



拓展农产品消费新空间

□潘卓然

民以食为天。作为涉及千家万户的基础民生,农产品消费一头连着百姓生活,一头连着农业生产,是稳定农产品市场、促进农民增收的重要路径,也是推动产业链供应链升级、实现农业高质量发展的关键动力。

为进一步提振农产品消费,日前,农业农村部会同国家发展改革委、工业和信息化部、商务部等10部门联合印发《促进农产品消费实施方案》(以下简称《方案》),按照优化供给端、创新流通端、激活市场端的思路,提出9个方面23项具体举措,旨在顺应消费新趋势、新特点,从变化中培育增长点,拓展新空间。

优化供给端

当前,农产品消费更注重品质化、个性化,消费者对品牌农产品和新式饮品、功能性食品等加工产品的需求快速增长。这无疑对供给体系提出了更高要求。

顺应消费趋势,各地不断优化农业产业结构、产品结构、生产结构。“十四五”时期以来,全国新认证绿色、有机、名特优新和地理标志农产品3.6万个,认证数量较“十三五”时期末增加70%,涵盖米面油、肉蛋奶、果菜茶等品类,每年向社会提供绿色优质农产品实物总量超2亿吨,2024年绿色食品销售额超6000亿元,带动农产品生产向标准化、绿色化迈进。

农业农村部副部长江文胜说,为更好满足城乡居民的多样化消费需求,将从扩总量、促优质等方面大力发展绿色

优质农产品。

扩总量。加大绿色、有机、名特优新和地理标志农产品培育力度。绿色食品坚持精品定位,推行标准化生产。有机农产品立足各地生态资源优势,满足多元化消费需求。名特优新农产品重点挖掘产品营养品质特色,适应个性化消费需求。地理标志农产品重点加强产地追溯和特征品质保持。

促优质。不断完善绿色食品标准体系,大力推广应用绿色有机标准、生产操作规程、绿色防控、有机肥施用等技术,提高绿色优质农产品生产技术水平。率先从水果、牛肉等产品入手,探索建立品质评价和分级标准,推动产品分级上市。

食品是农产品加工的主要载体。不久前,工业和信息化部遴选发布了第一批重点培育的地方特色食品产业名单。工信部消费品工业司副司长李强介绍,工信部加强规划引领和要素支持,推动食品工业提质增效。举措包括,推动生物技术赋能食品工业,拓展农业发展空间,挖掘食用农产品资源,推进食品精深加工。“我们将重点围绕加快生物技术应用,打造特色食品产业集群,扩大食品消费三方面持续发力,提升食品工业供需适配性,促进农产品消费提质升级。”李强说。

创新流通端

农产品流通连接田间和餐桌,既是扩大消费的重要环节,也直接关系消费品质。例如,冷链跟不上,配送跟不上,就会限制生鲜农产品消费。从消费保障看,如今人们更加注重流通质效,产销协作。

“我国是农产品生产和消费大国,每年生鲜农产品消费规模高达10亿吨。”商务部流通发展司一级巡视员张祥说,建设畅通、安全、高效的农产品现代流通体系,不仅有利于降低流通损耗,提升农产品消费品质,还有利于拓宽农产品上行渠道,促进农民增收。

近年来,我国加快建设农产品流通体系。结合城乡商贸流通网络建设,支持农产品批发市场、菜市场、生鲜超市改造升级,补上冷链物流设施短板,降低流通损耗,更好满足南菜北运、西果东送等跨区域、远距离的调运需求。截至2024年底,支持建设各类农产品冷链设施近2000万立方米。

如今,生鲜农产品跨越山海,实现从产地到餐桌一路“鲜”,重要原因是冷链物流的支撑和保障。农业农村部市场与信息化司司长雷刘功介绍,“十四五”期间,农业农村部聚焦“最先一公里”,持续推进产地冷链物流网络建设,取得积极进展。加快补齐产地冷藏保鲜设施短板。实施中央财政冷链项目,支持家庭农场、农民合作社和农村集体经济组织建设产地冷藏保鲜设施,新增库容超过9800万立方米,比“十三五”时期末翻了一番。

