

开发森林食品丰富大国粮仓

日前,国家林草局统计显示,我国各类森林食物年产量2亿多吨,成为继粮食、蔬菜之后的第三大农产品。“大食物观”鼓励从广泛的自然资源中获取食物,特别强调“向森林要食物”。这一理念为森林食品产业大发展确立了战略定位,也赋予了森林食品在食物供给体系中的重要地位。

森林食品种类丰富,涵盖木本粮油、经济林产品、林下中药材等,符合绿色、生态、健康的消费趋势。森林是“粮库”,是我国生态文明建设的重要支柱。森林食品的开发利用在保障粮食安全与推动绿色经济增长中有巨大潜力,对实现“大食物观”下的多元化食物供给有深远意义。

近年来,我国森林食品开发取得了显著进展。油茶、板栗、核桃等经济林产品的种植面积和产量稳步增加,大大提高了油料的自给率;铁皮石斛、黄精、茯苓等品种的林下复合经营模式在部分地区得到推广,提高了林地的综合利用效率。高附加值的野生果实和食用菌,如蓝莓、黑木耳、

竹笋等,逐步实现人工栽培,为产业化发展奠定了基础。森林食品产业为当地经济效益的提升开辟了新途径,逐渐成为森林资源开发的亮点。

尽管我国森林食品产业初具规模,但在实现高质量发展方面仍然面临一些瓶颈。

森林食品规模化基础较薄弱。与粮食作物不同,森林食品生产高度依赖于特定的资源禀赋,且受气候、土壤、湿度等环境因素的制约,难以在广泛区域内实现一致性生产。如中药材和食用菌类森林食品对生长环境要求较高,各地生态条件的显著差异,使种植规模和品质难以统一。

森林食品技术研发与深加工能力不足。大部分在售森林食品处于初级加工阶段,附加值偏低。如竹笋、香椿、野生菌等常见食品,市场需求较高,但保鲜、包装和加工方面的投入有限,许多产品仅在采收季节大批量上市,销售周期短,“藏”藏困难。基于森林食品的发展现状,要实现森林食品产业高质量、可持续发展,切实承担起

“粮库”的职责,要从多方面入手。

持续推进科技创新,以科学育种和精深加工提升森林食品供给质量。森林食品的育种、栽培和精深加工技术应不断创新,以确保产品品质的稳定,从而满足市场的多样化需求。优质品种的培育可以提高产量、抗逆性和营养价值,降低生产成本,推动森林食品的规范化和规模化发展。此外,深加工技术能进一步释放森林食品的营养成分,发掘其保健和药用功能,提升产品的附加值和市场竞争能力。各林区可依托与当地高校、科研机构产学研合作,培育森林食品的优势品种,提高森林食品适应不同环境、稳定生产的能力。

激发经营主体参与动能,以利益联结机制扩大森林食品生产规模。构建龙头企业、合作社和林农协作的利益联结机制,推动森林食品的规模化和规范化管理。龙头企业提供种植规范和技术培训,与林农签订购销协议,保障其收益,帮助林农提升种植技术水平和产量。合作社作为关键桥梁,连接企

业与林农,协调稳定采购与利益分配,降低市场波动对林农的影响。林农通过林地租赁、种植采收获得收益,提升生产积极性和种植意愿,为森林食品产业的可持续发展提供保障。

吸引市场关注,以品牌建设与市场拓展增进森林食品需求。森林食品依托于森林环境生长,多与“有机、绿色、健康”食品概念契合,可满足消费者对高品质、生态友好型产品的需求。然而,与农产品和木质林产品相比,森林食品在认证和市场推广方面仍显滞后。结合地理标志、绿色认证和生态认证等多重标准,对产品赋予优质保障和差异化优势,可使其成为消费者信赖的食物选择。森林食品的特点离不开区域特色,可深度挖掘森林食品的文化内涵和生态价值,以增强品牌的辨识度。通过多元渠道拓展市场,让森林食品成为健康生活的优选,在“大食物观”下找到森林食品的特色定位。

张砚 李小勇

媒体声音

《经济日报》

强化农业科技支撑作用

当前,如何提高农业综合效益和竞争力是各方关注的一个重点。农业科技是推进农业农村现代化、农业强国建设的重要驱动力,提高农业竞争力、推进农业强国建设必然意味着科技创新强国。

