

热点

点击

8月20日至9月3日 北京实施机动车单双号限行 九类车辆不受限制

本报北京8月3日讯 记者苏氏从北京市人民政府新闻办公室召开的新闻发布会上获悉：北京市政府已制定了《中国人民抗日战争暨反法西斯战争胜利70周年纪念活动北京市空气质量保障方案》。北京市交通委委员、新闻发言人容军介绍，北京市政府决定自2015年8月20日零时至9月3日24时对本市及外省市机动车采取临时管理措施，具体措施包括：

本市各级党政机关、社会团体、事业单位、国有企业的机动车全天停驶80%，建筑垃圾渣土车辆、砂石运输车、危险化学品运输车、持有黄色环保标志车辆全天禁止在本市道路行驶，需要行驶的要办相关的证件。

每天3时至24时，本市核发号牌的机动车在本市道路形成单号单日、双号双日行驶，同时本市暂停实施尾号轮换限行措施。这次临时交通管理措施一共是15天，从8月20日到9月3日，这15天按照单双号限行的规定，尾号双号要停驶8天，尾号单数车辆要停驶7天。

货运机动车和专项机动车每天6时至24时禁止在六环路以内道路行驶。低速载货机动车每天6时和24时禁止在六环路行驶。京B号牌的摩托车全天禁止在五环路行驶。

九类车辆不受单双号限制，一是公共电汽车、省际客运车辆、出租车、小公共汽车、旅游客车，经市公安交通管理部门核定的单位班车和学校班车。二是警车、消防车等以及执行任务的解放军武警部队的车辆。三是持有市公安交通管理部门核发专用车辆证件保障城市正常生活生产的车辆。四是持有世界田径锦标赛和纪念活动专用证件的车辆。五是车身涂有标识的专项作业车辆。六是环卫、园林、道路养护专项作业车辆。七是悬挂“使”字号牌的车辆。八是殡仪馆的殡葬车辆。九是纯电动小客车。

疏解非首都功能不是“一刀切” 首都“菜篮子”将不外迁

本报讯 记者张雪报道：自北京市传出要“有序疏解非首都功能”的消息后，关于新发地农产品批发市场是否外迁的猜测，引发了各方的关注。新发地市场号称首都“菜篮子”，承担着北京市80%的蔬菜供应。面对外迁的传言，新发地农产品股份有限公司董事长张玉玺给出了正式的回应：新发地市场只升级，不搬家。具体的改造升级方案还在探讨之中，目前已明确的是“内升、外扩”的四字方针。

“内升首先是硬件的升级。”张玉玺介绍，明年全新的蔬菜交易中心和果品交易中心将相继动工，地上、地下各三层的新大楼建成后将改变现在的露天交易状况，按照设计方案，大车可以直接开进地下和大厅里，从根本上缓解市场的交通压力。此外，市场内分散的冷库也将相继拆掉，转而建成集中的冷链群，蔬菜、水果的存储能力将达到10万吨。“通过高效利用土地，目前占地1680亩的市场未来将有一半以上变为绿地。”

“软件的升级主要体现在交易方式的多元化上，B2B、B2C、O2O等电商模式将加快发展。”张玉玺说，新发地市场有望在10月“试水”O2O模式，方便上班族白天在网上下单购买，晚上下班从小区的新发地便民店取走订购的新鲜农产品。“希望这些新的尝试能减少消费者的时间和交通成本。”

张玉玺介绍，目前新发地市场约有5000多家商户，随着硬件和软件的升级，市场会进一步扶大、扶优、扶强，按摊定商、按位定人，5000多家商户将减少到2000到3000家。此外，待时机成熟后，市场还将逐步改变交易时间，变24小时交易为夜间交易、白天休息，以减少对周边环境的影响。

在“内升”的同时，新发地市场也将积极“外扩”。张玉玺表示，建在全国的200多万亩基地和10个分市场承担着分级、加工、包装、储存的重任。“各地的分市场在不同的时间段担负着保障首都供应的重任。我们目前还在继续选址‘外扩’，努力做到首都农产品供应保障‘关口前移’。”



非遗艺术绽放光彩



河北承德围场满绣绣工在绣制作品。近年来，为了让满族非遗艺术重放光彩，承德市通过寻找民间艺人、培训传承人等多种途径拯救濒临失传的满族绝艺。目前，承德已初步形成了14大类147项的国家、省、市三级非遗保护名录体系。

