

草原改革发展迎来新的历史机遇

我国是草原大国。草原是生态文明建设的主战场,在维护生态安全、边疆稳定、民族团结和可持续发展中具有基础性、战略性作用。党中央、国务院高度重视草原保护发展,出台了一系列惠草惠牧政策,草原生态持续向好,畜牧业转型升级不断加快,农牧民生产生活条件显著改善,取得历史性进展和标志性成果。

近年来,印发《关于加强草原保护修复的若干意见》,确立节约优先、保护优先、自然恢复为主的方针,建立与落实促进草原休养生息的制度等,这一系列重要举措,有利于进一步深化生态文明体制改革,促进草原地区经济社会发展,在保障粮食安全、巩固脱贫攻坚成果、促进乡村振兴中发挥重要支撑作用。

在党中央、国务院高度重视下,在相关部门有力推动下,“十四五”时期我国草原保护发展发生了历史性、全局性变化。

草原修复纳入国土绿化大格局,

植树种草成为绿化祖国的主要方式,草原生态修复年均投入达到百亿元,科学治理、系统治理能力明显提高,草原生态状况从21世纪初“整体恶化”到当前“整体改善”。

草原资源监管水平显著提升,逐步消除草原执法监督的盲区,实现从被动执法到主动发现的历史性变化,禁牧、草畜平衡制度更好得到落实,全社会保护草原、珍爱草原的氛围日益浓厚。

产业高质量发展速度明显加快,草种供给不足问题得到有效缓解,生态草种供给能力进一步增强。国家草原自然公园试点、国有草场试点等加快建设,草原新业态新模式不断涌现。

草原科技创新成果不断产出,自然科学基金、林草科学联合基金等项目更加关注草原,许多高校组建草原学院,一批高层次领军人才发挥重要作用,免耕播种、分子育种、草业模式等一系列科技成果得到转化。

成绩来之不易,经验弥足珍贵。我们也应看到,“十五五”时期,我国草原业现代化发展机遇与挑战并存。

从国际看,我国草原大国地位显著提升,生态保护修复成就举世瞩目,草产业惠及更多发展中国家,双边、多边交流日益增多,百年未有之大变局下,在草原保护与发展方面寻求“最大公约数”成为重要课题。从国内看,我国草原持续向好的支撑条件和基本趋势没有变,草原畜牧业转型升级速度明显加快,草产品供给能力显著提升,草原业发展基础好、韧性足,如何承前启后巩固优势、在高起点寻求更大进展成为重大任务。

党的二十届四中全会审议通过的“十五五”规划建议提出,“加快经济社会发展全面绿色转型,建设美丽中国”,强调“坚持山水林田湖草沙一体化保护和系统治理,统筹推进重要生态系统保护和修复重大工程”。这些部署为新时期草原改革发展指明

了方向。

奋进“十五五”,草原业发展需立足中国国情,锚定高质量发展目标,筑牢人与自然和谐共生的草原根基。

笔者建议,可重点推进七方面工作:加强规划引领,统筹各类空间布局,提高草原科学管理水平;完善政策制度,完善多元化草原生态补偿政策,促进草原与新能源协调发展;强化草原资源监管,压实保护责任、治理超载过牧,保护好来之不易的草原“整体改善”;推进生态修复,打好“三北”工程攻坚战,守牢青藏高原生态安全屏障;发展现代草业,实施草种振兴行动,增加多年生牧草供给规模;夯实支撑保障,研究组建草原专业研究机构,发展草原新质生产力,强化原始创新和成果转化;开展国际合作,讲好中国故事,全面展现大国担当。

董世魁

《经济日报》

“菜篮子”产业提法新在哪

菜篮子虽小,牵系民生。近期召开的中央农村工作会议提出,促进“菜篮子”产业提质增效,提升多元化食物供给能力。这是“菜篮子”产业这一概念近年来首次出现于中央农村工作会议。从以往的“菜篮子”产品到如今的“菜篮子”产业,传递出什么信号?

