

## 对进口牛肉启动调查有多重考量

保障措施的目的是缓解相关国内产业的暂时困难,帮助产业在实施期内适时调整。对进口牛肉进行保障措施立案调查很有必要,要用好WTO规则赋予我国的权利。

日前,商务部发布了对进口牛肉进行保障措施立案调查的公告。该公告对国内肉牛产业将起到稳定预期的作用,有利于保护国内农民生计和产业安全。

保障措施是世界贸易组织所允许的三种贸易救济措施之一。按照WTO规则,在进口产品数量增加,并对一国生产同类产品或者直接竞争产品的国内产业造成严重损害或严重损害威胁的情形下,该国调查机关可以应国内产业申请发起保障措施调查,以维护国内产业的合法权益。在国际上,发起保障措施调查是常见的。与反倾销、反补贴措施的区别在于,保障措施针对的是来自全部国家的进口,而不是特定国家。我国一向对发起保障措施调查十分慎重,自加入世贸组织到本次调查启动前,仅对外国产品发起过2起,分别是进口钢铁和进口食糖。

近年来,牛肉进口量持续增加,2013年不到30万吨,2023年达274万

吨,增加了8倍多,相当于国内产量的36.4%,牛肉成为当年进口规模最大的肉类产品。事实上,2023年6月以来,进口牛肉已连续18个月单月进口量超20万吨,2024年上半年进口量达2019年同期的2倍以上。在此情况下,国内牛肉和活牛价格快速下跌,目前牛肉价格已跌到近5年最低水平,活牛价格跌到近10年最低水平,大部分养殖场户处于亏损状态。以2024年11月为例,出栏一头肉牛平均亏损1600元以上。

牛肉过度进口已对我国肉牛产业造成实质性损害,不仅表现为经营主体亏损,更表现为对基础母牛的危害。基础母牛是肉牛产业的根本。肉牛的生产周期长,繁殖效率低,从母牛养殖到母牛繁育再到育肥牛屠宰长达3.5年,且牛属于单胎动物。一旦基础母牛产能大幅下滑,没有四五年时间难以恢复。然而,在不少主产区,犊牛价格已经抵不上母牛的饲

喂成本,有的地方母牛按斤低价甩卖,不少有繁殖力的母牛被送进屠宰厂。如果不尽快采取措施,好不容易发展起来的优质基础母牛群体将面临萎缩。若情况延续,两三年后,产量下滑,价格高企,也会影响消费者利益。

国际经验表明,只有本国保有一定的产量和自给率,才可能对进口价格有话语权。试想,如果国内肉牛产业垮掉,绝大部分牛肉靠进口,那么现在廉价的外国牛肉到那时就不一定廉价了;我国牛肉进口来源国集中在巴西、阿根廷、乌拉圭等,一旦其发生动物疫情,导致贸易中断,也会影响牛肉供给。如今,牛肉消费已成为全民性消费,养牛业带动的产业和就业范围广,包括上游的育种、饲料,下游的屠宰、加工等在内都是庞大的产业,这么大的产业没有理由放弃。以上说明,对进口牛肉进行保障措施立案调查很有必要,要用好WTO规则赋予我国的权利。

保障措施的目的是缓解相关国内产业的暂时困难,帮助产业在实施期内适时调整。近年来我国牛肉人均消费不断增加,但还没达到世界平均水平,也不及日本和韩国,提升消费依然很有潜力。国产牛肉和进口牛肉在品质上各有千秋,国产牛肉适合中式烹饪,进口牛肉则是烹饪西餐的首选。国产牛肉的一大优点是新鲜,然而漂洋过海而来的进口牛肉大多是冷冻肉。前些年进口的牛肉大多是高端牛肉,主要是品种调剂;这些年进口的大多是大路货,主要是价格便宜。

当然,肉牛产业也要提高内功,实现自身高质量发展,给消费者提供物美价优的牛肉。要用好饲草料资源,积极开发牛部位肉,利用国人偏好新鲜的特点,建立供应链一体化经营模式。在加工、交易、品牌等环节补齐短板,实现销售模式创新,从卖牛肉转向卖牛肉食品,减少大范围多频次运转。只要持续优品种、强技术,节本增效、提质增效,淘汰落后产能,壮大优质产能,不断促进生产、加工、销售、贸易等环节协同,肉牛产业发展将会越来越好。

