

我国大豆供应链韧性持续增强

任凭风浪起,稳坐钓鱼台。面对国际市场风云变幻,我国始终保持战略定力,牢牢守住“油瓶子”“肉盘子”安全,把国家粮食安全的主动权紧紧握在自己手中,为经济社会稳定发展筑牢坚实基础。

近期,国际大豆市场呈现分化趋势,美国大豆价格相对稳定,巴西大豆溢价显著,中国企业放慢大豆采购步伐。这是否会影响到国内大豆稳定?答案是否定的。近年来,我国通过坚持不懈的努力,持续增强大豆供应链韧性,完全有能力、有底气、有信心确保大豆稳定供应。

这样的底气来源于环环相扣的战略布局。大豆直接关系千家万户的“油瓶子”和“肉盘子”安全。我国是世界最大的大豆消费国,每年大豆消费量超过1亿吨,但自给率较低,常年进口量保持在8000万吨以上,且来源高度集中于巴西、美国、阿根廷等少数国家。这一结构性风险成为保障国家粮食安全的短板。为扭转这一态势,我国积极拓展进口渠道、充实国家储备、提高自给水平、推进豆粕减量替代,逐步从过去的“价格接受者”转型为“主动布局者”,战略回

旋空间更加广阔。

重塑全球大豆供应链,推进大豆进口渠道多元化,不再受制于单一卖家。经过多年努力,我国不仅深化与巴西、美国、阿根廷等传统进口渠道的合作,还拓展俄罗斯、埃塞俄比亚等新兴进口渠道,应对市场风险的能力进一步增强,即便某一主要供应国出现问题,中国企业能够迅速调整采购策略,将订单转向其他国家。这种多元化战略,不仅让中国企业在国际市场采购中腰杆更硬、选择更多,还顺势推动了全球大豆贸易格局的洗牌,让更多国家加入与中国做生意的“朋友圈”。

充足的大豆储备是保障国内供给安全的重要基石,堪称市场稳定的“稳压器”与供需调节的“蓄水池”。在通常情况下,我国可以通过加强统筹协调和信息引导,推动形成有序、均衡的国际采购节奏,有效避免因中国企业国际市场集中下推高国

际大豆价格。在遭遇极端情况时,充足的储备更可转化为有力的战略反制工具,若有的国家试图大幅提价或限制供应,我国具备放缓采购的底气,有效应对短期“卡脖子”风险。一旦国内市场出现供应紧张苗头,国家可适时有序投放储备大豆,并配套调整进口政策,平抑价格波动,筑牢粮食安全防线。

大豆自给率的稳步提升,显著增强国际议价能力。近年来,我国实行大豆产能提升工程,大豆产量连续3年超过2000万吨,2024年大豆自给率比2020年提高4个百分点。尽管国产大豆还不能完全替代进口,但其战略价值远超数字本身。我国大豆产能的持续扩大,会逐步改变国际市场对“中国大豆进口需求”的预期。一旦国际市场形成“中国需求减弱”的预期,国际大豆价格便难以维持高位运行,甚至可能承受下行压力。这一结构性变化赋予中国企业

在采购节奏、定价机制等方面更大的主动权,使其逐步摆脱过去被动接受高价局面。

豆粕是饲料蛋白的关键来源,长期以来一直是养殖业离不开的“刚需口粮”。随着养殖规模的不断扩大,饲料豆粕需求水涨船高,成为拉动大豆进口的重要因素。目前,我国饲料中豆粕占比依然偏高,有较大下调空间。为了降低对进口大豆的依赖,我国深入实施豆粕减量替代行动。一方面,全面推广低蛋白日粮技术,通过精准配方与合成氨基酸添加,在保障动物营养的同时,降低蛋白消耗;另一方面,积极拓展替代蛋白来源,发展菜籽粕、棉籽粕甚至昆虫蛋白,逐步构建一个更有韧性、更可持续的蛋白供应体系。这不仅可缓解大豆进口压力,更从需求端重塑了大豆供应链的安全基础。

任凭风浪起,稳坐钓鱼台。面对国际市场风云变幻,我国始终保持战略定力,牢牢守住“油瓶子”“肉盘子”安全,把国家粮食安全的主动权紧紧握在自己手中,为经济社会稳定发展筑牢坚实基础。

