

经过近一年的防控,非洲猪瘟疫情势头总体减缓——

生猪产业有哪些变化

经济日报·中国经济网记者 乔金亮

透视

经过近一年的防控,我国非洲猪瘟疫情势头总体减缓。在政策措施鼓励下,养殖户补栏积极性明显恢复。同时,非洲猪瘟防控也加速了生猪产业转型升级的步伐,生猪生产方式加快转变,养殖绿色化、集约化趋势明显。在行政推动、制度规范和市场倒逼下,我国屠宰企业也在加速淘汰落后产能,全国在产的6625家屠宰企业全部实现了非洲猪瘟自检——

“猪粮安天下”,生猪产业是关系国计民生的重点产业。经过近一年的防控,我国非洲猪瘟疫情势头总体减缓。与此同时,在政策和市场双重作用下,生猪产业链从养殖到屠宰都发生了变化。当前全国生猪养殖形势如何?屠宰行业规范化发展又如何进行?记者采访了有关专家和市场主体。

养猪户信心恢复忙补栏

最近,很多养猪场户都感受到国家促进生猪生产的政策措施不断加强。今年5月份,全国促进生猪生产保障市场供应电视电话会议提出,要充分调动养殖户补栏积极性,大力发展规模化标准化养殖,切实解决养殖户不敢养、不想养和养不起等问题。随后,国务院办公厅印发《关于加强非洲猪瘟防控工作的意见》,农业农村部也印发了《关于稳定生猪生产、保障市场供给的意见》。

“政策亮点集中在3个方面”,中国社科院农村发展所产业经济室主任刘长全分析,一是强调“菜篮子”市长负责制,明确对超范围划定禁养区、随意扩大禁养限养范围等问题,要限期整改,不得层层加码禁运限运,这是对养殖资源的保护。二是加大政策支持力度,地方财政、银保监机构要加大对生猪养殖场户和屠宰加工企业的政策扶持力度,这是对行业资金的支持。三是要求加快产业转型升级,构建标准化生产体系,调整优化产业布局,这是对转型发展的鼓励。

农业农村部发展规划司司长魏百刚说,受非洲猪瘟疫情和猪周期叠加影响,此前我国生猪生产持续下滑。今年以来,共发生48起非洲猪瘟疫情,月均发生数明显减少,24个省(区)已经解除疫区封锁。当前,非洲猪瘟疫情得到有效控制,生猪产销秩序逐步恢复,养猪场户信心逐步增强。下一步,要坚持非洲猪瘟疫情防控和恢复生猪生产两手抓,特别是落实好临时生产救助、贷款贴息、政策性保险、用地保障等措施,重点支持种猪场和规模养猪场发展生产。

生猪价格持续上涨,养殖户积极性有所提高。“按照生猪生产规律,从母猪怀孕、仔猪出生到育肥猪出栏大约需要10个月时间”,农业农村部市场与经济信息司司长唐珂说,去年10月份生猪基础产能下降,导致今年六七月份生猪供应减少问题开始显现,猪肉价格持续上涨。据监测,6月份猪肉批发市场价格每公斤21.59元,环比涨4.7%,同比涨29.8%。

今年以来

共发生非洲猪瘟疫情48起,月均发生数明显减少
全国24个省(区)已经解除疫区封锁

截至7月1日

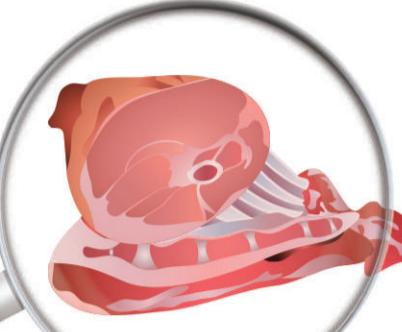
共向生猪屠宰企业派出官方兽医32931人
全国在产的6625家屠宰企业全部实现非洲猪瘟自检,
基本解决了落后屠宰企业淘汰和官方兽医配备问题



今年
6月份

猪肉批发市场价格每公斤
21.59元

同比上涨29.8%



猪肉批发市场价格每公斤
21.59元

同比上涨29.8%

猪肉生产加工企业和餐饮服务场所相比,屠宰企业是产业链的关键点。记者了解到,我国屠宰行业规模化标准化水平总体不高,现有1万多家生猪定点屠宰企业中,年屠宰量在2万头以上的规模以上企业数量仅占不到25%。在疫情发生初期,相当数量的屠宰企业尚不具备非洲猪瘟检测能力。同时,屠宰环节官方兽医数量严重不足,实际缺口较大。

在行政推动、制度规范和市场倒逼下,我国屠宰企业加速淘汰落后产能。农业农村部于4月中旬开展百日行动,要求落实屠宰厂非洲猪瘟自检和驻场官方兽医两项制度,加大生猪屠宰厂资格审核清理力度。截至7月1日,共向生猪屠宰企业派出官方兽医32931人,全国在产的6625家屠宰企业全部实现非洲猪瘟自检,基本解决了落后屠宰企业淘汰和官方兽医配备问题。

