

用心做好粮食安全民生答卷

民以食为天。米袋子、菜篮子,看似寻常,却承载着千家万户最基本的民生关切。今年是“十四五”规划收官之年,粮食安全面临极端天气频发、粮价低位运行、消费需求分化、食品安全期待提升等多重挑战。如何实现生产稳、价格优、流通畅、品质好的发展目标,构建更加稳健的粮食安全保障体系,是我们必须交出的一份沉甸甸的民生答卷。

粮食丰收是民生保障的重要基础。今年我国干旱、洪涝灾害等极端天气偏多,农业灾害呈现“南北涝中间旱”,给粮食丰收带来不利影响。夏粮因局部地区干旱严重略有减产,经过奋力抗灾,实现稳产丰收。当前正值秋粮产量形成的关键期,华东华北等地持续遭遇强降雨,黄淮等地持续高温干旱,秋粮丰收仍需攻坚克难。有关部门出台精准防灾减灾措施,力争重灾区少减产、轻灾区保稳产、无灾区多增产。中央财政紧急拨付下达10.15亿元资金,支持北京、河北、山东、河南等受灾地区恢复农业

生产。各地开足马力排水抗旱,有效降低了灾害影响。只有打赢这场秋粮保卫战,才能实现全年粮食生产的目标任务。

粮价大幅波动会对市场稳定和民生保障造成显著影响。今年小麦、稻谷价格持续走低,影响农民种粮积极性,可能会影响粮食长期供给。国家及时启动小麦、早籼稻最低收购价收购,避免“谷贱伤农”。截至目前,中储粮已在河南、安徽、河北、江苏和山东5省启动小麦最低收购价收购,在江西启动早籼稻最低收购价收购,确保农民种粮不亏本。在全国全面推广三大粮食作物完全成本保险和种植收入保险,支持种粮农民“愿保尽保”,尽可能规避了价格波动风险。各地鼓励粮食加工企业与农户签订长期订单,既能保障农民基本收益,又通过优质优价机制满足消费升级需求,形成产销共赢良性循环。

粮食种得好、卖得好,最终目标是满足人民日益增长的美好生活需

要。现在粮油消费正迈向“吃得饱”向“吃得好”“吃得营养健康”新阶段,市场呈现鲜明的“金字塔”结构,中高端粮油产品消费快速增长,有机大米价格比普通大米高几倍甚至十几倍,但复购率很高,优质粮油产品供不应求,折射出消费升级的强劲动力。粮油是果腹之物,更承载着健康追求,年轻父母为宝宝选择有机胚芽米,健身达人青睐高蛋白藜麦,老年人偏好低糖杂粮粉,每个消费群体都在寻找属于自己的“粮食密码”。粮食消费还承载着文化传承功能,五常大米、沁州黄小米等地理标志产品,以品牌故事唤醒农耕文化记忆,实现经济价值与文化传承的双赢。应持续推进粮食产业高质量发展,创新供给与消费场景,加强产销协同,更好满足人民多元化、品质化、个性化消费需求。

消费者不仅关心吃得饱,更关心吃的产品是否安全。粮食从农田到餐桌历经生产、收购、仓储、加工、销售等多环节,每个环节都可能存

在质量隐患,如重金属污染、农药残留、违规违法使用添加剂、掺假使假、以次充好等等。应严格源头管控,在重金属污染风险区,推广低镉水稻品种,加强土壤修复。完善粮食全产业链标准体系,强化技术支撑;初步建立了国家、省、市、县四级联动粮食质量安全检验监测体系,提高粮食质量检验监测水平;运用大数据和区块链技术建立质量追溯体系,为粮食赋予“数字身份证”,消费者扫码即可查询全流程信息。加强监管力度,严厉打击违法违规行为,确保粮食质量安全透明可控,让消费者买得放心、吃得安心。

这张民生答卷没有完成时,只有进行时。我们要以“时时放心不下”的责任感,“事事紧抓不放”的担当精神,用心用情用力作答。唯有如此,才能把中国饭碗端得更牢更稳,不仅要盛满更多中国粮,更要盛满老百姓的获得感、幸福感、安全感。

刘慧

莫将惠民政策用作涨价借口

近日,从发放育儿补贴到逐步推行免费学前教育,多项政策红利不但减轻了家庭育儿负担,更暖了人心。但一些商家却趁机耍起小聪明,暗自提高产品价格。大量家长在社交平台反映,近期网购的奶粉、纸尿裤和辅食等母婴产品价格较之前上浮十几元到几十元不等,导致部分补贴金额实质上被抵消。降低生育成本、提振消费意愿的切实举措,不能成为某些商家谋利的风口。一方面,要密切关注母婴产品价格动态,建立健全价格监测机制,对异常涨价行为及时进行调查和干预。另一方面,应进一步规范母婴行业的价格体系,加强对线上线下销售渠道的管理,促进价格透明化,减少价格乱象。

