

粮食补贴应从“拆盲盒”变“明码标”

政策早知道,种地心不慌。粮食补贴政策已经成为农民种地的播种指南。一些种粮农户反映,现在一些粮食补贴政策就像“拆盲盒”,播种时不知政策风向,播种后才揭晓“隐藏款”。补贴政策的滞后性没有带来“拆盲盒”快感,反倒大大消减了补贴政策获得感。应优化粮食补贴政策流程,把“拆盲盒式补贴”变为“明码标价式补贴”,让农民拿着“政策清单”种地,真正享受到补贴政策好处。

粮食补贴政策是国家调控农业生产、保障粮食安全的重要工具。近年来,我国不断完善粮食生产支持体系,加大对粮食生产补贴力度,补贴名目繁多,为粮食安全提供坚实政策支撑。小麦、稻谷最低收购价政策实行20多年,为实现口粮绝对安全作出不可磨灭的贡献。为了提高大豆自给率,国家加大大豆种植补贴力度,大豆产量连续3年超过2000万吨。一些地方对流转土地达到一定规模的

农户提供奖励,对提供农业托管、机械化服务的主体提供补贴,推动农业适度规模化经营。一些地方对藜麦、荞麦等营养丰富的杂粮作物提供专项补贴,推动其规模化种植,丰富粮食供给种类,满足食物多样化消费需求。从目前来看,这些补贴政策在稳定粮食播种面积、提高粮食产量、调整优化种植结构、推动技术进步和农业可持续发展方面起到显著作用。

粮食补贴政策的滞后性已成普遍痛点。一些地方耕地地力保护补贴往往在春耕后公示;一些地方的小麦种植户直到麦苗返青才等到农机购置补贴细则;南方双季稻产区的农民更是戏称“早稻抽穗等政策,晚稻收割看文件”。有的农民只能靠猜。补贴政策的滞后性让本应成为生产指挥棒的政策变成事后发的“安慰奖”。一些农户因担心错过补贴而选择广种薄收,同一块地轮流试种不同粮食作物。不仅如此,农民在申请或

等待补贴时,可能面临政策信息模糊、发放标准不统一、到账时间随机等情况,如同“拆盲盒”般难以预知结果,这会影响农民生产决策,甚至影响农民种粮积极性。

破解“盲盒困局”,关键应建立粮食补贴政策预报机制。制定“政策日历”,每年秋收后发布次年政策框架,春耕前完善实施细则并加以公布,芒种后开展动态评估。任何一项政策都不可能做到一劳永逸,需要根据实际情况动态调整、不断优化,确保政策红利真正惠及广大农民。应掌握好补贴政策动态调整与刚性承诺平衡木,既要公布补贴基准价,又要保持政策弹性。补贴政策调整一定要给农民留出足够消化的时间。一些地方曾经发生补贴标准调整,农民连夜翻耕改种的问题,造成的损失需要整个生产周期消化。

数字技术正在重塑补贴政策传达方式。为了让政策更好地传递给

农民,各地充分利用数字技术发展契机,把信息高速公路修到了田间地头。有的搭建“政策超脑”系统,通过种植面积、气象数据等多个维度智能推送政策;有的地方开发“补贴区块链”平台,实现从文件下发到资金到账的全流程溯源,农民在手机端就可以实时追踪政策动态。这些政策导航工具的出现,让补贴政策真正从“墙头文件”变成“掌上指南”,有效破解政策传递“最后一公里”难题。

优化粮食补贴政策流程,不仅是简单的流程优化,更是粮食安全治理现代化的深刻变革。当补贴政策从“拆盲盒”变为“明码标”,当种粮农民从“猜政策”转为“用政策”,农业势必将迎来高质量发展的新图景。要努力让广大农民手持“政策日历”耕耘希望田野,把中国饭碗装得更满、端得更稳。

