

把牢养殖业稳产保供主动权

在开放发展中掌握战略主动,减少进口依赖是安全所系。当前,全球百年变局加快演进,地缘政治风险、极端气候灾害、供应链不畅等因素对农产品生产和贸易影响深远。实施养殖业节粮行动,重点在于构建适合中国国情和资源特点的养殖模式与饲料结构,从源头上把牢养殖业稳产保供主动权。

这件事关系你我餐桌,也关系国家安全。日前,农业农村部印发《关于实施养殖业节粮行动的意见》,提出到2030年,标准化规模养殖方式的单位动物产品平均饲料消耗量比2023年下降7%以上。这是应对外部不确定性的被动选择,更是推动高质量发展的主动作为,对于畜禽养殖者节本、饲料生产者节料、全行业增效、全社会安全具有重要意义。

生活中,很多人都有一个感受,主食不“主”、副食不“副”,米面馒头吃得少了,肉蛋奶鱼吃得多了。肉蛋奶要靠粮食来转化,反映到粮食的消费结构上,就是口粮消费呈下降趋势,饲用消费持续增加。事实上,粮食饲用消费已明显高于口粮消费和

工业消费,我国粮食安全的最突出矛盾在饲料粮。这从进口可见一斑,水稻和小麦两大口粮进口较少,而饲料粮进口较多,其中,大豆占全部粮食进口量的六成以上。

饲料成本占养殖成本的七成,推动节粮降耗是行业所盼。改革开放前,养殖业以散养为主,牛羊以天然草为食,生猪也多耐粗饲。工业饲料的普及提高了养殖效率,由于普遍采用玉米豆粕型配方饲料,豆粕占比较高,增加了饲料用粮负担。2017年,饲料中豆粕占比达17.9%,全年豆粕饲用量达6800万吨,主要源自进口大豆。2018年起,有关部门引导推广低蛋白日粮,获全行业响应。2023年,饲料中豆粕用量占比较2017年下降4.9个百分点,相当于减少

豆粕饲用2370万吨。进一步降低饲料用粮,有利于减少养殖成本。

养殖废弃物处理是难题,改变饲养模式是发展所向。我国畜禽饲养量大,环境压力自然也大。解决环境问题,既要坚持粪肥还田资源化利用,又要注意从源头上降耗减排。以生猪为例,我国生猪饲养量约占全球的一半,在高摄入高排放的饲养模式下,每头育肥猪全程要摄入8公斤氮元素,但吸收利用率不足四成,粪污末端治理压力大。如果采用经济、高效、精准的饲料配方,降低饲料中蛋白含量,既可以减少氮元素的过度浪费,又可以减轻环境承载压力。

在开放发展中掌握战略主动,减少进口依赖是安全所系。当前,全球

百年变局加快演进,地缘政治风险、极端气候灾害、供应链不畅等因素对农产品生产和贸易影响深远。我国是畜牧业大国,饲料原料进口依赖度高,定价权也不完全掌握,动物产品稳产保供面临原料关。实施养殖业节粮行动,重点在于构建适合中国国情和资源特点的养殖模式与饲料结构,从源头上把牢养殖业稳产保供主动权。

审视我国养殖业从不用豆粕到依赖豆粕的历史变迁,其背后既有养殖业快速发展的需求因素,也有复杂的国际影响因素。今后的任务就是,通过科技创新和产业创新,推动养殖业开源增料、提质增效。一是养殖方式提效,提高饲料转化率,推行饲料和养殖精准化发展方式,努力使养殖规模与资源环境适配;二是饲料资源开源,挖掘存量非粮饲料资源,加快农副资源提效加工利用,丰富饲料粮的替代资源供给;三是种养结构优化,优化饲草料结构和养殖品种结构,发展优质饲草生产和节粮型畜禽水产品种。唯有如此,才能推动养殖业加快转型,提高竞争力。

乔金亮



莫让国产水果“出洋相”