(文/时锋 图/王琪)

Sound

Speech

有话要说

网络食品责任要压实再压实

市场监管总局近日组织起草了《网络食品交易第三方平台和入网食品销售企业落实食品安全主体责任监督管理规定(征求意见稿)》(以下简称《征求意见稿》),向社会公开征求意见。(8月12日新华社)

当“手机点一点,美食送上门”成为越来越多人日常生活不可或缺的一部分,网络食品交易的安全问题也日益牵动人心。网络食品交易作为新兴业态,其交易主体多、链条长,安全监管难度大,《征求意见稿》既瞄准民生痛点,为网络食品安全筑起防火墙;又抓住监管重点,压实了平台企业和入网销售企业的责任。尤其是平台,在食品安全监管中至关重要,作为连接商家与消费者的枢纽,既是规则制定者,也是秩序维护者,更是第一道“守门人”。管住了平台,就相当于管住了网络食品安全的总闸门。

现实中,因为责任界定模糊不清,有的平台对入驻商家资质审核睁一只眼闭一只眼,导致“三无”店铺混迹其中;有的对商家公示信息不加辨别,让无真实地址的“幽灵外卖”大行其道;有的对消费者投诉敷衍塞责,在管理监督上不作为……这些乱象背后,是平台责任意识的缺失。《征求意见稿》明确要求,平台要配备食品安全总监和食品安全员等管理人员,建立“日管控、周排查、月调度”机制,定期核验商家资质,及时处置食品安全问题……这些举措从各个维度强化平台责任,倒逼平台主动担责,有利于更好地防范网络食品安全风险隐患。

压实平台责任,绝不是给企业添负担,而是为行业发展筑根基。不可否认,严格的管理或许会增加平台运营成本,但换个角度看,一个规范有

序的平台更值得消费者依赖。3月14日,中国消费者协会发布的2025年度“共筑满意消费”消费维权年主题调查报告指出,公众不太放心的消费类别中,食品类和直播营销类服务分列商品和服务类榜首。这个调查结果充分反映了公众的担心,也提醒相关方,治理网络食品交易乱象刻不容缓。消费者选择网络订餐或网购食品,图的就是便捷。若在便捷之外还有质量保障——平台能通过严格审核筛选出优质商家,通过透明公开让食品来源可追溯,通过快速响应解决消费纠纷,自然会赢得口碑和流量。反之,若平台只顾短期利益纵容问题商家,最终受损的必将是整个行业。

制度的生命力在于执行。《征求意见稿》目前处于公开征求意见阶段,这也是一个凝聚共识、完善细节

的过程。比如,如何界定食品安全员有“相应能力”?“日管控、周排查、月调度”记录如何确保真实有效?对履责不力的平台,除了罚款是否还应建立更严厉的市场退出机制?这些都需要在后续立法中进一步细化。同时,随着包括AI在内的新技术不断涌现,平台经济会不断产生当前监管没有覆盖的新模式、新问题、新情况,因此,监管方式也需与时俱进,不断创新。

食品安全大于天,网络食品交易的健康发展,离不开平台、商家、监管部门和消费者的共同参与,但平台最为关键。只有把平台的责任压实了,把管理的链条扣紧了,网络食品安全这桌“民生大餐”才能吃得放心、安心。

谭敏

Speak

一家之言

盒马给零售业上了一课

现代商业社会,开业或倒闭是再正常不过的事。不过,近期盒马关闭全部会员店的消息还是引发了市场的广泛关注。事件本身虽已淡去,但它留给我们的思考仍在发酵——未来中国的零售业到底该怎么走?