党的十八大以来,农业科技取得了丰硕成果。农业科技整体实力已跨入世界第一方阵,相关科技论文竞争力指数和发明专利申请量均居全球第一位,在作物组学和遗传学、口粮新品种、农作物有害生物防控体系、耕地保护与地力提升技术、专用化大型家畜品种培育等领域取得了重大成就。农业科技贡献率从2012年的54.5%增至2023年的63.2%,农作物耕种收综合机械化率从2012年的57%提高到2023年的73%,农作物良种覆盖率超过96%,对粮食增产贡献率达45%以上。科技是第一生产力的理念更加深入人心。

科技创新离不开政策的引导与支持。此前发布的《关于深化体制机制改革加快实施创新驱动发展战略的若干意见》明确了把科技创新摆在国家发展全局的核心位置,统筹推进科技体制改革,坚决破除身份、等级壁垒,优化并完善协同推进创新成果落地机制,建立健全科技成果转化激励机制与风险保障制度,强化对涉农科技创新成果的知识产权保护。推进国家实验室、国家技术创新中心等各类创新平台建设,平等对待各类科技创新主体。

制定更加积极有效的人才政策。对农业科技人才的培养与引进要积极主动适应农业产业发展的需求。对农业科技人才的流动应围绕实践需要展开,坚决破除人为设置的身份与机制障碍。对农业科技人才的使用要充分发挥人才价值,用高质量的人才供给为农业综合效益和竞争力提供保障。

弱项。面向建设农业强国的目标,要更加着力推进农业科技创新,让农业科技发挥稳产保供的支撑作用。

加大农业科技产业政策和专项资金扶持力度,推进农业科技全产业链创新,覆盖农业产业需求全领域。农业科技创新不仅要着力于农作物良种、高端农机装备、合成农药、有机复合肥料等硬技术产业,也要发力于土壤地质改善、科学灌溉技术改进、病虫害防控能力提升、科学施肥降本增效、有效收割增收、科学储藏减损、农产品品质提升、绿色低碳推广等软技术产业,还要涵盖有效降低自然灾害方面的技术创新,例如农业气象技术开发与服务、国土测绘技术提升与服务等方面。

推进农业科技协同体系协同高效,加速科技创新与市场经济深度融合,切实强化涉农企业科技创新主体地位。这就要求充分发挥市场作用,分类支持培育涉农科技创新领军企业,逐步形成自立自强的科技创新企业集群。逐步建立以涉农科技创新企业为主导的产学研融通创新机制,坚决破除身份、等级壁垒,优化并完善协同推进创新成果落地机制,建立健全科技成果转化激励机制与风险保障制度,强化对涉农科技创新成果的知识产权保护。推进国家实验室、国家技术创新中心等各类创新平台建设,平等对待各类科技创新主体。

制定更加积极有效的人才政策。对农业科技人才的培养与引进要积极主动适应农业产业发展的需求。对农业科技人才的流动应围绕实践需要展开,坚决破除人为设置的身份与机制障碍。对农业科技人才的使用要充分发挥人才价值,用高质量的人才供给为农业综合效益和竞争力提供保障。

抓紧清理外卖“隐蔽角落”



近日,贵阳市一家销售量较高的烤鱼外卖店被曝出在墙面、地面满是发霉、发黑污垢的厕所里清洗食材,剖开的鱼直接堆放在摊位旁。当地市场监管部门已责令涉事外卖店停业整顿。此事对食品安全敲响警钟,外卖在餐饮中的占比越来越大,必须重视外卖的“隐蔽角落”。如今,不提供堂食的外卖店铺越来越多,消费者难以监督,需要各方把食品安全的监管网络进一步织密。平台要对入驻商家加大审核甄别力度,对于顾客反映强烈的商家,应及时给予处罚并发出消费提示。相关部门不妨邀请熟悉情况的外卖员作为食品安全监督员,增强监督工作的即时性。“互联网+明厨亮灶”也应进一步推广,倒逼经营者压实主体责任。(文/时锋 图/南海春)

Sound

Speech

有话要说

过期食品当宠物食品卖同样违法违规

这两年,以临期商品为主题的网店、商超悄然兴起,吸引了不少消费者购买。而当前,过期食品竟也开始登上电商平台的销售页面。近日记者调查发现,一些过期食品被冠以宠物饲料的名义,带上“宠物食品,禁止人食”的提醒,在部分电商平台出售,且销量不低。有网友评说,“让猫咪改善伙食”“狗狗很喜欢吃”。