《方案》提出,提升城乡消费设施水平。在产地,要完善农产品市场、冷链集配中心等现代流通网络;在销地,要支持菜市场、生鲜超市等标准化改造,提高便民服务水平。张祥说,有关部门将加快推动农产品供应链数字化、智能化、标准化转型,办好全国农产品产销大会,让更多优质农产品走出乡村、走向全国。

激活市场端

一手抓生产、一手抓销售,农民的市场意识越来越强。伴随各地持续推进农产品产销对接,越来越多的优质特色农产品摆上百姓餐桌。从城镇超市到乡村集市,米面粮油一应俱全、乳肉禽蛋令人目不暇接。人们进一步发现,如今农产品消费场景已不单单是传统市场,而是日益呈现多元化、融合化趋势。

《方案》提出,丰富农产品消费场景。结合“购在中国”活动,针对节假日消费市场,以丰收市集、农业嘉年华等形式,开展绿色优质农产品进商圈、进街区、进景区等主题活动,让城乡居民沉浸式体验丰收喜悦。结合“跟着赛事去旅行”“乐享精彩赛事寻味中华美食”等品牌活动,鼓励体育赛事配套举办本地“土特产”展示展销、乡村美食品鉴等活动,实现消费联动。

乡村休闲旅游是拓展消费新空间的热点。在很多乡村,农事研学、农创市集发展得有声有色,“村字号”文体活动和非遗体验人气高涨,成为市民亲近田园、体验农事、购买农创产品的重要途径。专家表示,要丰富休闲农业业态。推进农业与文、旅、体、教深度融合,发展科普研学、非遗与农创产品加工体验等新业态,带动更多农产品产地直销。同时,创新“村字号”文体活动,深入挖掘乡村资源,融入现代元素创新内容形式,力求办出特色;以文化体育赋能农旅融合发展,努力办出效益。

品牌农产品是农产品消费市场的宠儿。“现在消费者更愿意购买品牌农产品,因为品牌是质量的保证,是信誉的凝



结,具有重要的消费引领作用。”江文胜说,近年来,农业农村部持续推进农业品牌建设,一批具有较强竞争力、影响力、带动力的区域公用品牌、企业品牌和产品品牌脱颖而出,成为增强消费信心、带动农民增收、引领供需结构升级、推进农业高质量发展的重要动力。

《方案》提出,强化品牌引领,增强消费信心。支持各地构建农产品营销服务体系,强化营销服务职能,整合农业展会、产销对接、营销促销、品牌推介等资源,运用数字化技术手段,加强消费市场研究,推动渠道优化升级。加大品牌主体培训力度,提升营销技术、模式、业态

和场景创新能力,做好多渠道、跨渠道营销。

营养健康消费是农产品消费的“底色”。雷刘功说,我国居民碳水化合物、脂肪、蛋白质等营养元素的摄入量总量已经基本达标,但是营养不均衡、不充分的情况还较为普遍,如大豆及豆制品、牛奶及乳制品等优质蛋白摄入不足。据介绍,《方案》有针对性地提出提升营养健康公共服务,强化健康消费宣传引导,特别针对学生、老人等特定人群作出部署安排。农业农村部将会同有关部门,组织专题科普宣传,促进营养健康消费。

中央财政下达农业防灾减灾和水利救灾资金10.15亿元

□申铨

记者5日从财政部了解到,财政部近日会同农业农村部、水利部下达中央财政

农业防灾减灾和水利救灾资金10.15亿元,支持受灾地区积极应对洪涝、干旱等灾害影响,加快恢复农业生产。

具体来看,此次下达的资金,一是

支持北京、河北、内蒙古、广东等地做好洪涝灾后救灾工作,重点对农作物改种补种、农田积水抢排、农牧渔业生产设施及水利工程设施修复等救灾措施给

予适当补助;二是支持山东、河南、湖北等地做好干旱救灾工作,重点对增肥保苗、灌水补墒、调水运水、增打井机等救灾措施给予适当补助。

农业防灾减灾救灾指南发布 主产区多措并举保秋粮丰收

秋粮占全年粮食产量七成以上,主要包括水稻、玉米、大豆,分布在东北、黄淮海、长江中下游、西南地区等地的13个粮食主产区。在秋粮处于产量形成的关键期,近日,农业农村部分区域分灾种分作物制定34条防灾减灾救灾措施,全力以赴赴保秋粮安全。