刘慧

媒体声音

《经济日报》

大食物观驱动农业变革

当前,全球农业和粮食安全形势面临前所未有的挑战。“气候变化、地缘政治冲突、贸易保护主义抬头等,使得全球粮食体系承受着巨大压力,大食物观应运而生。”在日前举行的大食物安全与全球农业发展国际研讨会上,南京农业大学副校长王源超表示,大食物观突破传统“粮食等于口粮”的狭义理解,强调多元供给、营养健康、绿色可持续与开放合作的有机统一。这不仅是全球粮食安全治理的新思路,更是中国农业现代化转型的重要方向。

中国人民大学农业与农村发展学院院长吕捷表示,当前我国粮食安全面临着各种复杂因素的冲击,表现为高产量、高进口、高库存。同时,这三者还存在高冲击性、高关联性。在充满不确定性的外部环境下,如何增强和夯实我国粮食安全的确定性,需要我们以大食物观和大农业观出发,进行系统思考和研判。这将带来对农业角色、食物资源、政策工具的系统性重构。

农业农村部最新数据显示,“十四五”时期,我国在践行大食物观、构建多元化食物供给体系方面取得积极进展。2024年,粮食产量首次突破1.4万亿斤,比2020年增产740亿斤;畜产品总量达1.75亿吨,比2020年增长18.8%;水产品总产量达7358万吨,比2020年增长12.3%。如今,我国居民食物消费基本实现从“吃饱”向“吃好”的转变,主粮、食用油消费相对稳定,肉蛋奶菜消费持续增长,进入追求营养健康的新阶段。

南京农业大学金善宝农业现代化发展研究院首席专家朱晶教授团队认为,尽管各地落实大食物观取得成效,但在实践中也存在着一些认识误区和操作难题,一定程度上制约了粮食安全与食物安全的协同推进。对大食物观认识仍不清晰,一些地方仅专注于提高粮食产量,对其他重要农产品的重视程度不够。大食物监测统计制度仍不完善,构建大食物观的“总台账”缺乏,一些传统食物统计方式难以适应新形势发展要求,科技攻关方向亟需统筹兼顾,现阶段

段农业科技攻关主要聚焦在大田作物领域,养殖、林果、饲草等方面的科技支持力度相对不足。

大食物观强调多元食物供给,本质上是要拓展营养来源。朱晶教授团队表示,要从更好满足居民营养健康需要的角度来看待食物安全问题,转变“重产量轻质量”“重主食轻副食”“重摄入轻营养”的传统观念,加快构建与大食物观相一致的食物营养标准体系和供给保障新格局。要推进食物生产方式转型,发展营养型农业和加工业,将营养导向贯穿食物生产各环节,推动农业新品种选育向产量、质量、营养并重方向转变,培育更多营养密度高的动植物新品种,生产更多具有特殊营养功能的优质农产品。

技术创新将直接决定大食物观的实现进程。中国工程院院士、水稻育种专家万建民认为,能够稳定粮食基本盘的国家,无不具备领先的育种能力、系统的科研投入与成熟的产业链整合能力。当前全球粮食安全格局处于深度重构期,传统“以价定产、以补调节”的粮食保障模式面临严峻考验。特别是在种业核心资源配置全球不均、技术壁垒层层设限的当下,谁能率先在前沿技术上实现突破,谁就能掌握未来农业发展的主动权。稳定供给的背后,必须有强劲的种质资源支撑、有序的技术演进路径与完善的科技转化机制。

华中农业大学经济管理学院院长李谷成表示,进一步落实大食物观可以从以下关键领域着手:一是科学开发森林、草原、湖泊和海洋潜力,拓展陆地与海洋空间资源。通过建设海洋牧场、恢复内陆渔场、推广稻渔综合种养等措施,实现“蓝色粮仓”与“绿色粮仓”协同增产。二是优化畜牧业结构,提高蛋白效率。着力发展节粮型禽类、草食牛羊和水产养殖,适度替代猪禽养殖。推广低蛋白日粮、精准饲喂技术,提升饲料转化率,节省玉米、大豆等饲料粮。三是布局未来食品产业。大力发展立体植物工厂、藻类反应器、细胞培养肉、微生物蛋白等新型食物生产技术。

