农业品牌培育没有捷径可走

瞿长福

深度观察

今年中央一号文件明确提出大力发展名特优新农产品、培育知名品牌的要求之后，很多地方制定出台了相应的农业品牌实施规划或意见。但是，培育农业品牌不能简单地贪大、求快。农业品牌有自己成长的逻辑，只能尊重利用这一逻辑，不能改变甚至破坏这一逻辑。同样，农业品牌培育也没有捷径可走。政府部门的引导、支持、扶持不是包办替代，农业品牌培育只能以农业企业、农产品行业协会、家庭农场等经营主体为主

近两年，各地打造农业品牌的热情很高，尤其是今年中央一号文件明确提出大力发展名特优新农产品、培育知名品牌的要求之后，很多地方积极行动，制定出台了相应的农业品牌实施规划或意见。不少地方还提出了具体的品牌发展目标，要求一至几年内培育多少个地方性或者全国性知名品牌等。这些举措，对尽快改变我国农业品牌滞后、影响力不大的状况很有必要。不过，农业品牌形成与发展有其自身的特点和规律，如果简单地把培育品牌理解为几年内在数量上达到怎样的规模，会使农业品牌受到伤害，欲速则不达。

从实践来看，与这种指标式品牌发展思路互为应和的做法，目前主要是贪大和求快。

贪大，几乎成了现在品牌培育中的一大通病，只要品牌有了些名气，产品稍稍好卖点，就一味追求覆盖率、占有率，恨不能一品盖天下，赚尽市场钱。前不久媒体披露的东北某知名大米产地，从外地拉进大米加工成“混合米”，然后以当地大米品牌统一对外出售，使当地大米品牌美誉度大打折扣。这种兑水放大品牌产品的做法不止发生在一地两地，一些消费者熟悉的品牌产品，似乎已经习惯了“拼牌”放大效应。

但是，天下没有不透风的墙，兑水膨胀的品牌产品早晚会在市场露馅。更为重要的是，拼牌农产品会以品质的变化、口感的差异沉默地告诉消费者真相。农业品牌产品不同于一般工业品牌产品，很难贴牌加工生产。受制于地理环境、气候干湿、日光温差等影响，农产品有地理标志产品之别，某种产品产能规模就只能这么大，再大了就不是这种产品了。即便相同的地理条件，对早晚温度把握不同，也会带来口感甚至品质差异。盲目贪大的做法无法顾及这些特征，最终会导致品质下降，品牌受损，一些曾经的名牌消失，原因莫过于此。

求快，同样会对农业品牌造成伤害。一些地方为了加快品牌培育进程，往往首先在扩大产品规模上下功夫，有的甚至会采取行政动员或者命令方式要求大面积、大规模种养某种产品，打造大型示范园、产业带或者专业地名，追求一夜成名。由于忽视了农产品内在特性，加上信息失衡失真，可能好几个地方都在打造同一产品品牌，不仅品牌没有形成，同类产品大量集中上市还会带来“卖难”。此外，还有一些地方热衷于所谓品牌策划，或者制造“噱头”让产品露脸。农业品牌当然需要某种上市契机，有时候也需要“卖点”甚至“爆点”，但鉴于农产品本身的周期性、地域性以及品种更新换代等要求，应更多地保持产品品质的连续性，而不是制造“爆点”。

农业品牌是发展现代农业的必然要求，没有强大而广泛的农业品牌，就没有强大的现代农业。但是，农业品牌有自己成长的逻辑，只能尊重利用这一逻辑，不能改变甚至破坏这一逻辑。同样，农业品牌培育也没有捷径可走。政府部门积极倡导农业品牌战略，有利于营造农业品牌的良好氛围，使品牌成长少走弯路，但这种引导、支持、扶持不是包办替代，农业品牌培育只能以农业企业、农产品行业协会、家庭农场等经营主体为主。

思辨

警惕污染企业复活

拓兆兵

前段时间，笔者到西部某省调研时发现，有些已经被依法关停两三年的污染严重企业不但没有拆除设备，反而以保增长名义向人大和政府部门要求恢复生产，这种做法令人惊愕。

去年以来，我国经济下行压力持续增大。特别是以煤炭、化工、冶炼等传统产业为主的西部地区，由于市场低迷、产能过剩以及发展方式粗放等原因，经济增速较其他地区更低，保增长压力更大。对此，各地政府千方百计支持困难企业，确保企业开工率。一些已被淘汰的污染严重企业认为机会来临，将工厂重新包装，游说地方政府准备复产。因为这些企业的产品确实有市场，个别地方政府病急乱投医，不但心动了，有的甚至行动起来，允许其重新开工。

污染严重企业要复活，令人担忧。近10年来，我国在环境治理上取得的成绩有目共睹。以西部地区为例，污染严重企业大部分已被关停，到处冒黑烟的景象已成为过去。很多城市走上了新型工业化道路，生态环境大为改善，有些环境污染严重地区还实现了生态环境逆转。这些成绩来之不易，如果让污染严重企业复活，再走“先污染后治理”的老路，将是开历史倒车，必定为人民所不容。