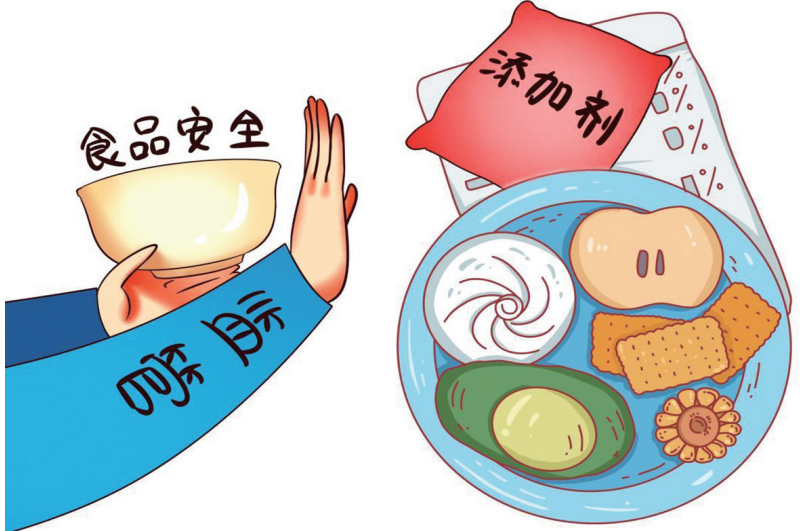
刘慧

落实食品添加剂新国标,守护“舌尖上的安全”

新版《食品安全国家标准 食品添加剂使用标准》(GB 2760—2024)于2月8日正式实施。新国标规定,落葵红、密蒙黄、酸枣色、海萝胶、偶氮甲酰胺等经过调查不再具有工艺必要性的食品添加剂品种,不得在各类食品中使用。罐头类食品中不得使用防腐剂,主要涉及乳酸链球菌素、山梨酸及其钾盐、稳定态二氧化氯等食品添加剂。面包、糕点以及焙烤食品馅料及表面用挂浆中不得使用防腐剂脱氢乙酸钠,且着色剂柠檬黄不再允许在蛋糕夹心上使用。

食品添加剂是指为改善食品品质和色、香、味,以及为防腐和加工工艺的需要而加入食品中的化学合成或者天然物质。近年来,随着国民食品安全意识的不断提高,天然食品、绿色食品备受青睐的同时,不少人对工业化食品产生了一定的排斥心理,其中最为突出的当数对食品添加剂的担忧。

其实,不必污名化食品添加剂。正确、适度地使用添加剂,能够改善食品的口感和外观、延长保质期,也能够降低企业生产成本。但也要看到,公众对食品添加剂的排斥并非无由而起。在目前的食品行业,不乏一



些企业为了追求私利,超剂量、超范围使用食品添加剂,或是使用不合法的食品添加剂。这种滥用给消费者的身体健康带来了威胁,也很大程度上败坏了行业口碑。

从这个角度看,实施的新国标,及时回应公众关切,进一步为食品生产经营划清了底线,推动食品行业朝着更加规范、透明、健康的方向发展,也有助于增强消费者对食品市场的信心。具体而言,新版标准修订了一些防腐剂、食品用香料、加工助剂的使用范围和限量,新增了一些甜味剂在相同食品类别中共同使用时的总量要求,相关规定涉及多类食品。对此,食品企业应当及时学习掌握、更新知识,加强内部管理,确保正确执行该标准。

好制度要想真落地,监管需要及时跟上。目前,多地已经发文提醒食品生产经营者,要按照新国标规定,主动开展产品配方、生产工艺以及包装标识等方面的对照自查,对不符合新国标要求的情形及时调整规范,确保合规生产经营。除了提醒之外,相关部门也要加大执法力度,对食品添加剂使用进行严格审批和管理,对滥用行为依法进行顶格处罚,切实维护市场秩序;更要深入实施“吹哨人”制度,激发企业内部人员和广大消费者参与监督的热情,进而及时发现和曝光“害群之马”,最大程度消除食品安全隐患。

“民以食为天”,食品添加剂的使用事关食品安全和国民健康。严格落实食品添加剂新国标,各地各部门要多措并举,从群众最关心、反映最强烈的食品领域入手,深入开展专项治理,防止超范围超限量使用食品添加剂。唯有遵循“最严谨的标准、最严格的监管、最严厉的处罚、最严肃的问责”,才能让新国标深入人心,保障人民群众“舌尖上的安全”。

