发展，让大食物观真正成为促进消费、推动发展的有力支撑。

坊间杂谈

培养乡村职业经理人急不得

□陈发明

近年来，越来越多乡村职业经理人活跃在农村产业发展舞台上。因其爱农业、懂技术、善经营、会管理，成为推动乡村产业振兴的重要力量。

乡村职业经理人其实并不新鲜。从早年的乡镇企业家到后来的农村致富带头人，再到近些年兴起的新型职业农民，都具备“懂技术、善经营、会管理”的特质。乡村职业经理人之所以成为新名词、新亮点，关键在于农村产业格局和生产经营方式在改变，曾经的小散户生产、小规模经营正逐渐向一二三产业融合转变，新的农业生产方式布局对农业经营人才的需求也在发生变化。

有数据显示，在中央财政支持下，农业农村部实施高素质农民培育计划，广泛面向种养大户、家庭农场主、农民合作社带头人、农业社会化服务主体带头人等开展系统化培训，2020年至2023年累计培养农业职业经理人4.09万人。同时，全国各地也加大了对乡村职业经理人的培养力度。比如，浙江、重庆、陕西等地组织实施乡村职业经理人计划，为乡村运营管理培养一批专业人才。

从当前实际看，各地在培养乡村经营管理人才方面取得积极成效，但个别地方也出现一些误区。

过度注重引进来，忽略就地挖潜。为加大培养乡村职业经理人力度，不少地方出台了引才政策。这种求贤若渴的态度毋庸置疑，一些产业项目也确实需要高端人才，但是否引来了心仪的、可用之才，恐怕不尽如人意。最了解村里

只算短期经济账，忽略综合效益。

农业产业具有投资周期长、利润低、风险高等特点，同时承担的社会责任也很重。在农业产业格局中，经营管理人员是关键拼图，但不是唯一因素。因此，对乡村职业经理人的关键绩效指标设置，不能只算经济账，还要评估带动农村发展和农民增收等综合效益。

在任何新事物的发展过程中，都伴随着成长的烦恼，需要在实践中不断完善优化，乡村职业经理人也是如此。在乡村全面振兴的大舞台上，职业经理人无疑将扮演重要角色。搭建好这个舞台，更需持续完善乡村职业经理人职业技能标准体系建设。

(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:rysh2007@163.com

有话要说

预制菜必须迈出“明示”这一步

近日，山姆超市卤水拼盘被曝实为保质期一年的预制菜，且存在“阴阳标签”问题。这一事件不仅让消费者对商家诚信产生质疑，更提出了预制菜是否应当明示的关键问题。

消费者对预制菜不陌生。从金汤花胶鸡到熟醉小龙虾，从蒜蓉帝王蟹到奶油蘑菇汤，花样繁多的预制菜让消费者在家就能轻松享受世界各地的大餐。但随着行业快速发展，信息不对称和消费者权益保护问题越发凸显。餐馆潜伏着大量预制菜已经让消费者很头疼，当以现制出名的山姆超市熟食区也出现了预制菜，更让消费者防不胜防。

消费者对预制菜的态度其实很简单，总结起来就三个字：“别瞒我”。多数人不抵触预制菜，也愿意买一些自家不擅长的硬菜尝鲜，但他们不能接受自己大老远跑一趟超市或餐厅，花了现做的钱，吃到的却是工厂几个月前就做好的冷冻菜。预制菜不透明，“吃”掉了消费者的知情权和选择权，已成为亟待解决的一大行业痛点。

预制菜本身并非见不得光，关键在于如何做到让消费者吃得明白。商家将预制菜与现制现卖混为一谈，本身违反了消法规定的真实告知义务，一旦被揭穿，还会损失消费者信



■资料图片

任，得不偿失。不如一开始就明示，并以价格区分，把适合自身定位的消费者筛选出来、服务好。

让预制菜成为阳光下的一盘菜，还需要在多个方面进行细化和完善。虽然《通知》倡导预制菜明示制度，但并非硬性规定。从消费者的强烈呼声来看，要求商家亮明预制菜身份很有必要。消费者并非一味排斥预制菜，而是不能接受糊里糊涂就吃下肚。写明预制菜身份，让消费者自