可喜的是，虽有保增长压力，但很多地方并没有给环境污染严重企业开绿灯。做好环境保护，必须坚持铁腕治污不动摇，坚持绿色发展不动摇。经济发展有周期性，不能因为经济下行就目光短浅，让污染严重企业复活、再次破坏环境。相反，应借助经济周期规律，淘汰污染严重和落后产能企业，大力培育环保型、创新型企业，走创新驱动发展之路，调结构转方式，促进我国经济提质增效。

猪肉价格上涨属正常波动

农 兴

国内猪肉价格连续4个月回升，是与之前生猪供应量的走低有关的，人们不必过于担忧。我国生猪市场是充分竞争的市场，但生猪生产也面临着市场、疫病双重风险，供给弹性大于需求弹性，政府有必要进行适当扶持和调控，尤其应该在养殖户迫切需要的基础性公共服务方面有所作为

国家统计局的数据显示，6月份CPI同比上涨1.4%。其中，猪肉价格同比上涨7.0%，影响居民消费价格总水平上涨约0.20个百分点。

据了解，食品约占CPI的三分之一，占比最大。在食品大类中，猪肉、粮食、鲜菜因为消费量大，权重较高，对CPI的影响也比较大。其中，猪肉一直是居民消费的第一大肉类，猪肉价格大体占CPI权重约3%。正因如此，近几年，提到CPI走势，人们往往就会想到猪肉价格；猪价一涨，人们就担心物价要涨。

目前，国内猪肉价格已连续4个月回升，这是与之前生猪供应量的走低有关的。过去两年，猪肉价格持续下降，生猪养殖场户亏损扩大，能繁母猪存栏量持续下跌至有记录以来最低水平，由此导致当前猪肉价格反弹。价格回升后，生猪生产基本达到盈亏平衡点。猪肉价格适度上扬，对于提高存栏量和稳定未来价格走势具有积极作用，人们不必过于担忧。

应当看到，我国约有5600万养猪场户，户均出栏不到13头，每户多养或少养一头猪，猪肉产量就会增加或减少约8%。而据测算，产量每增减1%，价格波动幅度就会达到6%至7%。在供求关系作用下，我国生猪市场呈现周期性的价格波动，这是正常的市场现象。也就是说，肉价上涨—母猪存栏大增—生猪供应大增—肉价下跌—养殖户淘汰母猪—生猪供应减少—肉价再次上涨，如此不断循环。

我国生猪市场是充分竞争的市场，市场机制起基础性决定作用。但生猪生产面临市场、疫病双重风险，供给弹性大于需求弹性。从国际经验来看，对种植业和养殖业实行扶持政策，是市场经济国家通行的做法。因此，我国政府有必要对生猪价格进行适当扶持和调控，这并不违反市场经济规律，关键在于把握调控时机、手段以及策略。

经过不断探索和改进，我国已经出台了《缓解生猪市场价格周期性波动调控预案》。有关部门将猪粮比（即猪肉价格：玉米价格）6：1作为生猪生产盈亏平衡点，明确调控目标是使猪粮比处于6：1至8.5：1。比值过高时，国家将适时投放政府冻肉储备；比值过低时，则增加政府冻肉储备规模，并采取财政贴息政策，鼓励大型猪肉加工企业增加商业储备。

“肉贵伤民，肉贱伤农”。总体看，生猪价格调控的目标是既要保护生猪饲养者的积极性、促进生产，又要避免猪肉价格过快上涨、过多增加消费者支出，防止大起大落。对于猪肉价格的正常涨跌，政府部门不必过于敏感，而应在养殖户迫切需要的基础性公共服务方面有所作为。比如，应加强生猪疫病防控、养殖场地支持、市场信息监测等，这将比简单补贴或收储来得更加有效。

“搁浅”

徐 骏作(新华社发)

去年下半年以来，我国出台了一系列稳增长、促改革、调结构和惠民生的重大政策措施。总体看，各部门各地区对贯彻落实重大部署的态度坚决、思路清晰，但也存在一些影响政策落地生根的“中梗阻”现象。三分部署，七分落实。为此，必须重点解决好政策的操作性问题、提高政策落实的精细化水平；必须更多地深入一线调研，找准羁绊政策落地的痛点，采取针对性措施加以解决；各部门必须同心协力、主动作为。最终，重大政策是否真正落地，还应由政策的“目标受益者”来评定。

（时 锋）

近期价格改革攻坚加速落地生根

艾 佳

论价改

自国务院常务会议部署加快推进价格改革以来，中央政府管理的近60项商品和服务价格已放开或下放，资源领域、交通领域等的价格改革迈出关键步伐，地方价格改革同步加速。但是，改革只有进行时，没有完成时，与体制机制紧密相关或者关乎民生领域的价格改革仍需持续深化