李国强摄

本版编辑 刘 亮 郭存举

财政部发文支持多种形式农业适度规模经营

将向新型经营主体购买社会服务

本报北京8月3日讯 记者崔文苑报道：财政部今天发布《关于支持多种形式适度规模经营促进转变农业发展方式的意见》，明确多项财政政策来支持适度规模经营，促进转变农业发展方式。财政部有关负责人表示，当前我国正处于传统农业向现代农业转型的跨越阶段，小规模分散经营制约了资源的优化配置和劳动生产率的有效提高，大力发展多种形式农业适度规模经营，是保障国家粮食和农产品安全、加快农业现代化建设，促进农民持续增收的重要途径。《意见》对适度规模经营的政策倾斜力度明确了具体做法。第一，建立鼓励粮食适度规模经营的农业补贴政策。经国务院批准，从2015年调整完善农作物良种补贴、种粮农民直接补贴和农资综合补贴等三项补贴政策。各地从中央财政提前下达的农资综合补贴中调整20%资金，加上支持种粮大户试点资金和农业“三项补贴”增量资金，统筹用于支持粮食适度规模经营。这些资金的重点扶持对象是种粮大户、家庭农场、农民合作社、农业社会化服务组织等新

- 政策倾斜对象是种粮大户、家庭农场、农民合作社、农业社会化服务组织等新型经营主体
- 采取贷款贴息、风险补偿、融资增信、创投基金等方式拓宽新型经营主体的融资渠道
- 支持开展针对新型经营主体的生产订单抵押、保单抵押、营销贷款等试点

型经营主体。

第二，构建促进适度规模经营的农机化扶持政策。支持符合条件的地方，根据粮棉油糖主要农作物适度规模经营需要和补贴资金规模，选择部分关键环节机具实行敞开补贴。对粮食规模经营主体和农机合作社，优先给予农机购置补贴，还可以通过购买社会服务方式，鼓励农机大户、农机合作社等农机服务组织承担国家指定类型的作业任务。

第三，加大对适度规模经营的资金扶持力度。“对于中央财政安排的现代农业生产发展资金、农田水利设施建设补助资金等，向发展适度规模经营成效好的省份重点倾斜，加大绩效奖励力度。”财政部

有关负责人说。地方各级财政部门在安排上述资金时，要将资金的增量部分和绩效奖励部分主要用于支持适度规模经营。

《意见》指出，要推动组建以政府出资为主、重点开展农业信贷担保业务的县域融资性担保机构，加快构建覆盖全国的农业信贷担保服务网络，为适度规模经营提供贷款担保服务。

《意见》中多处内容体现要发挥财政与金融的合力。例如，积极推动普惠金融服务体系建设，继续发挥农村金融机构定向费用补贴和县域金融机构涉农贷款增量奖励政策的引导作用。“包括创新财政支农资金使用机制，比如灵活采取

贷款贴息、风险补偿、融资增信、创投基金等方式，帮助适度规模经营主体拓宽融资渠道。同时，支持开展针对新型经营主体的生产订单抵押、保单抵押、营销贷款等试点。”财政部有关负责人说，“还将研究将三大粮食作物制种保险纳入中央财政保费补贴目录，积极开展农产品价格保险试点，进一步完善农业保险大灾风险分散机制。”

《意见》还提出，要推动财政支农项目与新型经营主体有效对接，允许财政补助形成的资产转交新型经营主体持有和管护，并逐步推动建立新型经营主体征信体系，为市场运作和政策扶持提供基础信息支撑。

面对国际粮商控制全球粮食贸易量的格局,我国亟需打造粮食品牌——

粮食品牌建设路还很长

本报记者 刘 慧



在江西省新建县联圩镇,南昌丰和农业有限公司的烘干塔为农民抢收早稻提供烘干服务。

新华社记者 万 象摄

视点

我国粮食品品牌建设总体上还很落后,粮食品牌没有形成合力,具有国际影响力的品牌少。粮食产业正在进入大流通、大融合时代,培育大粮商,需要大魄力,我国应从战略高度支持现代粮食加工企业发展,引导企业通过内部加强整合,外部加强联合,推动产业重构,培育一批有国际竞争力的大粮商

在我国粮食连续丰收的大好基础上,如何解决粮食数量增长、质量安全水平提高与消费者需求升级之间的矛盾?推进粮食品牌化建设为我们找到了一条切实可行的途径。

区域性粮食品牌涌现

通过政府引导、企业主体、市场运作、政策支持和资金扶持等模式,推进品牌培育和整合,一批区域性粮食品牌涌现出来

通过多年的粮食品牌化建设,我国已形成一些区域性的粮食品牌,如黑龙江的北大荒大米、五常大米,吉林公主岭市玉米、辽宁盘锦大米、湖北荆州大米、河北优质小麦等,这种粮食品牌已成为区域经济发展的重要资源。

在吉林省吉林市昌邑区孤店子镇大荒地村东福米业有限责任公司,用地板砖铺就的生产车间一尘不染,两条大米加工生产线实行全封闭运作。东福米业有限责任公司是一家以水稻种植、稻米加工为主业的国家级农业产业化重点龙头企业,生产的“大荒地”是吉林省知名品牌大米。公司总经理刘延峰告诉《经济日报》记者,他们公司拥有绿色水稻种植基地4500公顷,有机水稻种植面积600公顷。为了保证大米的质量,公司从源头上确保稻谷质量。当很多企业都在为稻谷最低收购价高而抱怨时,东福米业公司却以远高于最低收购价的价格收购稻谷。“我们生产的有机大米,绿色大米很好卖,稻谷价格虽高,但利润还是很可观的,因为我们有品牌。”

