

从种子创新看三重优势

种业振兴与创新密不可分,激荡着我们的志气和底气,一颗颗种子也将成长为农业现代化的累累硕果。

农业农村部最新数据显示,2025年我国种子出口量6.2万吨,实现贸易顺差750万美元,在2024年出口额首次超过进口额的基础上,连续两年实现农作物种子贸易顺差。2021年启动的种业振兴行动,如今交出一份优秀的“期中答卷”。

怎么看连续两年的“顺差”?这意味着我国种业对外合作提速,更多来自中国的好种子受到全球市场认可,丰富了世界餐桌;更意味着我国种源竞争力持续增强,“中国粮”主要用“中国种”的态势更加稳固。

从叮嘱“把种业振兴行动切实抓出成效,把当家品种牢牢攥在自己手里”,到强调“要抓住种子和耕地两个要害”,习近平总书记站在国家安全的战略高度,亲自谋划、亲自部署、亲自推动种业振兴行动。

5年来,全国一盘棋,上下一条心,打好种业翻身仗。从基础性前沿性研究多点突破,到育成一批生产急需的重大品种,再到培育强种业企业、用中国种子保障中国粮食安全,“三农”这块“压舱石”更厚实,从中,我们能更好把握自主创新的三重优势。

看制度优势,良种背后有新型举国体制的坚实托举。建立以崖州湾国家实验室为代表的多个国家级和区域性种业创新平台,实施种源关键核心技术攻关、生物育种重大项目、国家重点研发计划和育种联合攻关,创新力量不断集聚,凝聚起闯关合力。打造国家种业企业阵型,推动企业主导的产学研融合创新,创新资源得到优化配置。

好种子离不开创新好生态。各地各展所长,立足一盘棋统筹;企业在科技攻关中挑大梁,在成果转化中唱主角。政府和市场紧密配合,厚植创新沃土。

看人才优势,源源不断的智力资源为种业强“芯”赋能。国产蛋鸡品种“京粉6号”率先实现“700天产500枚蛋”,离不开吴桂琴团队20多年的接续攻关。自主培育的华西牛,打破肉牛核心种源严重依赖进口的局面,背后是来自全国优势育种队伍的一棒接棒接力。在长江中下游麦区,为战胜小麦赤霉病,江苏里下河地区农业科学研究所的科研人员,把抗病基因“装进”种子。

强大的科研人才队伍,推动我国种业科技创新水平整体进入世界第一方阵。从种业看全局,超2.2亿技

能劳动者,超7200万高技能人才,为推动高水平科技自立自强、建设现代化产业体系提供了坚实人才支撑,人才优势持续转化为发展胜势。

看场景优势,种业振兴植根于丰富的应用场景。粮食产量连续两年站稳1.4万亿斤台阶,谷物、肉类、花生、蔬菜、茶叶、水果等产量位居世界首位,我国多样的农业类型、超大规模市场优势,为种业科技成果转化提供更多试验场。同样,种业的广阔天地,也是人工智能、生物技术等新技术的应用场景。跳出种业看,消费升级的大市场拥有丰富的应用场景,以需求牵引供给,推动科技创新与产业创新深度融合,让更多样品变产品、产品成产业。

种业振兴与创新密不可分,激荡着我们的志气和底气,一颗颗种子也将成长为农业现代化的累累硕果。

王浩

价格稳了,“家常菜”炒得更香

近期“鸡蛋配不上西红柿”一度成为网络热议话题。原来,有不少消费者发现,“家常菜CP”西红柿炒鸡蛋里的西红柿,竟然悄悄涨了“身价”。

调查发现,某商超售卖的500克鸡蛋价格为7.19元,而500克西红柿价格要10.8元。由此引发了网友热议,“再怎么下去,鸡蛋都快配不上西红柿了”。其实不只是西红柿,近期多地黄瓜、大白菜、辣椒的价格波动也比较明显,蔬菜价格走高引发市场关注。