最近,不少原本物美价廉的国产水果在商家的策划下悄然变身,披上了各式“洋马甲”,贴上了一枚枚“洋标贴”,成了充满异域风情的“进口珍品”。从秋月梨到柑橘,从葡萄到芒果,“改头换面”后的水果价格飙升,引发人们广泛关注。同样的水果,换个包装,贴个标签,就从论斤卖变成论个卖,这种行为不仅欺诈、误导了消费者,还侵犯了消费者知情权。尽管监管部门已在发力,但水果产地造假仍屡禁不止。对此,应强化监管机构执法协同,常态化监管进口水果手续,加大对虚假广告和农产品标识违法行为的监管力度。电商平台也需承担商品信息审核责任,对假冒进口水果采取严厉措施并建立黑名单。还应建立消费者投诉快速反应机制,简化维权流程,降低投诉门槛,维护消费者权益。

(文/时锋 图/陶小莫)

网红打假岂能假打

网红打假食品安全事件在网上频频出现,其中不少事件未经调查迅速扩散引发热议,对消费者和商家形成冲击。对此,上海市消费者权益保护委员会发文提醒:应理性看待网红打假,消费者在面对食品安全舆情时,应多方求证,了解事件全貌和真相。

网红打假之所以能在短时间内激发巨大舆情,是消费者对食品安全的关切和互联网流量共同导致的。网红借助自身知名度打假,产生的影响较大,有助于督促经营者更注重服务与产品质量。

然而,有些网红为了博眼球赚流量,可能会故意夸大甚至虚构事实,扮演揭露者的角色。如果越来越多

以情绪和“伪科学”为主导的信息在网络上肆意传播,那么真正以食品安全知识为基础的信息空间就会受到挤压。这不仅会误导消费者,更会对经营者造成严重影响。“造谣一张嘴,辟谣跑断腿”,有的商家可能因为不实指控或是自证不及时,遭受经济损失和声誉损害。网红打假为流量而“假打”,虽一时流量汹涌,但也注定会被流量反噬。

网红打假需“真打”。一方面,网红揭露的问题要真。必须确保所揭露的问题真实存在,不能夸大或者编造,避免刻意误导和煽动消费者。只有严格遵循事实,打假行为才有正当基础。另一方面,网红打假的证据要真。打假过程中必须提

供真实、合法、有效的证据。一些网红在打假时,可能会使用虚假检测报告或非法的取证手段。这种行为为不仅无法证明其打假的真实性,还可能因违法取证而承担法律责任,证据真实才能够经得起法律和公众的检验。

网红打假更需“会打”。打假者应具备一定专业知识和鉴别能力。食品安全涉及多个复杂领域,如食品成分分析、生产过程监管等,因为缺乏专业知识而导致误判,形成的负面影响反而会带来“难以承受之重”。此外,激化矛盾、挑起对立绝非正当手段,推动问题解决才是目的,网红打假应当理性引导,避免引发不必要的恐慌和过激反应。

作为网络空间的重要舆论场,短视频平台应建立起健全的舆情引导机制。加强对打假视频内容的审核管理,对未经核实或存在明显夸大、捏造事实的信息,应及时限流或下架,防止引发不必要的风波。建立完善的举报投诉机制,畅通用户积极举报不实打假信息渠道,及时处置违规内容。消费者在面对网红打假时,也应多一分理性,多一些求证,积极通过官方渠道关注调查结果和发布信息。通过学习相关的食品安全知识,成为半个“打假人”,提高自身的辨别能力,用好维权手段,更好维护合法权益。

刘莉

面包越来越贵,溢价亟待解决

纵观当前烘焙消费市场,“面包刺客”愈发常见,面包的溢价现象愈发严重,对于日常消费来说,已经失去它原本的性价比。但与此同时,这一趋势没有被遏制,反而愈演愈烈。

品牌高溢价的背后是强有力的营销手段,让消费者不知不觉中为溢价买单。诸如“法式轻奢烘焙”“高颜值烘焙”等通过短视频平台和社交媒体广泛传播,营造出一种“文化价值”或“情绪价值”的错觉,让消费者无形之中愿意为其付出更多。据网易数研调查显示,四五线城市的面包价格都在不断靠近高端品牌,只有不到四分之一的面包价格低于10元。打卡