走品牌化道路,已成为粮食行业的共识。吉林省是重要的粮食主产区,近年来,吉林省推动大米品牌建设,整合区域内大米品牌,以“梅河大米”、“延边大米”、“榆树大米”等为代表的大米品牌在北京、上海、福建等主销区表现十分抢眼。如今,借助“互联网+”,吉林大米成功登录淘宝网。据了解,目前吉林省正在加紧制定大米品牌建设建设规划,通过地理标志的认定,提高吉林大米美誉度。

同样,老牌粮食主产区湖北省正在改变有质量、有数量却没有品牌的状况。通过政府引导、企业主体、市场运作、政策支持和资金扶持等模式,推进品牌培育和整合,福娃、桥米等知名品牌不断涌现,带动了区域经济发展和农民增收。“目前湖北粮食正向品牌化迈进,我们的目标就是要让湖北人吃湖北粮,让全国更多的消费者吃湖北粮。”湖北省粮食局副局长熊贵斌说。

粮食质量是核心竞争力

建立粮食品牌,关键是要把好粮食质量关,把来自粮食生产、储藏、加工、销售每一个环节的质量安全风险降到最低

“北大荒”品牌的建立,得益于北大荒集团对质量严苛的控制。记者曾经到北大荒粮食基地,加工企业、科研机构和产品直销店采访,他们对从田间到餐桌漫长的产业链条上的每一个环节都严把质量关。在粮食生产环节,他们通过发展订单农业,为农民统一提供种子、化

肥、农药,严格控制化肥、农药的使用。在加工环节,从原粮收购、加工到大米入库出库,都要进行严格的质检,确保入库产品、出库产品100%合格。北大荒集团迎春制米公司负责人说,公司大米从种植到加工的检验项目多达100多项,比国家标准多出60多项。在销售环节,公司成立了市场监察部,在市场上定期、不定期进行明察暗访。

建立粮食品牌,关键是要把好粮食质量关,把来自粮食生产、储藏、加工、销售每一个环节的质量安全风险降到最低。

为了控制粮食质量,许多企业纷纷选择向上游延伸产业链,建立粮源基地。湖北福娃集团目前已经建成1万多亩有机稻生产基地,未来3至5年时间生态水稻种植面积将扩大到10万亩。生态农业基地建设是福娃公司确保大米加工品质和保持核心竞争力的基础。

近年来,国内粮食行业全面实施“放心粮油”工程,粮食质量科技创新方兴未艾,全国粮食质量检验检测体系全面建立。国家粮食局有关负责人表示,所有粮油生产经营企业必须承担起质量安全的主体责任,牢牢守住粮食质量安全底线。

亟待培育中国大粮商

推动粮食品牌建设,要加强粮食品牌整体统筹规划,以优势产业为依托,以优势产品为核心,打造具有中国特色的粮食品牌

作为粮食生产大国和消费大国,我

国粮食品牌在世界上的影响力还很小,与国际知名品牌差距较大。

造成这种情况的主要原因,在于我国粮食品牌建设总体上还很落后。比如,粮食品牌没有形成合力,缺乏粮食品牌的统筹规划和政策支持,市场监管机制不健全,假冒伪劣产品严重损害知名粮食品牌,粮食品牌营销体系不健全,渠道环节过多、渠道主体过多、渠道组织化程度低等。

因此,推动粮食品牌建设,要发挥企业的市场主体作用和政府的监督引导作用,形成品牌建设合力。比如整合粮食品牌,目前国内粮食品牌“多而杂”,但是对内竞争力不强,对外影响力较小。每个粮食企业品牌的市场占有率都比较低,既不成规模也不利于宣传推广。对此,相关部门应当加强粮食品牌整体统筹规划,以优势产业为依托,以优势产品为核心,打造具有中国特色的粮食品牌。

一些粮食主产区依托当地粮食市场建设,积极宣传本地粮食品牌,拓宽粮食产品的销售渠道,以先进的理念和模式提供批发交易、展示直销、物流配送、电子商务、信息发布等全方位服务,促进了粮食品牌的升值。

当前,粮食产业正在进入大流通、大融合时代,国际上四大粮商控制着全球80%的粮食贸易量。国内来看,中粮集团、京粮集团、上海粮油等大型粮食企业竞争力虽然越来越强,但总体上我国粮食加工企业规模小,布局分散,具有影响力的品牌少。我国应从战略高度支持现代粮食加工企业发展,引导企业通过内部加强整合,外部加强联合,推动产业重构;支持有条件的粮食企业“走出去”,培育一批有国际竞争力的中国大粮商。