国务院办公厅《关于加强非洲猪瘟防控工作的意见》要求,加大生猪屠宰厂资格审核清理力度,明确对不符合条件的一律吊销生猪定点屠宰证。浙江省农业农村厅厅长林健东介绍,今年浙江将开展生猪产业全链条严管“百场示范、千场提升”行动,力争全年完成1000家规模养猪场、屠宰企业改造提升,推出100家示范场,经过两年努力,实现全省规模养猪场、屠宰企业改造提升全覆盖。

屠宰企业的屠宰加工方式也在变化。中国动物疫病预防控制中心主任陈伟生告诉记者,此前大概有70%的疫情是由于长距离运输导致的,通过近一年来的严控,长途调运疫情的发生率明显下降。在分区防控的过程中,要满足鲜肉的供应,势必要求就地就近解决屠宰问题,不少企业纷纷变运猪为调肉,将生猪供应适当调整为猪肉供应。

市场瞭望

市场爆发式增长但缺乏自身特色

音乐产业要找准“节奏”

本报记者 梁剑箫

记者日前了解到,腾讯音乐娱乐集团今年一季度在线音乐付费用户数为2840万,同比增长27.4%。高盛预测,到2030年全球将有11.5亿付费流媒体用户(此前预测为9亿),其中将有超过三分之二的用户来自“新兴市场”,中国将扮演关键角色,腾讯音乐娱乐付费用户全球比例还将上升到23%。可见,我国音乐产业市场规模有望迎来爆发式增长。

中国传媒大学文化产业管理学院副教授王青亦认为,我国音乐产业正进入全产业链联动式发展,以及多元化开发音乐版权价值的关键时期。“一方面,在产业上游通过投资并购唱片公司,孵化打造独立音乐人,加大音乐版权内容库,改善音乐版权成本,激活音乐版权生态;另一方面,在产业下游加强与音乐有关的游戏、视频、短视频等应用软件开发,以及与综艺节目、影视、音乐节联动发展,创新挖掘并孵化音乐IP独特价值,多元化开发音乐版权价值,打造一条以音乐为核心的完整产业链,带动音乐产业持续增长。”王青亦说。

“从历史发展趋势来看,由当初的CD唱片到今日的数字化技术,音乐产业的生产、分发和消费也都有了明显的迭代升级。”中国传媒大学音乐与录音艺术学院副教授张丰艳说。

数据也充分说明了我国音乐市场日益扩大的市场规模。国际唱片业协会发布的《全球音乐报告2019》显示,继2017年首次跻身全球十大音乐市场后,2018年中国音乐市场世界排名已上升至第七位。在张丰艳眼中,这种发展趋势与人工智能对我国音乐产业的赋能不无关联。“如今,人工智能创作、演奏和分发都对音乐产业颇有助益。未来,科技和音乐的互动会形成良性促进作用。比如,人工智能会更为精准地推送音乐作品,帮助其降低成本,促进更优质的内容升级。”张丰艳说。

不过,与西方相比,我国音乐产业依旧存在着一些发展瓶颈。王青亦对记者表示,与美国五大音乐公司垄断为基础的“Apple+iTunes”模式,以及韩国以SM娱乐经纪公司为主导的造星模式相比较,我国还缺乏自身独特的音乐产业发展模式。“未来,应聚焦音乐头部内容价值,对标国外音乐产业发展模式,结合国内数字付费习惯基本形成、短视频网络游戏等相关娱乐产业飞速发展以及音乐产业社交化等趋势,摸索并确立我国特色化发展的音乐产业模式。”

“毫无疑问,在正版化普及、付费意识觉醒的双重辅助下,中国音乐产业未来可期。”王青亦说。

产业一线

出口市场向全球拓展

深圳酒店化妆品生意越做越大

本报记者 杨阳腾

“现场查验合格,予以放行。”随着深圳海关所属布吉海关员在无纸化查验终端录入查验结果,日前深圳某化妆品企业一批出口阿联酋的酒店化妆品顺利通关。

随着我国海关优化口岸营商环境等各项政策落地,近两年来,深圳口岸酒店化妆品出口逐步走出了低谷。今年上半年,深圳口岸酒店化妆品出口近5500吨,货值约1亿元,出口量已经接近历史高峰水平;出口市场也由之前的少数发达国家和地区,拓展到了印度尼西亚、新加坡、马来西亚、泰国等众多“一带一路”相关国家和地区,几乎覆盖全球。