此前,中央农村工作会议提及“菜篮子”时,主要使用“菜篮子”市长负责制或“菜篮子”产品供给等表述,意在压实地方党委、政府的保供责任,稳定肉蛋奶菜果鱼等产品供给。此次“菜篮子”产业提质增效的表述,颇具新意。产业,意味着视野更大,强调生产、加工、流通、消费等全链条协同。提质增效,意味着要求更高,从数量和结构向质量和效益迈进。

我国人口多、消费市场大,保供要求高,对“菜篮子”产业而言,是压力也是动力。全国人民一天要吃70万吨粮食、23万吨肉、9.8万吨油、192万吨蔬菜。要满足如此巨大的需求,须广掘食材、做强产业。“菜篮子”产业不仅满足消费者饮食所需,也是农民增收致富的支柱产业。打开产业地图,从宁夏中宁枸杞到辽宁丹东草莓,再到江苏盱眙小龙虾,一个个特色产品成就了产业、富裕了百姓。

在很多人的记忆里,“菜篮子”3个字常与工程2个字一起出现。“菜篮子”工程是保障城乡居民重要农产品供给的重大民生工程。我国1988年启动“菜篮子”工程,2017年建立“菜篮子”市长负责制考核制度。如今,人们餐桌上的多样选择,背后正是强大的“菜篮子”产品供给能力。近年来,我国“菜篮子”产品产能快速提高,品种日益丰富。但从产业角度看,仍面临产品同质化、科技创新不足、流通损耗大、营销跟不上、价格异常波动等问题。这正是“菜篮子”产业提质增效要解决的痛点。

产业发展离不开产品,但仅有

产品是不够的。以水果为例,我国水果面积稳定在2亿亩以上,人均占有量远超世界平均水平,苹果、柑橘已实现鲜果周年供应,樱桃、荔枝、蓝莓等特色水果快速发展。尽管总量较充足,但是经营主体不时面临效益问题。近年来,榴莲、车厘子等进口水果销路不错,证明高端农产品需求旺盛。但是,国产水果却没能充分实现优质优价。发展“菜篮子”产业,首先要从生产效率、口感风味、质量标准等方面做实做好。

产业发展,不仅要在生产端做文章,还要从市场端、流通端想办法。目前,农产品“买全国、卖全国”的现象日益明显,大市场、大流通格局基本形成。但是,农产品市场体系建设仍有短板,批发市场交易服务、冷链保鲜等功能还不强,农产品流通链条长、环节多。必须加快补齐流通短板,重点攻克产后冷链、分级包装、品牌营销等薄弱环节,构建更有效率的供给保障体系。

既要立足资源优势延伸产业链的思维,又要有跳出地一域看全国的视野,把目光瞄准特色农产品。在发展相关产业时,各地须弄清本地现状和家底,哪些有优势,哪些有潜力。推动产业发展,必须围绕这些优势和潜力,合理规划区域布局和品种结构,找准定位。不要贪大求快,更不能埋头只顾自己,还要看周边和全国,密切关注市场动向和消费变化,对产业周期和市场景气要有预判。

此外,与其他乡村产业一样,“菜篮子”产业也面临“人、地、钱”的共性问题。因此,要做好强化用地保障、整合政策资金、健全金融保险、加大人才培养等工作。

总之,保总量、优结构、畅流通、提效益、稳价格,才能推动“菜篮子”产业高质量发展,不断满足消费者的新期待。

压实食品委托生产安全责任

林语晋

近日,市场监管总局制定出台《食品委托生产监督管理办法》,自2026年12月1日起施行。这意味着,商标许可、贴牌加工等常规生产模式将全面纳入统一监管,进一步压实食品委托生产中各相关方的责任,规范行业秩序,筑牢食品安全防线。

食品委托生产,通俗讲就是“我出牌子,你来生产”。品牌方(委托方)将产品制造环节交给具备资质的食品生产者(受托方),最终产品仍以委托方的品牌面向消费者。这一模式是企业轻资产运营、专业化分工的理性选择,有助于品牌灵活拓展市场和生产企业释放产能。