坊间杂议

“配料干净”不是文字游戏

□林紫晓

超市货架前,家长捧着儿童食品对比配料表;社交平台上,“配料表比配料干净”成热门话题……如今,“看配料表买食品”已成为很多消费者的购物习惯。这反映了全民健康意识的提升,也是改善食品工业透明度的热切期待。然而,当“配料干净”成为消费热点,部分商家的文字游戏随之而来,既侵蚀消费者信任,也扭曲了健康的本质。

商家的套路藏在复合配料的模糊标注里。比如,一款热销的果汁配料表写着“水、浓缩果汁、桃浆”,看似简洁,实则“桃浆”作为复合配料,可能包含果胶、黄原胶等增稠剂,按《食品安全国家标准预包装食品标签通则》,本应拆解标注原始成分,却被商家“打包隐藏”;一些调味料打着“0添加”大字,其实只是未检出某些特定防腐剂或甜味剂;还有的配料表里用“天然提取物”替代“人工添加剂”,本质换汤不换药,让“配料干净”沦为营销话术。

事实上,“配料表越短越健康”的认知也存在误区。食品添加剂是食品工业的“刚需”,从而包

到馒头蓬松,从果汁保鲜到酱料防腐,都离不开合规添加剂。同一添加剂无论是天然还是人工合成,只要符合国家标准,安全性并无差异。需警惕的是,部分商家为减少添加剂,并用安全防腐剂,反而增加健康风险。

破解乱象,关键在于规范配料表标注,也需消费者理性看待添加剂。监管部门应强化对复合配料标注的审查,要求企业拆解“果浆”“浓缩汁”等模糊概念,将隐藏的添加剂一一列明,杜绝文字游戏;可借鉴二维码溯源模式,让消费者扫码查询完整成分信息,保障知情权。食品企业应通过技术升级、工艺创新减少添加剂,而非玩弄营销噱头诱导消费。消费者需走出“添加剂即有害”的误区,明白只要在标准范围内使用,便无需恐慌。

“配料干净”的核心应是透明而非简单简洁。当商家不再靠模糊标注投机取巧,当消费者能理性看待添加剂,健康消费才能真正落到实处。毕竟,消费者追求的从不是“0添加”的噱头,而是食品应有的诚信与透明。

(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

扫码辨商品助力网购监管

近日,中国消费者协会“全国消协智慧315”小程序上线“消协帮您找,扫码辨商品”新功能,消费者在网上浏览商品时,可通过小程序扫描平台亮明的商品条码,实时调取编码中心官方登记信息,与平台宣传内容进行比对,辅助识别夸大宣传、信息不符等问题。这一机制不仅推动企业履行信息登记主体责任,也实现了国家商品数据库的动态优化,为网售商品监管提供有力支撑。确保该功能有效落地,还需多方协同发力。相关部门应完善跨部门数据共享,利用扫码大数据实施精准监管,建立商品信息动态更新机制。电商平台需扩大亮码商品覆盖,优化条码展示体验,建立快速响应机制处理消费者反馈。

(据《经济日报》文/时锋 图/王铎)



有话要说

以“堂食标识”打破外卖“盲盒”现状

近日,国家市场监督管理总局就网络餐饮服务主体责任发布相关规定(征求意见稿),明确提出加注“堂食”或“无堂食”标识的要求。目前,各大主流外卖平台已陆续上线相关标识。这是网络餐饮规范化管理迈出的积极一步,但要从“有标识”走向“可信任”,仍需平台压实审核责任、监管部门统一标准并加强监督,共同构筑透明、安全的餐饮消费环境。

“堂食标识”的推出保障了消费者应有的知情权和选择权,推动线上餐饮行业规范化、透明化。过去,点外卖就像“开盲盒”,仅凭几张经过处理的菜品图片和用户评价,消费者无法确定商家是正规餐厅还是“小作坊”,这不仅影响消费体验,也为食品安全埋下了隐患。通常,可堂食的餐厅,其厨房卫生、消防设施等需经更严格的审核与堂食顾客的即时监

督,因此,堂食与否也是消费者对商家综合经营状况与食品安全水平的隐形要求。推出“堂食”标志,正是网络餐饮走向“线上+线下”规范化管理的重要一步,消费者在点外卖时能通过标志间接判断商家相关情况,这既是对消费者权益的尊重,也是推动线上餐饮业态向实体化、透明化转型的关键举措,为行业的健康发展奠定了坚实的基础。