过期半年的火腿肠,14.5元可以买5斤;过期3个月的辣条,16.8元可以买5斤……这样的价格,难免让人心动。虽然很多消费者看到了商家的提示,知道这些便宜到离谱的食品都是过期食品,但还是因为价格划算,将其买来作为宠物饲料。

然而一个问题随之而来:食品过期了,就可以当作宠物饲料售卖吗?答案当然是否定的。《中华人民共和国食品安全法》第三十四条明确规定,禁止生产经营超过保质期的食品、食品添加剂生产的食品、食品添加剂。对于超过保质期的食品,应该进行无害化处理、销毁等措施。从这一角度来说,相关网店商家虽然在销售页面注明了是过期食品,但依然属于违法行为。

进一步说,《饲料和饲料添加剂管理条例》《宠物饲料管理办法》对宠物饲料同样有保质期要求,因此,不在保质期要求的产品,即使作为宠物饲料进行销售,也不符合法规要求,

同样也属于违法行为。

从法律角度来看,过期食品已经失去了作为商品销售的资格,所以商家把过期食品在电商平台进行销售,不管是给人吃,还是给宠物吃,都是违法行为。而作为电商平台,应该通过消费者反馈、第三方反馈、平台自检等方式监督商家的销售行为,持续巡检与治理,如出现违法违规情况,要依法依规予以处理,严格保障消费者合法权益。

再从过期食品的安全性角度来看,也不应该允许其公然销售。虽然是过期食品,但是其外包装依然完好,如果有人买回来准备当宠物饲料,却被家里的老人、孩子等误食,就

可能对身体健康造成损害,甚至引发严重后果。况且,把人类吃的过期食品给宠物吃,同样会对宠物带来健康损害。以猫狗为主的宠物,其消化系统与人类不同,对食物的需求也不同。人类食品中的一些添加剂、佐剂、辅料,不适合宠物的生理特点,根据摄入的类型不同、剂量不同,会导致或轻或重的反应,包括皮肤类、肝脏类、泌尿道类等各种疾病,甚至死亡。

对于一些商家把过期食品当宠物食品卖的现象,消费者要远离,平台要遏制,政府监管部门也要强化监管。

苑广阔

坊间热议

商品溯源码成“乱码” 何谈守护消费者权益

□汪昌莲

溯源码作为一种可追溯的防伪手段,被广泛运用在商品的防伪、销售等环节,也是消费者判断商品真伪的重要标识之一。

然而,有媒体近期接获不少消费者反映购买的商品溯源码存在问题,甚至“海关关日期竟比生产日期还早”。

对此,受访电商多将这些问题归结于工作人员“贴错”或“漏贴”导致。但是,该说法难以让消费者信服。

所谓商品溯源码,通俗讲就是给商品实行了实名制,一旦发现问题商品,就可以溯源查找“真凶”。在我国,对肉类、蔬菜等重要食品,已经建立了追溯体系,并取得了一些经验。

实践更表明,建立商品溯源码平台,一方面,便于生产经营企业加强自我约束,塑造自身品牌,培育固定消费群;另一方面,消费者也减少了选购商品的时间和成本。

但此次消费者反映的商品溯源码问题,如码上的商品采购日期早于商品的生产日期、商品名称与实际不符、商家竟可以随时更改信息等“乱码”现象也提醒,一旦监管缺失,溯源码反而沦为问题商品的“护身符”。

因此,商品追溯体系,“重建”更需“严监管”,别让商品溯源码沦为一些不良企业忽悠消费者的“乱码”。

首先,应切实发挥追溯平台作用,监管线上线下同时发力,确保进入销售环节的商品可追、去可查。同时,还应有专门机制进行协调与监管,而不能任由企业自追溯或乱追溯。

如此前就有媒体报道称,各地商品溯源码标准不一,由企业自建的商品溯源码平台缺乏监管,变相衍生出了借助溯源码鱼目混珠、以次充好的问题。

有的商品张冠李戴,乱贴溯源码;部分原产地品牌的溯源码,变成了企业的牟利工具;消费者能查到的溯源码信息也是参差不齐……由于“重建、轻监管”导致商品追溯体系建设出现的种种乱象,显然背离了建立商品追溯平台、维护消费者权益的初衷。