零售业市场竞争历来激烈,盒马会员店选择主动退场,背后的原因并不复杂。说白了,就是断臂止损“收一收”,把有限的资源和精力放到更赚钱的地方。从5年前高调入场到如今黯然告别,我们更愿意认为这是中国零售业本土会员制的一次商业实验,它折射出消费市场生态的深刻变革,也给困扰中的中国零售业上了一课。

与山姆等老牌会员店相比,盒马进军会员店并非没有优势,特别是借助线上线下一体化的快速配送体系,也曾有过一段高光时刻。与此同时,

超大面积仓储建设、重资产投入以及长达10年左右的回本周期,还是成为盒马会员店难以承受的市场之重。零售业竞争从来不只是价格上的竞争,其背后涉及成本控制、供应链管理等方面面,甚至与消费者的情绪价值也密切相关。这一点,我们每个消费者都有切身体会。此前市场分析认为,盒马将会员费定在与山姆持平的258元,但现实消费中未能构建与之匹配的价值体系,有消费者竟发现同款商品价格在会员店反高出15%。这种价值倒挂暴露出本土零售企业最致命的软肋:将会员制简单理解为收费门槛而非服务体系,而后者才是会员店核心市场竞争力所在。

需要指出的是,盒马会员店的退场,不应简单解读为会员制在中国消费市场的失败,恰恰相反,这是零售企业应时而变的一次理性商业修

正。事实上,盒马在关闭会员店的同时,持续发力“盒马鲜生+盒马NB”双线战略,“轻资产+小型化门店”策略,叠加本土人性化服务,让盒马这些新业态展现出令人刮目相看的市场活力。

从零售业发展历程看,盒马会员店退出市场,可能是近年来最耐人寻味的商业案例之一。它给所有从业者带来了一个提醒:在中国这个全球最复杂的消费市场里,任何商业模式或业态的移植都必须扎根在本土之上,在尊重商业规律的同时,重构符合当地消费市场的人、货、场三方关系,唯此方能获得持久的市场席位。

这让人不禁联想到中国零售业的另外两个样本:耳熟能详的胖东来和陷入销售困境的传统家超卖场。它们都扎根于本土市场,之所以前者收获了美誉无数、后者却屡陷困圈,

原因可能有很多条,但有一点必须看到:新旧业态之间并非简单的替代关系,零售业变革本质上是消费需求变化驱动的流通革命。无论是传统业态还是新业态,唯有持续创新、精准满足消费者需求,才能在变革中赢得发展空间。

我国超大规模市场优势决定了这里的消费市场足够大,大到完全可以容纳各种业态的进入。问题在于,未来的中国零售业该如何选择?盒马、胖东来们或许都给不出标准答案,但零售业市场的高质量发展,根本还在于精细化的运营和更高效的供应链支撑。真正赢得市场的,不是对规模的盲目追求,而是要理性回归零售业的本质,以更加务实、更具性价比的商品与服务重构市场竞争力。

顾阳

媒体声音

《经济日报》

发力“地、种、技、人”提升粮食产能

国家统计局日前公布的数据显示,2025年,夏粮产量达2994.8亿斤,亩产为375.6公斤,与上年基本持平。在播种面积基本稳定的背景下,单产“稳”的态势持续巩固。当前,随着种业振兴行动深入推进、高标准农田建设提速增效及农机农艺融合技术广泛应用,攻坚粮食作物大面积单产提升的政策支撑力、科技驱动力、主体行动力协同增强,为实现单产稳步提升目标奠定了坚实基础。

近年来,我国粮食作物大面积单产提升取得阶段性成效,集中体现为高产技术集成应用效能显著增强、生产要素配置效率持续提高、经营主体收益稳步增长及区域增产典型模式不断涌现。数据显示,2020年至2024年,玉米、稻谷、小麦三大主粮平均亩产由421公斤、470公斤、383公斤分别提升至439公斤、477公斤、396公斤;2024年粮食单产提升对总产增长的贡献率超过80%。实践中,多地探索形成一批典型做法。例如,陕西凤翔构建“滴灌带+移动式淋灌机”双轨灌溉系统,融合无人机植保技术,实现小麦全生育期水肥药一体化动态管理,在极端干旱条件下仍创下小麦亩产865公斤的纪录。又如,北大荒集团紧扣“科技加持”发力点,构建了“科技园区——示范带——大田生产”三级联动农技推广体系。

我国粮食作物大面积单产提升仍具有可观潜力,不过在实践中仍面临多重制约:农业高产技术与大田生产实践间的“产研鸿沟”,使良种良技不易充分转化为生产力;以小农户为主的分散经营模式同现代农业规模化、标准化要求形成结构性矛盾,限制了先进农机农艺系统性应用,也削弱了农业抵御自然风险与市场风险的能力。针对此,须坚持“地、种、技、人”协同发力。

在“地”的层面,根本任务是夯

实粮食产能持续提升的资源根基。以高标准农田建设为战略抓手,统筹推进“田、土、水、路、林、电、技、管”全要素深度融合与协同改造。通过优化区域水资源配置及灌排工程,增强抗旱防涝韧性;实施土壤改良和培肥工程,遏制耕地退化趋势;提升土壤健康水平;同步完善田间道路网络与输配电基础设施,为现代化农机装备规模化高效作业提供支撑,全面提升耕地质量和农业基础设施的现代化承载能力。