农产品价格波动,本是市场调节常态。然而与往年相比,本轮蔬菜价格波动上涨幅度大,周期持续时间也更长。从生产端看,极端天气是首要冲击因素。从流通过程看,全链条成本的攀升也成为价格上涨的助推因素。以北方为例,随着冬季来临,露地生产结束,蔬菜供应主要转向成本更高的设施大棚和“南菜北运”模式,推高了生产成本与流通过费。此外,除了上述短期因素,还存在一些供需结构问题,比如“大小年”现象等情况。多重因素交织,都有可能加剧市场供给的波动性,导致“菜篮子”价格



“起起落落”。

物价,关系经济运行,也关系百姓生活。对于生产供应,百姓或许不会时刻关注,但提到“今天吃什么”“最近菜价上涨了”,那自然是有讲不完的话题。而且马上到春节了,要置办年货了,居民的关注点很容易集中在粮食、蔬菜这些生活必需品的价格上。当西红柿、黄瓜、大白菜这些家常蔬菜的价格上涨时,不仅会改变居民的消费选择,还可能引发对其他农产品价格上涨的预期,形成连锁反

应。虽然近段时间全国蔬菜价格整体仍处于高位,但是目前市场供应和保障正在有序发力,多地蔬菜价格也逐步呈现回落态势。山东一些西红柿种植地区的农业农村部门正组织技术人员深入基层,并对种植户开展水肥管理、病虫害防治指导。来自四川攀枝花、云南元谋等“南菜北运”主产区的西红柿也正在陆续上市,将有效填补北方市场的供应缺口。

臧梦雅

明质明价,让消费者吃个明白

前不久,国务院食安办组织国家卫生健康委等部门起草了《食品安全国家标准 预制菜》(预制菜术语和分类)草案,会同多部门起草了关于推广餐饮环节菜品加工制作方式自主明示的公告,将于近日向社会公开征求意见。消息一出,便引发广泛关注。此次国标征求意见,意味着我国预制菜行业即将告别“各说各话”的混乱局面,迈入国际引领行业规范发展的新阶段。

近几年,预制菜屡屡成为舆论热点,此前持续争论数月的“西贝事件”,更是把预制菜推上了风口浪尖。为何预制菜总能牵动公众神经?说到底,消费者关心的无非两个层面:预制菜到底安不安全?吃到的究竟是不是预制菜?这不仅是消费者普遍关心的问题,也是预制菜产业必须直面和解决的问题。

从第一个层面看,消费者对于预制菜安全性的担忧,很大程度上源于当前预制菜市场良莠不齐。提到预制菜,不少人会联想到“不新鲜”。客观来看,当前预制菜市场确实存在一些乱象,部分商家在食材上以次充好、违规使用添加剂等,让消费者心里难免打鼓。但乱象并非行业全貌,

近年来,从地方到企业,都在通过建设标准化原料基地、完善冷链物流体系等方式,积极推动行业走向规范。只要生产、运输、储存、烹饪等环节严格执行食品安全标准,预制菜完全可以做到安全、健康。换言之,预制菜本身只是一个中性词,不应被简单贴上“好”或“坏”的标签,真正决定其品质的,是标准和执行。

从第二个层面看,消费者在意的,是用餐时的知情权与选择权。现在很多人外出就餐,是冲着现做现炒的“锅气”去的,可现实往往是,商家不主动说明是否预制菜,消费者也难以分辨。这里其实存在两个错位。一是认知不同,根据2024年发布的《关于加强预制菜食品安全监管 促进产业高质量发展的通知》,预制菜特指以一种或多种食用农产品及其制品为原料,使用或不使用调味料等辅料,不添加防腐剂,经工业化预加工制成,配以或不配以调味料包,符合产品标签标明的贮存、运输及销售条件,加热或熟制后方可食用的预包装菜肴。按照官方定义,餐饮企业中央厨房自制并配送至门店的半成品,并不属于预制菜。可在消费者的普遍认知中,只要不

是后厨新鲜炒制的,都是预制的。二是告知不明,有些不良商家刻意混淆预制菜概念,对菜品的“预制”属性遮遮掩掩,甚至打着“现炒现做”的旗号,按照现做菜品定价牟利,不仅侵犯了消费者的知情权,也扰乱了市场秩序。