乔金亮



## “你点我检”守护食品安全

国家市场监督管理总局组织开发设计的食品安全“你点我检 服务惠民生”民意征集系统1月2日正式上线。自2020年以来,全国市场监管部门开展食品安全“你点我检”活动,由消费者直接提出需求,市场监管部门组织抽检,及时向社会公布抽检结果,并对不合格食品进行核查处置,从而不断增强人民群众的获得感、幸福感、安全感。系统的正式上线将进一步增强公众参与感,充分发挥监督作用,提升食品安全监管效能、规范市场秩序、推动行业自律。下一步,应加大民意征集系统的宣传推广力度,动员更多消费者积极参与食品安全工作。市场监管部门也应以此为契机,持续优化创新,把“你点我检”这项惠民工作落实落细、办出成效。

(文/时锋 图/朱慧卿)

## 将反浪费纳入课堂教育,多多益善

“我每顿都把饭菜吃完,也要带动爸爸妈妈节约食物。”湖南省湘江新区某小学一年级学生周洋(化名)指着教室门口电子班牌上的照片自豪地说:“这是我的‘光盘’照。”湖南省将反食品浪费纳入课堂教育,带动学生们用实际行动争做“光盘”小明星。

反对食品浪费,早已是社会共识。新闻中引导学生弘扬勤俭节约,将反食品浪费纳入课堂教育式的创新,比比皆是:天津市红桥区将“节俭办婚宴 餐桌新文明”宣传倡议纳入结婚宣誓活动中;广西壮族自治区将制止餐饮浪费融入传统民俗活动

……可以看到,各地都在积极探索、努力行动,营造全社会勤俭节约之风。

节约粮食、反对浪费,是弘扬中华民族勤俭节约传统美德的重要举措,也是保障国家粮食安全的迫切需要。2021年,我国专门出台《中华人民共和国反食品浪费法》;近日,中共中央办公厅、国务院办公厅又印发《粮食节约和反食品浪费行动方案》……每一次相关制度规定的出炉,都是一次对宣传引导、标准规范、监督执法的升级,有利于推动形成良好社会风尚,从源头上坚决遏制“舌尖

上的浪费”。

食物浪费更意味着在生产食物过程中,对所投入的水、土地、能源等其他生产资料的浪费。减少食物浪费,对推进生态文明建设、保障粮食安全、形成良性循环等,都具有非常重要的现实意义。

制止浪费不仅需要法律法规的“硬约束”,也需要制度规定的“软激励”。比如江苏省张家港市,其就制定了《反食品浪费信用评价指标》,增加文明餐饮指标权重,将反食品浪费宣传和具体实施办法作为可叠加的加分项目,鼓励餐饮服务单位主动提示引导每位消费者“光盘”,这在一定

程度上形成了积极的示范效应与引导价值。强制性的措施固然有效,但也缺少点人情味,只有将法律的刚性与制度的柔性巧妙地结合起来,才能更好地达成目的,让好事真正做到“办好”。

制止“舌尖上的浪费”是一项系统工程、持久工程、民生工程,需要汇聚众智、不断创新,如此才能形成长久的示范效应,让节俭之风真正成为社会新风尚,为节约型社会的建设贡献新的更大力量。

龙敏飞

## 自助餐里有博弈

“扶墙进扶墙出”,不少吃货眼里打开自助餐的正确方式,钱已经花了,回本是关键,少吃就是亏,吃多才赚到。于是,便开始了一盘又一盘取餐,撑得不行方才罢手。

胡吃海喝真的赚到了吗?从边际效用递减角度来分析的话,其实未必。作为经济学的一个重要概念,边际效用递减描述的是随着消费某种商品或服务数量的增加,消费者从每增加一个单位的商品或服务中获得的额外满足感会逐渐减少,直至为零甚至为负数。

在吃自助餐时,刚动筷子那会儿吃啥都香,但随着时间的推移,边际效用慢慢减少直到为零,这个时候吃自助餐的总效用是最低的,也是停下筷子的最佳时机。但现实中,很多人却不想停下来,总觉得吃少了就是一