然而现实中,部分品牌方只管“贴牌”,成为远离生产一线的“甩手掌柜”;个别加工方为压缩成本、争取订单,可能会降低质量标准。责任链条模糊与监管缺失,使得食品安全风险在“委托”的外衣下悄然滋生。此次新规明确了委托双方在资质查验、合同订立、原料控制、标识管理、检验留样等关键环节的责任义务,构建起“委托方负责、受托方尽责、监管方督责”的严密责任网络。

抬高“准入线”,实现能力与质

质的双重审核。新规不仅要求受托方必须具备相应食品安全管理能力,并须取得生产经营许可或进行备案。同时,受托方必须在许可类别与生产能力范围内承接委托,从源头上杜绝“无能委托”与“超限生产”。

刘清“责任田”,构建相互制衡的协同治理格局。新规突出强调,委托方应对被委托生产的食品安全承担“第一责任”,必须建立制度、配备人员、实施实质性监督;受托方须对生产行为直接负责,严格执行进货查验,并有权拒绝违法违规的委托要求。法规还明令禁止通过合同条款等方式规避或减轻法定责任,从制度上封堵了责任“甩锅”的空间。

织密“监管网”,以透明机制与严厉惩处保障全程可控。新规建立了委托生产报告制度,要求委托关系确立、变更或终止后必须限期向监管部门备案,实现全程“阳光运行”。同时,严格要求产品标签必须清晰标注委托双方信息,设立针对性罚则,并引入倒查机制,对主观恶意行为从严惩处,让“贴牌”不再等同于责任豁免。

(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

“试吃卡”免费背后是陷阱

近来,全国多地出现了一种“试吃卡”新型骗局,一些不法分子打着知名超市“免费福利”的幌子,为电信网络诈骗犯罪引流。山东公安机关接报侦破多起此类案件,部分从事线下推广营销的地推人员受诈骗团伙遥控,诱导群众下载陌生APP或加入“福利群”,实施刷单返利、盗刷银行卡等诈骗行为。为有效治理“试吃卡”及类似骗局,需构建多方联动的社会共治防线。相关部门加强监管与打击,深挖地推与线上诈骗组织的勾结网络,开展精准反诈宣传;加强线上线下可疑活动审核与巡查,及时阻断犯罪链条。社区与基层组织要进一步织密基层治理网络,及时清理隐患并进行案例警示。

(据《经济日报》文/时锋 图/徐俊)



一份外卖里的城乡融合新叙事

随着即时配送网络向县域与乡镇延伸,“手机一点,外卖到家”逐渐成为乡村可及的生活方式。数据显示,外卖服务已覆盖全国2000多个县城,近年来县城生活外卖订单量年均复合增长率超过40%。这不仅是商业服务范围的拓展,更是城乡融合发展的生动注脚。

“外卖进村”改变着乡村。一来,它激发了本地经济活力。外卖平台为乡镇小店、家庭餐馆打开了新的收入渠道,一些具有地方特色的餐饮品牌得以借势成长,乡村骑手这一新职业提供了灵活就业机会,让部分劳动力在家门口就能获得稳定收入。二来,它影响着乡村生活方式。对久居乡村的人们而

言,外卖不仅提供商品的新鲜感与生活品质的提升,更带来一种“与时代同步”的满足感——在乡村,也能享受到与城市类似的生活便利。对在外工作的年轻人来说,远程为家人点一份外卖,能实实在在地表达牵挂、传递关怀。乡村生活便利度的提升,也无形中降低了年轻人返乡发展的心理门槛,为乡村全面振兴悄然积累人气与活力。

“外卖进村”并非孤立现象,乡村全面振兴战略背景下,基础设施与公共服务持续完善,农村公路“村村通”、移动网络深度覆盖、冷链物流节点遍布,为电商及即时配送服务提供了坚实支撑。一条外卖路线,串联起的是城乡基础设施一体化、数字服务