预制菜的兴起,是时代发展的产物。近年来,消费者对饮食便捷化、多样化的需求日益迫切,加上净菜加工、冷链物流、中央厨房等配套产业越来越成熟,预制菜迎来了快速发展的窗口期。它不仅助力餐饮企业实现了口味标准、成本可控,也促进了农产品精深加工,延伸了农业产业链条,拓宽了农民增收渠道。

新兴产业的成长,必然要经历不断完善的过程,预制菜也不例外。对待预制菜产业,既不能因噎废食、全盘否定,也不能放任自流、纵容乱象,而应辩证看待、精准施策。公众的关切与热议,恰恰是产业升级的重要契机。这次国家层面牵头制定标准、推动明示,正是积极回应公众关切的体现。公开征求意见,也能让标准更接地气、更可行。

解决当前预制菜产业存在的问题,关键在于加快构建完善的标准

体系。首先应明确界定“什么是预制菜”,通过统一术语和分类标准,减少官方标准和大众认知之间的落差,让消费者看得明白、选得安心。其次,餐饮企业必须履行明示义务,主动告知菜品的制作工艺与预制程序,做到明厨明档、明质明价,让消费者吃个明白,切实保障消费者的权益。

预制菜产业要实现长远发展,必须牢牢守住安全底线。在食材采购环节,可将预制菜原料纳入农产品质量安全追溯体系,要求食材来源可查、品质可控,从源头夯实安全基础。在生产加工环节,明确温控、卫生、添加剂使用等硬性指标,杜绝不合格产品流入市场。同时,加强全链条监管与常态化抽检,让每一份预制菜都可控、可信,消费者才能吃得放心。

预制菜产业,一头连着消费者的餐桌,一头连着千万农户的“钱袋子”。当标准明晰了、信息透明了、安全筑牢了,消费者自然会放下顾虑、主动选择,预制菜产业才能真正实现提质增效。

侯雅洁

《经济日报》

力推全谷物食品更多更快走上餐桌

国家粮食和物资储备局日前明确提出,以全谷物进食堂为突破口,大力推进国家全谷物行动计划,促进科学膳食、营养健康。这意味着全谷物推广正从理念倡导迈入系统性落地实施新阶段。随着全谷物食品逐步进入机关、企业、学校食堂,人们的日常膳食结构将持续得到优化,为粮食安全注入深层次的营养内涵。

全谷物是天然的“营养宝库”,在加工过程中完整保留谷粒具备的胚乳、胚芽、麸皮及其天然营养成分。与精制谷物相比,它最大限度地保留了谷物中天然的膳食纤维、微量营养素以及多种生物活性物质。目前,我国居民膳食结构仍面临精制谷物摄入过多、全谷物及杂粮严重不足的困境。如今,越来越多的人认识到全谷物食品有利于健康,并主动选择将其作为日常饮食的一部分。

将全谷物推上日常餐桌,还存在很多困难,主要因为全谷物食品在感官体验、加工适配与消费惯性等方面,与当前主流饮食体系之间存在系统性错位。全谷物因富含膳食纤维而口感较为粗糙,因胚芽中含有油脂,保质期较短,与人们长期形成的“精米白面”饮食习惯存在感官代差。现代社会生活节奏快,全谷物食品烹饪耗时较长,与追求便利的饮食方式相冲突。产业链方面,从育种、加工到销售,全谷物缺乏成熟体系,加工技术瓶颈导致产品易变质、口感不佳;全谷物食品消费少,生产规模有限,无法薄利多销,定价普遍偏高;市场缺乏统一标识标准,难辨真伪。虽然健康理念已普及,但消费者缺乏具体食用指导,常因口感不适应、消化不良或烹饪不便等问题而难以坚持。这些因素相互交织,形成从生产到消费端