特别是,对涉及追溯造假、售假企业,线上线下生产经营单位等,实行“零容忍”,首犯重罚,再犯责令永久退出商品产销市场等严厉措施。如此,方能确保溯源码不沦为“乱码”,守护好商品安全和消费者权益。

（本版稿件仅代表作者个人观点）

一家之言

Speak

用全谷物行动改善膳食结构

粮食消费市场正迎来一场全谷物革命。国家粮食和物资储备局等多部门近日联合发布《国家全谷物行动计划(2024—2035年)》。实施国家全谷物行动计划,发展全谷物产业,能够提高粮食资源利用率,改善居民膳食结构,促进营养均衡,提升国家粮食安全水平和全民营养健康水平。

发展全谷物产业是确保粮食安全与营养安全共赢的战略选择。2024年我国粮食产量已经首次突破1.4万亿斤,把饭碗牢牢端在了自己手中,但粮食供需紧平衡局面仍然没有改变,结构性矛盾突出,饲料粮短缺成为保障国家粮食安全的主要矛盾。长期以来,我国主食消费以“精米白面”为主,粮食过度加工问题突出,谷物表皮皮层和胚芽被去除,仅保留胚乳部分,导致成品粮出品率低,增加粮食损失,还会使谷物中营养成分大量流失,可能引发“隐性饥饿”,引起心脑血管疾病、糖尿病等慢性代谢疾病。有调查显示,我国超过80%的成年人全谷物摄入量严重不足。因

地制宜发展全谷物产业,推动粮食节约减损,促进居民营养健康消费,可在更高层次、更高层次上保障国家粮食安全。

我国拥有丰富的谷物资源,但全谷物产业发展尚处于起步阶段,全麦粉、全麦面条、糙米米饭、糙米烧卖、荞麦面条等全谷物食品虽然逐渐走上餐桌,但全谷物消费严重不足,全谷物食品消费量占谷物消费量的比例不足1%,远低于一些发达国家30%的占比,发展潜力巨大。也要看到,全谷物产业发展受到消费者认知不足、市场接受度不高、标准体系不够完善、全谷物适口性较差、产业链条短等各种因素制约。应对症下药,综合施策,推动形成链条完整、结构合理、供需适配、持续升级的全谷物产业发展格局。

人民群众对全谷物认知不足,导致市场需求不够旺盛。应实施全谷物宣传引导行动,通过普及全谷物营养健康知识、多渠道开展宣传引导和多主体多场景推广全谷物食品等措

施,提高人民群众对全谷物的认知水平,使全谷物在居民膳食消费中的比重明显增加,适应居民营养健康需要的优质全谷物产品更加丰富,食品供给和消费实现动态平衡。

全谷物食品生产、加工和检测标准体系尚不完善。我国全谷物产业虽有所发展,但与之相对应的生产、加工和检测标准体系尚不完善,影响全谷物食品品质。应实施全谷物标准引领行动,健全标准体系,提高产业整体水平,充分发挥全谷物食品在促进国民健康方面的作用。

食品适口性差、容易氧化变质是影响全谷物产业发展的两个痛点。全谷物食品富含膳食纤维等,口感粗糙、咀嚼感强,不易受到消费者喜爱;胚芽富含不饱和脂肪及生物酶类,不宜储存。实施全谷物科技创新行动,可通过挤压、酶解、发酵、发芽等技术改善口感,通过灭酶稳定化处理来解决容易氧化变质问题。还应推动全谷物食品适用粮食品种选育,推动大宗粮食品种提质、全谷物杂粮提产增

质,充分挖掘粮食增产潜力。推动全谷物关键共性技术创新,创新符合我国谷物消费特点和习惯的多元化全谷物消费产品和习惯的多元化全谷物消费健康研究,有效预防慢性病。

全谷物食品的生产、加工、销售和消费环节协同不足,导致资源浪费和效率低下。如生产环节存在品种选育不足、优质原料供应不足的问题,加工环节存在加工技术装备落后、加工产品单一、产品质量不稳定的问题,销售环节存在市场营销策略不当、渠道不畅等问题。应实施全谷物产业提升行动,加快推动全产业链融合发展,培育产业集群,强化食品品牌建设,提高产业综合效益和竞争力。

俗话说,五谷为养。发展全谷物产业,要以更加开放的心态和更加创新的思维,探索产业发展路径,让每一粒谷物都能成为滋养生命、守护健康的宝贵财富。

刘慧

Talk

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