潘泽印

高铁“小碗菜”既暖心又促消费

郑州开往上海的一班高铁列车餐车上,一份份“小碗菜”加热后装盘,送给车厢内订餐的旅客。小碗里面,是河南当地特色菜——驻马店确山板栗焖鸡。小碗菜是国铁集团郑州局郑州客运段推介中原美食、拒绝浪费的新尝试。从2024年8月起,信阳焖罐肉、开封素三鲜等4种特色菜首次推出。今年春运,小碗菜再次上新,增加至13道菜品,受到旅客广泛好评。

商丘滋补蒸羊肉、洛阳汤汤肉片、平顶山鲁山揽锅菜……高铁小碗菜让人们在飞驰的列车上也可享用地道美味。目前,小碗菜上线郑州局高铁餐车的比例占全部冷链餐食的

30%,每天销售一空,受欢迎程度可见一斑。

小碗菜何以获得青睐?分量灵活、丰俭由人,更好满足乘客多样化、差异化需求。“自从推出小碗菜,收取旅客用餐后的餐具时,明显发现剩饭菜减少了。”这是餐车服务员的直观感受。过去,固定的套餐,对部分老人、儿童来说,常常分量太多,容易造成剩菜。菜品搭配也不一定合乎每个人的口味,喜欢的菜吃不够、不喜欢的菜不愿吃的尴尬难以避免。小碗菜可供旅客自由组合搭配,精准匹配个性化需求,有助于从源头上减少浪费。

不仅如此,更精致可口的餐食,

也能让人们在旅途中多一分温馨。可口饭菜,饱的是胃,暖的是心。

如今,交通网络四通八达,人们对出行体验的评判标准,已逐渐从“通不通”转变为“好不好”。老幼病残孕等群体候车不便,便开辟重点旅客“绿色通道”;乘客想不被打扰、安静休息,便设置关闭各种外放声源的静音车厢;小朋友精力旺盛喜欢玩闹,便提供可看童书、做游戏的“遛娃舱”……近年来,越来越多切中痛点的“微创新”,正不断改善着人们的出行体验。

此前,“第一批回家的人已经被返乡高铁治愈了”话题登上网络热搜,人们畅所欲言,分享着自己的美

好出行经历。在春运这一特殊时间节点,汽车、火车、飞机等并不只是交通工具,更是游子与故乡之间情感连接的具象载体。在这个意义上,以无微不至的出行服务让更多人之旅途中感受到家一般的温馨,未尝不是一种温暖而真挚的人文关怀。让尽可能多的人感到被尊重、被重视,让细分群体的差异化需求得到关照,就能让春运更从容。

吃住行游购娱,具体的生活场景里,细节冷暖最为可知可感。多想一层、多做一步,更优质的服务定能为人们提供更多获得感。

华璐月

预制菜上百姓餐桌还需过几关

数据显示,今年预制菜销售额已突破200亿元,同比增长超过50%,可谓爆发式增长。据不完全统计,2025年共有23家预制菜相关企业推出了预制年夜饭大礼包,其中,预制菜企业9家,餐饮品牌14家。

充满争议的预制菜,为何能在今年春节销售火爆?主要原因是方便。预制菜分为半成品、成品,半成品已经经过初步的加工,仅需要简单的烹饪即可食用,而且配有烹饪指南,火候、调味相对容易掌握,口味相对稳定。成品则经过完整的加工,可直接食用或加热后食用。五分钟做好一盘小龙虾、十分钟出炉一份烤鱼,几道菜同时做,甚至只需要二十分钟就能搞定一桌大餐,大大减轻了年夜饭厨师的负担。

预制菜年夜饭的主要客群是“90后”“00后”的年轻人,这一群体更有意愿尝试新兴事物。随着社会分工的加深,越来越多年轻人不会做饭,许多人即使会做饭也只是弄个家常菜,大菜、硬菜能做的少。预制菜种类则丰富多了,更重要的是,品质相比于刚开始也有了不小的进步,给想在年夜饭上为家人做一桌大餐的年轻人提供了一个选择。

在看到预制菜优势的同时,也不能忽视消费者的种种顾虑。从网友讨论中可以看出,仍有不少人对预制菜持怀疑态度。最让消费者挂心的问题便是安全性、健康性,消费者普遍担心添加剂过量、食品不新鲜,食用预制菜会伤害健康。口味也是消费者担忧的一个重要方面,一些预制