拍照、精心的营销策略、精美的包装和广告,已经完完全全扭曲了面包作为日常消费品该有的功能。面包不再是简单的充饥工具,而成了身份的象征和文化消费的符号,让消费者在误导中支付了本不该有的溢价。

看似更好的选择其实是与实际需求的脱节。市场上,越来越多的面包打着“无添加”“健康”的名号,标出了超出普通面包几倍的价格,即使它们在原料或者制作工序上有所不同,又是否真的值得我们支付这些所谓的附加价值,是否真的对我们的身体健康起到了显著的作用,我们的身体是否要做出“更好”选择的深深焦

虑中。事实上,这和奢侈品的消费套路类似,基于品牌形象和社会认同,而非真正的实际需求,让消费者出现购买焦虑,而是否更贵的价格就意味着更好的品质、更好的饮食健康,事实上并没有科学依据。

在面包消费中,我们也在悄悄地被“分类”。“轻奢烘焙”“高端烘焙”等让高价的烘焙品牌甚至成了一种“身份象征”,而作为普通消费者就被自动划入“低端消费群体”的范畴中,无法享受到高端的消费体验。但实际上品牌溢价并不会创造出更多的额外价值,却能借此将消费者进行划分,让消费者被迫接受被分类的事

实,甚至会影响消费者的认同感和归属感。

更透明公开的市场机制亟需实现,定价合理,竞争合理。企业应当公开讲述品牌价值与价格之间的关系,避免消费者盲目为其支付过高溢价。与此同时,消费者更应擦亮双眼,理性消费,了解营销具有一定误导性,不必盲目跟风。无论是面包市场,还是整个的消费市场,企业和消费者都应共同努力,才能保障市场公平健康合理的发展,避免消费主义的奢靡之风盛行,维护消费者权益。

史涵颖

《经济日报》

持续增强粮食应急保障能力

灾情就是命令,救灾分秒必争。北京时间1月7日9时5分,西藏日喀则市定日县发生6.8级地震。当日,粮食和物资储备系统闻令而动、雷厉风行,及时发挥粮食应急体系作用,加强粮源调度,做好地震灾区粮油保供工作,切实保障群众基本生活需要。

在重大突发事件发生情况下,粮油供应一定要快,确保灾区粮食供应不断档、不脱销,防止城乡居民恐慌性抢购导致粮食短缺风险。目前,我国已经构建起数量足、结构优、布局广、管理精、调运快的粮食应急保障体系。截至目前,全国粮食应急保障企业达6.8万家,粮食应急日加工能力超170万吨,可满足全国人民2天的消费需求,粮食应急保障能力得到稳步提升。

在应急配送能力方面,持续完善粮食应急物流网络,创新粮食应急物流配送方式,城市、社区、城际、农村配送的有效衔接,可以在最短时间内把粮食送到居民手中。针对“最后一公里”末端物流配送这个痛点难点,各地结合实际,积极探索,整合不同运力物流资源,构建粮食应急运输绿色通道,形成大通道不中断、服务网络不间断、城配一体化的应急保障一张网。骨干粮油企业、快递电商等承储单位推进集装单元化、智能投递设施、无人配送车(机)等“无接触式”物流设施建设和推广应用,外卖骑手、快递小哥可以实现点对点、门到门精准配送。

当前,国内重大灾害呈现多发频发态势,给粮食稳定供应带来诸多挑战。我国粮食应急保障体系韧性不断增强,经受住了雨雪冰冻灾害、汶川地震、暴雨洪涝灾害等一次又一次风险考验,但仍然存在应急预案体系不完善、演练不到位、保障资源布局不平衡、保障企业资源利用不充分等薄弱环节。应充分发挥监测、预警等前哨作用,坚持闻灾而备、闻令而动,不断提升粮食应急保障能力,高标准构