入汛以来,我国气象条件总体偏差,华东、华北等地持续遭遇强降雨,黄淮海等地持续高温干旱,农业灾害呈现“南北涝中间旱”特点,秋粮生产面临较大旱涝灾害叠加的风险挑战。

“中原粮仓”河南省为例,7月以来,河南省被持续高温笼罩,平均气温创下64年来新高,全省41%的气象监测站点出现重度以上气象干旱。旱情主

要分布在豫南和豫东地区的驻马店、周口、南阳等地,农作物受旱面积达176万亩。

河南省农业农村厅相关负责人表示,为应对干旱造成的不利影响,自7月初以来,已累计浇灌1.24亿亩次,受旱地普遍浇灌2—4遍,有效遏制了旱情的蔓延,保持了秋作物生产大局稳定。

“针对当前旱情,河南省财政紧急下拨2000万元抗旱资金,现金预拨中央1亿元‘一喷多促’资金,下达6330万元抗旱资金,支持重点地区抗旱保秋。”上述负责人说,同时,派出18个省级秋粮专家组和9个抗旱保秋指导组,深入生产一线,指导群众科学抗旱。

中国气象局气象分析师沈雨阳介绍,本周末期河南的高温天气会迎来转折,高温会随着降雨的增多得到缓解,有利于改善土壤墒情,减轻秋粮作物受旱压力。

从全国层面看,我国13个主产区粮食作物总产量占全国总产量80%以上,是粮食保供的重头大头。为应对秋粮生产面临的较大旱涝灾害叠加风险挑战,农业农村部近日印发《农业防灾减灾救灾保秋粮丰收工作方案》,分区域分灾种分作物共制定34条防灾减灾救灾措施,要求各地努力做到防在灾前、抗在第一时,救在第一线,力争重灾区少减产、轻灾区保稳产、无灾区多增产,千方百计夺取秋粮和全年粮食丰

收。当前距秋粮大面积收获还有2个月,农业农村部近日召开防汛抗旱救灾工作调度视频会,对农业防灾减灾救灾工作进行再部署再安排。

农业农村部相关负责人表示,要压紧压实各级责任,督促指导地方落实粮食安全党政同责要求,紧盯抗灾关键时段,切实把农业防汛抗旱救灾的责任落实到市、县、乡、村,任务落实到具体农户、具体田块,抓实抓细农业防灾、减灾、救灾各项工作,全力以赴抗早防汛救灾保秋粮丰收,为保障国家粮食安全、促进经济社会高质量发展提供强有力的基础支撑。

(人民网)

三农时评

乡村主理人 不仅仅是表达者

□李丹迪

近年来,“主理人”这个词一路从潮牌蔓延到田野之间,乡村主理人成了不少人眼中的新身份、新职业、新希望。过去,农业更依赖传统直销,如今,内容叙事成为连接市场与消费者的重要方式;乡村创业也从单一营销进入品牌表达的新阶段。推动这一转变的群体之一,就有那些自带审美、自带表达力、自带关注度的乡村主理人,他们通过个人专长,帮助挖掘、放大乡村品牌价值,为乡村发展带来不少喜人改变。最近,经由媒体报道,不少人关注起这个群体,引发了笔者的思考。

乡村主理人是谁?他们可能是从城市回流的返乡创客,可能是从美院毕业的插画师,也可能是做内容出身的自媒体博主。他们进村、驻村或“驻村”,选品、设计、讲故事,打造独具特色的产品IP,推动农产品的品牌化。他们一边搭建供应链,一边搭建创业主体概念,用“生活方式+审美包装+情绪共鸣”重写乡村叙事。

长期以来,乡村产品缺的不仅是渠道,更是表达。乡村主理人的出现,让那些原本藏在深闺的农产品价值被更多人看到,让本身活跃在地方的农业品牌增加了辨识度 and 知名度。除此以外,有些主理人帮助激活了农产品潜在的文化价值和情感温度,让更多人对于乡村有了新的认知,借此看到乡村产品的多样性。在社交媒体上,笔者注意到有主理人把鸡蛋装进木盒、在茶叶上写诗文案,有人设计田园体验路线、推出亲子耕读课程,也有人将乡村生活打造为一种别有意味的生活方式,激发不少城市消费者的好奇心与探索欲。