在“种”的层面,关键是为单产提升注入决定性“芯片潜能”。以种业振兴行动为战略牵引,聚焦前沿生物育种技术研发与产业化应用,构建市场导向、企业主导、产学研协同的育种创新体系。重点突破基因编辑、全基因组选择等关键技术,加快培育自主可控的高产、优质、多抗、广适应新品种。健全良种繁育与推广机制,加速品种优势向现实产能转化。

在“技”的层面,重在推动农机农艺全周期深度融合。紧扣区域生产实际和作物生长规律,系统推广覆盖“耕、种、管、收”全流程的精细化、标准化技术方案。有机整合精准播种、动态水肥管理、绿色防控与减损收获等关键环节,构建“良种+良法+良机”高效协同闭环,实现良种遗传潜力释放、良法精准实施与良机高效作业的高效衔接。

在“人”的层面,主要是为“地、种、技”等现代生产要素的有效集成与规模化应用提供组织保障。加快培育家庭农场、合作社、龙头企业等新型农业经营主体,构建覆盖全产业链的高效农业社会化服务体系,强化对小农户的组织引领与服务支撑。通过多元化组织创新重塑农业生产方式,推动小农户和现代农业发展有机衔接,打通技术采纳、要素配置和规模效益不足等堵点,激发亿万农民的增产潜力。

坊间杂议

引骑手之力共保舌尖安全

唐一路

近年来,有外卖小哥通过在抖音、微博、小红书等社交平台上传小视频,曝光一些外卖店的脏乱差现象,或在送餐时当面告诉食客需要“避雷”或可以“种草”的店家,成为保障市民舌尖安全的一方力量。日前,上海市静安区市场监督管理局将外卖骑手纳入食品安全基层治理体系,探索出一条“自治、共治、慧治”的创新路径。

让骑手参与舌尖安全保障,巧妙激活了流动于城市中的基层力量,为破解网络餐饮虚拟性、地域性带来的监管难题提供了方案,成为食品安全治理转型升级的区域实践。

引入新的治理力量,是完善食品监管的重要突破,亦是対“人人皆为食品安全守护者”治理生态的打造。骑手作为城市的“移动探头”,拥有参与食品安全治理监督的特殊价值——他们每日穿梭于餐饮门店之间,处于食品安全监督的前哨。骑手举报无证经营、地址不符等行为被纳入监管闭环,有效填补了监管空白。这一举措将市场活动的参与者转化为治理的一分子,对分散的社会力量进行了制度化动员,助力监管触角延伸至传统方式难以覆盖的隐秘角落。

激励机制的创新,是撬动共治热情的支点,“物质+精神”奖励双管齐下,可持续提升骑手参与治理的热情。在静安,参与食品安全治理的骑手可用积分兑换报酬、餐券等物资,而在月度通报会上的公开表扬则赋予其社会认同与职业尊严。上述激励措施使骑手从被动

的规则执行者转变为主动的风险发现者。这种双驱动模式有效地提升了其参与食品安全治理的主动性。骑手个体积极性汇聚成社会共治的动力,为食品安全防线注入源头活水,进一步提升了城市食品安全治理效能。

运行机制的精密协同,是治理效能跃升的关键支撑,进而构筑“舌尖”安全精细治理的骨架。在上海市市北高新园区,“日排查、周清单、月通报”与“红黑榜”动态管理,构成了一套环环相扣的精密治理系统。这不仅能以清晰的时空节点确保海量的碎片化信息得以高效流转与闭环处置,还能通过整合骑手反馈、远程监测等多源数据,形成覆盖经营全链条的信用画像,使“红榜”示范店获得正向激励,“黑榜”商户则面临精准惩戒。通过公开透明的奖惩,引导市场形成良币驱逐劣币的经营生态。

上海静安以“骑手共治”破题,为城市食品安全治理提供了可复制、可推广的经验。当然,骑手这一群体专业辨识能力有限、发现隐蔽问题能力较弱等问题仍需引起重视。想要持续推广,一方面需强化骑手专业培训,提升其对食材储存、加工规范等隐患的敏感度;另一方面可探索数字赋能,如开发简易隐患上报APP,集成拍照取证、定位标记功能,利用大数据分析骑手上报信息,进而预警区域风险。唯有让“慧治”底色更浓,方能突破人力局限,使治理触角更深更广,守护千万人“舌尖上的安全”。

(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