菜品牌口味不错,但也有的口味一言难尽。此外,色泽不佳、实物与包装袋宣传图不符、淡化年味等问题,也让许多消费者不敢轻易尝试。

预制菜想被端上更多节日餐桌,赢得消费者信任,如今还需要加点火候。消费者对于预制菜的顾虑,要靠相关企业用长期的品质保证来打消。企业要加强研发,促进上下游企业和科研单位加强合作,增强优质原料保障能力。在调味、口感、保鲜上多下功夫,提升气调保鲜、品质调控、新型包装材料等关键技术创新研发水平,加快先进生产工艺装备应用,不断提高预制菜的品质和口味,让消费者吃到口味更多样、安全健康更有保障的预制菜。

市场秩序需要经营主体自觉主动维护,也需要相关部门加强监管。

要及时推进预制菜标准体系建设,加强生产许可管理,加大监督检查力度,督促食品生产经营企业按照预制菜原料辅料、加工工艺、贮藏运输等要求从事预制菜生产经营活动,让预制菜产业在群众的监督下发展。市场监管主体应定期开展专项整治行动,重点打击滥用食品添加剂等消费者集中担忧的问题。积极营造良好的产业发展环境,鼓励相关行业协会、产业联盟等加强行业诚信体系建设,推进预制菜品牌培育。还要大力推广餐饮环节使用预制菜明示,保障消费者的知情权和选择权。各方共同努力,让预制菜在阳光下制作,才能走上更多百姓餐桌。

仇莉娜

《人民日报》

国产大米何以高产又好吃

一日三餐,大米是常见的主食。有人或许留意到了,我国大米不仅高产,市场上好吃的新品种也越来越多。

不久前,中国水稻研究所发表在《自然》杂志上的一份研究印证了这一点,国产大米确实越来越好吃。2009年至2023年间,我国稻米的全国平均食味评分值从74.9分稳步提升至80.3分。

“稻米好不好吃”,对普通人而言,可能属于“萝卜白菜、各有所爱”的主观评价。但从科学研究的角度看,它有一整套的量化标准。早在2008年,我国更新的国家标准,就确立了稻米蒸煮食用品质感官评价方法,为科研工作提供了标准化依据。

中国水稻研究所的这一研究,系从每年全国数千份稻米样品中获取指标数据,进行研究发现,并从外观、气味、适口性、滋味和冷饭质地5个方面进行打分,形成了具有代表性的食味评分值,有力表明我国稻米品质在稳步提升。

舌尖上的幸福不断升级,一个重要基础是粮食产业的高质量发展。我国粮食产量长期处于历史高位,2024年,更是在连续9年稳定在1.3万亿斤以上的基础上,首次突破1.4万亿斤,创历史新高。温饱无虞,生活水平提高了,人们也期待提升产品质量和食用体验。

农产品食味品质变化是多种因素造成的,贯穿品种选育、生长、采收、贮藏、运输等整个生命周期。持续提升食味品质,需要着眼粮食生产各个环节,强化农业科技创新。

比如,在我国开展水稻育种初期,梗稻的食味品质明显优于籼

稻。近年来,通过遗传改良、种植环境监测等措施,籼稻的外观、香味、质地、滋味等均有显著改善,食味提升幅度大于梗稻。在生产技术效率相对较高的经济发达地区,籼稻的品质提升更为显著。从改良育种遗传到优化田间管理等,全链条的技术进步,造就了人们餐桌上碗碗香喷喷的大米饭。

需求侧看,从“吃得饱”到“吃得好”再到“吃得健康”,如今人们对饮食的追求在不断升级。这既是健康意识提升的表现,也是政策积极引导的结果。供给端看,抓产量、盯安全的同时,我们在推动农业绿色发展、提升食品营养健康方面着墨颇多。前不久印发的《国家全谷物行动计划(2024—2035年)》就提出,研发富含活性物质组分、食用感官品质与加工品质优良的全谷物原料新品种;鼓励农、食、医、农融合创新,加强全谷物全产业链协同创新科研攻关。从健康消费到优化供给,一个更高水平的正向循环正在加速形成,促使粮食行业从源头上更加注重品质。