价格是市场机制的核心，价格改革始终是经济体制改革的重要组成部分，是建立市场机制必须要闯的一道“坎”。党的十八届三中全会吹响了全面深化改革的号角，要求完善主要由市场决定价格的机制。去年11月15日，国务院常务会议部署加快推进价格改革，更大程度让市场定价。半年多过去了，价格改革进展如何，这道“坎”闯得怎样？

半年多来，中央政府管理的近60项商品和服务价格已放开或下放，全部农产品、绝大多数药品、绝大多数专业技术服务价格均已交由市场定价。中央直接定价项目仅剩约20项，比2001年减少80%左右，政府定价范围已主要限定在重要公用事业、公益性服务、网络型自然垄断环节。

半年多来，在过去往往被视为难啃的“硬骨头”的领域中，特别是资源领域、交通领域，价格改革迈出关键步伐。输配电价改试点迅速由深圳和蒙西电网扩大到5个省份，并呈“燎原”之势；跨区跨省输电价格全部放开；燃煤发电上网电价、工商业销售电价大幅下调。非居民用天然气存量气与增量气顺利并轨，40%天然气价格已经放开。铁路货运价格基本理顺，并建立了上下浮动的灵活调整机制。

半年多来，地方价格改革同步加速，形成了良好的联动局面，又一次掀起竞相推进改革狠抓落实的热潮，平均减少定价项目50%以上。上海、北京等11个省份已经完成地方定价目录修订；各地居民用水用气阶梯价格制度推进、环保收费调整等工作也都在抓紧落实中。

可以说，党中央、国务院的要求与社会公众的期待已如期实现、落地生根。

这些改革成效显著，影响深远。短期看，尊重经营者自主定价权和消费者自由选择权，有效激发市场活力，改善市场供求关系，也可对垄断行业改革形成倒逼之势，调动了社会投资的积极性，有利于稳增长调结构。长期看，让价格机制灵活发挥作用，不断完善市场经济体制，促进生产发展和多元化消费，有利于更大力度地推动经济提质增效和转型升级。

改革能够顺利推进，主要得益于以下几个方面：一是顺应改革大势，不折不扣地落实了党中央、国务院的各项要求，形成了改革共识；二是改革者敢担当勇作为，敢于碰硬，攻坚克难，具有相当的智慧，能够处理好纷繁复杂的利益关系；三是坚持上下联动，因地制宜推进，抓住了有利时机；四是坚持放管结合，同步加强事中事后监管，维护了良好市场秩序；五是宣传解释到位，将改革举措以鲜活的方式向社会各方面加以解释，得到理解和支持。

当然，我们也要看到，改革只有进行时，没有完成时。尤其是在与体制机制紧密相关或者关乎民生的资源、环保、医疗服务等领域，价格改革仍需持续深化。

网友评说

高温补贴遭遇执行难

入伏之后，全国多地进入“烧烤模式”。但是，一些环卫工、快递员、建筑工等表示“从未领取过”高温补贴，有的甚至“从未听说过”。有企业负责人坦言，除非员工主动提，企业一般不会告诉他们有高温补贴，并认为“应该是国企发放的”。

@凋零君不知：上有政策、下有对策，好措施需执行好。企业尤其是私企，违规支付成本太小了！

@boy唐：规定有了，还要有人监督实施才行，希望广大工人能拿到该拿的。

@张蓓之行：这项规定体现了对劳动者的关爱，但是，落实下去很难,因为工人们大都不知道有这样的政策。

@小白兔和白兔03090820：快递员就没有什么补贴，天气这么热还在送快递！辛苦啊！

河北公示失信企业

河北省近日晒出一份名单，公示了22家违法违规企业。其中，9家因环境违法失信，另外13家则是建筑领域拖欠农民工工资的企业。针对这些失信企业，相关部门还将对其停水停电、限制贷款。

@打酱油的小宝宝：这样挺好的！无论是个人还是单位都得有诚信，有规可循有法可治！

@记忆犹新：建立社会信用体系是规范市场秩序的治本之策，让那些不诚信企业无立足之地、无处可藏。

@笑看风云touchsky：不讲信用就应该晒出来，错了就要承担后果。

@拿铁咖啡77：各省此类企业不在少数，只晒名单太轻了，应该重罚。

郑州爱心直饮水站开放

不用投币，不用刷卡，渴了可以随便喝。近日，郑州街头的153个直饮水站重新向社会开放，市民及行人都可以在烈日炎炎的街头享受这份清凉。预计明年，郑州街头将建成500个爱心直饮水站。

@BJ张许：是好事，但更希望能维护好、管理好、引导好。

@贝卡贝咔：为政府的做法点个赞！与此同时，也需要提升市民保护公共设施的意识。

@静儿0712：我记得之前郑州就有免费饮水的机子，我还用过一次，现在这样的机器更多了。这是惠民工程，支持！

@子非余1991：希望大家能有公德心，节约用水。

欢迎读者就热点经济话题发表评论、漫画，来稿请发至：mzjjgc@163.com。

本版编辑 牛 瑾 祝 伟