然而,我们也发现,一些地方出现“主理”变成“表演”的情况。一些主理项目看似内容丰富、故事动人,实则是“贴牌+高溢价+重包装”的营销套路,既无产地溯源,也无供应链能力,更谈不上长期发展。因此,在欢迎主理人返乡的同时,还应追问的是,什么样的主理人才是乡村需要的?

在乡村新业态不断涌现、城乡资源加速整合的背景下,我们需要的主理人是那些有乡土情怀的创业者,是有能力将产品说清楚、卖出去的推介者,是能够嫁接小乡村与大市场的连接者。

如果说前几年乡村主理人更像是单纯的营销者,那么今天,它更应该被理解为一个全链条的统筹者。在农业这个行业里,“主理”不能只是策划、拍摄和直播,也需要深度理解乡村、产业和农民的现实。

一位乡村主理人,应帮助乡村讲好产品故事,树立品牌表达。乡村品牌背后有一二三产的融合,有产品从田间地头到餐桌的制作链条,将品牌故事讲好,能帮助传递乡村的真善美,让人感受到乡村产品的独特价值。这就要求主理人不仅要懂产品,更要懂乡村、懂产业、懂农民。他们要主理产品质量,从选品、打样、品控到定价,不是一味包装溢价,而是站在消费者角度展现农产品的真实价值。要主理供应链建设,包括物流、仓储、订单管理,提升效率,减少损耗。还要主理信任搭建,让消费者知道他们买到的农产品是谁种的、在哪里种的、怎么种的。这不仅是合规的需要,更是品牌立足的根本。

当然,这不是说让主理人事事亲力亲为。关键在于他们是否愿意从表达者走向连接者的角色,是不是能发挥个人才能,做好统筹工作。这意味着,主理人要具备一定的产业知识、资源协调能力和长期主义心态,带领团队把品牌做好,把产业做长久。

更重要的是,一个优秀的乡村主理人应学会向下扎根,不仅要会讲故事讲好,更要把价值留在当地,推动集体共创。这就需要他们主理好地地关系,与当地农户、合作社形成稳定、长期、互利的合作机制。把更多的资源、更亟须的能力引入农村,推动当地产业发展,带动农民增收致富。

可喜的是,一些有经验的乡村主理人已经开始这样做。比如,在福建省三明市忠山村,乡村主理人推动农文旅融合,引入青年人才,帮助村里打造集体品牌,发展乡村产业;在云南省昆明市雁塔村,主理人通过运营村集体公司、电商带货和制度设计,带村民卖红糖、开小店……这些探索,正是主理人与乡村“双向奔赴”的鲜活样本。

未来的乡村,需要这样一批主理人:他们或许不“潮”,但他们踏实;他们或许不“红”,但他们能干;他们肩负责任,脚踏土地,值得农民的期待和社会点赞。

规范农药标签标注 强化农药使用安全

——农业农村部种植业管理司(农药管理司)、法规司负责人就农业农村部第925号公告答记者问

□李丽颖

近日,农业农村部发布第925号公告,就农药标签和说明书标注有关事项进一步提出要求。农业农村部种植业管理司(农药管理司)、法规司负责人接受媒体记者采访,就第925号公告有关内容进行了解读。

问:请介绍一下发布第925号公告的有关考虑?

答:2017年《农药标签和说明书管理办法》颁布实施以来,在保障农药产品质量、保证农药使用安全等方面发挥了重要作用。经过多年发展,农业生产方式、农药经营业态、农药使用技术等发生一些新情况新变化,特别是出现农药产品所用原药追溯难、同一产品使用不同的商标销售等新问题,不利于保障农药质量,不利于维护公平竞争的市场秩序,不利于保障广大人民群众的合法权益。

问:如何理解农药制剂产品标注原药(母药)来源信息?