的系统性推广阻力。

选择食堂作为推广全谷物食品的突破口,能有效解决推广中的痛点难点。一是食堂作为数亿人日常饮食的主要供给者,覆盖人群广、就餐规模大,能快速实现全谷物消费场景的规模化渗透,还可通过集中采购、政策补贴等方式,降低推广成本和终端售价,有效缓解因价格偏高而对个人消费形成的抑制。二是食堂具有行为干预的“场景化”优势。三是食堂率先推行全谷物食品,可增强公众信任感,带动餐饮行业、家庭场景跟进,形成“以点带面”的扩散效应。四是食堂餐饮流程标准化程度高,技术适配空间大,容易统一原料配比,并通过烹饪工艺改善全谷物食品的口感,保证全谷物产品的营养品质。

任何革新都需跨越惯性的沟壑,饮食变革尤其如此。全谷物推广之路,注定要与根深蒂固的饮食偏好进行一场漫长的磨合。长期适应了精粮绵软口感的部分群体,需要一个味觉适应的过程。在食堂推广全谷物食品,不能简单地一换了之,需系统规划、渐进实施,逐步提升主食中全谷物占比。需在烹饪技艺上不断创新,探索如何通过食材科学搭配、优化烹制方法来改善口感、提升风味。更重要的是,食堂作为生动的食育课堂,可通过设立固定窗口、定期开展主题活动,让消费者逐渐了解全谷物食品的营养优势。

这场始于食堂的饮食变革,一旦成势,将重塑主食消费观念,推动主食消费从“吃得精细”向“吃得营养”转变。当全谷物的芬芳浸润一代人的饮食记忆,我们将迎来一个更健康、更具饮食智慧的社会,塑造出更可持续、更具韧性的饮食风尚。

持续壮大新农人队伍

□徐建飞

一段时间以来,我国的农村人才队伍呈现出良好的发展势头,爱农业、懂技术、善经营的新农人队伍持续壮大。

新农人是具有较高科学文化水平、掌握现代农业科技知识、富有创新精神和市场开拓能力、扎根农业农村的新型经营主体带头人以及高素质农民。数据显示,高素质农民队伍相对年轻,平均年龄为45.4岁,56.76%的高素质农民年龄集中在36岁至54岁之间;受教育程度相对较高,高中及以上文化程度占63.22%,大专及以上学历占24.06%。这些农民普遍具有传统农耕经验和现代科技素养双重优势,乐于接受新事物,拥有开放的市场经营理念以及较强的组织协调力。

推动乡村全面振兴,做大做强智慧农业,有必要推动更多传统农民转变为新农人,实现农民从“会种地”变为“慧种地”。实现这一目标,依然面临一些阻碍。例如,面对信息技术迅速发展,新农人获取知识的途径及专业培训资源仍显匮乏,制约了农业现代化进程和新型农业人才培养目标的实现。此外,农业领域的人才激励机制以及职业发展通道相对滞后,如何更好地吸引并留住优秀人才,让他们愿意长时间投身智慧农业,提升行业

吸引力与认同感,营造可持续的人才生态环境,都是当前和今后需要解决的问题。

一方面,降低农民购置及维护智能设备的初始投入成本。加大财政补贴以及信贷支持力度,探索智能装备共享租赁平台模式。开发设计更加直观易懂的智能操作系统,并配套操作指南和技术服务支持,解决操作难题。鼓励科研机构、企业同新农人深入合作,研发智慧农业解决方案,保证其紧密结合不同地域的土壤、气候、种植习惯以及小规模经营特点,符合农业生产基本规律,防止技术方案“水土不服”或者脱离实际。

另一方面,确保农民能及时学到智慧农业的新知识、新技能。对此,可以整合高校、科研院所、龙头企业 and 线上教育平台的资源,创建线上与线下融合、理论与实践结合的多层次培训网络。重点依托农业合作社、示范园区设立“田间学校”,给予紧跟技术前沿的实操培训,弥补农民经验上的不足。完善智慧农业专项人才评价及职称评定体系,形成引得来、留得住的可持续人才生态氛围。通过提高薪酬待遇、提供职业发展支持、完善社会保障、授予荣誉表彰等方式,提升新农人吸引力、认同感和自豪感。

(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