种损失,哪怕此时胃已难承其重。

自助餐经营者常会利用消费者“吃回本”的心理,对外宣传餐厅拥有丰富菜品、高价食材,还会灵活定价,开展各种促销优惠活动吸引顾客。顾客临门,如何实现收益最大化成为商家考虑的问题。他们一方面通过限时限量消费、提供小分量餐具、控制菜品供应速度等减少食物浪费,另一方面从原料批量采购、菜品集中加工等方面发力来降低成本,保证盈利。

“进口车厘子畅吃”“不限次数排队领大闸蟹”……也有一些商家把自助餐作为引流手段,将盈利大头放在其他项目上,比如将含有高档食材的自制菜品供应速度等减少食物浪费。这些自助餐品质的优劣、性价比的高低同样也在一定程度上影响着商家的

利润水平。

一方想吃回本,一方想多赚钱,自助餐上演的其实是商家与消费者的博弈。那么,该怎样让这种博弈成为双方共赢的老人和博奕呢?

作为消费者,简单粗暴地把自己吃撑肯定不是“自助”江湖里的高手。在充分了解自身需求和避免浪费的前提下,要善于运用自助餐的用餐规则,巧妙分配用餐时间,实现效用最大化。不在量上“回本”,而在结构上“优化”。找个合适时间,带着能享受优惠的老人和孩子,前往口碑好、人气旺的餐厅,优先选取平常不舍得吃的食材、家里不常做的菜品以及性价比高的食物,循序渐进取餐,合理控制食量。

对商家来说,则要拿出足够优质的产品和真诚的服务。总有消费者

吐槽:部分自助餐厅广告言过其实,品质降级、种类减少等现象时有发生。如何选择科学的定价策略并制定明确合理的用餐规则,商家需要好好动一番脑筋。可以根据不同消费时段、不同顾客群体来设置不一样的价格和菜品种类,尽可能多地吸引顾客。此外,还应充分尊重消费者知情权,通过有效沟通,帮助消费者作出更合理的用餐选择。

吃垮一家自助餐厅不是消费者的本意,让顾客吃得既舒服又不舒心也不是商家的目的。在相互尊重和理解的基础上,各自运用合理的策略和规则,才能实现“你吃好我赚钱”的共赢局面。这,也正是博弈论的精髓所在。

余健

《经济日报》

## 促进农产品贸易与生产相协调

中央农村工作会议强调,完善农产品贸易与生产协调机制,推动粮食等重要农产品价格保持在合理水平。这一提法,对于加强重要农产品调控、进一步确保我国农业安全具有重要指导意义。

近年来,我国高度重视粮食等重要农产品的生产和贸易,以“确保谷物基本自给、口粮绝对安全”为目标,稳步提升粮食产能,努力保障重要农产品有效供给。在充分发挥农产品国际贸易作用的基础上,我国还深度参与国际农产品市场,成为全球第二大农产品贸易国、第一大农产品进口国、第五大农产品出口国。在生产与贸易的双重作用下,农产品需求得到较好满足。

也应看到,我国农产品贸易与生产的协调性还有待增强,以更好稳定市场。2024年以来,玉米、大豆、牛肉、牛奶等农产品出现进口增长过快的现象,对国内农产品价格造成的影响日益明显。农产品价格偏弱运行,不利于保护农民利益和农业产业安全。对此,须统筹利用好国内国际两个市场、两种资源,促进农产品贸易与生产协调发展,确保粮食和重要农产品价格运行在合理区间。

提高农业生产效率,确保粮食和重要农产品稳产保供。促进农业生产要素优化配置和高效利用,因地制宜发展农业新质生产力,提高农业生产效率和资源利用效率。加快传统种植养殖业提质升级,大面积推广应用科技成果,促进现代设施农业量质提升。在粮

食安全方面,推进高标准农田建设,提升“中国饭碗”科技含量,大面积提升单产,确保粮食稳产丰产。加大产业帮扶力度,稳步拓展农业生产空间,抓好大豆和油料生产,推进肉牛、奶牛产业纾困,构建多元化的食物供给体系,稳步提升国内重要农产品产能和自给水平。