一碗更好吃的大米饭,牵动着从田间到餐桌的全链条,也见证着提升农业农村发展质量的不懈努力。习近平总书记强调:“党和政府的一切工作,都是为了老百姓过上更加幸福的生活。”衣食住行,柴米油盐,直接关乎人民群众的获得感、幸福感、安全感。心怀大局,不弃微小,始终对群众冷暖抱有同理心,把改善民生作为工作的出发点和落脚点,定能一针一线绣出千家万户的好日子,一步一步实现国家发展的大目标。

盘活土特产提升乡村产业含金量

□徐斯

新春佳节,满含家乡味的“土特产”成为年货的主角。因独特的地理环境、气候条件、历史传统或生产工艺而享有盛名的“土特产”,已经成为提振乡村产业、促进农民增收、树立区域品牌、助力乡村全面振兴的有力载体和基石。中央农村工作会议强调,要推动乡村产业提质增效,做好“土特产”文章,培育新产业新业态,完善联农带农机制,促进农民增收。这为提高农业综合效益、发展乡村富民产业指明了方向。

近年来,各地依托当地特色资源,聚焦龙头企业培育、产业融合发展、农业品牌提升等方面采取了一系列举措,一批批“土特产”翻山越海走进大众视野,产业效应持续提升,农民增收稳步提高。一方面,农业生产“三品一标”提升行动成绩斐然,截至2024年11月底,全国绿色、有机、名特优新和地理标志农产品认定总数达到8.1万个。另一方面,农产品加工业效益有所改善,2024年,预计全国规模以上农产品加工企业营业收入超过18万亿元。赣南脐橙、花牛苹果、龙山辣椒、金溪蜜梨、长丰草莓……越来越多地方标志性土农产品进入市场并打响品牌。

土特产热卖有效促进了乡村产业发展,不仅增加了当地农民收入、促进了地方经济发展,而且对巩固脱贫成果、推进乡村振兴具有重要意义。我国幅员辽阔,气候、地形、地貌千差万别,动植物种类多,土特产资源十分丰富,开发潜力巨大。要不断挖掘“土”的资源、放大“特”的优势,提高“产”的效能,在差异化、品牌化、产业化等方面发力,持续做好“土特产”这篇大文章,不断提升乡村产业“含金量”。

因地制宜,深耕差异化。发展“土特产”,必须突出地域特色,体现当地风情、乡土文化,实现差异化发展,塑造竞争优势,避免盲目

模仿和同质化竞争。要知己知彼,充分盘点本地区的生态资源、产业资源、人才资源、文化资源等优势资源,将资源优势、生态优势转化为经济优势、发展优势。要科学发展,在摸清资源、市场情况的基础上,研究编制“土特产”发展规划,科学制定特色产业品种发展目标,避免一哄而上。此外,还要持续深耕产品,不断满足新需求、创造新供给,如利用生物技术改良作物品种,不断提高“土特产”产量和品质。

聚焦特色,推动品牌化。培育叫得响、卖得好的土特产,推动特色产业品牌化发展是关键。一方面,以标准引领提升产品品质,不断打造精品“土特产”。要加强特色产业全产业链标准体系的制定和推广,持续开展“三品一标”认证。标准化的“土特产”产品更受欢迎,复购率也明显更高。另一方面,加大宣传力度,不断提升产品的知名度和美誉度。要坚持“一品一策”制定品牌发展战略,充分整合新媒体、传统媒体资源,积极开展全方位、全天候的市场营销宣传活动,持续做好“土特产”宣传推介活动,让“土特产”出圈、破圈。

融合发展,加快产业化。通过产业融合延伸产业链,实现水平和垂直分工的全面发展,以“小特产”成就“大产业”。在生产加工方面,做深做细产业链。要加快构建“土特产”产业链上中下游协同发展机制,培育壮大一批特色农产品龙头企业,打造“土特产”精深加工产业链,致力于开发更多新产品。促进一二三产业融合发展,不断培育新业态,鼓励各地因地制宜以“土特产”种植(养殖)、加工逐步向“土特产+文创”“土特产+旅游”“土特产+展会”等新业态深度拓展,将产品优势转化为地域优势、产业优势,不断拓宽农民增收致富渠道。

(本报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