保障消费者权益的另一面,是对合规商家的正向激励。“堂食标识”带来的“流量权益”,能鼓励有实体店面的正规商家主动展示自身优势,打造“良币驱逐劣币”的良性竞争环境。规范经营的实体餐饮商家能够通过“堂食标识”的信誉标签,在众多外卖商家中被消费者优先选择,其本质上是对营商环境的优化和对合规经营者的赋能。长此以往,外卖市场竞争

的焦点将向食品安全、服务质量与就餐环境等核心要素倾斜,驱动线上餐饮产业链条向更高标准看齐,不断提升网络餐饮的整体品质与服务水准,为营造更加清明、健康的餐饮营商环境注入持续动力。

然而,现有认证标准“各自为政”,面临着认证标准不一、覆盖面不全、执行尺度各异等问题。有些实际可堂食的商家未在外卖平台进行标注,还有同一家饭店在不同外卖平台上的标识不一致的情况,“无堂食”标识更是普遍缺失。这暴露出平台在主体责任落实上尚存差距,还需统一、有效的外部监督。这就要求监管部门从“幕后”走到“台前”,在充分征求意见的基础上,尽快出台清晰、统一、可操作的认证标准与管理规范,明确“堂食”的界定尺度,并为“无堂食”标识的落地设定明确时间节点。

同时,对平台审核不严、商家虚假标注等行为依法依规进行处理,以强有力的外部监管为标识信息“保驾护航”,推动外卖平台从“被动响应”到“主动作为”,扛起审核主体责任,优化认证流程,确保信息的动态更新与真实可靠。唯有监管的“指挥棒”与平台的“操作杆”同向发力,才能让这小小的标识真正承担起消费者厚重的信任。

“堂食标识”打破了外卖行业的信息壁垒,是对消费者“吃得放心、吃得安心”的回应,更是构建线上餐饮业社会共治格局的良好开端。以“堂食标识”打破外卖“盲盒”现状,在标识的“真实性”上久久为功,方能筑牢线上餐饮的安全防线,让便捷与安全,同时抵达千家万户。

林秋晓

一家之言

让“外卖进村”走得更远

随着即时配送服务加速向县城和乡镇延伸,“村里点外卖”已不再是新鲜事。近日,一则江苏农村小姑娘为收到外卖小蛋糕雀跃欢呼的视频,触动无数网友。有人感叹,这正是乡村全面振兴的生动注脚。

中国互联网络信息中心数据显示,县城生活外卖订单量年均复合增长率超过40%,外卖服务已覆盖全国2000多个县城。在浙江,数字化改革的浪潮让“外卖进村”走得更远。杭州余杭径山镇小古城村已试点“无人机送外卖”,在杭州富阳、湖州安吉等地的村镇,越来越多村民开始享受“一键下单、即时送达”的数字生活便

利。什么是美好生活?答案,或许就体现在纯真灿烂的笑容里,藏在便捷自在的日常中。

外卖送来的一块蛋糕、一份饭菜,承载的不仅是味蕾的满足感,更是一种“被连接”以及“与时代接轨”的获得感。外卖带来的不只是生活便利,还在一定程度上满足了情感层面的需求。远方子女借由一份外卖,可以传递孝心与牵挂;对向往乡村生活的年轻人来说,城乡之间“同等便捷”,也让“留下来”的理由又多了一条。

“外卖进村”还为乡村经济注入

新活力。本地商家多了一条增收渠道,外卖骑手岗位为农村富余劳动力提供就业机会,许多餐饮品牌加速向乡镇下沉……一份小小外卖,勾勒出乡村消费的新图景。这不仅是在服务延伸,更是内需市场在广袤乡村深度激活的体现,为扩大内需注入了“乡村力量”。

“村里可以点外卖”,让城乡融合可知。城乡融合发展,体现在推动生产要素双向流动与公共资源合理配置上。“外卖进村”,正是城乡基础设施一体化发展、公共服务逐步普惠共享、生活方式渐趋同频的缩影。

当然,也应看到,“外卖进村”仍面临诸多挑战。比如,在距离县城、乡镇较远的农村,配送“最后一公里”的难题依然存在。这需要凝聚各方合力,持续改善交通基础设施,积极应用新技术,不断提升乡村市场的运营效率与服务品质,以更贴近需求的服务、更优质的商品、更高效的配送,赢得农村市场消费者的信任。补短板、强保障,推动更多优质服务与供给向乡村延伸,必能让“农村基本具备现代生活条件”的美好图景更好照进现实。

王彬