科学调控进口节奏,掌握农产品进口主动权。做好相关产品的国际市场监测预警和分析工作,研判农业生产和贸易形势变化,及时提出进口相关对策建议。尤其是要积极探索,把握时机,科学调控粮食和重要农产品的进口规模与比例,守住农民“种粮卖得出”底线,确保农产品生产平稳运行。做到控风险、可替代、有备手,防范化解部分农产品“买得贵”“买不到”等风险,构建多元化进口格局,避免过度依赖单一进口来源,从而提升农产品进口稳定性。

培育国际竞争优势,做好农产品出口。在立足国内大循环基础上,对标国际市场,优化农产品出口结构,孕育优质贸易主体,加快发展农业新产业新业态。继续推进农业适度规模经营,降低粮食等重要农产品的生产成本,培育出口产品价格优势。提高农业全产业链标准化水平,将农业标准贯穿农产品研发、生产、加工、包装和储运等各环节,提升出口产品品质优势。充分发挥优势特色农产品国际竞争力,延伸产业链条,做大做强优势产业,助推农产品出口稳增长。

坊间热议

## 土特产如何变身金招牌

□陈朋

近期,不少消费者通过网络平台购买陕西省渭南市富平县的“富平柿饼”,一度使其成为网购爆款。

“富平柿饼”的畅销不仅源于其优良品质,还同其入选国家地理标志产品密不可分。入选后,“富平柿饼 甜蜜中国”的品牌效应得到极大彰显,大批“富平柿饼”走出黄土高原,进入千家万户。

地理标志产品是近年来消费领域的一个“新宠”。顾名思义,就是在生产销售过程中保留某产品的来源地、原材料和加工工艺,让消费者体验到来自特定产区并且具有品质保证的地道风味。国家知识产权局数据显示,截至2024年8月底,我国已累计认定地理标志保护产品2523个,以地理标志作为集体商标、证明商标注册7385件,中国地理标志认定注册质升量稳,稳居世界前列。地理标志产品不仅提升了一个地区特定产品的整体品质,而且推动了其产业规模化、品牌化发展,让不少地区的土特产变成了“金招牌”。

正因如此,用好地理标志资源禀赋,就成了不少地方推动产业发展的重要策略。实现这个跨越既要具备先天禀赋,还要激发综合潜能。首要的是在“特”字上做文章,这是打造地理标志产品的“入场券”。西昌高山黑猪、新疆大枣、宁夏贺兰山葡萄酒、山西老陈醋等,无不立足并利用特定产区、特殊风味这一“特”字来开辟市场。实践证明,只有充分利用自身的资源禀赋,才能打开地理标志产品认定的“门”,迈出“开疆拓土”的第一步。

仅具有地理资源禀赋并不足以让一个产品“出圈”,要实现从土特产到“金招牌”的华丽转身,还必须严把质量这道关。对地理标志产品而言,品牌是面子,品质是里子。质量不过硬,终究难以在激烈的市场竞争中取胜。因此,在做足“特”字文章的基础上,还要把以质取胜摆在突出位置。例如,四川实行地理标志保护产品3年一轮抽检制度,近年来对近600批次产品进行抽查,对存在未使用地理标志专用标志、出标量较低等情况的商家逐一发出提醒。这种地方实践探索说明,要通过建立健全质量监控体系,不定期组织实施产品抽查、仔细排查产区等方式,强化地理标志产品的质量管控,保证地理标志产品的质量和特色。特别是要严厉打击侵权行为,净化地理标志产品的市场环境。

市场需求不断变化,消费者的口味、喜好也变动不居,除了保障高品质以外,地理标志产品的发展还离不开创新。要革除“酒香不怕巷子深”的陈旧思维,从生产和销售等多方面作出创新。在生产方面,传承传统产品生产工艺的同时,构建全产业链标准体系,根据消费者需求和喜好大力研发新产品,实现传统产品与新产品齐头并进。在销售方面,要创新营销方式,通过借用电商平台、应用冷链仓储保鲜设施等拓宽产品销售渠道,推动产品实现从田间地头到消费者餐桌的直接链接。

自身禀赋、产品质量、创新开发等多方面协同发力,才能真正实现“用活一枚地标,带动一个产业、造福一方百姓”的目标,让先天的资源禀赋转化为金字招牌。

(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