普惠化的生动图景。

不过,一些现实挑战也需正视。对不少农村老人而言,智能手机操作、配送费用等仍然是不低的门槛;在部分偏远村庄,“最后一公里”配送难、时效不稳等问题依然突出。

未来,应进一步凝聚政府、企业与社会合力,持续改善乡村交通与网络条件,积极探索适合农村的配送模式与服务形态。例如,可结合农村集中居住点设置配送驿站,开发适老化简易下单程序,使服务更贴合乡村真实生活节奏与消费需求。

当然,城乡融合的丰富实践远不止于外卖。从直播带货助推农产品上行,到远程医疗落地乡镇卫生

院,从数字政务直达村庄,到在线教育资源共享,越来越多现代服务正沿着网络与公路,持续润泽乡村发展。这些变化不仅提升了生活质量,也潜移默化地影响着乡村的产业结构和社会风貌,让城乡之间的要素流动更加顺畅,让发展成果的共享更加充分。

归根结底,不论是一份外卖、一个包裹,还是一次远程问诊,回应的都是亿万农民对美好生活的真切期待。稳步补短板、强保障,推动更多优质、温暖、可持续的服务向乡村延伸,才能让“农村基本具备现代生活条件”的愿景加速照进现实。

刘莉

消费券应发到消费者心坎上

近日,全国多地推出形式多样的消费券,旨在激活线上线下消费。记者调查了解到,反映“没用过”“不会用”“抢不到”“不好用”的消费者仍然不在少数。这从另一个侧面说明,消费券在发放和使用环节仍有优化空间。

消费券好不好用,消费者最有发言权。近年来,全国各地相继发放多轮消费券,可谓种类繁多、数额大、领域广,对拉动消费起到了积极作用。但从具体实践情况看,消费券还存在一些需要提升的空间。

使用门槛高。消费券的使用,或多或少附加了限制条件。比如,部分消费券只能在特定时段使用,甚至在深夜放券,大家只能掐着时间去抢,

抢券时还容易出现系统卡顿,抢到后过期不用便浪费;还有些券限定了较高消费额度,达不到标准便无法使用,这在一定程度上削弱了消费券的普惠性。

支付有堵点。部分消费券的申请和支付,需要登录专门的APP或者小程序,流程繁琐复杂;还有些消费券和指定银行合作,支付时往往需要临时下载,这些限制条件在一定程度上影响了消费者的使用体验。

结算周期长。部分地区消费券结算周期较长,导致部分企业参与积极性不高。根据报道,个别财政状况不好的地区,不能及时向企业兑现消费券,导致企业面临较大的现金压力。

脱离了消费场景,消费券就失去

了存在意义。“不管你用没用,反正我发完了”,是个别地区发放消费券的心态写照。如果仅仅把发放消费券当成工作任务,那么拉动消费的效果无疑会打折扣。不仅如此,还会造成财政资金的浪费。消费券应切实发到消费者心坎上,而不是仅仅停留在表面的数字上。

消费券,并非简单意义上的打折券,而是激活消费的有力支点。也要看到,部分地区创新发放消费券机制,起到了较好的效果。比如,部分地区开创“即碰即用”模式,消费者无需提前抢券或囤券,到店后通过支付宝“碰一下”支付即可自动享受满减立减优惠,该模式通过技术创新,抓住了消费行为的关键环节,为发放和

使用消费券提供了新思路;再比如,宁波采用“现金补贴+消费券”组合方式,使消费者享受直接降价与后续消费的双重福利。

消费意愿固然重要,消费体验同样必要。消费券作为财政补贴的手段,需精准转化为真实消费行为。要想真正发挥消费券“四两拨千斤”的作用,仍需进一步优化发放和使用流程,减少使用场景限制,在方便消费者的前提下,还要带来实实在在的优惠。同时,还应加强监管力度,严厉打击套现、虚假交易等违规行为,最终实现“消费者获利、商家增效益、政府促消费”的多赢局面。

郭存举