答:农药制剂产品由原药(母药)加工而成。在农药制剂产品标签上标注原药(母药)来源信息,并由制剂产品登记证持有人对信息的真实性负责,有助于确保制剂产品质量。根据第925号公告要求,原药(母药)来源信息包括原药(母药)的登记证号和生产企业名称,其中进口原药(母药)来源信息指登

记证号和持有人信息,上述信息可以直接印制在标签上,也可在可追溯电子信息码中体现。加工不同批次制剂使用不同原药(母药)的,应分别对应标注。

需要指出的是,因技术、安全等原因豁免原药(母药)登记,且企业取得的生产许可符合有关规定的,农药制剂产品可不标注原药(母药)信息。

问:如何理解同一登记证号的农药产品应当标注同样的商标?

答:农药产品取消商品名称后,商标实际上起着商品名称的作用,农民群众通常以商标来辨别、选择农药产品。实践中,一些同一登记证号的农药产品在市场销售时标注不同商标,让农民误认为是不同农药产品,造成农民选药难、重复用药等,干扰了农药市场秩序,影响了产业健康发展,不利于农药质量监管,也给农业生产安全和农产品质量安全带来隐患。为落实全国统一大市场建设要求,第925号公告规定,同一登记证号的农药产品应当标注同样的商标,以确保全国范围内销售产品使用商标的一致性。具体而言,在符合《农药标签和说明书管理办法》第三十一条规定的前提下,同一登记证号的农药产品可以根据实际需要标注一个或多个商标,但必须保持市场销售的同一登记证号的农药产品标注商标的一致性。

农业农村部将在农药管理信息平

台“核准标签查询窗口”开通产品商标信息填报专栏,农药登记证持有人应当通过该专栏如实、及时填报农药标签标注商标及变更信息。

问:为何委托加工、分装的产品不得标注受托人的商标?

答:委托是受托人以委托人名义开展受托活动,并由委托人承担相应法律后果的行为。《农药管理条例》第十九条规定,委托加工、分装农药的,委托人应当取得相应的农药登记证,并对委托加工、分装的农药质量负责;第四十七条规定,禁止转让、出租、出借农药登记证。实践中,一些企业以委托加工、分装之名行出租、出借农药登记证之实,在委托加工、分装的农药产品标注时受托人商标,不仅违背委托法律关系的的基本原则,也会误导农民群众。针对上述问题,公告明确委托加工、分装的产品不得标注受托人的商标,有助于进一步规范农药市场秩序,保障农民群众知情权、选择权等权益。

问:用于耐除草剂作物的农药产品标签标注有何特殊要求?

答:目前农业生产中耐除草剂作物,主要分为转基因和非转基因两类,用于这两类作物的农药产品均应按照第925号公告进行标注。用于耐除草剂非转基因作物的,按照作物品种标注;用于耐除草剂转基因作物的,按照转化体标注。其中,用于耐除草剂转基

因作物的农药产品标签,还应符合农业农村部第542号公告关于标签内容、安全防护、使用技术等方面的要求。

问:农药产品标注指定助剂应当标注助剂的哪些信息?

答:为保证安全性、稳定性,部分农药产品使用时需添加指定助剂。按照《农药登记管理办法》规定,此类产品在农药登记时,应当提交含有相应助剂的农药登记试验资料。与登记资料衔接,农药产品上也应标注指定助剂的名称、主要成分等信息。

问:农药产品标注不符合第925号公告规定,应该如何处理?

答:根据《农药管理条例》第二十二条、第二十三条的规定,农药标签和说明书应当符合农业农村部有关规定,不得标注虚假信息、误导性内容。根据《农药管理条例》第五十三条、第五十七条的规定,生产、采购、销售的农药包装、标签、说明书不符合规定的,由县级以上地方农业农村部门责令改正,没收违法所得和违法所得,处违法所得一倍以上三倍以下的罚款;拒不改正或者情节严重的,由发证机关吊销农药生产、经营许可证和相应的农药登记证。本公告实施后,农药产品标签和说明书不符合公告规定的,按照《农药管理条例》有关规定依法查处。需要说明的是,2026年1月1日前生产的农药产品标签和说明书与本公告不符的,在产品有效期内可继续使用。