己选择，才能真正保障消费者权益。

同时，预制菜明示规定仅聚焦餐饮环节，而山姆超市案例提示，零售环节同样存在预制菜与现制食品界限模糊的情况。法律法规应及时补上这一缺失环节，将更多可能涉及预制菜的场景纳入监管范围，确保消费者权益得到全面保障。

明示预制菜符合法律法规要求，也顺应民情民意，更有利于行业发展。当前，消费者因无法分辨预制菜而引起的抵触情绪已经成为推广预制菜最大的障碍之一。就像这次山姆的卤肉事件中，新鲜的分装日期和仅数日的“最佳食用日期”提示，很容易让消费者误认为是现卤。而这种错觉，无论是有意还是无意，都会加剧消费者对预制菜的不信任感，最终对整个行业造成损害。

预制菜想要真正走入千家万户、健康发展，必须迈出“明示”这一步。食品餐饮行业不仅要尽快推广预制菜明示制度，还应明确明示办法。餐厅端上桌、超市买回家的是不是预制菜，不能变成一道让消费者猜猜猜的谜题。说好的预制菜要明示，就该明明白白亮出来，别让消费者等太久。

余颖

一家之言

大学食堂销售过期食品：经营可以外包责任不能缺席

又有学校食堂出问题。据陕西网白鹿视频报道，近日，有自称是广州大学一学生食堂承包公司食品安全员的网友发文称，其发现该食堂存在购买三无食材、售卖过期河粉、馊面条等食品安全问题，自己反映问题后被公司开除。

11月3日，广州大学官方微博发布情况说明称，经初步核查，确实存在当天食材过期、台账管理不规范等问题，也表明涉事食堂在日常运营中存在着明显的管理漏洞，这该引起涉事大学后勤部门的高度警惕。

此前，江西工业职业技术学院发生的“鼠头鸭脖”食品安全事件，就引发了舆论的广泛关注。在这之后，又有不少学校的食堂曝出食品安全问题。如，前段时间发生在云南某中学的“臭肉事件”，就属此列。这些问题的暴露，让学校食堂频频成为舆论的引爆点。

此次，涉事学校食堂被曝出售卖过期食品等问题，又一次将学校食堂的食品安全把控问题摆在了公众面前。人们不禁要问，学校食堂的食品

安全问题为何屡禁不绝？有的甚至是同样的问题反复出现。这其中是否存在共性难题？而类似问题的频繁发生，其实也呼吁有关方面要加强学校食品安全问题的监管。

回到此事去看，目前，涉事学校已向承包方下达整改通知书要求限期整改，还将对相关问题责任单位和责任人进行严肃追究。当地市场监管部门也表示，下一步将继续深入调查，依法依规严肃处理。

这样的表态当然是必要的，但诚如不少网友所说，仅有“要求限期整改”以及“对相关问题责任单位和责任人进行严肃追究”的表态还不够。更重要的是，如何在更大范围内理顺学校食堂的食品安全监管机制，加强

过程监管，这值得进一步探讨。

涉事学校表示，该食堂为学校对外承包食堂。这显然并非脱责理由。食堂可以外包，食品安全责任却不能缺席。要明晰的是，学校食堂无论自办还是外包，都需时刻谨记，食品安全这条红线不能逾越，学校的常态化监管也不能有半点松懈。

值得注意的是，此次曝光学校食堂售卖过期食品问题的网友称，自己是食堂承包公司食品安全员，但因为反映问题被公司开除。这些细节是否为真？如果是真的，当地劳动部门无疑也有必要予以进一步调查。

总而言之，对待食品安全问题，就该零容忍。而学校食堂违反食品安全底线的问题反复出现，不是一个小问题。其中涉及诸多复杂的因素，对待这些问题，不是一句简单的整改就能解决的。这方面，不论是涉事学校还是相关的监管部门，显然都要在加强常态化监管的前提下，付出更多的努力，以彻底杜绝学校食堂再次出现食品安全问题。

苏士仪

Talk

Speak

Topic