近年来,受外部经济环境影响,2016年经深圳口岸出口的酒店化妆品数量跌入了“谷底”,当年出口额比高峰期跌去近三成,不少中小企业因未能成功转型升级而遭到市场淘汰。

为提振企业信心,帮扶企业渡过难关,深圳海关积极主动了解企业在通关、查验、AEO认证等方面遇到的困难,实施“一企一策”,开展精准帮扶。不仅在企业运用原产地优惠政策等方面予以指导,充分释放国家政策红利,提升企业获得感;而且通过广泛调查研究,指导企业积极适应、应对世界主要市场化化妆品技术标准变化和限制措施,在欧盟化妆品防腐剂新规、美国化妆品铅限量新规等方面,帮助企业采取措施,扩大目标市场。

据了解,布吉海关辖区是深圳地区酒店化妆品出口的主产地,辖区企业生产的酒店化妆品品种类丰富、质量上佳,产品远销世界各地的星级酒店,沐浴盐是该区酒店化妆品出口的拳头产品。沐浴盐起源于欧洲,多由矿盐、海盐加上甘油、香精等制成,具有去除污垢、死皮和滋润肌肤等作用,在日本、美国、丹麦等有泡澡传统的国家,浴盐类化妆品深受民众喜爱。

在质量安全和口碑的双重作用下,近年来深圳沐浴盐产品出口屡创新高,2018年全年出口额突破1800万美元,今年有望继续维持高峰水平,继续带动深圳酒店化妆品出口增长。

化妆品是外资品牌占据绝对优势的产业,目前深圳乃至全国的化妆品出口产业都是以加工贸易或者贴牌生产为主,在整个产业链中处于利润和附加值的最低端,转型升级、打造自主品牌已经刻不容缓。

下一步,深圳海关将继续结合自身职能,依托辖区企业特点和产品特色,积极培育出口知识产权优势企业,助推深圳出口化妆品从“中国产品”向“中国品牌”转变,将深圳的创新品牌和优秀品质推广到世界各地。

下线325天后,首次披露安全整改进展——

滴滴重启顺风车尚无明确时间表

本报记者 陈 静

行业观察

□ 对于滴滴来说,顺风车能否“回归”,安全是绕不开的话题。安全整改核心是确保顺风车为顺路的共享出行,因此真正顺路行程、真实身份核验和全程安心保障成为整改主要内容。

□ 如何降低女性乘坐滴滴顺风车时可能遭遇的风险,是公众最关注的话题之一。要解决女性乘车安全问题,目前滴滴还在不少困惑。因此,滴滴顺风车尚无明确上线时间。

将来顺风车试运行,也将先开放白天和市内场景。

如何降低女性乘坐滴滴顺风车时可能遭遇的风险,是公众最关注的话题之一。滴滴出行顺风车事业部安全产品经理赵家农介绍,通过女性专属保护计划的安全助手功能,女乘客和女车主能看到合乘用户一系列信息,如当前接单车主驾龄、车龄,通过人脸识别的时间等。

不过,滴滴方面也坦承,要解决女性乘车安全问题还存在不少困惑。“不少人建议只允许女性司机接女性乘客,但女性司机只占5%,女性乘客占比则超过半

数。此外,如果这样设置,一旦有人仿冒女性车主,反而更容易找到女性乘客。”滴滴顺风车产品负责人何棣表示。

目前,顺风车行业的新玩家正在不断入局。今年2月份,哈啰顺风车在全国正式上线。数据显示,从今年2月1日到2月10日,哈啰顺风车每天平均拼车距离达到126.7公里,平均拼车时长为143.3分钟,平均车费为122.6元。6月初,高德地图发布的海报显示,将在广东省与武汉市招募顺风车车主;钉钉则在杭州接入了嘀嗒、哈啰的顺风车服务。

市场研究机构易观汽车出行行业分

析师孙乃锐说,这是因为顺风车仍有较大市场需求。“在价格上,顺风车有其优势,特别是对长途出行的乘客有吸引力。对于私家车主来说,以顺风车方式补贴油费、赚取外快何乐而不为。此外,与专车等相比,顺风车的商业模式较轻,前期投入也比较少。”

不过,心有余悸的滴滴对顺风车是否“回归”显然还十分纠结。滴滴出行总裁柳青表示,其内部对顺风车业务是否上线“存在巨大争议”。“顺风车业务每天有100万到200万单,只占平台业务量的5%至10%。为了顺风车业务,平台要不要承担‘归零’的风险。”她也表示,增加的安全措施可能让滴滴顺风车在用户体验上成为“最难用的顺风车产品”。

滴滴出行CEO程维则表示,过去的一年,滴滴逐渐意识到其不仅是科技创新企业,也是社会服务企业。今年,滴滴在安全方面的预算达20亿元,投入包括产品、线上新增司机服务经理等。“所有滴滴人内心的标准,就是我们做出来的每一款产品,能放心地让我们自己的家人和朋友使用,这是我们的责任。”从这样的表述来看,滴滴顺风车回归之路依然漫长。

本版编辑 杜 铭