建粮食应急保障体系,确保关键时刻拿得出、调得快、用得上。

居安思危,有备无患。粮食应急预案的制定和实施,可以有效应对各种突发情况,及时采取措施确保粮食稳定供应,防止粮价大幅波动,有效维护社会稳定和民生福祉。目前,省、市、县三级粮食应急预案实现全覆盖,应加快推动《国家粮食应急预案》修订,构建起层级响应、小灾自救、大灾区域联动救助的粮食应急预案体系。有预案,还要定期组织开展粮食应急保障演练,在演练中发现问题,不断修改和完善应急预案体系,提升粮食应急快速反应和协同处置能力,确保应急状态下粮食供应安全。

粮食应急保障中心是应急条件下确保粮食安全的重要载体。近年来我国加快粮食应急保障中心建设,推动形成粮食储备、加工、配送、供应功能集成的区域、省、市、县粮食应急保障中心,有效衔接粮食产业链供应链上下游,确保区域粮食应急供应稳定高效。很多突发事件发生具有区域地域相邻、人缘相近、突发事件关联性强的特点,加强粮食应急管理区域合作非常重要。应加强区域粮食应急保障中心建设,跨省联动,充分调动和利用区域保障中心资源,实现多品类协同保障。针对应急保障企业资源利用不充分问题,应动态调整应急保障企业,管好用好粮食应急保障企业资源,充分调动企业参与粮食应急保供积极性,提升粮食应急储运、加工、配送、供应能力。

粮食应急保障能力的高低关系粮食安全和社会经济发展大局。树牢底线思维,加快构建多业化粮食储备体系,确保原粮储备充足、成品粮保障水平不断提高,夯实粮食应急保供的物质基础。加大粮食应急保障体系建设支持力度,不断健全粮食应急监测预警体系,完善应急响应、处置、恢复等政策,持续提高粮食应急保障能力,确保应急状态下粮食安全无虞。

数字化拓宽乡村特色产业空间

冯茹

中央农村工作会议提出,“千方百计推动农业增效益、农村增活力、农民增收入”。如何进一步提高农民综合效益和竞争力,有效拓宽农民增收渠道?未来,充分利用数字化技术发展乡村特色产业是一个有效办法。

乡村要振兴,特色产业是关键,如何因地制宜发展特色产业更是重中之重。一方面,乡村特色产业具有鲜明的地域特色,区位优势,乡村具有相同、相近的产业,有助于区域之间协调合作,统筹分配数字基础设施资源,避免重复建设和资源浪费。另一方面,以数字化手段突出乡村特色产业的地域特征,建立特色食品的品牌与服务,挖掘背后的品牌故事和文化,形成独特的品牌质量和市场定位,可以大大提升乡村特色产业的知名度和影响力。

也要看到,随着数字化、智能化技术高速发展,乡村特色产业也面临着一些挑战。譬如,相关产业数字化基础设施相对薄弱,特色种养数字化生产效率与特色食品电商化程度不高,特色手工业与特色文化数字化挖掘不足等。针对此,应从多方面改进。

推动乡村特色产业数字化基础设施建设与资源共享。加大农村整体网络环境投入,提升信号

覆盖率与稳定性。鼓励涉农企业围绕乡村特色产业进行数字基础设施领域的研发投入,开展联合攻关,突破核心技术和关键装备瓶颈,推动技术创新和产业升级,探索新技术下的信号覆盖方式。推动数字基础设施与资源在跨区域、跨行业的共享和应用,打破特色产业之间数据壁垒,释放数据价值,实现客户源、信息源共享共赢。

提升特色种养数字化生产效率与特色食品电商化程度。对于乡村特色种养,应提升其数字化生产效率与质量。建立农产品电子档案,利用大数据追溯其生产、运输等流程,提升特色种养的质量,打造特色农产品品牌。选择合适的电商平台,与网络主播、行业协会等不同层次主体建立合作关系,避免同质化、低价竞争。挖掘地域特色,将乡土土制品、酱制品、豆制品、腊味、民族特色奶制品等乡村特色食品销往全国各地。

加大乡村特色手工业与数字化挖掘力度。特色手工业产品可融入数字化设计制作与管理,实现产品生产过程智能化、标准化,提高特色手工业质量与经济效益。促进数字化技术与旅游、文创等相结合,提升乡村特色文化产业的价值,通过文创产品创作与开发的数字化,提高产业附加值。

(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